Coaching
Nowa moda, czy coś więcej?

Region
Połączenie miasta z gminą

Biznes na obcasach
Agnieszka Skowrońska

Nr 2(21)/2013
ISSN 2083-652X

Biznes Lubuski

Magazyn Organizacji Pracodawców Ziemi Lubuskiej

Lubuskie Perły
Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw

Nowy konkurs dla firm!
Lubuskie Perły CSR

CETC to szansa dla Lubuskiego
mówi Artur Zasada

Ofensywa projektów unijnych w OPZL
Firma może liczyć na duże wsparcie

Magazyn "Biznes Lubuski"
ISSN 2083 -652X

Dodatek specjalny: Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw

Prowadzisz firmę?

Dbasz o pracowników i klientów?



Zostań Lubuską Perłą!

Zgłoś firmę do Konkursu Lubuskie Perły Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw

Wspierasz społeczność lokalną?

Chronisz środowisko naturalne?

patronat honorowy

Wojewoda Lubuski
www.wojewodalubuski.pl

Lubuskie Warte zachodu

Patronat Honorowy
Marszałek Województwa Lubuskiego
Elżbiety Polak

Lubuskie Perły
Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw

NAGRODY PRZYZNA KAPITUŁA KONKURSOWA W KATEGORIACH:
* mikroprzedsiębiorstwo
* małe przedsiębiorstwo
* średnie przedsiębiorstwo
* duże przedsiębiorstwo

FIRMY BĘDĄ OCENIONE W CZTERECH WYMIARACH:
* lokalny rynek pracy
* środowisko naturalne
* zaangażowanie społeczne
* uczciwe praktyki rynkowe

Zwycięzcy uhonorowani zostaną dyplomami oraz statuetkami, będą mogli posługiwać się logotypem Konkursu, a przede wszystkim zostaną bohaterami reportażu filmowego „CSR w biznesie - promocja dobrych praktyk lubuskich przedsiębiorstw" oraz publikacji „Katalog Dobrych Praktyk".

Ponadto nagrodę specjalną dla jednego ze zwycięzców ufundował patron medialny, Radio Plus, w postaci miesięcznej kampanii wizerunkowej na antenie rozgłośni.

Wejdź na **www.csr.opzl.pl**, przeczytaj regulamin i pobierz formularz.
Zgłoszenia przyjmowane są **do 31 maja 2013 r.** Udział w konkursie jest bezpłatny.

patronat medialny

Plus radio 91,7 FM Zielona Góra

Plus radio 100,7 FM Gorzów Wlkp

Polskie Radio Zachód

TVP Gorzów Wielkopolski

Gazeta Lubuska

KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

opzl Organizacja Pracodawców Ziemi Lubuskiej

Solidarność

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

W numerze **polecamy**



10 · ROZMOWA

O Środkowoeuropejskim Korytarzu Transportowym z lubuskim Posłem do Parlamentu Europejskiego, członkiem Komisji Transportu i Turystyki Arturem Zasadą rozmawia Jarosław Nieradka



22 · INNOWACJE

Organizacja Pracodawców Ziemi Lubuskiej od kwietnia rozpoczęła program wymiany pracowników i wiedzy ze świata nauki do biznesu i w drugą stronę. To inicjatywa, która w oczach zarządu województwa lubuskiego została uznana za jedną z ciekawszych.



49 · ZARZĄDZANIE

Czym jest coaching i czy to tylko nowa moda i zbędny koszt, czy może efektywna inwestycja, która może przynieść firmie realne zyski? Co sprawia, że coaching staje się ostatnimi czasy coraz bardziej popularną formą rozwoju zarówno w życiu osobistym, jak i w biznesie?

Lubuskie Perły
Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw

C4 · KONKURS

Twoja firma realizuje zasady CSR w praktyce? Takie działania warto promować. Zgłoś się do Lubuskich Pereł Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw. Więcej na ten temat na 4 stronie specjalnej wkładki do Biznesu Lubuskiego.

Przeczytaj także

06 · NEWS

"Transgraniczny Asystent ds. Marketingu" to inicjatywa bbw Frankfurt, OPZL i ZDZ Zielona Góra, której celem jest wzajemne zbliżenie nadgranicznych przedsiębiorstw. W Zielonej Górze odbyła się konferencja otwierająca projekt, z którego skorzystają zarówno firmy, jak i osoby bezrobotne.

18 · MÓJ BIZNES

Kilkanaście lat temu, szukając starych pocztówek z Zielonej Góry w celu ich "utrójwymiarowienia", Piotr Nawracała, właściciel drukarni "Ligatura" natrafił na ciekawą kartę, przedstawiającą fragmenty ulic wokół ratusza. Do stojących tam lamp przymocowane były dziwne kosze, które początkowo wyglądały na kosze na kwiaty. Wyjaśnienie tej zagadki na str. 18-19.

44 · RYNEK PRACY

Rodzice małych dzieci mają często problem z adaptacją na rynku pracy. Projekt, który pozwoli pogodzić im życie rodzinne z zawodowym realizuje OPZL i Fundacja Porozumienie Wzgórz Dalkowskich. W jego ramach kilkudziesięcioro dzieci w wieku od 20 tygodnia życia do 3 lat uzyska miejsce w żłobku przy Parku Naukowo-Technologicznym INTERIOR w Nowej Soli.

58 · ENERGETYKA

Pomimo licznych uregulowań prawnych wspierających kogeneracje, nie widać w ostatnich latach istotnego przyrostu produkcji energii elektrycznej w kogeneracji. Wydaje się więc, że mechanizmy wsparcia są niewystarczające - pisze Marian Babiuch, prezes Lubuskiego Towarzystwa na Rzecz Rozwoju Energetyki.

fot. na okładce - Biuro Poselskie Artura Zasady

Biznes Lubuski
Magazyn Organizacji Pracodawców Ziemi Lubuskiej

nr 2(21)/2013
ISSN 2083-652X

opzl
ORGANIZACJA PRACODAWCÓW ZIEMI LUBUSKIEJ

Organizacja Pracodawców Ziemi Lubuskiej
Biuro Główne
ul. Reja 6, 65-076 Zielona Góra
tel./fax +48 68 327 18 81
strona: www.opzl.pl
e-mail: biuro@opzl.pl
facebook.com/pracodawcy

Przewodniczący: Janusz Jasiński
Dyrektor Biura: Jarosław Nieradka
Przewodniczący Komisji Rewizyjnej: Przemysław Karwowski
Przewodniczący Rady Programowej: Wacław Maciuszonek

Oddział w Nowej Soli
ul. Inżynierska 8 (Interior)
67-100 Nowa Sól
tel./fax +48 68 356 94 32
nowasol@opzl.pl

Oddział we Wschowie
ul. Rynek 9
67-400 Wschowa
tel. +48 884 782 630
wschowa@opzl.pl

Oddział Żary-Żagań
ul. Wrocławska 12
68-200 Żary
tel./fax +48 68 415 53 61
zary@opzl.pl

LEWIATAN

wspieramy lubuskich przedsiębiorców

Jarosław Nieradka
dyrektor biura OPZL



Wiosna za oknami, słońce mocniej przygrzewa, słowem: chce się żyć! Ale żeby nie było zbyt optymistycznie zacznę od minirecenzji i refleksji nad nowym filmem Ryszarda Bugajskiego „Układ zamknięty" – obrazem obowiązkowym dla wszystkich przedsiębiorców. To prawdziwa historia trzech wspólników, którzy 13 lat temu odnieśli sukces, budując od podstaw Krakowskie Zakłady Mięsne i zatrudniając blisko 400 osób. Sielanka nie trwała długo i sprzysiężone instytucje państwowe: urząd skarbowy i prokuratura pod bezpodstawnymi zarzutami zniszczyły nie tylko całą firmę, ale też życie przedsiębiorców.

Drodzy Czytelnicy!

Znakomite napięcie, kreacje aktorskie Janusza Gajosa i dawno niewidzianego na ekranie Kazimierza Kaczora, mistrzowska realizacja twórcy „Przesłuchania". I znamienne hasło promujące film: „Jutro mogą przyjść po Ciebie" – po obejrzeniu „Układu zamkniętego" aż cierpnie skóra i widz już wie, że to nie slogan. Zwłaszcza że takich historii nie brakuje i teraz, kolejne scenariusze opisujące walkę przedsiębiorców z bezwzględnymi instytucjami i przepisami prawa pisze samo życie. „Dajcie mi człowieka, a paragraf się znajdzie" – mawiał pewien peerelowski prokurator. Mocne? Ale, niestety, często prawdziwe.

Od kilku miesięcy promujemy idee społecznej odpowiedzialność przedsiębiorstw. Zgodnie z normą ISO 26000 społeczna odpowiedzialność dotyczy nie tylko przedsiębiorstw, ale też urzędów, instytucji publicznych, ministerstw i całych rządów. Po prostu wszyscy powinni działać etycznie z poszanowaniem każdego partnera. Po obejrzeniu „Układu zamkniętego" nie sposób jednak zadać sobie pytania: dlaczego tak nie jest, dlaczego wciąż są równi i równiejsi? Dlaczego oprócz przepisów prawa, których jakość też często pozostawia wiele do życzenia, o stanie sprawy decyduje zła lub dobra wola urzędnika? Mało tego, wskutek błędnych decyzji urzędników często czekają… nie, nie surowe konsekwencje, ale awanse i nagrody! Groteska trwa w najlepsze, tylko przedsiębiorcom, a często i zwykłym Kowalskim nie jest do śmiechu.

Wiosna to nasz nowy konkurs dla firm odpowiedzialnych społecznie. Chcemy uhonorować te przedsiębiorstwa, które nie tylko wypełniają obowiązki wynikające z przepisów, ale podejmują szersze inicjatywy. To pierwszy konkurs w regionie poświęcony w całości funkcjonowaniu firmy w konkretnym otoczeniu: pracownicy, klienci, środowisko, naturalne, społeczność lokalna. Nie szukamy pieniędzy w kieszeni przedsiębiorców, więc to jedyny w regionie konkurs, w którym udział jest bezpłatny – „Lubuskich Pereł CSR" nie można kupić, i tak już zostanie w kolejnych edycjach. Szczegóły na str. 4 wkładki do magazynu.

Oddając w Państwa ręce kolejny numer, zachęcam do kontaktu z redakcją. Swoje komentarze, polemiki, propozycje tekstów mogą Państwo od bieżącego numeru zamieszczać m.in. na naszej stronie na Facebooku. Życzymy Państwu i sobie, aby wiosenną porą rozkwitały dyskusje nad sprawami najważniejszymi dla przedsiębiorców.

enterprise europe network

Poznaj moc **sieci**

enterprise europe network

Wsparcie dla biznesu w zasięgu ręki

Planujesz wejść na **zagraniczne rynki?**

oferujemy bezpłatne doradztwo o sposobach prowadzenia działalności gospodarczej w Unii

Potrzebujesz innowacyjnej **technologii?**

mamy dostęp do największej na świecie bazy ofert technologicznych

Szukasz partnerów **biznesowych?**

pomożemy ich znaleźć na terenie 48 krajów (w tym całej UE)

*Usługi świadczone w ramach sieci są **bezpłatne**

Zapraszamy do kontaktu

Na Państwa pytania czekają konsultanci Enterprise Europe Network przy Centrum Przedsiębiorczości i Transferu Technologii Uniwersytetu Zielonogórskiego, tel. 603 480 699 lub e-mail: cptt@uz.zgora.pl. Więcej informacji o działalności sieci znajdą Państwo na stronach internetowych:



* **www.enterprise-europe-network.ec.europa.eu** (strona Komisji Europejskiej, ang.)
* **www.westpoland.pl** (strona Enterprise Europe Network w zachodniej Polsce)
* **www.cptt.uz.zgora.pl** (strona Centrum Przedsiębiorczości i Transferu Technologii)

Krótko i na temat

Efektywna współpraca administracji i biznesu
Celem warsztatu PKPP Lewiatan (13.03) było zapoznanie uczestników z rekomendacjami działań na rzecz wzrostu efektywności współpracy administracji i biznesu. Dyskusja szefów urzędów z woj. lubuskiego, delegowanych urzędników, przedstawicieli organizacji pracodawców oraz ekspertów PKPP Lewiatan obejmowała: budowanie urzędu przyjaznego przedsiębiorcy, poznanie realiów działania drugiej strony, budowanie płaszczyzn dialogu i wspólnych projektów, przeciwdziałanie korupcji i regulowanie ram lobbingu oraz zabieganie o lepsze prawo.

Wyjazd do Zittau
Transgraniczna współpraca w ramach promocji ośrodków innowacji miała miejsce podczas podróży do Zittau (25.03). Uczestnikami wyjazdu byli przedstawiciele: UM Zielona Góra, Parku Naukowo-Technologicznego oraz OPZL. Jej celem było zwiedzanie Laboratorium Uczelni Technicznej, prezentacja przez OPZL obszarów współpracy z partnerami z Niemiec oraz uzgodnienie tematu przewodniego konferencji: „Ośrodki innowacji", która odbędzie się 6-7.06. w Zielonej Górze.

Musisz tam być

16 maja
Zielona Góra, Sala szkoleniowa OPZL przy ul. Reja 6.
Bezpłatne szkolenie:
Autoprezentacja i wystąpienia publiczne.
Zgłoszenia: 68 327 18 81.

21-22 maja
Zielona Góra, Sala szkoleniowa OPZL przy ul. Reja 6.
Szkolenie:
Coaching managerski jako skuteczne narzędzie rozwoju pracowników w firmie.
Zgłoszenia: 68 327 18 81.

22 maja
Nowa Sól
Polsko-niemieckie spotkanie kooperacyjne branży energetycznej.
Zgłoszenia: 68 327 18 81.

24 maja
Żary
Łużycka Wystawa Gospodarcza.
Zgłoszenia: 68 47 08 378

4 czerwca
Zielona Góra, Sala szkoleniowa OPZL przy ul. Reja 6.
Szkolenie: Profesjonalna komunikacja i sprzedaż.
Zgłoszenia: 68 327 18 81.

Klucz
do rynku niemieckiego



OPZL prowadzi nabór mikro, małych i średnich przedsiębiorstw z województwa lubuskiego do uczestnictwa w polsko-niemieckim projekcie "Transgraniczny Asystent ds. Marketingu Polska-Niemcy".

Projekt ma na celu przygotowanie MŚP do ekspansji na rynku niemieckim, bądź rozwinięcie już istniejących powiązań gospodarczych. W ramach projektu zainteresowane firmy przyjmą na okres 18 miesięcy Asystentów ds. Marketingu, których zadaniem będzie realizowanie planów ekspansyjnych na polsko-niemieckim rynku. Projekt przewiduje nabór 15 MŚP z terenu woj. lubuskiego, które wspólnie z OPZL i ZDZ Zielona Góra przeszkolą przyszłych Asystentów ds. marketingu. Grupa docelowa Asystentów to: absolwenci szkół wyższych lub bezrobotni fachowcy, mający status osoby bezrobotnej, zarejestrowanej w urzędzie pracy w woj. lubuskim.

Firmy, które podpiszą umowy o podnoszenie kwalifikacji zawodowych z przyszłymi Asystentami ds. Marketingu otrzymają dofinansowanie do ich świadczeń z tytułu umowy o podnoszenie kwalifikacji zawodowych w wysokości od 45 proc. do 55 proc. wartości należności. Wysokość dofinansowania uzależniona będzie od statusu przedsiębiorstwa, a także od tego jak długo osoba bezrobotna jest zarejestrowana w PUP. Preferowane są osoby, które są zarejestrowane powyżej 6 miesięcy. Kwalifikowanie Asystenta ds. Marketingu do danego przedsiębiorstwa odbędzie się przy udziale Zakładu Doskonalenia Zawodowego, którego zadaniem jest wyłonienie kandydata za pomocą odpowiednich narzędzi oraz przy udziale OPZL, która będzie odpowiedzialna za wyłonienie osób oraz MŚP biorących udział w projekcie.

OPZL zawrze umowę/porozumienie z MŚP o współpracy w zakresie kwalifikowania Asystenta ds. Marketingu, w której określony będzie okres dofinansowania, wysokość wsparcia oraz zakres zadań do wykonania przez Asystenta. Ponadto strony określą plany działań dla Asystenta dopasowane do indywidualnych potrzeb przedsiębiorstwa uwzględniające strategie wspieranych przedsiębiorstw. OPZL przekaże jednocześnie MŚP opracowany przez ZDZ indywidualny plan nauczania Asystenta.

Więcej informacji na www.asystent.opzl.pl oraz w Organizacji Pracodawców Ziemi Lubuskiej u p. Bernadetty Holak pod nr tel. 68 327 18 81.

Red.

Oszczędności powinny zostać w OFE

Ministerstwo Finansów zaproponowało, aby pieniądze gromadzone w OFE były stopniowo przenoszone do ZUS przez 10 lat przed osiągnięciem wieku emerytalnego.

Przekazanie naszych pieniędzy gromadzonych w OFE do ZUS oznacza zmniejszenie poziomu krajowych oszczędności, bo środki, które trafią do ZUS zostaną użyte na wypłatę bieżących emerytur. - Nasze oszczędności w OFE powinny pracować w gospodarce nie tylko w okresie, kiedy jesteśmy czynni zawodowo i płacimy składki, ale również w czasie, kiedy zakończyliśmy pracę i pobieramy emeryturę. 60-letnia kobieta ma przed sobą przeciętnie 23 lata życia i jej oszczędności nadal powinny pracować. Przekazanie ich do ZUS oznacza wycofanie pieniędzy z gospodarki, która bardzo potrzebuje kapitału dla sfinansowania inwestycji - mówi Jeremi Mordasewicz, doradca zarządu PKPP Lewiatan.

Jak uważa J. Mordasewicz, oszczędności gromadzone w funduszach emerytalnych zasilają przedsiębiorstwa, które dzięki temu więcej inwestują, szybciej zwiększają zatrudnienie i produktywność, a zwiększenie liczby pracujących i produktywności skutkuje wzrostem wynagrodzeń i w konsekwencji emerytur.

- W Polsce poziom oszczędności i inwestycji jest zbyt niski, aby szybko modernizować gospodarkę i tworzyć nowe, wyżej produktywne i lepiej opłacane miejsca pracy. W efekcie nie wykorzystujemy zasobów pracy - pracuje zaledwie 16 z 38 milionów Polaków. Nasza gospodarka potrzebuje w szczególności długoterminowych oszczędności, które służyłyby do finansowania długoterminowych inwestycji. Takich właśnie oszczędności dostarczają OFE - podsumowuje.

Red.



fot. PKPP Lewiatan

Jeremi Mordasewicz (PKPP Lewiatan): Nasza gospodarka potrzebuje w szczególności długoterminowych oszczędności, które służyłyby do finansowania długoterminowych inwestycji. Takich właśnie oszczędności dostarczają OFE

Przemysł dołuje

Wskaźnik PMI dla polskiego sektora przemysłowego wyniósł w marcu br. 48 pkt i był niższy niż w lutym o 0,9 pkt. - podał BankHSBC.

Wskaźnik ten bierze pod uwagę wysokość zadłużenia oraz liczbę dni opóźnienia w spłacie należności. Średni PMI to średnia ocena wszystkich kontrahentów z danej branży. PMI pokazuje jak dużym ryzykiem obarczona jest dana branża. Jeżeli wartość PMI jest wyższa niż 50, to świadczy to o dobrej sytuacji gospodarczej. Wskaźnik osiągający wartość niższą niż 40 wskazuje na poważny kryzys.

- Spowolnienie w polskim sektorze przemysłowym pogłębia się. Prawie od roku spada produkcja, kurczą się zamówienia, w tym eksportowe. W efekcie mamy relatywnie niskie wykorzystanie mocy wytwórczych, co wzmacnia niską skłonność firm do inwestycji. Niestety, malejące zamówienia i produkcja, a także brak regulacji dotyczących rozliczania czasu pracy, na które czekamy od wielu miesięcy, nie pozwalają powstrzymać spadku zatrudnienia. Trudno się zatem dziwić, że stopa bezrobocia rośnie i - niestety - będzie rosła także w kolejnych miesiącach. Należy bowiem pamiętać, że spadek zatrudnienia w przemyśle wpływa negatywnie także na inne sektory gospodarki, w tym na poziom zatrudnienia w nich. A ta sytuacja na rynku pracy osłabia skłonność do konsumpcji - mówi dr Małgorzata Starczewska-Krzysztoszek, główna ekonomistka PKPP Lewiatan

W marcu spadły także w przemyśle zapasy wyrobów gotowych. Ich odbudowa w lutym nie miała zatem charakteru trwałego, sygnalizującego poprawę sytuacji na rynku krajowym i na rynkach eksportowych. Powrót, i to tak silny, do spadku zapasów w marcu jest kolejnym „dowodem" na utrzymywanie się osłabienia w przemyśle. Kolejnym „dowodem" jest relacja między kosztami produkcji i cenami wyrobów gotowych. Ceny wyrobów są obniżane przez producentów w znacznie większym stopniu niż pozwala na to spadek kosztów. - Niestety odbije się to na rentowności, a przede wszystkim płynności finansowej przedsiębiorstw - dodaje dr M.Starczewska-Krzysztoszek.

PMI pokazuje, że przemysł, który wytwarza ok. 25 proc. PKB, szybko nie odbije się od dna. Potwierdza również, że w I kwartale br. szanse na dodatni wzrost PKB są niewielkie.

Red.



fot. www.sxc.hu

Spadek zatrudnienia w przemyśle wpływa negatywnie także na inne sektory gospodarki, w tym na poziom zatrudnienia w nich. A ta sytuacja na rynku pracy osłabia skłonność do konsumpcji.

Mentoring w Niemczech: tu aktywizacja działa od lat

W Polsce mentoring nie jest (jeszcze) narzędziem powszechnie stosowanym. Niemieckie instytucje od wielu lat wykorzystują ten instrument we wspieraniu różnych grup, od młodzieży, po seniorów. Wizyta studyjna pozwoliła podpatrzeć warsztat pracy zarówno instytucji, jak i konkretnych par mentoringowych. Odbyła się ona w ramach projektu innowacyjnego "Mentoring - innowacyjna metoda aktywizacji", realizowanego przez Fundację na rzecz Collegium Polonicum ze Słubic. Partnerem projektu jest OPZL.



Jak to działa?

Szansa rozmowy z podopiecznymi, mentorami oraz opiekunami umożliwiła lepsze zrozumienie tego, czym tak naprawdę jest mentoring, na czym dokładnie polega – oraz pozwoliła poznać sprawdzone rozwiązania organizacyjne. Wizyta odbyła się w dniach 21-22 lutego 2013 roku. Udział w niej wzięło 10 osób, reprezentujących Fundację na rzecz Collegium Polonicum i partnerów projektu, w tym OPZL. Uczestnicy zapoznali się z programami mentoringowymi prowadzonymi przez Deutsche Angestellten – Akademie z Frankfurtu nad Odrą (partnera projektu) i spółkę Joblinge aAG z Berlina. Drugiego dnia wizyty polska delegacja wzięła udział w uroczystym zakończeniu kolejnego cyklu programu mentoringowego „Mentoring fur Frauen", który jest realizowany przez konsorcjum uczelni wyższych z terenu Brandenburgii. - Zobaczyliśmy kilka różnych programów mentoringowych, skierowanych do odmiennych grup, od liderów, po bezrobotną młodzież. Każdy z nich miał swoje modyfikacje, różniły się szczegółami organizacyjnymi. Ale wszystkie pokazały, że to narzędzie działa, jest skuteczne – mówi Karolina Dreszer-Smalec z Fundacji na rzecz Collegium Polonicum.

Młodzi niezaradni

- Osobiście zachwycił mnie projekt Joblinge. Ich podopiecznymi są młodzi ludzie w sytuacji prawie beznadziejnej. Tacy, którzy 6 lat temu skończyli szkołę i potem siedzieli w domu, nigdy nie pracowali. Czasami brali udział w programach urzędów pracy, polegających na tym, że przez 8 godzin dziennie pisali podania o pracę, które nic nie zmieniały. A tu zobaczyliśmy, że dzięki indywidualnej pomocy, przez rozmowy z mentorami udało się tych ludzi wyprowadzić na prostą! – uważa Renata Baranowska, tłumaczka. Polska delegacja rozmawiała z mentorem i podopiecznym o imieniu Nico, który bierze udział w programie. Obecnie odbywa praktyki w firmie, z którą podpisał kontrakt (w ramach tzw. 1€-Job). Z optymizmem patrzy w przyszłość.

Projekt Joblinge działa od 2007 roku. Powołany został przez fundację Eberhard von Kuenheim Stiftung koncernu BMW oraz firmę doradczą Boston Consulting Group. Powodem jego zainicjowania było wysokie bezrobocie wśród młodzieży i marne perspektywy zawodowe dla młodych ludzi, zwłaszcza tych, którzy nie radzą sobie w szkole i mają słabe świadectwa. Dodajmy, że w Niemczech jest najniższa stopa bezrobocia wśród młodzieży w całej Europie, zwłaszcza w Niemczech Wschodnich firmy i zakłady pracy załamują ręce, szukając młodych ludzi do nauki zawodu. Jednocześnie jednak w całej Republice Federalnej jest ćwierć miliona bezrobotnych poniżej 25 roku życia. Równie wysoka jest liczba tych, którym w poprzednim roku nie udało się znaleźć miejsca nauki zawodu i teraz czekają na drugą szansę. I to wśród nich jest szczególnie wielu młodych, którzy albo w ogóle nie ukończyli szkoły, albo też mają bardzo słabe stopnie na świadectwie. Zapotrzebowanie na słabo wykwalifikowaną siłę roboczą jest niskie. Pracodawcy narzekają na brak podstawowych umiejętności, takich jak liczenie, czytanie, pisanie, ubolewają, że młodzi ludzie są niesolidni, niepunktualni, brak im poważnego podejścia do obowiązujących zasad oraz chęci osiągnięcia dobrych wyników.

- Państwo niemieckie wydaje dużo pieniędzy na działania urzędów pracy lub pakiety edukacyjne przygotowujące do nauki zawodu, ale działają one często jak błędne koło – w którym można kręcić się bez końca. Czasem się nie udaje, ponieważ młodym ludziom brak odpowiedniego bodźca, ale niekiedy również dlatego, że urzędy pracy nastawione są raczej na działania masowe i nie są w stanie zaproponować indywidualnej pomocy. Z kolei dla prywatnych firm pośrednictwa pracy, ukierunkowanych na bardziej konkretne cele, ci młodzi ludzie, których trudno jest gdzieś polecić, są często nieatrakcyjni – uważa Bettina Pela, liderka projektu Joblinge. Podkreśla ona jednocześnie, że udaje im się pomóc – czyli wprowadzić na rynek pracy – 60 proc. podopiecznych. Jest to najskuteczniejsza metoda pomocy wśród oferowanych tej grupie.

Druga rzecz, na jaką zwrócili uwagę Polacy, to ogromne zaangażowanie mentorów, którzy pracują społecznie. Jednocześnie mentorzy zgodnie podkreślali, że dzięki udziałowi w programie, sami się rozwijają. – Wszyscy powtarzali, że również korzystają z tego programu, poznają ludzi, z którymi w innym przypadku nie mieliby żadnego kontaktu, przez co wiele się uczą – mówi R. Baranowska. Tego rodzaju wiedzy nie da się wyczytać z podręczników.

Ale kiedyś tak było…

- Uderzył mnie smutny fakt, że to, co teraz staramy się zaprogramować, wprowadzić, tak naprawdę funkcjonowało w społeczeństwie w sposób naturalny. Rodzice, dziadkowie czy wujkowie byli mentorami dla młodych ludzi, może dzięki temu, że spędzali z nimi więcej czasu… - uważa K. Dreszer-Smalec. – Żyjemy teraz w dziwnych czasach, relacje wyglądają inaczej. Kiedyś rolę instytucji, która prowadziła młodych ludzi pełniło na przykład harcerstwo, rolę mentora, doradcy, przewodnika sprawował np. drużynowy. Młodzi byli członkami pewnej społeczności, o konkretnej strukturze, mieli kogoś, kto ich uczył. Teraz okazuje się, że musimy od nowa tworzyć mechanizmy, które kiedyś funkcjonowały – dodaje. - Wydaje mi się, że zawsze były rodziny które sobie nie radziły. Młodzi, którzy czuli się zagubieni. A chodzi o to, żeby im pomóc, wyciągnąć z błędnego koła. Często jest tak, że niezaradni są rodzice, potem dzieci – odpowiada R. Baranowska.

Deutsche Angestellten Akademie była kolejną instytucją, która dzieliła się doświadczeniem związanym z mentoringiem. Notuje ona podobnie wysokie wyniki skuteczności tego narzędzia – około 60 proc. Jak wyjaśnia Katarzyna Kuczmańska, w DAA młodzi ludzie są kwalifikowani do określonych kategorii (jest ich 4). To pozwala określić, z jakiego rodzaju problemami mierzy się młody człowiek. – Najważniejsze jest to, żeby każdego z nich poznać, dlatego mamy spotkania indywidualne, grupowe, podczas których też nabierają oni zaufania do mentora – wyjaśnia K. Kuczmańska. – Są to osoby, które nie miały tyle szczęścia, żeby znaleźć mentora w swoim środowisku. Dlatego być może trochę się pogubiły w życiu. Jeśli trafią do nas, czy do innego podobnego projektu mogą znaleźć kogoś godnego zaufania, kto pomoże im przejść przez problemy – i to jest najważniejsze – dodaje.

Jak podsumowywali zgodnie wszyscy uczestnicy wizyty studyjnej, spotkania były niezwykle inspirujące. – Rozjaśniło się nam wiele rzeczy, uzyskaliśmy odpowiedzi na nasze pytania i wątpliwości – uważa Joanna Zielińska z Organizacji Pracodawców Ziemi Lubuskiej, i zgodzili się z nią pozostali. Jednocześnie dodali, że poznanie kilku różnych programów pozwoli na wypracowanie polskiego modelu mentoringu, który będzie skierowany do bezrobotnej młodzieży, zarejestrowanej w powiatowych urzędach pracy.

Katarzyna Buchwald-Piotrowska

Projekt "PI - PWP Mentoring innowacyjna metoda aktywizacji" jest współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Reklama

Bank BGŻ
Dobrze służy ludziom

BIZNES

Korzystne i wygodne rozwiązania dla małych firm



Wybierz najlepszy pakiet dla Twojej firmy z wieloma korzyściami!

0 zł za wpłaty i wypłaty gotówkowe
0 zł za rachunek w PLN

• **Pakiet Biznes Lider**

Zapraszamy do Banku BGŻ:
Zielona Góra - Stary Rynek 24A, **Nowa Sól** - ul. Piłsudskiego 30
Świebodzin - pl. Jana Pawła II 8, **Żary** - ul. 1 Maja 1

Świadczenie reklamowanych usług bankowych następuje na warunkach i zasadach przewidzianych w umowie z Klientem oraz w wewnętrznych regulacjach Banku BGŻ. Materiał reklamowy nie stanowi oferty w rozumieniu art. 66 Kodeksu cywilnego.



CETC to przyszłość Lubuskiego

Już w 2008 r. Lubuskie Forum Gospodarcze OPZL, które rokrocznie podejmuje najważniejsze dla rozwoju gospodarczego regionu, było poświęcone Środkowoeuropejskiemu Korytarzowi Transportowemu. Stan realizacji tego przedsięwzięcia jest przez nas stale monitorowany. Dziś wracamy do tematu.

Z lubuskim Posłem do Parlamentu Europejskiego, członkiem Komisji Transportu i Turystyki **Arturem Zasadą** rozmawia Jarosław Nieradka

fot. Biuro Poselskie Artura Zasady

Jarosław Nieradka: Panie Pośle, w regionalnych telewizjach można zobaczyć spoty prezentujące Pana zaangażowanie w Środkowoeuropejski Korytarz Transportowy (CETC). Dlaczego Korytarz jest taki ważny?
Artur Zasada: CETC to inicjatywa oddolna. Ma charakter nie tylko gospodarczy, ale także polityczny oraz kulturalno-historyczny. Korytarz połączy Morze Bałtyckie z Adriatykiem, pobiegnie od Szwecji przez Polskę, Czechy, Słowację, Węgry aż po Chorwację. W naszym kraju przecinałby oprócz lubuskiego także województwa zachodniopomorskie i dolnośląskie. Tym, czym dla ludzkiego ciała jest kręgosłup, tym dla naszego regionu będzie korytarz transportowy. CETC to oś rozwoju gospodarczego i społecznego.

Nasz Korytarz nie jest jednak jedynym, istnieją też konkurencyjne inicjatywy. W czym CETC jest lepszy od innych?
Kwestia tego, który korytarz biegnący z północy na południe kontynentu będzie najczęściej wybierany przez użytkowników jest w dalszym ciągu otwarta. To oczywiste, że mamy silną konkurencję w postaci korytarza Bałtyk-Adriatyk, biegnącego od Gdańska do Bolonii oraz korytarza Skandria wiodącego wzdłuż naszej zachodniej granicy - od Oslo do Rzymu. Po naszej stronie jednak łatwo dostrzec kilka poważnych atutów. Po pierwsze: nasz korytarz to najkrótsze połączenie pomiędzy Bałtykiem a Adriatykiem. Po drugie – jak wspomniałem wcześniej - to inicjatywa oddolna. Projekty polityczne czasami tracą poparcie polityków, lobbyści zaś wspierają projekt dopóty, dopóki widzą w nim swój wyraźny zysk, natomiast determinacja regionów i ich mieszkańców w dłuższej perspektywie zawsze przynosi korzyści. Spoty na temat korytarza są właśnie dla mieszkańców - mają informować i zachęcać do wywierania presji na władzach lokalnych.

Lotnisko w Babimoście to jeden z elementów CETC. Samolot do Warszawy lata niemalże pełny, ale cały czas słyszymy głosy krytyki: po co to komu? pieniądze wyrzucane w błoto itp., że latają sami urzędnicy i parlamentarzyści. Czy taki mały port ma sens? Jak wygląda to w Europie?
Oczywiście, że lotnisko w Babimoście ma sens i wpisuje się w multimodalną (łączącą różne środki transportu) ideę Środkowoeuropejskiego Korytarza Transportowego. Szacuje się, że w ciągu najbliższej dekady ilość operacji lotniczych w Polsce powinna się podwoić. Bez nowych lotnisk nie będzie to możliwe. Cieszę się, że stałe połączenie pomiędzy Warszawą a Zieloną Górą jest tak popularne. Tanie linie lotnicze zmieniły obraz podróży drogą powietrzną - nie jest już ona czymś ekskluzywnym, zarezerwowanym dla elit.

Oczywistym pozostaje pytanie, czy lotnisko regionalne utrzyma się tylko z działalności operacyjnej. Nie wydaje mi się. Ponad 50 proc. europejskich lotnisk potrzebuje wsparcia ze strony władz krajowych i lokalnych, dlatego przez wiele następnych lat trzeba będzie wspierać nasz port lotniczy. Tak samo jak milionami złotych wspieramy kolejowe połączenia lokalne, czy też budowę nowych odcinków dróg i autostrad. Potrzeba jednak, abyśmy wyznaczyli sobie minimalne limity ilości przewożonych pasażerów. Uważam, że w perspektywie najbliższych dwóch, trzech lat takim minimalnym limitem powinno być 100 tys. odprawionych pasażerów rocznie, a w perspektywie kolejnej dekady minimum 500 tys. Nie są to zbyt wygórowane liczby, biorąc pod uwagę, że wskaźnik liczby mieszkańców do liczby osób podróżujących drogą lotniczą w ciągu roku wynosi w Polsce 0,5, natomiast w krajach Europy Zachodniej już ponad 1 i ciągle rośnie. Jak więc rozwinąć port lotniczy w naszym regionie? Osiągniemy cel, jeśli połączenia z Babimostu nie będą realizowane tylko w kierunku Warszawy, ale także w kierunku największych europejskich hubów lotniczych, takich jak Frankfurt, Paryż, Londyn, Amsterdam czy Madryt. I takie wyraźne cele należy postawić przed zarządem portu lotniczego.

Dziś nasze lotnisko jest już w dużo lepszej sytuacji niż dwa lata temu. Wtedy na moje zaproszenie w konferencji na lotnisku w Babimoście wzięli udział m.in.: Krzysztof Banaszek, prezes Polskiej Agencji Żeglugi Powietrznej, Zbigniew Mączka, wiceprezes Urzędu Lotnictwa Cywilnego, Jacek Balcer, rzecznik prasowy PLL LOT, Andrzej Ilków, dyrektor w Przedsiębiorstwie Państwowym „Porty Lotnicze", a także zarządzający portem lotniczym w Babimoście oraz władze naszego regionu. To wtedy podjęto decyzję o wyposażeniu lotniska w system ILS oraz wskazano na potencjał naszego portu lotniczego, pomimo tego, że lotnisko nie miało w tym czasie żadnego regularnego połączenia.

