

Szlifowanie diamentów. Już 50 firm skorzystało z programu #StartUP Małopolska

Małopolskie firmy na targach GITEX Technology Week w Dubaju

Centrum Business in Małopolska wraca na Mobile World Congress w Barcelonie

BUSINESSⁱⁿ MAŁOPOLSKA

REGIONALNE WIADOMOŚCI GOSPODARCZE

WRZESIEŃ 2021 | NR 20

POTENCJAŁ INWESTYCYJNY W MAŁOPOLSCE

W RZECZYWISTOŚCI
PANDEMICZNEJ

**NA STRAŻY
CYBERPRZESTRZENI
REGIONÓW I MIAST**

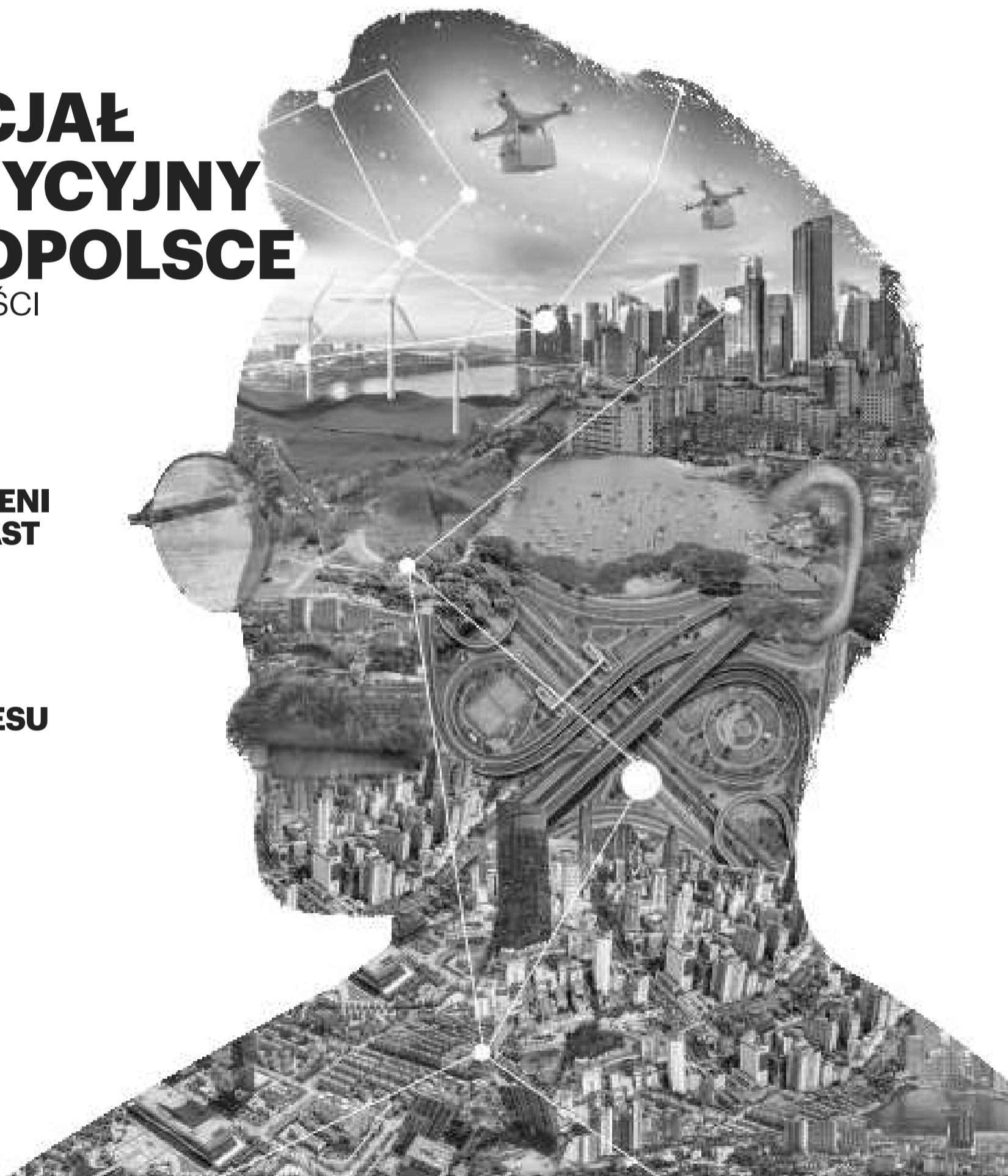
strona 6-9

**ETYKIETA
W ŚWIECIE BIZNESU**

strona 14-15

**INKLUZYWNA
(R)EWOLUCJA
PRZEMYSŁOWA?**

strona 16-18



**Wspieramy przedsiębiorczość.
Rozwijamy i promujemy
Małopolskę!**

Zapewniamy korzystne
warunki i przestrzeń
do prowadzenia biznesu

Oferujemy pomoc
finansową, inwestycyjną,
doradczą i szkoleniową

- **Doradzamy** przedsiębiorcom i startującym w biznesie
- **Asystujemy** w zakładaniu firmy
- **Planujemy** rozwój
- **Wspieramy** sprzedaż

Proponujemy:

- ✓ konkurencyjne fundusze pożyczkowe
- ✓ dotacje na rozwój i szkolenia
- ✓ wynajem nowoczesnej przestrzeni dla biznesu

Spis treści



(6-9)
Na straży cyberprzestrzeni regionów i miast.
 – Rozwój cyberprzestrzeni, to jedno z największych wyzwań, przed jakimi stoi dzisiaj ludzkość
 – zaznaczył Andrzej Duda, prezydent Polski, gość honorowy konferencji CYBERSEC CEE Regions & Cities w Krynicy-Zdroju.
 – Czas pandemii był bez wątpienia momentem cyfrowego przyspieszenia. Na niespotykaną dotąd skalę musieliśmy się skupić na bezpieczeństwie cyfrowym – podkreślił z kolei Witold Kozłowski, marszałek województwa małopolskiego, gospodarz rozpoczętego 1 września, trzydniowego spotkania w perle polskich uzdrowisk

(4-5)

Potencjał inwestycyjny w Małopolsce w rzeczywistości pandemicznej



(12-13)

Centrum Business in Małopolska wraca na Mobile World Congress w Barcelonie

(10)
Szlifowanie diamentów.
 50 firm rozpoczynających przygodę z biznesem skorzystało już z oferty programu akceleracyjnego #StartUP Małopolska. Program, realizowany od czterech lat, ugruntował już sobie dobrą markę w środowisku młodych przedsiębiorców. Zbadajmy, gdzie tkwi źródło jego sukcesu?

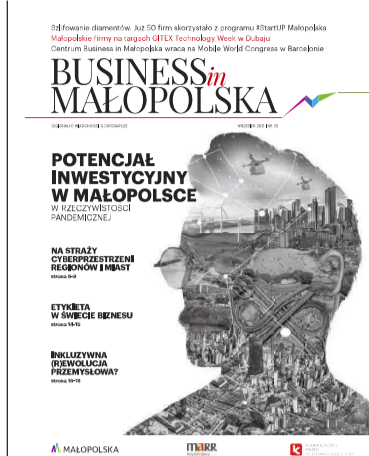


(16-18)

(11)
 Małopolskie firmy na targach GITEX Technology Week w Dubaju

(14-15)
 Etykieta w świecie biznesu.
 – Savoir-vivre i etykieta w biznesie wywodzą się z empatii, z wrażliwości na drugą osobę. Grzeczność to jeden z najbardziej eleganckich sposobów wyznaczania innym granic i jednocześnie szanowania ich granic – mówi Wojciech S. Wocław

(16-18)
 Inkluzywna (R)ewolucja Przemysłowa? W 2016 r. w Davos, na Światowym Forum Ekonomicznym ogłoszono, że oto nadchodzi era wielkich zmian



Zdjęcie na okładce:
 INSTYTUT KOŚCIUSZKI

WYDAWCA

**Urząd Marszałkowski
 Województwa Małopolskiego**

**Departament Nadzoru
 Właścielskiego i Gospodarki
 Zespół ds. Marketingu
 Regionalnej Gospodarki**
 ul. Raclawicka 56, 30-017 Kraków

KOLEGIUM REDAKCYJNE

Urząd Marszałkowski
 Województwa Małopolskiego
Jerzy Kopec

Małopolska Agencja
 Rozwoju Regionalnego SA
Łukasz Gliński

Krakowski Park
 Technologiczny sp. z o.o.
Krystyna Sadowska

REDAKCJA

Urząd Marszałkowski
 Województwa Małopolskiego
Andrzej Bańka
 redaktor naczelny

Urząd Marszałkowski
 Województwa Małopolskiego
Edyta Spyrzyńska

Urząd Marszałkowski
 Województwa Małopolskiego
Jacek Lach

Urząd Marszałkowski
 Województwa Małopolskiego
Patrycja Krasińska-Żywczak

Urząd Marszałkowski
 Województwa Małopolskiego
Jerzy Fugas

Małopolska Agencja
 Rozwoju Regionalnego SA
Jacek Adamczyk

Krakowski Park Technologiczny
 sp. z o.o.
Barbara Wityńska-Słacz

Marek Długopolski
 Paulina Szymczewska

DRUKARNIA
Leyko sp. z o.o.

Potencjał inwestycyjny w Małopolsce w rzeczywistości pandemicznej



– Firmy, tak polskie, jak i zagraniczne, bardzo chętnie inwestują w Małopolsce pomimo niepewności inwestorów związanej ze skutkami pandemii
– mówi WITOLD KOZŁOWSKI,
marszałek województwa małopolskiego

Marek Długopolski

– Jak obecnie przedstawia się struktura inwestycji w Małopolsce. Co ją determinuje?

– Zasadniczo, jak wiadomo, inwestycje w Małopolsce można podzielić na inwestycje krajowe oraz zagraniczne. Możemy również przedstawić strukturę inwestycji w kontekście nowych projektów inwestycyjnych oraz tzw. reinwestycji. Szczególnie cieszy fakt, iż w każdym ujęciu obserwujemy tendencję wzrostową, firmy chętnie inwestują w Małopolsce pomimo niepewności inwestorów związanej ze skutkami pandemii.

– A ustawa o wspieraniu nowych inwestycji – Polska Strefa Inwestycji – jakie kluczowe zmiany wprowadziła w odniesieniu do wcześniej obowiązujących przepisów?

– Podstawą prawną funkcjonowania programu jest ustawa o wspieraniu nowych inwestycji z maja 2018 r. Zanim przepisy weszły w życie, inwestorzy korzystali z ulg podatkowych, ale tylko w przypadku realizacji inwestycji w tzw. Specjalnej Strefie Ekonomicznej. Obecnie terytorium całej Polski objęte zostało tym statusem. W myśl nowej ustawy wysokość ulgi podatkowej jest uzależniona od deklarowanych nakładów inwestycyjnych. Korelacja jest wprost proporcjonalna. Im więcej środków przedsiębiorstwa zainwestują, tym ulga podatkowa będzie większa. Firmy mogą ubiegać się o uzyskanie zwolnienia z podatku dochodowego (CIT/PIT) na okres od 10 do 15 lat, w wysokości nawet do 70% wartości planowanej inwestycji.

