

innowacyjny
start



Biznes zaangażowany społecznie



Postępującemu rozwojowi społeczno-gospodarczemu towarzyszy coraz powszechniejsze przekonanie, że równie ważne jak zdolność generowania zysków przez przedsiębiorstwa jest ich odpowiedzialny wpływ na otoczenie. Społeczna odpowiedzialność biznesu jest pojęciem coraz szerzej znanym wśród biznesu. O ile w 2011 roku 11% ankietowanych przedsiębiorców deklarowało znajomość tego pojęcia, to już w 2016 było takich osób 50%.

W tym numerze Innowacyjnego Startu prezentujemy wyniki raportu pt „Zachowania proekologiczne oraz działania w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu wśród ma-

łopolskich przedsiębiorców”. Wyniki badań prezentowane we wspomnianym raporcie napawają optymizmem również w zakresie wzrastającego zaufania pomiędzy podmiotami gospodarczymi. Aż blisko 90% przedsiębiorców uważa bowiem, że większość ich kontrahentów jest uczciwa.

Rozwinięciem koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu jest idea „Ekonomii otwierających się oczu” (Open Eyes Economy) zakładająca, iż przebudzeni konsumenci preferują zakup dóbr i usług od firm godnych zaufania, społecznie zaangażowanych, posiadających własną i unikalną kulturę.

W dniach 15-16 listopada w krakowskim Centrum Kongresowym ICE odbędzie się szczyt „Ekonomii otwierających się oczu” promujący między innymi koncepcję firmy idei, o której również piszemy w tym wydaniu IS.

Społeczna odpowiedzialność biznesu ma różne wymiary. O kilku z nich, w tym o trosce dotyczącej środowiska naturalnego, opowiada Prezes Zarządu Kopalni Soli „Wieliczka” SA Zbigniew Zarębski. Rocznie w tej kopalni zabezpieczanych jest kilkanaście zabytkowych komór oraz likwiduje się ponad 100 tys. m³ pustek, poprzez wypełnianie piaskiem, co służy nie tylko zabezpieczeniu kopalni, ale także ochronie powierzchni przed zapadliskami i degradacją.

W tym numerze IS piszemy również o działaniach z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu podejmowanych przez firmę ASTOR. Warto wiedzieć, iż w jej głównej siedzibie przy ul. Smoleńsk w Krakowie funkcjonuje pierwsza w Europie interaktywna, dostępna dla kontrahentów, studentów, przedstawicieli świata naukowego i turystów, wystawa robotyki i technologii umożliwiająca udział w testach, pokazach i szkoleniach. Cieszy fakt, iż również galerie handlowe zaczynają w większym stopniu podejmować działania w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu. Na przykład w Tarnowie z inicjatywy właściciela i prezesa Gemini Holding, Rafała Sonika, powstał projekt Stowarzyszenia SIEMACHA, gdzie w placówce przy galerii handlowej młodzież i dzieci mogą aktywnie spędzać wol-

ny czas. Mają tam możliwość skorzystania z bezpłatnych zajęć muzycznych, tanecznych, językowych i sportowych.

Jak co roku na łamach IS prezentujemy wyniki konkursu Innowator Małopolski. W 10 edycji laureatami zostało 7 przedsiębiorstw, noszących miano najbardziej innowacyjnych firm regionu. Kategorie przedsiębiorstw odpowiadały 7 inteligentnym specjalizacjom dla Małopolski.

W dziale *Co słyhać w dizajnie* przedstawiamy wywiad z Karoliną Szafran – absolwentką Wydziału Form Przemysłowych ASP w Krakowie. Opowiada ona o swoich doświadczeniach w projektowaniu, wyborze zawodu i pierwszych sukcesach. Z dizajnem związana jest również osoba Daniela Czyszczonia, studenta inżynierii wzornictwa przemysłowego na Politechnice Krakowskiej, zwycięzcy w konkursie „Renault. Passion For Design & Innovation” na projekt autonomicznego samochodu. Zapraszam do lektury wywiadu z nim, jak również do obejrzenia, jak może wyglądać samochód przyszłości.

Tych z Państwa, którzy z tęsknotą czekają już na sezon truskałek gruntowych z pewnością zaciekawi system rynnowy pod daszkami, który dzięki współpracy biznesu i Uniwersytetu Rolniczego w Krakowie ma przyczynić się do znacznego zwiększenia plonów i wydłużenia okresu wegetacji tej rośliny.

Łukasz Mamica
[redaktor naczelny]

REDAKTOR NACZELNY: dr hab. Łukasz Mamica, prof. UEK (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie)

SEKRETARZ REDAKCJI: dr Piotr Kopyciński (Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie)

ZESPÓŁ REDAKCYJNY: Tomasz Bluszcz (Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego), Joanna Domańska (Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego), Edyta Giżycka (Centrum Innowacji Transferu Technologii i Rozwoju Uniwersytetu Jagiellońskiego), Adelina Kasprzak (Centrum Transferu Technologii Uniwersytetu Rolniczego im. Hugona Kołłątaja w Krakowie), Jakub Kruszelnicki (Centrum Transferu Technologii Politechnika Krakowska), Monika Machowska (Krakowski Park Technologiczny Sp. z o.o.), Marlena Marek (Centrum Transferu Technologii Politechnika Krakowska), Wojciech Przybylski (Krakowski Park Technologiczny Sp. z o.o.), Leszek Skalny (Tarnowska Agencja Rozwoju Regionalnego), Elżbieta Sztorc (Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego), Agnieszka Wójcik (Centrum Transferu Technologii Akademii Górniczo-Hutniczej)

KONTAKT Z REDAKCJĄ: Departament Rozwoju Gospodarczego Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego, tel.: (12) 63-03-444, (12) 63-03-248; fax: (12) 63-03-445; e-mail: tomasz.bluszcz@umwm.pl

NAKLAD: 2 500 egz.

OPRACOWANIE GRAFICZNE: Krzysztof Sanecki

LAYOUT: Bartłomiej Ryba

DRUK: Drukarnia Kolejowa Kraków Sp. z o.o.

2 Przedsiębiorczość od A do Z, czyli Światowy Tydzień Przedsiębiorczości w Małopolsce

4 10. edycja konkursu Innovator Małopolski

5 Biznes społecznie odpowiedzialny w Małopolsce

8 Wywiad ze Zbigniewem Zarębskim, prezesem zarządu Kopalnia Soli „Wieliczka” S.A.

10 Społeczna odpowiedzialność biznesu w nowoczesnej bankowości.

Wywiad z Marzeną Wnękowicz, doradcą klienta w Banku Zachodnim WBK w Nowym Sączu

11 Społeczna odpowiedzialność biznesu – firma ASTOR

14 Społeczna odpowiedzialność biznesu w Gemini Park Tarnów

16 Pomysł na biznes. Potrzebna nam dobra technologia!

18 Open Eyes Economy. Nowa krakowska ekonomia wartości

20 Klastry – droga do innowacyjności. Polska „Dolina Krzemowa”

22 Co słycać w dizajnie. Młode pokolenie dizajnu – Karolina Szafran

25 Sylwetka. Daniel Czyszczon

27 Innowacje i nauka. Truskawka: Innowacja i Nauka – Praktyce

IV strona okładki Małopolska – Europejski Region Przedsiębiorczości 2016

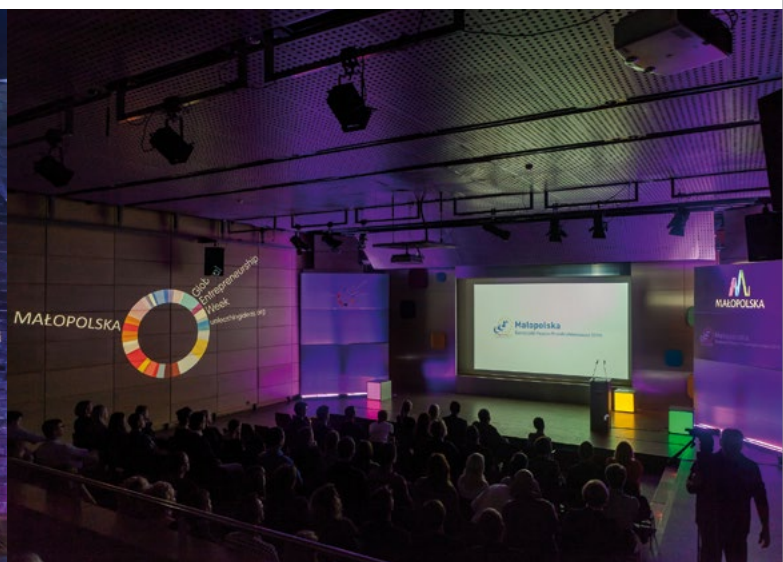
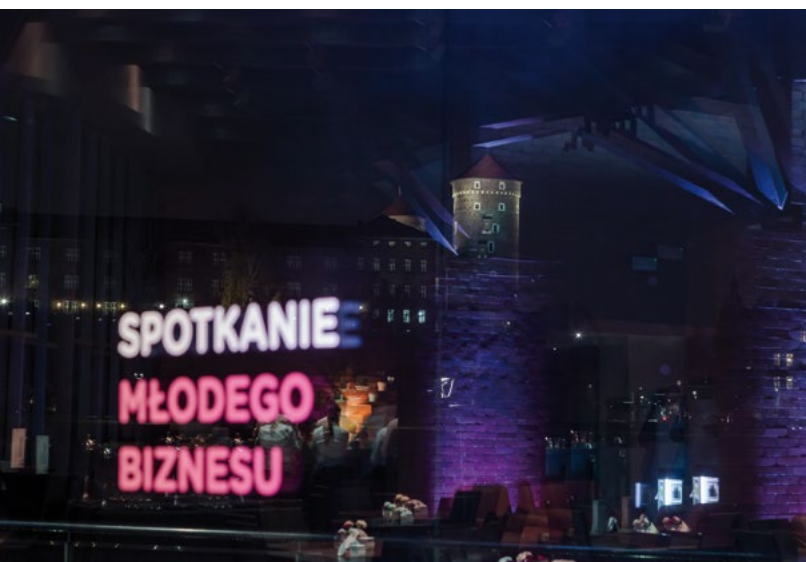
Spis treści

Przedsiębiorczość od A do Z, czyli Światowy Tydzień Przedsiębiorczości w Małopolsce

Czym jest przedsiębiorczość? Co to znaczy być przedsiębiorczym? Czy przedsiębiorczy są tylko ci, którzy prowadzą swoje firmy? Zdecydowanie NIE! Przedsiębiorczość to postawa, cecha charakteru, to gotowość do działania, podejmowania ryzyka, szukania nowych dróg rozwiązania danego problemu. To również kreatywność, odwaga i pomysłowość. Dla wszystkich przedsiębiorczych i tych, którzy chcą takimi być, organizowany jest Światowy Tydzień Przedsiębiorczości w Małopolsce.

Inicjatywa realizowana w regionie jest częścią ogromnego przedsięwzięcia organizowanego w ok. 160 krajach. To zdecydowanie największe święto przedsiębiorczości na świecie, które każdego roku odbywa się przez jeden tydzień listopada – w 2016 roku od 14 do 20 listopada. W Małopolsce koordynatorem Światowego Tygodnia Przedsiębiorczości jest Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego.

Historia inicjatywy sięga 2008 roku, a jej pomysłodawcami byli premier Wielkiej Brytanii Gordon Brown i brytyjska rządowo-biznesowa organizacja MakeYour Mark oraz prezes amerykańskiej Fundacji Kauffmana – Carl Schramm. Celem Światowego Tygodnia Przedsiębiorczości (ŚTP) jest promowanie kreatywnego, aktywnego podjęcia, tworzenie środowiska, które wspiera przedsiębiorcze postawy, zwłaszcza młodych ludzi. W ramach przedsięwzięcia instytucje partnerskie, tj. m.in. organizacje wspierające biznes, uczelnie, firmy, którym zależy na pobudzaniu przedsiębiorczości, organizują szkolenia, warsztaty, debaty i konkursy pomagające zdobyć wiedzę z zakresu zakładania i rozwijania własnej działalności gospodarczej, budowania sieci kontaktów, własnej marki, a także prowadzenia negocjacji. W Małopolsce w przedsięwzięciu bierze udział około 40 instytucji partnerskich. Instytucje te nie tylko oferują konkret-



ny program w trakcie ŚTP, ale i na co dzień realizują szereg inicjatyw, poprzez które promują i wspierają kulturę przedsiębiorczości. Bo Światowy Tydzień Przedsiębiorczości służy właśnie temu, aby zachęcać do podejmowania ryzyka, do bycia kreatywnym i poszukiwania różnych ścieżek rozwoju zawodowego, przekształcania swoich pomysłów, pasji i zainteresowań w działanie. „Nie ma nic lepszego niż praca zawodowa, która jednocześnie jest naszą pasją. Stworzenie własnego biznesu daje taką możliwość. Dla wielu osób to nie tylko sposób na życie, to przede wszystkim wspaniała przygoda i szansa na rozwijanie własnych umiejętności” – podkreślał podczas Spotkania Młodego Biznesu inauguracyjnego ŚTP w Małopolsce w 2015 roku Jacek Krupa, Marszałek Województwa Małopolskiego.

Program ŚTP w Małopolsce to szereg wydarzeń skierowanych do uczniów, studentów, absolwentów i osób, które już pracują lub szukają pracy oraz przedsiębiorców chcących dowiedzieć się więcej na temat rozwoju firmy, źródeł finansowania nowych inwestycji. Program ŚTP to mini przewodnik – od A do Z – po przedsiębiorczości.

Szukający motywacji do działania znajdują ją podczas Spotkania Młodego Biznesu, któremu przyświeca hasło „O odwadze w biznesie... czyli jak oswoić lęk przed porażką” (organizuje Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego), warsztatach takich jak: „Bądź jak Zuckerberg” (Powiatowy Urząd Pracy w Wadowicach) czy „Być przedsiębiorczym, czyli jakie umiejętności rozwijać” (Akademicki Inkubator Przedsiębiorczości Uniwersytetu Jagiellońskiego). Ci, którzy chcieliby sprawdzić swoje predyspozycje zawodowe i razem z ekspertami zastanowić nad zaletami i wadami prowadzenia firmy, mogą to zrobić m.in. podczas konsultacji „Praca na własny rachunek” (Powiatowy Urząd Pracy w Myślenicach), spotkań informacyjnych dla osób zamierzających rozpocząć działalność gospodarczą (Grodzki Urząd Pracy w Krakowie), spotkania „Czy nadaję się na przedsiębiorcę?” (Miejska Biblioteka Publiczna w Tarnowie), bądź podyskutować na ten temat w trakcie uczniowskiej debaty „Być albo nie być przedsiębiorcą – oto jest pytanie” (Powiatowy Urząd Pracy w Brzesku, Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych nr 1 w Brzesku). O czym warto wiedzieć przed rozpoczęciem własnej działalności gospodarczej powiedzą eksperci m.in. podczas konsultacji „Pomysł to nie wszystko – co war-

to wiedzieć zanim zdecydujesz się na założenie firmy” (Towarzystwo Miłośników Andrychowa) czy szkolenia „Przepisy prawa na start” (Sekcja Karier Uniwersytetu Jagiellońskiego we współpracy z Państwową Inspekcją Pracy). Również Ci, którzy już prowadzą firmę, znajdą w programie ŚTP ciekawe szkolenia, warsztaty i wykłady, np. warsztat „Jak stać się przedsiębiorcą – liderem, czyli pieniądze to nie wszystko” (Wojewódzka Biblioteka Publiczna w Krakowie), wykłady: „Negocjacje i komunikacja w biznesie” (Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Nowym Sączu) czy „Wizerunek przedsiębiorcy”, który pomoże odpowiedzieć na pytanie jak wizerunek wpływa na zyski, kondycję firmy, relacje z klientami (Centrum Kształcenia Ustawicznego w Krakowie).

Program ŚTP w Małopolsce każdego roku zawiera ogromną ilość wydarzeń, które pomagają zdobywać nową wiedzę czy nawiązywać współpracę. Organizowane są one w kilkunastu miastach i miasteczkach regionu. Wszystkie spotykają z bardzo dużym zainteresowaniem (ok. 10 tys. uczestników w 2015 roku), a mogą być realizowane dzięki ogromnemu zaangażowaniu małopolskich instytucji, które również na co dzień wspierają i promują przedsiębiorczość.

Do udziału w wydarzeniach organizowanych w ramach Światowego Tygodnia Przedsiębiorczości w Małopolsce zaprasza Jacek Krupa, Marszałek Województwa Małopolskiego.

Bo przedsiębiorczości można się nauczyć.