Kolejna składowa Korytarza to Odra. Pomimo specjalnych programów, deklaracji o potrzebie rewitalizacji drogi wodnej – wciąż dzieje się niewiele, a właściwie nic. Gdzie leży przyczyna? Przecież transport drogą wodną jest powszechnie wykorzystywany w Europie. Próby wykorzystania potencjału turystycznego Odry podejmuje Nowa Sól. Jak zmienić ten stan?
Rzeczywiście, zaniedbania związane z uregulowaniem rzeki trwają od wielu lat. Najwyższy czas, aby to zmienić. Podejście do Odry musi być o wiele bardziej ambitne. Podstawowym problemem jest kwestia podmiotu podejmującego decyzje. Przez długi czas drogami wodnymi zawiadywało Ministerstwo Środowiska, które bardziej dbało o florę i faunę Odry, niż o kwestie związane z jej rozwojem jako nowoczesnego narzędzia transportu. Dziś, aby cokolwiek w tej sprawie się zmieniło, musimy zadbać o to, aby rzeka znalazła się nie w III ale w IV klasie żeglowności. Trzeba podjąć strategiczne, odważne i z pewnością też niełatwe decyzje. Przede wszystkim należy pełną decyzyjność przekazać Ministrowi Transportu Budownictwa i Gospodarki Morskiej. Wielokrotnie w tej sprawie spotykałem się z urzędnikami tego ministerstwa, między innymi z ministrem Nowakiem i wiceminister odpowiedzialną za żeglugę śródlądową panią Anną Wypych-Namiotko. Wiem, że są oni przychylni Odrze.
Co do Nowej Soli, prezydent Wadim Tyszkiewicz po raz kolejny udowadnia swoją skuteczność. Z niecierpliwością czekam więc na mój pierwszy rejs statkiem wycieczkowym po Odrze.

> Są dwa poważne argumenty za wsparciem CETC. To najkrótsze połączenie pomiędzy Bałtykiem a Adriatykiem oraz, że inicjatywa jest oddolna. Projekty polityczne czasami tracą poparcie polityków, lobbyści zaś wspierają projekt dopóty, dopóki widzą w nim swój wyraźny zysk, natomiast determinacja regionów i ich mieszkańców w dłuższej perspektywie zawsze przynosi korzyści.

Idźmy, a właściwie: jedźmy dalej. Linia kolejowa CE-59 – pociągiem do Wrocławia jedziemy dziś 4 godz., przed wojną jakieś 2,5 godz. Dlaczego Pana zdaniem nie udało się wykorzystać w pełni Funduszu Spójności na rozwój kolei, z tą ważną dla nas linią na czele?
Modernizacja linii kolejowej CE-59 już się rozpoczęła. Wystarczy wspomnieć, że w zeszłym roku zainwestowano już kilkadziesiąt milionów złotych, w tym „Odrzanka" zostanie dofinansowana kwotą około 90 milionów złotych, co wpisuje się w kwotę prawie 500 milionów złotych przewidzianych do roku 2015. Dodam, że mówimy na razie o środkach budżetowych, jednak w kolejnej perspektywie finansowej naszą linię czeka jeszcze większa intensyfikacja prac: przygotowany jest duży projekt rewitalizacyjny, finansowany ze środków unijnych w wysokości 700 milionów złotych.

Kluczowym dla przyspieszenia prac nad projektem rewitalizacji linii CE-59 było spotkanie, które miało miejsce w gabinecie Andrzeja Massela, ministra infrastruktury odpowiedzialnego za kolej, podczas którego wspólnie z ówczesnym wiceministrem rozwoju regionalnego Waldemarem Sługockim i członkiem Zarządu PKP PLK udało nam się sformułować konstrukcję, dzięki której zamiast bardzo kosztownej i rozciągniętej w czasie modernizacji zaproponowaliśmy rewitalizację. Miało to ogromne znaczenie w kontekście finansowania dla tego projektu. Rewitalizacja zakłada przywrócenie prędkości 120 km/h, czyli tylko 40 km/h mniej niż plany modernizacyjne, natomiast koszt prac jest ponad czterokrotnie niższy, tempo prac zaś zdecydowanie szybsze. Można bowiem pominąć część uzgodnień środowiskowych. Efektem tego jest rozpoczęcie prac na szeregu odcinków trasy.

Na koniec odejdziemy od transportu. Kwietniowe Polsko-Japońskie Forum Gospodarcze - skąd ten pomysł? Jaki jest cel tego przedsięwzięcia?
W Parlamencie Europejskim jestem wiceprzewodniczącym delegacji do spraw kontaktów z Japonią. To naturalne więc, że bardzo często spotykam się z japońskimi biznesmenami i dyplomatami. Wielokrotnie pytali mnie oni o możliwości inwestycyjne, o strefy ekonomiczne, czy też o infrastrukturę w naszym kraju i regionie. Forum, które zainicjowałem, jest próbą odpowiedzi na te pytania. Początkiem, który – mam nadzieję – już niebawem przerodzi się w wymierne korzyści dla naszego regionu.



fot. Biuro Poselskie Artura Zasady

Jacy przedstawiciele strony japońskiej odwiedzą Lubuskie podczas Forum?
Między innymi Makoto Yamanaka - Ambasador Japonii w Polsce - i Kojiro Shiojiri - Ambasador Japonii przy Unii Europejskiej. Oprócz dyplomatów przyjedzie także 26 przedstawicieli japońskich firm i instytucji, m.in.: SHOKOKAI i JETRO.

Związek Pracodawców SHOKOKAI, inaczej zwany Polsko-Japońską Izbą Handlu i Przemysłu, to organizacja, która inicjuje i wspiera rozwój stosunków gospodarczych i handlowych pomiędzy podmiotami gospodarczymi z Polski i Japonii. Ma niebagatelne znaczenie w kształtowaniu biznesowych relacji pomiędzy oboma krajami.

JETRO to z kolei Japońska Organizacja Handlu Zagranicznego. W głównej mierze odpowiada za dostarczanie informacji i wsparcie zagranicznych firm, zdecydowanych na działanie na rynku japońskim.

Jak ocenia Pan możliwości współpracy Lubuskie – Japonia? Nasz region może być atrakcyjny dla inwestorów z Japonii?
Bezpośredni kontakt naszych regionalnych władz oraz przede wszystkim przedstawicieli lokalnego biznesu z japońskimi instytucjami będzie dla Lubuszan nie lada okazją i niepowtarzalną szansą. To jest właśnie cel naszego przedsięwzięcia. Nie przywieziemy japońskich inwestorów w teczce, ale lubuskim samorządowcom i przedsiębiorcom stwarzamy możliwość nawiązania kontaktów. Japończycy są wymagającym partnerem, ale posiadają też olbrzymi potencjał. Wierzę, że Lubuskie przypadnie im do gustu.

Liczę, że to spotkanie pomoże stworzyć platformę biznesowego porozumienia, dzięki czemu powstanie dobre środowisko do współpracy gospodarczej. A na tym powinno zależeć nam wszystkim, bo to bezdyskusyjnie działanie dla dobra naszego regionu. Żeby Japończyków do siebie przekonać, musimy mieć mocne argumenty. Na pewno takim argumentem byłoby powstanie Środkowo-europejskiego Korytarza Transportowego. On może stać się naszą kartą przetargową i decydującym argumentem za tym, żeby zainwestować w województwie lubuskim.

Artur Zasada

Magister prawa, były szef klubu radnych PO w Zielonej Górze, przewodniczący Komisji Budżetu i Finansów, członek Rady Powiatu i Rady Regionu Lubuskiego PO, współtwórca programu Platformy Obywatelskiej w wyborach samorządowych 2006 roku.

Pomysłodawca nowatorskich rozwiązań dotyczących finansowania miejskich inwestycji, prekursor idei powszechnego dostępu do bezprzewodowego Internetu.

W Brukseli i Strasburgu pracuje w Komisji Transportu i Turystyki, oraz w Komisji Rolnictwa. Jest także wiceprzewodniczącym Delegacji Parlamentu Europejskiego ds Kontaktów z Japonią. Wolny czas lubi spędzać z rodziną. Ojciec 6-letniego Emila i 11-miesięcznej Anieli.

Miłośnik mocnego rocka, amatorsko trenujący boks, instruktor strzelectwa sportowego, pasjonat internetowej gry hattrick. W teście dziennikarskim uznany za lubuskiego kandydata do Parlamentu Europejskiego, który najlepiej zna język angielski.

788,2 mln euro dla Lubuskiego
Na co je wydamy?

O perspektywy wydatkowania środków z Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020 zapytaliśmy marszałek województwa Elżbietę Polak.

Biznes Lubuski: Pani Marszałek, na jakim etapie są obecnie negocjacje wysokości tych środków dla regionu? Na jaką kwotę mamy szanse?
Elżbieta Polak: Pierwotnie województwo lubuskie miało dostać 728 mln euro w perspektywie finansowej RPO na lata 2014-20. To blisko 100 mln euro więcej od tego, co wydaliśmy w mijającej perspektywie finansowej 2007-2013. Kwotę wyliczono posługując się tzw. algorytmem berlińskim. Oznacza on podział środków między regionami na podstawie wskaźnika ludnościowego, wartości PKB i średniego bezrobocia w przekroju powiatowym. 728 mln euro nie było dla nas satysfakcjonujące i wystarczające, by w pełni zrealizować strategię rozwoju naszego regionu, którą przyjęliśmy pod koniec 2012 r. W wyniku rozmów, które odbyły się 4 kwietnia br. w MRR kwota dla regionalnego programu województwa lubuskiego zwiększyła się do 788,2 mln euro. Dodatkowe pieniądze dla Lubuskiego pochodzą z rezerwy programowej na Obszary Strategicznej Interwencji i z tzw. krajowej rezerwy wykonania.

Ministerstwo Rozwoju Regionalnego chce również wydzielić środki w ramach nowego programu operacyjnego, który zastąpi w nowej perspektywie 2014-2020 obecny Program Operacyjny Infrastruktura i Środowisko, ok. 2 procent środków na inwestycje w miastach subregionalnych (zgodnie z SRWL w naszym regionie to przede wszystkim miasta powiatowe). Liczymy też na wsparcie projektów ponadregionalnych, które będą realizowane w ramach powstającej właśnie Strategii Polski Zachodniej.

Jakie działania podjął i podejmuje Zarząd Województwa w staraniach o jak najlepszą dla nas pulę dotacji?
Zareagowaliśmy natychmiast, jak tylko pojawiły się pierwsze informacje na temat puli pieniędzy dla Lubuskiego. Osobiście napisałam pismo do minister rozwoju regionalnego Elżbiety Bieńkowskiej z prośbą o podanie metodologii wyliczeń.To m.in. dzięki naszej inicjatywie odbyło się w Warszawie spotkanie w MRR w ramach Związku Województw RP na temat podziału pieniędzy w nowej perspektywie. W ramach konsultacji z regionami, które prowadzi MRR uzyskaliśmy już prawie 800 mln euro. Nie jest to kwota ostateczna, negocjacje trwają.

W Lubuskiej Strategii Rozwoju Regionalnego wyznaczyliśmy 8 obszarów strategicznej interwencji. Są to obszary przygraniczne, oraz z wysokim bezrobociem, również te z przewagą walorów przyrodniczych , zagrożone utratą swoich funkcji. Tereny powojskowe, dotknięte największą ilością problemów potrzebują specjalnego wsparcia. Jest szansa na wynegocjowanie dodatkowych środków na realizację działań w tych obszarach.

A jakie będą główne kierunki wsparcia, w tym kierowane bezpośrednio do przedsiębiorców?
Podział środków zostanie zapisany w Regionalnym Programie Operacyjnym na lata 2014-2020. To będzie dokument, który przyjmiemy w IV kwartale 2013 r. Obszary, w które będziemy inwestować wynikają z dokumentów przyjmowanych na poziomie UE i kraju, czyli np. Strategii Europa 2020. Wszystkie kierunki są ważne, można je dla porządku pogrupować w bloki tematyczne, żeby ułatwić ich realizację. Mówiąc w bardzo prosty sposób, pieniądze zostaną przeznaczone na badania, rozwój, innowacje, gospodarkę niskoemisyjną, ale też na walkę z ubóstwem, edukację, aktywizację zawodową bezrobotnych.



Marszałek Elżbieta Polak:
Główne kierunki wsparcia dla przedsiębiorców z przyszłego RPO to badania, rozwój, innowacje oraz gospodarka niskoemisyjna.

Czy znane są już inwestycje infrastrukturalne, które zostaną sfinansowane jako kluczowe dla rozwoju regionu, ze szczególnym uwzględnieniem infrastruktury Środkowoeuropejskiego Korytarza Transportowego (np. lotnisko, kolej CE-59, S3, most w Milsku)?
Będzie lista projektów kluczowych. Sądzę, że znajdzie się na niej most w Milsku. Nikt chyba nie ma wątpliwości, że jest ważny. Służy integracji regionu podzielonego rzeką. Most jest niezbędny, na pewno nietani, więc liczymy na dofinansowanie programów krajowych. Co dokładnie znajdzie się na naszej liście, będziemy wiedzieli po konsultacjach. Za nami konsultacje ze środowiskiem akademickim, wkrótce odbędą się spotkania z samorządowcami. Sami niczego na siłę nie wprowadzimy. Poza tym ważna jest strategia Polski Zachodniej. Będzie gotowa w czerwcu. A tam są najbardziej kosztowne przedsięwzięcia, na które Lubuskiego zwyczajnie nie stać. To inwestycje z Korytarza Środkowoeuropejskiego - modernizacja Odry, dokończenie S3, kolejowa Odrzanka. Są tam sieci energetyczne i inwestycje medyczne - Centrum Onkologii w Zielonej Górze i budowa ośrodka radioterapii w Gorzowie. Lista powinna być krótka, z najważniejszymi, dużymi inwestycjami. W nowym okresie programowania stawiamy na koncentrację priorytetów. Widzę tam też kolejową Berlinkę.

Dziękujemy za rozmowę.

Stowarzyszenie Aglomeracja Zielonogórska


fot. Aglomeracja Zielonogórska

Aglomeracja **po Walnym**

Za nami lutowe Walne Zebranie Członków Stowarzyszenia „Aglomeracja Zielonogórska". Tym razem, dzięki uprzejmości Burmistrza Sulechowa Romana Rakowskiego - miejscem spotkania był pięknie odrestaurowany – kompleks Zamkowy w Sulechowie.

Kompromis wypracowany

Zgodnie z zapowiedziami - kluczowym elementem spotkania Członków Aglomeracji, było wypracowanie zasad finansowania Stowarzyszenia w latach 2013-2014. Nie było jednomyślności, lecz kompromis został osiągnięty. Budżet, który został nakreślony na najbliższe dwa lata zakłada przede wszystkim współfinansowanie przez Członków tzw. „wkładów własnych" w realizację zaplanowanych projektów. „Żeby pozyskać fundusze na rozwój naszego obszaru – musimy też zabezpieczyć środki ze swojej strony. Wartość dodana – to kolejne kilkadziesiąt milionów, które zostanie ulokowane na terenie Aglomeracji i ma przełożenie na naszą rzeczywistość" – mówił Prezes Zarządu Janusz Jasiński. Główny „finansowy ciężar odpowiedzialności" za budżet Stowarzyszenia w najbliższych latach wziął na siebie największy Członek Aglomeracji - Miasto Zielona Góra. W ramach zabezpieczonych środków finansowych Stowarzyszenie zamierza realizować dwa duże projekty: promocji gospodarczej oraz projekt diagnostyczny – opracowujący m.in. kompleksową strategię rozwoju Aglomeracji.

AZ przeciw wykluczeniu cyfrowemu

Nie mniej ważkim tematem poruszanym podczas zwołania Członków Aglomeracji, był rozwoju szerokopasmowego Internetu na terenie środkowej i południowej części województwa lubuskiego. Obecnie ponad 200 miejscowości na obszarze Aglomeracji jest cyfrową „białą plamą". Dlatego też, Członkowie Stowarzyszenia podjęli temat wspólnej realizacji projektu, który temu zjawisku ma skutecznie przeciwdziałać. Sprzyjającym elementem w niwelowaniu „białych błam" jest zgoda Członków na przejęcie w dyspozycję przez Stowarzyszenie „Aglomeracja Zielonogórska" od Miasta Zielona Góra – częstotliwości radiowych, które staną się podstawą do budowy własnej infrastruktury teleinformatycznej. Dzięki temu „Internet aglomeracji" będzie mógł powstawać w miejscach, gdzie poziom

dostępności do tego typu dóbr jest zatrważająco niski, a według 80% ludzi na świecie dostępność ta - to jedno podstawowych praw człowieka (sondaż przeprowadzony dla BBC World Service).

Trzynaście gmin – wspólny projekt

W nawiązaniu do ustaleń Walnego Zebrania - trzynastu Członków Stowarzyszenia – wyraziło wolę wspólnej realizacji projektu unijnego z Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka z działania 8.3 – które ma na celu właśnie przeciwdziałać wykluczeniu cyfrowemu. Wniosek o dofinansowanie został złożony przez Stowarzyszenie „Aglomeracja Zielonogórska" w dniu 8 marca 2013 r.

Realizacja projektu **Przeciwdziałania wykluczeniu cyfrowemu** obejmie 13 gmin należących do Stowarzyszenia „Aglomeracja Zielonogórska"



Głównym celem projektu Aglomeracji Zielonogórskiej, będzie dostarczenie dostępu do Internetu i wyposażanie w sprzętu komputerowy ponad 1800 gospodarstw domowych zagrożonych wykluczeniem cyfrowym na obszarze objętym projektem. Oprócz tego ponad 1100 zestawów komputerowych trafi do gminnych jednostek



fot. Aglomeracja Zielonogórska

Burmistrz Sulechowa Roman Rakowski przybliżył zebranym historię Zamku w Sulechowie oraz proces modernizacji kompleksu, który dokonano w ostatnich latach.

podległych (szkoły, przedszkola, biblioteki, świetlice wiejskie, OSP, i inne) i będzie dostępne dla mieszkańców. Na tym nie koniec – osoby objęte projektem, będą mogły również liczyć na kompleksowe szkolenia, które wyposażą ich w podstawową wiedzę i umiejętności z zakresu posługiwania się komputerem (zarówno szkolenia stacjonarne i e-learningowe). Projekt zakłada, także budowę własnej infrastruktury teleinformatycznej w głównej mierze opartej na technologii Wimax. Całkowita wartość omówionych zadań projektowych to ponad 29 mln zł. Zakładany okres realizacji: III kwartał 2013 do IV kwartał 2015.

Adrian Chudy

Reklama

ALDE MED
CENTRUM MEDYCZNE

al. Niepodległości 1
Filia Zastal: ul. Towarowa 20
Zielona Góra

Medycyna Pracy

Badania profilaktyczne pracowników - wszystkie badania w jednym miejscu, krótkie terminy, udział w komisjach BHP i przeglądzie stanowisk pracy

Szpital ALDEMED

Bezpieczeństwo i komfort pobytu! Zabiegi operacyjne z zakresu chirurgii ogólnej, neurochirurgii, ginekologii, ortopedii, laryngologii.
Sale jedno i dwuosobowe, każda z łazienką, bezpłatny internet.
Zapewniamy profesjonalną opiekę lekarzy i pielęgniarek podczas hospitalizacji.

Program "Diagnostyka w 24h"

Chcesz poznać stan swojego zdrowia? Nie masz czasu na wielokrotne wizyty w przychodni? Ten program jest dla Ciebie!

call center 68/ 35 30 600 • www.aldemed.pl



Urząd Statystyczny
w Zielonej Górze

Zatrudnienie

W pierwszych miesiącach br. utrzymał się zapoczątkowany w maju ub. roku spadek przeciętnego zatrudnienia w sektorze przedsiębiorstw w relacji do analogicznego miesiąca poprzedniego roku. W lutym br. liczba zatrudnionych wyniosła 115,0 tys. osób i była o 3,0% niższa niż przed rokiem, kiedy notowano wzrost o 0,8%.

Spadek przeciętnego zatrudnienia w skali roku obserwowano m.in. w budownictwie (o 14,6%), w przetwórstwie przemysłowym (o 3,5%) oraz w handlu; naprawie pojazdów samochodowych (o 2,0%), tj. w sekcjach, w których zatrudnionych jest łącznie 70,6% ogółu zatrudnionych w lubuskim sektorze przedsiębiorstw. Wzrost zatrudnienia notowano m.in. w przedsiębiorstwach prowadzących działalność w zakresie dostawy wody; gospodarowania ściekami i odpadami; rekultywacji (o 5,2%) oraz transportu i gospodarki magazynowej (o 3,6%).

Bezrobocie

Obserwowany w poprzednich dwóch miesiącach znaczny wzrost liczby zarejestrowanych bezrobotnych w stosunku do poprzedniego miesiąca (w grudniu ub. roku o 9,2% i w styczniu br. o 6,8%), w kolejnym miesiącu uległ spowolnieniu. W końcu lutego br. liczba bezrobotnych wyniosła 66,6 tys. i była o 0,6% wyższa niż przed miesiącem, pozostała jednak na poziomie wyższym niż przed rokiem (o 1,4 tys. osób, tj. o 2,2%).

W lutym br. po raz piąty z rzędu stopa bezrobocia wrosła w skali miesiąca: od 14,9% w październiku ub. roku do 17% w końcu omawianego miesiąca, osiągając poziom najwyższy od marca 2010 r.

Wynagrodzenia

Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w lutym br. wzrosło w relacji do analogicznego miesiąca ub. roku (o 2,7%), tj. w mniejszym stopniu niż przed miesiącem i przed rokiem. Wzrost wynagrodzenia w ujęciu rocznym obserwowano w większości sekcji, najwyższy w przedsiębiorstwach zajmujących się działalnością profesjonalną, naukową i techniczną (o 12,6%). Spośród sekcji o znaczącym udziale w zatrudnieniu wzrost przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia notowano m.in. w: przetwórstwie przemysłowym (o 3,0%), w administrowaniu i działalności wspierającej (o 2,5%) oraz handlu; naprawie pojazdów samochodowych (o 2,2%). Poniżej poziomu sprzed roku ukształtowały się przeciętne wynagrodzenia m.in. w sekcji informacja i komunikacja (o 17,3%).

Produkcja sprzedana przemysłu i produkcja budowlano - montażowa

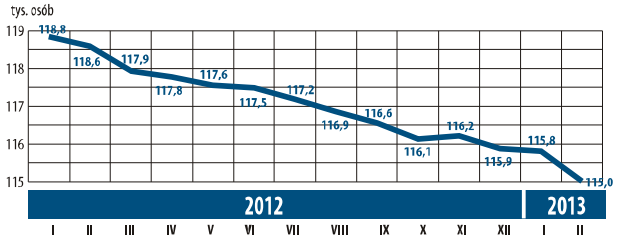
W lutym br. odnotowano dalszy spadek produkcji sprzedanej przemysłu w przedsiębiorstwach o liczbie pracujących powyżej 9 osób, w relacji do analogicznego miesiąca ub. roku (w cenach stałych o 7,1%). Produkcja sprzedana przetwórstwa przemysłowego, która stanowiła 96,0% produkcji sprzedanej przemysłu, była o 6,3% niższa niż przed rokiem, przy czym spadek produkcji sprzedanej w stosunku do lutego ub. roku notowano m.in. w produkcji: wyrobów z pozostałych mineralnych surowców niemetalicznych (o 19,4%), papieru i wyrobów z papieru (o 7,4%), artykułów spożywczych (o 7,0%) oraz w produkcji pojazdów samochodowych, przyczep i naczep (o 5,8%). Wzrost sprzedaży w skali roku zaznaczył się m.in. w produkcji wyrobów z drewna, korka, słomy i wikliny (o 6,8%) oraz w produkcji wyrobów z metali (o 0,8%).

Po raz pierwszy od dziewięciu miesięcy, odnotowano wzrost produkcji sprzedanej budownictwa w ujęciu rocznym (o 1,5%). Produkcja budowlano-montażowa w dalszym ciągu była niższa od zrealizowanej w analogicznym miesiącu poprzedniego roku (o 12,8%), przy czym spadek zanotowały przedsiębiorstwa zajmujące się głównie wznoszeniem budynków (o 31,6%) oraz zajmujące się w przeważającej części swojej działalności specjalistycznymi robotami budowlanymi (o 10,5%), wzrosła natomiast sprzedaż produkcji w przedsiębiorstwach wykonujących głównie obiekty inżynierii lądowej i wodnej (o 40,6%).

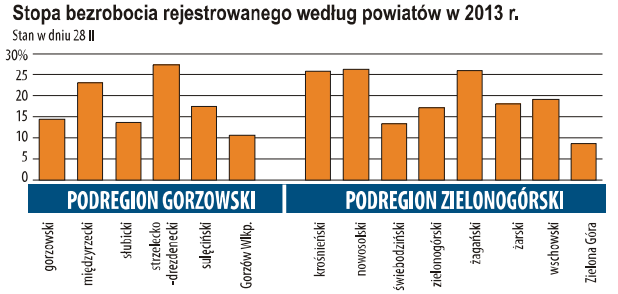
Sprzedaż detaliczna

Notowano dalszy, zapoczątkowany w maju ub. roku spadek sprzedaży detalicznej w stosunku do analogicznego miesiąca ub. roku, który w lutym br. wyniósł 10,2%. Głęboki spadek sprzedaży detalicznej utrzymał się m.in. w dominujących w strukturze sprzedaży detalicznej przedsiębiorstwach prowadzących sprzedaż paliw stałych, ciekłych i gazowych (na poziomie 29,8%), a także sprzedaż pojazdów samochodowych, motocykli, części (spadek wyniósł 15,8%). Wzrosła natomiast sprzedaż detaliczna w jednostkach prowadzących sprzedaż żywności, napojów i wyrobów tytoniowych (o 4,1%).

Przeciętne zatrudnienie w 2012 r.



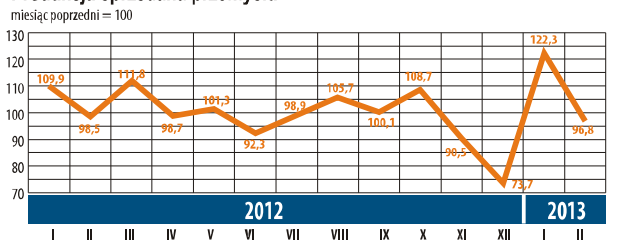
Stopa bezrobocia rejestrowanego według powiatów w 2013 r.



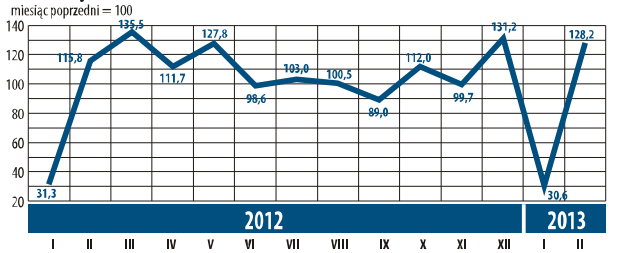
Przeciętne miesięczne wynagrodzenia brutto w sektorze przedsiębiorstw



Produkcja sprzedana przemysłu[a]



Produkcja budowlano-montażowa[a]



[a] W przedsiębiorstwach o liczbie pracujących powyżej 9 osób.

Sprzedaż detaliczna



Lubuski Ośrodek Badań Regionalnych
Kierownik - tel. 68 3223 192,
Informatorium statystyczne - 68 3223 119, 68 3223 128, 68 3223 147
Analizy statystyczne - tel. 68 3223 193, 68 3223 166; Skład i opracowanie graficzne - tel. 68 3223 190

MIĘDZYNARODOWY ROK STATYSTYKI
1918 • GŁÓWNY URZĄD STATYSTYCZNY • 2013
95 lat

Wszystko ma swój czas

Jarosław Bartosz od lat jest znanym i cenionym żagańskim przedsiębiorcą. Jak sam mówi: w branży hotelarskiej jest „nowy", co oznacza, że codziennie czegoś się uczy.

Jarosław Bartosz zaczynał od biznesu związanego z opałem i sprzedażą węgla, a później zajął się materiałami budowlanymi. W każdej z tych dziedzin odniósł sukces. Dzisiaj interesy w tych branżach prowadzi jego syn, a główną działalnością ojca od 2010 roku jest Pensjonat Bartosz. Jak mówi właściciel: to moje „najmłodsze dziecko". Każde przedsięwzięcie, na które porywał się Jarosław Bartosz było zawsze przemyślane, a pensjonat nie był wyjątkiem. Kupując działkę budowlaną od Agencji Mienia Wojskowego przedsiębiorca wiedział, co chce na niej wybudować. Zrobił także rozeznanie rynku i stwierdził, że jeden pensjonat w Żaganiu to za mało… Kupił teren, mimo iż miał on zawiłą historię: przed wojną były tam koszary wojskowe, a krótko po wojnie Rosjanie prowadzili w tym miejscu szpital. W dniu kiedy przedsiębiorca postanowił kupić ten teren, była tam tylko ruina. - Ale z potencjałem! - zaznacza Jarosław Bartosz.

Dziś Pensjonat Bartosz jest miejscem, które przyciąga podróżników, turystów, ma też bazę stałych klientów, którzy cenią sobie to, że właściciel i jego pracownicy potrafią zadbać o każdy szczegół pobytu. Od wejścia do wyjścia z pensjonatu goście wiedzą, że mogą liczyć na kompleksową obsługę. Właściciel nie korzystał jeszcze ze środków z Unii Europejskiej, ale jak sam mówi wszystko przed nim, bo ma jeszcze do adaptacji pomieszczenia piwniczne w których docelowo ma być SPA, sauna i inne udogodnienia dla gości.

Mimo, że czasy są trudne, to małymi kroczkami, otwartością na sugestie, pomysły i propozycje klientów można wiele zdziałać. A recepta, która pozwala na zachowanie równowagi między życiem zawodowym a osobistym - według Jarosława Bartosza - jest sprawdzona i prosta: Przede wszystkim praca, którą się lubi i wypoczynek, bo ciepłe kraje są receptą nie tylko na chandrę, ale też sprawdzonym sposobem na oderwanie się od problemów i dają możliwość zmiany optyki życiowej.

Aleksandra Ćwikła



fot. Archiwum własne

Jarosław Bartosz: Mimo, że czasy są trudne, to małymi kroczkami, otwartością na sugestie, pomysły i propozycje klientów można wiele zdziałać.

Reklama





wikipedia.pl - autor: Tadam

Tężnie są miejscem służącym do zażywania inhalacji powstałego w ich otoczeniu specyficznego aerozolu - czy i taki pomysł ma szansę powodzenia w Zielonej Górze?

Inspirująca **pocztówka**

Kilkanaście lat temu szukając starych pocztówek z Zielonej Góry w celu ich "utrójwymiarowienia", Piotr Nawracała natrafił na ciekawą kartę, przedstawiającą fragmenty ulic wokół ratusza. Do stojących tam lamp przymocowane były dziwne kosze, które początkowo wyglądały na kosze na kwiaty. Po dokładnej analizie okazało się, że są to kosze z solą. Po co sól w najbardziej reprezentacyjnym miejscu miasta? Do posypywania ulic? Wyjaśnienie tej zagadki było bardzo inspirujące dla naszego rozmówcy **- z Piotrem Nawracałą, właścicielem drukarni „Ligatura"** rozmawia Maciej Prządka.

Maciej Prządka: Panie Piotrze, zakładaliśmy że porozmawiamy o nowoczesnej poligrafii, szansach na jej rozwój, tradycji drukarskiej, a pan tu o soli, jodzie, tężniach. Co to ma wspólnego z poligrafią?

Piotr Nawracała: Faktycznie, na pierwszy rzut oka nic. Ale, że może mieć związek wyjaśnię później. Teraz dla porządku opowiem o swoim drukarstwie a następnie przejdziemy do tej soli. Tradycja drukarska trwa w mojej rodzinie od kilku pokoleń. Wuj ojca: Jan Smerda był drukarzem jeszcze we Lwowie. Po przyjeździe do Zielonej Góry pracował w Zielonogórskich Zakładach Graficznych. Tam też trafili do zawodu mój ojciec Zbigniew, brat ojca Czesław i liczna grupa ich kuzynostwa. Ojciec pracował jako zecer i metrampażysta. Ja kontynuuję tę tradycję, chociaż na początku się na to nie zanosiło. Skończyłem studia - inżynierię i ochronę środowiska. Planowałem karierę w tym kierunku. Jednak wypadki, które nastąpiły, spowodowały, że zostałem zawodowym poligrafem.

Można uznać, że teraz to dla Pana nie tylko sposób na życie, ale prawdziwa pasja?

Oczywiście, pogłębianie wiedzy na temat prowadzenia biznesu poligraficznego to w dzisiejszych czasach warunek konieczny nie tylko na rozwój, ale czasami na przetrwanie. Nowe technologie tworzą nowe wyzwania. W branży drukarskiej nie ma mowy o rutynie i nudzie. Aby pozyskiwać coraz bardziej wymagających klientów, stawiamy między innymi na jakość druku, profesjonalne zarządzanie kolorem oraz na nowatorskie (opracowane w naszej firmie) produkty z branży opakowaniowej. To tak z grubsza. Zainteresowanych poligrafią obecną i tą której już nie ma, zapraszam do naszej pracowni – muzeum starych i nowych technik drukarskich, która powstaje przy naszej drukarni. Wiekowe urządzenia i maszyny w części zostały uratowane i zgromadzone. Obecnie szukamy godnego miejsca na uruchomienie przedsięwzięcia. I tu apel. Jeśli gdzieś pozostały maszyny, urządzenia z epoki Guttenberga, prosimy o kontakt: piotr@ligatura.com.pl. Może teraz trochę o tej soli?

Właśnie, od lat działa Pan w branży drukarskiej. Skąd więc pomysł na tężnię? I to tutaj, w Zielonej Górze?
Jak wspomniałem, swoją pierwszą edukację zdobyłem w innej dziedzinie, a mianowicie studiowałem w Wyższej Szkole Inżynierii w Zielonej Górze na wydziale Inżynierii Środowiska. Obowiązkowa część wykładów na tych studiach to także, biologia, ochrona zdrowia, medycyna uzdrowiskowa itp. Jeśli chodzi o tę sól i tężnię to wyjaśnię po kolei. Według mnie, zaistniały obecnie warunki techniczne i świadomość, aby stworzyć w mieście jakiś element, który je uatrakcyjni i spowoduje jego rozwój. Ja proponuję sposób na uatrakcyjnienie naszego miasta o element związany ze zdrowiem i tradycją. A że jest potrzeba nowego impulsu widać po pustym deptaku, spadku miejsc pracy i ogólnym narzekaniu. Tradycja jest. Przedwojenni mieszkańcy naszego grodu przywozili do miasta sól, aby mieszkańcy spacerując wdychali pierwiastki prozdrowotne, których w powietrzu zielonogórskim brakowało. Wtedy to robili z konieczności. Dzisiaj można by z tego zrobić niezłą atrakcję turystyczną. Uważam, że nasze położenie jak najbardziej sprzyja takiemu przedsięwzięciu. Przy dobrej woli chyba można sobie wyobrazić Zieloną Górę i okolice, może nie jako kurort uzdrowiskowy, ale miejsce gdzie dobrze się odpoczywa i miło spędza czas. Cała infrastruktura, która mogłaby powstać na bazie tego pomysłu dałaby impuls do rozwoju miasta.

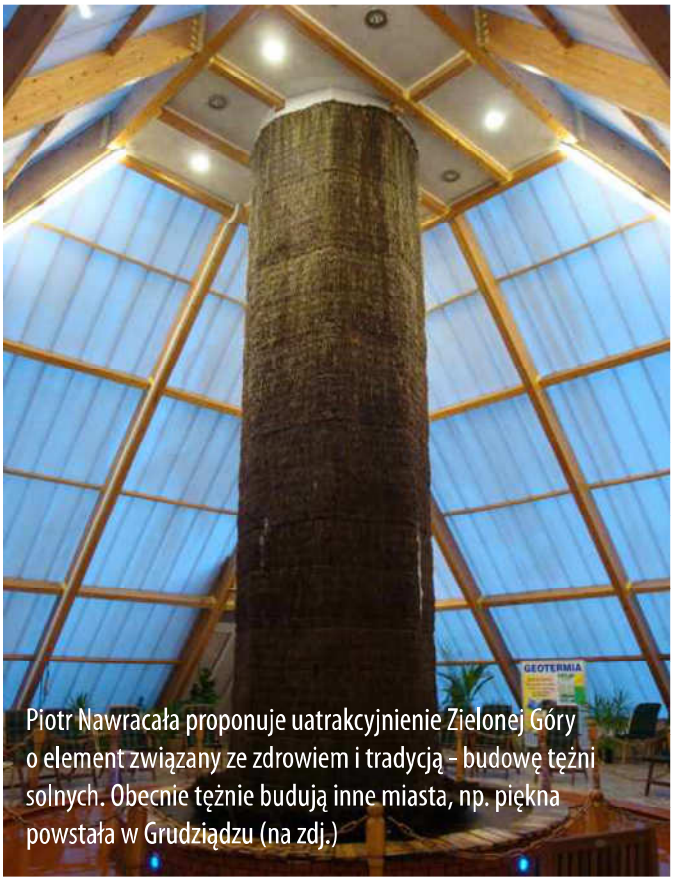
Dlaczego taki niesamowity pomysł nie został jeszcze zrealizowany? Tężni w Zielonej Górze wciąż nie ma.
On nie jest niesamowity i wcale nie nowatorski. Tężnie budują inne miasta, np. piękna powstała w Grudziądzu. Nowatorskie może być to, jak my jako mieszkańcy tego miasta możemy skorzystać na tego typu przedsięwzięciu.

Jakie więc korzyści dla miasta i mieszkańców Zielonej Góry widzi Pan w tężni? O korzyściach zdrowotnych jodu chyba nie musimy wspominać.
Ludzie starszej daty pamiętają jeszcze picie jodu. Każda przyszła mama również wie, jak ważny jest jod dla niej i dla jej dziecka. Obecnie na świecie około 1,5 miliarda ludzi żyje w rejonach dotkniętych niedoborem jodu, a wole endemiczne pojawiają się u około 600 milionów ludzi. To fakty, które tym bardziej przemawiają za tym, aby w miastach oddalonych od morza budować tężnie. Pytał Pan o korzyści płynące dla miasta z budowy tężni – otóż jest to ogromne przedsięwzięcie pod względem infrastruktury. Takie przedsięwzięcie wiązałoby się z nowymi miejscami pracy, rozwinęła by się turystyka, a tym samym powstawałyby nowe miejsca pracy.