– Czy jest jakiś centralny organ, który wydaje decyzje o wsparciu? Kto odpowiada za nie w Małopolsce?

– Ustawa określa jasno, że decyzje o wsparciu wydawane są w imieniu ministra właściwego ds. gospodarki. Regionalnie w Małopolsce organem zarządzającym, który wydaje decyzje, jest Krakowski Park Technologiczny, spółka, w której udziały posiada Województwo Małopolskie, a także współtworzy Centrum Business in Małopolska.

– Mógłby Pan określić skalę inwestycji po wprowadzeniu ustawy?

– Tak jak wspominałem wcześniej ustawa funkcjonuje od 2018 r. Od tego czasu wydano przeszło 120 decyzji o wsparciu. Łącznie deklarowane nakłady inwestycyjne w samej Małopolsce wyniosły 4,9 mld złotych. Warto w tym miejscu podkreślić, iż zainwestowane środki mają przyczynić się do powstania ponad 3 tysięcy nowych miejsc pracy.

– W jaki sposób pandemia wpłynęła na potencjał inwestycyjny przedsiębiorstw. Firmy obecnie chętnie inwestują w Małopolsce, czy nadal niepokój związany z sytuacją epidemiczną wpływa na proces powstawania nowych inwestycji?

– Z całą pewnością sytuacja pandemiczna negatywnie wpłynęła na optymizm inwestorów. Aktywność większości przedsiębiorstw koncentrowała się głównie

FOT. UMWM

na utrzymaniu stanu zatrudnienia oraz na zachowaniu płynności finansowej. Decyzje NBP dotyczące obniżenia stóp procentowych oraz wprowadzenie przez rząd i samorządy mechanizmów wsparcia w postaci Tarcz Antykrzysowych, pozwoliły większości przedsiębiorstw przetrwać tę trudną sytuację gospodarczą. W 2021 r. zaobserwowaliśmy wzmożoną aktywność inwestorów. Tylko w tym roku Krakowski Park Technologiczny wydał już 35 decyzji o wsparciu, a łączne nakłady inwestycyjne zadeklarowano na około 1,4 mld złotych.

- W okresie tzw. twardego lockdownu media informowały o problemach z zachowaniem ciągłości łańcucha dostaw z Azji do Europy? Czy taka sytuacja może zachęcić zagranicznych inwestorów do przeniesienia produkcji do Europy Środkowo-Wschodniej?

- Jak najbardziej. Mamy nadzieję, iż zagraniczni inwestorzy docenią fakt znakomitej lokalizacji Polski oraz Małopolski i chętniej zaczną inwestować w naszym regionie. Małopolska to idealny region do inwestycji. Liczba osób aktywnych zawodowo to ponad 1,5 mln, do tego nasi pracownicy są świetnie wykwalifikowani, a Kraków to uznany ośrodek akademicki, który kształci wybitnych specjalistów, znajdujących zatrudnienie m.in. w zagranicznych globalnych przedsiębiorstwach.

- Powiedział Pan, że w 2021 r. zaobserwowaliśmy wzmożoną aktywność inwestorów? To były firmy zagraniczne czy krajowe? Można prosić o najbardziej reprezentatywny przykład takich inwestycji?

- Zdecydowanie najchętniej w Małopolsce inwestują firmy krajowe. W 2021 r., spośród 35 decyzji wydanych przez Krakowski Park Technologiczny, aż 27 firm to firmy z rodzimym kapitałem, a 8 z zagranicznym. Najbardziej zaś reprezentatywną inwestycją w Małopolsce w ostatnim czasie to reinwestycja MAN Truck Sp. z o.o. Wartość zadeklarowanych nakładów inwestycyjnych to aż 95 milionów euro. W ramach wspomnianej inwestycji w latach 2021-2025 rozbudowana zostanie fabryka pojazdów ciężarowych w Niepołomicach. Wpłyne to znacząco na wzrost mocy produkcyjnych oraz zatrudnienie w zakładzie, który stanie się jednym z największych pracodawców w regionie. Warto podkreślić,

**Witold Kozłowski:
Małopolska
to idealny region
do inwestycji.
Liczba osób
aktywnych zawodowo
to ponad 1,5 miliona,
do tego nasi pracownicy
są świetnie wykwalifikowani,
a Kraków
to uznany ośrodek akademicki,
który kształci
wybitnych specjalistów,
znajdujących zatrudnienie
m.in. w zagranicznych
globalnych
przedsiębiorstwach**

że jest to jedna z największych inwestycji w dotychczasowej działalności firmy MAN. O ostatecznej decyzji o wyborze lokalizacji zdecydowały m.in. wysokie kwalifikacje kadry kierowniczej, sprawne otoczenie biznesowe w Małopolsce oraz system zachęt podatkowych dostępnych w ramach programu Polskiej Strefy Inwestycji. Zakłada się, że uruchomienie produkcji nowych samochodów ciężarowych będzie miało miejsce we wrześniu 2022 r. Skala inwestycji i zdolności produkcyjnych imponuje, bowiem inwestor planuje docelowo produkcję 300 ciężarówek i 200 kabin dziennie. W fabryce MAN będą powstawały wszystkie rodzaje ciężarówek, od lekkich pojazdów transportowych po wielotonażowe ciężarówki. Obecnie MAN już zatrudnia w Niepołomicach przeszło 1000 osób. Dzięki nowej inwestycji łącznie firma planuje zatrudnić 2500 osób.

- O czym świadczy taka dysproporcja w strukturze inwestycyjnej. Dlaczego firmy krajowe chętniej inwestują w Małopolsce.

- Wzmoczona aktywność inwestycyjna firm krajowych to bardzo ważny sygnał, świadczy o doskonałej kondycji polskich przedsiębiorstw. Bardzo cieszy też fakt, że firmy w Polsce i Małopolsce mogą sobie pozwolić na kolejne inwestycje, niewątpliwie jest to również związane z niskimi stopami procentowymi, które umożliwiają przedsiębiorcom pozyskiwanie tanich kredytów. Odpowiedzialne decyzje NBP - na początku pandemii - o utrzymaniu niskich stóp procentowych, pozwoliły zachować płynność finansową wielu przedsiębiorstwom.

- W jaki sposób Zarząd Województwa Małopolskiego wspiera rodzime firmy?

- Wszystkie firmy działające w Małopolsce - bez względu na wielkość - mogą skorzystać z pomocy Centrum Business in Małopolska. Jest to wysoce wyspecjalizowany zespół ekspertów wspierający przedsiębiorców w naszym regionie. Działalność Centrum opiera się na wsparciu eksportu małopolskich przedsiębiorstw poprzez organizowanie targów i misji gospodarczych, warsztatów oraz branżowych szkoleń, a także promocji potencjału inwestycyjnego Małopolski i wsparciu procesu inwestycyjnego na każdym jego etapie. Potencjalny inwestor może zgłosić się do przedstawicieli Centrum Business in Małopolska i uzyskać profesjonalne wsparcie w zakresie przygotowania planowanej inwestycji.

W 2021 r., spośród 35 decyzji wydanych przez Krakowski Park Technologiczny, aż 27 dotyczyło firm z rodzimym kapitałem, a 8 z zagranicznym



Na straży cyberprzestrzeni regionów i miast

Cyfrowy świat gwałtownie przyspiesza

Cyfrowa Przestrzeń, Cyfrowe Trójmorze, Cyberbezpieczeństwo Administracji Samorządowej i Krynica Goes Digital – o tym przez trzy dni dyskutowali i spierali się samorządowcy oraz politycy, eksperci i specjaliści od cyberbezpieczeństwa. Zastanawiano się nie tylko nad korzyściami, jakie niesie cyfryzacja, ale także nad jej negatywnymi skutkami, choćby groźnymi atakami hakerów za pośrednictwem internetowej sieci.

– Pandemia koronawirusa pokazała nam wszystkim, jak wielkie możliwości daje cyfryzacja – wystarczy wspomnieć choćby te najprostsze, możliwość pracy zdalnej, szybkiego komunikowania się, przesyłania danych – ale także, jak bardzo potrzebne jest zapewnienie bezpiecznego funkcjonowania danych w systemach teleinformatycznych. Zależy od tego bezpieczeństwo nas wszystkich, naszych granic, naszej gospodarki, naszych obywateli. Dlatego tak ważny jest rozwój systemów cyberbezpieczeństwa, które pozwolą nam reagować i zapobiegać zagrożeniom pojawiającym się w sieci – podkreślał prezydent Andrzej Duda.

Nic więc dziwnego, że Polska – tak jak i inne kraje – podjęła decyzję o utworzeniu wojsk obrony cyberprzestrzeni (do działania mają być w pełni gotowe w 2024 r.). O ich roli mówił w Krynicy m.in. gen. Karol Molenda, dyrektor Narodowego Centrum Bezpieczeństwa Cyberprzestrzeni. Kuźnią przyszłych kadr mają być zaś m.in. klasy o profilu nowe technologie i cyberbezpieczeństwo.

– Wszyscy zdajemy sobie sprawę, że kilkanaście ostatnich miesięcy całkowicie zmieniło świat, w każdym jego aspekcie. Czas pandemii był bez wątpienia momentem cyfrowego przyspieszenia. Na niespotykaną dotąd skalę musieliśmy się skupić na bezpieczeństwie cyfrowym – zaznaczył marszałek województwa małopolskiego. „W kierunku cyfrowego świata opartego na wartościach” – to hasło przyświecało spotkaniu w Krynicy.

Strategiczna Rada Naukowa

– Pierwszy raz w historii udało się połączyć wszystkie małopolskie uczelnie w ramach jednej inicjatywy i podjąć wspólne kroki m.in. w zakresie kształcenia ukierunkowanego na cyberbezpieczeństwo – tak o zadaniach nowo powstałej Rady Naukowej ds. Strategicznych Kierunków Rozwoju Małopolski mówił rektor Stanisław Mazur, profesor Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie.

W skład Rady wchodzi przedstawiciele czterech małopolskich uczelni wyższych oraz marszałek województwa małopolskiego. – To bardzo ważne, że udało się zbudować inicjatywę łączącą całe regionalne środowisko naukowe. Do Rady chcemy zapraszać kolejne organizacje, instytucje i sektor prywatny – powiedział Witold Kozłowski.