Szczegóły:

www.tydzienprzedsiębiorczosci.malopolska.pl

www.malopolska.pl

Kontakt:

Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego,

Departament Rozwoju Gospodarczego

Tel.: 12 63 03 444, email: rozwoj.gospodarczy@umwm.pl



10. edycja konkursu Innovator Małopolski

Wioleta Wiecheć Biuro Konkursu INNOVATOR MAŁOPOLSKI Enterprises Europe Network
Centrum Transferu Technologii Politechnika Krakowska, www.transfer.edu.pl/pl/een.htm

10. edycja
innovator
małopolski

16 czerwca podczas Kongresu IMPACT'16 odbyła się Jubileuszowa Gala Wręczenia Nagród w konkursie INNOVATOR MAŁOPOLSKI EDYCJA 10, podczas której uhonorowano siedem najbardziej innowacyjnych firm z Małopolski.

W dziesiątej edycji konkursu wystartowały aż 43 firmy z regionu, które pragnęły zdobyć miano najbardziej innowacyjnej firmy Małopolski. Zmagania firm odbywają się w ramach 7 kategorii zgodnych z 7 inteligentnymi specjalizacjami dla Małopolski

(spis i wyniki poniżej). Konkurs, który w tym roku obchodzi jubileusz 10-lecia, składa się z kilku etapów, które pozwalają precyzyjnie poznać, ocenić i porównać potencjały zgłoszonych do konkursu innowacji, a w rezultacie wybrać liderów w każdej z siedmiu kategorii.



W pierwszym etapie, Grupy Robocze ds. Inteligentnych Specjalizacji dla Małopolski przy Urzędzie Marszałkowskim wskazały 21 rozwiązań o najwyższym potencjale innowacyjności. Następnie w wytypowanych firmach przeprowadzono szczegółowy audyt technologiczny oraz badanie metodą IMPROVE®,

JEGO wyniki posłużyły jako podstawa do obrad Kapituły Konkursu, której zadaniem było wyłonienie laureatów.

Tegoroczna edycja obfitowała w zgłoszenia, nowości oraz innowacje i z dumą możemy zaprezentować 7 laureatów konkursu INNOVATOR MAŁOPOLSKI EDYCJA 10, noszących miano najbardziej innowacyjnych firm regionu.

Poniżej lista zwycięzców w poszczególnych kategoriach tematycznych:

■ NAUKI O ŻYCIU

Silvermedia sp. z o.o. za zintegrowany System Teleopieki i Teledenadzoru Silver Life System (SLS) dla ośrodków opieki oraz osób indywidualnych

■ ENERGIA ZRÓWNOWAŻONA

M3SYSTEM sp. z o.o. za technologię budowlaną, w której konstrukcję nośną, a jednocześnie izolację termiczną ścian budynku stanowi spieniony polistyren (EPS) w formie MonoBloków

■ TECHNOLOGIE INFORMACYJNE I KOMUNIKACYJNE

Aplixcom Solutions sp. z o.o. sp. k. za SCADA-MES – system dla firm produkcyjnych, umożliwiający nadzorowanie i wizualizację produkcji w czasie rzeczywistym

■ CHEMIA

InnovaLab sp. z o.o. za technologię chemicznego znakowania materiałów na bazie tworzyw sztucznych w celu ich identyfikacji i ochrony

■ PRODUKCJA METALI I WYROBÓW METALOWYCH ORAZ WYROBÓW Z MINERALNYCH SUROWCÓW NIEMETALICZNYCH

Kolejowe Zakłady Nawierzchniowe „Biezanów” sp. z o.o. za innowacyjną technologię produkcji i zabudowy wysokiej jakości rozjazdów kolejowych

■ ELEKTROTECHNIKA I PRZEMYSŁ MASZYNOWY

**WAMECH Producent Wózków Przemysłowych Piotr i Albi-
na Wąsik sp. j.** za system intralogistyczny E-LINER służący do dostarczania komponentów do montażu na terenie hal montażowych zakładów produkcyjnych

■ PRZEMYSŁY KREATYWNE I CZASU WOLNEGO

Trakt-Boats sp. z o.o. za łódź wielofunkcyjną „Laura”.

Nagrodą w konkursie jest szeroko zakrojona akcja promocyjna firmy. Wszystkim laureatom serdecznie gratulujemy i życzymy dalszych sukcesów w tworzeniu i wdrażaniu innowacji! Przypominamy również, że niebawem ruszy kolejny nabór zgłoszeń do konkursu.

Pieniądze to nie wszystko

*Aleksandra Chudy Zespół Małopolskie Obserwatorium Rozwoju Regionalnego,
Departament Polityki Regionalnej UMWM, morr@umwm.pl, www.obserwatorium.malopolska.pl*

O tym, że pieniądze, czyli zysk, to nie wszystko, świadczą wyniki badania na temat proekologicznych zachowań i działań w ramach społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw (SOP), przeprowadzonego na zlecenie Województwa Małopolskiego. Dla małopolskich firm ważne są dobre relacje z kontrahentami, interes klientów i pracowników. Istotna jest również idea społecznej odpowiedzialności biznesu (ang. *Corporate Social Responsibility* – CSR). 63% firm prowadzi w praktyce swoje działania zgodnie z tą ideą. Koncepcja CSR realizowana jest przez przedsiębiorców w wielu obszarach, a zdecydowana większość z nich dostrzega korzyści takiej działalności.

Wspomniane badanie zostało przeprowadzone w lutym 2016 roku, a wnioski z niego płynące zostały ujęte w raporcie „Zachowania proekologiczne oraz działania w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu wśród małopolskich przedsiębiorców”. Raport został opracowany w Zespole Małopolskie Obserwatorium Rozwoju Regionalnego, działającym w strukturach Urzędu Marszałkowskiego. Publikacja kontynuuje temat podjęty w 2011 roku w dwóch osobnych badaniach poświęconych CSR i ekologii, pokazując jednocześnie zmiany jakie zaszły w trakcie tych 5 lat.

Nieco ponad połowa małopolskich firm zna pojęcie społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw (SOP), a jeszcze więcej stosuje je w praktyce, niekiedy w wielu obszarach. Z terminem SOP najlepiej zaznajomione są duże przedsiębiorstwa (69%). Z kolei w działalności zgodnej z ideą SOP wyróżniają się średnie (65%), jednoosobowe i małe firmy (64%), a także podmioty z branży finansowej i ubezpieczeniowej (91%) oraz zakwaterowania i usług gastronomicznych (87%).

W trakcie pięcioletniej przerwy między badaniami nastąpił widoczny wzrost świadomości małopolskich przedsiębiorstw w odniesieniu do społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw. W 2011 roku 11% przedsiębiorców zadeklarowało znajomość pojęcia SOP, a w 2016 50%!¹ Wpływ na poprawę wiedzy przedsiębiorców z pewnością miała panująca moda wśród firm na angażowanie się w działalność społeczną, popularyzacja idei przez instytucje działające i wspierające na rzecz upowszechnienia społecznie odpowiedzialnego biznesu poprzez różnego rodzaju inicjatywy, oczekiwania klientów i kontrahentów.

¹ W 2011 roku próba do badania na temat społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw nie obejmowała dużych przedsiębiorstw, dlatego przy porównaniach wyników badań z lat 2011 i 2016 pominięte zostały duże przedsiębiorstwa.

MAŁOPOLSKA

Zachowania proekologiczne oraz działania w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu wśród małopolskich przedsiębiorców

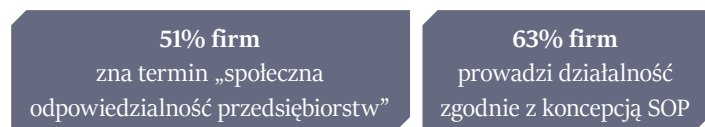
Małopolskie Obserwatorium Rozwoju Regionalnego
Departament Polityki Regionalnej

Firmy stosujące koncepcję CSR (aktywność deklaruje więcej niż połowa) najczęściej realizują ją w obszarach takich jak: uczciwe praktyki biznesowe (90% wskazań), środowisko (76%) i społeczności lokalne (74%). Mniejszą popularnością (mniej niż połowa) cieszą się: odpowiedzialność społeczna (63%), odpowiedzialność ekologiczna (50%), odpowiedzialność ekonomiczna (47%) i odpowiedzialność za pracowników (43%).
c.d. artykułu na stronie 6 >>

dokończenie artykułu ze strony 5 »

lowa firm jest w nich aktywna) cieszą się programy etyczne dla pracowników, eko-znakowanie i znakowanie społeczne. Najbardziej czynne w prowadzeniu działań CSR są przedsiębiorstwa z branży zakwaterowanie i usługi gastronomiczne.

Rys. 1. Znajomość pojęcia społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw a prowadzenie działalności zgodnie z ideą SOP.



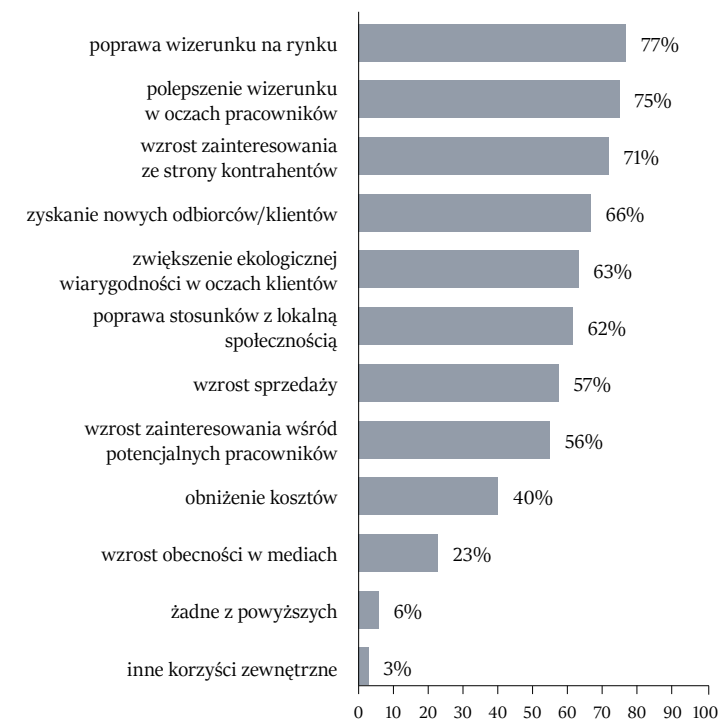
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z 2016 r.

Wykres 1. Obszary prowadzenia działań z zakresu społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw wskazane przez firmy, N=255



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z 2016 r.

Wykres 2. Korzyści z prowadzenia działalności biznesowej zgodnie z koncepcją społecznej odpowiedzialności według przedsiębiorstw, N=255



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z 2016 r.

Zdecydowana większość firm dostrzega korzyści wynikające z angażowania się w działania z zakresu społecznej odpowiedzialności, przy czym głównie korzyści wizerunkowe, na rynku (77%), wśród pracowników (75%), a także wzrost zainteresowania kontrahentów (71%).

Rys. 2. Obszary realizacji działań z zakresu społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw pod kątem rodzaju działalności firm i częstości wskazań

Zakwaterowanie i usługi gastronomiczne	
społeczności lokalne	92%
środowisko	92%
praktyki z zakresu pracy	85%
prawa człowieka	85%
programy etyczne dla pracowników	62%
Handel hurtowy i detaliczny	
zagadnienia konsumenckie	68%
eko-znakowanie i znakowanie społeczne	48%
Działalność finansowa i ubezpieczeniowa	
uczciwe praktyki biznesowe	100%

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z 2016 r.

W działalności biznesowej, oprócz czynników finansowych, istotne znaczenie mają dla przedsiębiorców dobre i trwałe relacje z kontrahentami (93%), interes klientów (88%) i pracowników (81%). Co więcej, przedsiębiorcy pozytywnie oceniają siebie i swoje otoczenie.

Zdecydowana większość podmiotów uważa, że ich firma jest etyczna (92%), pracownicy rozwijają się zawodowo (81%), a klientowi dostarcza pełnych informacji o produkcie czy usłudze (98%).

Jednocześnie przedsiębiorcy uważają, że większość ich kontrahentów jest uczciwa (89%). Preferują współpracę z lokalnymi dostawcami (75%) oraz pozytywnie wpływają na społeczność lokalną poprzez swoją działalność (72%).

W trakcie 5 lat największa zmiana w działaniu przedsiębiorców nastąpiła w obszarze rozwoju pracowników (wzrost o 6 p.p.). Przedsiębiorcy częściej inwestowali w rozwój podwładnych. Wpływ na taką postawę mogła mieć możliwość ubiegania się o dofinansowanie ze środków unijnych na podnoszenie kompetencji zawodowych kadr.

Z kolei, w ocenie swojego otoczenia przedsiębiorcy byli mniej skłonni deklorować pozytywny wpływ na społeczność lokalną, nastąpił spadek o 9 p.p.

Powodem tej sytuacji może być większa wrażliwość firm na potrzeby tej społeczności lub artykułowanie przez nią swoich oczekiwań co do działalności przedsiębiorstw i ukazywanie niewystarczająco odpowiedniego wpływu.

Oprócz wyników badania w raporcie zostały przedstawione także dobre praktyki z zakresu społecznej odpowiedzialności

ści przedsiębiorstw. Małopolskie przedsiębiorstwa, wybrane w oparciu o analizę danych zastanych, dostępnych analiz w zakresie CSR oraz raportu „CSR w Małopolsce”, wydanego w 2011 roku, poproszone zostały o opisanie swoich działań w obszarze społecznej odpowiedzialności. Wśród firm znalazły się ASTOR Sp. z o.o., Comarch S.A., Kopalnia Soli „Wieliczka” S.A., Tesco Polska oraz Donimirski Pałac Pugetów Business Center.

Obszary, w których działają wymienione firmy, są bardzo szerokie, obejmują m.in.: projekty edukacyjne, promocję sportu wśród młodzieży, zdrowego trybu życia wśród pracowników, wspieranie polskiej nauki, wydarzeń kulturalnych, akcje społeczne, przestrzeganie wdrożonego w firmie kodeksu etycznego, zapobieganie degradacji i rekultywacja terenów przemysłowych, odpowiednia polityka personalna, dbałość o relacje z dostawcami, działania prośrodowiskowe, przekazywanie nadwyżek żywności, program dożywiania, wspieranie organizacji pomagających osobom niepełnosprawnym, ubogim i wykluczonym społecznie, a także popularyzacja wiedzy historycznej.

Powyższe działania skierowane są zarówno do wewnątrz, tj. do pracowników firmy, jak i na zewnątrz, do kontrahentów, społeczności lokalnych czy różnych grup wiekowych.

Celem opublikowania dobrych praktyk było pokazanie w jaki sposób i w jakich obszarach firmy prowadzą działania z zakresu CSR oraz zachęta tych firm do podejmowania dalszych kroków w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu, a także innych podmiotów, które nie mają doświadczenia w tej sferze. Po więcej danych o społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw i działaniach proekologicznych małopolskich firm, zapraszamy do lektury raportu zamieszczonego na stronie internetowej Małopolskiego Obserwatorium Rozwoju Regionalnego www.obserwatorium.malopolska.pl.



Fundusze Europejskie
Program Regionalny

Unia Europejska
Europejskie Fundusze Strukturalne i Inwestycyjne



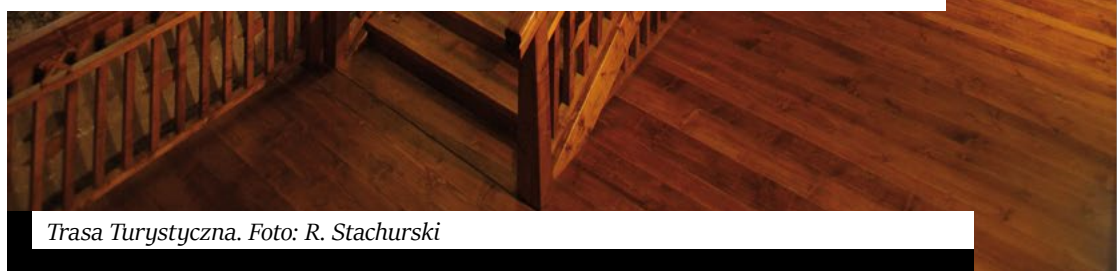


Wywiad ze ZBIGNIEWEM ZARĘBSKIM

Prezesem Zarządu

Kopalnia Soli „Wieliczka” S.A.

Rozmawia Jan Radzięta
– student Kierunku Gospo-
darka i Administracja
Publiczna Uniwersytetu
Ekonomicznego w Krakowie



Trasa Turystyczna. Foto: R. Stachurski

Jak kopalnia dba o środowisko naturalne? Czy można opi- sać konkretny przykład dbałości o środowisko?

