

Strefa

MAGAZYN KATOWICKIEJ SPECJALNEJ STREFY EKONOMICZNEJ

SIERPIEŃ / WRZESIEŃ 2015

ISSN 1644-5163

KSSE JEST ODPOWIEDZIĄ NA POTRZEBY I POMOCĄ DLA WOJEWÓDZTWA

ROZMOWA Z PIOTREM LITWĄ, WOJEWODĄ ŚLĄSKIM

ATRAKCYJNOŚĆ INWESTYCYJNA KATOWIC ROŚNIE

ROZMOWA Z MARCINEM KRUPĄ,
PREZYDENTEM KATOWIC

(OD)CZAROWANE MUZEUM ŚLĄSKIE

FELIETON ADRIANY URGACZ-KUŹNIAK

Już kilkanaście firm
realizuje program **K2**



SPIS TREŚCI

- 8-11 KSSE jest odpowiedzialną na potrzeby i pomocą dla województwa
Rozmowa z PIOTREM LITWĄ, wojewodą śląskim
- 12-13 Już kilkanaście firm realizuje program K2
- 14-18 Atrakcyjność inwestycyjna Katowic rośnie
Rozmowa z MARCINEM KRUPĄ, prezydentem Katowic
- 19-22 (Od)czarowane Muzeum Śląskie
Felieton Adriany Urgacz-Kuźniak



- 23-24 Silesia Automotive – Metale w motoryzacji
- 25-27 Warto inwestować we właściwych miejscach
Rozmowa z ADAMEM MOKRYSZEM, członkiem zarządu Mokate
- 28-30 Rynek pracy się zmienia
- 31-33 Coaching od kuchni
- 34-35 Strefa Morza w StrefieArt



KATOWICKA SPECJALNA STREFA EKONOMICZNA SA
Prezes Zarządu: Piotr Wojaczek
Biuro Zarządu: 40-026 Katowice, ul. Wojewódzka 42
tel. (32) 251-07-36, 251-09-58, 785-70-68,
785-70-69, fax: (32) 251-37-66
e-mail: ksse@ksse.com.pl, www.ksse.com.pl

PODSTREFA TYSKA
Wiceprezes: Ewa Stachura-Pordzik
43-100 Tychy, ul. Fabryczna 2
tel. (32) 217-50-42, fax: (32) 329-12-20
e-mail: tychy@ksse.com.pl

PODSTREFA GLIWICKA
Wiceprezes: Jerzy Łoik
44-100 Gliwice, ul. St. Wyszyńskiego 11/307
tel. (32) 231-89-10, 331-34-05
e-mail: gliwice@ksse.com.pl

PODSTREFA SOSNOWIECKO-DĄBROWSKA
Wiceprezes: Mirosław Bubel
41-200 Sosnowiec, ul. Modrzejowska 32B
(wejście od ul. Małachowskiego)
tel. (32) 292-01-06; (32) 298-89-69
fax: (32) 720-26-56
e-mail: sosnowiec@ksse.com.pl

PODSTREFA JASTRZĘBSKO-ŻORSKA
Wiceprezes: Andrzej Zabieglński
44-240 Żory, ul. Muzealna 1/1
tel. (32) 435-16-16, tel./fax: (32) 435-06-16
e-mail: zory@ksse.com.pl

Magazyn Strefa Informator Inwestorów KSSE
Dwumiesięcznik
Nr ISSN 1644-5163

Wydawca: Piotr Wojaczek, KSSE SA
Wydanie internetowe: www.ksse.com.pl/magazyn.html

PRODUKCJA: Media Meritum / www.mediameritum.com
Redaktor Prowadzący: Wojciech Leśny
wojciech.lesny@mediameritum.com
Dyrektor Artystyczny: Emil Kłosowski
emil.klosowski@mediameritum.com
Redakcja: Anna Nowak, Marta Sowińska-Kłosowska,
Adriana Urgacz-Kuźniak
Skład: Paweł Przygodziński
DRUK: Epigraf s.c. epigraf@epigraf.com.pl
www.epigraf.com.pl

Redakcja nie zwraca tekstów niezamówionych i zastrzega sobie prawo do ich redagowania, skracania oraz opatrywania własnymi tytułami. Redakcja nie odpowiada za treść zamieszczanych reklam i ogłoszeń.