– Województwo małopolskie już teraz jest regionem, który rozwija dynamicznie inicjatywy związane z sektorem IT, cyberbezpieczeństwem i kształceniem w tych kierunkach. Jest też miejscem wielu inwestycji w tych obszarach, także prywatnego biznesu, ale i centrum rozwoju start-upów – dodał prezydent Andrzej Duda, za-

– Rozwój cyberprzestrzeni to jedno z największych wyzwań, przed jakimi stoi dzisiaj ludzkość – zaznaczył Andrzej Duda, prezydent Polski, gość honorowy konferencji CYBERSEC CEE Regions & Cities w Krynicy-Zdroju. – Czas pandemii był bez wątpienia momentem cyfrowego przyspieszenia. Na niespotykaną dotąd skalę musieliśmy się skupić na bezpieczeństwie cyfrowym – podkreślił z kolei Witold Kozłowski, marszałek województwa małopolskiego, gospodarz rozpoczętego 1 września trzydniowego spotkania w perle polskich uzdrowisk





pewniając jednocześnie o swoim wsparciu tej inicjatywy.

W Krynicy prezydent spotkał się również z firmami zrzeszonymi w Polskim Kłastrze Cyberbezpieczeństwa, czyli #CyberMadeInPoland. – Cyberbezpieczeństwo to dziś bardzo istotny obszar z punktu widzenia bezpieczeństwa kraju. To ważne, żeby polskie firmy aktywnie działały w tej sferze – zaznaczył prezydent.

Prestiżowe Nagrody Gospodarcze Małopolski 2021

Specjalną Nagrodą Gospodarczą Małopolska uhonorowała w tym roku Adama Glapińskiego, prezesa Narodowego Banku Polskiego. Prestiżowe statuetki trafiły również do Figelo, Airly, Chochołowskich Term, a także Przedsiębiorstwa Budownictwa Przemysłowego „Chemobudowa - Kraków” SA oraz Orlenu Południe SA. Uroczystość wręczenia statuetek odbyła się podczas drugiego dnia konferencji CYBERSEC CEE Regions & Cities w Krynicy-Zdroju.

„Niezwykle ciepło i serdecznie myślę o małopolskiej przedsiębiorczości, ale dodatkowo szczerze darzę szacunkiem Państwa przywiązanie do polskiej tradycji oraz kultury. Jak wiele Polska zawdzięcza Małopolsce można przekonać się, odwiedzając Krakowski Salon Ekonomiczny NBP” – w ten sposób prof. Adam Glapiński, prezes Narodowego Banku Polskiego, podziękował Małopolskiej Radzie Gospodarczej za uhonorowanie prestiżową Nagrodą Gospodarczą Województwa Małopolskiego.

– To symboliczny wyraz uznania dla działań prezesa Adama Glapińskiego na rzecz lepszego funkcjonowania rzeczywistości ekonomicznej, a także wspierania gospodarki i przedsiębiorczości Małopolan – podkreślił w laudacji Witold Kozłowski, marszałek województwa małopolskiego.





Specjalne wyróżnienie, podczas gali honorowej „Nagrody Gospodarczej Województwa Małopolskiego 2021”, odebrała - w imieniu prof. Adama Glapińskiego - Katarzyna Basiak-Gała, dyrektor Oddziału Okręgowego w Krakowie, a jednocześnie inicjatorka powstania Krakowskiego Salonu Ekonomicznego Narodowego Banku Polskiego.

„Dziś z dumą dołączam do Państwa, choć czynię to skromnie, mając świadomość, że ta nagroda to dla mnie zobowiązanie, by czerpać jak najwięcej z tradycji Małopolski. Od dziś czuję się w jakiejś części obywatelem tego królewskiego regionu naszego kraju” - podkreślił prezes Narodowego Banku Polskiego w specjalnym liście skierowanym do uczestników krynickiego Forum. Dodał również, że nagrodę tę „przyjmuje w imieniu własnym i wszystkich pracowników Narodowego Banku Polskiego, dzięki którym pracy i poświęceniu w tym trudnym okresie bank centralny włączył się w obronę naszej gospodarki”.

A oto laureaci Nagrody Gospodarczej Województwa Małopolskiego 2021

FIGELO – mikroprzedsiębiorca

Firmę wyróżniono za projekt „Gimnastycznego placu zabaw Figelo”. - To efekt kilkuletniej obserwacji deficytu kultury fizycznej w edukacji przedszkolnej i wczesnoszkolnej oraz blisko 2 lat projektowania i prototypowania - zaznaczyli jej szefowie. Rozwiązanie to skierowane jest nie tylko do dzieci, dla których Figelo to „domowy plac zabaw”, którego celem jest wsparcie dobrej zabawy, ale także do rodziców - to pomoc w codziennym aktywizowaniu pociech i jednocześnie „alternatywa dla tabletu”. Dzięki Figelo rodzice otrzymują więc wsparcie przy aktywnym wychowywaniu dzieci, co w konsekwencji wpływa korzystnie na ich zdrowie i sprawność fizyczną.

AIRLY – mały przedsiębiorca

Firma powstała w 2016 roku w Krakowie. Dostarcza globalny system do hiperlokalnego monitoringu jakości powietrza wraz z autorskim algorytmem do prognozy zanieczyszczeń powietrza na 24 godziny, z dokładnością sięgającą 95 proc. Airly współpracuje z samorządami, firmami oraz aktywistami z całego świata, a jej celem jest globalna poprawa jakości powietrza. Z usług Airly korzysta już ponad 600 samorządów i miast, w tym Hongkong, Dżakarta, Oslo czy Granada oraz firmy, takie jak Philips, Virgin, Innogy, PwC, Veolia i Skanska.

CHOCHOŁOWSKIE TERMY – średni przedsiębiorca

To największy kompleks basenów termalnych na Podhalu. Wystarczy tylko wspomnieć, że do dyspozycji gości jest lustro wody o łącznej powierzchni blisko 3 tysiący metrów kwadratowych. Spragnieni wypo-





czynku w Chochołowie odnajdą baseny pływackie, rekreacyjne, termalne, ale też strefę leczniczą oraz fitness, saunarium, siłownię, SPA, a także sale konferencyjne, lokale gastronomiczne, sklepy sportowe i z tradycyjnymi pamiątkami. Można jeszcze wspomnieć, że woda termalna, która wypełnia baseny, pochodzi z głębokości 3572 m.

„CHEMOBUDOWA-KRAKÓW” – duży przedsiębiorca

Misją Chemobudowy-Kraków jest osiągnięcie zadowolenia klientów, kontrahentów oraz pracowników. Poprzez partnerskie podejście i zaangażowanie w realizację obiektów, spółka chce spełniać oczekiwania wszystkich swoich klientów. – Równie ważnym adresatem naszej misji są dostawcy i podwykonawcy, względem których stosujemy zasady partnerstwa w biznesie – zaznaczają przedstawiciele firmy. Efekty jej działalności bu-

dowlanej, ale nie tylko, odnajdziemy głównie na terenie Polski południowej.

ORLEN POŁUDNIE SA – duży przedsiębiorca

To jedna z kluczowych spółek Grupy ORLEN. Jej działalność biznesowa koncentruje się na głównych segmentach produktowych związanych z produkcją i sprzedażą biopaliw i biokomponentów, parafin oraz rozpuszczalników. Uzupełnieniem oferty są produkty uzyskiwane podczas przerobu ropy naftowej i regeneracji olejów. Konsekwentnie rozwijane technologie, nacisk na rozwój know-how i szereg działań optymalizacyjnych stanowią podstawę do rozwoju ORLEN Południe w kierunku biorafinerii.

Małopolska Rada Gospodarcza – Kapituła konkursu „Nagroda Gospodarcza Województwa Małopolskiego”, która honoruje firmy i osoby „wyróżniające się innowa-

cyjnością, wdrażaniem najnowocześniejszych rozwiązań, a także aktywizowaniem regionalnej gospodarki”, już po raz 12. wyróżniła małopolskich przedsiębiorców. Kapitułę tworzą przedstawiciele regionalnych środowisk gospodarczych i naukowych, a także reprezentanci wiodących firm z sektora małych i średnich przedsiębiorstw.

W kierunku cyfrowego świata

Ponad 2000 uczestników online, ponad 600 osób bezpośrednio w Krynicy-Zdroju, blisko 60 paneli i dyskusji – tak w liczbach wyglądał tegoroczny CYBERSEC CEE Regions & Cities w Krynicy-Zdroju. Jego organizatorem był Instytut Kościuszki, a głównym partnerem Województwo Małopolskie.

– Jestem przekonany, że CYBERSEC CEE Regions & Cities przyniesie owoce, a co ważne, na stałe wpisze się w kalendarz małopolskich wydarzeń – zaznaczył Witold Kozłowski, marszałek województwa małopolskiego.





Szlifowanie diamentów

50 firm rozpoczynających przygodę z biznesem skorzystało już z oferty programu akceleracyjnego #StartUP Małopolska. Program, realizowany od czterech lat, ugruntował już sobie dobrą markę w środowisku młodych przedsiębiorców. Zbadajmy, gdzie tkwi źródło jego sukcesu?

Jakub Krzyszczaka

Jedną z najważniejszych idei przyświecających Województwu Małopolskiemu w obszarze rozwoju przedsiębiorczości jest wszechstronna pomoc młodym firmom, które, choć są na początku swojej drogi biznesowej, to dysponują wartościowymi pomysłami i świetnie rokują na przyszłość.

- Zamierzeniem #StartUP Małopolska jest podpowiadanie, doradzanie, znajdowanie rozwiązań, które pozwolą na oszlifowanie diamentu w postaci świetnego pomysłu. Tych pomysłów faktycznie w małopolskim środowisku start-upowym nie brakuje. Szkopuł w tym, by udało się je przerodzić w sukces komercyjny. Prowadzona przez nas akceleracja wychodzi na

przeciw tym oczekiwaniom i sprawia, że firmy notują szybki postęp, stają mocniej na nogach, lepiej radzą sobie z wyzwaniami biznesowymi - ocenia Witold Kozłowski, marszałek województwa małopolskiego.

Dopracowana oferta

Na co mogą liczyć uczestnicy programu? Oferta #StartUP Małopolska jest dopracowana w szczególności i wszechstronna. W każdej edycji projektu uczestniczy od 5 do 8 firm.

Taka liczba podmiotów uczestniczących w każdej odsłonie projektu pozwala na udzielenie im optymalnego i zindywidualizowanego wsparcia. Firmy biorą udział w warsztatach dostosowanych do ich konkret-

nych potrzeb. Najczęściej są to zajęcia przybliżające tajniki marketingu, sprzedaży czy prezentacji. Start-upy otrzymują także pomoc od mentorów z wybranych dziedzin i równocześnie pozostają pod skrzydłami menedżera akceleracji, którego zadaniem jest określenie kierunku dalszego rozwoju przedsiębiorstwa. Uznaniem uczestników cieszy się również możliwość udziału w wybranych przez nich wydarzeniach branżowych i start-upowych. To sami uczestnicy decydują, w jakim przedsięwzięciu uczestniczą. Do chętnie wybieranych przez przedsiębiorców wydarzeń należą m.in. InfoShare, I love marketing i inne przedsięwzięcia o podobnej randze i charakterze.