Działalność każdej branży, a górniczej szczególnie, nie pozostaje bez wpływu na otoczenie. Inwestycje zmierzające do redukcji negatywnego wpływu obiektu górniczego na środowisko polegają w dużej mierze na niwelowaniu skutków wielowiekowej eksploatacji soli na terenie miasta Wieliczka i w jego okolicy. W podziemiach Kopalni Soli „Wieliczka” prowadzone są intensywne prace likwidacyjne wyrobisk niezabytkowych i zabezpieczające tych, które z uwagi na zabytkowy charakter powinny być zachowane. Rocznie w kopalni zabezpieczanych jest kilkanaście zabytkowych komór, a likwidacja obejmuje ponad 100

tys. m³ pustek, które wypełniane są piaskiem. Ważnym działaniem jest też ograniczanie dopływów wód i utylizacja ujmowanych wycieków. Wszystkie te działania służą jak najlepszemu zachowaniu obiektu i jego udostępnianiu obecnym oraz przyszłym pokoleniom, jak również ochronie powierzchni przed zapadliskami i degradacją. To inwestycje ciągłe, albowiem górotwór cały czas pracuje, sprawiając, że ochrona substancji zabytkowej, i tym samym powierzchni, prowadzona będzie jeszcze wiele lat. Wśród projektów związanych z ograniczeniem wpływu na środowisko wielickie jest też rekultywacja terenów po kopalni otworowej w Baryczy, modernizacja warzelni soli funkcjonującej w oparciu o System Zarządzania Środowisko-

wego ISO 14001, czy rewitalizacja Parku św. Kingi w bezpośrednim sąsiedztwie czynnych szybów górniczych. Działania proekologiczne kopalni wspiera Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej, przy którego wkładzie finansowym w ostatnim ćwierćwieczu udało się już zrealizować kilkanaście, istotnych dla ochrony kopalni, dużych projektów.

Jak kopalnia realizuje założenia odpowiedzialnego biznesu w aspekcie swoich pracowników? Czy w ramach CSR pracownicy uczestniczyli bądź będą uczestniczyć w szkoleniach, warsztatach?

W firmach społecznie odpowiedzialnych, takich jak wielicka kopalnia, to właśnie pracownicy stanowią najcenniejszy kapitał przedsiębiorstwa. Świadomość tej wartości sprawia, że rozwój zawodowy i osobisty kadry jest kluczowym elementem zarządzania. Kopalnia ma przejrzysty system wynagrodzeń, pracownikom zapewnia bezpieczne warunki pracy, liczne świadczenia socjalne, dodatkowe możliwości np. pracy w charakterze przewodnika. System szkoleń daje możliwość poszerzania wiedzy, podnoszenia kompetencji na każdym stanowisku pracy – od podstawowego po specjalistyczne. Systematyczny rozwój kadr (również poprzez kursy językowe, dofinansowywanie studiów) przynosi firmie profity. Pracownikom i ich rodzinom dedykowane są wydarzenia, specjalne akcje promocyjne związane z usługami oraz produktami kopalni.

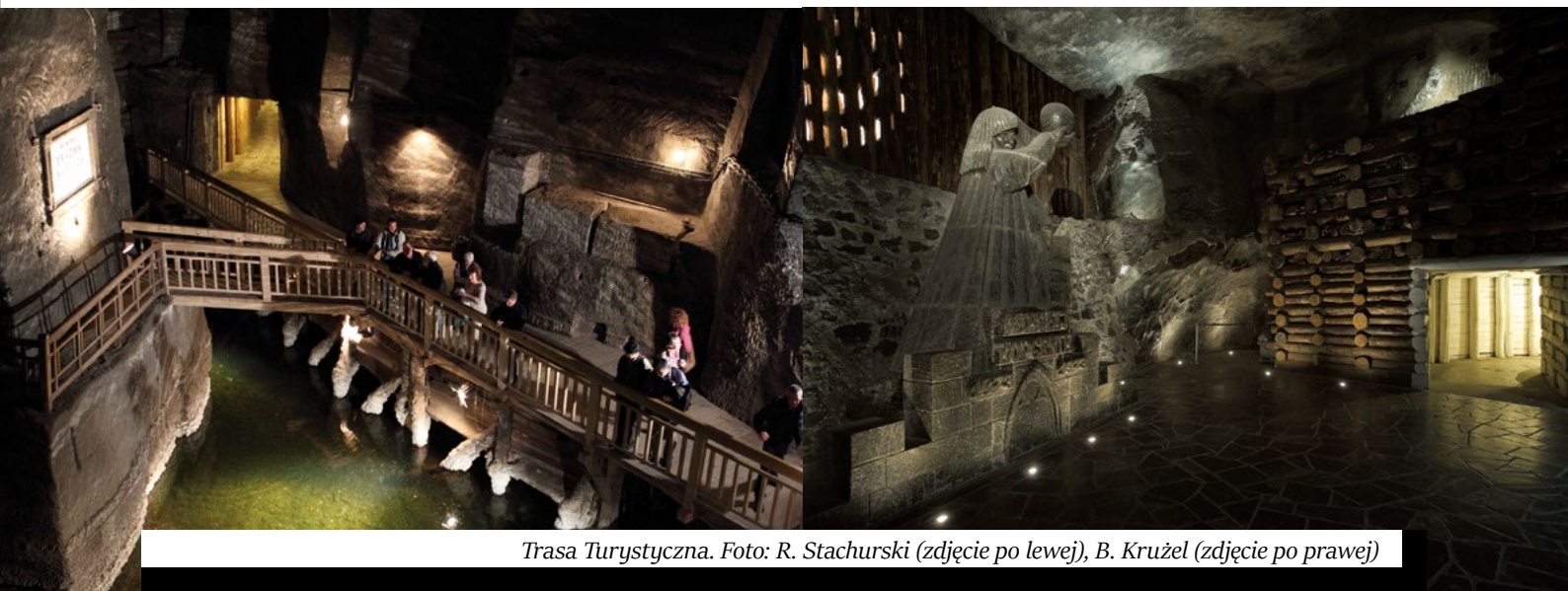
bujących i chorych (ich podopiecznym) zwiedzanie zabytkowych podziemi bezpłatnie, bądź ze znaczną zniżką. W ramach działalności charytatywnej organizowane są m.in. Mikołajki, spektakle i koncerty m.in. z okazji Dnia Dziecka. Dobrej współpracy ze społecznością lokalną służą też m.in. akcje zniżkowego zwiedzania kopalni i tężni. W zakresie „turystyki”, wydarzeń i produkcji pamiątek wdrożony został System Zarządzania Bezpieczeństwem i Higieną Pracy. Liczne inicjatywy pracownicze, honorowe krwiodawstwo, zbiórki funduszy dla potrzebujących stanowią przykłady wrażliwości wielickich górników na potrzeby innych.

Kopalnia włączyła się w program Ogólnopolskiej Karty Dużej Rodziny. Czy mógłby Pan powiedzieć coś więcej na ten temat?

Kopalnia przyłączyła się do programu gdy powstała KDR – była wśród pierwszych obiektów oferujących zniżki rodzinom 3+. Posiadaczom Karty Dużej Rodziny przysługuje 30% rabat na zakup biletów wstępu na zwiedzanie Trasy Turystycznej.

Jak CSR wpływa na konkurencyjność rynku?

CSR podobnie jak public relations buduje relacje i zaufanie otoczenia do firmy oraz jej marki. Przyczynia się ponadto do zrównoważonego rozwoju i dobrobytu społeczeństwa. Pozwala on firmom nie tylko zdobyć, ale i utrzymać przewagę rynkową – dzięki działaniom społecznie odpowiedzialnym udaje się



Trasa Turystyczna. Foto: R. Stachurski (zdjęcie po lewej), B. Krużel (zdjęcie po prawej)

Czy działania kopalni wpływają na lokalną społeczność?

Świadomość niewymiernych korzyści płynących z pozytywnych relacji ze społecznością powoduje podejmowanie licznych inicjatyw w tym kierunku. Kopalnia zna swoje najbliższe otoczenie, aktywnie uczestniczy w jego życiu i stara się odpowiadać na jego potrzeby, angażując się w promowanie kultury i sztuki, sportu czy też edukacji. Poprzez oryginalną scenografię podziemnych komór, wyjątkowy klimat i powszechną znajomość miejsca stała się centrum wydarzeń w regionie. Wspiera uzdolnione dzieci i młodzież, które w przyszłości zasilić mogą kadrę kopalni. Od wielu lat w kopalni funkcjonują przepisy umożliwiające organizacjom działającym na rzecz ludzi potrze-

zmniejszać koszty i zwiększać zyski. Współcześni klienci są coraz bardziej świadomi swych wyborów. Częściej wybierają produkty nie tylko dobrej jakości, ale i ekologiczne, wyprodukowane z zachowaniem standardów pracy oraz zasad etyki, co ma wpływ na sukces przedsiębiorstw.

W przypadku wielickiej kopalni duże znaczenie CSR ma w kontekście podnoszenia zadowolenia, kreatywności i efektywności pracowników, co przekłada się z jednej strony na zadowolenie klientów, a z drugiej na atrakcyjność firmy jako pracodawcy. Ważnym aspektem jest też wzrost zaufania do firmy wśród lokalnej społeczności, grup interesariuszy oraz lojalność klientów i kontrahentów.

Wywiad z **Marzeną Wnękowicz**, doradcą klienta w Banku Banku Zachodnim WBK, 1. Oddział w Nowym Sączu.

Jest Pani odpowiedzialna za codzienną obsługę klientów indywidualnych, sprzedaż produktów kredytowych oraz inwestycyjnych. W tym względzie jest Pani odpowiedzialna za pracę zgodnie z misją i wizją firmy. Bardzo proszę o jej przybliżenie.

„Każdy człowiek się liczy, każda decyzja ma znaczenie” to nasza podstawowa wartość korporacyjna, taki elementarz postępowania. Opiera się na niej działalność całej Grupy Santander, do której należy właśnie BZ WBK. Tak samo ważne są dla nas osoby prywatne, menedżerowie dużych przedsiębiorstw, pracownicy czy przedstawiciele organizacji pozarządowych. Chcemy, aby im się powodziło, ponieważ ich sukces jest warunkiem naszego sukcesu. Takie zunifikowanie celów podnosi naszą motywację do codziennej pracy.

Na stronie internetowej BZ WBK znalazłem cztery obszary zobowiązania. Są to: rynek, społeczeństwo, miejsca pracy i środowisko. Prosiłbym o krótkie wyjaśnienie.

Są to zobowiązania, jakie nasz Bank ma, odczuwa i realizuje wobec wspomnianego rynku, np. poprzez uczciwą rywalizację, wobec społeczeństwa, np. właśnie poprzez wspieranie imprez kulturalnych takich jak XVII Festiwal Chopinowski, wobec środowiska poprzez wspieranie innowacyjnych technologii, czy kredytowanie proekologicznych pomysłów, czy znowu po prostu dając miejsca pracy nie tylko w strukturach banku, ale też poprzez wspieranie działalności gospodarczej Polaków. Dodam, że Bank Zachodni WBK działa też na 5 filarach:

[1] wspiera szkolnictwo wyższe i edukację ekonomiczną, badania naukowe, wspiera ideę przedsiębiorczości wśród młodzieży i dorosłych; [2] działa na rzecz lokalnych społeczności; [3] prowadzi aktywny dialog z klientami, pracownikami, partnerami, przedsiębiorcami i lokalnymi społecznościami; [4] angażuje się w ochronę środowiska poprzez wspieranie nowoczesnych technologii; [5] działa charytatywnie poprzez utworzenie Fundacji Banku Zachodniego WBK.

Proszę powiedzieć, który z tych filarów jest, Pani zdaniem, najważniejszy.

Jeśli chodziłoby o społeczną odpowiedzialność biznesu, za najważniejsze uznałabym wspieranie szeroko pojętej edukacji. Zaczęć od ogólnodostępnych programów edukacyjnych dla dzieci, młodzieży i dorosłych, na naszej stronie internetowej. Wiem, że wspomniane gry edukacyjne są często elementem podstaw przedsiębiorczości i przedmiotów ekonomicznych w szkołach. To się nazywa praca u podstaw! Wartości, jakie płyną z wczesnej edukacji finansowej są istotne dla całego społeczeństwa, warto zdobywać taką wiedzę od najmłodszych lat oraz poszerzać ją w każdym wieku. Lekcje z przedsiębiorczości są obowiązkowym elementem programu kształcenia. Taki sposób jest na pewno atrakcyjny i przyjazny dla młodego człowieka. Wspomniany przeze mnie wcześniej Konkurs Chopinowski także jest elementem edukacji, oczywiście kulturalnej. Co do wsparcia

przemysłów wschodzących i pomysłowości Polaków, po prostu widzę to w mojej codziennej pracy, w każdym kredycie, w każdej złotówce wydanej przez naszych klientów na inwestycje.

Czy są jeszcze inne ciekawe inicjatywy Banku Zachodniego WBK, na przykład dotyczące bezpośrednio pracowników?

Tak, jest kilka takich inicjatyw. Po pierwsze, szkolenia zawodowe. Do programu tych szkoleń na stałe został włączony temat Społecznej Odpowiedzialności Biznesu. Może on także mieć formę dobrowolnego kursu, który można zaliczyć on line. W 2015 roku przeprowadzono zbiórkę starych telefonów komórkowych wśród pracowników. Akcja odbywała się pod hasłem: „Komórki do zbiórki”. Uzyskane z niej pieniądze zostały przeznaczone na sprzęt AGD dla Wrocławskiego Centrum Opieki i Wychowania. Naszych klientów zawsze zachęcam do korzystania z bankowości mobilnej, gdyż jest to dla nich bardzo duże ułatwienie. Co ciekawe aplikacja mobilna Banku Zachodniego WBK została uznana za najlepszą wśród polskich banków i drugą w Europie, o czym możemy również dowiedzieć się także ze strony internetowej Banku.

Proszę o więcej informacji na temat strony „Bank Pomysłów”, która działa na zasadzie bloga, czy forum, gdzie każdy może wyrazić swoją opinię na temat waszego Banku.

Na pewno jest to źródło ciekawych informacji i pomysłów na ciągłą poprawę jakości naszych usług. Za zrealizowane pomysły nasz Bank „kusi” nagrodami. Idealne miejsce dla osób myślących innowacyjnie. Z pewnością nie jest to jakieś nowoczesne rozwiązanie, gdyż takie techniki stosują różne przedsiębiorstwa, z różnych branż, ale na pewno u nas takie rozwiązanie sprawdza się. Z takich pomysłów powstały nasze Oddziały Bez Barrier, gdzie wprowadzono chociażby niższe lamy kasowe dla osób niepełnosprawnych na wózkach. Słyszałam też o rozwiązaniu, w którym lektor w słuchawkach pomaga wybrać osobom niedowidzącym i niewidomym pieniądze z bankomatów.

Na stronie BZ WBK są też raporty CSR z lat poprzednich.

Raportowanie działań pozafinansowych Banku Zachodniego WBK podsumowuje i pokazuje zaangażowanie Banku w zrównoważony rozwój, opowiada o sukcesach i wyzwaniach oraz daje możliwość sprawdzenia, w jakim stopniu realizowana jest strategia firmy w obszarze CSR. Bardzo istotne jest abyśmy byli instytucją wiarygodną, transparentną i przejrzystą. Raporty tworzymy w oparciu o dialog z interesariuszami, zaangażowani są również pracownicy, dyrektorzy i inne osoby operacyjne.

Jakie są dalsze plany banku w zakresie społecznej odpowiedzialności?

Będziemy dążyć do utrzymania obecnego stanu posiadania w zakresie CSR, ale nigdy nie przerwiemy pracy nad wydłużaniem listy ciekawych, efektywnych działań. Zachęcam również wszystkich do przeglądania naszej strony internetowej, gdzie wszystko jest dokładniej wyjaśnione. Można znaleźć tam nie tylko nasze usługi finansowe, ale jak widać, także cały wachlarz usług powiązanych ze Społeczną Odpowiedzialnością Biznesu. Od ochrony środowiska, po kulturę czy nowoczesne rozwiązania. Zapraszam do współpracy!

Bardzo dziękuję za rozmowę.

Rozmawiał: **Bartłomiej Ślimak**, student kierunku Administracja na Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie.

Astor – firma odpowiedzialna społecznie

*Monika Machowska (Krakowski Park Technologiczny)
we współpracy z Renatą Poredą (koordynator ds. komunikacji i CSR Astor)*

Firma ASTOR od 1987 roku dostarcza nowoczesne technologie z zakresu systemów IT dla przemysłu, automatyki przemysłowej i robotyki oraz wiedzę biznesową i techniczną dla polskich i zagranicznych przedsiębiorstw przemysłowych. Z rozwiązań ASTOR korzystają duże fabryki i małe firmy, praktycznie w każdej branży przemysłu. Firma działa na rynku 28 lat, zatrudnia 120 pracowników, posiada 7 oddziałów w całej Polsce oraz przeszło 4000 zadowolonych klientów na całym świecie. Poza standardową działalnością biznesową, firma podejmuje też wiele aktywności na rzecz społeczności, w której funkcjonuje na co dzień. Przykład firmy pokazuje, że zaangażowanie społeczne, dbałość o klientów, jak i pracowników, wspieranie zdolnych studentów, mogą stać się źródłem przewagi konkurencyjnej.