EDYTORIAL

D

Drodzy Czytelnicy,

Wydanie naszego magazynu, który w tym momencie trzymacie w swoich rękach, wypada dokładnie w środku sezonu urlopowego. Przypominają o tym chociażby włączone klimatyzatory i słupki rtęci w okolicach trzydziestki. W świecie mediów ten okres określany jest mianem ogórkowego, gdzie dziennikarze w pocie czoła odgrzewają stare kotlety i serwują swoim czytelnikom lekko przeterminowane newsy. Jednak u nas takie numery nie przejdą, stąd też mam przyjemność polecić zupełnie świeże, całkowicie na czasie i bardzo, moim zdaniem, interesujące wydanie magazynu „Strefa”. Szczególnie polecam dwie rozmowy. Pierwsza z Piotrem Litwą, wojewodą śląskim, druga z kolei z Marcinem Krupą, prezydentem Katowic. Trzeba przyznać, że mimo okresu urlopowego w naszym regionie dzieje się wiele ciekawych rzeczy, a o jednej z nich dość barwnie opowiada w swoim felietonie Ada Urgacz-Kuźniak. To i wiele więcej czeka na Was na naszych łamach.

Gorąco zapraszam do lektury

Redaktor prowadzący
Wojciech Leśny

SI SILESIA

wkrótce w Tychach

WIELKIMI KROKAMI ZBLIŻA SIĘ DRUGA EDYCJA MIĘDZYNARODOWEGO KONGRESU GOSPODARCZEGO „SI SILESIA”. WYDARZENIE ODBĘDZIE SIĘ JUŻ 18 WRZEŚNIA W TYCHACH



Pierwsza edycja „Si Silesia” odbyła się we wrześniu ubiegłego roku i zgromadziła reprezentantów stu różnych podmiotów z całego świata. Spotkanie było dedykowane podmiotom zainteresowanym inwestycjami, pozyskiwaniem dotacji oraz nawiązywaniem kontaktów biznesowych i kulturalnych. Całemu wydarzeniu towarzyszył festiwal kultury włoskiej. W tym roku kon-

gres odbędzie się 18 września. Start już o godzinie 10. w hotelu Tychy Prime. Wydarzeniu będą towarzyszyć między innymi targi biznesu, podczas których przedsiębiorcy będą mogli zaprezentować swoją ofertę, a także panel B2B. Spotkanie zwieńczy wieczorny bankiet, stanowiący doskonałą okazję do kulturalnych rozmów. ●

SUKCES PROJEKTU

DLA GIMNAZJALISTÓW

DZIAŁALNOŚĆ KSSE TO NIE TYLKO BIZNES, ALE I EDUKACJA. W LIPCU ZAKOŃCZYŁ SIĘ TRWAJĄCY OD LISTOPADA UBIEGŁEGO ROKU PROJEKT SKIEROWANY DO UCZNIÓW TYSKICH GIMNAZJÓW



Projekt – realizowany przez Podstrefę Tyską KSSE – miał na celu przybliżyć gimnazjalistom realia pracy w środowisku produkcyjnym. Udział w nim wzięło ponad 10 szkół z Tychów. Oznacza to, że w projekcie uczestniczyło ponad 800 uczniów, z czego 488 gimnazjalistów brało udział w warsztatach, a 310 uczestniczyło w zwiedzaniu zakładów strefowych takich firm jak: Agora, Ekoland, Lear Corporation, Huf Polska, NF Polska czy Schöck. Inicjatywa składała się z kilku etapów. W pierwszym z nich, młodzież miała okazję spotkać się z przedstawicielami