O tym, na czym skupią się firmy podczas procesu szkoleniowo-mentoringowego, w zasadniczym stopniu przesądzają dwudniowe warsztaty przedakceleracyjne, w trakcie których wnikliwie badane są potrzeby start-upów, ich mocne i słabe strony, czyli de facto określane są obszary do doskonalenia i rozwoju.

Zaznaczmy tutaj, że udział w programie jest nieodpłatny, a całość współfinansowana jest ze środków europejskich w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Małopolskiego na lata 2014-2020.

Z niewielkim stażem w innowacyjnych obszarach

#StartUP Małopolska jest kierowany do podmiotów działających w województwie małopolskim, do mikro, małych i średnich przedsiębiorstw, działających na rynku nie dłużej niż 3 lata przed 1 kwietnia 2020 roku.

Co więcej, największe szanse na zakwalifikowanie się do programu mają start-upy poruszające się w obszarach inteligentnych specjalizacji Małopolski, tj. technologie informacyjne, chemia, elektrotechnika, energia zrównoważona, nauki o życiu, produkcja metali oraz przemysły kreatywne i czasu wolnego.

Dbłość o jakość

Dotychczas zrealizowano już siedem edycji programu. Po zakończeniu każdej z nich prowadzone były działania ewaluacyjne, które pozwalały na zapoznanie się z opiniami uczestników projektu oraz osobami prowadzącymi zajęcia czy mentoring.

Cenne wskazówki od firm i osób odpowiedzialnych za przekazywanie wiedzy, wykorzystywane na bieżąco przez organizatorów, dają gwarancję, że każda następna edycja programu dysponuje lepiej dostosowaną do potrzeb przedsiębiorców, bardziej dopracowaną ofertą.

Następna edycja

Odkrycie nowych źródeł klientów, poprawa procesu sprzedażowego, dopracowanie metod marketingowych, poznanie nowych technik prezentacji, korzystanie z doświadczeń bardziej doświadczonych podmiotów, to najważniejsze korzyści wymieniane przez dotychczasowych uczestników programu. Na pewno warto pójść w ślady tych, którzy już doświadczyli pomocy ze strony profesjonalistów, uznanych szkoleniowców i mentorów.

A nadarza się ku temu okazja, gdyż nabór do ósmej edycji programu #StartUP Małopolska organizowany jest już we wrześniu. Osoby zainteresowane dalszym rozwojem swoich kompetencji i umiejętności, myślące o gruntownej poprawie swojej pozycji biznesowej więcej informacji na temat prowadzonej rekrutacji i samego programu mogą znaleźć na stronie internetowej www.startup.malopolska.pl

Jakub Krzyszczaka
Departament Nadzoru Właścicielskiego i Gospodarki
Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego

Małopolskie firmy na targach GITEX Technology Week w Dubaju



FOT. 123RF

Firmy z branży nowych technologii - w dniach od 17 do 21 października - na pewno skierują swoją uwagę na największe miasto Zjednoczonych Emiratów Arabskich. To bowiem w Dubaju odbędzie się kolejna edycja GITEX Technology Week prestiżowego wydarzenia, które od wielu lat gromadzi wystawców prezentujących najnowsze technologie w produkcji i usługach oraz ich zastosowaniu w biznesie.

Wśród wystawców ponownie pojawi się Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego SA, która w ramach projektu Power up Your Business in Małopolska 2, na stoisku pod marką Business in Małopolska, będzie promować potencjał branży technologii informacyjnych i komunikacyjnych regionu.

Do udziału w targach zostali zaproszeni małopolscy przedsiębiorcy z sektora mikro, małych i średnich przedsiębiorstw.

Targi odbywać się będą z zachowaniem najwyższych standardów sanitarnych w związku z zagrożeniem epidemicznym spowodowanym pandemią koronawirusa.

Liczymy, że wystąpienie podczas GITEX Technology Week 2021 zakończy się dla firm równie korzystnie jak w 2018 r. Wówczas to, w wyniku przeprowadzonych rozmów w Dubaju, jedna z uczestniczących w targach firm podpisała kontrakt z działającym na rynku ZEA dystrybutorem; rozmowy biznesowe podczas targów zaowocowały również otwarciem w Dubaju biura sprzedażowego znanej firmy technologicznej z naszego regionu.

W tegorocznym wydarzeniu udział potwierdziło ponad 4500 wystawców ze 140 krajów, w tym innowacyjne firmy technologiczne, start-upy, podmioty rządowe oraz ponad 400 najbardziej aktywnych inwestorów.

Wystąpienie na targach GITEX Technology Week 2021 możliwe jest dzięki realizowanemu w ramach partnerstwa Business in Małopolska projektowi Power up Your Business in Małopolska 2 (RPO WM na lata 2014-2020, poddziałanie 3.3.1 Promocja gospodarcza Małopolski).

MARR SA:
Departament Wsparcia Przedsiębiorczości
e-mail: export@marr.pl
tel.: 12 617 99 65



Centrum Business in Małopolska wraca na Mobile World Congress w Barcelonie

Mobile World Congress w Barcelonie, jeden z największych na świecie przeglądów ofert technologii mobilnych, odbył się w dniach 28 czerwca do 1 lipca. W ramach projektu „Power up your Business in Małopolska 3” logo naszego regionu ponownie znalazło się wśród wystawców tego prestiżowego wydarzenia

Jacek Adamczyk

Losy targów ważyły się jeszcze kilka tygodni przed wyznaczoną, nietypową dla Mobile World Congress, datą. Targi odbywają się w stolicy Katalonii tradycyjnie na przełomie lutego i marca. W ubiegłym roku z wiadomych przyczyn zostały odwołane i w końcu przeniesione na gorące dni czerwca i lipca bieżącego roku. Można uznać, że to jedno z pierwszych dużych europejskich wydarzeń, które postanowiło przywrócić tradycyjną formę ekspozycji. Jeszcze na początku roku niektóre imprezy odbywały się wyłącznie w formule on-line (np. Hannover Messe), inne zostały ponownie odwołane z perspektywą organizacji w latach następnych. W MWC2021 można było uczestniczyć osobiście lub wybrać udział wirtualny na platformie przygotowanej przez organizatora.

Małopolska reprezentacja na Mobile World Congress 2021

Jak podają organizatorzy, do udziału w MWC zarejestrowało się około 100 tysięcy osób, natomiast bezpośrednio pojawiło się około 20 tysięcy odwiedzających. Dla porównania w czasie MWC w roku 2019 targi odwiedziło około 109 tysięcy osób, które codziennie przybywały do hal Fira Barcelona i ciasno zapełniały powierzchnie stoisk, pasaży i wydzielonych powierzchni konferencyj-

nych. W bieżącym roku swoje stoiska miało 165 krajów (regionów), z czego 117 było obecnych osobiście, w targach wzięło udział 1000 wystawców, sponsorów i partnerów, ponad 50% uczestników reprezentowało kadry zarządzające w przedsiębiorstwach.

Małopolskie firmy, które zdecydowały się skorzystać z naszego stoiska to MIQUIDO, AIRLY, CODIBLY, SEEDIA, AILLERON, BRAINLY i CORCODE, wirtualnie w targach uczestniczyły przedsiębiorstwa AMISTAD, RIVER KIOSK, APPLISCALE i BERRY LIFE. Jeśli porównać ofertę „pawilonu japońskiego”, który zgromadził cztery firmy, nasza reprezentacja wyglądała rzeczywiście dobrze.



Brak wielu gości z dalszych części świata łatwo jednak zrozumieć, biorąc pod uwagę aktualne ograniczenia i pandemiczne restrykcje. Organizatorzy MWC 2021 wprowadzili dość rygorystyczne zasady udziału i ekspozycji: brak jakichkolwiek materiałów drukowanych, promocja wyłącznie poprzez informację elektroniczną, konieczność wykonywania ważnych przez 72 godziny „szybkich testów” na obecność wirusa (niezależnie od posiadania lub braku „paszportu” zaszczepienia), poruszanie się wyłącznie przy użyciu aplikacji telefonicznych, rejestrowanie spotkań na stoisku i oczywiście bezwzględny nakaz używania certyfikowanych maseczek ochronnych - to wszystko mogło zmienić decyzję wielu potencjalnych wystawców i gości. Targi jednak zostały otwarte i nabrały tempa...

Mobile World Congress 2021 od poniedziałku do czwartku

Targi w Barcelonie to olbrzymia szansa dla wszystkich start-upów tworzących najbardziej pomysłowe aplikacje. Znaczenie tych form wkraczania na globalny rynek dobrze rozumieją i wykorzystują instytucje regionalne i organizacje wspierające rozwój przedsiębiorczości.

Jest naturalne, że w tych działaniach przodują gospodarze - stoiska hiszpańskich regionów, miast i zrzeszeń corocznie udostępniają swoje powierzchnie na miniaturowe ekspozycje rodzimych firm. To prawdziwe giełdy pomysłów, entuzjazmu i energii. Aplikacje, oprogramowania, urządzenia mobilne służyły do obsługi wyposażenia domów, planowania wycieczek, gotowania, ochrony zdrowia i... zarządzania innymi aplikacjami.

Nasi goście - małopolskie firmy IT niewiele czasu spędzały na wspólnym stoisku „Business in Małopolska”. Spotkania, rozmowy, poznawanie potencjalnych partnerów handlowych i udział w wykładach, prezentacjach i dyskusjach to codzienność pobytu na MWC. Nawet przy ograniczonej ilości uczestników udało się nawiązać interesujące kontakty biznesowe. A po targach pozostawało korzystanie z uroków prawie wakacyjnej Barcelony.

Komentarze i wnioski

Mobile World Congress w Barcelonie pozostaje jednym z najważniejszych wydarzeń branży technologii mobilnych w skali światowej. Niektórzy porównywali obecne edycję MWC do tych z lat poprzednich.

W roku 2019 targi odwiedzało codziennie ponad 100 tysięcy osób, więc tegoroczne dane rzeczywiście wskazują na znaczący spadek liczby uczestników. Czy nie dało to jednak pewnych pozytywnych efektów?