ASTOR – odpowiedzialność w każdym wymiarze

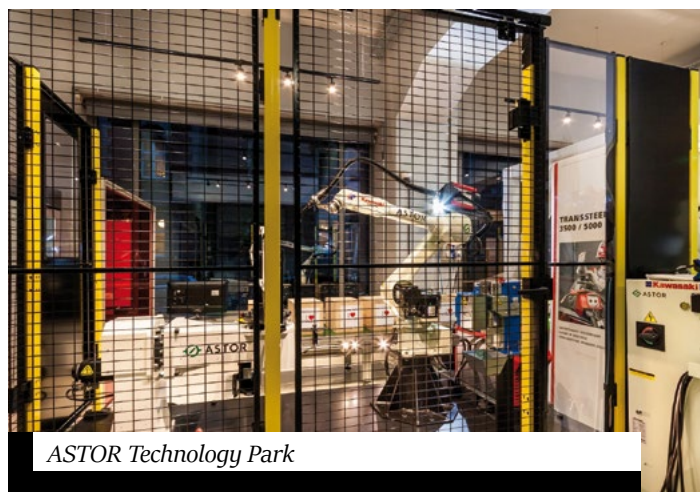
Przez ostatnie 28 lat ASTOR osiągnął wiele sukcesów biznesowych, z roku na rok rozwija się sprzedaż, rosną słupki obrotów, ale te sukcesy nie cieszyłyby tak bardzo, gdybyśmy celebrowali je sami. Dzielimy się nimi z naszym otoczeniem, wspierając inicjatywy charytatywne, pogłębiając współpracę z uczelniami czy instytucjami kultury. Działalność społecznie odpowiedzialna to naturalny i oczywisty krok dla firmy, która osiągnęła dojrzałość rynkową – mówi Stefan Życzkowski, prezes ASTOR i dodaje, że ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU NIE DA SIĘ ROBIĆ W POJEDYNKĘ.

Kultura organizacyjna i budowanie stabilnych relacji z otoczeniem

„Mamy świadomość, że społeczna odpowiedzialność to coś więcej niż jednorazowa akcja sponsoringowa. To długoletnie, konsekwentne budowanie relacji, tak wewnątrz firmy, jak i z jej otoczeniem. Aby firma w wiarygodny sposób mogła budować wizerunek eksperta w swojej dziedzinie i godnego zaufania partnera, nie może zapominać o różnych grupach interesariuszy – zarówno w branży, jak i poza nią. Dla ASTOR są to pracownicy, partnerzy biznesowi, media, ale też studenci czy pracownicy uczelni technicznych” – Renata Poreda, koordynator ds. komunikacji i CSR, ASTOR

Pracownicy

Dla firmy ASTOR każdy pracownik jest ważny, gdyż to od członków zespołu zależy wizerunek firmy na zewnątrz: począwszy od etapu rekrutacji, poprzez okres zatrudnienia, a nawet czas po rozwiązaniu współpracy. Przyjazna atmosfera pracy, zachowanie równowagi między życiem zawodowym, a rodzinnym oraz ciągły rozwój i podnoszenie kwalifikacji – w firmie ASTOR jest to podstawowy element zarządzania. Wartości cenione w firmie to: współpraca w zespole i rozumienie różnic, podejście win-win, szacunek do siebie nawzajem, oraz do klientów.



ASTOR Technology Park

Dostawcy

„Od udanej współpracy z naszymi dostawcami zależy skuteczność w wypełnianiu oczekiwań naszych klientów, dlatego wspólnie negocjujemy i wypracowujemy partnerskie zasady działania. Staramy się uczciwie realizować potrzeby każdej ze stron. We wszystkich prowadzonych przez nas działaniach przyświecają nam zasady etyki i moralności”, mówi Jarosław Gracel, Dyrektor ds. Relacji i Marketingu.

Kadra akademicka, studenci i uczniowie

Dla firmy ASTOR bardzo ważną grupą docelową są również pracownicy i studenci uczelni technicznych – w końcu tam kształcą się przyszli inżynierowie automatyki i robotyki. Celem firmy jest, by postrzegali oni ją jako solidnego, doświadczonego i uczciwego partnera czy też przyszłego pracodawcę. Studenci i uczniowie, to szczególnie społeczność, której firma poświęca

c.d. artykułu na stronie 10 >>

dokończenie artykułu ze strony 8 »

dużo zainteresowania. Popularyzacja nowoczesnych technologii wśród studentów i uczniów nie tylko uzupełnia ich wiedzę i wzbogaca doświadczenie, ale oddziałuje także pośrednio na rynek pracy. To przecież obecni studenci będą w przyszłości wpływać na poziom techniczny polskich przedsiębiorstw. Od 1998 roku firma organizuje konkurs na najlepsze prace dyplomowe, których tematyka jest związana z systemami sterowania linią produkcyjną, monitoringiem i wizualizacją procesów przemysłowych, automatyzacją procesów produkcyjnych czy stanowiskami zrobotyzowanymi. Jedną z ważniejszych inicjatyw w firmie jest program praktyk studenckich – to nie tylko sposób promocji firmy, ale też dotarcia do obdarzonych wiedzą i umiejętnościami, ambitnych młodych ludzi, którzy mogliby wzmocnić zespół ASTOR.

współpracując szczególnie blisko ze stowarzyszeniami, które działają na rzecz wyrównywania szans w dostępie do edukacji i godnego życia. Corocznie 2 proc. wypracowanego zysku netto przekazywane jest na cele charytatywne. O tym, jakie inicjatywy są wspierane tymi pieniędzmi decydują sami pracownicy, a działania koordynuje powołana spośród nich Drużyna HEART-aktywna. Drużyna Heart-Aktywna nie posiada roli autorytarnej, a jedynie zarządczą. Pomysł na wsparcie danej organizacji może zgłosić każdy pracownik. Na bazie zgłoszenia zostaje stworzona analiza beneficjenta i wydawana jest decyzja odnośnie wsparcia. W przypadku wyczerpania się budżetu charytatywnego na dany okres, prośba o pomoc przechodzi na kolejny rok. Istotnym faktem jest jawność informacji o wspartych przez nas organizacjach. Każdy pracownik może zapoznać się z listą beneficjentów za pośrednictwem intranetu. Drużyna He-



ASTOR Technology Park Open Days

ASTOR Business & Production Conference

ASTOR Business & Production Conference

Ośrodki naukowe i edukacja

Firma współpracuje również z uczelniami, wspierając je w zakresie udostępniania i wypożyczania sprzętu do laboratoriów. Wszystkie ośrodki naukowe zainteresowane nabyciem sprzętu mogą zawsze liczyć na preferencyjne, bardzo atrakcyjne ceny zakupu, dzięki czemu studenci i pracownicy naukowcy mają do dyspozycji rozwiązania obowiązujące aktualnie na rynku. W rozwiązania dostarczane przez ASTOR wyposażonych jest 600 placówek edukacyjnych w całej Polsce. W głównej siedzibie firmy, ASTOR Technology Park przy ul. Smoleńsk, funkcjonuje pierwsza w Europie interaktywna, dostępna dla kontrahentów, studentów, przedstawicieli świata naukowego i turystów, wystawa robotyki i technologii IT – ASTOR Innovation Room. Odbywają się w niej testy, pokazy i szkolenia.

Organizacje non-profit

„Naszym zyskiem dzielimy się z innymi, w tym z najbardziej potrzebującymi” mówią władze firmy. Wiemy, że bez wsparcia środowiska biznesowego wiele organizacji pożytku publicznego nie mogłoby należycie funkcjonować. Dlatego też firma ASTOR wspomaga finansowo i organizacyjnie wartościowe inicjatywy,

art-Aktywna wspiera również działania sportowe prowadzone przez pracowników ASTOR, którzy swoją aktywność ruchową dedykują osobom potrzebującym. Projekt nosi nazwę Mięsień Sercowy i przyłączyć się do niego może każdy pracownik firmy ASTOR. Wystarczy, że wykona sobie zdjęcie w trakcie aktywności fizycznej i prześle je do Drużyny Heart-Aktywnej. Wtedy zespół „odblokuje” założoną kwotę pieniędzy dla potrzebujących i umieści zdjęcie pracownika w galerii Anatomia Dobra znajdującej się w naszym intranecie.

Projekty charytatywne

Oprócz bieżących działań, Drużyna Heart-Aktywna prowadzi w ASTOR dwa kluczowe projekty charytatywne. Oba zmieniają firmę nie do poznania. Pierwszy z nich to Dzień Dziecka, obchodzony z pilnymi uczniami Akademii Przyszłości. Dzieci w ten dzień przejmują kontrolę nad firmą i bawiąc się w detektywów sprawdzają wszystkie zawilości naszej pracy. Kontrolują zawartość kasy w Dziale Księgowości, czy też skrupulatnie sprawdzają każdą wychodzącą przesyłkę. Drugi najważniejszy projekt charytatywny to akcja Szlachetna Paczka. Pracownicy wraz z nami organizują specjalne paczki dla najbardziej po-



ASTOR sport & social activities

trzebujących. Ich ilość z roku na rok rośnie. Niewątpliwie firma ASTOR buduje swoją wiarygodność jako firma odpowiedzialna społecznie. Niezależnie, czy angażuje się w budowanie prestiżu zawodu automatyka wspierając młodych inżynierów, czy pomaga potrzebującym, czy wspiera polskie uczelnie, czy etycznie współpracuje ze swoimi partnerami biznesowymi, zawsze

na pierwszym miejscu stawia zasadę win-win. Za swoją działalność firma dostała już Nominację w konkursie Firma Dobrze Widziana na najlepszy wizerunek w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu w województwie małopolskim, którego organizatorem jest Business Centre Club.

CSR po tarnowsku

Paulina Szarkowicz

Tarnowska Agencja Rozwoju Regionalnego, stazysta@tarr.tarnow.pl, www.tarr.tarnow.pl

Społeczna odpowiedzialność biznesu w Gemini Park Tarnów U progu XXI wieku idea społecznej odpowiedzialności biznesu określanej w skrócie jako CSR jest powszechnie znana na całym świecie a odpowiedzialny biznes stał się zjawiskiem globalnym. W wielu miejscach pojawiają się inicjatywy, które angażują liderów biznesu, organizacji pozarządowych i administracji państwowej.

CSR określa się jako koncepcję, dzięki której przedsiębiorstwa na etapie budowania strategii dobrowolnie uwzględniają interesy społeczne i ochronę środowiska, a także relacje z różnymi grupami interesariuszy. Innymi słowy, odpowiedzialność biznesu to efektywna strategia zarządzania, która poprzez prowadzenie dialogu społecznego na poziomie lokalnym przyczynia się do wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstw na poziomie globalnym a jednocześnie kształtowania warunków dla zrównoważonego rozwoju społecznego i ekonomicznego.

najczęściej akcje sponsorskie, wsparcie finansowe lokalnych projektów i inicjatyw, takich jak np. świąteczne zbiórki żywności czy imprezy charytatywne. Oczywiście te działania są w dalszym ciągu niezwykle ważne, obecnie jednak aby zyskać i utrzymać pozytywny wizerunek, galerie powinny zaspokajać nie tylko potrzeby konsumpcyjne swoich klientów, ale również potrzeby społeczne. Tu szczególna uwaga powinna być skierowana na dzieci i młodzież, która w centrach handlowych spędza coraz więcej czasu. Dla Gemini Park Tarnów od samego początku działalności firmy są one najważniejsze, dlatego też działalność społeczna związana z nimi musiała zostać zaplanowana w sposób odpowiedzialny i długofalowy.

W Tarnowie z inicjatywy właściciela i prezesa Gemini Holding, Rafała Sonika, powstał projekt Stowarzyszenia SIEMACHA, powiązany z centrami handlowymi. Pierwsza w Europie placówka przy galerii handlowej, w której młodzież i dzieci mogą ak-



Galeria Szkolnych Talentów 2014 (po lewej prezentacja żuźlowców, po prawej finał akcji)

Obecnie zainteresowanie społeczną odpowiedzialnością przedsiębiorstw jest coraz większe. Potrzeba ta wypływa nie tylko od samych przedsiębiorstw, ale także od społeczności lokalnej. Dlatego też idea społecznej odpowiedzialności biznesu przestaje być tylko modą, a w obecnych realiach rynkowych staje się wręcz koniecznością. W nurt ten zaczęły również wpisywać się galerie handlowe, które zmieniają swoją naczelną funkcję i przestają być miejscami tylko i wyłącznie handlu, i stają się centrum życia społecznego, spotkań towarzyskich czy spędzania wolnego czasu. Dawniej CSR centrów handlowych były to

tywnie spędzać wolny czas realizując swoje pasje, utworzona została właśnie przy tarnowskim Gemini Park.

Dziś nie ma już trzepaków, ławki na osiedlach bywają niebezpieczne, a place zabaw są tylko dla najmłodszych. Przestrzeń rówieśniczych relacji, twórczego działania i zdobywania nowych doświadczeń spełnia SIEMACHA Spot.

SIEMACHA Spot to specjalistyczne placówki wsparcia dziennego dla młodych ludzi w wieku szkolnym, którzy z własnej woli chcą być częścią społeczności, akceptują jej normy, są otwarci na zdobywanie nowych umiejętności. Bowiem młody człowiek

szuka kolegów i koleżanek, dzięki naturalnej potrzebie przynależności do grupy, zaczyna budować własne poglądy, zdobywać wiedzę oraz doświadczać wartości życia. Czasem szuka pomocy w życiowych zawirowaniach, kłopotach w szkole, czy problemach w rodzinie. Chce spotkać ludzi, z którymi można znaleźć sposób na pokonanie lenistwa i własnych słabości, albo doświadczyć adrenaliny podczas wypraw górskich, sportowej rywalizacji czy tworzenia dużych wydarzeń. Po prostu chce tworzyć, by nie zniszczyła go nuda oraz mieć wpływ na swoje życie. Placówki SIEMACHA wychodzą naprzeciw takim młodym osobom oferując szereg bezpłatnych zajęć muzycznych, tanecznych, językowych i sportowych, dostępna jest także specjalistyczna pomoc pedagogiczna. Podopieczni stowarzyszenia mają także możliwość współorganizacji wydarzeń, które odbywają się w tarnowskim Gemini Park.

Aby pomóc w realizacji tych zadań, pracownicy centrum organizują specjalny cykl zajęć biznesowych, podczas których, młodzież poznaje tajniki m.in. planowania imprez i ich budżetowania oraz przygotowania. Podopieczni, SIEMACHY współtworzą wydarzenia organizowane przez Gemini, jak i mają okazję od strony praktycznej poznać świat sieci handlowych i reguły rządzące biznesem. Dzięki temu zdobywają wiedzę o zasadach, jakimi rządzi się rynek pracy, a w odróżnieniu od szkolnych zajęć, mają możliwość w sposób praktyczny poznać specyfikę różnych profesji i zmierzyć się z zadaniami, które na co dzień wykonuje w Gemini wykwalifikowany personel. Wchodząc na rynek pracy, młodzież będzie posiadała ugruntowaną wiedzę wynikającą z doświadczenia, a nie tylko „wyobrażenie” na temat konkretnych zawodów. A najważniejsze jest to, że dając podopiecznym SIEMACHY możliwość atrakcyjnego i wartości-

jest partnerem tarnowskiego sportu, chociażby żużla i ściśle współpracuje z lokalnym klubem – Unią Tarnów. Organizuje cykl spotkań z zawodnikami na terenie obiektu, rozdaje również bilety na ich mecze. Współdziała także z pobliską szkołą oraz parafią, ale i z lokalnymi fundacjami, m.in. Via Spei, które wspieramy, umożliwiając im zbiórki pieniędzy na różne cele i ośrodki. Działania Galerii to także szereg wartościowych przedsięwzięć kulturalnych – m.in. wsparcie dla Kantaty Tarnowskiej czy Panoramy Siedmiogrodzkiej. Gemini Park Tarnów stworzyło również w swoich wnętrzach „Galerię w Galerii”, czyli platformę do prezentacji sztuki fotograficznej i malarskiej. Prowadzi też szereg działań edukacyjnych na terenie obiektu, między innymi z zakresu bezpieczeństwa ruchu drogowego. Zainwestowano również w infrastrukturę otoczenia: drogi, parkingi, tereny zielone i sportowe, a obecnie trwają prace nad projektem placów zabaw i innych atrakcji dla dzieci. Dzięki tym działaniom tarnowianie mają poczucie, że Gemini Park jest miejscem im bliskim, zaangażowanym w sprawy lokalne, „skrojonym na miarę” tego, co dla nich ważne. Ukoronowaniem działań prospołecznych Gemini Holding są otrzymane nagrody: w 2012 roku Social Responsibility Award – prestiżowe wyróżnienie za zaangażowanie w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu, które przyznawane jest przez redakcję miesięcznika Shopping Center Poland i branżowego portalu Retailnet.pl. oraz wyróżnienie odebrane podczas II Kongresu Praktyków Biznesu, który odbył się 20 września 2016 w Sosnowcu, nagroda HumanitAS za najlepsze działania w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu.