KSSE i poznać historię powstania Podstrefy Tyskiej. W tyskim urzędzie miasta zorganizowano debatę dla uczniów gimnazjów „Po pierwsze gospodarka..., czyli jak osiągnąć sukces na rynku pracy?”. Jej celem było pogłębienie wiedzy młodzieży w zakresie dalszych możliwości kształcenia i zdobycia zawodu adekwatnego do potrzeb rynku pracy. W drugim etapie, gimnazjaliści wspólnie z nauczycielami zostali zaproszeni na wycieczkę po Strefie, dzięki czemu dowiedzieli się, jakie firmy mają w niej swoje siedziby. Oprócz zwiedzania hal

produkcyjnych, młodzież miała również szansę w trakcie trwania projektu, uczestniczyć w warsztatach „Poznaj swój potencjał zawodowy”, prowadzonych przez profesjonalnych doradców zawodowych. Projekt – pozytywnie oceniony zarówno przez uczniów, jak i nauczycieli oraz pracodawców – dostarczył gimnazjalistom cennych informacji na temat potrzeb i prognoz rynku pracy, aktualnego zapotrzebowania na zawody, kwalifikacje i umiejętności pracownika wchodzącego na rynek pracy. ●

Aniołowy Klub

FOTOGRAFICZNY

NIEZWYKŁY WERNISAŻ W PODSTREFIE TYSKIEJ. 1 CZERWCA W GALERII STREFART ZAPREZENTOWANE ZOSTAŁY PRACE FOTOGRAFICZNE ANIOŁOWEGO KLUBU FOTOGRAFICZNEGO ORAZ BARBARY KUBSKIEJ



Wernisaż został zorganizowany przez Katowicką Strefę Ekonomiczną wspólnie ze Stowarzyszeniem Pomocy Dzieciom i Młodzieży „Dom Aniołów Stróżów”. Aniołowy Klub Fotograficzny powstał

w lutym 2013 r. Celem Klubu była chęć zarażenia dzieci pasją fotografowania, która przy okazji stała się sprzyjającą okazją do nauki obsługi sprzętu fotograficznego i programów do obróbki zdjęć.

Efekty można było podziwiać w czerwcu w siedzibie Podstrefy Tyskiej, ale kto przegapił, może obejrzeć prace dzieci na blogu: www.aniolowyklubfoto.blog.onet.pl. ●



Spotkanie ze strefowymi inwestorami

Z INICJATYWY KRZYSZTOFA MATYJASZCZYKA, PREZYDENTA CZĘSTOCHOWY, 18 CZERWCA ODBYŁO SIĘ W URZĘDZIE MIASTA SPOTKANIE ZE STREFOWYMI INWESTORAMI. CZTEREM Z NICH WRĘCZONO NOWE ZEZWOLENIA



W czasie spotkania przedstawiciel Katowickiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej – Bartłomiej Leszczyński, w towarzystwie prezydenta – przekazał czterem firmom: CGR, Hufgard, Enckel i Wiko, które niedawno uczestniczyły w „strefowych” przetargach, zezwolenia na działalność na terenach KSSE w Częstochowie. – Jesteście państwo przedsiębiorcami, którzy uwierzyli w Częstochowę – mówił prezydent Krzysztof Matyjaszczyk. – Dziękuję wam i gratuluję. Jestem pewien, że podjęte decyzje inwestycyjne okażą się dla was korzystne, a Częstochowie przyniosą wymierny efekt rozwojowy i nowe miejsca pracy. Wasz sukces będzie też sukcesem całego miasta... – podkreślił. Prezydent wręczył również szefom firm upominki w postaci spersonalizowanych piór – w podziękowaniu za dotychczasową współpracę i z nadzieją na owocną jej kontynuację. Poprosił jednocześnie o zgłaszanie potrzeb związanych z przebiegiem procesu inwestycyjnego i zaprosił na comiesięczne „Śniadania z przedsiębiorcami”, odbywające się zazwyczaj w pierwszy czwartek miesiąca w Częstochowskim Parku Przemysłowo-Technologicznym. W spotkaniu uczestniczyli