Dwa lata temu poruszaliśmy się w tłumie gości, stoiska były oblegane i organizacja sensownego spotkania była prawie niemożliwa, stoiska producentów opa-

W tym roku mieliśmy do dyspozycji komfort działania – swobodę poruszania się po halach targowych, czas na dłuższe rozmowy i wymianę informacji, swobodny dostęp do wszystkich uczestników targów i prawie nieograniczone możliwości prezentacji własnej oferty. Kiedy Mobile World Congress wróci do swej dawnej, tłumnej formuły, być może zatęsknimy do spokoju i przestrzeni wydarzenia odbywającego się w ponurym cieniu pandemii

kowań na telefony gnieździły się obok producentów wyrafinowanych narzędzi do planowania zagospodarowania przestrzeni, start-upy z trudem przebijały się ze swoją ofertą w cieniu telefonicznych gigantów. W tym roku mieliśmy do dyspozycji prawdziwy komfort działania - swobodę poruszania się po halach targowych, czas na dłuższe rozmowy i wymianę informacji, swobodny dostęp do wszystkich uczestników targów i prawie nieograniczone możliwości prezentacji własnej oferty. Kiedy MWC wróci do swej dawnej, tłumnej formuły, być może zatęsknimy do spokoju i przestrzeni wydarzenia odbywającego się w ponurym cieniu pandemii.



FOT. MARK

Intensywny czas dla ITC trwa nadal

Raptem w lipcu zakończyły się targi MWC 2021 w Barcelonie, a organizatorzy już zapraszają na edycję 2022. Tym razem impreza wraca w lutym (28.02-3.03), czyli w czasie, kiedy pandemia nie krzyżowała planów światowych wystaw.

Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego po raz kolejny będzie promować małopolski potencjał handlowy branży ITC na targach w Barcelonie. Zapraszamy zatem już dziś firmy z regionu do udziału w tym przedsięwzięciu. Podobnie jak w latach ubiegłych na około 30 m² profesjonalnie zabudowanej powierzchni wystawienniczej udostępniemy firmom przestrzeń do spotkań biznesowych i rozmów z kontrahentami, a także bilety wstępu na targi.

Z rozmów z katalońskimi organizatorami targów Fira Barcelona dowiedzieliśmy się o planach nowej imprezy w obiektach wykorzystywanych na potrzeby MWC: wiosną 2022 roku planowane jest zorganizowanie wydarzenia poświęconego „internetowi rzeczy” - IoT Solutions World Congress. Zachęcamy do śledzenia naszych komunikatów i wiadomości.

Jacek Adamczyk

Departament Wsparcia Przedsiębiorczości
Małopolskiej Agencji Rozwoju Regionalnego SA



FOT. MARK

Etykieta w świecie biznesu

– Savoir-vivre i etykieta w biznesie wywodzą się z empatii, z wrażliwości na drugą osobę. Grzeczność to jeden z najbardziej eleganckich sposobów wyznaczania innym granic i jednocześnie szanowania ich granic – mówi **WOJCIECH S. WOCŁAW**, zawodowy konferansjer, szkoleniowiec, założyciel Polskiej Szkoły Etykiety i partner zarządzający w Agencji Komunikacji Życie

Marek Długopolski



FOT. PIOTR SZCZĄSKI

– **Etykieta czy pieniądze?**
– Wierzę, że jedno i drugie da się połączyć...

– **Choć...**
– Choć wielu osobom to się w „głowie nie mieści”. Na szczęście, nie wszystkim.

– **Dlaczego?**
– Część ludzi uważa, że jeśli będzie zachowywać się w zgodzie z zasadami etykiety, to zostanie to odczytane jako uległość, bierność, a przede wszystkim słabość. A tak przecież być nie musi.

– **Dzisiaj wszystko więc „wypada”?**
– Wiele osób tak twierdzi. Osobiście tak nie uważam i wciąż wierzę, że tego i owego „nie wypada”, a to i owo „się powinno”. Nie tak dawno temu byłem w towarzystwie kilku pań. Z dużą pasją mówiły, że swoim córkom, siostrzenicom, bratanicom i wszystkim dookoła dziewczynkom będą powtarzać, żeby do lamusa odłożyły słowa „nie wypada”, że mogą robić, co chcą. Dlaczego? Otóż tłumaczyły, że przez to, że kiedyś „wzmówiono” im, że czegoś nie wypada robić, że należy być miłą i grzeczną, teraz mają problem np. w biznesowych negocjacjach. Nie potrafią skutecznie zawalczyć o swoje, bo przecież „nie wypada”. Tymczasem to są dwie różne sprawy.

– **W biznesie można więc wyeliminować takie słowa jak „nie wypada”, „powinno się”, „trzeba”?**
– Wszystko można, ale czy to jest właściwa droga? Starłem się pokazać moim rozmówczyńom, że te dwie rzeczy, czyli „nie wypada” i przedsiębiorczość da się doskonale połączyć. Można jednocześnie znać zasady dobrego wychowania i etykiety, postępować z klasą, a jednocześnie być przedsiębiorczym, potrafić zawalczyć o swoje i swojego bronić. Wolność czyjejs pięści kończy się tam, gdzie zaczyna się wolność naszego nosa... To ułatwia życie – zarówno prywatne, jak i biznesowe. Grzeczność to je-

den z najbardziej eleganckich sposobów wyznaczania innym granic i jednocześnie szanowania ich granic.

– **Jakie podejście do biznesu jest panu bliskie?**
– Nakierowane na budowanie długoterminowych i trwałych relacji. Uważam, że w biznesie najważniejsze są relacje. Szczególnie cenne są te, które trwają długo.

– **Czym jest zatem etykieta?**
– Na pewno nie jest to zbiór zasad, które nas ciemnieją, żaden kaganiec, obroża, czy sztywny kołnierzyk ortopedyczny, który ogranicza nasze ruchy. To pewien zbiór scenariuszy, które ułatwiają życie, podpowiadają, jak zachować się w różnych biznesowych sytuacjach, co właśnie „wypada”, a czego „nie wypada” robić. Tu trzeba by w końcu powiedzieć o co w ogóle chodzi z tym „wypada”... Idzie o takie zachowanie, które zjedna nam ludzi, które nie niesie ryzyka, że ktoś się do nas zrazi, że nie zaprezentujemy się z takim skutkiem, jakiego byśmy oczekiwali. Jestem pewien, że znajomość zasad etykiety w biznesie, to wielka wartość w życiu zawodowym. Największą korzyścią, jaka z tego płynie, jest umiejętność budowania trwałych i opartych na wzajemnym szacunku relacji ze współpracownikami, pracownikami, przełożonymi i klientami. Dodajmy, relacji na pewnym poziomie, również estetycznym.

– **Etykieta to życie?**
– Etykieta obejmuje rozległy obszar naszego życia. Podpowiada, komu ustąpić pierwszeństwa oraz w jaki sposób podać rękę podczas powitania, jak przedstawiać siebie, a jak innych. Tłumaczy zawilosci tytułowania, wyjaśnia zasady przechodzenia na „ty”, a także reguły komunikacji mejlowej, telefonicznej, podczas spotkań on-line i tych na żywo. Nie można oczywiście pominąć zasad rządzących dress codem oraz tych, które obowiązują przy stole. Zasady etykiety na pewno pomogą nam podczas wystąpień publicznych, spotkań biznesowych, podróży służbowych, ale także w życiu prywatnym oraz podczas np. rozmowy kwalifikacyjnej.

– **Przychodzę do firmy. Jak sprawić, aby moja autoprezentacja spodobała się przszłemu szefowi, współpracownikom...?**

– Zacząć od uśmiechu i od spojrzenia w oczy. Od powitania i przedstawienia siebie. Od pogawędki. Pozwolić gospodarzom być gospodarzami, a sobie – gościem.

– **Co to oznacza?**
– Gdy do firmy przychodzi nowa osoba, często wychodzi z założenia, że to ona ma interes do kogoś, więc będzie bardzo miła, sympatyczna i uprzedzająco grzeczna. Sama sobie otworzy drzwi, wybierze miejsce, gdzie usiądzie, położy laptop na biurku... Ja zaś podpowiadam wszystkim, żeby dać sobie... sekundę opóźnienia. Warto pozwolić gospodarzowi, aby otworzył przed nami drzwi, wskazał nam miejsce... Zapytać kogoś, niby od niechcenia, czy możemy położyć nasze dokumenty na jego biurku. W ten sposób wyraża się szacunek wobec czyjejs przestrzeni, a więc i wobec tego kogoś. Między wierszami mówimy do kogoś: przychodzę w pokoju (śmiej), nie mam zamiaru wejść ci na głowę, taki sam będę również w pracy i interesach. To są mikrogesty, świadomie wychwytywane wyłącznie przez tych najbardziej uważnych, ale podświadomie dekodowane przez większość z nas.

– **A jeśli gospodarz nie wykona żadnego ruchu?**
– Zawsze od niechcenia możemy zapytać, czy możemy usiąść w tym konkretnym fotelu, położyć laptop na biurku, gdzie odłożyć płaszcz...

– **W biznesie istnieje pojęcie wieku lub płci?**
– Nie ma ani płci, ani wieku. Jeśli chodzi o kwestię precedencji, czyli pierwszeństwa, to najpierw bierzemy pod uwagę hierarchię i zależność zawodową. Tak jak w życiu prywatnym uczymy się, że mężczyzna ustępuje miejsca kobiecie, a starszemu młodszy, tak w sytuacji biznesowej – w której istnieje zależność zawodowa – pamiętamy, że pracownik ustępuje przełożonemu, niższy rangą wyż-

szemu, a przedstawiciel firmy klientowi w imię zasady, że firma zależy od klienta, a nie odwrotnie. To są główne, najważniejsze zasady.

- Biznes to jednak pewna hierarchia... Jak się w niej odnaleźć, komu zawsze trzeba ustąpić pierwszeństwa?

- Powiedziałbym: warto to robić. To nie powinien być przytymus, przykry obowiązek, a naturalny odruch. Widzę w tym pewną wartość. Osoba, która ustępuje miejsca, wykazuje się dojrzałością, ogląda i jednocześnie łagodnością charakteru. To nie znaczy, że jest uległa i słaba. Osoby, które zachowują się z klasą, łatwiej traktować jak partnerów. Nie trzeba bowiem dopiero ich nauczyć albo, co gorsza, „pacyfikować ich zapędów”. W ten zaś sposób jednocześnie okazuje się szacunek – starszym, bardziej doświadczonym czy przełożonym – oraz zdobywa się szacunek.

- Jak się przywitać w biurze?

- Jeśli ludzi jest bardzo dużo, wystarczy powiedzieć dzień dobry. Jeśli pozwalają na to warunki – można podać wszystkim rękę. Mężczyzna po wejściu do biura, np. do open space'a, w którym znajdują się zarówno panie, jak i panowie, wita wszystkich po kolei. Traktujemy się równo. Szarmanckie gesty lepiej zarezerwować na relacje prywatne. W pracy mogą zostać uznane za wyraz protekcjonizmu.

- Kto otwiera drzwi?