Wszelkie działania podejmowane przez Gemini mają jeszcze jedną wartość: budują pozytywne relacje z otoczeniem i wpły-



Targi Zajęć Pozaszkolnych (zdjęcie po lewej), Wystawa zwierząt egzotycznych (zdjęcie po prawej)

wego spędzenia czasu, pokazujemy, że centrum handlowe to nie tylko zakupy, ale również miejsce, w którym można zdobyć cenne doświadczenie, przydatne w przyszłej drodze zawodowej. SIEMACHA może zatem w niedalekiej przyszłości stać się „kuźnią” wykwalifikowanej i doświadczonej kadry dla Gemini Park Tarnów bowiem ośrodek młodzieżowy obok centrum to furtka, którą Firma może dotrzeć do młodych pokoleń. Oczywiście, społecznie odpowiedzialne działanie Gemini nie sprowadza się wyłącznie do wspierania SIEMACHY. To cały szereg działań na rzecz Tarnowa i mieszkańców. Gemini

wają na wizerunek firmy. Konkurencja na rynku handlowym jest czymś, z czym Firma będzie musiała mierzyć się zawsze. Może ścigać się na oferty, bo to ważne, ale tym, co ją wyróżnia i co jest niezaprzeczną wartością, jest reputacja firmy. Jej budowanie jest zadaniem niezwykle odpowiedzialnym i trudnym, jednak wysiłek w to włożony jest autentyczny i wartościowy tylko wtedy, gdy nie jest to wizerunek wymyślany naprędce przez wyspecjalizowane agencje i oderwany od rzeczywistości. Wizerunek musi wynikać z autentycznych działań firmy, ale przede wszystkim z kulturowanych w niej wartości.

Potrzebna nam dobra technologia!

Maciej Myśliwiec

Wydział Humanistyczny AGH; Maciej.Myśliwiec@agh.edu.pl; www.wh.agh.edu.pl

W drugiej dekadzie XXI wieku każdego dnia powstaje nowa technologia, która ma szansę zmienić naszą codzienność. W mniejszym lub większym stopniu tak się właśnie dzieje, gdyż większość z tych technologii u podstaw powstania ma jasno postawione cele: innowację, poprawę jakości życia oraz oczywiście także produkcję i sprzedaż. Odpowiednia kampania informacyjna może dodatkowo spotęgować efekt oczekiwania i doprowadzić do szybszej dystrybucji technologii oraz sukcesu finansowego firmy. Ważnym elementem jest także to, że w momencie, w którym użyteczna technologia dociera do odbiorcy, staje się przyczynkiem zmiany w jego życiu. To on sam pod jej wpływem podejmuje decyzje o tym w jakim zakresie zmieni się jego świat. Oznacza to, że kontakt biznesu i odbiorcy oparty jest o aktywność podmiotów z obu stron – chęci sprzedaży ze strony dostawcy i chęci dokonania zmiany ze strony konsumenta.

Ważnym jednak elementem jest tu oczywiście także wymiar finansowy, który ma wpływ na to czy do „transakcji” w ogóle dojdzie. Jeżeli technologia będzie zbyt droga dla odbiorcy – skorzysta z niej później albo wcale.

Zastanówmy się co by było gdyby kwestie finansowe wyłączyć z tego procesu? Gdyby przekonać dostawcę technologii, że jego wynalazek może pomóc wielu ludziom pod warunkiem, że zrezygnuje z części dochodu na rzecz korzyści niebezpośrednio materialnej, ale równie ważnej – satysfakcji, uznania, zwiększenia świadomości marki? Albo, że sama jego technologia może zostać wykorzystana do rozwiązania problemu społecznego? Czy jesteśmy w stanie przekonać firmy technologiczne, że elementem ich pracy powinno być także wsparcie środowiska, ludzi lub idei? Czy te firmy rozumieją, że dzisiaj prowadzenie biznesu powinno być oparte o etyczne zasady tak, żeby nie tyl-



Roślina na układzie scalonym

ko mieć, ale być – być rozpoznawalnym jako firma wiarygodna i dbająca o pracownika?

Odpowiedź jest coraz częściej twierdząca. Coraz więcej firm prowadzi działy CSR (Corporate Social Responsibility), organizuje wolontariat pracowniczy, wspiera lokalne (i nie tylko) projekty społeczne rozumiejąc, że jest to dziś istotny element istnienia organizacji. Bywa jednak i tak, że przedsiębiorstwo podejmuje tego typu działania nie mając świadomości, że prowadzi właśnie działania CSR-owe. Dzieliąc się doświadczeniem z otoczeniem nie określa tej aktywności jako czegoś, co łączy się z odpowiedzialnym biznesem. Szczególnie istotnym graczem są w tym przypadku firmy technologiczne. Posiadają one know-how, które może być potrzebne społeczności oraz technologię, która na co dzień może być dla tej społeczności niedostępna (bo np. jest ona zbyt kosztowna). Dzięki wsparciu firmy i w oparciu o jej infrastrukturę można dokonać rzeczy naprawdę istotnych dla społeczności, zarówno wewnątrz firmy, jak i w jej otoczeniu.

Najważniejsze jest jednak to, że coraz więcej przedsiębiorstw rozumie, że działania CSR-owe są ważne w życiu organizacji. Według raportu Forum Odpowiedzialnego Biznesu 68% osób z kadry kierowniczej i 60% pozostałych pracowników badanych firm uważa, że CSR powinien pełnić ważną rolę w tworzeniu strategii biznesowej. 63% badanych firm formalnie uwzględnia CSR w swojej strategii, zaś 7% rozważa włączenie tej koncepcji do strategii. (<http://odpowiedzialnybiznes.pl>). Co istotne liczba ta w każdym kolejnym roku badania wzrasta, a więc wzrasta także świadomość. Jest to zarówno wynikiem coraz większej popularności działań CSR-owych, jak i edukacji



Spotkanie CSR KRK. Foto: Wojciech Kobylański

w tym zakresie. Wspomniane wcześniej Forum Odpowiedzialnego Biznesu oprócz badania rynku prowadzi także programy edukacyjne. Lokalnie, na krakowskim rynku, Stowarzyszenie wzmacniacz.org organizuje wraz z Wydziałem Humanistycznym AGH spotkania CSR KRK, podczas których prelegenci z firm i fundacji dzielą się swoimi doświadczeniami w zakresie odpowiedzialnego biznesu inspirując innych do podejmowania tych działań.

Edukacja w tym zakresie jest jednym z podstawowych czynników rozwoju. W firmach zmiana jest zarówno odgórną, jak i oddolną, wymaga jednak zainspirowania. Przykłady dobrych praktyk, które publikowane są przez FOB i inne organizacje zajmujące się tematyką CSR oraz społeczność skupiona wokół #CSRwPL, która dzieli się swoimi doświadczeniami na Facebooku i Twitterze znacznie rozbudowuje działania CSR-owe w Polsce. Co istotne należy pamiętać, że społeczna odpowiedzialność biznesu to nie tylko bezpośrednia pomoc, ale także umiejętność wykorzystania tworzonej technologii na potrzeby rozwoju społeczności. Dzięki temu pomoc jest prostsza – nie wymaga dużych nakładów czasu i finansów, czyli zmniejsza próg wejścia chętnym do niesienia pomocy i rozwiązywania problemów społecznych.

Ciekawym przykładem angażowania się przez firmy technologiczne w pomaganie są także hackatony, w trakcie których aktywne społecznie osoby mogą przygotować i zaprezentować problem społeczny oraz swoją propozycję na jego rozwiązanie przy użyciu technologii określonego producenta. To dzięki tego typu spotkaniom firma może poznać dodatkowe możliwości swojej technologii a aktywiści nawiązać współpracę z producentem.

Najważniejsze w działalności odpowiedzialnego biznesu jest to aby nie była ona okazjonalna i nieprzemyślana. Działania w ramach CSR wymagają skrupulatnego planowania. Istotne jest także, aby działania te wpisane były w misję i wartości firmy. W przeciwnym wypadku pracownicy firmy nie będą utożsamiali się z takimi działaniami i traktować je będą jako coś, co jest obowiązkiem w ramach pracy, a nie realną pomocą, którą oni i ich pracodawca faktycznie niosą.

Firmy sektora IT i technologii są szczególnie predestynowane do odpowiedzialnego prowadzenia biznesu. W czasach, gdy na technologii opieramy większość naszego życia, wykorzystanie jej do celów społecznych jest rzeczą niezmiernie ważną i mającą walor edukacyjny. Dzięki CSR-owym działaniom firmy te edukują pracowników i odbiorców swoich produktów: uczulają na istotne społecznie kwestie i pokazują kierunek w jakim powinniśmy my jako konsumenci się poruszać jeśli chcemy komuś pomóc. Istotne jest to, że technologia pozwala nam nieść pomoc bez angażowania czasu i siły, bo sama może być kanałem pomocy – zwróćmy uwagę, jak duża część pomocy finansowej niesiona jest przez portale crowdfundingowe. Dzięki nim bez wychodzenia z domu możemy pomóc każdemu kto tej pomocy potrzebuje lub też zaangażować się w rozwiązanie problemu jakiegokolwiek społeczności. Firmy technologiczne to też zwykle największe przedsiębiorstwa, których produkcja ma znaczny wpływ na środowisko. Dlatego tak bardzo istotne jest, aby ta produkcja była odpowiedzialna, i aby wszelkie działania przedsiębiorstwa w tym temacie były stałe, raportowane i umieszczone w wartościach firmy. Dzięki temu konsumenci są w stanie obdarzyć taką firmę zaufaniem.

W życiu przedsiębiorstwa działania CSR-owe mogą więc dotyczyć wielu grup docelowych i być organizowane w oparciu o różne działy i technologie. Najważniejsze jest jednak, aby ogólny zamysł odpowiedzialności był spójny i podzielany przez wszystkich. Wtedy firma jest w stanie stworzyć naprawdę dobrą technologię.

Nowa krakowska ekonomia wartości

Ada Rogalska, Aleksandra Trójca Na podstawie: www.oees.pl oraz przy współpracy z pracownikami Fundacji Gospodarki i Administracji Publicznej (www.fundacja.e-gap.pl)

Czym jest Open Eyes Economy?

Autorami idei Open Eyes Economy, która powstała pod koniec 2013 roku, są Jerzy Hausner i Mateusz Zmysłony. Polega ona na skonstruowaniu całościowych, teoretycznych podwalin pod nowe podejście do prowadzenia biznesu (w szerokim tego słowa znaczeniu). Open Eyes Economy (OEE) rozumie się poprzez gospodarkę opartą na wartościach społecznych. Ekonomia Wartości „otwiera oczy na świat”, zakładając, iż przebudzeni konsumenci preferują zakup dóbr i usług od firm godnych zaufania, które dodatkowo cechuje: społeczne zapotrzebowanie i zaangażowanie, własna i unikalna kultura, jak również trafnie zdefiniowana i rzetelna misja przedsiębiorstwa. Taki kierunek rozwoju jednoznacznie wskazuje na oparcie fundamentów dla dalszego rozwoju na najmniejszej, acz zarazem podstawowej jednostce organizacji i jej środowiska tj. człowieku. Twórcy OEE stworzyli model składający się z trzech koncepcji: „Firma – idea”, „Marka – kultura”, „Miasto – idea”. Tak dobrane komponenty są podstawą do bieżących dyskusji na temat OEE, a także tworzą przestrzeń do dalszych rozważań i budowy nowej, pełnej i przyjaznej dla ludzkości Gospodarki Otwierających się Oczu.

Co zawierają w sobie koncepcje OEE?

„Firma – idea” stawia tezę, która mówi, że biznes skupi się przede wszystkim na wartościach istotnych dla społeczeństwa. Konsekwencją takiego ujęcia jest odejście od paradygmatu celu rozumianego jako pomnażanie zysku, na rzecz budowania wartości przedsiębiorstwa. Efektem tych działań jest uzyskanie najbardziej pożądanej, najistotniejszej wartości z punktu widzenia zarządu i akcjonariuszy, czyli długofalowej przewagi konkurencyjnej, stabilizacji i rosnącej rentowności działań. Co więcej, „Firma – Idea” pobudza wśród pracowników i klientów entuzjazm, przez co przeistacza się w instytucję zaufania społecznego. Według twórców OEE społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR) nie jest wystarczająca, ponieważ globalna gospodarka jest zakłócana kryzysem idei. Rozwiązaniem jest atrakcyjna i wiarygodna społecznie koncepcja zarządzania biznesem. Odpowiedzią staje się „Firma – Idea”, która jest innowacyjnym przedsiębiorstwem, wychodzącym naprzeciw potrzebom społeczeństwa, zarządzanym z pasją, inwestującym w zrównoważony rozwój, dzięki czemu jego pracownicy mają poczucie sensu wykonywanej przez nich pracy.

Drugą koncepcją jest „Miasto – idea”, która wskazuje na funkcję miast ukierunkowaną przede wszystkim na ludzi, a do-

piero w drugiej kolejności na inwestorów, czy deweloperów. Miasta powinny zatem rozwijać się w sposób zrównoważony, uwzględniając czystość i atrakcyjność obszaru miejskiego, w szczególności mając na uwadze dobro jego mieszkańców. Przykładem takiego rozwiązania jest koncepcja smart city, czyli inteligentnego miasta, którą w swojej strategii uwzględniła m.in. miasto Kraków.

Jako trzecia została uwzględniona koncepcja „Marka – kultura”, która zwraca uwagę na istotność komunikacji społecznej



w stosunku do tradycyjnego marketingu. Podkreślenia wymaga w tym miejscu rola designu, a w szczególności jego zastosowanie w przestrzeni publicznej i architekturze miejskiej. Marka „Firmy – idei” jest również synonimem kreowania kultury. **W jaki sposób idea OEE może trafić do szerszego grona odbiorców?**

Autorzy idei Open Eyes Economy postawili na dyskusję i to na najwyższym, światowym poziomie. W dniach 15-16 listopada w krakowskim Centrum Kongresowym ICE odbędzie się szczyt *Open Eyes Economy Summit 2016*, podczas którego Ekonomia Wartości po raz pierwszy stanie się przedmiotem międzynarodowego forum. Miejsce konferencji nie jest przypadkowe. To jedno z najlepszych i najnowocześniejszych miejsc do odbywania takich spotkań w Europie. Nie tylko miejsce, ale i zaproszeni goście nie są przypadkowi.

Podczas szczytu wystąpi wiele wybitnych osobowości ze świata nauki, polityki, ekonomii i kultury, wśród nich m.in. osoby tworzące Radę Programową Open Eyes Economy, czyli prof. dr hab. Danuta Hübner, prof. dr hab. Jerzy Hausner oraz dr inż. arch. Krzysztof Ingarden. Każdy zainteresowany może w tym wyjątkowym wydarzeniu wziąć udział, wystarczy się zarejestrować na stronie : www.oees.pl, aby w listopadzie brać czynny udział we wspólnym otwieraniu oczu na globalne pro-

blemy, poszukując jednocześnie dla nich adekwatnych i realnych rozwiązań.

Kogo może zainteresować Open Eyes Economy Summit?

Światowy szczyt „Ekonomii otwierających się oczu” (Open Eyes Economy Summit) może zainteresować każdego, kto ma na względzie społeczny zrównoważony rozwój oraz kto nie tylko biernie żyje w rzeczywistości, ale i realnie myśli o przyszłości. W szczególności tematyka OEE jest w stanie wzbudzić zainteresowanie w środowisku biznesu, kultury czy administracji publicznej, które pragną się rozwijać. Ponadto kierowana jest do naukowców i studentów zainteresowanych wpływem procesów makroekonomicznych i makrospołecznych na kształtowanie się życia publicznego, jak i innych osób, którym nie jest obojętny rozwój społeczny.

O czym będziemy dyskutować podczas OEEES?