Czyli w tężni widzi Pan szansę nie tylko na zdrowotną profilaktykę mieszkańców, ale również potencjał, który może rozwinąć region?
Takie przedsięwzięcie może wiązać się z napływem nowych inwestorów, a także turystów. Tężnia czy systemy tworzące specyficzny mikroklimat mogłyby załatwić wiele problemów, z jakimi obecnie boryka się nasz region, a przede wszystkim z rosnącym bezrobociem. Zamiast jak kiedyś być miastem przemysłu, bądźmy miastem… uzdrowiskowym! Zielona Góra i okolice mają niesamowity potencjał: lasy, jeziora, które mogłyby rozwijać sporty i rekreację. Nie wykorzystujemy swoich turystycznych atutów. Warto nad tym dyskutować.

Wracając do początku naszej rozmowy, to co właściwie ma sól do druku?
Ano ma. Dużo soli = dużo jodu = dużo zdrowia = dużo odwiedzających miasto = dużo pracy dla mieszkańców. W tym dla drukarzy też! (śmiech)

Tężnie w Zielonej Górze?
Jak oceniają ten pomysł nasi Czytelnicy?
Dołącz się do dyskusji na:
*www.facebook.com/**pracodawcy***



wikipedia.pl - autor: Ciacho5

Piotr Nawracała proponuje uatrakcyjnienie Zielonej Góry o element związany ze zdrowiem i tradycją - budowę tężni solnych. Obecnie tężnie budują inne miasta, np. piękna powstała w Grudziądzu (na zdj.)

Reklama

II KONGRES PROFESJOLOGICZNY
Kariera i Rozwój Zawodowy Pracowników
Zastosowania Ergonomii
PROFERG 2013

ZIELONA GÓRA - 10-11 CZERWCA 2013

Chcemy zająć się procesami profesjonalizacji kadr pracowniczych i profesjonalnego funkcjonowania organizacji w złożonych współczesnych uwarunkowaniach.

Naszym zamiarem jest rozpoznanie stanu warunków pracy pracowników, kapitału intelektualnego i społecznego oraz możliwości ich doskonalenia

Zgłoszenia i więcej informacji:
www.proferg.eti.uz.zgora.pl

UNIWERSYTET ZIELONOGÓRSKI
Polskie Towarzystwo Profesjologiczne
polskie towarzystwo ergonomiczne

fot. Petra Sp. z o.o.



Polskie stoisko promowało nowoczesne technologie

Lubuskie na CeBIT

„Poland TalentIT People" to hasło, pod jakim osiągnięcia polskiej branży IT zostały zaprezentowane na tak dużą skalę na arenie międzynarodowej po raz pierwszy. Podczas współorganizowanych przez Polskę wiodących targów branży IT CeBIT 2013 w Hanowerze nie zabrakło i lubuskiego akcentu.

Polskie stoiska przyciągały uwagę wielu zwiedzających. Bogatą ofertę zaprezentowały polskie uczelnie. Największym zainteresowaniem i sympatią publiczności cieszył się stworzony na Politechnice Wrocławskiej robot FLASH - Flexible LIREC Autonomous Social Helper, który komunikuje się z otoczeniem nie tylko niewerbalnie i poprzez komunikaty dźwiękowe, lecz także potrafi wyrażać emocje za pomocą mimiki oraz gestów. Dzięki chwytnym dłoniom może w przyszłości okazać się doskonałym wsparciem w rehabilitacji ruchowej.

Co jeszcze Polska zaprezentowała na targach? - Z bogatej oferty można było wyłuskać sporo ciekawostek, jak choćby drukarkę 3D pozwalającą stworzyć bransoletki, biżuterię, narzędzia, śrubki i inne przedmioty według cyfrowego wzorca - z entuzjazmem relacjonuje Dariusz Żurek, prezes zielonogórskiej firmy Petra, która również uczestniczyła w targach – Ta technologia ma olbrzymie perspektywy rozwoju. Za kilka lat, jak będzie nam brakować jakiejś części to ją sobie dodrukujemy w domu.

Petra, która na targi pojechała w nagrodę za wyróżnienie zdobyte w konkursie organizowanym przez PARP, zaprezentowała kompleksowe rozwiązania software'owe dla małych i średnich przedsiębiorstw. Dzięki innowacyjnemu połączeniu cloud computing z aplikacjami desktopowymi oferowana usługa pozwala na swobodną pracę niezależnie od dostępu do Internetu i gwarantuje bezpieczeństwo danych. Firma adresuje swoje usługi do sektora MSP, dla którego podobne rozwiązania światowych gigantów pozostają niedostępne. Lubuskie na targach reprezentowała również gorzowska firma Opero, a także Kostrzyńsko-Słubicka Specjalna Strefa Ekonomiczna, w ramach której stoiska zaprezentowano Lubuski Park Przemysłowo-Technologiczny. Stoisko K-SSSE odwiedził m.in. wicepremier i minister gospodarki Janusz Piechociński.

Z Hannoveru dla Biznesu Lubuskiego
Joanna Turakiewicz



fot. Petra Sp. z o.o.

***Dariusz Żurek** - prezes firmy PETRA Sp. z o.o.:*

Dzięki udziałowi w targach udało się nawiązać kilka obiecujących kontaktów. Prezentowaliśmy nowoczesną platformę informatyczną Destiny. Utwierdziliśmy się w przekonaniu, że nasz produkt odpowiada na zapotrzebowanie rynkowe i wiemy, w jakim kierunku rozwijać go dalej. Pojawiła się też nowa dla nas perspektywa rozwoju jako dostawcy mobilnych wersji oprogramowania już funkcjonującego na rynku. Na zlecenie producenta jesteśmy w stanie w zasadzie dla każdej aplikacji opracować wersję dostępną z poziomu strony www lub na telefonach komórkowych. Być może już wkrótce nawiążemy długofalową współpracę z firmą niemiecką. To niezaprzeczalnie efekt naszego pojawienia się na CeBIT. Nie zamierzamy równocześnie rezygnować z rozwijania własnego oprogramowania dla biznesu, z którego korzysta również drugi pion naszej firmy, czyli biuro rachunkowe.

Czy powstanie nowe zagłębie miedziowe?

Spółka Mozów Copper rozpoczęła prace wiertnicze w miejscowości Kije niedaleko Sulechowa celem udokumentowania złóż miedzi i srebra. Jeżeli przyniosą one pozytywne wyniki może to oznaczać, że na terenie województwa lubuskiego powstanie inwestycja warta kilka miliardów dolarów.

Mozów Copper jest jedną z sześciu spółek-córek należących do kanadyjskiej korporacji Miedzi Copper, która już w 2011 roku zainteresowała się Polską, jako kierunkiem ulokowania znacznego kapitału inwestycyjnego. Iskrą inicjującą zainteresowanie inwestorów był raport naukowców Państwowego Instytutu Geologicznego, który szacował zasobność nierozpoznanych jeszcze (prognostycznych, perspektywicznych i hipotetycznych) polskich złóż miedzi na ok. 260 mln ton. W przeciągu trzech ostatnich lat kierowane przez Lyle'a Braatena, a zarządzane na terenie Polski przez Profesora Stanisława Speczika firmy uzyskały 13 koncesji na poszukiwanie i rozpoznawanie złóż miedzi i srebra, w Ministerstwie Środowiska czeka na rozpatrzenie kolejnych 8 wniosków. Ogółem obszar zainteresowania polsko-kanadyjskiej grupy obejmuje ponad 10 tysięcy km2 czyli 3% powierzchni naszego kraju.

Wiercenie w okolicach Sulechowa (koncesja „Mozów 1") przez Exalo Drilling S.A. (d. PN „Diament" z Zielonej Góry) rozpoczyna kolejny etap badań (dotychczas wykonano reprocessing archiwalnych danych grawimetrycznych, profile sejsmiczne, badania magnetotelluryczne oraz przygotowano mapy rozprzestrzeniania się mineralizacji) mający dać odpowiedź na pytanie o zasobność lubuskich złóż czerwonego metalu. W 2013 roku zaplanowano jeszcze 4 takie odwierty na terenie ziemi lubuskiej (koncesje „Mozów 1", „Jany" i „Nowa Sól"). Ich cechą charakterystyczną jest duża głębokość (sięgająca aż 2500 m) przez co niejako przy okazji, uda się odkryć leżące wyżej pokłady gazu ziemnego i ropy naftowej.

Sukces poszukiwań będzie nie tylko sukcesem grupy Miedzi Copper, ale także całego regionu i Polski. Ewentualna decyzja o budowie zakładu górniczego stworzyć może warunki powstania nowego okręgu przemysłowego. Wpływ inwestycji nie ograniczyłby się tylko do efektów bezpośrednich (powstanie nowych miejsc pracy, podatki i opłaty), lecz również pośrednich – wynikających pozytywnego jej oddziaływania na funkcjonowanie przedsiębiorstw powiązanych (podwykonawcy, dostawcy), ogólnego wzrostu konsumpcji, jak również rozwój kapitału ludzkiego (podniesienie kwalifikacji pracowników, współpraca z instytucjami naukowymi, nawiązanie relacji z lokalnym biznesem).

W tym kontekście należy jednak stwierdzić, że pozytywna ocena zyskowności przyszłej kopalni jest uzależniona nie tylko od geologicznych cech złoża ale także fiskalnych warunków funkcjonowania przedsiębiorstwa górniczego, które po wprowadzeniu podatku od kopalin znacznie się pogorszyły.

Red.



fot. Mozów Copper

Sukces poszukiwań będzie nie tylko sukcesem grupy Miedzi Copper, ale także całego regionu i Polski. Ewentualna decyzja o budowie zakładu górniczego stworzyć może warunki powstania nowego okręgu przemysłowego. (Na zdj. od lewej: L. Braaten i prof. S. Speczik)

Czy Lubuskie stanie się nowym Zagłębiem Miedziowym?
Czekamy na Twoją opinię - wejdź na ***www.facebook.com/pracodawcy*** *i napisz, co myślisz na ten temat.*

Naukowcy do fabryk

Organizacja Pracodawców Ziemi Lubuskiej od kwietnia rozpoczyna program wymiany pracowników i wiedzy ze świata nauki do biznesu i w drugą stronę. To inicjatywa, która w oczach zarządu województwa lubuskiego została uznana za jedną z ciekawszych, pokonując w wyścigu o unijny grant, pomysły na współpracę B+R z Poznania, Rzeszowa, Nowego Sącza, czy Białegostoku.

fot. www.sxc.hu



Skąd pomysł na projekt?
Raport Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości „Innowacyjność 2010" nie pozostawia niestety złudzeń. Wskaźnik odsetek innowacyjnych firm w Polsce wynosi 22 proc. (źródło: Eurstat Statistics Database), i wynikiem tym ex aequo z Węgrami i Rumunią zamykamy stawkę 27 krajów europejskich. Przed nami są właściwie wszyscy. Jednocześnie Lubuska Regionalna Strategia Innowacji przyjęta w lutym 2010 przez sejmik województwa lubuskiego z planem do roku 2015 podaje, że województwo lubuskie jest regionem, które przeznacza w Polsce najniższe nakłady na działalność badawczo-rozwojową. Daleko nam do europejskich standardów w tym zakresie. Lubuskie na B+R przeznacza 0,09 proc. PKB, gdzie celem krajowym zgodnym z Narodowym Planem Rozwoju jest 1,5 proc., a celem UE 3 proc. Zgodnie z raportem „Innowacyjność 2010" odsetek firm prowadzących wewnętrzną działalność B+R wynosi 4,2 proc. i jest to wynik przedostatni w kraju (gorzej jest tylko w Zachodniopomorskiem).

Role się odwróciły
Dlatego pracodawcy z OPZL, mając na uwadze dobre doświadczenia we współpracy w projekcie staży naukowców w lubuskich firmach, które kilka lat temu prowadził Wydział Elektrotechniki, Informatyki i Telekomunikacji postanowili wziąć sprawy w swoje ręce i odwrócić kartę. I o ile, w poprzednim projekcie współpracy nauki i biznesu, inicjatorem byli naukowcy, o tyle do firm dziś zapraszają sami pracodawcy. Sami też chcą odbywać staże w jednostkach naukowych. Uznali bowiem, że transfer w jedną stronę to za mało.

Projekt jest prowadzony przez Organizację Pracodawców Ziemi Lubuskiej, największe stowarzyszenie przedsiębiorców w regionie, wespół z nowosolskim parkiem naukowo-technologicznym Interior i poznańskim parkiem technologicznym Eureka. W oczach realizatorów projektu, kluczowymi jego partnerami naukowymi jest Uniwersytet Zielonogórski i Państwowe Wyższe Szkoły Zawodowe z Gorzowa i Sulechowa.

Dla kogo ten pomysł?
Celem działania w związku z potencjałem naukowym i profilem najbardziej innowacyjnych firm województwa lubuskiego będą przede wszystkim sektory odnawialnych źródeł energii, informatyki, telekomunikacji i energetyki oraz budownictwa pasywnego. W projekcie wezmą też udział specjaliści z obszarów metalurgii, mechaniki i ekonomii.

Dodatkowym bodźcem opowiadającym się za celowością wybranych branż są klastry, które zbliżają współpracę pomiędzy nauką a biznesem i w których

uczestniczą partnerzy projektu. Powstają one w tematyce trzech obszarów zidentyfikowanych jako najbardziej innowacyjne gospodarczo i te będące domeną zainteresowania nauki. Klastry powstają bowiem w sektorach: informatyki (Klaster Informatyki i Telekomunikacji, Zielona Góra, Klaster Archiwizacji Cyfrowej, Nowa Sól), energetyki (Lubuski Klaster Energetyki Odnawialnej i Efektywności Energetycznej, Sulechów), budownictwa (Klaster Budownictwa Energooszczędnego, Żary).

Jakie zadania przewidziano w projekcie?

Lubuska strategia innowacji podaje: „Największym zagrożeniem dla procesu tworzenia kultury innowacyjnej przedsiębiorstw jest nieświadomość potrzeby i korzyści wdrażania innowacji" (...) „Współpraca szkolnictwa z pracodawcami i ich organizacjami (...) ma duży wpływ na uzyskanie właściwej praktyki" (..) „Dlatego ważne jest stworzenie systemu zachęt dla przedsiębiorców stymulujących współpracę w zakresie kształcenia poprzez praktyki i staże zawodowe."

I dokładnie to zakłada wspólny projekt OPZL, Parku Interior i Eureki i 4 zadania w nim założone. Są nimi staże i szkolenia. Staże dla naukowców z firmach. Staże przedsiębiorców w jednostkach naukowych. zkolenia dla przedsiębiorców, realizowane przez naukowców, szkolenia dla naukowców, realizowane przez biznes.

Współpraca najdynamiczniejszych firm z woj. lubuskiego, największego stowarzyszenia pracodawców, uczelni wyższych oraz parków naukowo-technologicznych z zachodniej Polski to odpowiedź na od dawna postulowane propozycje zmian w lubuskim systemie B+R. Wszyscy oni bowiem będą budować centrum synergii nauki i biznesu: „Akcelerator Innowacji", bo tak nazywa się projekt.

Łukasz Rut

Projekt w liczbach:

11040 – liczba godzin staży naukowców
197 – liczba uczestników projektu
168 – liczba osób przeszkolonych
27 – liczba miesięcy trwania projektu
24 – liczba pracodawców odbywających staże w nauce
23 – liczba stworzonych audytów innowacyjności dla biznesu
3 – liczba uczelni współpracujących z biznesem
3 – liczba partnerów projektu
1 – największy projekt w historii OPZL

Aby przyjąć naukowca na staż lub wysłać swojego pracownika do jednostki naukowej, należy skontaktować się z nowosolskim oddziałem OPZL pod numerem telefonu **68 411 44 22** lub na adres mailowy: **akcelerator@opzl.pl**

Reklama

KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

expeto

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY

BEZPŁATNE SZKOLENIA - liczba miejsc ograniczona!!!
w ramach projektu
LUBUSKA KUŹNIA KADR MMSP

Projekt trwa od 01.09.2012 - 31.10.2013 r.
Skierowany jest do Lubuskich Przedsiębiorców (MMSP) i ich Pracowników.

expeto zaprasza na profesjonalne szkolenia ICT z zakresu:

1. Młodszy Administrator Linux - (80 h)
- Adminmistracja systemu operacyjnego Linux część I
- Administracja systemu operacyjnego Linux część II
- Egzamin po każdym szkoleniu.
Pozytywny wynik obu egzaminów umożliwia uzyskanie certyfikatu: **Junior Level Linux Professional**

2. Certyfikowany Specjalista Technologii Sieciowych - (104 h)
- Konfiguracja, zarządzanie i utrzymanie Windows Serwer 2008
- Implementacja i administracja usługami sieciowymi
- Warsztat przygotowujący do egzaminu
Pozytywny wynik egzaminu umożliwia uzyskanie certyfikatu MCTS:
Windows Serwer 2008 Network Infrastructure, Configuration

3. Certyfikowany Specjalista Technologii Active - (104 h)
- Konfiguracja, zarządzanie i utrzymanie Windows Serwer 2008
- Implementacja i administracja usługą Active Directory
- Warsztat przygotowujący do egzaminu
Pozytywny wynik egzaminu umożliwia uzyskanie certyfikatu MCTS:
Windows Serwer 2008 Active Directory, Configuration

4. Certyfikowany Specjalista Technologii Baz Danych SQL Server - (128 h)
- Instrukcja zapytań przy użyciu Microsoft SQL Server 2008 Transact - SQL
- Administracja bazami danych MS SQL 2008
- Implementacja baz danych
- Warsztat przygotowujący do egzaminu
Pozytywny wynik egzaminu umożliwia uzyskanie certyfikatu MCTS:
Microsoft SQL Serwer 2008, Implementation and Maintenance

ZAPEWNIAMY MATERIAŁY DYDAKTYCZNE ORAZ ZWROT KOSZTÓW DOJAZDU I NOCLEGÓW

Więcej informacji:
Na stronie internetowej pod adresem www.expeto.pl
W siedzibie Biura Projektu w Zielonej Górze
Tel. 882 150 157, e-mail: r.flugel@expeto.pl

Projekt współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego



biznes na obcasach
kobiety przedsiębiorcze

Agnieszka Skowrońska

Firma/Instytucja: SYSTEM Sp. j. A.T. Skowrońscy, T. Hnidziejko
Zajmowane stanowisko: współwłaścicielka
Studiowałam: na Akademii Ekonomicznej w Poznaniu
Zamierzałam być: nauczycielką
Pierwsza praca: własny sklep z odzieżą
Pierwsze zarobione pieniądze wydałam na: słownik polsko-francuski
Najtrudniejsza decyzja: oddelegowanie części decyzyjności na pracowników
Dzień pracy rozpoczynam: od sprawdzenia skrzynki pocztowej
Na biurku zawsze mam: ulubione pióro
Współpracownikom powtarzam: spokojnie, damy radę
Nie mogłabym pracować: na wysokości
Po pracy lubię: spacer z rodziną i dobrą książkę
Podziwiam: Justynę Kowalczyk
Nie lubię: arogancji
Mój luksus to: kolorowy drink na plaży
Moja ulubiona książka, film: Katedra w Barcelonie, Ludzie Honoru
Mój zapach to: Fahrenheit, Dior
Emeryturę spędzę: z mężem w jakimś ciepłym miejscu

Zysk nie ma płci

Firma jest częścią mnie

SYSTEM Sp. J. to firma zarządzająca siecią sklepów monopolowo-tytoniowych „AS". W swojej ofercie poza alkoholem i wyrobami tytoniowymi posiada także sporą gamę napojów, słodyczy i innych słonych przekąsek. W sklepach tej sieci można także doładować telefon i zapłacić kartą płatniczą. Firma stara się ciągle dostosowywać asortyment tak, aby zaspokoić gusta wszystkich klientów. Dla Agnieszki Skowrońskiej – współwłaścicielki, firma jest częścią jej samej: „Budowałam ją od zera. Początkowo wypełniała całe moje życie. Pracowałam bardzo dużo, a pojęcie wolnego weekendu praktycznie dla mnie nie istniało". Obecnie spółka to cały sztab ludzi. Pani Agnieszka ma mniej pracy, ale odpowiedzialność coraz większą: - Chyba najtrudniejszym momentem w prowadzeniu własnej działalności jest przekazanie części decyzyjności na innych. Wraz z rozwojem firmy nie da się wszystkiego robić samemu. Trzeba otoczyć się odpowiednimi ludźmi i przekazać im część uprawnień, żeby nie hamować rozwoju. To bolesny proces, ponieważ konsekwencje zawsze ponosi firma, a zatem właściciel - mówi. Trudno powiedzieć właścicielce, jak wiele miejsca zajmuje firma w jej życiu, ponieważ wszystko się przeplata. - Mąż jest współwłaścicielem, więc tak naprawdę jest ona cały czas obecna w naszym życiu. Nawet na wakacjach zawsze jedno z nas szuka zasięgu, żeby sprawdzić pocztę, a drugie nigdy nie ma o to pretensji. Zmieniamy się w tej roli. Często powtarzam, że prowadzenie własnej działalności to nie tyle praca co styl życia - wyjaśnia.

Bycie businesswoman

Agnieszka Skowrońska stwierdza, że kobietom ogólnie jest trudniej w biznesie - Od lat funkcjonuję w spółce z mężczyznami. Z reguły, gdy przedstawiamy skład osobowy Spółki, to odruchowo każdy uznaje mężczyznę za ważniejszego i bardziej decyzyjnego. Tak reagują zarówno kobiety jak i mężczyźni. Nikt nie wnika w kompetencje. To odruch: mężczyzna - szef, kobieta - asystentka. Kiedyś Panią Agnieszkę bardzo to drażniło. Teraz wie, że nad wizerunkiem trzeba pracować - Kobiety myślą - przecież jestem bardziej kompetentna, ale… kompetencji nie widać w pierwszym kontakcie. Dlatego jest im trudniej się przebić - mówi. Poza tym kobiety nie wspierają się wzajemnie tak, jak robią to mężczyźni - To w wypowiedziach kobiet często zauważa się zdanie, że łatwiej pracuje się z mężczyznami. Kobietom łatwiej jest znieść szefa - mężczyznę niż kobietę i wówczas kompetencje mają tu drugorzędne znaczenie - dodaje.

Droga do kariery

- Sukces zawsze idzie w parze z odpowiedzialnością. Jeśli chce się odnieść sukces to trzeba umieć podjąć decyzję i ponieść jej konsekwencje - twierdzi Pani Agnieszka. Nie należy się oglądać na innych, żeby w przypadku niepowodzenia obarczyć ich odpowiedzialnością. I stale trzeba nad sobą pracować. Na każdym etapie rozwoju firmy wymaga ona innych umiejętności od osoby zarządzającej. - Nie dajmy się stereotypom. Biznes przede wszystkim polega na zyskach, a one nie mają płci - dodaje właścicielka. Co więcej kobieta sukcesu nie może sobie pozwolić na przyznanie się do słabości, gorszego dnia - Z doświadczenia wiem, że w przypadku gorszego dnia mniej szkody przynosi pozostanie w domu, niż pokazanie światu słabości. Wszyscy oczekują, że osoba odpowiedzialna za firmę zawsze jest na 100 proc. pewna i zdecydowana, gdyż wtedy mają poczucie bezpieczeństwa - podsumowuje.

Joanna Zielińska

CCI
Ważny element biznesu

Edukacja
CSR musimy uczyć od małego

CSR 2.0
Nadchodzi rewolucja

Nr 1(2)/2013

Biznes Społecznie Odpowiedzialny

Dodatek specjalny do Magazynu Organizacji Pracodawców Ziemi Lubuskiej

Przeczytaj:

Działaj odpowiedzialnie! C2-3
O projekcie realizowanym przez OPZL i Region Zielonogórski NSZZ Solidarność

Szukamy społecznie odpowiedzialnych C4
Zawalcz o Lubuską Perłę Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw

CSR - Świat i Polska C5
Gdzie jesteśmy my, a jak radzą sobie z tym tematem inni

CSR 2.0 C6-7
Rewolucja w społecznej odpowiedzialności biznesu

Biednych nie stać na kupowanie tanich rzeczy C8-9
Wywiad z Jackiem Rybickim z NSZZ Solidarność

NSZZ Solidarność wobec zagadnień CSR C10-11
Co o społecznej odpowiedzialności biznesu mówią Związkowcy

W harmonii ze środowiskiem, bezpieczeństwem i społecznością lokalną C12-13
Jak ta sztuka udaje się GEDIA Poland Assembly z Nowej Soli?

Marka z misją społeczną C14-15
Corporate Community Investment w praktyce

Co to jest CCI C16-17
Zaangażowanie społeczne jako jeden z najistotniejszych obszarów CSR

Społecznie odpowiedzialna edukacja C18-19
Czego Jaś się nie nauczy, Jan nie będzie umiał

działaj odpowiedzialnie

KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

opzl ORGANIZACJA PRACODAWCÓW ZIEMI LUBUSKIEJ

SOLIDARNOŚĆ

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY

Publikacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

O projekcie: fakty, liczby, daty

Tytuł projektu:
Działaj Odpowiedzialnie! - promocja społecznej odpowiedzialności biznesu w województwie lubuskim

Realizatorzy - lider i partner:
Lider: Organizacja Pracodawców Ziemi Lubuskiej
Partner: Region Zielonogórski NSZZ Solidarność

Główny cel projektu:
Podniesienie poziomu wiedzy w zakresie idei CSR oraz świadomości korzyści jej stosowania wśród przedsiębiorców i pracowników w województwie lubuskim

Czas realizacji:
01.11.2012 - 31.12.2013

Źródło dofinansowania:
Unia Europejska - Europejski Fundusz Społeczny

Najbliższe wydarzenia:

26 kwietnia 2013, Świebodzin
Seminarium regionalne „CSR w twojej firmie? To możliwe!"

31 maja 2013,
Zakończenie przyjmowania zgłoszeń do Konkursu „Lubuskie Perły Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw"

Maj i sierpień 2013
Wkładka tematyczna dotycząca idei CSR w dzienniku regionalnym „Gazeta Lubuska"

Czerwiec 2013, Kostrzyn nad Odrą
Seminarium regionalne „CSR w twojej firmie? To możliwe!"

Czerwiec 2013
II posiedzenie Kapituły Konkursu „Lubuskie Perły Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw"

31 sierpnia 2013
Ostateczna ocena zgłoszeń przez członków Kapituły Konkursu „Lubuskie Perły Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw"

Wrzesień 2013, Gubin
Seminarium regionalne „CSR w twojej firmie? To możliwe!"

Październik 2013
Kolejna wkładka tematyczna dotycząca idei CSR w magazynie „Biznes Lubuski"

Działania projektu:

Cykl publikacji dotyczących tematyki społecznej odpowiedzialności biznesu w magazynie „Biznes Lubuski" oraz w dzienniku regionalnym „Gazeta Lubuska"

Katalog Dobrych Praktyk – inspirujące przykłady przedsiębiorstw lubuskich stosujących CSR w praktyce gospodarczej

Konferencje regionalne
Zielona Góra konferencja otwierająca projekt
Gorzów Wielkopolski konferencja zamykająca projekt

Seminaria regionalne - Żary, Wschowa, Nowa Sól, Świebodzin, Gubin, Kostrzyn nad Odrą - przybliżające ideę CSR od strony praktycznej z naciskiem na proces tworzenia i wdrażania CSR w przedsiębiorstwach

Konkurs Lubuskie Perły Społecznej Odpowedzialności Przedsiębiorstw - wyłonienie najskuteczniejszych przedsiębiorstw z województwa lubuskiego stosujących zasady CSR

Reportaż filmowy „CSR w biznesie – promocja dobrych praktyk lubuskich przedsiębiorstw" – materiał filmowy upowszechniający dobre praktyki CSR w województwie lubuskim, inspirujący do wdrażania działań CSR, ukazujący korzyści, szanse i zagrożenia



Kontakt / Biuro Projektu:
Organizacja Pracodawców Ziemi Lubuskiej
ul. M. Reja 6
65-076 Zielona Góra
Tel. 68 327 18 81
www.csr.opzl.pl

Lubuskie **poznaje CSR**

W ramach projektu „Działaj odpowiedzialnie! – Promocja społecznej odpowiedzialności biznesu w województwie lubuskim" zrealizowaliśmy konferencję otwierającą projekt oraz dwa seminaria regionalne.

Konferencja pt. „Społeczna Odpowiedzialność Biznesu – zysk bez ryzyka", inaugurująca realizację projektu odbyła się 8 stycznia br. w Hotelu Ruben w Zielonej Górze. Kluczowym jej zadaniem było przedstawienie i charakterystyka podstawowych zagadnień związanych z ideą społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw (ang. CSR). Wskazywano na szereg korzyści jakie płyną z wdrażania CSR w życie przedsiębiorstwa – m.in. na przewagę konkurencyjną, większą odporność na skutki sytuacji kryzysowych, pozytywny wizerunek firmy, przejrzystą kulturę organizacyjną, większy poziom motywacji i satysfakcji pracowników oraz na długofalowe, oparte na zaufaniu relacje z interesariuszami zewnętrznymi firmy, czyli z podmiotami współpracującymi, społecznością lokalną, inwestorami czy organizacjami pozarządowymi.

Konferencja miała zachęcić do wspólnego zastanowienia się nad tym czy idea społecznej odpowiedzialności biznesu może mieć pozytywny wpływ na działalność przedsiębiorstw. Odpowiedzią była prezentacja Zbigniewa Gajewskiego, Z-cy Dyrektora Generalnego PKPP Lewiatan i członka rządowego Zespołu ds. Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw, który wyjaśniał czym jest społeczna odpowiedzialność biznesu oraz jaki jest punkt widzenia PKPP Lewiatan na CSR. Podsumowując swoje wystąpienie Zbigniew Gajewski stwierdził, że: „Podejmując działania w każdym z obszarów społecznej odpowiedzialności, także małe i średnie przedsiębiorstwo poprawia swoje szanse rynkowe, czyli uzyskuje przewagi konkurencyjne oraz zwiększa wartość firmy i swoje zyski. Społeczna odpowiedzialność może przynieść korzyści i to wymierne korzyści dla przedsiębiorcy."

Ciąg seminariów regionalnych zapoczątkowało seminarium w Żarach, które odbyło się 9 stycznia w Urzędzie Miasta. Spotkanie zgromadziło ponad trzydziestu pracowników, pracodawców, a także działaczy związków zawodowych. Podczas naszych seminariów chcemy prezentować najbardziej żywe i prawdziwe przykłady praktyk CSR z regionu lubuskiego. Stąd też staramy się zawsze o głos przedsiębiorców, którzy reprezentują odpowiedzialne praktyki w biznesie. Z tej racji swoje wystąpienie podczas żarskiego spotkania miał Zbigniew Czmuda właściciel firmy Long INC i pałacu w Wiechlicach. „Społeczna odpowiedzialność obowiązuje dwie strony, i pracodawcę i pracownika"- mówił przedsiębiorca. Podczas krótkiej prezentacji własnych działań, podkreślił istotność stosowania CSR i realne korzyści jakie przyniosła mu strategia społecznej odpowiedzialności biznesu w jego działaniach.



fot. OPZL

W Zielonej Górze pracownicy firmy Gedia Poland Assembly przedstawili przykłady CSR, jakie praktykowane są z powodzeniem w strukturze i otoczeniu firmy.

Do organizacji drugiego seminarium, tym razem w Zielonej Górze zaprosiliśmy dwie firmy, Gedia Poland Assembly z Nowej Soli oraz międzynarodową organizację prowadzącą badania i usługi w obszarze odpowiedzialnych inwestycji G.E.S. Investment Services. Prelegenci G.E.S. podkreślali fakt, że międzynarodowe firmy oprócz kapitału i strategii chcą wnosić na polskie rynki także odpowiedzialne praktyki. Przybliżyli uczestnikom nie tylko obszary i standardy CSR, ale starali się również odpowiedzieć na kluczowe pytanie: „Społeczna Odpowiedzialność Biznesu - moda czy konieczność?". Z kolei pracownicy firmy Gedia Poland Assembly przedstawili przykłady CSR, jakie praktykowane są z powodzeniem w strukturze i otoczeniu firmy. W panelu poświęconym prezentacji dobrych praktyk CSR omówili strategię i działania firmy, które opierają się w dużej mierze na otwartym dialogu.

Przed nami kolejne seminaria regionalne, najbliższe już 26 kwietnia w Świebodzinie. Serdecznie zapraszamy!

Maciej Prządka
OPZL

KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY

Publikacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Zgłoś się do konkursu
dla społecznie odpowiedzialnych

Przedsięwzięcie jest jednym z działań unijnego projektu pt. „Działaj Odpowiedzialnie! – promocja społecznej odpowiedzialności biznesu w województwie lubuskim", prowadzonego przez Organizację Pracodawców Ziemi Lubuskiej we współpracy z Regionem Zielonogórskim NSZZ Solidarność. Celem jest wyłonienie najlepszych, odpowiedzialnych społecznie firm lubuskich, w czterech kategoriach: mikro, małe, średnie i duże przedsiębiorstwo.

Kto może zostać laureatem?
Przedsiębiorstwo, które poza troską o zysk ekonomiczny, dobrowolnie podejmuje działania przynoszące korzyści wszystkim swoim interesariuszom, czyli pracownikom, partnerom biznesowym, klientom, społeczności lokalnej, a przy tym pamięta o środowisku naturalnym.

Zamysłem Konkursu jest pokazanie, że biznes myśli nie tylko o swoich korzyściach. Przeciwnie istnieje wiele firm, które realizując cel gospodarczy, równocześnie dbają o otoczenie, co w dłuższej perspektywie przynosi korzyści także im samym, umacniając ich pozycję na rynku.

Kto może zgłosić firmę do Konkursu?
Firmę do Konkursu zgłosić mogą zarówno osoby uprawnione do reprezentowania czyli prezes, właściciel, dyrektor, ale również pracownicy, organizacja pozarządowa, samorząd lokalny, lokalna społeczność czy też partner biznesowy, z którym firma współpracuje. Wystarczy wypełnić i złożyć u organizatorów formularz zgłoszeniowy dostępny na www.csr.opzl.pl oraz www.solidarnosc.zgora.pl. Przed tym warto zapoznać się z Regulaminem Konkursu.

Udział w Konkursie jest dobrowolny, a organizatorzy nie pobierają od uczestników żadnych opłat.

Do kiedy przyjmowane są zgłoszenia i kiedy znane będą wyniki Konkursu?
Zgłoszenia przyjmowane są do dnia 31 maja 2013 r. Następnie poddane zostaną ocenie formalnej i merytorycznej, które zakończą się do dnia 31 sierpnia 2013 r. Oficjalne i uroczyste ogłoszenie wyników Konkursu oraz wręczenie nagród zwycięzcom nastąpi podczas gali będącej częścią konferencji kończącej projekt, w grudniu 2013 r.

Lubuskie Perły
Społecznej Odpowiedzialności Przedsiębiorstw

Kto oceni firmy?
Firmy oceni Kapituła Konkursu, której Członkowie reprezentują zarówno środowisko pracodawców jak i pracowników, a także samorządu lokalnego, Uniwersytetu Zielonogórskiego, oraz lubuskich instytucji publicznych.

Według jakich kryteriów prowadzona będzie ocena?
Społeczna odpowiedzialność firm oceniana będzie w czterech aspektach:

- **lokalny rynek pracy** (m.in. organizacja pracy w firmie, relacje z pracownikami w tym zasada równości szans kobiet i mężczyzn)

- **środowisko naturalne** (m.in. działania w celu ochrony środowiska naturalnego i minimalizowania skutków działalności)

- **zaangażowanie społeczne** (m.in. działalność na rzecz społeczności lokalnych, zaangażowanie w działalność społeczną)

- **uczciwe praktyki rynkowe** (m.in. relacje z kontrahentami, partnerami biznesowymi, klientami)

Jakie korzyści płyną z udziału w Konkursie?
Zwycięskie firmy otrzymają symboliczne nagrody w postaci dyplomów i statuetek oraz możliwość posługiwania się logotypem Konkursu. Wymierne korzyści będą miały charakter marketingowy, związany z udziałem w reportażu filmowym pt. „CSR w biznesie – promocja dobrych praktyk w województwie lubuskim", oraz z prezentacją sylwetek firm i ich działań społecznie odpowiedzialnych w Katalogu Dobrych Praktyk (publikacji projektu), a także z obecnością na łamach lokalnych i regionalnych mediów m.in. dwumiesięcznika „Biznes Lubuski" oraz Radia Plus Zielona Góra i dziennika „Gazeta Lubuska".

Biuro Konkursu:
Zgłoszenia przyjmowane są w biurze Organizatora:

Organizacja Pracodawców Ziemi Lubuskiej
ul. M. Reja 6
65-076 Zielona Góra
tel./fax. 68 327 18 81
e-mail: biuro@opzl.pl,

a także w biurze Współorganizatora:

Region Zielonogórski NSZZ Solidarność
ul. Lisowskiego 5
65-072 Zielona Góra
tel./fax. 68 327 13 80
e-mail: region@solidarnosc.zgora.pl

Serdecznie zapraszamy do udziału w Konkursie!
Więcej szczegółowych informacji wraz z Regulaminem oraz Formularzem Zgłoszeniowym na ***www.csr.opzl.pl***

KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

opzl
ORGANIZACJA PRACODAWCÓW ZIEMI LUBUSKIEJ

SOLIDARNOŚĆ

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY

Publikacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

działaj odpowiedzialnie

CSR, czyli społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw (ang. Corporate Social Responsibility) to strategia biznesowa, prowadzenie działalności polegające na dobrowolnym podejmowaniu zobowiązań etycznych, społecznych i ekologicznych, wykraczające poza minimum wyznaczone przez normy obowiązującego prawa.