- Jeśli pracownik firmy przemieszcza się korytarzem w towarzystwie swojego przełożonego, to może wykonać wobec niego taki gest. Podobnie wobec klienta. Warto tu wspomnieć o paru szczegółach. Jeśli drzwi otwierają się „od siebie”, a korytarz jest stosunkowo wąski, wtedy lepiej zwrócić się do osoby idącej obok np. tak: Proszę pozwolić, że pójde przodem i otworzę drzwi. Będzie to rozwiązanie nie tylko eleganckie, ale również naturalne. Trzeba również pamiętać, aby – trzymając drzwi – mieć twarz zwróconą do naszego przełożonego lub klienta. Podobnie postępujemy, wchodząc w rolę przewodnika, również w sytuacji, gdy do biura wprowadzamy osobę na rozmowę kwalifikacyjną.

- Co w sytuacji, gdy idziemy po schodach?

- Wchodząc, puszcza przodem osobę, która ma wyższą rangę. Dlaczego? Możemy sobie wyobrazić, że gdyby np. się potknęła, zawsze możemy ją ochronić przed upadkiem. Jest w tym wyraz troski o siebie nawzajem. Gdy schodzimy po schodach, kolejność jest odwrotna – to my idziemy z przodu. I nie można zapomnieć, że idąc schodami zawsze trzymamy się ich prawej strony.

- Czy w firmie od razu warto przejść na „ty”?

- To dziś problematyczne, ponieważ kojarzymy, że w wielu firmach pracownicy mówią do siebie po imieniu. Jeśli jednak przychodzimy w interesach albo dołączamy do zespołu, zacznijmy od zwracania się do siebie na pan / pani, proszę pana / proszę pani. I poczekajmy na ewentualną propozycję przejścia na ty. Tzw. tykanie z założenia część osób odbiera jako oznakę braku szacunku, a nie skracanie dystansu. Poczekajmy więc, aż taką propozycję złoży nam druga, bardziej uprzywilejowana strona. Warto pamiętać, że w sytuacji biznesowej przejście na „ty” zawsze proponuje osoba, od której w pewien sposób jesteśmy zależni, czyli nasz przełożony, klient, ewentualnie gość. I to jest jedyny, właściwy kierunek propozycji przejścia na „ty”.

- W jaki sposób rozpocząć rozmowę? Od konkretnów?

- Zaczynałbym ją raczej od pogawędki. Niekiedy dobrze jest porozmawiać o czymś uniwersalnym, nie kontrowersyjnym. Dobrą okazją do zagajenia rozmowy mogą być dyplomy, certyfikaty, puchary wiszące w recepcji. Pogawędka, czyli small talk wymaga pewnej wprawy. Musi-

my nauczyć się czytać komunikaty niewerbalne naszego rozmówcy. Tylko bowiem w ten sposób możemy wyczuć odpowiedni czas do przejścia z rozmowy niezobowiązującej do tej biznesowej.

- Rozmowy nie należy przedłużać w nieskończoność...

To prawda. Można na przykład na samym początku spotkania zapytać, ile czasu mamy do dyspozycji. Osoby na wysokich stanowiskach zwykle mają bardzo dużo obowiązków, a więc bardzo mało czasu. A skoro go nam poświęcają, to trzeba ich czas szanować. Na rozmowę z takimi ludźmi trzeba przyjść doskonale przygotowanym. To kolejna ważna sprawa. Omawiamy więc konkrety, bacznie pilnujemy, żeby nie być nachalnym, żeby nie „wrzucać” za dużo tematów, nie próbować się w tym czasie „sprzedawać” na siłę.

- Gdy zostanie nam zaproponowane „coś do picia”, co wybrać?

- Najlepszym, najmniej kłopotliwym rozwiązaniem jest poproszenie o szklankę wody, soku...

- A nie herbatę czy kawę?

- Jeśli je bardzo lubimy, to oczywiście możemy skorzystać z propozycji. Musimy jednak pamiętać, że taki wybór może być nieco kłopotliwy. Herbatę trzeba np. zaparzyć, a więc musimy włożyć saszetkę do wody, później należy ją wyciągnąć, odłożyć. Herbatę należy również wymieszać, pojawia się więc niekiedy „dzwonienie” łyżeczki o szklankę... Mniej kłopotliwa jest kawa, ale i tu musimy uważać, np. podnosząc lub opuszczając filiżankę na spodek. Jeśli rozmowa jest trudna, dotyczy niedawnych kłopotów czy reklamacji, jeśli to rozmowa kwalifi-

Etykieta to zbiór scenariuszy, które ułatwiają życie, podpowiadają, jak zachować się w różnych biznesowych sytuacjach

kacyjna, jedna z pierwszych w życiu, to gorący napój może stać się przyczyną dodatkowego stresu.

- Czy strój ma znaczenie w sytuacjach biznesowych?

- Olbrzymie. Choć to kwestia gustu, to i tutaj oczywiście obowiązuje dress code. Strój powinien być dostosowany do wykonywanego zawodu, branży, firmy, stanowiska, a także okazji. Nie ukrywam, że jestem przywiązany do teorii jednego z amerykańskich psychologów, Marka Leary'ego, który w „Wywieraniu wrażenia na innych” postawił tezę, iż nasze zachowanie zależy od tego, jakie wrażenie chcemy wywrzeć na drugiej osobie. Podkreśla on, że w głowie mamy „wdrukowane” pewne prototypy osób reprezentujących różne stanowiska. Im więc większa jest zgodność naszego prototypu, naszego wyobrażenia o danej osobie z tym, jak ta osoba się prezentuje, tym lepsze i skuteczniejsze wrażenie, jakie ktoś taki na nas wywiera. Jeżeli np. prawnik wystąpi w eleganckim garniturze, to okaże się bardziej wiarygodny od tego, który zaprezentuje się w krótkich spodenkach i poszarpanej koszuli. Trudno sobie również wyobrazić oficjalnie wypowiadającego się polityka, przedstawiciela firmy ubezpieczeniowej czy dealera samochodowego w jeansowych spodniach i brudnym podkoszulku. Ktoś powie, że prototypowy przedstawiciel pewnych zawodów ma na sobie t-shirt. Jasne. Pamiętajmy przy tym, że na spotkanie z komisjami Senatu USA Mark Zuckerberg poszedł jednak w garniturze i krawacie, a nie jeansach i koszulce... Choć

w obecnych czasach panuje moda na swobodę i luz, to zawsze warto ubrać się odpowiednio do sytuacji. Drugiej szansy na autoprezentację możemy bowiem już nie mieć! Ze swojego doświadczenia mogę też powiedzieć, że zewnętrzne znaki – np. nadmierny luz, brak uporządkowania – które widzimy np. podczas rozmowy kwalifikacyjnej, często przekładają się później na stosunek do pracy. Luz w stroju może więc oznaczać dość luźne podejście do pracy, a takiego pracownika pracodawcy woleliby raczej w swoim zespole nie mieć...

- Co więc wybrać, aby dobrze wypaść?

- Powiada się, że odpowiedni strój w biznesie jest klasyczny, skromny, drogi i elegancki.

- Drogi?

- W tym znaczeniu, że jeśli mamy możliwość kupić dwa garnitury z tworzyw sztucznych i w tej samej cenie jeden z wełny, to lepiej wybrać ten drugi. Nie tylko jest bardziej elegancki i wygodniejszy, ale na pewno będzie nam dłużej służył. Daje komfort użytkowania, ale też robi odpowiednie wrażenia estetyczne. Dbłość o szczegóły i detale w stroju dużo mówi o osobie, która ten strój nosi. Strój to jedna z najważniejszych biznesowych informacji, którą druga osoba odczytuje zanim wypowiedzi choć jedno zdanie. Odrobienie strat wizerunkowych jest bardzo trudne i czasem zwyczajnie nie ma już na to okazji.

- Skromność – co oznacza w dress codzie?

- Strój – obojętnie czy męski, czy kobiecy – nie powinien być seksowny. Jeżeli więc rano, przed wyjściem do pracy, zerkniemy w lustro i tak go określimy, to powinniśmy się... przebrać. Dzisiaj, choć czasy mamy znacznie swobodniejsze, warto o tym pamiętać. Po pierwsze, nikomu nie zależy na tym, aby jego strój budził skojarzenia, że pozycję w firmie zawdzięcza niekoniecznie profesjonalizmowi, że nasza kariera jest wynikiem czegoś innego niż tylko naszych kompetencji zawodowych. Dawniej przed zakładaniem zbyt seksownego stroju do pracy ostrzegano głównie panie. Obecnie trzeba powiedzieć, że dotyczy to również panów, którzy ubierają czasem bardzo obcisłe koszule czy spodnie albo rozpinają w koszuli guziki niemal do pępka.

- Ekspozowanie marek?

- Absolutnie nie. Elegancja jest dyskretna. Pewnych logotypów oczywiście nie unikniemy, jak choćby gwiazdki na piórze Montblanc, ale ją rozpozna tylko ktoś, kto wie, co to za przedmiot. To nie jest wielki napis, który krzyczy z kilometra...

- Krzykliwość stroju?

- Od hałasusa potrafi rozboleć głowa...

- Etykieta w biznesie...

- Powiem panu ciekawą rzecz. Ktoś kiedyś powiedział, że to sztuka zarządzania nierównościami. Nierówności nie unikniemy. Możemy uniknąć ich pogłębiania. Możemy sprawić, że ludzie w naszym zespole czy ci, z którymi robimy biznes, będą się czuli dobrze, że razem zbudujemy fajną wspólnotę.

- Co jest najpiękniejsze w etykiecie?

- Savoir-vivre i etykieta w biznesie wywodzą się z empatii, z wrażliwości na drugą osobę. Jednocześnie zasady savoir-vivre'u i etykiety są niesłychanie logiczne i na ogół łatwo wyjaśnić, czemu robi się akurat tak, a nie inaczej. Savoir-vivre i etykieta uczą nas nie tylko, jak się nawzajem nie pozabijać, ale też jak pięknie ze sobą żyć. I to piękno jest w tych dziedzinach czymś wyjątkowym. Szczególnie, że nasze życie na co dzień bywa bardzo często zwyczajnie brzydkie. Warto je więc czymś odczarować.



FOT. ARCHIWUM KPT

Showroom Fabryki Przyszłości, hub4industry

Inkluzywna (R)ewolucja Przemysłowa?

W 2016 r. w Davos, na Światowym Forum Ekonomicznym ogłoszono, że oto nadchodzi era wielkich zmian. Dość szybko okazało się, że rewolucja sygnowana 4.0 wykracza poza przemysł. Cyfrowa cywilizacja to nie tylko ultranowoczesne fabryki przyszłości, to społeczeństwa nowej generacji, gdzie technologia nie jest zagrożeniem, a katalizatorem innowacji – mówi BARTOSZ JÓZEFOWSKI z Krakowskiego Parku Technologicznego

Renata Poreda, ASTOR

- Pracujesz na co dzień w miejscu, które w swojej nazwie ma „technologiczny”. Skąd taka nazwa?