Podczas seminarium Open Eyes Economy Summit w Krakowie zostanie podjęta próba światowej dyskusji o czynnikach i procesach kształtujących życie publiczne nie tylko w naszym, ale i możliwie w każdym innym kraju. Rozważania na temat przyszłości będą skupiać się na tematyce trzech przedstawionych wcześniej koncepcji: „Firma – idea”, „Marka – kultura”, „Miasto – idea”. Nie zabraknie jednak przedstawienia wielu realnych rozwiązań, przykładów oraz studium przypadku. Wszystko to,

aby jak najlepiej zdiagnozować istniejące problemy oraz wspólnie poszukać realnych rozwiązań, które biorą pod uwagę nie tylko aspekty ekonomiczne, ale przede wszystkim mają na względzie kulturę i społeczeństwo.

Co koniecznie trzeba zapamiętać?

- Open Eyes Economy Summit
- Data: 15-16.XI.2016
- Miejsce: Centrum Kongresowe ICE Kraków
- „Ekonomia otwierających się oczu”
- Dyskusja o przyszłości
- Ekonomia, kultura, społeczeństwo
- Firma-idea
- Znane osobistości światowej klasy
- Dla każdego zainteresowanego
- Znak szczególny: niebieskie okulary.



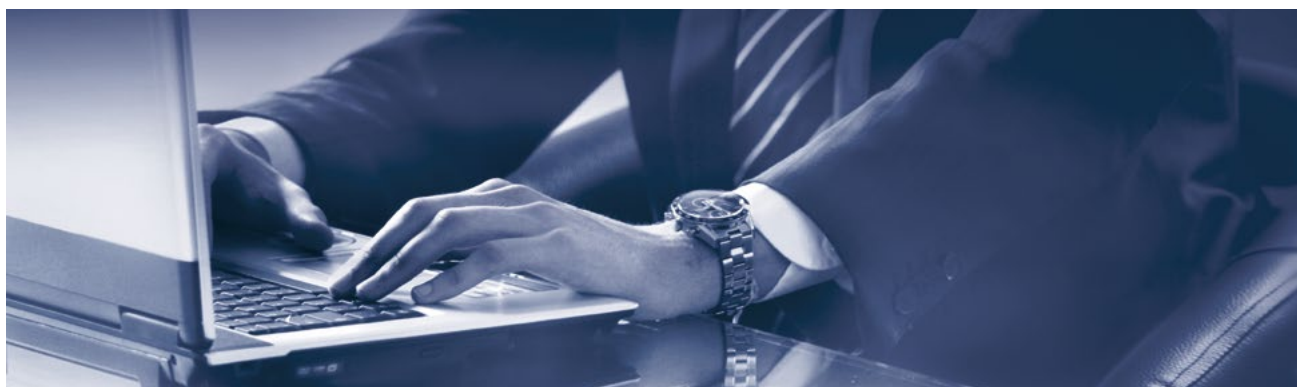
Polska „Dolina Krzemowa”

Marlena Tryka, Karol Wałachowski

studenci kierunku Gospodarka i Administracja Publiczna Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie

Wiedza oraz innowacje od lat stanowią główną determinantę długookresowego oraz stabilnego wzrostu gospodarczego zarówno w skali krajowej, regionalnej oraz ponadnarodowej. Źródłem przewag konkurencyjnych poszczególnych jednostek terytorialnych można dopatrywać się w różnych aspektach ich funkcjonowania. Jednym z nich jest pojawianie się na danym obszarze klastrów przemysłowych, będących nośnikiem wiedzy naukowo-technologicznej oraz elementem sprzyjającym dyfuzji innowacji.

Pojęcie klastrów oraz dolin przemysłowych cieszy się w ostatnich latach coraz większą popularnością. Niemniej jednak zarówno w rzeczywistości gospodarczej jak i w teorii ekonomii znane było ono znacznie wcześniej. Już na przełomie XIX i XX wieku brytyjski ekonomista Alfred Marshall zauważył, że przedsiębiorcy chętniej lokują swoją działalność w pobliżu już istniejących firm konkurencyjnych, dostawców surowców i półproduktów oraz odbiorców wytworzonych towarów. Skłonność do powstawania sieci współpracy firm z danej branży i tworze-



Kluczowym elementem, wynikającym z działalności przedsiębiorstw skupionych w klastrach i prowadzącym do wzrostu konkurencyjności regionów są efekty synergii powstałe w wyniku współpracy, ale także konkurencji pomiędzy powiązаныmi ze sobą firmami. Dzięki nim zarówno duże jak i małe przedsiębiorstwa są w stanie osiągnąć znacznie lepsze efekty, niż zdołałyby wypracować w pojedynkę. Wynika to z wielu aspektów, do których zaliczyć można dyfuzję know-how, współpracę z wyspecjalizowanymi instytucjami otoczenia biznesu, przyciąganie zasobów, w tym w szczególności wykwalifikowanej siły roboczej, a także wysoki poziom zaufania pomiędzy kooperującymi firmami.

Wszystkie te elementy pozwalają rozbudzić potencjał innowacyjny w ramach poszczególnych gron przemysłowych oraz przenieść go na inne obszary gospodarki regionalnej i krajowej. Sukcesy wielkich klastrów, takich jak Silicon Valley w Stanach Zjednoczonych czy bawarskiego Klastra Biotechnologicznego pozwalają wnioskować, że wsparcie rozwoju gron technologicznych powinno stać się ważnym elementem polityki gospodarczej zarówno w skali krajowej jak i regionalnej. Nurtującym pytaniem, które pojawia się w kontekście omawianego zjawie-

nia dystryktów przemysłowych (znanych również pod pojęciem marshallowskie okręgi przemysłowe) wynika według Marshalla z występowania pozytywnych efektów zewnętrznych, takich jak rosnąca specjalizacja, wykwalifikowana siła robocza, dostęp do informacji i specjalistycznej infrastruktury. Wszystko to sprawiało, że przedsiębiorstwa zlokalizowane w danych dystryktach były w stanie efektywniej wykorzystywać zasoby oraz wspólnie wypracowaną wiedzę i doświadczenie, a co za tym idzie podnosić konkurencyjność swoich regionów.

Koncepcja dystryktów przemysłowych wypracowana przez Marshalla ściśle koresponduje ze sformułowaną i spopularyzowaną przez Michaela Portera definicją klastrów przemysłowych, które przedstawia on jako:

...geograficzną koncentrację wzajemnie powiązanych przedsiębiorstw, wyspecjalizowanych dostawców, podmiotów świadczących usługi, firm funkcjonujących w pokrewnych sektorach, a także związanych z nimi instytucji (takich jak uczelnie wyższe czy stowarzyszenia branżowe)².

2 Porter M.E. [1990], *The Competitive Advantage of Nations*, London, Macmillan.

ska jest to, czy w warunkach naszej rodzimej gospodarki możliwy jest rozwój polskiej „Doliny Krzemowej”?

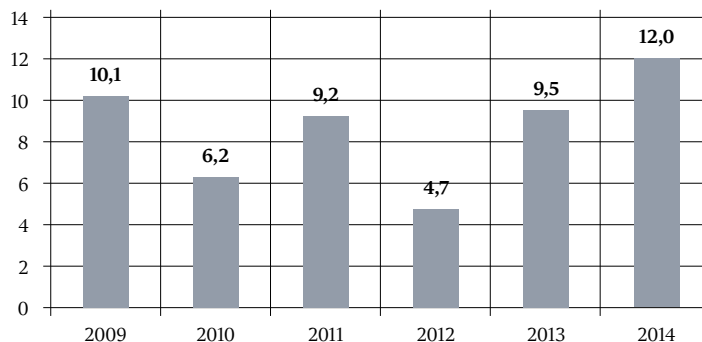
Interesującym przykładem polskiego klastra przemysłowo-technologicznego wydaje się być Dolina Lotnicza (ang. *Aviation Valley*), zaliczana do jednego z Krajowych Klastrow Kluczowych. Stowarzyszenie Grupy Przedsiębiorców Przemysłu Lotniczego Dolina Lotnicza zostało stworzone w 2003 roku przez 18 Członków Założycieli.

Obecnie w skład klastra wchodzi ponad 90 podmiotów regionalnych związanych z branżą lotniczą.

Dolina Lotnicza zlokalizowana jest w południowo-wschodniej Polsce, a centralnym miejscem jej rozwoju jest miasto wojewódzkie Rzeszów. Usytuowanie klastra na tym obszarze nie było wynikiem przypadku, lecz wiązało się występowaniem konkretnych uwarunkowań instytucjonalnych, sprzyjających rozwojowi przemysłu lotniczego. Zaliczyć do nich można bogatą historię rozwoju lotnictwa na tym terenie, niskie koszty pracy, bliskość jednostek naukowo-akademickich (Politechnika Rzeszowska z rozwiniętym Wydziałem Budowy Maszyn i Lotnictwa), sprzyjające warunki podatkowe oraz rozbudowująca się infrastrukturę drogową i lotniczą.

O wzroście znaczenia Doliny Lotniczej dla rozwoju województwa podkarpackiego (region najsilniejszej koncentracji firm

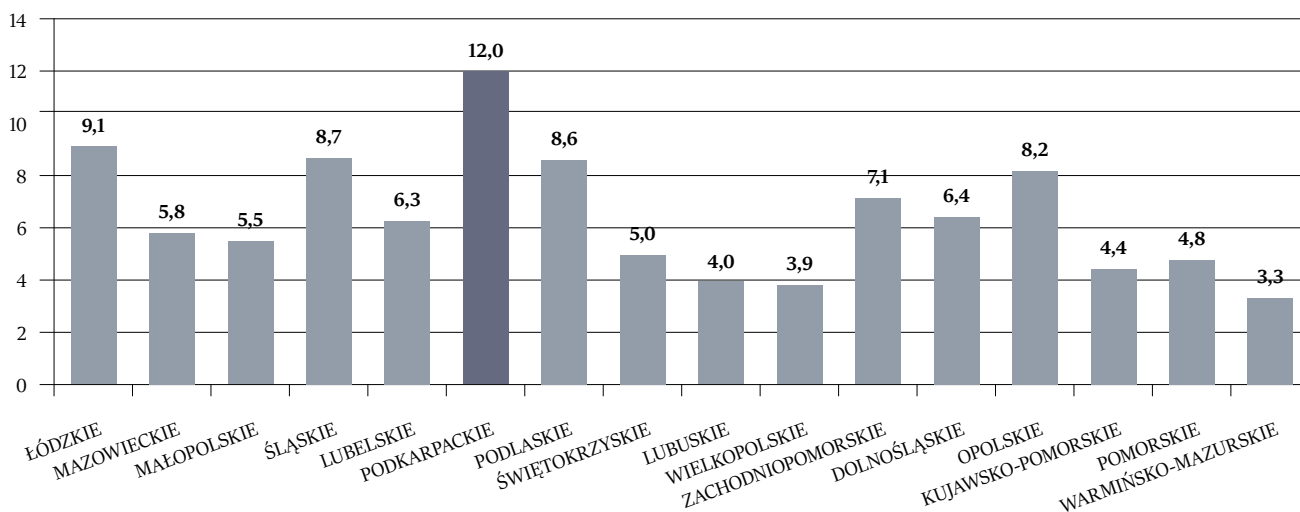
Wykres 1. Przedsiębiorstwa przemysłowe w ramach inicjatywy klastrowej w % przedsiębiorstw aktywnych innowacyjnie



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

zwytnie na wizerunek całego kraju, tworząc tym samym podstawy do wdrażania kolejnych projektów i inwestycji. Jako swój główny cel klastry ten przyjmuje wzrost znaczenia pozycji południowo-wschodniej Polski jako jednego z najważniejszych regionów przemysłu lotniczego w Europie. Zadanie to ma zostać wykonane dzięki ciągłemu ulepszaniu bazy produkcyjnej, wykreowaniu stabilnej i trwałej sieci poddostawców, przyciąganiu inwestycji zagranicznych, współpracy z europejskimi centrami

Wykres 2. Przedsiębiorstwa przemysłowe w ramach inicjatywy klastrowej w % przedsiębiorstw aktywnych innowacyjnie (rok 2014)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

przemysłu lotniczego) świadczyć może rosnący w ostatnich latach udział przedsiębiorstw przemysłowych działających w ramach inicjatywy klastrowej stosunku do ogółu przedsiębiorstw aktywnych innowacyjnie. Udział ten wzrósł o 7,3 pkt. procentowego w roku 2014 w stosunku do roku 2012 (wykres 1). Jednocześnie wskaźnik ten w 2014 roku osiągnął najwyższą wartość dla województwa podkarpackiego spośród wszystkich badanych województw (wykres 2).

Dolina Lotnicza dzięki rozwojowi badań, współpracy z zagranicznymi instytucjami, włączaniu kolejnych przedsiębiorstw do sieci współpracy oraz dbaniu o korzystny klimat inwestycyjny sprzyja rozwojowi konkurencyjności regionu oraz wpływa po-

przemysłu lotniczego, a także poprzez promowanie współpracy z uczelniami i innymi jednostkami naukowo-badawczymi. Obserwując ciągły wzrost ilości przedsiębiorstw kooperujących w ramach klastra, zaangażowanie w liczne projekty międzynarodowe oraz ogromne nakłady ponoszone na zwiększenie potencjału lotniczego w regionie, należy z optymizmem patrzeć na przyszłość rozwoju Doliny Lotniczej oraz podnoszenie się poziomu konkurencyjności całego regionu. Sukces, jaki odnieśli założyciele grona przemysłu lotniczego może stać się przykładem dla przedsiębiorców, którzy we współpracy z innymi firmami i instytucjami powinni szukać źródeł rozwoju dla swoich własnych firm.

Młode pokolenie dizajnu

Wioletta Belcik, Klaudia Buras i Monika Siedlarczyk

studentki kierunku *Gospodarka i Administracja Publiczna Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie*



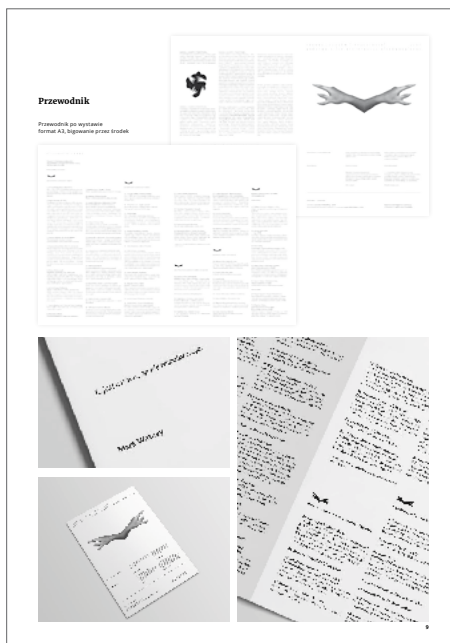
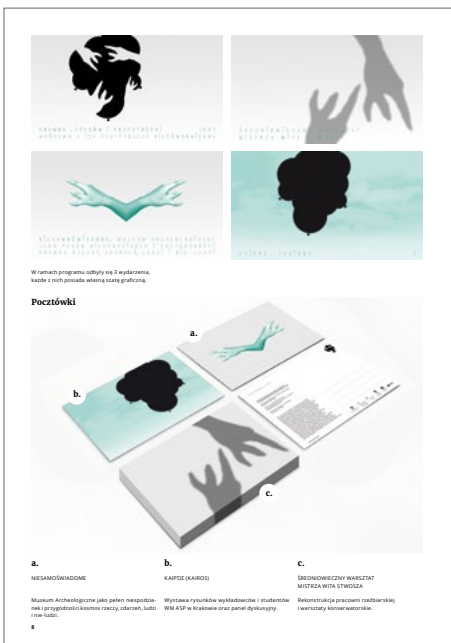
Karolina Szafran – absolwentka Wydziału Form Przemysłowych Akademii Sztuk Pięknych w Krakowie. W 2014 roku zdobyła I nagrodę w konkursie na projekt szaty graficznej dla materiałów informacyjnych na potrzeby 40. sympozjum GAP. W 2015 roku podczas wymiany Erasmus w Madrycie jej praca została wyłoniona i wystawiona na corocznej wystawie wewnątrz Casa Decor.

Praca dyplomowa Karoliny Szafran, zrealizowana pod kierunkiem prof. Jana Nuckowskiego w Pracowni Projektowania Komunikacji B., nosiła tytuł *Koncepcja gry edukacyjnej opartej na legendach świętokrzyskich*, co bezpośrednio wiąże się z jej zainteresowaniami.

Kiedy odkryłaś w sobie zmysł artystyczny? Jaki był pierwszy impuls?