także inni inwestorzy KSSE w Częstochowie: TRW, GST Automotive Safety i Drukarnia Viper, a także inwestorzy SSE Europark Mielec. Na spotkaniu podsumowano, że łączne – poniesione lub zadeklarowane do tej pory – nakłady inwestycyjne na częstochowskie

działki w strefach ekonomicznych sięgnęły już 526,4 mln zł, w tym 106,2 mln zł w ramach zezwoleń wydanych od 2014 r., a liczba miejsc pracy osiągnęła 1475 etatów (z czego deklaracja zatrudnienia 563 osób wynika z zezwoleń wydanych od ub. roku). ●

MISJA GOSPODARCZA w Turcji i Korei Południowej

W CZERWCU REPREZENTANCI KATOWICKIEJ SPECJALNEJ STREFY EKONOMICZNEJ WZIĘLI UDZIAŁ W DWÓCH MISJACH GOSPODARCZYCH



W dniach od 15 do 23 czerwca 2015 r., z wizytą w Korei Południowej w ramach misji gospodarczej przebywał Andrzej Zabiegliński, wiceprezes Katowickiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej. Podczas swojej wizyty odwiedził między innymi takie firmy jak:

Kwand Duck Auto & Technology, SL Corporate, Kdac, YeBit Industrial i LJIN GLOBAL. Wszystkie wymienione firmy działają w branży automotive, a przedstawiciele części z nich odwiedzają nasze województwo w dniach 21-25 września 2015 r.

W podobnym czasie w ramach misji gospodarczej w Turcji (13-19 czerwca 2015 r.) KSSE reprezentowała Katarzyna Biegun z Podstrefy Jastrzębsko-Żorskiej. Celem misji było podpisanie umów o współpracy z tureckimi izbami gospodarczymi w Ankarze,

OTWARCIE CENTRUM FIRMY DOOSAN w Rybniku

20 MAJA ODBYŁO SIĘ OFICJALNE OTWARCIE NOWEJ SIEDZIBY FIRMY DOOSAN BABCOCK ENERGY POLSKA W RYBNIKU, BĘDĄCEJ JEDNOCZEŚNIE CENTRUM SERWISOWO-TECHNOLOGICZNO-LOGISTYCZNYM GRUPY W POLSCE



Nowoczesny obiekt przemysłowy powstał na terenie Katowickiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej, na działce o powierzchni 2,7 hektara. W jego skład wchodzi pomieszczenia biurowo-techniczne oraz nowe hale remontowo-serwisowe, z możliwością dalszej rozbudowy. Łączna powierzchnia nowego kompleksu to 8531 m². Budowa nowej siedziby trwała rok. Całość inwestycji kosztowała ok. 50 mln zł. Centrum będzie realizować prace remontowe dla energetyki i innych gałęzi przemysłu nie tylko na potrzeby krajowe, ale także będzie wspierać działalność grupy Doosan w Europie. W uroczystości otwarcia nowej inwestycji uczestniczyli ambasadorzy Republiki Korei oraz Wielkiej Brytanii. – Doosan Energy Babcock Polska jest doskonałym przykładem kooperacji między Koreą, Wielką Brytanią i Polską, łączącej przedsiębiorczy duch i technologię firmy Doosan, brytyjską wiedzę i doświadczenie oraz polskie zdolności operacyjne i zarządcze. Wraz z otwarciem nowego centrum serwisowego, Doosan Babcock Energy Polska nie tylko przyczyni się do wzrostu podaży energii w Pol-