CSR na świecie i w Polsce

Przedsiębiorstwa realizujące założenia CSR, decydują się tym samym na etyczne myślenie o biznesie oraz uwzględnianie w praktyce biznesu racji swoich interesariuszy: pracowników, udziałowców, konsumentów, klientów oraz społeczności lokalnej. Nie przeczy to w niczym faktowi, że sensem istnienia biznesu jest generowanie zysku, a jego podstawowym założeniem dawanie ludziom pracy i przestrzeganie prawa. Niemniej jednak, CSR powinien być traktowany przede wszystkim jako inwestycja, nie koszt.

Idea CSR wdrażana przez międzynarodowe przedsiębiorstwa od dziesięcioleci wzmacnia ich potencjał, pozwalając tym samym wypracować solidną przewagę konkurencyjną. Światowe marki wdrażające strategię społecznej odpowiedzialności, co istotne, funkcjonując na rynku, nie koncentrują się jedynie na tymczasowych efektach finansowych. Poprzez budowanie konstruktywnych relacji z otoczeniem i uwzględnianie interesów społecznych dążą do zrównoważonego rozwoju i osiągania przewagi rynkowej opartej na solidnych fundamentach. W konsekwencji, coraz bardziej dostrzegalne stają się wymierne korzyści płynące ze ścisłej korelacji ich społecznego zaangażowania ze swoimi celami strategicznymi, tj.: mniejsze koszty funkcjonowania firmy (np. zużycie energii), zagospodarowanie nowych segmentów rynku, skuteczne pozyskiwanie nowych klientów, tworzenie nowych produktów i usług, lojalność i większe zaangażowanie pracowników, poszerzenie kręgu partnerów biznesowych, szersza współpraca z administracją państwową jak również lepszy dostęp do środków publicznych i innych zewnętrznych źródeł kapitału. Budując w ten sposób swój pozytywny wizerunek w oczach interesariuszy, otwierają sobie drogę do długookresowej współpracy z partnerami biznesowymi, większe zaangażowanie pracowników, pozytywny klimat dla kierowania biznesu w kręgach administracyjnych i społeczeństwie. Jak powszechnie wiadomo, tylko w przyjaznym otoczeniu przedsiębiorstwa mogą znaleźć idealne warunki prowadzenia i rozwijania swojej działalności.

Warto pamiętać, że w czasach coraz mocniej odczuwalnego kryzysu gospodarczego koncepcja ta jest również szansą dla firm funkcjonujących na mniejszych, rodzimych rynkach. Małe i średnie przedsiębiorstwa, mając przed sobą przykład tych większych, powinny uczyć się jak wykorzystywać założenia społecznej odpowiedzialności w realizacji celów biznesowych. Poszukiwanie nowych kierunków rozwoju oraz sposobów wyróżnienia się wśród konkurencji zdaje się być głównym sposobem na przetrwanie w ciężkich czasach. Zatem faktem jest, że innowacyjne rozwiązania mogą dziś oznaczać przysłowiowe być albo nie być dla MŚP.

Polskie firmy znajdują się dopiero na początku drogi wiodącej ku odpowiedzialnemu biznesowi. Na szczęście znaleźli się pionierzy, a wśród nich warto wymienić PGNiG, Grupę ENEA, LW Bogdanka, Grupę Żywiec, Grupę LOTOS czy Skanska, czyli firmy, które do kwestii odpowiedzialności społecznej podchodzą bardzo poważnie, włączając ją do swojej strategii zarządzania. Mimo, iż idea CSR jest obecna w Polsce od kilku lat, wdrażanie jej zasad nie jest jeszcze niestety regułą w polskim świecie biznesu. Wiele firm nadal postrzega CSR poprzez pryzmat aktywności charytatywnej, mającej na celu poprawę wizerunku firmy, a nie jako innowacyjną, perspektywiczną strategię zarządzania. Warto jednak podkreślić, że CSR w Polsce cieszy się rosnącym zainteresowaniem kadry menedżerskiej, instytucji otoczenia biznesu, inwestorów oraz administracji państwowej, stopniowo stając się wyznacznikiem ładu korporacyjnego jak również priorytetem w budowaniu kompleksowej strategii rozwoju firmy. Do ogólnego podwyższenia świadomości w zakresie aspektów ESG przyczynia się spora liczba działań na rzecz popularyzacji CSR a także wymiana dobrych praktyk w obszarze zrównoważonego rozwoju. Z roku na rok rośnie liczba przedsiębiorstw przyjmujących międzynarodowe standardy postępowania oraz raportowania celem regularnego komunikowania postawy firmy wobec koncepcji i założeń CSR.

Stan wdrożenia i perspektywy CSR w Polsce różnią się od innych krajów Unii Europejskiej. Przyczyn takiego stanu jest wiele, np. nasza gospodarcza przeszłość, stereotypowy brak zaufania do biznesu, powszechne przyzwolenie na pewne nieuczciwości w biznesie, demotywujące polskie prawo (przykład piekarza oddającego ubogim niesprzedany chleb, ukaranego przez fiskusa za nieodliczanie podatku VAT), niewiedza, sytuacja gospodarcza i społeczna kraju itp. Czynniki te powodują, że wprowadzanie zasad etycznego i odpowiedzialnego biznesu napotyka w Polsce na pewne trudności. Niemniej jednak, problemy współczesnego świata, rosnąca świadomość ekologiczna, społeczna i konsumencka, zmieniające się standardy w biznesie i coraz większe trudności ze znalezieniem nowych aspektów przewagi konkurencyjnej powodują, że polski biznes i tak będzie zmuszony implementować zasady CSR. Potrzebujemy bowiem odrodzenia odpowiedzialnego biznesu, innego niż starsze wersje, które w najlepszym razie stawiały znak równania między CSR a filantropią a w najgorszym wykorzystywały hasło CSR do powierzchownych działań PR czy taktyk marketingowych. Kluczowym elementem tego procesu musi być umiejętność globalnego myślenia przy jednoczesnym efektywnym działaniu na poziomie lokalnym. Społeczna odpowiedzialność biznesu w Polsce musi zatem przejść transformację, by stać się zarówno prawdziwie lokalną, jak i prawdziwie międzynarodową.

Urszula Judycka
Product Manager GES Global Ethical Standard
GES Investment Services

GES® to firma powstała w 1992 r. w Szwecji, będąca liderem na rynku północnoeuropejskim oraz jeden z pionierów w Polsce w dziedzinie badań i usług z zakresu społecznie odpowiedzialnych inwestycji (ang. SRI - Socially Responsible Investing). Swoim klientom GES oferuje m.in. usługi w zakresie prowadzenia aktywnej współpracy ze spółkami znajdującymi się w ich portfelach inwestycyjnych, opartej na analizie oraz wszechstronnych badaniach działalności spółek w odniesieniu do międzynarodowych norm i standardów dotyczących środowiska, odpowiedzialności społecznej, jak również ładu korporacyjnego (ang. ESG – Environmental, Social and Corporate Governance). Analizy firmy certyfikowane są zgodnie z europejskim standardem jakości Arista®. Aktywna i konstruktywna współpraca z inwestorami oraz firmami wchodzącymi w skład ich portfeli pozwala na budowanie długofalowej, zrównoważonej wartości spółek dla akcjonariuszy. GES może pochwalić się wieloma sukcesami w tej dziedzinie, do największych z nich należy owocna współpraca z takimi firmami jak: Coca-Cola, Marriott, Goldcorp, Sodexo, czy G4S, jak również uzyskanie w 2011 r. w Londynie tytułu „Najlepszej instytucji konsultingowo-badawczej w dziedzinie ESG". Siedziby firmy znajdują się w Szwecji, Danii, Polsce (Zielona Góra) i Szwajcarii, natomiast strategiczne partnerstwa biznesowe GES nawiązał m.in. z Manifestem w Wielkiej Brytanii oraz oekom research® w Niemczech i Francji.


fot. www.sxc.hu

Rewolucja w CSR

Minione lata pokazują, że strategia CSR spotyka się w Polsce z coraz większym zrozumieniem oraz uznaniem ze strony przedstawicieli biznesu. Dowodem obserwowanych zmian jest m.in. wzrost liczby firm świadomie decydujących się na publikowanie raportów ilustrujących pozafinansową aktywność przedsiębiorstw jak również liczne próby podejmowania się realizacji działań z zakresu promocji aspektów społecznych oraz środowiskowych.

Przedsiębiorcy wydają się także coraz mocniej rozumieć swoje położenie we współczesnym świecie, czego główną przesłanką może być dostrzeganie wzajemnych powiązań i oddziaływań. Nie bez powodu mówi się w końcu o tym, że firmy nie są tworami funkcjonującymi w próżni, lecz jedynie elementami pewnej złożonej całości, na którą składa się długi łańcuch interesariuszy. Ostatnie lata pokazują także, że stopniowo zwiększa się świadomość etyczna firm oraz ich poczucie odpowiedzialności za skutki prowadzonej działalności. Zjawisko to odzwierciedla potęgująca na coraz większą skalę chęć wykraczania daleko poza strefę ekonomiczną prowadzonego biznesu i pojawiająca się w związku z tym motywacja do budowania synergii pomiędzy pierwotnym celem przedsiębiorstwa, jakim jest pomnażanie zysków, a podejmowaniem szeroko pojętych działań na rzecz integracji społeczności lokalnych oraz minimalizacji niekorzystnego wpływu działalności biznesu na środowisko naturalne. Wiele firm, w tym również polskich od lat angażuje się w różnego rodzaju aktywności wpisujące się w ogólną koncepcję społecznej odpowiedzialności. Tym samym większość z nich dostrzega nieograniczony potencjał dostępnych na rynku narzędzi oraz instrumentów realizacji idei CSRu, których zastosowanie, często nawet jednorazowe, znajduje widoczne przełożenie na wzrost zainteresowania inwestorów, zwiększenie lojalności interesariuszy, czy też kształtowanie się pozytywnego wizerunku firmy wśród pracowników.

Krytyka

Czy to jednak wystarczy by móc w pełni świadomie nazywać się firmą odpowiedzialną społecznie? Czy bazując na niespójnych, niejednokrotnie pojedynczych przedsięwzięciach można dokonywać rewolucyjnych zmian społecznych w skali makro? Chyba nie, choć do niedawna wydawać by się mogło, że tak właśnie będzie. Intensywna promocja idei społecznej odpowiedzialności biznesu przez długi czas zdawała się być świetnym przygotowaniem przedsiębiorców do wkroczenia w erę nowej, lepszej jakości zarządzania, jaką wyróżnia konfrontacja z wyzwaniami stawianymi przez liczne grupy nacisku, w tym ruchy konsumenckie oraz związki zawodowe. Tymczasem okazuje się, że stosowany na szeroką skalę zabieg włączania założeń CSR do tworzonych dokumentów strategicznych oraz naprawczych programów społecznych to bardzo często co najwyżej efektywne elementy dobrze dopracowanych strategii wizerunkowych, a w najgorszym wypadku przykrywka dla niewłaściwych lub wręcz szkodliwych zachowań praktykowanych przez przedsiębiorstwa. Czy zatem idea społecznej odpowiedzialności biznesu to jedna wielka kompromitacja? Otóż, niezupełnie.

Narodziny nowej koncepcji

Wypaczenie przez przedsiębiorstwa pierwotnej istoty społecznej odpowiedzialności biznesu, a co za tym idzie umniejszanie jej roli w oczach szerokiego kręgu odbiorców zrodziło konieczność przebudowy obowiązującego dotychczas pasywnego modelu CSR na model bardziej zintegrowany oraz interaktywny. Tego trudnego i niecierpiącego zwłoki wyzwania podjął się Wayne Visser, wieloletni wykładowca uniwersytetu Cambridge oraz dyrektor think thanku CSR International. Zgromadzone przez niego na przestrzeni ostatnich 20 lat doświadczenia pozwoliły na skonstruowanie teorii CSR 2.0 nawiązującej w swej budowie do modelu sieci internetowej oraz przejścia ze środowiska Web 1.0 na Web 2.0.

Czy był to krok konieczny? Według Vissara zdecydowanie tak, bo choć dotychczasowy sposób realizowania koncepcji CSR niewątpliwie przyniósł wiele pozytywnych korzyści, to jednak nawet w minimalnym stopniu nie przełożył się on na eliminację globalnych problemów współczesnego świata. Przyczyn takiego stanu rzeczy Vissar doszukuje się zarówno w niewłaściwym adresowaniu odbiorców podejmowanych działań jak i w braku motywacji przedsiębiorców do przekształcania podstawowych obszarów działalności firmy, w taki sposób, aby były one

spójne z zasadami odpowiedzialnego oraz zrównoważonego biznesu. Jak zatem powinno wyglądać nowe podejście wobec społecznej odpowiedzialności biznesu?

Cechy CSR 2.0.

Visser wyodrębnia pięć fundamentalnych zasad, których zintegrowanie z reprezentowanym przez firmę profilem działalności może przyczynić się do bardziej skutecznego odpowiadania na pojawiające się wyzwania o charakterze lokalnym oraz globalnym. Są to:

1) **Kreatywność**, czyli wychodzenie poza standardowe schematy i poszukiwanie coraz bardziej innowacyjnych rozwiązań.

2) **Skalowalność**, czyli przekształcanie pojedynczych rozwiązań zastosowanych w strukturach danej firmy w przedsięwzięcia na skalę światową.

3) **Szybkość reagowania**, czyli zdolność do podejmowania odważnych i niejednokrotnie trudnych działań, co ma na celu coraz bardziej skuteczne rozwiązywanie zaistniałych problemów społecznych oraz środowiskowych w skali makro.

4) **Glokalność**, czyli działanie polegające na łączeniu obowiązujących norm międzynarodowych z kontekstami lokalnymi analogicznie do zasady „myśl globalnie, działaj lokalnie".

5) **Cykl zamknięty**, czyli nie tylko zaspakajanie i generowanie nowych potrzeb konsumentów, ale także niwelowanie negatywnych skutków działalności firmy na zasadzie cyrkulacji (to co zużyłem, zwracam z powrotem).

Podsumowanie

Ostatnie lata pokazują, że choć nowa koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu znajduje się dopiero w początkowym stadium rozwoju, to powoli stajemy się świadkami mierzenia się wielu firm ze stawianymi przez nią wymaganiami. Przedsiębiorcy stopniowo dojrzewają do wejścia w nową erę zarządzania, nie tylko coraz lepiej rozumiejąc swoją rolę i położenie w otoczeniu okołobiznesowych, ale także podejmując się coraz bardziej śmiałych działań w kierunku przejścia z modelu pasywnego, jakim był CSR 1.0. na model bardziej sprzyjający realizacji celów społecznych i środowiskowych, jakim jest CSR 2.0. Miejmy nadzieję, że najbliższe lata pokażą, że zdaliśmy ten niezwykle trudny egzamin.

Daria Lisiecka
studentka zarządzania w Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu, naukowo zazainteresowana społeczną odpowiedzialnością biznesu

Polecane publikacje dla zainteresowanych:

W. Visser, *CSR2.0. From Age of Greed to the Age of Responsibility.*

W. Visser, *CSR2.0. The New Era of Corporate Sustainability and Responsibility*

Tabela prezentująca podstawowe różnice między CSR 1.0 a CSR 2.0

CSR 1.0	CSR 2.0
Działania skierowane do wybranych grup interesariuszy.	Działania angażujące szerokie rzesze interesariuszy.
Standardowe narzędzia dialogu: kodeksy etyczne, certyfikacja (np. ISO), próby standaryzacji raportowania społecznego.	Nowoczesne narzędzia dialogu, w tym: raportowanie w czasie rzeczywistym, blogi, mikroblogi, portale społecznościowe, klipy wideo, gry interaktywne, crowdsourcing, mechanizm wiki.
Działania o charakterze marginalnym.	Działania na skalę globalną.



CSR wg uczestników naszych seminariów

1. Odpowiedzialność za prawidłowe, zgodne z zasadami, przepisami KP funkcjonowanie firmy
2. Korzystne działanie firmy na rzecz środowiska
3. Poszanowanie pracowników
4. Uczciwość wobec kontrahentów
5. Wspomaganie działań organizacji pozarządowych skierowanych do lokalnych społeczności
6. Bezpieczeństwo pracowników
7. Działania na rzecz społeczności lokalnej.
8. Współpraca firm z otoczeniem (ngo, instytucje oświatowe)
9. Harmonia rozwoju
10. Prowadzenie biznesu zgodnie z własnymi zainteresowaniami i oferowanie pracy innym ludziom, tak aby mogli się w niej wykazać i rozwijać
11. Poszanowanie praw pracowników
12. Uczciwa konkurencja
13. Warunki pracy (BHP)
14. Wszystkie działania w zakresie pracy, ochrony środowiska, etyki itp., które nie tylko spełniają wymogi prawne, ale idą krok dalej i wyprzedzają prawo
15. Eko-eventy

KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

opzl
ORGANIZACJA PRACODAWCÓW ZIEMI LUBUSKIEJ

SOLIDARNOŚĆ

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY

Publikacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego



Biednych nie stać na kupowanie tanich rzeczy

- To przysłowie jak ulał pasuje do polskiej sytuacji. Nas nie stać na lekceważenie społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw. Zysk z tego tytułu będzie bardzo krótkotrwały i enigmatyczny, a szkody społeczne, ale i gospodarcze - gigantyczne. Jest zresztą wiele przykładów, które mogłyby posłużyć za ilustrację, do czego prowadzi zaniechanie działań społecznie odpowiedzialnych - mówi Jacek Rybicki z NSZZ Solidarność. Rozmawiał Dariusz Liniart.

Kiedy pierwszy raz spotkał się Pan z tematem Społecznej Odpowiedzialności Biznesu?

Wydaje mi się, że jestem człowiekiem kompromisu. Dlatego takie postawy, które z założenia odrzucają egoizm w działaniu są mi bliskie. Stąd interesowałem się od dawna związkami między etyką, a działalnością publiczną czy biznesową. Wiele wskazań na ten temat można odnaleźć w nauczaniu Jana Pawła II, ale także w praktycznej działalności związkowej w tych zakładach pracy, gdzie dialog jest na porządku dziennym. Z samą ideą CSR spotkałem się kilkanaście lat temu, analizując raczkujące jeszcze wówczas kodeksy etyczne w dużych wchodzących na polski rynek korporacjach międzynarodowych. Próbowałem zresztą także w świecie polityki wdrożyć, wzorem parlamentów brytyjskich czy amerykańskich, kodeks zachowań etycznych (sejmowa Komisja Etyki powstała z naszej inicjatywy). Jednak z perspektywy czasu widzę, że etyka i polityka rzadko idą ze sobą w parze.

Dlaczego powstała idea CSR?

Idea CSR w jej dzisiejszym kształcie krystalizowała się przez ostatnie dziesięciolecia XX wieku pod wpływem rosnącego znaczenia międzynarodowych konsorcjów i globalizacji gospodarki, ale także coraz większej świadomości dotyczącej wpływu gospodarki na otoczenie, wpływu często niedostrzegalnego dziś, ale katastrofalnego dla świata jutro. Najlepszym przykładem jest oczywiście środowisko, ale w tym kontekście można mówić także o inwestowaniu w ludzi czy nawet o uczciwej konkurencji. Oczywiście nieco inna jest sytuacja małych firm np. rzemiosła. Tam, śmiem twierdzić, idea działań społecznie odpowiedzialnych była obecna od wielu dziesięcioleci, ale nie do końca nazwana i zdefiniowana. Po prostu trudno wziąć piekarnię pod pachę i przenieść do innego miasta. Piekarz musi oferować dobry produkt, żyć dobrze z otoczeniem, szanować dostawców czy klientów, bo inaczej zostanie wykluczony. I nie pomoże mu żaden „pijar" czy reklama.

Czy w CSR jest możliwy kompromis?

Istotą kompromisu w idei CSR jest przede wszystkim dostrzeżenie i uznanie, że w swojej działalności nie mogę kierować się zasadą zysku za wszelką cenę. A więc uznaję – także dla własnego dobra – interes otoczenia wewnętrznego (pracownicy, akcjonariusze) i zewnętrznego (środowisko, lokalna społeczność, klienci, dostawcy).

Podejmując decyzje dotyczące zarządzania firmą, muszę więc brać pod uwagę także to otoczenie; jego oczekiwania ciągle powinienem konfrontować z moimi możliwościami i celami. Kompromis prowadzi więc do swoistej równowagi, a równowaga – do rozwoju. Nie jest to przysłowiowy „zgniły kompromis", który polega najczęściej na ustępstwach pod przymusem.

Czy może Pan szerzej omówić następujące stwierdzenie: „Pracownik nie jest kosztem tylko kapitałem"?

Oczywiście w „rachunkach" pracownik kosztuje – wszak wykonuje określoną pracę, za którą trzeba zapłacić. Jednak pracownik wnosi do firmy swoją wiedzę i doświadczenie, to on wykonuje określoną usługę czy produkt, tak jak właściciel wnosi kapitał. Dziś zbyt często pracownik jest traktowany jak komputer czy narzędzie, które zużyte wymienia się

na nowe. A stare – w domyśle – do utylizacji. „Niech się cieszy, że dostaje 500 zł miesięcznie, bo gdyby nie ja, nie dostałby nic" – przedsiębiorca, który tak myśli, nie ma i najprawdopodobniej nie będzie miał nic wspólnego z działaniami społecznie odpowiedzialnymi. Tymczasem pracownik nie jest maszyną, tylko współtwórcą naszej firmy, jej immanentną częścią. Dlatego właśnie coraz częściej mówi się – tak jak w nauce społecznej Kościoła – o równości pracy i kapitału. Realna gospodarka właśnie na takiej równości pracy i kapitału powinna być budowana.

Czy polskie przedsiębiorstwa stać jest na wprowadzenie u siebie Społecznej Odpowiedzialności Biznesu?

Biednych nie stać na kupowanie tanich rzeczy – to przysłowie jak ulał pasuje do polskiej sytuacji. Nas nie stać na lekceważenie społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw. Zysk z tego tytułu będzie bardzo krótkotrwały i enigmatyczny, a szkody społeczne, ale i gospodarcze - gigantyczne. Jest zresztą wiele przykładów, które mogłyby posłużyć za ilustrację, do czego prowadzi zaniechanie działań społecznie odpowiedzialnych – od przykładów z dewastacją środowiska naturalnego zagrażającą już życiu i zdrowiu ludzi spowodowaną nieposkromioną chęcią maksymalizacji zysku, poprzez upadłości wielu firm na skutek nieuczciwości kontrahentów, aż po korupcyjne zachowania na szczytach, które prowadzą do miliardowych strat.

Oczywiście są przykłady małych czy średnich firm, które nie mają zamówień, nie mają kredytów, ledwo wiążą koniec z końcem i nie mają środków na jakiekolwiek działania z zakresu społecznej odpowiedzialności. Cóż, wtedy trzeba siąść z pracownikami i uczciwie rozmawiać – kto i jak zaciska pasa, żeby przetrwać. I to jest także społecznie odpowiedzialne. Niestety, często zamiast tego nie płaci się wynagrodzeń pracownikom czy podwykonawcom, a podstawowym „planem naprawczym" są zwolnienia.

Proszę powiedzieć, czy NSZZ „Solidarność" ma pozytywne podejście do CSR.

NSZZ „Solidarność" wielokrotnie opowiadał się za CSR jako strategią zarządzania firmą, a nie tylko marketingowymi działaniami na rzecz wybielenia wizerunku. Dlatego popieramy takie właśnie – zgodne zresztą z ostatnimi dyrektywami Komisji Europejskiej – interpretowanie społecznej odpowiedzialności. Oczywiście bezpośrednio jesteśmy przede wszystkim zainteresowani działaniami skierowanymi do pracowników. Z tego tytułu także może dochodzić do różnicy interesów – choćby między zaspokojeniem oczekiwań akcjonariuszy czy klientów i pracowników (np. praca w niedzielę czy wydłużenie czasu pracy). Pracownik oczekuje wyższych wynagrodzeń, a właściciel czy akcjonariusz wyższych zysków. To jest pole dialogu i transparentnego, korzystnego dla stron kompromisu. A jak może on być korzystny pokazuje przykład – cytowany przez pracodawcę na styczniowej zielonogórskiej konferencji – sprzed stu lat z fabryki Forda. Właściciel podniósł pensje pracownikom i stworzył preferencyjny system nabywania wyprodukowanych w jego fabryce samochodów tej marki. Przyczyniło się to do wzrostu sprzedaży, popularyzacji samochodu, a wkrótce Ford stał się jednym z najbogatszych ludzi w USA…

Czy Zielona Góra jest miastem, do którego się chętnie wraca, proszę o szczerą odpowiedź?

Zbyt mało znam Zieloną Górę, żeby szczerze, a nie kurtuazyjnie na to pytanie odpowiedzieć. Wydaje mi się, że samo miasto zmienia się na korzyść – tak jak wiele polskich miast wychodzących z ponurej szarzyzny i blokowisk poprzedniej epoki. Poprawia się infrastruktura, łatwiejszy dojazd zachęca do odwiedzin. Ale jeżeli miałbym wracać – to przede wszystkim dla ludzi, a nie genius loci samego miasta. Poznałem przez lata wielu wspaniałych ludzi mieszkających w Zielonej Górze i okolicach i to się liczy najbardziej.

Rozmawiał Dariusz Liniart



Jacek Rybicki
jest z urodzenia i miejsca zamieszkania gdańszczaninem. Jego dorosłe życie związane było z „Solidarnością".
W latach 1980-81 był członkiem NZS-u na gdańskim uniwersytecie, później nauczycielem i działaczem podziemnej „Solidarności" oświatowej, a od roku 1989 - członkiem władz regionalnych i krajowych Związku - z przerwą m.in. na posłowanie z ramienia AWS.

Publikacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego



KK NSZZ „Solidarność” wobec zagadnień CSR

W działania społecznej odpowiedzialności biznesu angażują się nie tylko firmy, ale rząd, organizacje pracodawców i związki zawodowe, chociaż głos tych ostatnich w debacie na temat CSR często jest pomijany. A przecież związki zawodowe pełnią istotną funkcję w rozwoju społecznej odpowiedzialności – wynika ona z ich działania właśnie w sferze społecznej.

W dyskusji na temat CSR jest kilka obszarów, którym związki zawodowe przyglądają się ze szczególną uwagą. Ich zdaniem CSR powinien być oparty na rozwoju wysokiej jakości zatrudnienia, stosunków pracy, rozwoju kompetencji i stałym podnoszeniu kwalifikacji pracowników poprzez szkolenia zawodowe, które powinny być traktowane jako inwestycja firmy w kapitał ludzki. Niezwykle istotna jest kwestia partycypacji pracowniczej, działania związków zawodowych, Rad Pracowników, Europejskich Rad Zakładowych oraz procesu informacji i konsultacji. Wszystkie te działania powinny być efektem rzeczywistego dialogu autonomicznego i społecznego.

Dialog autonomiczny i społeczny

Dla związków zawodowych dialog autonomiczny i społeczny jest swoistym punktem wyjścia, elementem niezbędnym do rozpoczęcia debaty na temat społecznej odpowiedzialności biznesu. CSR powinien wzmacniać dialog społeczny, a nie być jego substytutem. Firmy, które unikają dialogu lub dyskryminują w sposób bezpośredni bądź pośredni związki zawodowe, nie powinny mieć możliwości legitymowania się znakiem społecznej jakości, przyczyniającej się do budowania ich przewagi konkurencyjnej. Taka praktyka rynkowa jest nieuczciwa w stosunku do tych przedsiębiorstw, które respektują działanie związków zawodowych oraz rozwijają kulturę dialogu i partnerstwa społecznego.

Partycypacja pracownicza

Respektowanie działania związków zawodowych, Rad Pracowników czy też Europejskich Rad Zakładowych, brak dyskryminacji działaczy związkowych, prowadzenie rokowań zbiorowych oraz zawieranie układów zbiorowych pracy to zachowania, którymi powinna wykazać się firma społecznie odpowiedzialna. Nie będzie uznana za taką firma, która łamie Konwencje Międzynarodowej Organizacji Pracy (MOP), np. prawa do zrzeszania się i rokowań zbiorowych.

Bardzo ważne będzie tutaj także informowanie pracowników i przeprowadzanie z nimi konsultacji. Firma, która uchyla się od stosowania tychże procedur, nie zasługuje na miano społecznie odpowiedzialnej. Należy ponadto wspomnieć, iż informowanie pracowników i konsultacje z nimi są ekonomicznie uzasadnione. Pozwalają uniknąć konfliktów i napięć społecznych w przedsiębiorstwie. Niestety, częstą praktyką firm jest zaniechanie informowania pracowników na temat sytuacji firmy i konsultacji z nimi tych kwestii. To zaś prowadzi do sytuacji konfliktowych i tworzenia się wspomnianych wcześniej napięć społecznych.

działaj odpowiedzialnie

Przestrzeganie prawa

Dla związków zawodowych postępowanie zgodne z prawem ma zasadnicze znaczenie. Firma, która łamie prawo, nie może być uznana ani za etyczną, ani za odpowiedzialną w prowadzeniu swoich działań. Prawo i standardy pracy muszą być respektowane we wszystkich krajach, w których przedsiębiorstwo prowadzi działalność gospodarczą. Szczególną uwagę poświęca się tutaj respektowaniu międzynarodowych standardów pracy, wynikających m.in. z ratyfikowanych konwencji MOP, a także przestrzeganie prawa krajowego i dyrektyw unijnych. Warto wspomnieć o istniejących instrumentach międzynarodowych, jak chociażby o Wytycznych OECD dla przedsiębiorstw ponadnarodowych, Trójstronnej deklaracji MOP o zasadach dotyczących przedsiębiorstw ponadnarodowych i polityce społecznej czy też Deklaracji MOP dotyczącej fundamentalnych praw w miejscu pracy. Ponadto ważnym instrumentem będą tutaj Międzynarodowe Umowy Ramowe, które z punktu widzenia związków zawodowych mają większą wartość aniżeli kodeksy postępowania. Pierwsze są bowiem negocjowane i podpisywane przez związki oraz pracodawców, natomiast w przypadku kodeksu postępowania nie ma konieczności konsultowania czy negocjowania jego zapisów ze stroną pracowniczą.

Zasięg działań CSR

Ta kwestia jest szczególnie istotna w przypadku przedsiębiorstw ponadnarodowych. Działania społecznie odpowiedzialne, w tym przestrzeganie standardów pracy, powinny dotyczyć nie tylko firmy, która wdrożyła strategię CSR, ale także jej oddziałów zagranicznych, dostawców oraz podwykonawców.

Za etyczne nie będzie uznane stosowanie podwójnych standardów czy też tworzenie wizerunku, jakoby firma funkcjonowała w sposób społecznie odpowiedzialny we wszystkich krajach i oddziałach, podczas gdy działania i strategie w obszarze CSR faktycznie zostały wdrożone tylko w spółce nadrzędnej, kraje przyjmujące inwestycje z zagranicy zaś muszą borykać się z łamaniem podstawowych praw pracowniczych. Szczególnie drastyczne formy łamania praw człowieka oraz praw pracowniczych występują w łańcuchu dostaw. Ważne jest tutaj podejmowanie ponadnarodowych, związkowych akcji solidarnościowych i globalnej, międzyzwiązkowej współpracy.

Stosowanie podwójnych standardów zaburza zasady strategii zrównoważonego rozwoju, przyczynia się do pogłębiania rozwarstwienia i różnic społecznych zarówno na poziomie lokalnym, jak i międzynarodowym.

Filantropia to nie CSR

Związki zawodowe zdecydowanie odrzucają deklaratywne i filantropijne podejście do CSR, a także postrzeganie go przez pryzmat praktyk PR. Nie uznają też nadawania firmom etykiety społecznej odpowiedzialności wyłącznie przez biznes. Budowanie wizerunku firmy jako społecznie odpowiedzialnej za pomocą pojedynczych, wybiórczo realizowanych praktyk, np. działań dobroczynnych, jest także odrzucane przez NSZZ „Solidarność". Zdaniem związku, niedopuszczalna jest sytuacja, gdy firma uchodzi za społecznie odpowiedzialną, podejmując dodatkowe zobowiązania na rzecz ochrony środowiska, ale w tym samym czasie nie respektuje podstawowych praw pracowniczych. Firma, łamiąca prawo w jakiejkolwiek dziedzinie, nie może być uznana za społecznie odpowiedzialną. Przestrzeganie prawa w prowadzeniu działalności gospodarczej jest punktem wyjścia w rozwoju strategii społecznej odpowiedzialności, jest też pewnym minimum, które dane przedsiębiorstwo musi spełniać, aby rozwijać społecznie odpowiedzialne praktyki. W rzeczywistości okazuje się, że sporo firm w Polsce ma problem wymogu podporządkowaniem się temu zasadniczemu warunkowi. Deklaratywne podejście do CSR jest również krytykowane przez związek, szczególnie jeśli chodzi o raportowanie. Praktyka pokazuje, że ciekawy i metodologicznie poprawny raport nie oznacza, iż firma faktycznie realizuje zawarte w nim treści.

Ograniczona dobrowolność?

Pewien punkt sporny stanowi dobrowolny charakter działań. O ile samo podejmowanie działań wykraczających ponad obowiązek prawny ma bez wątpienia taki charakter, o tyle sposób realizacji czy komunikowania o tym powinien być w pewnym stopniu uregulowany. W dużej mierze jest to kwestia transparentności i weryfikacji działań, raportowania społecznego, jak również sygnalizowanej przez związki zawodowe potrzeby zdefiniowania zasady regulującej, które spośród przedsiębiorstw mogą używać znaku „społecznej jakości". Składanie interesariuszom, pozornych – jak się okazuje – deklaracji bądź też czerpanie korzyści z fałszywego wizerunku firmy jako społecznie odpowiedzialnej stanowi zagrożenie dla zasad uczciwej konkurencji i może naruszać interesy pracowników. Z tego też względu związki zawodowe często podnoszą kwestię wprowadzenia regulacji zapobiegających występowaniu tego typu patologii.

Co robi NSZZ „Solidarność" w obszarze CSR?

Do działań związku zalicza się głównie obronę praw człowieka, praw pracowniczych i związkowych realizowanych m.in. w ramach międzynarodowej sieci współpracy na rzecz obrony praw człowieka w miejscu pracy. Obejmują one także współpracę z rządem, pracodawcami i organizacjami społeczeństwa obywatelskiego na rzecz zwalczania handlu ludźmi i pracy przymusowej. Ponadto związek poprzez kampanie informacyjne prowadzi działania mające na celu podnoszenie świadomości społecznej, np. w obszarze zrównoważonej konsumpcji czy też odpowiedzialności w łańcuchu dostaw. Przykładem tego są ostatnie akcje, takie jak: Czy IKEA jest OK.? lub Uśmiechnięta kasjerka. Opowiada się też za stosowaniem klauzul społecznych w zamówieniach publicznych i promowanie tych firm, które prowadzą swój biznes w sposób etyczny. Propagowaniu dobrych praktyk służy ogólnopolska akcja certyfikacyjna Pracodawca Przyjazny Pracownikom. Certyfikat ten jest wyrazem uznania dla pracodawców doceniających znaczenie dialogu. Do konkursu mogą być zgłoszone wszystkie firmy, które swoimi działaniami wpisują się w wartości ważne dla NSZZ „Solidarność", czyli przede wszystkim preferowanie stałego zatrudnienia, przestrzegania prawa i standardów pracy oraz zapewnienie pracownikom możliwości zrzeszania się w związki zawodowe. Zgłoszenia może dokonać organizacja związkowa działająca w zakładzie pracy lub zarząd przedsiębiorstwa przy poparciu organizacji związkowej. Przedstawione wyżej działania stanowią jedynie przykład wielu praktyk, podejmowanych przez związek zawodowy, które w sposób pośredni lub bezpośredni dotyczą obszaru społecznej odpowiedzialności biznesu.

W centrum zainteresowania związku pozostanie walka o respektowanie praw człowieka w miejscu pracy, nie tylko wymiarze lokalnym, ale także międzynarodowym oraz kontynuacja działań na rzecz godnej pracy, której założenia wpisują się w strategie zrównoważonego rozwoju oraz sprawiedliwej globalizacji.

Joanna Szymonek
ekspert NSZZ „Solidarność"

KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

opzl
ORGANIZACJA PRACODAWCÓW ZIEMI LUBUSKIEJ

SOLIDARNOŚĆ

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY

Publikacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego


Gedia Poland Assembly Sp. z o.o.

W harmonii ze środowiskiem, bezpieczeństwem i społecznością lokalną

GEDIA jest niemiecką korporacją, której korzenie sięgają 1910 roku. Dwaj bracia założyli wtedy firmę jubilerską, która przez lata rozwijała się i dostosowywała do potrzeb rynku, stając się dziś międzynarodową grupą firm specjalizujących się w wytłaczaniu, zgrzewaniu i znakowaniu elementów metalowych dla przemysłu motoryzacyjnego. Zakłady produkcyjne spółki znajdują się w różnych częściach świata. Każdy z nich posiada inną specjalizację, inny zakres i możliwości działania.

Firma wywodząca się z Attendorn istnieje na polskim rynku motoryzacyjnym od marca 1998 roku. Pod marką GEDIA w Polsce działają dwa przedsiębiorstwa. GEDIA Poland Sp. z o.o. zakład produkcyjny działający nieprzerwanie od 1998 roku. Dziś zatrudnia on około tysiąca pracowników i zajmuje się tłoczeniem oraz montażem elementów do wiodących marek w przemyśle motoryzacyjnym oraz GEDIA Poland Assembly Sp. z o.o., założona w 2008 roku w kostrzyńsko-słubickiej specjalnej strefie Ekonomicznej, jednej z największych w Polsce stref inwestycyjnych. Nowa spółka skorzystała z doskonałych warunków strefy, która zapewnia największe w Polsce ulgi podatkowe dla swoich inwestorów.