Zawsze lubiłam rysować i malować, chętnie brałam udział w konkursach artystycznych, jednak nie myślałam o podjęciu ścieżki zawodowej związanej ze sztuką. Uczęszczałam do klasy biologiczno-chemicznej, z założeniem rozpoczęcia studiów

np. obrazy, wydarczenia, zjawiska, które mózg rejestruje każdego dnia. Dlatego bardzo dobrze jest wzbogacać się w takie impulsy, uczęszczając na wszelkiego typu wystawy, sięgając po nowe doświadczenia, czy realizując nowo postawione cele. Z drugiej strony warto po prostu wyjść z domu i rozejrzeć się wokół. Studiuję projektowanie komunikacji wizualnej, które




medycznych. W tamtym okresie, kierowana ciekawością, udałam się na kurs rysunku organizowany w moim mieście rodzinnym. Samo uczestnictwo w kursie nie zaspokoilo tej ciekawości, ponieważ niedługo potem podjęłam decyzję o zmianie planów zawodowych i zaczęłam ubiegać się o miejsce na Akademii Sztuk Pięknych.

Skąd czerpiesz inspirację do tworzenia swoich prac?

Myślę że źródła są różne, ale najogólniej mówiąc to ze wszystkiego, co widzę dookoła. Często są to nieświadome inspiracje,

będąc częścią szeroko pojętego wzornictwa, oblige do odpowiedzi na konkretne potrzeby oraz wymaga rozwiązania ściśle postawionego zadania. I tutaj, oprócz artystycznego zmysłu oraz kreatywności potrzebna jest obserwacja drugiego człowieka oraz rzeczywistości, w której ten człowiek żyje. Tak więc, chyba największą inspiracją, a zarówno informacją potrzebną do zaprojektowania rzeczy pięknej i funkcjonalnej, jest sam człowiek i świat, który go otacza.

c.d. artykułu na stronie 24 >>



Puszcza królewska, książęca, biskupia, świętokrzyska, chłopska ma zostać na wieki wieków, jako las nietykalny, siedlisko bożyszcz starych, po którym święty jeleni chodzi, jako ucieczka anachoretów, wielki oddech ziemi i żywa pieśń wieczności¹

.....
¹ Stefan Żeromski [w:] Puszcza Jodłowa

dokończenie artykułu ze strony 23 »

Czy efekt końcowy Twoich prac to zawsze skrupulatnie ułożony plan, czy też improwizacja?

Często zdarza się, że przed przystąpieniem do realizacji projektu, mam w głowie obraz efektu końcowego. Czasami owoc pracy jest odrobinę zgodny z jego pierwszym wyobrażeniem, jednak najczęściej powstaje coś zupełnie innego. Nie staram się mocno trzymać pierwszych wizualizacji, mój proces projektowy jest raczej burzliwy i dynamiczny. W końcu jednak nadchodzi ten moment, w którym konkretne decyzje muszą zostać podjęte i są to tzw. kamienie milowe powoli rzeźbiące formę projektu.

Moja metodologia to zarówno plan jak i improwizacja, warto planować realizację rzeczy w czasie, ale także dawać sobie możliwość tzw. „krążenia” i zadawania pytań. Każdy projekt jest inny i do każdego dobrze jest podchodzić trochę inaczej. Uważam, że najtrudniejszą ale też dającą najlepsze efekty umiejętnością,



jaką powinien posiadać projektant jest umiejętność sprytnego balansowania pomiędzy planem a improwizacją.

Nie ulega wątpliwości, że atmosfera na uczelni artystycznej jest inna niż na pozostałych uczelniach. Jak ta atmosfera wpływa na studentów?

Studia na Wydziale Form Przemysłowych rozwijają umiejętności przydatne w przyszłym zawodzie projektanta, takie jak kreatywność, widzenie przestrzenne, wrażliwość na bodźce wizualne, oraz umiejętność analizy i syntezy informacji otrzymywanych z obserwacji otoczenia. Są to umiejętności przeważnie różne od tych zdobywanych na innych uczelniach, co wiąże się z odrębnym programem i sposobem nauczania oraz oceny.

Są to czynniki, które w dużym stopniu wpływają na atmosferę uczelni, nadając jej swego rodzaju wyjątkowy charakter. Dodatkowo na uczelniach artystycznych z reguły studiuje znacznie mniej osób, co sprawia iż stosunki pomiędzy wykładowcami a studentami są bliższe, a każdy traktowany jest indywidualnie. Moim zdaniem wpływa to pozytywnie na pracę studentów, gdyż otrzymana uwaga jest pewnym rodzajem motywacji do wykonywania zadań z pełnym zaangażowaniem oraz zachętą do zachowania indywidualności w swoich pracach.

Czy w przyszłości planujesz pracować na własny rachunek, czy związać się z instytucją publiczną (muzeum, galeria sztuki)? Jakie są Twoje plany zawodowe na przyszłość?

Moim głównym planem na przyszłość jest znalezienie miejsca, w którym czułabym satysfakcję płynącą z wykonywanej pracy, otoczona ludźmi posiadającymi ten sam cel. Być może forma takiej pracy ukształtuje się jeśli będę się kierować powyższymi założeniami, jak na razie nie odrzucam żadnej z istniejących możliwości.

Czy uważasz, że polskie prawo chroni artystów?

Uważam, że być może brakuje pewnego rodzaju ochrony pracy wykonywanej przez profesjonalistów, czyli przez osoby o odpowiednim wykształceniu. Szczególnie jeśli chodzi o projektowanie graficzne, którym zajmuje się wiele osób, niekoniecznie kształconych w danym kierunku. Czasami zdarza się, że ceny wykonywanych usług projektowych, są zaniżane przez miejsca, w których zatrudnione są osoby bez wykształcenia projektowego, co z kolei stanowi zagrożenie dla pracy projektanta.

Projekt Twojego autorstwa ozdobił okładkę Gazety Sympozjalnej wydanej na potrzeby XLII Sympozjum Gospodarki i Administracji Publicznej. Jak rozpoczęła się twoja współpraca ze środowiskiem GAP ?

W październiku 2014 roku został ogłoszony konkurs dla studentów Wydziału Form Przemysłowych na projekt materiałów informacyjnych na potrzeby 40 sympozjum GAP. Spośród zgłoszonych prac został wyłoniony projekt mojego autorstwa, co zapoczątkowało moją współpracę z środowiskiem GAP. Cieszę się, że jako jedno z pierwszych doświadczeń tego typu, współpraca z fundacją zostawiła miłe wspomnienia oraz motywację do dalszych działań. Bardzo dużą satysfakcję sprawia mi również fakt, iż zaprojektowana przeze mnie szata graficzna materiałów sympozjalnych towarzyszy kolejnym edycjom tego wydarzenia.

Czym dla Ciebie jest dizajn?

Właściwie dizajn to wszystko to, co otacza człowieka. Począwszy od długopisu, który trzyma w ręce, skończywszy na samochodzie, którym jedzie do pracy. Dizajn to przedmioty składające się na środowisko, w którym człowiek żyje. To, w jaki sposób działają, jak wyglądają, jaką formę posiadają oraz w jaki sposób oddziałują na człowieka (i na odwrót) – to właśnie dla mnie jest dizajn.

Co sądzisz o wykorzystaniu nowoczesnych technologii we współczesnej sztuce? Pomagają artyście, czy też ograniczają jego kreatywność?

Nowe technologie to nowe narzędzie w rękach artysty. Umiejętne posługiwanie się nimi, bądź odkrywanie ich możliwości, to źródło innowacyjnych rozwiązań oraz nowych pomysłów. Według mnie bardziej stymulują niż ograniczają kreatywność artysty.

Daniel Czyszczoń

Marlena Marek

Centrum Transferu Technologii Politechnika Krakowska, www.transfer.edu.pl

Daniel Czyszczoń, student inżynierii wzornictwa przemysłowego na Politechnice Krakowskiej, zwycięzca w konkursie „Renault. Passion For Design & Innovation” na projekt autonomicznego samochodu. Jego propozycja – Renault Avame – wyróżnił się najbardziej futurystyczną linią.



Co skłoniło Pana do udziału w konkursie „Renault. Passion For Design & Innovation”?

Konkursy takie jak ten, to zawsze okazja do sprawdzenia siebie i swoich umiejętności oraz rywalizacji w szerokim gronie projektantów z całej Polski. Dodatkowo praca nad konkursami to zawsze okazja do nauczenia się wielu nowych rzeczy.

Czym jest dla Pana to zwycięstwo?

Z perspektywy studenta, który dopiero zaczyna prace z dizajnem, to na pewno świetny start. Konkurencja zawsze jest spora, więc warto pokazywać się przy takich okazjach. Sam konkurs, wystawa car designu, spotkanie z projektantami Renault

– wszystko to było bardzo miłym wydarzeniem, które na pewno będę długo i miło wspominał.

Czy pomysł powstał na konkurs, czy tlił się w głowie już wcześniej?

Pomysł zdecydowanie powstał na konkurs, ponieważ mieliśmy dosyć mocno określone założenia projektowe, które są punktem wyjścia do dalszej pracy.

Jak długo trwało projektowanie?

Praca trwała ok. 30 dni, od momentu, kiedy dowiedziałem się o takim konkursie, aż do terminu, w którym należało przesłać *c.d. artykułu na stronie 26* >>

dokończenie artykułu ze strony 25 »

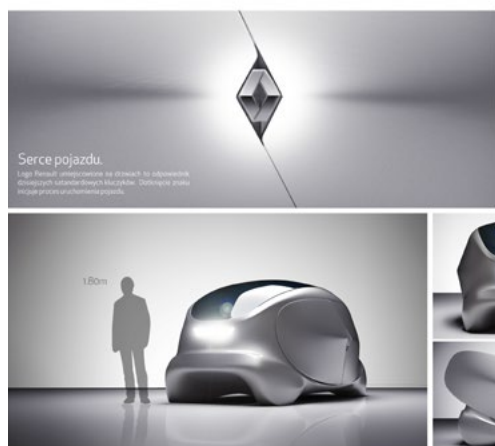
prace. Nie ukrywam, że było to spore wyzwanie, jak dla projektu nadwozia samochodu z całym wnętrzem. Praca zaczęła się od określenia idei pojazdu, cech i tego, co chce osiągnąć przez taką koncepcję. Następnym etapem to generowanie dużej ilości szybkich szkiców ręcznych, modeli 3D, decyzja o finalnym projekcie i ostateczna realizacja oraz prezentacja.

Czym Pana projekt wyróżnił się na tle pozostałych?

Przede wszystkim moja koncepcja jako jedyna uwzględniła w pełni autonomiczny pojazd – czyli taki, w którym nie ma już elementów do sterowania pojazdem. W przeciwieństwie do innych koncepcji, nie jest to również agresywna, sportowa bryła, ale bardziej „kapsuła”, do komfortowego przemieszczania się.

Avame

Zadbaj o siebie i swoich bliskich. Resztę zajmie się Avame.



Witaj w świecie Renault.

Bryła zewnętrzna jest symetryczną rzeźbą o rozmiarach przypominających dzisiejsze samochody, połączona z sobą nowym spojrzeniem na koncepcję bryły. Niewyróżniamy już przodu ani tyłu pojazdu, lampy i kierunkowskazy zostały zastąpione integralnym „okiem”, które odpowiada za pobieranie informacji z otoczenia oraz wymianę danych pomiędzy pojazdami. Drzwi rozsuwają się na boki, zapewniając wygodne wsiadanie/wyśiadanie z pojazdu.

RENAULT AVAME

RENAULT. PASSION FOR DESIGN & INNOVATION

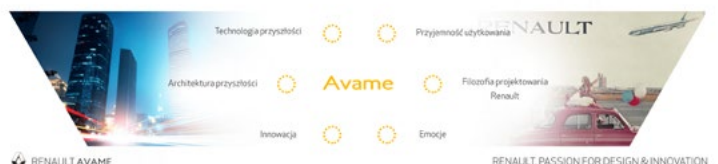


Autonomiczna przyszłość.

Niechodźli nowy etap w rozwoju transportu drogowego. Autonomiczne koncepcje oraz pojazdy coraz odważniej i częściej pojawiają się na rynku. Projekt Renault Avame jest próbą odpowiedzi na pytanie: Jak samochody autonomiczne mogą wpłynąć na nasze codzienne życie?

Dostrzegaj więcej z Renault AVAME.

Elektryczny, w pełni autonomiczny pojazd to nowy komfort podróżowania. Czas spędzony w pojeździe, to czas tylko i wyłącznie dla Ciebie i Twoich bliskich. Wnętrze pojazdu to przestrzeń do odpoczynku, rozrywki ale dzięki nowoczesnym systemom multimedialnym również do kreatywnego spędzania czasu, bądź zarządzania domem lub firmą. Sam zdecyduj jak zagospodarujesz wnętrze swego pojazdu.



RENAULT AVAME

RENAULT. PASSION FOR DESIGN & INNOVATION

Ten projekt wydaje się być najbardziej futurystyczny spośród innych projektów. Co było do niego inspiracją?

Inspiracje w tym przypadku, to raczej solidna analiza tematu, założeń oraz tego, co dzieje się aktualnie na rynku motoryzacyjnym. Zależało mi na tym, aby pojazd (ze względu na nową ideę) nie przypominał dzisiejszych samochodów i był bardzo odważną propozycją na przyszłość. Chciałem, aby forma samochodu była bardzo mocno związana z ideą pojazdu, który nie ma już kierownicy, lusterek ani innych elementów znanych z dzisiejszych samochodów. Bardzo ważnym aspektem było również oddanie w projekcie DNA marki Renault. W tym przypadku, jest to znak, logo „zaklęty” w drzwiach samochodu.

Samochód autonomiczny z założenia przejmuje kontrolę nad jazdą minimalizując czynnik ludzki. Jak wpłynie to na nasze bezpieczeństwo?

To bardzo ważne pytanie w kontekście pojazdów autonomicznych. Patrząc na to jak rozwija się technologia, zdolność wykonywania obliczeń, analiz przez komputery mam nadzieję, że takie pojazdy poprawią bezpieczeństwo nie tylko kierowców, ale i wszystkich uczestników dróg. Taka zmiana oczywiście będzie wymagała czasu i przyzwyczajenia użytkowników do nowych „warunków”, podróżowania. Dzisiaj jesteśmy stopniowo przygotowywani przez różnego rodzaju systemy wspomagające, takie jak utrzymywanie pojazdu na właściwym pasie, kontrola odległości między pojazdami etc. Myślę że dalszy rozwój przy-

czyni się do poprawy naszego bezpieczeństwa, jednak oczywiście nie jesteśmy w stanie w 100 % wyeliminować błędów, nawet w przypadku pojazdu w pełni autonomicznego.

Jest Pan studentem inżynierii wzornictwa przemysłowego na Politechnice Krakowskiej i już małymi krokami zaczyna przygodę jako projektant produktu. Czy celem jest car-design, czy interesują Pana różne kierunki rozwoju?

Projektowanie samochodów to nadrzędny cel, natomiast również mocno interesuje mnie szeroko rozumiane wzornictwo przemysłowe, czyli projektowanie produktu/urządzeń przemysłowych, ale i grafiki użytkowej.

Rozmawiała: **Marlena Marek, CTT PK**

Truskawka: Innowacja i Nauka – Praktyce

Tomasz Zaleski dr hab. nauk rolniczych, specjalność – gleboznawstwo; kierownik Katedry Gleboznawstwa i Ochrony Gleb na Wydziale Rolniczo-Ekonomicznym Uniwersytetu Rolniczego w Krakowie; Stanisław Bogdał ekspert ds. nowych technologii uprawy truskawek i prezes „StanFlex Stanisław Bogdał”

Polska należy do grona największych producentów truskawki w Europie. Konsumenci doceniają nie tylko ich wygląd, ale także wyjątkowe walory smakowe. Jednak produkcja tych owoców oparta jest w znacznej mierze o uprawy gruntowe, co wymaga ogromnego nakładu ludzkiej pracy w wyjątkowo niekomfortowej pozycji. Jednocześnie plantacje gruntowe są narażone na liczne ataki grzybów, szkodników jak i chwastów. Walka z nimi jest możliwa, oznacza jednak chemizację produkcji. Tymczasem dostępna jest na rynku polska technologia produkcji, co więcej oparta na polskich komponentach, która w znaczący sposób zwiększa plonowanie, a zatem i dochody producentów, zmniejszając kosztocłonność produkcji oraz zastosowanie nawozów, czy środków ochrony roślin.

Innowacyjność w produkcji truskawki w Polsce nie ogranicza się jedynie wprowadzeniem do uprawy odmian powtarzających kwitnienie i owocowanie, od lat uprawianych w Holandii czy Hiszpanii uznawanych za liderów na europejskim rynku. Uprawa takich truskawek wymusza zastosowanie nowych technologii na każdym etapie, a przede wszystkim stosowania systemu konstrukcji i rynien uprawowych. Ważnym elementem staje się dobór właściwego podłoża, którego skład został opracowany i przebadany przez naukowców z Uniwersytetu Rolniczego w Krakowie. Od strony praktycznej dopełnienie stanowi całkowicie nowatorski system daszków i kurtyn oraz sterowany komputerowo, zintegrowany z urządzeniami pomiarowymi system fertygacji (odżywiania, czy jeszcze prościej podlewania) roślin. W tym zakresie, jako jedna z nielicznych na rynku polskim, specjalizuje się firma StanFlex Stanisław Bogdał, oferująca tzw. „system rynien pod daszkami”. Ideą przyświecającą firmie, od początku jej działalności, jest „Oszczędzasz czas i środowisko – zarabiasz więcej”.