- Poprzednia była gorsza i dłuższa. A tak poważnie, to z nazwą Krakowskiego Parku Technologicznego, a właściwie instytucji, od samego początku jej istnienia wiąże się deklaracja, że chcemy wspierać rozwój nowych technologii. Naszą misją nie jest wzrost gospodarczy tylko rozwój gospodarczy. Nowe technologie to sposób na awans naszych firm, całej naszej gospodarki w łańcuchu wartości.

- Jak zaczęła się Twoja przygoda z nowymi technologiami?

- Ciekawszą jest przygoda z biznesem nowych technologii. Bo o ile pierwszy własny druk 3D, doświadczenie w VR, pierwsza rozmowa z botem, czy zabawa dronem generują „efekt wow”, to próba zrozumienia skąd się biorą innowacje i jak je sprzedawać, to dla mnie łamigłówka i ekscytujące pytania. Pierwsze kontakty z innowatorami miałem jakieś 10 lat temu na warsztatach, które współprowadziłem. Szybko się to przerodziło w pracę zawodową ze start-upami technologicznymi.

- A zatem, czy da się w kilku zdaniach powiedzieć, skąd biorą się innowacje?

- Zderzenie kilku mniejszych pomysłów i potrzeb w jedną całość daje innowację. Żeby to się stało, trzeba rozmawiać, współpracować, podglądać co robią inni. Innowacji nie tworzą samotni geniusze, choć często przypisuje im się chwałę. Ci geniusze to co najwyżej błyskotliwi koordynatorzy działań, którzy umiejętnie łączą ludzi uzdolnionych w różnych dziedzinach wokół jednego celu.

Ojej, zabrzmiało to strasznie patetycznie. A prawda jest taka, że innowacja nie musi być specjalnie oryginalna czy odkrywczą. To po prostu nowość, zmiana w produkcie, w sposobie, jakim pracujemy albo w jaki zarabiamy pieniądze.

Warto też pamiętać, że dzięki tej zmianie powinniśmy więcej zarabiać. Magiczne myślenie o innowacjach jak o jakimś tajemniczym procesie dla wybranych geniuszy, którzy zmieniają świat, powstrzymuje wiele kreatywnych osób przed wprowadzaniem prostych, konkretnych zmian dzięki, którym oszczędzamy zasoby, generujemy większe przychody albo zyskujemy większą kontrolę nad firmą. Oczywiście innowacje mogą mieć wymiar globalny, ale to, czego potrzebujemy dzisiaj to żeby każda firma wdrażała swoje innowacje lokalne. Nie próbujmy być oryginalni czy wyjątkowi, kopiujemy rozwiązania z innych firm czy nawet branży, pytajmy pracowników, jak możemy ułatwić ich pracę.

- Wróćmy na chwilę do Krakowskiego Parku Technologicznego – jaka jest Wasza misja?

- Pomagać firmom rozwijać się szybciej. Tylko tyle. Ale zwrócę może uwagę, że mówimy o rozwoju, a nie tylko wzroście. W naszej misji to jest dla mnie kluczowe.

- Myślę, że z pełną odpowiedzialnością mogę powiedzieć, obserwując Wasze działania, że Krakowski Park Technologiczny odpowiada na potrzeby nie tylko przedsiębiorców, ale i wspomnianych społeczeństw nowej generacji. I to w każdym wieku, czy na każdym etapie budowania biznesu. Kiedy myśle KPT to od razu przychodzi mi do głowy takie projekty / programy / inicjatywy jak Digital Dragons, czy KPT ScaleUp. I oczywiście wspólny projekt: DIH hub4industry, którego ASTOR jest aktywnym partnerem. Jak doszło do powstania tej inicjatywy? Kto pierwszy „wpadł” na taki pomysł?

- Chciałbym tu opowiedzieć jakąś zaskakującą anegdotę, ale prawda jest taka, że to zwykła ewolucja i proces. Nie było ani osoby, ani konkretnego momentu. Praco-

waliśmy od lat z inwestorami w specjalnej strefie ekonomicznej. Inny zespół od lat pracował ze start-upami technologicznymi. Jasną odpowiedzią na wiele frustracji start-upowych stał się przemysł. Bo przeciętny start-up robiący jakieś nowoczesne gadżety konsumenckie miał co najmniej dwa wielkie problemy:

1. W Polsce klienci szukający innowacji i niewrażliwi na cenę to jakaś garstka osób. W praktyce tworzysz dla ludzi, których tu nie ma, ludzi których nie znasz, którzy czytają inne portale, inne gazety. To duży problem w procesie projektowania produktu czy usługi.

2. W Polsce bardzo brakuje osób z doświadczeniem w samodzielnym budowaniu kanałów dystrybucji i sprzedaży dóbr konsumenckich oraz osób, które potrafią skalować taką sprzedaż choćby przez współpracę z dużymi sieciami handlowymi.

Powtarzaliśmy zatem start-upom: patrzcie, macie tutaj odbiorców, firmy, które są faktycznym klientem, do których możecie podjechać w max. 30 minut i już macie informację zwrotną dotyczącą potrzeb. A także wnioski, pomysły.

Firmy produkcyjne są tu i teraz i szukają innowacji, wcale nie ustępują firmom zagranicznym. Dodatkowo na tym rynku jest mnóstwo ekspertów, ludzi z doświadczeniem nawet 30-letnim. Dużo łatwiej znaleźć w Polsce dyrektora sprzedaży dla firmy produkującej rozwiązania dla przemysłu niż np. gadżety sportowe.

Tak zaczęliśmy proces akceleracji, czyli łączenia start-upów z firmami przemysłowymi w programie KPT ScaleUp. Szybko stało się dla nas jasne, że duże firmy też potrzebują wsparcia, że dla nich też możemy dostarczać dużą wartość.

Ale żeby wykonać kolejny krok potrzebowaliśmy wsparcia, potrzebowaliśmy partnerów. I tak powstało konsorcjum, które nazwaliśmy hub4industry.

Z ASTOR-em znamy się od dawna i mieliśmy sporo mniejszych udanych kontaktów, później nawet wspólne małe inicjatywy więc krok w kierunku sporego wspólnego projektu dla obu stron nie był zbyt straszny.

- DIH - jak rozszyfrować tę nazwę i co się za nią kryje?

Magiczne myślenie o innowacjach jak o jakimś tajemniczym procesie dla wybranych geniuszy, którzy zmieniają świat, powstrzymuje wiele kreatywnych osób przed wprowadzaniem prostych, konkretnych zmian dzięki, którym oszczędzamy zasoby, generujemy większe przychody albo zyskujemy większą kontrolę nad firmą. Oczywiście innowacje mogą mieć wymiar globalny, ale to, czego potrzebujemy dzisiaj to żeby każda firma wdrażała swoje innowacje lokalne

- Digital Innovation Hub to nowy rodzaj instytucji, który ma pomagać szczególnie firmom małym i średnim w procesie digitalizacji. My z założenia pomagamy firmom produkcyjnym, ale powstają DIH-y w przeróżnych sektorach. Tych DIH-ów jest już w Europie mnóstwo. Komisja Europejska na koniec tego roku zaplanowała wyróżnienie 200 DIH-ów do rangi europejskiej: EDIH. Utworzą one europejską sieć. Warto, żeby nasi przedsiębiorcy oswajali się z tym skrótem, bo wygląda na to, że przez kolejne 5-7 lat DIH-y będą na świecie jako pierwsza linia wsparcia: wiedzą, inspiracją, pilotażami, a mamy nadzieję, że docelowo także finansami na transformowanie biznesu.

- Co Cię najbardziej zaskoczyło przy trwającym blisko dwa lata projekcie?

- W projekcie działamy w konsorcjum, w którym mamy właściwie każdy możliwy typ organizacji: NGO, uczelnie, firmy w różnych rozmiarach i z różną strukturą właścicielską. Stąd „dogadanie się”, wypracowanie wspólnych metod pracy, metod komunikacji jest dużym wyzwaniem. Nie wiem, czy mnie to zaskoczyło, ale na pewno nie doszacowaliśmy tu potrzebnego wkładu pracy. Zaskakuje mnie wciąż jak dużo jest jeszcze do zrobienia. Nawet duże firmy pokazują ile jeszcze mają obszarów do poprawy, do transformacji.

- Jak oceniasz polski rynek przemysłowy?

- Świat przemysłu jest dla mnie ciągle pełen kontrastów. Z jednej strony widzimy olbrzymie zainteresowanie nowymi technologiami, z drugiej jednak duży konserwatyzm w podejmowanych decyzjach. Widzimy dużą otwartość i zainteresowanie współpracą, a później często w tych samych firmach strach przed konkurencją, tajemniczość, pełno różnych klauzuli o poufności. Rynek dostawców rozwiązań jest okrutnie konkurencyjny, mocno opiera się na sile przedstawicieli handlowych, kontaktach. Mam wrażenie, że wszyscy czują, że to nas trochę trzyma z tyłu, że ten tort nowych technologii rośnie przez to wolniej niż potencjalnie by mógł. Ciągle jeszcze brakuje odwagi w tych pierwszych kilku krokach. A przede wszystkim liderów, którzy będą chcieli współpracować tak, by mimo konkurowania, móc prowadzić wspólne inicjatywy.



Bartosz Józefowski, KPT
oraz Marcin Pluciński,
T-Mobile



- Trudno mi sobie to wyobrazić. Choć przyznaję, że na jednych z ogólnopolskich targów, spotkaliśmy się z naszą konkurencją i zgodnie stwierdziliśmy, że jest tak dużo jeszcze do zrobienia w polskim przemyśle, że pracy starczy dla wszystkich. Ale to idea. Życie pokazuje, że nie jest to takie proste. Pytanie jaka musiałaby to być inicjatywa, która połączy konkurujące ze sobą firmy?

- Zysk! Nic tak nie łączy w biznesie, jak zysk! Tyle że w przypadku kooperacji i takich projektów jak DIH ten zysk jest odroczony w czasie. To jest inwestycja długoterminowa. Ale jeśli nie da się na końcu wskazać zysku to jak z rozpalaniem kominka bez zapasu drewna. Dość szybko zrobi się znowu zimno.

Innym świetnym motywatorem jest zmiana perspektywy. Na przykład z lokalnej na globalną. Nagle zrozumiemy, że prawdziwa konkurencja zlokalizowana jest w innym kraju i właśnie łączy siły, by stać się najważniejszą siłą w danej branży.

Oczywiście na to wszystko trzeba nałożyć też wartości. Najlepiej takie projekty kooperacji, czyli kooperacji i konkurencji działają, gdy firmy reprezentują podobny system wartości takich jak transparentność w komunikacji, zaufanie, czy nawet troska o lokalną społeczność.

- Wróćmy do hub4industry. Powoli kończy się finansowanie w tym rozdaniu. Co możemy jeszcze zaoferować przedsiębiorcom i do kiedy? I oczywiście ciekawi mnie - co dalej?