Ochrona środowiska

GEDIA jako korporacja o światowym zasięgu dysponująca innowacyjnymi technologiami, posiadająca w Polsce dwa zakłady w tym samym mieście nie może i nie chce bagatelizować spraw związanych z ochroną środowiska w regionie, w którym prowadzi działalność. GEDIA Poland Assembly jako jedna ze spółek GEDIA Group wprowadziła rozwiązania, które mają na celu zminimalizowanie wpływu, jaki ma funkcjonowanie firmy na środowisko.

Gospodarka odpadowa – obok standardowego rozwiązania jakim jest segregacja odpadów na terenie firmy, która jest bezwzględnie przestrzegana przez wszystkich pracowników, przedsiębiorstwo stara się także dobierać materiały wykorzystywane w procesie produkcji biorąc pod uwagę powstający z danego tworzywa odpad. W efekcie wspomnianych działań, w roku 2012, porównując z rokiem 2010, zakład zmniejszył ilość odpadów komunalnych o 68,97 Mg.

Racjonalne zarządzanie mediami jest zaś możliwe dzięki zainstalowaniu aplikacji komputerowej, pozwalającej na optymalne sterowanie urządzeniami zużywającymi energię cieplną czy elektryczną, są to np. klimatyzatory, świetliki dachowe, oprawa oświetleniowa budynku czy sprężarki. Dzięki odpowiedniemu administrowaniu i wprowadzonym rozwiązaniom znacznie zredukowano zużycie energii. Mimo zwiększonej produkcji, zużywane jest mniej energii niż w początkowej fazie istnienia firmy kiedy produkcja była mniejsza.

Gospodarka wodna – w celu zabezpieczenia wód gruntowych przedsiębiorstwo zastosowało separator substancji ropopochodnych, które powstają na drogach i parkingach należących do firmy. Ponadto został zbudowany zbiornik retencyjny na nadwyżki wody deszczowej, co pozwoliło zapobiec podwyższeniu poziomu wody w sąsiadującej rzece „Czarna Stróżka".

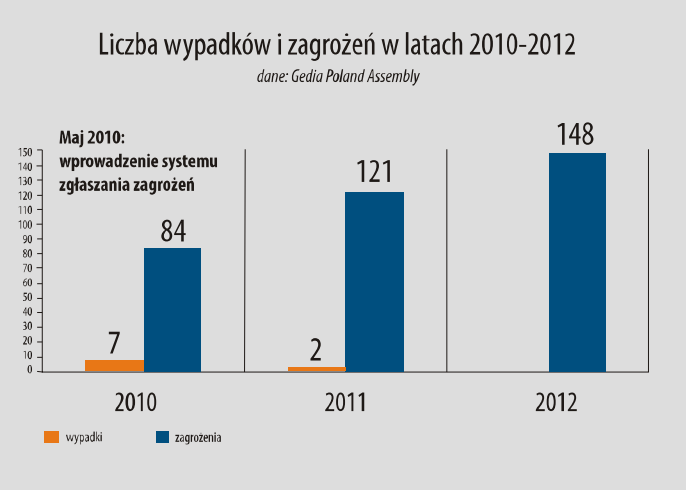
Odśnieżanie – w czasie ostatniej zimy, stosując metodę zaprzyjaźnionej firmy, zakład wprowadził system, pozwalający na podstawie pomiarów wagi ustalić czy warstwa śniegu na dachu hali produkcyjnej jest krytyczna i czy zachodzi potrzeba jego usunięcia. W ten sposób ograniczona została ilość zrzucanego śniegu, który w okresie odwilży może powodować lokalne podtopienia terenów.

Bezpieczeństwo pracowników

Bezpieczeństwo pracowników jest jednym z najważniejszych aspektów w działalności firmy. Kierując się ideą zakładającą istnienie względnie stałego stosunku pomiędzy liczbą występujących zdarzeń „potencjalnie niebezpiecznych" i liczbą wypadków zakończonych urazami, firma wprowadziła tzw. system zgłaszania zagrożeń. Umożliwia to odpowiednią reakcję na sytuację potencjalnie niebezpieczną, a co za tym idzie wyeliminowanie czynnika, który może doprowadzić do wypadku. Statystyki pokazują, zależność między liczbą zgłoszonych zagrożeń a liczbą wypadków (wypadek – według kryteriów stosowanych przez GEDIA Poland Assembly to każde zdarzenie, które doprowadziło do urazu nawet najdrobniejszego, jak skaleczenie palca czy dłoni):

Wszystkie maszyny produkcyjne spełniają

zasadnicze wymagania europejskiej dyrektywy. Pomimo, że są one wyposażone w nowoczesne elektroniczne elementy zabezpieczeń przed wejściem pracowników do stref niebezpiecznych, zakład wprowadził dodatkowe, mechaniczne w postaci tzw. kłódek „lock out". Każdy pracownik posiada kłódkę ze swoim numerem identyfikacyjnym, do której ma tylko jeden klucz. Wchodząc do strefy niebezpiecznej zakłada ją na drzwi blokując ich zamknięcie. Takie działanie skutkuje



uniemożliwieniem uruchomienia robota w momencie obecności pracownika w strefie niebezpiecznej. Podobne zabezpieczenie zostało zaimplementowane w urządzeniu do prasowania makulatury, w którym otwór wrzutowy został zabezpieczony specjalną klatką uniemożliwiającą korzystanie z prasokontenera osobom nieprzeszkolonym z zakresu obsługi urządzenia. Bezpieczeństwo pracowników jest dla przedsiębiorstwa priorytetem. Każdy dzień pracy rozpoczyna się od wymiany informacji na temat stanu bezpieczeństwa w firmie.

Rozwój pracowników i zaangażowanie społeczne

GEDIA Assembly zatrudnia już 181 pracowników, z czego aż 29 proc. stanowią kobiety. To pewnego rodzaju ewenement w przemyśle motoryzacyjnym.

W obu zakładach GEDII w Nowej Soli znalazło pracę już 1200 mieszkańców miasta i okolic, co czyni przedsiębiorstwo największym pracodawcą w mieście. Niektórzy pracownicy dojeżdżają z Głogowa czy Zielonej Góry.

Przy dużym zaangażowaniu we wprowadzanie do produkcji nowości, spółka daje także możliwość zdobywania wiedzy na stażach i praktykach. –Chętnie dzielimy się wiedzą, doskonalimy nie tylko naszą stałą załogę, ale również tych, którzy dopiero zaczynają swoją pracę zawodową. W ludzi trzeba inwestować, to klucz do sukcesu firmy. Wyzwania rynku i oczekiwania klientów są na tyle duże, że stale motywujemy naszych pracowników do rozwoju, ale także jesteśmy otwarci na ich własne inicjatywy. Bez ich wiedzy i umiejętności nie moglibyśmy spełnić oczekiwań, jakie stawia dostawcy nowoczesny rynek – wyjaśnia dyrektor Andrzej Marcinek.

Paulina Łuczkowiec
Koordynator Biura Zarządu Gedia Poland Assembly



Wszystkie maszyny produkcyjne spełniają zasadnicze wymagania europejskiej dyrektywy. Pomimo, że są one wyposażone w nowoczesne elektroniczne elementy zabezpieczeń przed wejściem pracowników do stref niebezpiecznych, zakład wprowadził dodatkowe, mechaniczne w postaci tzw. kłódek „lock out".

KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI
opzl ORGANIZACJA PRACODAWCÓW ZIEMI LUBUSKIEJ
SOLIDARNOŚĆ
UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY

Publikacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego



Odnowa stawu wiejskiego w Sułowie

Marka z misją społeczną

Współpraca przedsiębiorstw z organizacjami pozarządowymi to temat niełatwy i delikatny. Gdy do gry przystępują tak różne podmioty, potrzeba sprawdzenia i zbudowania zaufania do partnera jest tym większa... Ale i satysfakcja również. Oraz korzyści, jakie może przynieść. Dlatego temat ten warto poruszać - bo wiele możemy zrobić razem.

CCI w teorii...

Corporate Community Involvement lub Investment, czyli społeczne zaangażowanie biznesu, to coś więcej niż tylko działalność charytatywna. Idea ta odnosi się do różnych aktywności podejmowanych przez firmę, np. wsparcie finansowe, pomoc rzeczowa czy wolontariat pracowniczy, podejmowanych w sposób zaplanowany i zorganizowany. Dzięki tego rodzaju działaniom firma buduje pozytywny wizerunek, ukazuje się opinii publicznej od innej strony. Oprócz tego, a właściwie – to, co najważniejsze - CCI przyczynia się również do rozwiązywania wielu problemów społecznych, np. obniża bezrobocie, hamuje przestępczość czy zapobiega społecznej apatii.

...i CCI w praktyce

Programy CCI opracowują nie tylko duże przedsiębiorstwa – często nie chodzi o kwoty, a o chęć zaangażowania się, podjęcia ważnych społecznie problemów. Naturalnymi partnerami wielu przedsiębiorstw w realizacji programów CCI są organizacje pozarządowe, nie jako beneficjenci, a pomocnicy w określaniu celów i sposobów wspierania czy pomagania. Tak, aby jego efekty były jak najlepsze – i niosły zadowolenie dla każdej ze stron.

Działaj Lokalnie

Jednym z programów, mieszczących się w definicji mądrego pomagania jest „Działaj Lokalnie". Jest on finansowany przez Polsko-Amerykańską Fundację Wolności, realizowany przez Akademię Rozwoju Filantropii w Polsce – koordynatora ogólnopolskiego oraz sieć Ośrodków Działaj Lokalnie, w tym między innymi przez członka OPZL – Fundację na rzecz Collegium Polonicum. Fundacja prowadzi ten program na terenie województwa lubuskiego od 2006 roku. Na czym on polega? - Uczymy lokalne społeczności bycia aktywnymi. Wspieramy zwykłych ludzi, którzy chcą wspólnie działać na rzecz swojej społeczności. Pobudzajmy ich do działania, a dzięki temu tworzymy lepszy, przyjaźniejszy świat wokół nas – mówi Karol Duer, koordynator ODL w Słubicach.

Raz do roku Fundacja ogłasza konkurs o granty, do którego przystąpić mogą organizacje pozarządowe, grupy nieformalne – niemal wszyscy. We wniosku opisują oni swój pomysł na wykorzystanie dotacji (może ona wynieść do 6 tys. zł). 25% tej kwoty to wkład własny, jaki są zobowiązani wnieść, z tego 20% może mieć postać pracy wolontarystycznej na rzecz projektu (i tak jest najczęściej). Wartość realizowanych przedsięwzięć razem z wkładem własnym może osiągnąć ok. 10 tys. zł. Dla wielu starających się o dotacje są to znaczące pieniądze, za które są w stanie naprawdę wiele zrobić. Wybór projektów odbywa się zgodnie z procedurą konkursową, każdy z wniosków oceniany jest na poziomie lokalnym - przez dwóch niezależnych ekspertów i komisję, do której zapraszane są autorytety z różnych dziedzin. Gwarantuje to przejrzystość całego procesu.

Kluczem do zrozumienia konkursów „Działaj Lokalnie" jest pojęcie dobra wspólnego. W tym programie nie chodzi o to, żeby pomóc konkretnej osobie. Dotacja trafia do członków lokalnej społeczności, którzy robią coś, co ma służyć im wszystkim, a w działanie to sami się angażują. Za to co wypracują są współodpowiedzialni. Nie jest to sztuka dla sztuki - efekty są konkretne, można je zobaczyć i - najczęściej korzystać z nich przez wiele kolejnych lat. Najlepiej zobrazują to przykłady.

Park, świetlica, ścieżka edukacyjna

W 2012 roku do Fundacji na rzecz Collegium Polonicum wpłynęły 32 wnioski na łączną kwotę 163,5 tys. zł. Dofinansowanie otrzymało tylko 7 z nich - pula konkursu wynosiła 30 000 zł. Każdy z nich został prawidłowo zrealizowany i rozliczony co do złotówki (nadzór nad rozliczaniem sprawuje Ośrodek Działaj Lokalnie, czyli Fundacja, która następnie rozlicza się przed Akademią Rozwoju Filantropii w Polsce).

Kilka przykładów z zeszłego roku. W Murzynowie, niewielkie wiosce w gminie Skwierzyna, zaniedbany lasek zamienił się w park wiejski. Do pomocy mieszkańcy zaangażowali nadleśnictwo, które dokonało trzebieży zaniedbanego terenu. Gdy do lasu już można było wejść, sami wysprzątali teren. Przygotowali ławki i tablice edukacyjne. Zgodnie podkreślali, że wspólna praca i wysiłek sprawia, iż czują się z tym miejscem związani. Ten park jest ich parkiem, są za niego współodpowiedzialni i rozpiera ich duma gdy na niego patrzą.

działaj odpowiedzialnie

W Sułowie zamiast brudnego stawu w środku wsi jest czysty, ogrodzony stawek. Burmistrz Rzepina pomógł i zorganizował niezbędne prace ziemne, mieszkańcy zrobili resztę. Staw został oczyszczony, ścięto drzewa grożące zawaleniem. Sułowianie własnymi rękami zbudowali aleję, wiosną ustawią przygotowane ławeczki. I pewnie na tym się nie skończy.

Zupełnie co innego zrobili potomkowie Poleszuków, mieszkający w Białkowie niedaleko Cybinki. Działające we wsi Towarzystwo Miłośników Polesia i Białkowa zorganizowało warsztaty i imprezy dla dzieci, podczas których dowiadywały się one o historii i tradycjach. Było wspólne lepienie pierogów i blinów, śpiewanie poleskich piosenek, tradycyjne żniwa i wypiek chleba piecu chlebowym. W zamian za to młodzież przeprowadziła dla seniorów zajęcia z obsługi komputera.

Warto wspomnieć także o świetlicy szkolnej w Skwierzynie. O dotację starała się grupa nieformalna, skupiająca nauczycieli i rodziców Zespołu Szkół Technicznych. Ale pomieszczenie przyszłego klubu remontowali głównie sami zainteresowani. Budowa klubu odbyła się rękoma wychowanków internatu – zapewne teraz żadnemu z nich nie przyjdzie do głowy, żeby ten klub niszczyć. Odbywają się w nim wieczory filmowe, karaoke, zajęcia z niemieckiego, turnieje szachowe... Nie sposób opisać wszystkich inicjatyw (można o nich przeczytać na www.dl.fundacjacp.org). Tak działa społeczna energia.

Budowanie mostów

Ośrodki Działaj Lokalnie mają dwa kluczowe zadania. Jedno z nich zostało już pokrótce opisane. Jest nim organizacja konkursu, opieka nad beneficjentami, rozliczenie dotacji. Drugie, choć w kolejności chronologicznej – pierwsze, to zbudowanie lokalnego partnerstwa przy realizacji programu. Chodzi bowiem o to, aby o idei pomocy i propagowania działań na rzecz wspólnego dobra włączyć jak najwięcej lokalnych podmiotów – przedsiębiorców, samorządów, osób prywatnych.

Zawiązanie partnerstwa jest istotne dlatego, że środki finansowe od Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności na granty przekazywane są w stosunku 1:1. Oznacza to, że aby konkurs mógł zostać zrealizowany niezbędne jest „dołożenie" do puli przeznaczonej na granty środków od lokalnych partnerów. Do każdej złotówki pozyskanej na dotacje zostanie dodana kolejna. Taki mechanizm zachęca i przypomina że to my, jako mieszkańcy naszego regionu, mamy za zadanie dbać o nasze dobro wspólne – tworzyć je, angażować się i włączać.

Karol Duer
Koordynator programu "Działaj Lokalnie"



fot. Fundacja CP

Tak się lepi pierogi w Białkowie



fot. Fundacja CP

Wolontariusze remontują klub młodzieżowy

Zaangażowanie w „Działaj Lokalnie" przynosi partnerom konkretne korzyści - w skali kraju:

- promocja w ramach ogólnopolskiego programu - „Działaj Lokalnie" jest znaną marką społeczną, rozpoznawalną na terenie całego kraju,
- możliwość nominacji do ogólnopolskiego konkursu „Dobroczyńca Roku" dla zaangażowanych społecznie przedsiębiorców, który z każdym rokiem staje się coraz głośniejszy (zeszłoroczna edycja była promowana w TVN CNBC),

w skali regionu:

- realny wpływ na kierunek wydatkowania środków – udział w komisji oceniającej wnioski,
- uhonorowanie podczas uroczystej gali wręczania grantów „Działaj Lokalnie" organizowanej przez ODL,
- możliwość udziału w festynach/spotkaniach inaugurujących i kończących poszczególne projekty,
- opis partnerów na stronie ODL, promocja w środowisku organizacji pozarządowych.

Przedsiębiorców, osoby prywatne, przedstawicieli organizacji pozarządowych, samorządów oraz instytucji zainteresowanych włączeniem się do programu - zapraszamy do kontaktu. Jesteśmy otwarci na wszelkie propozycje i nowe możliwości rozwoju programu.

Ośrodek Działaj Lokalnie
Fundacja na rzecz Collegium Polonicum
ul. T. Kościuszki 1
69-100 Słubice
Koordynator: Karol Duer - tel. 68 75 92 478
www.dl.fundacjacp.org

KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

opzl
ORGANIZACJA PRACODAWCÓW ZIEMI LUBUSKIEJ

SOLIDARNOŚĆ

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY

Publikacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego


fot. www.sxc.hu

CCI, czyli społeczne zaangażowanie firm

Każda firma, która realizuje strategię CSR, powinna uwzględnić w swojej działalności zaangażowanie na rzecz społeczeństwa. Jest to istotny, a zarazem chętnie przez firmy podejmowany wątek społecznej odpowiedzialności biznesu, między innymi ze względu na możliwość uzyskania dość wymiernych, pozytywnych rezultatów, takich jak budowanie pozytywnego wizerunku w społeczeństwie czy społeczności lokalnej i przewagi konkurencyjnej oraz przyczynianie się do rozwiązywania określonych problemów społecznych. Okazuje się bowiem, że zaangażowanie w sprawy społeczeństwa nie jest sprzeczne z celami ekonomicznymi - odwrotnie - wiele firm już to odkryło i z powodzeniem łączy ze swoją strategią biznesową.

Formy CCI

Obok miejsca pracy, rynku i środowiska, zaangażowanie społeczne jest jednym z najistotniejszych obszarów społecznej odpowiedzialności biznesu. Bardziej szczegółowo obszary te definiuje standard ISO 26 000, wyróżniając ład organizacyjny, prawa człowieka, relacje z pracownikami, środowisko, uczciwe praktyki rynkowe, relacje z konsumentami oraz zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności. Co oznacza zaangażowanie społeczne biznesu (ang. Corporate Consument Involvement /Investment) i jakie formy przyjmuje? CCI to różnorodne formy aktywności firmy dotyczące zagadnień społecznych oraz udziału w rozwiązywaniu problemów społecznych. Firmy podejmują inicjatywy w zakresie edukacji, ochrony zdrowia i bezpieczeństwa, rozwoju lokalnego czy przeciwdziałania dyskryminacji, promując równe szanse, a także różnorodność (diversity).

Zaangażowanie społeczne może przybierać formę programów edukacyjnych adresowanych do różnych grup społecznych, programów wolontariatu pracowniczego czy pomocy rzeczowej i finansowej. Innowacyjną formą CCI jest na przykład system matching funds, zgodnie z którym kwota zebrana przez pracowników na cel społeczny jest pomnażana przez firmę oraz payroll - program składki pracowniczej, który polega na comiesięcznym przekazywaniu niewielkiej kwoty z pensji na rzecz organizacji pozarządowej lub program społeczny. Z kolei firma, która zdecyduje się na program matching time wycenia każdą godzinę, którą pracownik poświęcił na rzecz pracy społecznej i oszacowaną kwotę przekazuje danej organizacji pozarządowej.

Poziomy zaangażowania

Nie każda firma dojrzała do tego, by zaangażować się społecznie. Od czegoś jednak trzeba zacząć. Zgodnie z sugestią dr. Bolesława Roka, specjalisty w zakresie społecznie odpowiedzialnego biznesu możemy wyróżnić kilka poziomów zaangażowania społecznego firmy. Pierwszy, podstawowy poziom dotyczy zasadniczej działalności firmy i obejmuje między innymi: dostarczanie niezbędnych produktów i usług, tworzenie i utrzymywanie miejsc pracy, wynagrodzenia i świadczenia pozapłacowe, podatki do budżetu państwa i budżetu lokalnego. W przeciwieństwie do wszystkich następnych, działania na tym poziomie są obligatoryjne.

Na poziomie drugim znajdują się przedsięwzięcia komercyjne realizowane w środowisku społecznym, a więc wszelkie działania, które mają na celu wspieranie rozwoju firmy, np. przykład poprzez promocję wizerunku firmy. Działania te najczęściej występują pod postacią sponsoringu - na polu kultury, sportu czy edukacji.

Poziom trzeci zaangażowania społecznego stanowią inwestycje na rzecz społeczności lokalnej, czyli długoterminowe działania realizowane z członkami tej społeczności w celu rozwiązania określonych problemów społecznych. Przykładem mogą tu być programy zaangażowania pracowników.

Na najwyższym poziomie społecznego zaangażowania znalazła się działalność filantropijna, która w odróżnieniu od sponsoringu nie wspiera interesów firmy i nie służy promocji jej wizerunku. W ramach tej działalności pojawiają się formy zaangażowania określane mianem filantropii strategicznej, czyli rozbudowane, długofalowe programy partnerskie. Istotą filantropii strategicznej jest przekonanie, że cele społeczne i ekonomiczne przedsiębiorstwa nie są oddzielne, ale wręcz przeciwnie - wzajemnie ze sobą powiązane.

Win-win

W zaangażowaniu społecznym nie chodzi jednak o czysto filantropijne podejście. Działająca na rzecz społeczeństwa firma jest obdarowującym, a także obdarowanym, relacja, jaka zostaje nawiązana

pomiędzy tymi podmiotami jest jedną z podstawowych zasad społecznie odpowiedzialnego biznesu. Mowa tu o regule wygrany-wygrany (z ang. win-win), co oznacza, że obie strony czerpią korzyści z podejmowanych działań. Społeczności otrzymują realną pomoc, niekoniecznie finansową, natomiast firma buduje swój wizerunek, jako godnego zaufania partnera działań społecznych. Przy współpracy wielu interesariuszy społeczne zaangażowanie firm może stać się istotnym czynnikiem rozwoju interesariuszy lokalnych oraz przestrzenią wspólnego rozwiązywania problemów społecznych.

Strategia przede wszystkim

W zaangażowaniu społecznym, jak w każdym aspekcie społecznej odpowiedzialności biznesu, bardzo ważne jest podejście strategiczne. Incydentalna pomoc, okazjonalne zaangażowanie może czasem przynieść rezultat odwrotny od zamierzonego. Istotne jest także dopasowanie form pomocy do profilu firmy, dobrym przykładem może być kampania edukacyjna „Kobieta w świecie finansów" zorganizowana przez Bank BPH SA czy słynna już program społeczny firmy Danone „Podziel się posiłkiem".

Cele strategii zaangażowania społecznego muszą być spójne z wizją i misją firmy oraz z ogólną strategią biznesową. Jest to warunek decydujący o jej wiarygodności. Strategia powinna zostać uzgodniona i zaakceptowana przez jak najszersze grono pracowników firmy, bo to przecież oni będą ją wdrażać, nie można jednak zapomnieć o wyznaczeniu odpowiedzialnych za to osób. Nie jest oczywiście tak, że zaangażowanie społeczne nic nie kosztuje - firma musi przewidzieć pewien budżet na ten cel - rzecz jednak w tym, aby nie traktować CCI wyłącznie jako koszt, ale przede wszystkim jako inwestycję, a ta ostatnia, jak wiadomo, nie zwraca się natychmiast.

Istotnym partnerem biznesu we wdrażaniu programów społecznego zaangażowania są organizacje pozarządowe, które często posiadają bezcenny know-how potrzebny do wdrażania programów na rzecz społeczeństwa. Należy pamiętać też o rzetelnym komunikowaniu swoich działań społecznych, nie tylko poprzez stronę internetową firmy, a także o ewaluacji i raportowaniu na temat CCI. Monitorowanie działań społecznych znacznie ułatwi organizacjom rozwój w tym zakresie i pozwoli dostrzec oraz wyeliminować w przyszłości pojawiające się błędy.

Każdy może

Branżą, która szczególnie aktywnie włącza się w działania na rzecz społeczeństwa, jest sektor finansowy. Z raportu „Fundacje korporacyjne w Polsce" wydanego przez Forum Darczyńców wynika, że Polacy postrzegają branżę finansową jako lidera filantropii korporacyjnej. Badanie dotyczące zaangażowania społecznego największych instytucji finansowych w Polsce przeprowadzone przez tę samą organizację pokazuje, że instytucje finansowe najczęściej realizują programy zaangażowania społecznego w obszarze pomocy społecznej, edukacji oraz kultury i sztuki, a odbiorcami ich działań są głównie dzieci i młodzież, osoby niepełnosprawne i chore, a także ofiary klęsk i katastrof. Firmy nie tylko udzielają wsparcia finansowego i rzeczowego, ale także angażują swoich pracowników w programy wolontariatu, organizują programy stypendialne dla studentów, zawierając przy tym często strategiczne partnerstwa z organizacjami pozarządowymi oraz zakładając własne fundacje.

Dla pracowników - programy wolontariatu pracowniczego, a co z kadrą zarządzającą? Prezesi największych firm w Polsce zostali zaproszeni do udziału w projekcie „Koalicja Prezesi - wolontariusze 2011" zorganizowanego przez Akademię Rozwoju Filantropii w Polsce, którego celem jest między innymi budowa postaw zaangażowania społecznego wśród menedżerów wysokiego szczebla. Członkowie Koalicji realizują wspólne akcje i programy prospołeczne, biorą także udział w konferencjach i debatach poświęconym zagadnieniom z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu.

Zaangażowanie społeczne dotyczy nie tylko dużych korporacji, ale także sektora małych i średnich przedsiębiorstw. O ile te pierwsze działają na rzecz społeczeństwa, angażując się w rozwiązywanie problemów na skalę krajową czy nawet światową, to niewielkie przedsiębiorstwa mogą aktywnie wspierać społeczność, zwłaszcza lokalną, gdyż to z niej najczęściej wywodzą się jej najbardziej znaczący interesariusze - pracownicy i klienci.

Z życia firmy wzięte

Największą inicjatywą, promującą społeczne zaangażowanie biznesu w Polsce jest konkurs „Dobroczyńca Roku" organizowany od 1997 roku przez Akademię Rozwoju Filantropii w Polsce. Corocznie tytuł „Dobroczyńcy Roku" mają szansę uzyskać firmy, które podejmują skuteczne działania na rzecz społeczeństwa, współpracując z organizacjami pozarządowymi, wspierając je merytorycznie, finansowo, rzeczowo czy poprzez świadczenie usług. O zaszczytny tytuł mogą ubiegać się również te przedsiębiorstwa, które działają na rzecz społeczeństwa w sposób strategiczny.

Korzyści dla liderów konkursu to przede wszystkim wzmocnienie wizerunku firmy zaangażowanej społecznie, zwiększenie zaufania klientów, pracowników oraz partnerów, wzmacnianie współpracy na poziomie lokalnym, a także zwiększenie wiarygodności misji firmy. Zwycięzcy są wyłaniani w kategorii „Współpraca firmy z organizacją pozarządową", „Lokalny wymiar społecznego zaangażowania firmy", „Strategiczne programy społecznego zaangażowania firmy" czy „Program wolontariatu pracowniczego".

W ostatniej edycji konkursu nagrodzona została między innymi firma Pryzmat, producent tonerów do drukarek laserowych i tusze do drukarek atramentowych, która, współpracując z Fundacją Polska Akcja Humanitarna, zaangażowała się szczególnie we wspieranie programu „Pajacyk". W ubiegłym roku firma współtworzyła akcję „Oddaj puste Pajacykowi", łącząc działalność charytatywną z działaniami na rzecz środowiska. Pryzmat odbierał zużyte tonery i głowice do drukarek, przekazując ich równowartość Fundacji, która dzięki temu mogła nabyć więcej posiłków dla dzieci w ramach akcji „Pajacyk".

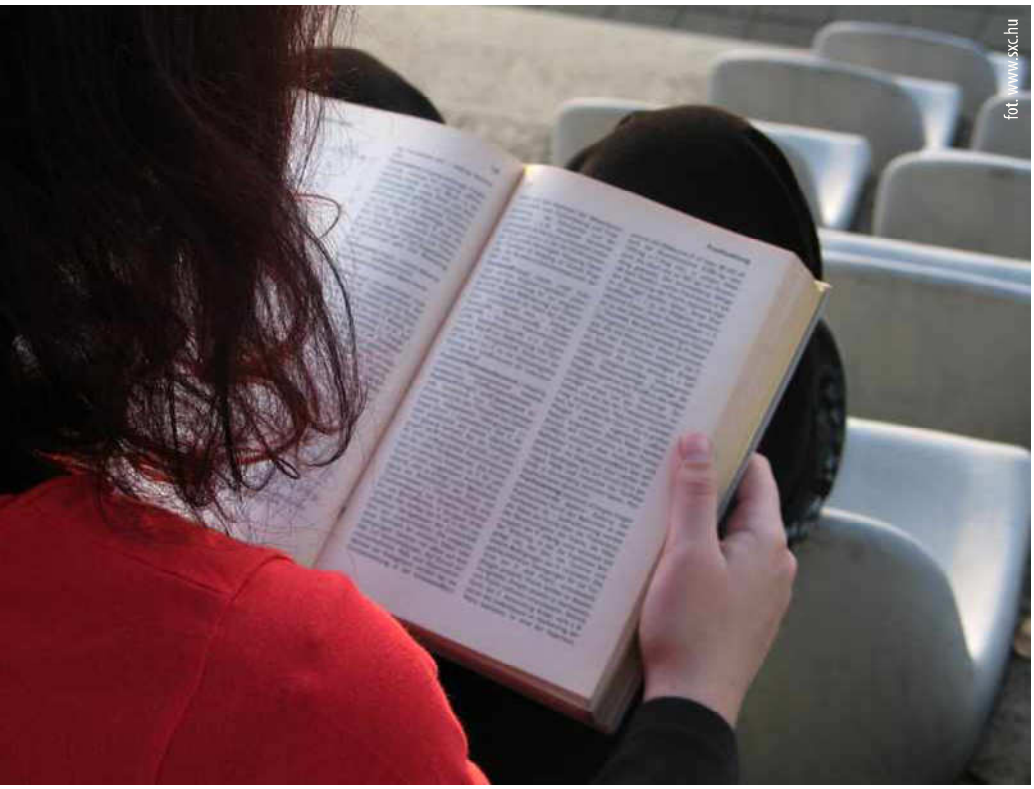
W kategorii „Lokalny wymiar zaangażowania społecznego firmy" laureatem został Bałtycki Bank Spółdzielczy w Darłowie, który od lat prowadzi działalność społeczno-kulturalną, charytatywną, sportową oraz edukacyjną.

Interesującą inicjatywą CCI w obszarze równe szanse i różnorodność jest kampania „Zobaczyć przez dotyk - Wrocław w miniaturze" firmy ING Real Estate Development. Jej główny cel to umożliwienie osobom niewidomym i niedowidzącym poznania skarbów architektury poprzez prezentację miniatur wrocławskich zabytków w skali 1:1000 wraz z opisami w języku Braille'a. Na potrzeby projektu, firma uruchomiła też stronę internetową dotknij-wroclawia.pl.

Katarzyna Góral
serwis CSR.pl

KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI
opzl ORGANIZACJA PRACODAWCÓW ZIEMI LUBUSKIEJ
SOLIDARNOŚĆ
UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY

Publikacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego


fot. www.sxc.hu

Społecznie odpowiedzialna edukacja

Aby Społeczna Odpowiedzialność Biznesu mogła stać się praktyką stosowaną wśród przyszłych przedsiębiorców, menedżerów, liderów biznesu czy też firm należy wykształcić właściwą wiedzę oraz umiejętności wśród uczniów i studentów. Na uczelniach coraz większą role odgrywają organizacje studenckie oraz koła naukowe promujące idee CSR (np. AIESEC, oikos International).

Prowadzone przez Wyższą Szkołę Handlową w Warszawie badania obrazują podejście studentów do społecznie odpowiedzialnego biznesu. W bieżącym roku akademickim zostało uwzględnionych 26 ośrodków akademickich, w tym również Uniwersytet Zielonogórski. Znajomość koncepcji CSR deklaruje zaledwie 30 proc. ankietowanych (studenci Wydziału Ekonomii i Zarządzania UZ). Jednak optymizmem napawa fakt, iż wiedzę na temat CSR chce pogłębić 63 proc. badanych, stwierdzając jednocześnie, iż w biznesie istnieje miejsce na etyczne działania (89 proc.), prowadzące według 53 proc. studentów do osiągania przez firmę dodatkowych zysków. Przy wyborze pracodawcy, według ankietowanych, jako czynnik bardzo ważny i ważny, wybierane były: proponowane zarobki (84 proc), możliwość awansu (81 proc.), atmosfera w firmie (81 proc.), perspektywa rozwoju (80 proc.), dobry wizerunek firmy (67 proc.) oraz zaangażowanie firmy w działalność społeczną (47 proc.) . Znajomość zasad CSR wśród studentów jest o tyle istotna, iż to właśnie ta grupa stanie się w niedalekiej przyszłości pracownikami firm lub pracodawcami, co oznacza, iż nierzadko będą mieli istotny wpływ na kształt praktyki CSR w biznesie.

Forum Odpowiedzialnego Biznesu, będąc największą i najstarszą organizacją pozarządową w Polsce, zajmującą się koncepcją CSR, podjęło wyzwanie polegające na edukacji młodzieży szkolnej oraz akademickiej w zakresie idei CSR. W 2004 roku z inicjatywy FOB oraz 3 Kół Naukowych: CSRtywnych z Uniwersytetu Łódzkiego, Biznesu Odpowiedzialnego Społecznie „BOSS" z Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu oraz „Stratega" przy Uniwersytecie Gdańskim, powstał program edukacyjny o nazwie Liga Odpowiedzialnego Biznesu. Celem do zrealizowania, jaki zakłada Liga Odpowiedzialnego Biznesu jest promowanie i edukowanie odpowiedzialności, jako standardu funkcjonowania w biznesie i życiu, tworząc tym samym sprzyjający klimat wokół działań związanych z CSR. Realizując zamierzone cele, LOB współpracuje ze studentami wspomagając finansowo i merytorycznie organizacje przedsięwzięć propagujących wiedzę o odpowiedzialnym biznesie tworząc program grantowy w ramach Pracowni Działań Lokalnych. Przyznanie dofinansowania ma charakter konkursu. Pozwala ono w sposób bardzo przystępny poprzez organizację spotkań z przedstawicielami biznesu, praktykami CSR propagować idee społecznie odpowiedzialnego biznesu. Przykładem wykorzystania dotacji z programu grantowego jest projekt zrealizowany przez organizację studencką IAAS z Warszawy pt. „Pociąg do CSR", polegający na zorganizowaniu w sześciu warszawskich uczelniach, warsztatów i szkoleń, w których łącznie wzięło udział 150 uczestników. W mediach pojawiły się również liczne artykuły nt. CSR. Kolejnym przedsięwzięciem LOB jest program Ambasadorstwa CSR, w którym wybrani studenci uczelni w Polsce poprzez swoje inicjatywy oraz współpracę z LOB, promują w swoim środowisku lokalnym wiedzę z zakresu dobrych praktyk biznesowych. W roku bieżącym (IX edycja) w programie Ambasadorstwa CSR Ligi Odpowie-dzialnego Biznesu uczestniczy 25 studentów z całej Polski. Udział w tak prestiżowym programie pozwala również zagłębić wiedzę nt. CSR poprzez uczestnictwo w warsztatach oraz spotkaniach z liderami wdrażania CSR w Polsce. Spotkania te odbywają się w Warszawie.

Stałym elementem spotkań grupy Ambasadorów są Podwieczorki przy CSR, pozwalające na otwartą dyskusję z przedstawicielami biznesu na kontrowersyjne tematy związane z CSR. Warto przy tym zauważyć niezwykłą otwartość firm na środowisko akademickie. W bieżącym roku akademickim, w takich spotkaniach uczestniczyli przedstawiciele/przedstawicielki z firm: Unilever Polska, Danone, Coca Cola. Dodatkowo wsparcie merytoryczne zapewnia Forum Odpowiedzialnego Biznesu.

działaj odpowiedzialnie

Poprzez warsztaty prowadzone w szkołach ponadgimnazjalnych przez Ambasadorów, informacja o społecznie odpowiedzialnym biznesie dociera również do młodzieży szkolnej. Podczas VIII edycji była to liczba 900 licealistów z całej Polski. Są to bardzo ważne inicjatywy, pozwalające na edukowanie nowych pokoleń w zakresie koncepcji CSR. Do licealistów oraz studentów skierowany jest też Konkurs CSR (II etap odbył się 10 kwietnia w Zielonej Górze). Spośród 400 uczestników, zostało wytypowanych 5 najlepszych, które zmierzą się z casusami podczas Wielkiego Finału, który odbędzie się w trakcie Akademii Odpowiedzialnego Biznesu, będącym największym w Polsce Seminarium o CSR. Tak efektywne edukowanie w zakresie CSR nie byłoby możliwe bez wsparcia, rozmów oraz zaangażowania partnerów programu, a dokładniej: Forum Odpowiedzialnego Biznesu, Fundacji Kronenberga przy City Handlowy, Orange- Grupe TP, PGNiG oraz PwC. Wymienione firmy angażują się w akcję promujące CSR, prowadząc prelekcje oraz warsztaty, dzieląc się swym doświadczeniem oraz dobrymi praktykami.