To właśnie połączenie teorii i praktyki oraz wzajemna wymiana doświadczeń tworzą największą wartość dodaną projektu, w postaci innowacyjności.

Zaletami oferowanych systemów do uprawy truskawki powtarzającej, w porównaniu do tradycyjnej uprawy gruntowej, są w myśl idei firmy: mniejszy nakład pracy, mniej męcząca praca na każdym etapie procesu technologicznego, większy plon, większa efektywność ekonomiczna, mniejsze zużycie wody i środków ochrony roślin, a przede wszystkim większe uniezależnienie plonów od warunków atmosferycznych – przymrozków, podtopień, suszy. System daszków chroni uprawę przed nadmiernym nasłonecznieniem lub gradem czy wiatrem. Od-

żywianie roślin jest w pełni zautomatyzowane i dostosowane do potrzeb żywieniowych truskawki oraz regulowane w zależności od potrzeb fizjologicznych w określonych fazach rozwoju.

Wzrost plonów

Metoda uprawy truskawki, najczęściej stosowana w Polsce, oparta jest na tradycyjnej uprawie gruntowej, która charakteryzuje się wysokim wskaźnikiem ryzyka pogodowego (a poprzez to wahaniami cen owoców i niestabilnością dochodów rolników) oraz stosunkowo niewielkim poziomem produkcji truskawki średnio 15 t/ha. Przyczynami niskiej wydajności produkcji są zła agrotechnika, niska jakość sadzonek, długie użytkowanie plantacji oraz niedostateczna ochrona plantacji przed chorobami, szkodnikami i chwastami. Jednak pomimo tych ułomności Polska zajmuje w świecie czołową pozycję pod względem wielkości produkcji truskawki – średnia roczna produkcja kształtuje się na poziomie 180-200 tys. ton. Trend konsumpcji truskawki w Polsce poprzez wprowadzanie truskawki do dużych sieci handlowych zmienia się i konsumenci zainteresowani są truskawką nie tylko w okresie wysypu truskawki gruntowej (czerwiec) ale również w pozostałych miesiącach roku. Nowa technologia uprawy truskawki, zwłaszcza deserowej powtarzającej, pozwala na rozłożenie w czasie owocowania – sterowanie to umożliwia uzyskanie lepszych efektów ekonomicznych i wprowadzenie truskawki na rynek w dłuższym okresie i uzyskanie lepszej ceny.

Z prowadzonych analiz oraz doświadczeń wynika, że prawidłowo prowadzona uprawa tradycyjna w gruncie, jest w stanie wygenerować plon na poziomie 16 ton/ha, natomiast uprawa z wykorzystaniem systemów rynien uprawnych oraz odpowiedniego podłoża, jest znacznie wydajniejsza, może przynieść plon na poziomie 70 t/ha. Zdecydowana większość małych gospodarstw rolnych nie mając dostępu do wiedzy prowadzi nadal uprawę truskawki w sposób tradycyjny. Tymczasem światowa tendencja rozwoju rynku obrotu truskawką pokazuje, iż globalni potentaci typu Driscoll z Kalifornii, pozyskują nowe rynki produkcyjne i sprzedażowe (największe inwestycje obecnie są w Afryce – z myślą o dostawach głównie na rynek europejski). Rynek europejski, dzięki wysokiej wydajności nowoczesnych upraw, zdominowali producenci Hiszpańscy, zaś łącząc się w grupy producentów stworzyli siłę sprzedaży do wielu krajów Europy, w tym do Polski. Obecnie ten największy w Europie producent dostarcza truskawki na rynek w innym okresie

dokończenie artykułu ze strony 27 »

(wcześniejsza wegetacja) niż Polska i większość Europy – jest to luka czasowa, którą polscy producenci mogą zagospodarować w ramach produkcji truskawki w UE – unikając importu spoza UE, wykorzystując system rynnowy pod daszkami.

Polski Instytut Truskawki – z połączenia nauki i praktyki

Ciągle poszukiwania nowoczesnych rozwiązań do wdrażania na rynku, podbudowanych nauką i wiedzą zaowocowały powstaniem w 2014 roku Polskiego Instytut Truskawki (PIT) będącego dobrym przykładem współpracy nauki i przedsiębiorczości. Projekt ten zrodził się w trakcie jednej z wielu rozmów Stanisława Bogdała i Tomasz Zaleskiego przyjaciół od czasów szkoły średniej – Technikum Łączności w Krakowie. Stronę naukową reprezentuje zespół badaczy z Uniwersytetu Rolniczego im. Hugona Kołłątaja w Krakowie, który jest najbardziej odpowiedni ze względu na swoje zaplecze naukowo-badawcze, wypracowaną renomę, a przede wszystkim na osiągnięcia naukowców, których firma zaprosiła do współpracy. PIT działa w Garlicy Murowanej na terenie Stacji Doświadczalnej Wydziału Biotechnologii i Ogrodnictwa, gdzie została założona eksperymentalna plantacja doświadczalna testująca przydatność odmian truskawki powtarzającej do uprawy w Polsce.

Celem założenia PIT-u było, i nadal pozostaje, wyselekcjonowanie najlepszych odmian, podłoży i wypracowanie optymalnej technologii uprawy „truskawki deserowej” – w systemach firmy StanFlex, aby w przyszłości producenci mogli uzyskiwać

Bon na innowacje

W 2016 roku projekt firmy Stanflex Stanisław Bogdał uzyskał bon na innowacje o wartości 100 000,00 złotych, przeznaczony na zakup aparatury badawczo-rozwojowej związanej z opracowaniem optymalnego eko-innowacyjnego podłoża dedykowanego do uprawy bezglebowej pod osłonami truskawki powtarzającej kwitnienie na bazie naturalnych surowców organicznych, mineralnych lub kompilacji tych składników wraz z dodatkami wspomagających uprawę.

Będzie on realizowany na Uniwersytecie Rolniczym w Krakowie, a osobą odpowiedzialną za realizację zadań w ramach projektu jest dr hab. inż. Tomasz Zaleski, z Katedry Gleboznawstwa i Ochrony Gleb Wydziału Rolniczo-Ekonomicznego. Projekt przyczyni się do wprowadzenia innowacji produktowej, co najmniej w skali kraju, podniesienia poziomu konkurencyjności firmy. Eko-innowacyjnością w opracowaniu podłoża jest wprowadzenie dodatku wspomagającego wzrost i rozwój roślin, mającego na celu poprawę jakości produktu – owoców truskawki.

Dodatek ten jest przygotowywany na bazie naturalnych surowców mineralnych – skał organogenicznych występujących na terenie Polski. Naukowo udowodniono korzystny wpływ związków krzemu (Si) na poprawę zdrowotności i zwiększenie odporności na patogeny, a przez to na plonowanie truskawki. Wprowadzenie takiego dodatku bezpośrednio do podłoża jest nowością nie stosowaną do tej pory na świecie. Na czas



Tomasz Zaleski podczas badań nad truskawkami (zdjęcie po lewej stronie) oraz sadzonki truskawek (zdjęcia pozostałe)

najwyższe zbiory. Dodatkowy cel stanowi prowadzenie edukacji i szkoleń w zakresie nowoczesnych systemów i technologii uprawy wśród producentów truskawek. System szkoleń jest kierowany do właścicieli małych i średnich gospodarstw rolnych i ma umożliwić im wejście na wyższy poziom technologiczny uprawy, aby tym sposobem odnieść sukces ekonomiczny. Kolejnym celem Instytutu będzie opracowanie marketingowych i sprzedażowych systemów oraz kanałów dystrybucji truskawki deserowej. Stanflex z dużym powodzeniem aplikuje o środki Unijne i samorządowe.

W ramach bonu: Innowacyjny model uprawy roślin w systemie rynnowym – w tym nowoczesna uprawa truskawki (system daszkowy), uzyskał już wsparcie na szkolenia finansowane z Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich, w ramach Planu Operacyjnego KSiW 2016-2017 w zakresie Sieci na Rzecz Innowacji w Rolnictwie i na Obszarach Wiejskich.

zgłoszenia Wnioskodawca nie widział podobnego rozwiązania w żadnej konkurencyjnej firmie. Jednym z koniecznych etapów rozwoju firmy StanFlex w zakresie uprawy truskawki jest przeprowadzenie badań związanych z podłożami dla truskawki powtarzającej.

Opracowanie innowacyjnego podłoża glebowego do uprawy truskawki pod osłonami opierać się będzie na ścisłej współpracy z Uniwersytetem Rolniczym, którego kadra naukowa posiada najbardziej aktualną wiedzę w tym zakresie. Projekt ten jest klasycznym połączeniem potrzeb sektora biznesu z potencjałem kompetencyjno-infrastrukturalnym sektora nauki na rzecz przeprowadzenia prac badawczo-rozwojowych i transferu do gospodarki innowacyjnego rozwiązania. Pracownicy naukowcy Uniwersytetu Rolniczego, Wydziału Rolniczo-Ekonomicznego uznali, że przedmiot zlecenia mieści się w ich kierunkach i zainteresowaniach badawczych. Dotychczasowa bezglebowa uprawa truskawki prowadzona jest w uniwersalnych

podłożach stosowanych do wszystkich gatunków i odmian roślin uprawianych pod osłonami. Truskawka, jak każda z roślin, ma swoje osobnicze predyspozycje co do podłoża lub gleby ze względu na wymagania pokarmowe, pokrój rośliny, wielkości systemu korzeniowego, fizjologię pobierania składników pokarmowych oraz warunki klimatyczno-termiczne. Bardzo ważnym z ekonomicznego punktu widzenia jest również opracowanie optymalnej wielkości – objętości podłoża do uprawy truskawki, co jest dodatkowym celem. Zoptymalizowanie – zmniejszenie objętości podłoża w stosunku do oferowanych w handlu, będzie nieść wymierny efekt ekonomiczny dla producenta, ale też dla gospodarki odpadami, ochrony środowiska i zasobów naturalnych, ponieważ podłoża wykorzystuje się przez okres 1-3 sezonów wegetacyjnych.

Realizacja projektu wpisuje się w priorytety UE oraz w strategię Europa 2020, która promuje wszelkie ulepszenia o charakterze technicznym, procesowym, organizacyjnym oraz wspiera działalność B+R+I. Projekt koresponduje z aktualnymi wyzwaniami UE, wśród których znajdują się ograniczone źródła energii i zasobów naturalnych oraz bezpieczeństwo żywnościowe. Realizacja projektu przyczyni się do rozwiązania globalnego problemu – oszczędności wody i eliminacji skażeń poprodukcyjnych oraz erozji gleb, ale także do wzrostu innowacyjności i efektywności drobnych gospodarstw rolnych. Wpłynie także na konkurencyjność plantatorów co pozwoli na zachowanie miejsc pracy na obszarach wiejskich.

Apla 2

Firma StanFlex Stanisław Bogdał istnieje od 2013 roku. Specjalizuje się w kompleksowej obsłudze – projektowaniu, produkcji i montażu rynien uprawowych do upraw truskawki deserowej pod osłonami, szklarniach i tunelach foliowych oraz produkcji rynien uprawowych do uprawy pomidora ogórka, papryki. W ramach usług oferuje również doradztwo w prowadzeniu uprawy truskawki powtarzającej. Uzupełniającą ofertę stanowi sprzedaż różnych odmian sadzonek truskawek przystosowane do polskiego klimatu a także podłoża i folie osłonowe. Z powodzeniem prosperuje na rynku, realizuje założone cele i stale rozwija swoją ofertę. Swoje duże i wieloletnie doświadczenie i wiedzę branżową firma zyskała dzięki pracy w zachodnich spółkach zajmujących się wprowadzaniem rozwiązań technologicznych do produkcji rolnej w Unii Europejskiej i USA oraz wysiłkowi i pasji założyciela Stanisława Bogdała, który jest propagatorem wdrażania innowacji w branży rolniczej. Stanisław Bogdał jeszcze jako właściciel firmy Folioje otrzymał w 2003 roku pierwszą swoją nagrodę na targach w Waszyngtonie za *Najbardziej innowacyjny produkt targów*. Obecnie firma jest jedną z bardziej rozpoznawalnych marek na polskim rynku ogrodniczym i rolniczym. Dotychczasowe działania na rynku zostały uhonorowane w 2015 roku nagrodą od Krajowej Rady Izb Rolniczych *Za wprowadzanie na rynek polski nowoczesnych technologii*. Nagroda ta była wielką motywacją do dalszych działań w kierunku innowacyjności w rolnictwie.



APLA 1

Przedmiotem projektu *Opracowanie optymalnego Eko-innowacyjnego podłoża dedykowanego do uprawy truskawki powtarzającej kwitnienie* jest usługa B+R+I polegająca na opracowaniu optymalnego Eko-innowacyjnego podłoża dedykowanego do bezglebowej uprawy pod osłonami truskawki powtarzającej kwitnienie na bazie naturalnych surowców organicznych, mineralnych lub kompilacji tych składników wraz z dodatkami wspomagających uprawę. Badania pozwolą na dobór optymalnego podłoża do uprawy truskawki. Firma StanFlex i Polski Instytut Truskawki mają dalsze plany prac badawczo-rozwojowych i aplikowania do środki na rozwój oraz wdrożenie wyników usługi B+R. W zakresie planów rozwojowych znajduje się działalność udoskonalania i optymalizacji uprawy truskawek. Należy podkreślić, że wnioskodawca zamierza kontynuować stałą współpracę z sektorem naukowo-badawczym, dedykowaną rozwojowi przedsiębiorstwa StanFlex Stanisław Bogdał.

Tomasz Zaleski – doktor habilitowany nauk rolniczych, specjalność gleboznawstwo. Od 2014 roku kierownik Katedry Gleboznawstwa i Ochrony Gleb na Wydziale Rolniczo-Ekonomicznym Uniwersytetu Rolniczego w Krakowie. Całą swoją dotychczasową karierę naukową związał z Uniwersytetem Rolniczym w Krakowie, na którym uzyskał wszystkie stopnie naukowe magistra, doktora i doktora habilitowanego. Obecnie jest przewodniczącym Oddziału Krakowskiego Polskiego Towarzystwa Gleboznawczego i członkiem Zarządu Głównego PTG. W latach 2006-2007 pracował na University Colleague Dublin w Irlandii w School of Biology and Environmental Science. Jest współinicjatorem założenia Polskiego Instytutu Tryskawki. W ramach prac PIT-u realizuje badania w zakresie opracowania podłoża dedykowanego do uprawy truskawki w systemach rynien pod daszkami. Od początku zaangażowany w sprawy organizacyjne. Prywatnie przyjaciel Stanisława Bogdała od czasów szkolnej ławy w Technikum Łączności w Krakowie.

Małopolska została w 2015 r. nagrodzona przez Komitet Regionów tytułem Europejskiego Regionu Przedsiębiorczości 2016.

Nagroda to prestiż i uznanie dla działań podejmowanych w Małopolsce na rzecz rozwoju przedsiębiorczości. To przede wszystkim konkretne korzyści dla regionu i jego mieszkańców.

2 międzynarodowe projekty

przygotowane we współpracy z innymi Europejskimi Regionami Przedsiębiorczości dotyczące wsparcia tworzenia i rozwoju nowych firm



Małopolska liczy się w Europie



międzynarodowe wydarzenia

podczas których Małopolska na zaproszenie Komitetu Regionów UE i Komisji Europejskiej, dzieli się swoimi doświadczeniami z innymi regionami (m.in. SME Assembly, Open Days, doroczne spotkanie Europejskich Regionów Przedsiębiorczości)

europejska telewizja Euronews



mówi o przedsiębiorczości w Małopolsce i o tym, dlaczego warto inwestować w tym regionie

Małopolska wspiera przedsiębiorczość



wspieramy rozwój

przedsiębiorczości na każdym etapie (np. Światowy Tydzień Przedsiębiorczości w Małopolsce)

870 mln EUR

ze środków Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Małopolskiego na lata 2014-2020 zostanie zainwestowanych we wsparcie przedsiębiorczości



promujemy przedsiębiorczość i kreatywność

wśród mieszkańców (np. Małopolski Festiwal Innowacji, program Małopolska – tu technologia staje się biznesem)



pomagamy firmom

wchodzić na nowe rynki (np. poprzez działalność Centrum Business in Małopolska)