- Na pewno ciągle chcemy wykonywać badania dojrzałości cyfrowej ADMA, które są świetnym inicjatorem dyskusji o stanie firmy i punktem wyjścia do budowania planów. Jest to stosunkowo szybki proces do którego zachęcam wszystkie firmy produkcyjne.

Cały czas zachęcamy do szkolenia się i wysyłania pracowników na nasze webinary i darmowe kursy e-learningowe. Warto motywować ludzi do rozwijania się.

- Rozwój. To chyba jeden z filarów przemysłu przyszłości, a nic tak nie uczy jak osobiste doświadczenie i próbowanie.

- To prawda. Showroom Fabryki Przyszłości ciągle działa i zaprasza osoby, które chcą zobaczyć, sprawdzić, dotknąć Przemysłu 4.0 w praktyce. Kolejny raz podkreślę, warto inwestować w ludzi. Wyślijcie do nas więcej pracowników, zainwestujcie w inspirowanie i budowanie aspiracji. Sam prezes, który odwiedził kluczowe targi na świecie firmy nie zmieni.

Naszą ambicją jest zdobycie tytułu EDIH-u, czyli Europejskiego Hubu dzięki czemu będziemy włączeni w całą europejską siatkę takich instytucji. Ale to rzeczywiście dopiero plany na przyszłość.

- Co okazuje się największym wyzwaniem przy wdrażaniu innowacji / technologii?

- Część wyzwań jest typowa dla każdej zmiany w organizacji. Przede wszystkim awersja do ryzyka i trudność w oszacowaniu korzyści / zwrotu z inwestycji.

Jak to często bywa, problemem jest też dostęp do talentów - osób nie tylko o charakterystyce technicznej. Także, a może przede wszystkim, liderów, managerów, którzy przeprowadzą przez zmianę i którzy tą zmianą będą potrafili zarządzić.

Często ze zmianą właśnie wiąże się opór pracowników, siła starych przyzwyczajzeń i obawa o swoją przydatność, o to czy, po prostu, nie tracą pracy. Nowe technologie same w sobie niosą specyficzne wyzwania.

- Czy mógłbyś określić jakie są to specyficzne wyzwania?

- Wyróżniłbym dwa kluczowe: interoperacyjność - czyli zdolność maszyn i systemów do wzajemnej komunikacji. Dołożenie do fabryki kolejnego systemu, kolejnego ekranu i kolejnego loginu i hasła jest proste. To integracja jest wyzwaniem.

Drugim z nich jest personalizacja rozwiązań. Na rynku jest wielu dostawców gotowych systemów, którzy najchętniej dostarczają rozwiązania bez żadnej modyfikacji. Kończy się to tym, że firma-inwestor powinna się dostosować do systemu, bo system zmienia się niechętnie. Tymczasem czwarta rewolucja przemysłowa niesie ze sobą mocną indywidualizację. Tego, czego oczekuje

konsument, ale też tego, czego oczekuje ten, kto produkuje dla tego konsumenta.

- To w tym kontekście zapytam: czy rewolucja to rozwój?

- Czy to nie jest czasem na odwrót? Wydaje mi się, że firmy, które się rozwijają, w pewnym momencie potrzebują tej tzw. czwartej rewolucji przemysłowej. W tym sensie „rewolucja” jest narzędziem rozwoju a nie jego źródłem. Dlatego, gdy rozmawiamy o Przemysle 4.0, lubimy też rozmawiać o modelach biznesowych, o strategii. W ogóle nie lubię terminu rewolucja, bo sugeruje jakiś nagły zwrot. Wolę mówić o ewolucji, o wzroście produktywności, elastyczności produkcji, poziomie kontroli, zwiększeniu możliwości produkcyjnych. To są składniki, które dopiero wtedy dają rozwój, kiedy są połączone z mądrymi decyzjami biznesowymi i skuteczną sprzedażą. Zakończę tym czego nauczyłem się od Zarządu ASTOR-a: dzisiaj firma, wdraża jakiś drobny projekt, za dwa lata wdroży swojego pierwszego robota, a za parę lat może się stać najlepszym klientem w regionie. Niech każda firma produkcyjna zamiast szukać rewolucji wykona po prostu pierwszy krok.

Rozmawiała: Renata Poreda, firma ASTOR

BARTOSZ JÓZEFOWSKI

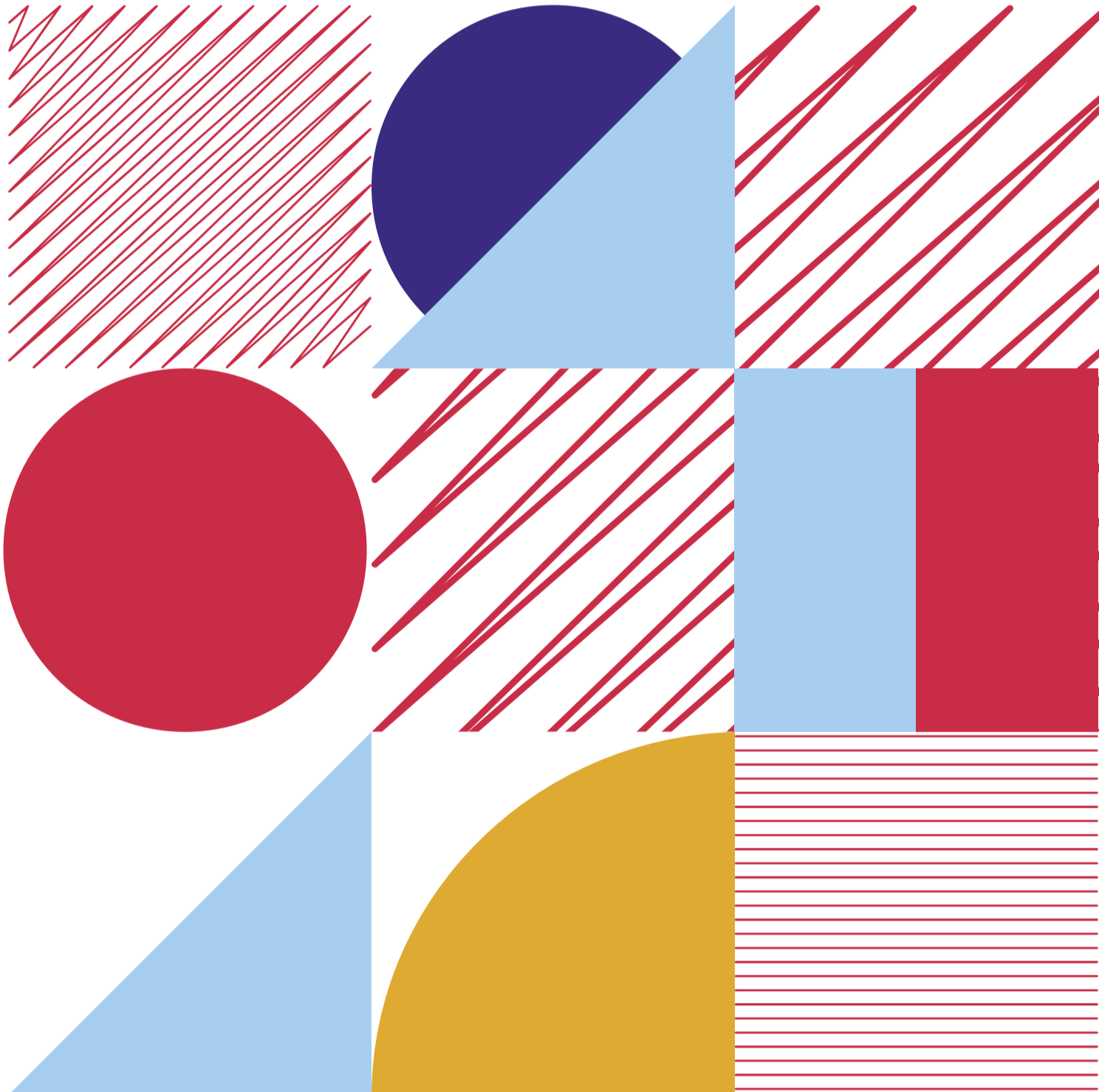
Zajmuje się innowacjami technologicznymi od 2013 r. Wicedyrektor Działu Parku w Krakowskim Parku Technologicznym. Najpierw kierował Inkubatorem Technologicznym w Krakowie, później zasiadał w zarządzie funduszu inwestycyjnego. Tworzył i zarządzał programem akcelerycyjnym dla start-upów przemysłowych KPT ScaleUp. Obecnie buduje hub4industry, czyli hub innowacji cyfrowych dla przemysłu. Posiada szerokie doświadczenie w pracy z korporacjami i start-upami technologicznymi. Ambasador regionalny fundacji Startup Poland i współtwórca start-upowej organizacji parasolowej w Krakowie. Absolwent studiów doktoranckich na Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie.

Artykuł ukazał się 29 lipca na łamach blogu Biznes i Produkcja firmy ASTOR

hub⁴industry

Digital Innovation Hub

Z nami będziecie
gotowy na zmianę



www.hub4industry.pl



Ministerstwo
Rozwoju

Projekt realizowany w ramach konkursu „Standaryzacja usług hubów innowacji cyfrowych dla wsparcia cyfrowej transformacji przedsiębiorstw” organizowanego przez Ministerstwo Rozwoju w ramach programu na lata 2019-2021 p.n. „Przemysł 4.0”

Biznes to my

MAŁOPOLSKA
INNOWACYJNA



#StartUP Małopolska

to program akcelacyjny
Województwa Małopolskiego

www.startup.malopolska.pl

Jakich FIRM SZUKAMY?

INNOWACYJNYCH przedsiębiorstw,
które chcą rozwijać swój biznes:

- działających na rynku krócej niż 3 lata,
- zaliczanych do sektora MŚP,
- mających siedzibę na terenie województwa małopolskiego.

W ofercie kilkutygodniowej akceleracji:

- warsztaty wprowadzające,
- szkolenia dopasowane do Twoich potrzeb,
- mentoring,
- udział w wydarzeniach startupowych i branżowych,
- opieka managera akceleracji.

Jakie KORZYŚCI DLA FIRM?

- odkrycie nowych, innowacyjnych form pozyskania klienta,
- efektywniejsze wykorzystanie narzędzi internetowych,
- usprawnienie procesu sprzedażowego,
- poprawa jakości działań marketingowych,
- innowacyjne techniki prezentacji przynoszące sukces w kontakcie z inwestorami,
- udział w branżowych wydarzeniach, nowe relacje biznesowe podczas networkingu.



Program jest realizowany na zlecenie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego. #StartUP Małopolska jest współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach projektu „Startupowa Małopolska – wsparcie przedsiębiorczości w regionie”, realizowanego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Małopolskiego na lata 2014-2020.