Inicjatywy LOB mają stały patronat medialny portali: odpowiedzialny.biznes.pl, kamapniespoleczne.pl, dlaStudenta.pl, students.pl, CRnavigator, euro student.pl oraz youngpro. Z Ligą Odpowiedzialnego Biznesu współpracują również media studenckie, a wśród nich są prężnie działające w zielonogórskim środowisku akademickim: gazeta Uzetka oraz Radio Index.

Grupa zgromadzonych w LOB organizacji stała się także istotnym głosem i partnerem dla biznesu, jest inicjatorem lokalnych aktywności, dialogu pomiędzy przedsiębiorcami, administracją, światem akademickim, NGO'sami oraz mediami. Sama w sobie stanowi dobry przykład budowania długotrwałych relacji ze swoim otoczeniem, na co dzień, w każdych nawet trudnych sytuacjach.

W tworzeniu dobrego klimatu dla odpowiedzialności ważną rolę spełnia sama uczelnia, która może w sposób odpowiedzialny wpływać na otoczenie, w którym funkcjonuje oraz kształcić kompetentnych, potrafiących etycznie i elastycznie dostosować się do procesów społecznych i gospodarczych młodych uczestników rynku pracy. Warto tutaj wspomnieć słowa Kamila Wyszkowskiego (szefa polskiego biura UNDP), który podkreśla fakt, iż „edukacja to też jest biznes, powinna tym samym przynosić profity, być promotorem nowych zjawisk, odpowiedzią na potrzeby generowane przez trendy społeczne". Z kolei dr Bolesław Rok (ekspert w dziedzinie etyki biznesu) stwierdził, iż „CSR to niezwykle wywrotowa idea, którą zagraniczne uczelnie już zaczęły przyjmować, ale polskie mają jeszcze długą drogę przed sobą". Do przeprowadzania działań edukacyjnych konieczne jest zaangażowanie studentów oraz otwartość władz uczelnianych na przeprowadzane inicjatywy. W Zielonej Górze niewątpliwie istotnym aspektem jest wsparcie Parlamentu Studenckiego. Przedsiębiorstwa z województwa lubuskiego także są otwarte na środowisko akademickie: 8 kwietnia, spotkaniem z przedstawicielkami firmy Infar rozpoczął się cykl Podwieczorków przy CSR pt. Dotknij biznes. Spotkanie z liderami lubuskiego rynku CSR. Na terenie Uczelni zostanie przeprowadzony również Panel Dyskusyjny pt. Społeczna odpowiedzialność biznesu - wyzwania działań w kwestiach społecznych (24 kwietnia br.), tworząc tym samym przestrzeń poznania , współpracy i dialogu różnych grup interesariuszy, a wspólnym mianownikiem jest tworzenie dobrego klimatu dla odpowiedzialności. Zapraszam na stronę internetową: www.lob.org.pl, jak również do kontaktu z Ambasadorem CSR LOB.

Monika Robaszyńska
Ambasador CSR 2012/2013
Ligi Odpowiedzialnego Biznesu



CSR wg uczestników naszych seminariów

16. ISO 26000
17. Przejrzyste i etyczne działania firmy
18. Dbałość o otoczenie firmy, o środowisko, inicjatywy lokalne, relacje z pracownikami, uczciwe praktyki wobec partnerów
19. Działania oparte na etyce, obowiązkowość, dbanie o interesy firmy, ale także o interesy pracowników w niej pracujących
20. Dobrowolne działania, transparentność, otwartość na dialog z interesariuszami, współpraca i działania z interesariuszami firmy (wewn. I zewn.)
21. Normy ISO
22. Pomoc firm dla społeczności lokalnej
23. Poprawiony wizerunek firmy
24. Środowisko, wolontariat potencjał ludzki
25. Bajka, utopia, idea, której się nie zrealizuje, coś jak idea socjalizmu
26. Ochrona środowiska i pracownika
27. Działania wewnątrz przedsiębiorstwa na rzecz pracowników (poza finansowe)
28. Zrównoważony rozwój
29. Odpowiednie warunki środowiska pracy
30. Dialog z pracownikami
31. Dobra współpraca Pracodawców ze społeczeństwem, wspólny rozwój firm współdziałaniu obu stron, dobre relacje ze współpracownikami
32. Liga odpowiedzialnego biznesu
33. Ochrona środowiska, dbanie o rozwój pracownika,
34. Uczciwa konkurencja, etyka w biznesie
35. Integracja działań z obszaru: środowisko, ludzie, społeczeństwo, Zasada 3P: People, Planet, Population.

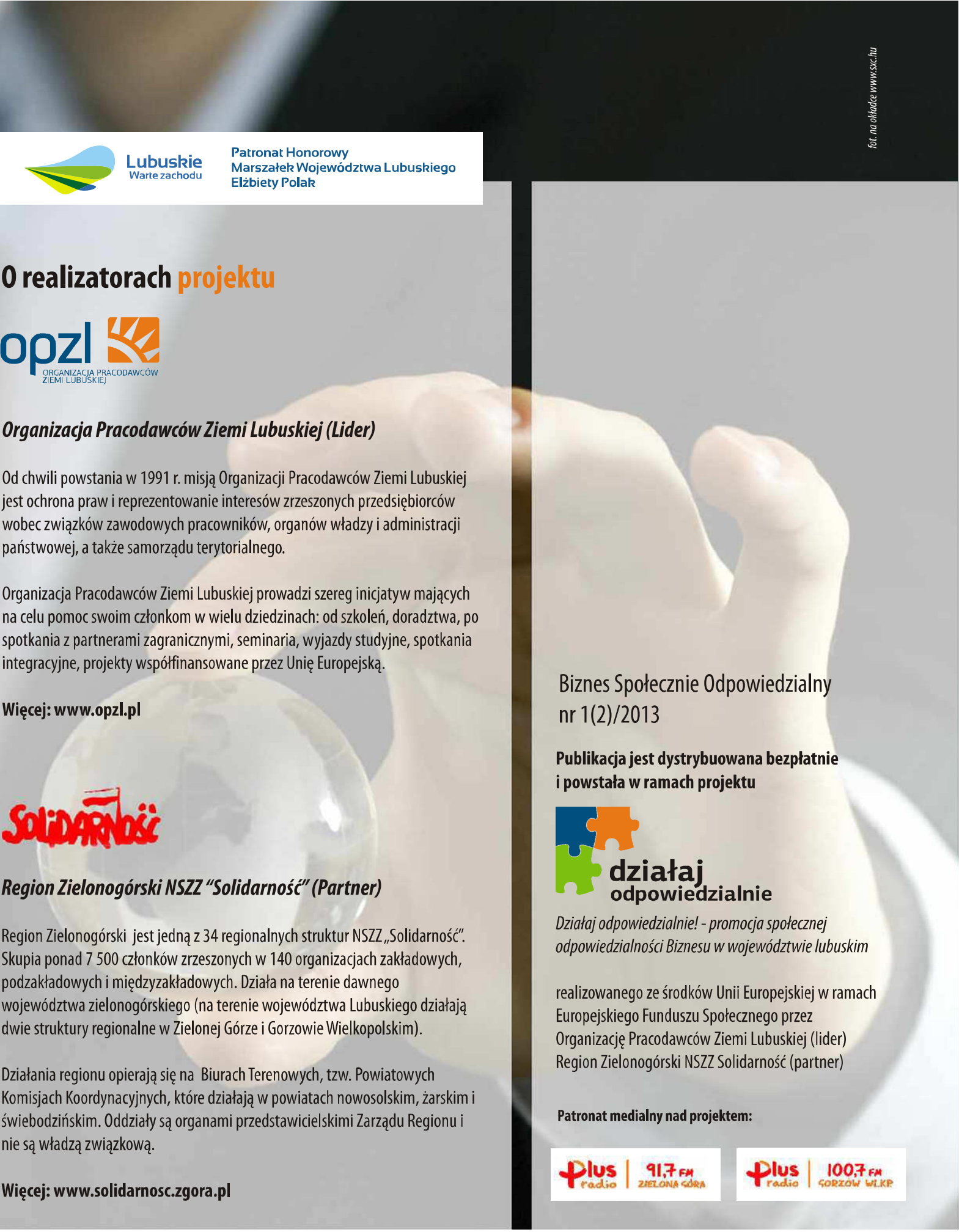
KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

opzl
ORGANIZACJA PRACODAWCÓW ZIEMI LUBUSKIEJ

SOLIDARNOŚĆ

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY

Publikacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego



fot. na okładce www.sxc.hu

Lubuskie Warte zachodu

Patronat Honorowy
Marszałek Województwa Lubuskiego
Elżbiety Polak

O realizatorach projektu

opzl ORGANIZACJA PRACODAWCÓW ZIEMI LUBUSKIEJ

Organizacja Pracodawców Ziemi Lubuskiej (Lider)

Od chwili powstania w 1991 r. misją Organizacji Pracodawców Ziemi Lubuskiej jest ochrona praw i reprezentowanie interesów zrzeszonych przedsiębiorców wobec związków zawodowych pracowników, organów władzy i administracji państwowej, a także samorządu terytorialnego.

Organizacja Pracodawców Ziemi Lubuskiej prowadzi szereg inicjatyw mających na celu pomoc swoim członkom w wielu dziedzinach: od szkoleń, doradztwa, po spotkania z partnerami zagranicznymi, seminaria, wyjazdy studyjne, spotkania integracyjne, projekty współfinansowane przez Unię Europejską.

Więcej: www.opzl.pl

SOLIDARNOŚĆ

Region Zielonogórski NSZZ "Solidarność" (Partner)

Region Zielonogórski jest jedną z 34 regionalnych struktur NSZZ „Solidarność". Skupia ponad 7 500 członków zrzeszonych w 140 organizacjach zakładowych, podzakładowych i międzyzakładowych. Działa na terenie dawnego województwa zielonogórskiego (na terenie województwa Lubuskiego działają dwie struktury regionalne w Zielonej Górze i Gorzowie Wielkopolskim).

Działania regionu opierają się na Biurach Terenowych, tzw. Powiatowych Komisjach Koordynacyjnych, które działają w powiatach nowosolskim, żarskim i świebodzińskim. Oddziały są organami przedstawicielskimi Zarządu Regionu i nie są władzą związkową.

Więcej: www.solidarnosc.zgora.pl

Biznes Społecznie Odpowiedzialny
nr 1(2)/2013

Publikacja jest dystrybuowana bezpłatnie i powstała w ramach projektu

działaj odpowiedzialnie

Działaj odpowiedzialnie! - promocja społecznej odpowiedzialności Biznesu w województwie lubuskim

realizowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego przez
Organizację Pracodawców Ziemi Lubuskiej (lider)
Region Zielonogórski NSZZ Solidarność (partner)

Patronat medialny nad projektem:

Plus radio 91,7 FM ZIELONA GÓRA

Plus radio 100,7 FM GORZÓW WLKP

KAPITAŁ LUDZKI NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

opzl ORGANIZACJA PRACODAWCÓW ZIEMI LUBUSKIEJ

SOLIDARNOŚĆ

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY

Publikacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego



fot. OPZL

W Nowej Soli **rusza** złobek Interiorek

Pierwszy w województwie lubuskim żłobek przyzakładowy powstał w okolicach nowosolskiej strefy ekonomicznej. Jest odpowiedzią na potrzeby zgłaszane przez dyrektorów personalnych.

Żłobek powstał w Parku Technologicznym Interior. Ma ułatwić rodzicom godzenie życia zawodowego i rodzinnego. Powstał w partnerstwie z nowosolskimi firmami, które sygnalizowały potrzebę pracowników w zakresie opieki nad swoimi maluchami. Zdarza się bowiem, że rodzic nie może wrócić do pracy, gdyż nie ma z kim zostawić swojej pociechy, bo liczba miejsc w żłobku miejskim jest niewystarczająca, a prywatna opieka niani zbyt droga.

Fundacja Porozumienie Wzgórz Dalkowskich wspólnie z Organizacją Pracodawców Ziemi Lubuskiej wpadła więc na pomysł, aby stworzyć taką placówkę. Pomysł spodobał się w ministerstwie pracy w Warszawie i z pieniędzy unijnych resort dofinansował powstanie i funkcjonowanie placówki kwotą prawie 1,2 mln zł. Wniosków z pomysłami na żłobki i przedszkola do ministerstwa pracy spłynęło około 300, pomysł nowosolski zajął 71 miejsce. Rekomendowanych do wsparcia było łącznie 131 z całej Polski.

Dzięki wsparciu pieniędzmi z Warszawy, opieka nad dziećmi kosztuje tylko 200 zł. W ramach tej ceny zagwarantowana jest 10 godzinna opieka nauczycieli, minimum 4 posiłki, pełna opieka pielęgniarska, zajęcia edukacyjne i ruchowe, programy zabaw i animacji dla dzieci. Ale też wszelkie pomoce naukowe i plastyczne niezbędne do prowadzenia zajęć.

Pracownicy żłobka zostali już wybrani. To siedem nowych miejsc pracy. Sześć dla nauczycieli-wychowawców i jedno dla opiekuna-pielęgniarki To osoby z doświadczeniem, wykształceniem, kwalifikacjami i najważniejsze… dobrą energią i odpowiedzialnością, która w takim miejscu jest niezbędna. Po świętach rozpoczęli już pracę. Dzieci pojawiły się pod koniec kwietnia. Jest już wybrana pierwsza grupa 20-kilku dzieciaczków. Miejsc przewidziano dla kolejnej dwudziestki. Są jeszcze wolne miejsca w nowym żłobku w Nowej Soli.

W żłobku opiekę może dostać każde dziecko, którego rodzic mieszka w powiecie nowosolskim, ale też zielonogórskim, żagańskim, wschowskim, a nawet polkowickim. Dzieci nad którymi sprawowana będzie opieka są wieku od 20 tygodnia życia do 3 lat. Aby dziecko mogło być objęte opieką, należy do złożyć formularz zgłoszeniowy dostępny na stronie internetowej www.wzgorzadalkowskie.pl i www.opzl.pl. W Interiorku przewidziano 53 miejsca.

Więcej informacji o naborze pod numerami telefonów 68 388 84 31 (Wzgórza Dalkowskie) i 68 411 44 22 (OPZL).

Łukasz Rut

Myślą o pracy już na studiach

Jak co roku w marcu, Organizacja Pracodawców Ziemi Lubuskiej uczestniczyła w Targach Pracy 2013 zorganizowanych przez Biuro Karier przy Uniwersytecie Zielonogórskim oraz w II Zielonogórskich Targach Pracy, zorganizowanych wspólnie z Centrum Integracji Społecznej i Powiatowym Urzędem Pracy. Obie imprezy były okazją do zaobserwowania rynku pracy, zarówno od strony pracodawcy, jak i potencjalnego pracownika.

fot. Uniwersytet Zielonogórski



Podczas obu imprez fachową pomocą w zakresie prowadzenia i zakładania działalności służyli konsultanci OPZL.

Na rynku nie jest łatwo

Wysoka podaż absolwentów szkół wyższych i niski popyt na pracę osób z wyższym wykształceniem to jeden z niewielu powodów, dla których dużej większości osób trudno o miejsce pracy. Rozbieżności pomiędzy oczekiwaniami pracodawcy i pracownika są tak znaczne, że zarówno jednym, jak i drugim ciężko znaleźć złoty środek. Pracodawcy poszukują pracownika z wysokimi kwalifikacjami, który potrafi dostosować się do każdych warunków, natomiast poszukujący pracy albo niechętnie podchodzą do tak wygórowanych kryteriów pracy, albo po prostu nie są w stanie sprostać wymogom pracodawcy. To wszystko można było zaobserwować na obu imprezach targowych, w których uczestniczyło OPZL.

Targi zwiększają szanse studentów i absolwentów

Prawie 60 wystawców, 5 ekspertów, około 3 tys. zwiedzających studentów i absolwentów, uczniowie szkół średnich, Biuro Promocji UZ, radia i telewizje – wszyscy tłumnie zebrali się 12 marca w holu Wydziału Mechanicznego na XI Targach Pracy Etat 2013. - Odwiedzający targi mają możliwość nie tylko nawiązania bezpośredniego kontaktu z rekruterami, zostawienia swojego CV, ale także otrzymują pokaźną dawkę informacji na temat najnowszych trendów panujących na rynku pracy, poznają oczekiwania przedsiębiorców w stosunku do swoich potencjalnych pracowników a także kulturę organizacyjną panującą w danej firmie - mówi Lilia Smoła z Biura Karier Uniwersytetu Zielonogórskiego - Pracodawcy na co dzień skupieni na innych działaniach spotykają się z młodymi ludźmi w ich naturalnym środowisku, mogą z nimi swobodnie porozmawiać oraz wybrać tych, z którymi zechcą nawiązać ściślejszą współpracę w ramach pracy, praktyk czy stażu zawodowego - dodaje.

W CIS - dla wszystkich

Również w marcu odbyła się trzecia edycja Zielonogórskich Targów Pracy w Centrum Integracji Społecznej. Spośród ok. 200 ofert pracy największym zainteresowaniem cieszyły się zawody spawacz, kasjer-sprzedawca, magazynier, opiekun osób starszych. Były też oferty kursów zawodowych i staży. W ramach targów odbyło się seminarium dla przedsiębiorców na temat aktywnych form pomocy oferowanych pracodawcom przez urzędy pracy. Bezrobotni mogli uzyskać porady w zakresie metod poszukiwania pracy oraz zakładania własnej działalności gospodarczej. - Bogata, zróżnicowana oferta przygotowana przez urzędy i agencje zatrudnienia oraz duże zainteresowania targami osób poszukujących pracy potwierdzają sens organizacji imprezy. Żeby jeszcze tylko dopisali zielonogórscy pracodawcy... - podsumował Wacław Hansz, dyrektor CIS.

Od praktyk do pracy

Z rozmów ze studentami wynika, że dzisiejszy rynek pracy wymaga od absolwentów nie tylko dyplomu ukończenia uczelni wyższej, ale przede wszystkim doświadczenia i praktycznych umiejętności. Podkreślają oni, że trudności ze znalezieniem pracy wynikają także z charakteru samych studiów, których programy przeładowane są zajęciami teoretycznymi, a zbyt mało jest zajęć praktycznych, skierowanych na wykorzystywanie wiedzy w konkretnych sytuacjach. Brakuje także ofert praktyk, na których studenci mogliby przez okres kilku tygodni lub miesięcy doskonalić swoje umiejętności i zapoznawać się z obowiązkami w kontekście podjęcia pracy. Ofert takich praktyk jest jednak zbyt mało, a te dostępne nie zawsze pozwalają na zdobywanie doświadczenia. Wśród osób, które dzieliły się z nami swoimi spostrzeżeniami były osoby, które opowiadały, że niewiele ich kolegów znalazło pracę w dużych międzynarodowych firmach, które są w stanie na początku zainwestować w pracownika i pomóc mu w zdobyciu doświadczenia. Większości mniejszych firm po prostu na to nie stać – opowiadają studenci. Pracodawcy zatrudniają na ogół doświadczonych pracowników, co jest zrozumiałe, ale w ten sposób młodzi ludzie nie mają szansy na podjęcie pracy i wykazania się umiejętnościami. I tak młodzi absolwenci muszą wykazać się nie lada determinacją i pomysłowością w poszukiwaniu zatrudnienia.

Bernadetta Holak

fot. CIS



Podczas obu imprez fachową pomocą w zakresie prowadzenia i zakładania działalności służyli eksperci OPZL.

Brak stabilności rynku, wahania oraz spadki produkcji sprawiają, że pracodawcy z dużą ostrożnością podchodzą do zwiększenia liczby pracowników. Konieczność ograniczania kosztów, przy jednoczesnych wysokich wymaganiach efektywności, a także trudności w długofalowym planowaniu polityki personalnej przedsiębiorstw, powodują wzrost znaczenia elastycznych form zatrudnienia, w tym pracy tymczasowej.

PRACA TYMCZASOWA
KORZYŚCIĄ DLA PRACODAWCY

Z obserwacji agencji zatrudnienia Manpower, która świadczy usługę pracy tymczasowej dla kilkuset firm w Polsce, wynika, że z elastycznych rozwiązań, do których należy praca tymczasowa korzysta coraz więcej przedsiębiorstw w naszym kraju. Praca tymczasowa jest bowiem nowoczesną formą zatrudnienia, która przynosi wiele korzyści zarówno pracodawcom, jak i pracownikom.

Dla pracodawców to przede wszystkim szybki dostęp do bardzo dużej bazy kandydatów, co pozwala przedsiębiorcom skupić się na prowadzeniu biznesu, przekazując sprawy kadrowe profesjonalnej agencji zatrudnienia. Rozwiązanie to przyczynia się do usprawnienia funkcjonowania firmy także poprzez redukcję rotacji personelu, czy też efektywne wykorzystywaniu czasu pracy, eliminując np. pracę w godzinach nadliczbowych. Praca tymczasowa umożliwia również doskonałe dopasowanie liczby zatrudnianego personelu do potrzeb firmy w danym momencie, na co pozwala regulowany umową czas pracy pracowników (który zgodnie z Ustawą o zatrudnianiu pracowników tymczasowych z dnia 9 lipca 2003 r. może wynosić od 1 dnia do 18 miesięcy). Przedsiębiorstwa ze współpracy z firmą zewnętrzną korzystają najczęściej w sytuacjach sezonowości produkcji/usługi, zwiększenia liczby zamówień, okresie nasilenia produkcji, którym nie są w stanie sprostać pracownicy etatowi, w sytuacjach losowych (takich, jak urlop macierzyński, wychowawczy, absencja chorobowa), a także przy obsadzaniu stanowisk o dużej rotacji. Bywa również wykorzystywana jako element procesu rekrutacji, stanowiąc okres próbny dla nowego pracownika.

Pracownik tymczasowy świadczy pracę na rzecz określonej firmy, zwanej pracodawcą użytkownikiem, ale podpisuje umowę z agencją zatrudnienia. Podstawą do wykonywania pracy tymczasowej jest uzgodnienie na piśmie przez agencję zatrudnienia oraz pracodawcę użytkownika warunków świadczenia tej pracy oraz wszelkich kwestii niezbędnych do prawidłowego wykonywania przez te podmioty wzajemnych zobowiązań. To właśnie agencja zatrudnienia ponosi odpowiedzialność za prowadzenie pełnej dokumentacji kadrowej pracowników tymczasowych, wypłaty wynagrodzeń, czy wystawianie świadectw pracy.

Podsumowując, najważniejszymi korzyściami, płynącymi dla pracodawcy ze współpracy z agencją zatrudnienia są:

- Redukcja kosztów i ryzyka przedsiębiorstwa związanego z rotacją i rozwiązaniem umowy
- Przeniesienie na agencję zatrudnienia procesów i kosztów związanych z rekrutacją, selekcją i weryfikacją, a także szkoleniem, przyuczaniem, motywowaniem pracowników, bez angażowania pracowników etatowych przedsiębiorstwa
- Optymalizacja kosztów pracy
- Ograniczenie biurokracji w przedsiębiorstwie (umowy, ZUS, ubezpieczenia, wypłaty wynagrodzeń, badania medycyny pracy itp., leżą po stronie współpracującej z pracodawcą agencji zatrudnienia)
- Obniżenie całkowitych kosztów zatrudnienia poprzez stałe dostosowywanie struktury zatrudnienia do potrzeb przedsiębiorstw, nawet w bardzo krótkim okresie czasu
- Agencja zatrudnienia, fakturując usługę, kredytuje działalność swoich klientów. Pracodawca użytkownik reguluje należność z faktury z kilkutygodniowym okresem płatności, natomiast agencja zobligowana jest do utrzymania bardzo sztywnych reguł rozliczania się z zatrudnionymi pracownikami tymczasowymi

Jak obserwujemy, zainteresowanie naszych klientów pracownikami tymczasowymi coraz częściej dotyczy nie tylko stanowisk pomocniczych czy fizycznych ale również specjalistycznych. Choć daleko nam jeszcze do sytuacji jaka ma miejsce w Japonii czy Stanach Zjednoczonych, w których na czasowe kontrakty bardzo często zatrudnia się również managerów wysokiego szczebla, to rynek pracy tymczasowej w Polsce również powoli zmierza w tym kierunku.
Elastyczność zatrudnienia staje się bardzo istotnym elementem strategii przedsiębiorstw. Praca tymczasowa będzie zatem zyskiwała w naszym kraju na coraz większym znaczeniu. Przedsiębiorca, który poszukuje w swojej firmie rozwiązania dotyczącego zatrudniania nowych pracowników, zapewniającego dużą elastyczność i optymalizację kosztów powinien na pewno wziąć pod uwagę skorzystanie z tej instytucji. W przypadku szczegółowych pytań dotyczących możliwości współpracy zapraszam do kontaktu.

Autor:
Agnieszka Zielińska-Kubica,
menadżer agencji zatrudnienia Manpower

kontakt: +48 698 623 909;
agnieszka.zielinska-kubica@manpower.pl

Manpower®

fot. archiwum autorki



Reguła poprawności przekazu

Słowo mówione i pisane jest idealną płaszczyzną tworzenia dla artystów, budowania wizerunku medialnego, politycznego, biznesowego, a w codzienności - porozumiewania się. Jednak poziom frustracji i niezrozumienia przekazywanych treści, którego jesteśmy świadkami, jest wysoki. Gdzie tkwi przyczyna?

Żyjemy w czasach, kiedy informacja i przekaz mają kluczowe znaczenie. To, co - i w jakiej formie - piszemy czy mówimy, definiuje nasz obraz w społeczności. Decyduje też o przewadze konkurencyjnej, również w biznesie. Forma i treść wypowiedzi, mają niezaprzeczalny wpływ na jej wiarygodność w odbiorze, a co się z tym wiąże - na realizację celów nadawcy. Również z perspektywy pozytywnego wizerunku rozmówcy, forma i treść jego wypowiedzi są niezwykle ważne! Żadne stanowisko czy funkcja społeczna nie ma tutaj taryfy ulgowej. Sprzedając, kupując, pisząc książki, nauczając czy też wygłaszając przemówienia publiczne, podlegamy ścisłej cenzurze tych, do których kierujemy przekaz. Natomiast sposób w jaki się wypowiadamy, bardzo często decyduje o sukcesie. Co jest istotą w budowaniu wiarygodnego i dobrego wizerunku? Mając na względzie złożoność całego procesu komunikacji, przytoczę jedną z podstawowych jego zasad – zasadę poprawności formy przekazu.

Odstępstwa od reguł fonetycznych, gramatycznych, etc., potocznie zwane błędami, 'rażą' społeczną potrzebę uporządkowania oraz naruszają regułę poprawności formy komunikacji. Skutek w odbiorze jest jednoznaczny - o ile nie jest to działanie intencjonalne nadawcy – komunikat dotknięty błędem w dowolnej postaci, traci na ważności i wiarygodności. Wystąpienia publiczne, listy, notatki prasowe czy komunikacja biznesowa, usiane błędami językowymi, znacząco tracą na wiarygodności treści, a już z pewnością obniżają wiarygodność twórcy komunikatu.

Niestety, bez możliwości korekty *ad hoc*, za to w warunkach dość stresujących, stajemy wobec konieczności lub szansy publicznych wypowiedzi. Prezentujemy myśli w sposób - dla nas - zrozumiały; koncentrujemy się na istotnych - naszym zdaniem - elementach. Jednak nie zawsze odnosimy zamierzony skutek. Z jakiego powodu? Komunikacja werbalna jest jedną z najmniej doskonałych form porozumiewania się. A z uwagi na towarzyszące jej zakłócenia - szumy (Prof.Dr. G. Lindner. Berlin 1966) – to cud, że w ogóle możemy się porozumieć! Nie chodzi tutaj o hałasy otoczenia, ani też o wtórne szumy semantyczne, czyli rozbieżności w rozumieniu znaczeń. Mam na myśli pierwotne zniekształcenia formy komunikatu werbalnego, które występując u nadawcy, odbiorcy jak i w samym komunikacie, utrudniają jego prawidłowy przekaz i rozumienie. Szumy występujące u nadawcy, to zwykle problemy artykulacyjne, zaburzenia płynności, zbyt cicha lub głośna wymowa, używanie gwary lub form niegramatycznych. Powodują one zakłócenia u odbiorcy – tzw. rozproszenie, powstałe w wyniku absorbowania błędów z wypowiedzi nadawcy, a nie istoty przekazu. Tym samym czynią komunikat niezrozumiałym, niespójnym lub chaotycznym. Wspomniane zakłócenia mają negatywny wpływ na komunikację i powodują, że rozmówcy koncentrują się nie na treści, ale na problemach w przekazie.

Krokiem w stronę sukcesu jest uświadomienie sobie rozbieżności między zamierzeniem a skutkiem, który osiągamy. Polecam film „Jak zostać królem" (*The King's Speech*), który doskonale ukazuje istotę i ważność poprawnej formy wypowiedzi. Uzmysławia również fakt, że nie jesteśmy niewolnikami problemów wymowy, i na jej poprawę, również w dojrzałym wieku, nie jest za późno. Bowiem poczucie komfortu i pewności siebie w kontaktach z innymi jest wartością bezcenną!

Rok 2013 upływa pod hasłem „Język polski ą ę". To doskonała okazja do uważnej obserwacji tego, co nas zniechęca, a co przekonuje w formach wypowiedzi pojawiających się w mediach, czy rozmowach biznesowych. To też okazja do spojrzenia na własny warsztat poprawności językowej, zarówno w aspekcie gramatycznym, jak i artykulacyjnym. Bądźmy uważni w tym, co i jak mówimy. A ponieważ wiosna to czas na dobre, pozytywne zmiany, zachęcam Państwa do zmiany tego, co ogranicza. I tym samym uwolnienia pełni potencjału!

Katarzyna Dragan-Bartoń
Logopeda; Trener rozwoju osobistego i zawodowego
Prowadzi warsztaty, szkolenia oraz zajęcia indywidualne

Pracownia Poprawnej Wymowy

Coaching - tylko nowa moda, czy coś więcej?

Czemu służy coaching i czy to tylko nowa moda i zbędny koszt, czy może efektywna inwestycja, która może przynieść firmie realne zyski? Co sprawia, że coaching staje się ostatnimi czasy coraz bardziej popularną formą rozwoju zarówno w życiu osobistym jak i w biznesie?

Słowo „coach" najczęściej jest kojarzone z trenerem sportowym, czyli z kimś, kto ma wiedzę i umiejętności m.in. jak pokierować treningiem sportowca, jak wyznaczyć stosowny program rozwoju, tak aby zawodnik osiągał założone przez trenera wyniki. My jednak będziemy mówić o diametralnie innej definicji, roli i funkcji coacha – tutaj coach zamiast decydować o przebiegu treningu, bardziej *towarzyszy* na drodze rozwoju swojego klienta (coachee) i udostępnia niezbędne narzędzia, aby to coachee *samodzielnie* odkrył, jakie chce i powinien osiągnąć cele oraz jakimi ścieżkami i w oparciu, o jakie zasoby chciałby je osiągnąć. Kiedy jesteś bardziej przekonany i mocniej zmotywowany do działania, kiedy ktoś ci wygłosi „kazanie" czy kiedy sam dojdziesz do tych samym wniosków?

Coach jest ekspertem we wsłuchiwaniu się w świat klienta, odzwierciedlaniu jego rzeczywistości oraz zadawaniu pytań, umożliwiających klientowi wyjście poza dotychczasowe ramy oraz schematy myślenia i działania. W wyniku dobrego procesu coachingowego, klient dostrzega nowe perspektywy, jest silnie zmotywowany do działania, oraz ma skonkretyzowany plan, jak osiągnąć swoje cele. Coach wierzy w swojego klienta, jest przekonany, że klient *ma już* wszelkie doświadczenie i wiedzę, aby znaleźć odpowiedzi, motywację i sposób na

> Grzegorz Blaut: W biznesie liczy się zysk, więc i stopa zwrotu z inwestycji - i tu coaching świetnie się sprawdza

dokonanie *trwałych* zmian w swoim życiu. Coach nie jest więc ani terapeutą, który „naprawia" przeszłość, ani doradcą, konsultantem, mentorem czy inną formą „mistrza", który naucza ucznia, jak ma postępować, a wręcz przeciwnie. Jedna z definicji podaje „Coaching polega na wspieraniu ludzi w wyznaczaniu celów, które są dla nich ważne i na zwiększaniu ich zdolności do osiągania tych celów *bez mówienia i robienia tego za nich*". To jest najczystsza forma coachingu, którą stosuje się przede wszystkim w life coachingu, czyli w obszarach życia osobistego.

W biznes-coachingu dochodzą jednak dodatkowe elementy – tutaj bardzo często oczekuje się od coacha również roli po części mentora, instruktora bądź konsultanta. Niezbędne jest wtedy, aby coach dysponował o wiele dalej idącymi kompetencjami, niż są wymagane w life coachingu, mianowicie potrzebne jest już doświadczenie i ekspercka wiedza biznesowa. I kiedy coach dostrzega, że klienta ograniczają jakieś luki kompetencyjne, to zwyczajnie przerywa proces, dostarcza klientowi wiedzy i wspólnie kontynuują proces, w oparciu o nowo zdobytą wiedzę.

Coaching w biznesie jest często mylony z instruktażem czy szkoleniem, kiedy przykładowo w sprzedaży, przełożony handlowca jedzie z nim na wspólną wizytę u klienta, a potem daje pracownikowi informację zwrotną, co ten zrobił dobrze a co (i w jaki sposób) powinien poprawić. Coachingiem byłoby w tej sytuacji zadanie kilku pytań pracownikowi, chociażby: „Jak widzisz to spotkanie?", „Co wyszło Ci najlepiej?", „Z czego nie jesteś zadowolony?", „Jak widzisz tok negocjacji z tym klientem?" itd., które pomogą dojść do własnych wniosków, a co za tym wzmogą motywację i poczucie odpowiedzialności za samorozwój i zwiększenie wyników.

Coaching można zastosować na wielu poziomach – od kadry zarządzającej najwyższego szczebla, poprzez wszystkie poziomy organizacji oraz w różnych konfiguracjach, np. częściowo korzystając z coacha zewnętrznego a częściowo szkoląc swoją kadrę kierowniczą w kierunku coachingu menadżerskiego, tak aby uzyskać efekt synergii. W biznesie liczy się zysk, więc i stopa zwrotu z inwestycji – i tu coaching świetnie się sprawdza, gdyż prowadzi do widocznych, mierzalnych i co najważniejsze, *trwałych* zmian. Jest *niezwykle* skutecznym sposobem na wydobycie z ludzi, jako jednostek, ale i z całych zespołów pracowniczych tego, co najlepsze. A wprowadzenie kultury coachingowej do całej firmy, przyczynia się do wzrostu morale pracowników, do zwiększenia ich zaangażowania, kreatywności i wydajności.

Grzegorz Blaut



fot. archiwum autora

Grzegorz Blaut

Trener biznesu i rozwoju osobistego, life & business coach oraz praktyk zarządzania; na co dzień Dyrektor regionalnego oddziału, największej spółki infrastrukturalnej dla sektora finansowego w Europie Centralnej i Wschodniej. Posiada ponad 12-sto letnią praktykę, zbierał doświadczenie pracując w Polsce i w Niemczech, m.in. rozwijając z sukcesem na polskim rynku jedną ze spółek niemieckiego koncernu Dr. Oetkera.

Jego pasją biznesową jest m.in. rozwijanie i wzmacnianie potencjału ludzkiego w organizacji oraz zarządzanie w oparciu o talenty i osobowość. Celem jest podnoszenie efektywności, aktywizowanie zespołów pracowniczych, zwiększanie wydajności pracy w organizacji, w oparciu o takie narzędzia, jak partnerski mentoring, coaching oraz zastosowanie najnowszych rozwiązań z dziedziny systemów informatycznych. Pracuje głównie w opraciu o model HPI (Gilberta) i model Przywództwa Sytuacyjnego.

Raport o połączeniu miasta i gminy Zielona Góra

Liczby są nieubłagane. Z miasta do gminy Zielona Góra emigruje coraz więcej osób, co wpływa na pozycję miasta w statystycznych tabelach. Sprawdziliśmy więc, jak zmieniłaby się pozycja Zielonej Góry wśród 18 miast wojewódzkich, po połączeniu z gminą wiejską.



fot. Michał Iwanowski

Od 2004 r. saldo migracji ogólnej w Zielonej Górze w przeliczeniu na tysiąc mieszkańców zaczęło być ujemne, a w gminie wiejskiej osiągało najwyższe dodatnie wskaźniki. Było to związane z inwestycjami w gminie, zwłaszcza budową osiedla Czarkowo w Łężycy.

O tym, że gmina wiejska staje się sypialnią Zielonej Góry, wiadomo od dawna. A konkretnie od 2004 r., od kiedy to saldo migracji ogólnej w Zielonej Górze w przeliczeniu na tysiąc mieszkańców zaczęło być ujemne, a w gminie wiejskiej osiągało najwyższe dodatnie wskaźniki. Było to związane z inwestycjami w gminie, zwłaszcza budową osiedla Czarkowo w Łężycy, położonego kilkaset metrów od granic miasta. – Generalnie odpływ ludzi z miasta do gminy jest wyraźnie zauważalny w liczbach i mieści się średnio w granicach 350 do 450 osób rocznie - zauważa Andrzej Sokół naczelnik wydziału spraw obywatelskich w Urzędzie Miasta. Najświeższe dane: w 2012 r. wyprowadziło się do gminy 421 zielonogórzan. Najwięcej do Łężycy i Ochli.

Gmina przyciąga mieszczuchów

Drugim powodem emigracji z miasta w okresie 2004-2008 był boom budowlany, wynikający z tanich i łatwo dostępnych kredytów. Wszyscy, których było na to stać, kupowali wokół miasta działki i budowali domy. Upodobali sobie zwłaszcza Ochlę, Nowy Kisielin i Raculę. Z danych Urzędu Statystycznego wynika, że rekordowy był rok 2007, kiedy to z Zielonej Góry wyprowadziło się 1.750 osób, z czego na wieś aż 1.173, a tylko 577 do innych miast. Ale w pozostałych latach było podobnie. W tym samym czasie gmina wiejska przeżywała prawdziwe oblężenie nowych mieszkańców. W rekordowym 2007 r. do gminy napłynęło 634 obywateli, z tego aż 579 z miasta. Ta sytuacja ma oczywiście przełożenie na budżet gminy, z uwagi na udział w podatku PIT od każdego zameldowanego mieszkańca. Obecnie w gminie prowadzona jest kampania zachęcająca mieszkańców, by meldowali się w gminie na pobyt stały.

Z tym bowiem bywa różnie. Powód? Zwłaszcza młode rodziny nie zawsze mają w tym interes. Pracują w Zielonej Górze, przy okazji odwożą dzieci do przedszkola w mieście, jak najbliżej miejsca pracy. Zazwyczaj są zameldowani u rodziców w mieście, dzięki czemu mogą zapisać dzieci do miejskiego przedszkola. Jak dużej grupy osób dotyczy ten problem? Nie wiadomo. Ale dzięki najnowszym badaniom socjologicznym wiadomo, że aż 60 proc. badanych mieszkańców gminy wiejskiej – pracuje w mieście Zielona Góra. I tam też dojeżdża do pracy.

Połączenie odbije się korzystnie

- Jest dla mnie rzeczą oczywistą, że zatrzymanie rozwoju miasta, np. poprzez zatrzymanie jego naturalnej ekspansji terytorialnej, bez wątpienia odbije się na sytuacji gminy wiejskiej, okalającej miasto - ocenia dyrektor Lubuskiego Urzędu Statystycznego w Zielonej Górze Roman Fedak. - Jest to stwierdzenie bezwarunkowe. Kiedyś uczestniczyliśmy w pracach nad planami przyłączenia okolicznych wsi do Zielonej Góry, dziś mówi się o przyłączeniu całej gminy, więc mogę stwierdzić, iż odbiłoby się to korzystnie na połączonym organizmie samorządowym.

Na potwierdzenie tych słów porównujemy aktualne statystyki demograficzne i gospodarcze miasta i gminy i sprawdzamy, jak miasto Zielona Góra po ewentualnym połączeniu z gminą uplasowałoby się w tabelach 18 miast wojewódzkich. Co się okazuje? Otóż jest kilka parametrów, w których spadlibyśmy z górnych pozycji na niższe. Na przykład – co oczywiste – w zagęszczeniu ludności w przeliczeniu na 1 km kw. spadlibyśmy z obecnej 9 pozycji na ostatnią 18. A także pod względem odsetka osób w wieku poprodukcyjnym spadlibyśmy o oczko w dół (z 13 na 14 pozycję). Ale to akurat nie powinno martwić. Cieszyć natomiast powinno to, że pod względem odsetka osób w wieku przedprodukcyjnym awansowalibyśmy z 7 na 4 pozycję wśród miast wojewódzkich. Czyli stalibyśmy się jednym z najmłodszych demograficznie miast, co dobrze rokuje lokalnej gospodarce. Pod względem procenta osób w wieku produkcyjnym nic by się nie zmieniło – pozostalibyśmy na 7 pozycji. Podobnie jak pod względem liczby bezrobotnych (7 pozycja w kraju) oraz liczby osób pracujących (17 pozycja w kraju).

Szczegóły podsumowania zawiera tabela.

Michał Iwanowski

Autor jest dyrektorem biura Lubuskiego Towarzystwa na Rzecz Rozwoju Energetyki, współpracuje też z Biurem Analiz i Rozwoju Urzędu Miasta Zielona Góra, zajmującym się połączeniem miasta i gminy.

Dane statystyczne po połączeniu miasta i gminy Zielona Góra oraz pozycja Zielonej Góry wśród 18 miast wojewódzkich

	obecnie	*po połączeniu*
Powierzchnia *277 km kw*	18	6
Ludność *137 tys.*	18	6
Procent ludności w wieku przedprodukcyjnym *16,8 proc.*	7	4
Procent ludności w wieku produkcyjnym *65,5 proc.*	7	7
Procent ludności w wieku poprodukcyjnym *17,7 proc.*	13	14
Liczba bezrobotnych *5.734 osoby*	17	16
Mieszkania oddane do użytku na 1.000 mieszk. *5,4 mieszkania*	10	9
Firmy posiadające REGON na 1.000 mieszk. *132 firmy*	11	11



Reklama



Rating w górę, optymizm umiarkowany

W połowie lutego Agencja Ratingowa Fitch podniosła perspektywę ratingu długoterminowego Polski z neutralnej na pozytywną. Jest to wiadomość, która zostanie pewnie wielokrotnie wykorzystana przez polityków, jako dowód na gospodarczy sukces i trafione działania rządzących - pisze ekonomista **Arkadiusz Bednarek**

Czy i jaki realny wpływ na nasze codzienne życie będzie miała ta decyzja? Czy wzrost PKB dzięki temu przekroczy wskazany przez ministra Rostowskiego wskaźnik? Mimo wielkiego optymizmu i peanów pojawiających się w mediach sądzę, że żaden z przedsiębiorców, w ew. ankiecie przeprowadzonej w kolejnych kilkunastu miesiącach nie wskaże korzyści bezpośrednio go dotyczących, które będą konsekwencją tej decyzji. Bardzo trudno odpowiedzieć precyzyjnie, co to jest ten rating i jakie jest jego działanie. W teorii powinien odzwierciedlać on ryzyko związane z konkretnym krajem. Ryzyko rozpatrywane w różnych aspektach.

Najczęściej pojawiająca się odpowiedź to prawdopodobieństwo upadku Państwa. Jak pokazuje jednak historia ostatnich ponad 50 lat – nie było przypadku, aby Państwo posiadające swoją walutę zbankrutowało w znaczeniu podobnym do bankructwa przedsiębiorstwa. Dewaluacja waluty pozwalała uratować sytuację, co nie oznacza oczywiście końca kłopotów. Ocena ryzyka, przy zastosowaniu metod statystycznych, wyklucza, więc taką definicję ratingu.

Według innej popularnej interpretacji, rating to „rodzaj" kierunkowskazu, który pomaga odwzorować ryzyko związane z krajem, tzw. rentownością obligacji, czyli ceną, jaką minister Rostowski musi zapłacić za kolejne transze polskich obligacji finansujących nasz dług publiczny. Jest to odpowiedź logiczna, lecz nie zawsze prawdziwa. Kraje o identycznym ratingu często nie są w stanie upłynnić własnych obligacji po podobnych cenach. Innymi słowy inwestorzy, ryzykujący swoje pieniądze, mogą zupełnie inaczej oceniać poziom ryzyka niż wyspecjalizowane agencje ratingowe. Znajdziemy oczywiście, co najmniej kilka par krajów, gdzie lepszy rating nie idzie w parze z niższym kosztem długu.

unkowskazu, który pomaga odwzorować ryzyko związane z krajem, tzw. rentownością obligacji, czyli ceną, jaką Min. Rostowski musi zapłacić za kolejne transze polskich obligacji finansujących nasz dług publiczny. Jest to odpowiedź logiczna, lecz nie zawsze prawdziwa. Kraje o identycznym ratingu często nie są w stanie upłynnić własnych obligacji po podobnych cenach. Innymi słowy inwestorzy, ryzykujący swoje pieniądze, mogą zupełnie inaczej oceniać poziom ryzyka niż wyspecjalizowane agencje ratingowe. Znajdziemy oczywiście, co najmniej kilka par krajów, gdzie lepszy rating nie idzie w parze z niższym kosztem długu. Rating stanowi, więc raczej formę listy porównawczej krajów; rodzaj wskaźnika, który pozwala szybko umiejscowić obok siebie różne kraje. Jak zwykle nie jest to jednak jedyna podstawowa podejmowania decyzji inwestycyjnych.

Ciekawe jest także, co jest powodem, że właśnie dziś perspektywa ratingu została w przypadku Polski zmieniona. Wprawdzie zadłużenie sektora publicznego w Polsce jest relatywnie niższe niż w większości państw europejskich, finanse publiczne wydają się zrównoważone, a istniejące zagrożenia znane, ale oczekiwany wzrost gospodarczy niższy niż byśmy chcieli, chociaż i tak wyższy niż u sąsiadów. To są przecież powszechnie znane od dłuższego czasu informacje. Nowością jest pozyskanie przez Polskę 105 mln EUR funduszy unijnych w nowej perspektywie finansowej. Uwzględniając trudną sytuację w UE, jest to sukces, który może być bezpośrednim źródłem zmiany.

Co może więc nas czekać? Czy dzięki takiej zmianie polska gospodarka zostanie pobudzona, bezrobocie spadnie a deficyt finansów publicznych nagle zniknie? Moim zdaniem, niestety zmiana perpektywy nie tylko niewiele zmieni, ale wręcz może uruchomić ciąg zdarzeń, które będą dla prostego obywatela niekorzystne. Obniży zapewne w niewielkim stopniu koszty finansowania bankowego, być może także poprawi dostępność do kredytu. Od lat, jako najważniejsze przeszkody w prowadzeniu biznesu, a co za tym idzie wzroście PKB, przedsiębiorcy wskazują: za wysokie koszty pracy, mętność przepisów prawa, niestabilność tego prawa, wysoki VAT itd. Decyzja Agencji FITCH nie leczy ww. dolegliwości. Widzę także pewne niebezpieczeństwo. Korzystając z dobrej passy oraz ulegając ogólnoświatowej presji agencji ratingowych nasi Rządzący mogą postanowić zrobić kolejny krok zacieśniający politykę fiskalną np. nie obniżać VAT lub zwiększyć składkę zdrowotną. Zapewne spodoba się to agencjom, jednak przedsiębiorcy nie przyjmą takich ruchów z zadowoleniem.

Podsumowując - mamy powód do zadowolenia. Nasze wysiłki zostały zauważone. Jest to jednak przede wszystkim sukces wizerunkowy i w taki sposób zostanie w kraju wykorzystany. Na codzienne życie raczej w krótkim terminie nie wpłynie, a my całego zamieszania poza informacjami w TV nawet nie zauważymy.

Arkadiusz Bednarek
Autor jest ekonomistą związanym z sektorem bankowym

Zarządzanie przez controlling

W dobie agresywnej konkurencji, rozwoju nowych technologii, dynamicznej sytuacji na światowych rynkach oraz zmiennej polityki fiskalnej rządów nasila się tendencja do komplikowania się procesów zachodzących zarówno w samych przedsiębiorstwach, jak i w środowisku biznesowym, w którym one funkcjonują.

Stare metody zarządzania nie wytrzymują próby w zderzeniu z nadmiernym rozrastaniem się procesów gospodarczych. Stają się zawodnymi i mało efektywnymi w oczach kadry kierowniczej przedsiębiorstw. Umiejętne zarządzanie firmą w coraz mniejszym stopniu opiera się na intuicji (aczkolwiek nadal istotnej bo kto z nas nie słyszał o przysłowiowym biznesowym „nosie" czy wyczuciu rynku), stając się rzemiosłem, w którym istotną rolę odgrywa rzetelna informacja.

Jednym z narzędzi, które może stanowić skuteczne antidotum w pokonywaniu zewnętrznych i wewnętrznych zagrożeń w działalności firm, jest controlling. Upowszechnia on koncepcję sprawnego i zespołowego stylu zarządzania, w którym kluczowe znaczenie ma zmiana mentalności pracowników tak, aby każdy z nich świadomie realizował wspólny cel przedsiębiorstwa, minimalizując ryzyko firmy na wszystkich jej szczeblach. Controlling sprzyja racjonalności zarządzania przedsiębiorstwem, stanowiąc uniwersalny zestaw narzędzi zarządczych gwarantujący wsparcie informacyjne, decyzyjne oraz doradcze w stosunku do całej jednostki gospodarczej. Jest systemem zarządzania, który obejmuje procesy sterowania zorientowane na wynik przedsiębiorstwa, realizowane poprzez planowanie, kontrolę i sprawozdawczość. Controlling może stanowić instrument, umożliwiający lepsze poznanie i ocenę przebiegu procesów gospodarczych, odkrycie związków przyczynowo-skutkowych, jakie powstają między określonymi kategoriami ekonomicznymi w każdej organizacji. Ponadto, ułatwia z jednej strony postawienie diagnozy dotyczącej zasobów i bieżącej działalności przedsiębiorstwa, z drugiej zaś pozwala podejmować określone decyzje, dotyczące przyszłości jego funkcjonowania. W związku z tym wydaje się być bardzo użytecznym narzędziem zarządzania przedsiębiorstwem.

Pozwala na oparcie podejmowanych decyzji ekonomicznych na rzetelnej bazie informacyjnej, dając sposobność korygowania realizowanych planów oraz ułatwiając reakcję firmy na ciągłe zmiany otoczenia. Controlling można również potraktować jako proces ciągłej analizy ekonomicznej wspomagającej decyzje kierownictwa. Stanowi system stałej, uważnej obserwacji oraz ostrzegania przed niepokojącymi zjawiskami w sferze zarządzania finansowego, oparty na odpowiednio stworzonym układzie, selektywnych, ale i jednocześnie kluczowych informacji finansowych.

Utrzymywanie przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa wiąże się z koniecznością zmian w systemie podejmowania decyzji, wymaga wyższej jakości zarządzania, szybszych i lepszych informacji dla kadry kierowniczej. Aby wdrażać tak pojmowane nowoczesne podejście do zarządzania, należy podejmować wiele wysiłków oraz pokonywać dużo barier. Pomimo tych trudności, zalety praktycznego zastosowania narzędzi finansowych oraz osiągane w ich rezultacie korzyści ekonomiczne są bezsporne. Szczególne znaczenie tych narzędzi w praktyce gospodarczej wynika z następujących przesłanek:

- Właściciele, zwykle prywatni przedsiębiorcy, są szczególnie zainteresowani efektywnością działania swoich firm, zarówno w wymiarze operacyjnym, jak i strategicznym;
- W wielu jednostkach gospodarczych występuje podział funkcji własności i zarządzania, co wymusza potrzebę ściślejszej kontroli procesów gospodarczych ze

fot. www.sxc.hu



strony właścicieli oraz nakłada większą odpowiedzialność za prawidłowy przebieg tych procesów na menedżerów;
- Nadrzędnym celem zarządzania każdym przedsiębiorstwem jest maksymalizacja wartości dla właścicieli.

W wielu publikacjach podkreśla się znaczenie „zarządzania przez controlling". Jego zalety polegają również na powiązaniu wynagrodzeń kierownictwa i załogi z wynikami działalności konkretnych komórek organizacyjnych, zaktywizowaniu oraz wyraźnym przestawieniu działalności pracowników w kierunku proefektywnościowym i prorynkowym.

Podsumowując, controlling może być skutecznym narzędziem pobudzania rozwoju przedsiębiorstwa oraz utrzymania przewagi konkurencyjnej w zmiennym i niepewnym otoczeniu. Szczególnie obecnie, kiedy tak wiele czynników, zarówno zewnętrznych jak i wewnętrznych, wpływa na funkcjonowanie przedsiębiorstw. Poznanie jego wybranych instrumentów oraz umiejętność ich zastosowania w praktyce gospodarczej staje się istotnym ułatwieniem w procesach zarządzania, ponieważ stwarza podstawy do podejmowania racjonalnych ekonomicznie decyzji.

Tomasz Kret
od kilkunastu lat związany z sektorem bankowym i zarządzaniem bankowością korporacyjną

Sławomir Kret
od kilku lat pracujący w działach finansowych i controllingowych przedsiębiorstw, ekspert w zakresie controllingu i analiz biznesowych



Zmniejsz koszty działalności **dzięki tańszej energii**

Jednym z najbardziej istotnych kosztów prowadzenia działalności gospodarczej jest koszt zużycia energii potrzebnej do produkcji i zapewnienia ciepła lub chłodu w firmie.

fot. www.sxc.hu

Pełne otwarcie rynku energii umożliwiło wszystkim odbiorcom swobodny wybór dostawcy energii. Prawo to pozwala na zmianę dostawcy każdemu odbiorcy, który znajdzie korzystniejsze warunki zakupu energii. Zmiana sprzedawcy na oferującego produkt za niższą cenę niż konkurencja, jest więc jednym ze skuteczniejszych sposobów obniżenia kosztów energii.

Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom przedsiębiorstw zrzeszonych w Organizacji Pracodawców Ziemi Lubuskiej i licznym zapytaniom z Państwa strony, chcemy utworzyć grupę zakupową energii elektrycznej. Zakupy grupowe dają możliwości wynegocjowania niższej ceny energii niż dla klienta występującego indywidualnie. Usługa optymalizacji kosztów zakupu energii obejmuje reprezentowanie i negocjacje ceny energii na podstawie uzyskanego od klienta pełnomocnictwa. Wyłoniona przez nas firma zajmująca się negocjacjami cen energii w imieniu klientów, na podstawie dostarczonych dokumentów, przygotuje analizę wstępną przedstawiającą możliwość uzyskania oszczędności w procesie zakupu energii, wraz z propozycją zawarcia umowy na przeprowadzenie zmiany dostawcy energii. Wynagrodzenie za przeprowadzenie zmiany sprzedawcy zależy wówczas wprost od uzyskanych dla klienta oszczędności w skali roku i jest obliczane jako procent od różnicy pomiędzy kosztami przed i po zmianie sprzedawcy. W ramach usługi istnieje możliwość wynegocjowania gwarancji stałej ceny w okresie trwania umowy z nowym sprzedawcą energii, która pozwoli na dokładniejsze prognozowanie zysków w przedsiębiorstwie.

Na Państwa zlecenie będziemy mogli dokonać analizy poziomu mocy zamówionej w stosunku do faktycznie wymaganej do poprawnego funkcjonowania przedsiębiorstwa oraz zaprojektować system kompensacji mocy biernej, który zminimalizuje lub całkowicie wyeliminuje koszty energii biernej.

Uwolnienie rynku energii dotyczy również paliwa gazowego. W zakresie propozycji kierowanej do członków OPZL jest również przygotowanie oferty na zmianę sprzedawcy gazu ziemnego na zasadach podobnych jak przy energii elektrycznej. W chwili obecnej nie ma jednak możliwości tworzenia grup zakupowych, oferta skierowana jest bowiem do firm kupujących gaz w oparciu o taryfę W4 lub wyższą.

Kolejny sposób na obniżenie kosztów zużycia energii to modernizacja energetyczna oraz termomodernizacja, której koszty można pokryć kredytami preferencyjnymi dla firm prywatnych. W tym przypadku oszczędności na kosztach zużytej energii potrzebnej do funkcjonowania przedsiębiorstwa umożliwiają spłatę zaciągniętego kredytu. Modernizacja energetyczna przygotowywana jest na podstawie audytu urządzeń, maszyn, źródeł oświetlenia, źródeł ciepła i chłodu oraz przedstawieniu korzyści wynikających z wymiany ich na nowocześniejsze i bardziej energooszczędne. Warto przy tym wykorzystać źródła energii odnawialnej tj. ogniwa fotowoltaiczne, turbiny wiatrowe, pompy ciepła oraz systemów kogeneracyjne. Przygotowanie projektu termomodernizacji polega na przeprowadzeniu audytu budynków, instalacji cieplnych, wentylacji, określeniu wielkości strat energii oraz przedstawieniu możliwości modernizacji ograniczającej do minimum te straty. Przygotowany audyt i projekt termomodernizacji uprawnia do skorzystania ze specjalnych dofinansowanych kredytów przygotowanych dla firm inwestujących w poprawę efektywności energetycznej.

Ireneusz Lewaszow

Zainteresowanych stworzeniem grupy zakupowej energii elektrycznej lub usługami audytorów energetycznych prosimy o kontakt z Biurem OPZL: tel. 68 327 18 81, e-mail: biuro@opzl.pl

Reklama



sprzedam dom w Żarach

powierzchnia domu:
360 m²
powierzchnia działki:
62 ar

budynek gospodarczy
garaż dwustanowiskowy
grillownia

Kontakt:
604 403 800

Informatyczne wsparcie metody Kanban

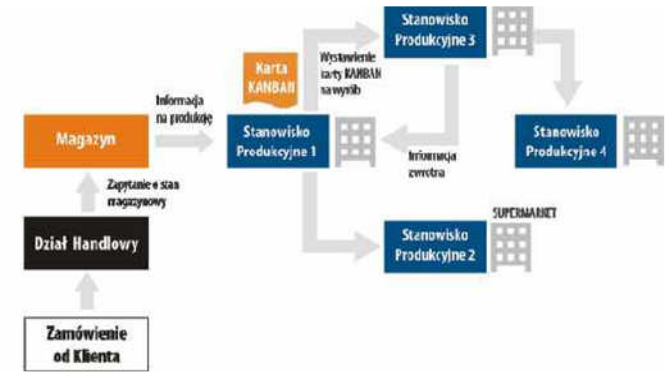
Kanban to metoda sterowania produkcją opracowana w Japonii, która polega na takim zorganizowaniu procesu wytwórczego, żeby produkować tyle ile potrzeba w danej chwili.

Firmy produkcyjne zarządzające swoją produkcją w duchu lean manufacturing często, jeśli to możliwe wdrażają metodę Kanban do sterowania przepływem materiałów. Wdrożenie tej metody zapewnia firmom określone korzyści, wśród których można wymienić:

- stopniową redukcję zapasów dzięki produkowaniu w ilościach określonych przez karty Kanban,
- zwiększenie precyzyjności w określaniu ilości zamawianych surowców i materiałów do produkcji,
- szybkie i proste wykrywanie błędów w procesie produkcji oraz identyfikowanie zbędnych czynności, które nie dodają wartości,
- redukcję braków,
- skrócenie czasów produkcji.

Skuteczność metody Kanban tkwi w prostym i jednoznacznie rozumianym systemie komunikacji, w przejrzystym systemie przepływu kart Kanban, w osiąganiu rzeczywistych wyników w redukcji ilości zapasów i braków oraz w widocznym uporządkowaniu czynności realizowanych w ramach procesu produkcji. Karty Kanban zawierają takie informacje jak nazwa półproduktu/ podzespołu, numer, nazwa dostawcy zewnętrznego, ilości zawarte w opakowaniu, miejsce składowania oraz kod kreskowy. Wszystkie karty Kanban przed rozpoczęciem produkcji gromadzone są na specjalnej tablicy Kanban (tablica gromadzenia serii). Zdjęcie karty z tablicy oznacza uwolnienie zlecenia produkcyjnego na element, który opisany jest na karcie.

W momencie kiedy dany element zostanie wyprodukowany w określonej ilości – trafia do odpowiedniego pojemnika w tzw. „supermarkecie". Supermarket to określenie specjalnego miejsca na hali produkcyjnej, w którym znajdują się pojemniki z różnymi podzespołami. Stamtąd podzespoły pobierane są na linie montażową. Produkcja całej serii wyrobów wymaga od firmy produkcyjnej przygotowania kart Kanban dla każdego dostępnego pojemnika częściami. W miarę pobierania do montażu materiałów dostępnych w „supermarkecie", z poszczególnych – opróżnionych pojemników – odczepiane są karty Kanban i przekazywane na specjalne miejsce (stół z kartami). Stamtąd karty przekazywane są z powrotem w celu umieszczenia na tablicy Kanban. Karta, która wróciła na tablicę KANBAN informuje, że został zużyty cały zapas z „supermarketu". Karty, które nie wróciły – informują o zapasach jakie znajdują się w „supermarkecie". Tablica Kanban obrazuje bieżące zużycie zapasów i ich dokładny stan, a zarazem pokazuje problemy jakie pojawiają się w „supermarkecie". Taki sposób działania wymaga dobrego planowania, które zapobiega produkowaniu podzespołów z nieuzasadnionym wyprzedzeniem. Poniższy schemat obrazuje w uproszczony sposób funkcjonowanie metody Kanban:



Tablice Kanban i karty Kanban znajdują się bezpośrednio na halach produkcyjnych. Aby za każdym razem nie chodzić na halę produkcyjną i nie sprawdzać jak przebiega realizacja przepływu wg tej metody – zwłaszcza, że nierzadko są to duże powierzchnie lub mamy kilka hal – można umożliwić realizację metody Kanban również w systemie ERP. Dzięki takiej funkcjonalności systemu, osoby zarządzające produkcją będą miały odzwierciedlenie metody Kanban wdrożonej w firmie produkcyjnej – bezpośrednio w systemie do zarządzania. W systemie ERP oferowanym przez Streamsoft w standardzie funkcjonalności modułu przeznaczonego do zarządzania produkcją możliwe jest informatyczne wsparcie metody Kanban poprzez:

* definiowane kart Kanban z możliwością nadawania statusów wraz z określaniem statusów kontrolujących karty (kolor zielony – oznacza, że jeszcze nie ma potrzeby uruchamiania zlecenia na te podzespoły, kolor żółty – oznacza, że już należy rozpocząć produkcję, a kolor czerwony, że rozpoczęcie produkcji na dane podzespoły jest krytyczne);

* tworzenie tablicy Kanban będącej dokładnym odzwierciedleniem w systemie ERP tablicy Kanban umieszczonej bezpośrednio na produkcji,

* realizowanie operacji odłożenia karty na tablicę i zdjęcia z tablicy Kanban,

* składanie meldunków zwrotnych na panelu dotykowym z wykorzystaniem kart Kanban.

Podstawowy cel jaki chce osiągnąć firma produkcyjna w wyniku zastosowania metody Kanban jest stopniowa redukcja poziomu zapasów, która będzie widoczna poprzez stopniową redukcję kart Kanban oraz rozpoznanie i skuteczną eliminację jak największej liczby problemów, które mogą wystąpić w procesie sterowania produkcją. Narzędziem, które skutecznie wspomaga te działania jest system ERP.

Jola Uździcka / Streamsoft

Projekty szyte na miarę


fot. www.sxc.hu

Mimo, iż mamy przed sobą koniec bieżącej perspektywy finansowej w unijnym budżecie, Organizacja Pracodawców Ziemi Lubuskiej aktywnie korzysta z tych pieniędzy, które jeszcze zostały do dyspozycji. Lata 2013-2014 to okres realizacji kilku ciekawych projektów, z których mogą korzystać zarówno członkowie Organizacji, jak i inne podmioty i osoby fizyczne z terenu województwa lubuskiego. Zapraszamy do zapoznania się z bieżącymi inicjatywami finansowanymi ze środków UE.

Asystent wprowadzi Cię na rynek niemiecki

Transgraniczny Asystent ds. Marketingu

Projekt ma na celu przygotowanie MŚP do ekspansji na rynku niemieckim, bądź rozwinięcie już istniejących powiązań gospodarczych. W ramach projektu zainteresowane firmy przyjmą na okres 18 m-cy Asystentów ds. Marketingu, których zadaniem będzie realizowanie planów ekspansyjnych na polsko-niemieckim rynku. Projekt przewiduje nabór 15 MŚP z terenu woj. lubuskiego, które wspólnie z OPZL i ZDZ przeszkolą przyszłych Asystentów ds. marketingu. Grupa docelowa Asystentów to: absolwenci szkół wyższych lub bezrobotni fachowcy, mający status osoby bezrobotnej, zarejestrowanej w PUP. Projekt jest realizowany w transgranicznym partnerstwie instytucji polskich i niemieckich.

Czas realizacji:
1.10.2012 - 31.12.2014
Kto? bbw Frankfurt, OPZL, ZDZ Zielona Góra
Dla kogo? lubuskie MŚP i osoby bezrobotne z woj. lubuskiego, zarejestrowane w PUP
Finansowanie:
PO WT Polska-Brandenburgia 2007-2013

Więcej: *www.asystent.opzl.pl*

Synergia nauki i biznesu

Akcelerator innowacji
Projekt zakłada staże i szkolenia. Staże dla naukowców z firmach. Staże przedsiębiorców w jednostkach naukowych. Szkolenia dla przedsiębiorców, realizowane przez naukowców. Szkolenia dla naukowców, realizowane przez biznes. Celem działania w związku z potencjałem naukowym i profilem najbardziej innowacyjnych firm województwa lubuskiego będą przede wszystkim sektory odnawialnych źródeł energii, informatyki, telekomunikacji i energetyki oraz budownictwa pasywnego. W projekcie wezmą też udział specjaliści z obszarów metalurgii, mechaniki i ekonomii.

Czas realizacji:
27 miesięcy
Kto? OPZL, Park Interior Nowa Sól, Park Eureka Poznań
Dla kogo? lubuskie firmy, środowisko naukowe, pracownicy firm
Finansowanie:
Europejski Fundusz Społeczny

Więcej: *www.akcelerator.opzl.pl*

CSR: to się opłaca

Działaj odpowiedzialnie! Promocja idei społecznej odpowiedzialności biznesu w woj. lubuskim
Głównym celem przedsięwzięcia jest podniesienie poziomu wiedzy w zakresie idei CSR oraz świadomości korzyści jej stosowania wśród lubuskich przedsiębiorstw i pracowników. Projekt ma charakter informacyjno-promocyjny, przy czym głównymi adresatami działań są przedsiębiorcy i pracownicy. Biorąc jednak pod uwagę wszystkie obszary na których skupia się CSR (ład organizacyjny, prawa człowieka, praktyki z zakresu pracy, środowisko, uczciwe praktyki operacyjne, zagadnienia konsumenckie, zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnej) oraz zasięg i charakter działań upowszechniających (reportaż filmowy, publikacje prasowe, konferencje i seminaria, konkurs dla przedsiębiorstw) realizacja projektu będzie miała wpływ na szeroko pojęte społeczeństwo.

Czas realizacji:
1.10.2012-31.12.2013
Kto? OPZL, Region Zielonogórski NSZZ "Solidarność"
Dla kogo? pracownicy i właściciele firm, osoby bezrobotne, związkowcy, org. pracodawców
Finansowanie:
Europejski Fundusz Społeczny

Więcej: *www.csr.opzl.pl*

Gospodarczy most **przez Odrę i Nysę**

WIKOB Biuro Koordynacji Gospodarczej Euroregionu Sprewa-Nysa-Bóbr
Celem wspólnego projektu jest wzmocnienie powiązań gospodarczych w Euroregionie Sprewa-Nysa-Bóbr i umacnianie konkurencyjności i zdolności kooperacyjnych małych i średnich przedsiębiorstw na rynkach sąsiednich. Działania w projekcie obejmują: konferencje dot. sytuacji energetycznej i rynku pracy; seminaria dla osób planujących założenie działalności gosp. i transgranicznej aktywności przedsiębiorców; Spotkania kooperacyjne dla przedsiębiorców danych branż; Udostępnianie istotnych informacji dot. zmian prawnych i szans na rynku; Specyficzne zbieranie danych o rynkach przy pomocy efektywnych banków danych; Pomoc w nawiązywaniu konkretnych kontaktów gospodarczych; Informacje na temat transgranicznego zatrudnienia pracowników, itp.

Czas realizacji:
01.01.2013-31.12.2014
Kto? IHK Cottbus, OPZL
Dla kogo? firmy z terenu Euroregionu SNB, osoby zainteresowane transgraniczną działalnością gosp.
Finansowanie:
PO WT Polska-Brandenburgia 2007-2013

Więcej: *www.wikob.opzl.pl*

Mentor **wskaże Ci drogę**

PI - PWP Mentoring – innowacyjna metoda aktywizacji
Celem projektu jest poszukiwanie nowych, skutecznych metod aktywizacji zawodowej i społecznej grup docelowych wymagających szczególnego wsparcia. Efektem będzie zaadoptowanie i wdrożenie innowacyjnego narzędzia mentoringu, opartego na doświadczeniach partnera niemieckiego, który przeznaczony będzie dla instytucji rynku pracy z lubuskiego i który służyć będzie w przyszłości aktywizacji zawodowej osób do 25 roku życia. Jest to projekt innowacyjny.

Czas realizacji:
1.10.2013-30.09.2015
Kto? Fundacja na rzecz CP, OPZL, PUP Krosno, IRMEK Gorzów, Deutsche Angestellten Akademie Niemcy
Dla kogo? osoby bezrobotne do 25 lat, urzędy pracy oraz instytucje rynku pracy
Finansowanie:
Europejski Fundusz Społeczny

Więcej: *www.lubuskimentoring.pl*

Rozwiązanie dla **pracujących rodziców**

Job&Family czyli aktywni rodzice
Projekt polega na stworzeniu miejsc żłobkowych dla maluchów z regionu. W projekcie mogą brać udział rodzice dzieci w wieku od 20 tygodnia życia do 3 lat, mieszkańcy powiatów nowosolskiego, głogowskiego, polkowickiego, wschowskiego, żagańskiego, zielonogórskiego pracujący w zakładach zlokalizowanych na terenie w/w powiatów. Żłobek w Nowej Soli zlokalizowany jest w pomieszczeniach Parku Naukowo-Technologicznego Interior przy nowosolskiej podstrefie K-SSSE. Uczęszczać ma do niego docelowo 56 dzieci.

Kto? Fundacja Porozumienie Wzgórz Dalkowskich, OPZL
Dla kogo? Pracujący rodzice z wskazanych powiatów woj. lubuskiego.
Finansowanie:
Europejski Fundusz Społeczny
Więcej: *www.wzgorzadalkowskie.pl*

Rozruszają **organizacje pozarządowe**

Go! NGO
Celem projektu jest powołanie Lubuskiej Sieci Współpracy, która miałaby stanowić przestrzeń dialogu i wymiany doświadczeń między lubuskimi organizacjami, a samorządem lokalnym. Ponadto uczestnicy wypracują Kodeks Współpracy sektora pozarządowego i samorządowego poprzez określenie standardów podejmowanych działań. Prace prowadzone będą w międzysektorowych grupach roboczych, w których wspólnie dyskutowane będą pomysły i rozwiązania. Pozwoli to na ciągłe usprawnianie funkcjonowania lubuskich NGO, również pod kątem nawiązywania partnerskiej współpracy z samorządem lokalnym. Przy wsparciu Wojewódzkiej Rady Działalności Pożytku Publicznego rozpocznie się proces certyfikacji lubuskich NGO, który może stać się dobrą praktyką na skalę ogólnopolską.

Czas realizacji:
1.09.2012-31.08.2014
Kto? Fundacja na rzecz CP, OPZL
Dla kogo? pracownicy i właściciele firm, osoby bezrobotne, związkowcy, org. pracodawców
Finansowanie:
Europejski Fundusz Społeczny

Więcej: *www.go-ngo.pl*

Jeśli jesteście Państwo zainteresowani udziałem w którymś z wymienionych projektów - zapraszamy do odwiedzenia wskazanych stron internetowych oraz zapoznania się z szczegółowymi warunkami oraz możliwościami uczestnictwa. Bieżące informacje na temat działalności OPZL (w tym projektów) znajdują się na ***www.opzl.pl/dzialalnosc/projekty/***

oprac. OPZL

Kogeneracja potrzebuje zmian

Pomimo licznych uregulowań prawnych wspierających kogenerację, nie widać w ostatnich latach istotnego przyrostu produkcji energii elektrycznej w kogeneracji. Wydaje się więc, że mechanizmy wsparcia są niewystarczające - pisze Marian Babiuch, prezes Lubuskiego Towarzystwa na Rzecz Rozwoju Energetyki.

fot. EC Zielona Góra SA



Blok gazowo-parowy w Elektrociepłowni Zielona Góra SA

Co to jest kogeneracja?
Kogeneracja jest to proces jednoczesnego wytwarzania energii elektrycznej i ciepła pozwalający na znaczne ograniczenie zużycia energii pierwotnej zawartej w paliwach w stosunku do rozdzielonego wytwarzania obu tych energii. Oszczędności te, w zależności od różnych uwarunkowań, mogą sięgać w granicach 20 – 30 %.

Należy podkreślić, że energia pierwotna jako dobro ogólnoludzkie winna być przetwarzana na energię użyteczną z jak największą efektywnością – jest to nasza powinność wobec przyszłych pokoleń. Oszczędzając energię pierwotną oszczędzamy również środowisko poprzez adekwatne zmniejszenie emisji zanieczyszczeń do atmosfery.

Jakie jest znaczenie kogeneracji dla Polski?
W warunkach polskich potencjalne znaczenie kogeneracji jest kilkakrotnie większe niż odnawialnych źródeł energii (OZE) – nie ujmując nic źródłom odnawialnym. Możliwości produkcji energii elektrycznej w skojarzeniu z ciepłem w Polsce to w wariancie gazowym 80 TWh/rok („Program rozwoju w Polsce kogeneracji" opracowany przez Uczelniane Centrum Badawcze Energetyki i Ochrony Środowiska Politechniki Warszawskiej- listopad 2010r.). Oszczędności energii pierwotnej wynikające z zastosowania wysokosprawnej kogeneracji przedstawiono w „Obwieszczeniu Ministra Gospodarki z dn. 16.02.2012r. w sprawie raportu oceniającego postęp osiągnięty w zwiększaniu udziału energii elektrycznej wytwarzanej w wysokosprawnej kogeneracji w całkowitej krajowej produkcji energii elektrycznej). W większości polskie miasta posiadają scentralizowane systemy ciepłownicze zasilane głównie z ciepłowni. Najwyższa więc pora zastąpić ciepłownie źródłami kogeneracyjnymi i zasilić te miasta tzw. „ciepłem szlachetnym" z jednoczesną produkcją energii elektrycznej. To kilka tysięcy nowych, efektywnych i ekologicznych mocy elektrycznych umiejscowionych w pobliżu dużych odbiorców. To znacząca poprawa bezpieczeństwa elektroenergetycznego i znaczne ograniczenie strat przesyłu i dystrybucji energii. Wreszcie, jeżeli uwzględni się koszty zewnętrzne (tj. koszty, które wszyscy ponosimy za pogorszenie stanu zdrowia czy degradację środowiska), to w skali państwowej wielki biznes – niekoniecznie poszczególnych firm.

Czy i jakie są uwarunkowania prawne wspierające kogenerację?
Ten logiczny, efektywny i ekologiczny sposób wytwarzania energii znalazł swoje odzwierciedlenie w dyrektywie kogeneracyjnej Unii Europejskiej nakazującej, w celu zapewnienia jego rozwoju, wspieranie kogeneracji. Również w prawie polskim przewidziano wspieranie kogeneracji. W przyjętym przez Radę Ministrów dokumencie „Polityka Energetyczna Polski do roku 2030" określono ambitny cel tj. „Dwukrotny wzrost do roku 2020 produkcji energii elektrycznej wytwarzanej w technologii wysokosprawnej kogeneracji, w porównaniu do produkcji w 2006r." Niestety, pomimo tych uregulowań w ostatnich latach nie obserwuje się istotnego przyrostu energii elektrycznej wytworzonej w kogeneracji. Wydaje się że wprowadzone mechanizmy wsparcia są niewystarczające. Tymczasem tu i tam zadawane jest pytanie „skoro kogeneracja jest tak efektywna to dlaczego ją wspierać?" Odpowiedź jest prosta. Kogeneracja w znaczący sposób redukuje koszty zewnętrzne związane z wykorzystaniem tradycyjnych paliw. Kogeneracja jest efektywna energetycznie, ekologicznie i społecznie, a nie koniecznie biznesowo dla


Marian Babiuch

producenta, wymaga bowiem znacznie większych nakładów inwestycyjnych niż wytwarzanie ciepła w prostym urządzeniu jakim jest zwykły kocioł. Produkowanie odpowiedniej ilości energii elektrycznej w skojarzeniu z ciepłem jest ograniczone warunkami pogodowymi co znacznie ogranicza możliwość jej sprzedaży na zasadach rynkowych. Kogeneracja nie uczestniczy również w profitach wynikających ze świadczenia regulacyjnych usług systemowych na rzecz systemu elektroenergetycznego, są to m.in.: operacyjna rezerwa mocy, praca wymuszona, praca z zaniżeniem i przeciążeniem. Aby zrównoważyć te mankamenty niezbędny jest odpowiedni, stabilny mechanizm wsparcia w długim horyzoncie czasowym.

Jak obecnie wygląda sytuacja?

Z końcem 2012r. przestał obowiązywać dotychczasowy system wsparcia kogeneracji. Do chwili obecnej ustawa przedłużająca ten system nie została uchwalona, pomimo oczekiwań wytwórców i inwestorów. Co prawda Ministerstwo Gospodarki w kwietniu 2012r. podjęło inicjatywę szybkiej nowelizacji Prawa energetycznego, słusznie przewidując, że „trójpak energetyczny" (Prawo energetyczne, Prawo gazowe, Ustawa o odnawialnych źródłach energii) nie wejdzie w życie z końcem 2012r. Niestety z nieznanych powodów prace zostały przerwane. Równolegle w połowie 2012r. wysyłane były sygnały, że „trójpak" zostanie jednak uchwalony do końca 2012r. Ostatecznie tak się nie stało. Z końcem roku powrócono do pomysłu z kwietnia. Niestety sprawy nie udało się załatwić do końca 2012r., co spowodowało, że z dniem 1.01.2013r. powstała „pustka prawna" w zakresie wsparcia kogeneracji. Tymczasem w taryfie sprzedaży energii elektrycznej do odbiorców końcowych na 2013r. została uwzględniona opłata z tytułu czerwonych i żółtych certyfikatów. Odbiorcy więc płacą sprzedawcom za dostarczoną energię elektryczną po cenach uwzględniających te opłaty. Natomiast wytwórcy energii w kogeneracji – wytwórcy certyfikatów, którzy powinni być beneficjentami wsparcia, są zagrożeni nie osiągnięciem konkretnych przychodów z tego tytułu. W konsekwencji biorą na siebie ryzyko poniesienia strat związanych z brakiem regulacji prawnych przedłużających mechanizm wsparcia. Sytuacja jest kuriozalna.

Wiadomo już, że kilka kogeneracyjnych źródeł gazowych zostało wyłączonych z eksploatacji co spowodowało, że poprzez uruchomienie dostępnych kotłów węglowych nastąpił wzrost emisji zanieczyszczeń. Także inwestorzy planujący budowę nowych źródeł kogeneracyjnych wstrzymują się z rozpoczęciem inwestycji. Nie ulega więc wątpliwości, że potrzebne są szybkie i skoordynowane działania wprowadzające stabilne i długofalowe „reguły gry" zapewniające rozwój kogeneracji w Polsce. Utrzymanie obecnej sytuacji powoduje bardzo duże ryzyko polityczne i regulacyjne! Nie służy ani wytwórcom ani odbiorcom energii! Warto to zmienić!

Marian Babiuch

prezes Zarządu EC „Zielona Góra" S.A., działający społecznie w wielu organizacjach pozarządowych m.in. jako: prezes Polskiego Towarzystwa Elektrociepłowni Zawodowych, wiceprezes Izby Gospodarczej Energetyki i Ochrony Środowiska, prezes Lubuskiego Towarzystwa na Rzecz Rozwoju Energetyki.

Powyższy artykuł ukazał się na łamach Miesięcznika EuroStyl.





fot. producenta

Audi A6: **luksus ze sportowym pazurem**

Jaki samochód powinien wybrać przedsiębiorca, by być pewnym jego niezawodności, technicznej doskonałości a jednocześnie prestiżu? Dobrym rozwiązaniem jest Audi A6 w wersji Limousine lub Avant. Ten samochód potrafi zaskoczyć swoimi sportowymi osiągami i luksusowym wyposażeniem.

Nie ma wątpliwości, że Audi wyznacza trendy w kategorii sportowych limuzyn. A6 jest tego najlepszym przykładem. Już na pierwszy rzut oka widać sportowe proporcje auta. Długa maska, napięta, niska linia dachu i ostre linie dodatkowo podkreślają dynamiczną sylwetkę. Patrząc na jego przód zauważamy charakterystyczne reflektory, dostępne także w wersji LED, oraz niepowtarzalny kształt osłony chłodnicy Singleframe, znaku rozpoznawczego wszystkich modeli Audi.

Wsiadamy do samochodu. Bogato wyposażone wnętrze nawiązuje do atletycznej, sportowej sylwetki. Każdy szczegół wykonano z najwyższej klasy materiałów, a ergonomia nie budzi żadnych zastrzeżeń. Jest bardzo intuicyjna. To także jeden ze znaków rozpoznawczych Audi. Rozsiadamy się wygodnie w szerokim fotelu. Na życzenie możemy w nim zamontować funkcję wentylacji i masażu. Jeśli dodamy dostępną w standardzie wydajną automatyczną klimatyzację deluxe oraz również standardowy, zaawansowany technicznie system MMI radio, to nie mamy już żadnych wątpliwości. Tak, Audi A6 to zdecydowanie przyjaciel długich podróży. Opcjonalnie można taki komfortowy zestaw uzupełnić jeszcze o system MMI Navigation plus z dotykowym panelem MMI touch oraz z funkcją head-up display, wyświetlającą najważniejsze informacje na szybie, na wysokości wzroku kierowcy.

Czas przekręcić kluczyk i ruszać w drogę. Pod maską cicho pracuje jeden z ośmiu silników jakie Audi proponuje swoim klientom. Trzy jednostki benzynowe i aż sześć turbodiesli zapewnia moc od 130 KW (177 KM) do 230 KW (313 KM). Najbardziej ekonomiczną jednostką jest silnik 2.0 TDI. Pracujący w Audi A6 z manualną skrzynią biegów, zużywa zaledwie 4,9 litra oleju napędowego na 100 km. Najmocniejszą zaś jednostką napędową jest 3.0 TDI z podwójną turbosprężarką. Ten diesel wykonany w technice V6 ma moc 230 kw (313 KM) i osiąga moment obrotowy 650 Nm. Prawdziwy sportowiec. Z jego pomocą szybko i pewnie dojedziemy do celu.

W Audi A6, w zależności od wersji silnikowej i wyposażeniowej, mamy do wyboru różne rodzaje skrzyń biegów, przenoszących moc silnika wprost na koła. Gama rozpoczyna się ręczną przekładnią sześciobiegową. Następnie mamy do wyboru: bezstopniową skrzynię automatyczną multitronic oraz sportowy siedmiobiegowy automat S tronic. W najmocniejszym, trzylitrowym dieslu, producent z Ingolstadt montuje ośmiobiegowy tiptronic.

Szczególnie dobrym, z punktu widzenia przedsiębiorcy, wydaje się być wybór Audi A6 w wersji Avant. To eleganckie i dynamiczne kombi oferuje kierowcy szeroki zakres najnowocześniejszych rozwiązań technicznych i identyczne jak w przypadku limuzyny wersje wyposażenia i silnikowe. Zapewnia jednak dodatkowo coś, na czym wielu osobom prowadzącym działalność gospodarczą zależy szczególnie – imponującą przestrzeń ładunkową.

Kupując dowolny model Audi każdy przedsiębiorca może liczyć na szeroką, kompleksową ofertę i specjalne rozwiązania dopasowane do swoich indywidualnych potrzeb w ramach programu Audi Business. Program ten obejmuje ofertę pakietów wyposażenia przygotowanych specjalnie dla biznesu, poza tym atrakcyjne rabaty dostępne przy zakupie już jednego samochodu, korzystne finansowanie zakupu np. leasing 105% Audi Finance oraz programy serwisowe zapewniające większy komfort użytkowania samochodu.



Każdy szczegół wnętrza Audi A6 wykonano z najwyższej klasy materiałów, a ergonomia nie budzi żadnych zastrzeżeń.

fot. producenta



Nowe firmy członkowskie OPZL

Opracowały: Joanna Zielińska, Grażyna Rozwadowska-Bar



BOW-MAX S.C. Ryszard Bowycz, Jarosław Bowycz

Firma Bow-Max jest najstarszym na Ziemi Lubuskiej producentem nowoczesnych osłon okiennych. Od początku działalności firma koncentrowała się na produkcji nowoczesnych systemów osłonowych. Aktualnie bogata oferta firmy obejmuje: żaluzje fasadowe, rolety zewnętrzne, bramy garażowe, markizy, roletki materiałowe, żaluzje, moskitiery, okna. 30-letnie doświadczenie w branży, efektywna organizacja pracy oraz odpowiedni dobór współpracowników zdynamizowały rozwój firmy i umocniły jej pozycję na rynku wysuwając ją na jedną z czołowych pozycji w regionie. Dzięki głębokiemu zaangażowaniu kadry, firma Bow-Max jest stabilnym i rzetelnym partnerem handlowym, któremu zaufały rzesze klientów hurtowych, detalicznych i instytucjonalnych.

Właściciele: Ryszard i Jarosław Bowycz. **Kontakt:** BOW-MAX S.C. Ryszard Bowycz, Jarosław Bowycz, ul. Objazdowa 40, 65-752 Zielona Góra, tel. 68 454 45 85, fax: 68 454 45 84, e-mail: biuro@bow-max.pl, www.bow-max.pl

Centrum Komina Sp. z o.o. Sp. Komandytowa



Centrum Komina to firma z wieloletnim stażem i doświadczeniem. Najpopularniejszym obszarem jej działalności gospodarczej są kominki i kominy. Zajmuje się projektowaniem, produkcją, sprzedażą oraz montażem kominków, zgodnie z indywidualnymi potrzebami klientów. Ponadto Centrum Komina jest producentem systemów kominowych Niko. Swoje produkty firma oferuje na terenie całej Unii Europejskiej.

Właściciel: Daniel Hrehorecki. **Kontakt:** Centrum Komina Sp. z o.o. Sp. K., ul. Osadnicza 35, 65-001 Zielona Góra, tel. 68 323 71 90, fax 68 323 76 60, e-mail: marketing@centrumkomina.pl, www.kominki.fm, www.kominy-niko.pl



LIGATURA Sp. z o.o. Sp. Komandytowa

Ligatura jest drukarnią z wieloletnim doświadczeniem w zawodzie drukarskim, która łączy w sobie tradycję i technologię. Cechuje ją nieodbiegający od standardów dobry druk, wysoka jakość wykonywanych prac, jak i doświadczenie w branży poligraficznej. Drukarnia poza typowym drukiem offsetowym (ulotki, wizytówki, foldery, kalendarze), oferuje swoim klientom niestandardowe produkty poligraficzne (opakowania ozdobne, wzorniki kolorystyczne, prezentery, książki w oprawie twardej, przeglądarki 3D, druk soczewkowy). Ponadto firma przyjmuje zlecenia na druk cyfrowy dla niskich nakładów oraz na druk wielkoformatowy UV (szyldy, banery, naklejki, obrazy na płótnie CANVAS). Zamówienia można składać za pośrednictwem strony internetowej: www.ligatura.com.pl lub mailowo: zamówienia@ligatura.com.pl

Administracja: Anna Nowicka. **Kontakt:** LIGATURA Sp. z o.o. Sp. Komandytowa, ul. Sulechowska 4A, 65-119 Zielona Góra, tel. 68 455 69 31-38, e-mail: drukarnia@ligatura.com.pl, www.ligatura.com.pl

NAP Solutions



Bazując na wieloletnim doświadczeniu, wiedzy i współpracy z firmami o zaawansowanej strukturze zarządzania, NAP Solutions oferuje kompleksowe usługi w zakresie konsultacji i outsourcingu rozwiązań administracyjnych dla przedsiębiorstw, w tym: organizacji biura, negocjacjach umów, organizacji serwisów świadczących usługi dla firm. Swoją działalność koncentruje na optymalizacji procesów wewnątrz przedsiębiorstwa, poszukiwaniu i wdrażaniu oszczędności, wdrażaniu zasad CSR oraz kompleksowym zarządzaniu nieruchomościami. W 2013 r. ramach NAP Solutions powstał też projekt – Pracownia Poprawnej Wymowy, w ramach którego realizowane są szkolenia oraz konsultacje logopedyczne z zakresu skutecznej autoprezentacji i wystąpień dla ludzi biznesu, twórców żywego słowa (polityków, tłumaczy, prawników).

Właściciel: Katarzyna Dragan-Bartoń. **Kontakt:** NAP Solutions, pl. Matejki 3/2, 65-056 Zielona Góra, e-mail: biuro@napsolutions.pl; www.napsolutions.pl



OVOPOL Sp. z o.o.

Od momentu powstania firma OVOPOL wyrosła na jednego z wiodących liderów rynku przetwórstwa jajczarskiego w Europie. Głównym celem działania jest zaspokajanie potrzeb wszystkich odbiorców, poprzez utrwalanie wysokich właściwości funkcjonalnych jaj w oparciu o zasady zrównoważonego rozwoju. Bazując na podstawowych jego elementach - ekonomia, środowisko, społeczeństwo - firma dąży do ciągłego doskonalenia oraz konsekwentnej realizacji postawionych celów.

Prezes Zarządu: Krystyna Karkoszka. **Kontakt:** OVOPOL Sp. z o.o., ul. Wojska Polskiego 39, 67-100 Nowa Sól, tel. 68 387 32 51, e-mail: ovopol@ovopol.pl, www.ovopol.pl

www.opzl.pl/czlonkostwo

Organizacja w działaniu

Pierwszy kwartał 2013 roku dla Organizacji Pracodawców Ziemi Lubuskiej przebiegał bardzo pracowicie. Poniżej przedstawiamy w telegraficznym skrócie najważniejsze inicjatywy zrealizowane przez Biuro OPZL, lub te, w których Organizacja brała czynny udział. Aktualnych wydarzeń szukaj na www.opzl.pl

5 lutego

Szkolenie:
Autoprezentacja – wywieranie wrażenia na innych (Żary)

6 lutego

Seminarium:
Bezpieczeństwo podatkowe w firmie (Zielona Góra)

Szkolenie:
Sprzedaż i budowanie relacji z klientem (Żary)

Wydarzenie:
Zmiana siedziby nowosolskiego Oddziału OPZL (Nowa Sól)

15 lutego

Spotkanie:
Biznes przy Kawie w Drukarni CHROMA (Żary)

21-22 lutego

Wydarzenie:
Wizyta studyjna w Niemczech (Frankfurt n/O-Berlin-Cottbus-Frankfurt n/O)

26 lutego

Szkolenie:
Najważniejsze zmiany w podatkach na rok 2013 (Zielona Góra)

1 marca

Spotkanie biznesowe:
Śniadanie z ekspertem (Zielona Góra)

5-6 marca

Szkolenie:
Kadry i prawo pracy cz.1 i cz. 2 (Zielona Góra)

8-9 marca

Spotkanie:
Warsztaty Lubuskiej Sieci Współpracy z go NGO!
(Gronów k/ Łagowa Lubuskiego)

12 marca

Wydarzenie:
Targi Pracy Etat 2013 (Zielona Góra)

22 lutego

Spotkanie:
WIKOB - Spotkanie kooperacyjne branży budowlanej
(Drzonków)

Wykonawcy, inwestorzy oraz producenci materiałów budowlanych spotkali się na polsko-niemieckim spotkaniu, którego celem było umożliwienie nawiązania kontaktów pomiędzy firmami polskimi i niemieckimi z orientacją na działania kooperacyjne. Spotkanie zrealizowano w ramach projektu IHK Cottbus i OPZL "WIKOB - Biuro Koordynacji Gospodarczej Euroregionu Sprewa-Nysa-Bóbr".



12 marca

Spotkanie:
Rada Dyrektorów Personalnych (Nowa Sól)

26 marca

Seminarium CSR – Społeczna Odpowiedzialność Biznesu. Zielona Góra

14 marca

Konferencja
Konferencja rozpoczynająca projekt: Mentoring innowacyjna metoda aktywizacji.
Zielona Góra

W konferencji udział wzięło ponad 60 osób: przedstawicieli instytucji rynku pracy, samorządów, szkół wyższych, przedsiębiorców a nawet osób bezrobotnych z województwa lubuskiego, które zapoznały się z ideą mentoringu. Więcej o projekcie na stronach internetowych www.lubuskimentoring.pl - zapraszamy!



14 marca

Spotkanie:
Biznes na Obcasach w Dekoratorni (Żary)

15 marca

Konferencja medialna dotycząca projektu Asystent ds. Marketingu Polska-Niemcy (Zielona Góra)

19 marca

Seminarium:
Prawne zabezpieczenie istnienia firmy po śmierci właściciela/wspólnika- możliwe zagrożenia i propozycje rozwiązań (Zielona Góra)

20 marca

Wydarzenie:
II Zielonogórskie Targi Pracy (Zielona Góra)

Seminarium:
Recepta na kryzys w źródłach finansowania – wspieramy działania ekologiczne – organizowane wspólnie z PKO SA. (Żary)

11 kwietnia

Seminarium
Budowanie wartości firmy wsparte działalnością aniołów biznesu – prezentacja wybranych projektów inwestycyjnych (Żary)

Szkolenie:
Coaching managerski jako skuteczne narzędzie rozwoju pracowników w firmie (Zielona Góra)



Uczestnicy poznali praktyczne możliwości zastosowania coachingu w życiu firmy oraz doświadczyli, że jego wykorzystanie jest jednym z najbardziej skutecznych narzędzi rozwojowych pracowników.

opracowała: Joanna Zielińska

ZKŻ - otwarty **na nowe rynki**

Zielonogórski Klub Żużlowy pod względem działań marketingowych i sprawnej komunikacji z kibicami może być inspiracją dla innych klubów sportowych, a nawet przedsiębiorstw. Członkostwo w prestiżowym Business Centre Club przecież zobowiązuje. Zielonogórski Klub Żużlowy – dziś to już starannie zarządzana marka, która w świadomości zarówno sponsorów, jak i kibiców kojarzy się z określeniem niekwestionowany lider. Lider w dziedzinie sportu, marketingu i dobroczynności.

fot. Michał Kociński



Prezes klubu Wolfslake Berlin **Jurgen Ehmke**, Prezes Stowarzyszenia ZKŻ **Robert Dowhan i Andrzej Napieraj** po podpisaniu umowy o współpracy między niemieckim i zielonogórskim klubem

Polsko-niemiecka współpraca

Sportowo marzeniem działaczy, zawodników i kibiców jest z pewnością medal Drużynowych Mistrzostw Polski. Marketingowo to chęć poszukiwania i nawiązywania wciąż nowych kontaktów. Dlatego jeszcze przed inauguracją sezonu 2013 ZKŻ nawiązał współpracę z niemieckim klubem żużlowym Wolfslake Berlin. Umowa między nimi będzie obowiązywać przez cztery najbliższe lata. To pierwszy taki projekt w Polsce. Dzięki niemu pod nazwą Wolfslake Falubaz Berlin w niemieckiej Bundeslidze wystartuje drużyna złożona z zielonogórskich i niemieckich żużlowców. Zaplanowano także wiele wspólnych akcji promocyjnych. Pierwsza odbyła się już na przełomie lutego i marca podczas gali Ice Speedway w berlińskiej dzielnicy Wilmersdorf. Pojawili się tam przedstawiciele ZKŻ, którzy przybliżyli fanom speedway'a z Niemiec historię i dokonania klubu oraz drużyny. – Otwieramy się na nowe rynki. 1 czerwca zorganizujemy wspólnie Dzień Dziecka, przyjedzie wtedy do nas młodzież i dzieci z Niemiec. Będziemy chcieli zaprosić całe pogranicze, gdyż jesteśmy otwarci na współpracę z tym obszarem. Dwa sąsiadujące ze sobą regiony, czyli Brandenburgia i Lubuskie, także mają umowę o współpracy – mówił podczas podpisania umowy prezes stowarzyszenia ZKŻ Robert Dowhan.

Na żużlu jest fajnie

To hasło najnowszej przedsezonowej kampanii promocyjnej, dzięki której ZKŻ chce dotrzeć do jeszcze większej liczby kibiców w różnym wieku, różnej płci i różnych zawodów. Na plakatach i billboardach w mieście oraz w regionie znajdą się mieszkańcy lubuskich miejscowości i zawodnicy Stelmetu Falubazu na czele z kapitanem Piotrem Protasiewiczem. To nie jedyny zaskakujący projekt ZKŻ. Żużlowcy już od dłuższego czasu zapraszają na mecze ekstraligi w całkiem nowej odsłonie – białych kevlarach i kaskach, nawiązujących do "Gwiezdnych Wojen" z hasłem "Stelmet Falubaz Kontraatakuje". Celem marketingowców było przekonanie kibiców, że drużyna rozbita w ubiegłym roku przez zapisy regulaminu, teraz wraca z nową mocą. Sukcesem jest też projekt o nazwie "Szkolni Koordynatorzy Falubazu", skierowany do młodzieży. ZKŻ realizuje go od około pół roku. Koordynatorzy to obecnie 56 młodych ludzi, uczniów lubuskich szkół, zaangażowanych w promocję Stelmetu Falubazu w swojej okolicy, np. poprzez tworzenie gazetek szkolnych, imprezy plenerowe, a przede wszystkim organizowanie akcji charytatywnych z udziałem żużlowców. Władze klubu dbają o pozytywne relacje i kontakt z najmłodszymi kibicami, dlatego właśnie dla nich powstanie wkrótce nowy portal internetowy o żużlu.

Fundacja naprawdę pomaga

Na pozytywny wizerunek Stelmetu Falubazu mają także wpływ właściwe relacje z mediami. Dziennikarze na bieżąco otrzymują informacje z życia klubu, regularnie organizowane są konferencje prasowe z udziałem władz oraz zawodników, którzy nie uciekają nawet od trudnych i kontrowersyjnych tematów. Dziennikarze są zapraszani także na akcje charytatywne, z których ZKŻ słynie od dawna. W ostatnim czasie w ramach Fundacji Falubaz Pomaga gadżety klubowe z podpisami zawodników trafiły na licytacje, z których dochód został przekazany na leczenie dwóch chłopców – Kuby i Kacpra. A dzięki wspólnej inicjatywie Senatora Roberta Dowhana, ZKŻ SSA i Fundacji Falubaz Pomaga zorganizowano wyjazd dla dzieci z domów dziecka w Lubsku i w Świebodzinie na ostatni mecz piłkarzy reprezentacji Polski z Ukrainą na stadionie narodowym w Warszawie.

Małgorzata Dobrowolska



Etap play-off to zupełnie inna bajka

Drużyna Stelmetu Zielona Góra rozpoczyna właśnie najważniejszą część sezonu. Przygotowania idą pełną parą. Mecze co dwa dni, najsilniejsi przeciwnicy w lidze, sportowe emocje sięgające zenitu – to wszystko czeka nas już od ostatnich dni kwietnia.

– Wszyscy zawsze mówią o tym, że etap play-off to zupełnie inna bajka. Ten system rozgrywek, tak inny od tych, w jakich graliśmy do tej pory w bieżącym sezonie, jest szalenie istotny i w tym momencie zdecydowanie rotacja zespołu będzie bardzo ważna. Drużyna, która będzie miała dłuższą ławkę i więcej wartościowych zawodników na niej – będzie miała przewagę – mówi asystent trenera, Tomasz Jankowski. – Nie jest to regułą. Przypominam sobie sytuację sprzed dwóch sezonów, gdy Trefl Sopot grał właściwie w 7-8 graczy i radził sobie bardzo dobrze do samego końca.

Trzeba naoliwić trybiki

Przed sztabem szkoleniowym i trenerem stoi teraz trudne zadanie: musi przygotować zawodników na okres niezwykle intensywnych rozgrywek, w których każda porażka może być niezwykle kosztowna. – Każdy zespół musi tak poustawiać grę swoich zawodników, by zdezorganizować grę przeciwnika, by zaskoczyć czymś nowym, zmianą zagrywek czy inną obroną. Myślę, że koszykówka jest na tyle interesującą i różnorodną dyscypliną, że można w tych ustawieniach wprowadzić naprawdę ciekawe zmiany – mówi Tomasz Jankowski.

Play-offy wymagają od drużyn niezwykłej koncentracji, ponieważ mecze rozgrywane są co 2 dni. To właśnie w tym czasie zawodnicy muszą dać z siebie wszystko, to na ten etap czekają przez cały sezon. – To już są mecze o wszystko, tam nie będzie drugiej szansy. To jednocześnie najlepszy czas dla koszykarzy, wtedy dajemy z siebie 100%, wtedy potwierdza się swoją markę i można bardzo dużo zyskać – mówi Łukasz Koszarek, zawodnik Stelmetu Zielona Góra. – Wtedy istnieje tylko koncentracja. W tym czasie bardzo mało trenujemy, w zasadzie tylko gramy mecze także nic lepszego dla nas koszykarzy nie może się zdarzyć.

Joanna Oleszkiewicz

Biegaj z LOTTO!

Już po raz IV Totalizator Sportowy organizuje Drużynowy Bieg Winobraniowy o Puchar Lotto. Rywalizacja rok w rok przyciąga coraz większą liczbę uczestników, a wśród nich także drużyny pod szyldem lubuskich firm.



W edycji 2013 bieg odbędzie się w I dzień Winobrania, tj. 7 września, a start tradycyjnie przewidziano spod biurowca PGNiG przy ul. Bohaterów Westerplatte. Biegacze ruszą o godz. 17.30. Trasa biegu wyznaczona została ulicami miasta, na dystansie 2,5 km. Organizację biegu wspiera Lubuski Oddział Towarzystwa Krzewienia Kultury Fizycznej. Rolę honorowego patrona przyjęła Organizacja Pracodawców Ziemi Lubuskiej. Patronat medialny objęła Gazeta Lubuska, Tygodnik Moje Miasto, Radio Zachód, Radio Zielona Góra, TVP Gorzów oraz portal internetowy sportowa zgora.

Wzorem roku ubiegłego za zajęcie miejsc od I – III, drużyny otrzymają puchary oraz atrakcyjne nagrody rzeczowe. Wszyscy zawodnicy, którzy ukończą bieg otrzymają pamiątkowe medale. Dziś mamy za sobą organizację trzech biegów winobraniowych, w których wyłoniliśmy najlepsze drużyny. I tak, wśród startujących w 2010 roku najlepszą okazała się drużyna pod nazwą „Bez Szans" reprezentująca Nadodrzański Oddział Straży Granicznej, w 2011 roku zwyciężyła drużyna z ADB Polska Sp. z o.o., natomiast 2012 rok okazał się pomyślny dla 5 Lubuskiego Pułku Artylerii z Jednostki Wojskowej nr 4408.

W roku bieżącym zgłoszenia drużyn przyjmowane będą do dnia 23 sierpnia, na podstawie formularza zgłoszeniowego dostępnego na stronie internetowej www.zielonagora.lotto.pl i na tej stronie dostępny jest również regulamin biegu. Organizatorzy zapraszają lubuskie firmy do zgłaszania trzyosobowych drużyn. Zapewniają perfekcyjną organizację, ciekawą zabawę i wspaniałą atmosferę.

Red.

Biznes Lubuski
Magazyn Organizacji Pracodawców Ziemi Lubuskiej

Wydawca magazynu

opzl ORGANIZACJA PRACODAWCÓW ZIEMI LUBUSKIEJ

CZŁONEK PKPP LEWIATAN

Organizacja Pracodawców Ziemi Lubuskiej
ul. Reja 6, 65-076 Zielona Góra
tel./fax +48 68 327 18 81
redakcja@bizneslubuski.pl
www.bizneslubuski.pl

polub nas w sieci na:
facebook.com/pracodawcy

Redaguje zespół w składzie:
Paweł Bojanowski, Aleksandra Ćwikła, Marta Hajduk, Bernadetta Holak, Patrycja Izydorek, Jarosław Nieradka, Agnieszka Poźniak, Maciej Prządka, Grażyna Rozwadowska-Bar, Łukasz Rut, Joanna Zielińska
oraz współpracownicy

Skład graficzny: Paweł Bojanowski

Reklama w magazynie

Joanna Zielińska - koordynator
tel. +48 68 327 18 81
kom. +48 697 712 032
reklama@bizneslubuski.pl

Redakcja nie odpowiada za treść reklam zamieszczonych w numerze.

Druk i wsparcie graficzne

Ligatura

LIGATURA Spółka z o.o.
65-119 Zielona Góra
ul. Sulechowska 4a
tel.: +48 68 455 69 31, 34
kom.: +48 503 063 020

drukarnia@ligatura.com.pl
www.ligatura.com.pl

Pomysł layoutu

eurekamedia.pl

Eureka Media
ul. Rzemieślnicza 10
68-823 Zielona Góra
tel: +48 68 451 44 20
fax: +48 68 451 44 22

info@eurekamedia.pl
www.eurekamedia.pl

Partnerzy medialni

RTV LUBUSKA
ZielonaGora24.tv
Plus radio Miłego Dnia
Gazeta Regionalna
TYDZIEŃ

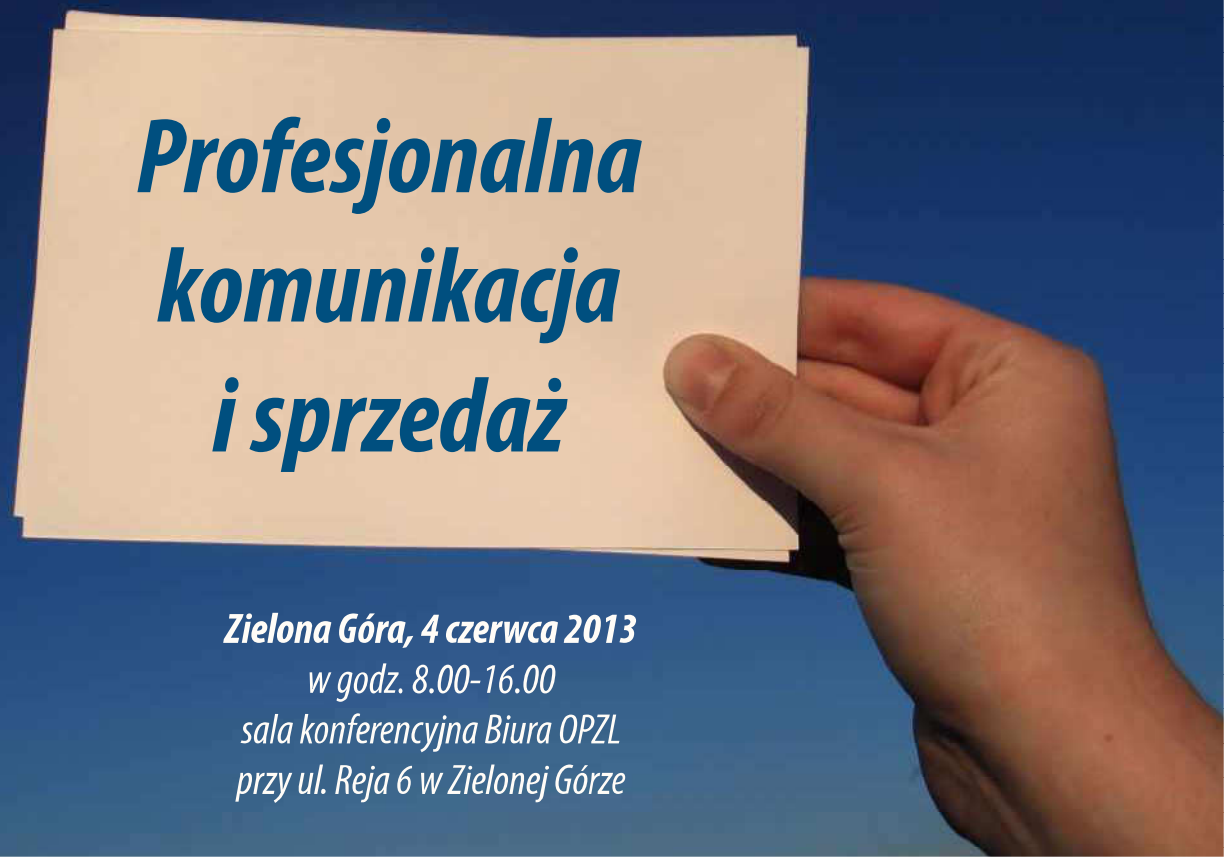
Kolejny numer

nr 3(22)/2013
czerwiec

OPZL pracuje na oprogramowaniu firmy
streamSOFT

Organizacja Pracodawców Ziemi Lubuskiej
zaprasza na szkolenie

Profesjonalna komunikacja i sprzedaż



Zielona Góra, 4 czerwca 2013
w godz. 8.00-16.00
sala konferencyjna Biura OPZL
przy ul. Reja 6 w Zielonej Górze

Cel szkolenia

- wykształcenie umiejętności określania własnych celów handlowych i potrzeb klienta,
- nabycie umiejętności planowania kontaktu handlowego,
- kształtowanie zdolności aktywnej komunikacji z klientem,
- poznanie oraz kształcenie praktycznego wykorzystania technik sprzedaży,
- kreowanie postaw pozwalających na profesjonalne podejście do sprzedaży,
- nabycie umiejętności sterowania rozmową z klientem,
- budowanie zaangażowania w tworzenie wysokiego standardu obsługi klienta,
- zwiększenie motywacji osiągnięć oraz pracy nad sobą.

Do kogo jest skierowane?

Szkolenie kierujemy do pracowników biur handlowych, przedstawicieli handlowych, menedżerów i właścicieli firm kierujących zespołem handlowym.

Metodyka

Zajęcia prowadzone są metodą warsztatową, z wykorzystaniem prezentacji medialnej, w sposób interaktywny, włączającą do udziału wszystkich uczestników szkolenia. Każde ćwiczenie podlega analizie i omówieniu - uczestnicy otrzymują w ten sposób informację zwrotną, umożliwiającą samoocenę.

Koszt udziału w szkoleniu:
dla członków OPZL: **560 zł brutto od osoby**
dla firm niezrzeszonych: 720 zł brutto od osoby

Liczba miejsc jest ograniczona.
Decyduje kolejność zgłoszeń.

Trener

dr Dariusz Tarczyński

Psycholog, założyciel i dyrektor Instytutu Nieinwazyjnej Analizy Osobowości. Jest twórcą oryginalnych metod analizy osobowości na podstawie interpretacji wyglądu i wypowiedzi.

Potrafi skutecznie motywować uczestników szkoleń, przykładem może być wzrost sprzedaży o 100% w dziale sprzedaży Work Service oraz wieloletnia współpraca w zakresie szkolenia kadry z wieloma ważnymi firmami i korporacjami, których referencje potwierdzają skuteczność szkoleń.

opzl
ORGANIZACJA PRACODAWCÓW ZIEMI LUBUSKIEJ

Więcej informacji oraz zgłoszenia
tel. 68 327 18 81 oraz e-mail: j.zielinska@opzl.pl. Zapraszamy!

"WSZYSTKO CO W ŻYCIU WAŻNE
ZACZYNA SIĘ OD UŚMIECHU"



denti.pl

Stomatologia na Jędrzychowie

- Bezpłatne przeglądy i pisemny raport z wizyty
- Bezpłatny plan wyleczenia wraz z wyceną
- Do końca maja na hasło "BIZNES LUBUSKI" darmowa pełna diagnostyka rtg oraz **10%** rabatu na leczenie
- Najlepsze materiały i najwyższa jakość usługi, gwarancja na pełne wyleczenie w krótkim czasie
- Zapytaj o krótkie implanty BICON

"GABINET CZYNNY
365 DNI
W ROKU"

Czynne: poniedziałek - piątek 8 - 22 soboty 10 - 15, pozostałe dni po umówieniu telefonicznym

68 320 26 26

Adres: ul.Kasztanowa 12a/1, 65-381 Zielona Góra