Centrum otworzyli (od lewej): Robin Barnett – ambasador brytyjski w Polsce, Ryszard Siwoń-Olszewski – prezes Doosan Babcock Energy Polska, Hong Ji-in – ambasador Korei Południowej w Polsce oraz Myong Dong Ryu – dyrektor zarządzający Doosan Power Systems.

sce, ale również ogólnie do harmonijnej polityki energetycznej w regionie Unii Europejskiej – powiedział Ji-in Hong, ambasador Republiki Korei w Polsce. To nie jedyna siedziba firmy w w naszym kraju. Doosan po-

siada również biuro sprzedaży nowych obiektów w Katowicach odpowiedzialne za rejon Europy centralnej i wschodniej, a także kilka oddziałów serwisowych zlokalizowanych na terenie całego kraju. ●



Tarsie i Mersin, a także zaproszenie tureckich przedsiębiorców na V Europejski Kongres Małych i Średnich Przedsiębiorstw w Katowicach, który odbędzie się w dniach 12-14 października. Podczas misji odbyło się spotkanie z przedstawicielami władz publicznych, szkół wyższych oraz reprezentantami przedsiębiorców tureckich w celu rozpoznania możliwości oraz pól wzajemnej współpracy, a także zaprezentowania oferty inwestycyjnej naszego kraju, a zwłaszcza korzyści płynących z inwestowania na terenach objętych statusem Katowickiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej. Spotkanie w Ankarńskiej Strefie Ekonomicznej zaowocowało propozycją złożoną przez jej prezesa, a dotyczącą podpisania porozumienia o współpracy pomiędzy KSSE, Ankarską Strefą Ekonomiczną oraz Izbami Gospodarczymi w Katowicach i Ankarze. ●

KSSE JEST ODPOWIEDZIĄ NA POTRZEBY I POMOCĄ DLA WOJEWÓDZTWA

ZWOJEWODĄ ŚLĄSKIM
PIOTREM LITWĄ ROZMAWIAŁA
ADRIANA URGACZ-KUŹNIAK

Kto jest kim?

PIOTR LITWA

Inżynier górnictwa i polityk, doktor nauk technicznych. Jest absolwentem wydziału górniczego Politechniki Śląskiej w Gliwicach ze specjalnością technika eksploatacji złóż. Ukończył również studia podyplomowe z zakresu problemów prawnych górnictwa na Uniwersytecie Śląskim oraz studia doktoranckie na wydziale górniczym Akademii Górniczo-Hutniczej w Krakowie. Pracował w Przedsiębiorstwie Robót Górniczych w Katowicach, w Okręgowym Urzędzie Górniczym w Katowicach, a następnie w Wyższym Urzędzie Górniczym. Od 14 stycznia 2005 r. był wiceprezesem Wyższego Urzędu Górniczego, a od 1 listopada 2008 r. jego prezesem. 12 marca 2014 r. objął urząd wojewody śląskiego, zastępując na tym stanowisku Zygmunta Łukaszczyka.



STREFA: Jak ocenia Pan dalszy rozwój regionu z udziałem Katowickiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej?

Piotr Litwa: Dalszy rozwój regionu można oceniać w oparciu o to, co KSSE już zrealizowała w województwie śląskim. Wszyscy wiemy, że jej oferta jest dobrą alternatywą dla firm związanych z przemysłem ciężkim, który funkcjonował tutaj przez wiele lat i generował bardzo dużo miejsc pracy. Ich liczba związana była nie tylko z wielkością produkcji, ale również z technologią stosowaną zarówno w górnictwie jak i w hutnictwie. Dzisiaj sytuacja na rynku pracy jest już inna, a przemysł ewoluuje w kierunku automatyzacji i robotyzacji procesów produkcyjnych, zmniejszając zapotrzebowanie na zasoby ludzkie. Teraz liczą się nowe i innowacyjne technologie. Owszem, węgiel kamienny jest wciąż ważnym surowcem i jeszcze przez wiele lat będzie niezbędny dla przemysłu energetycznego, jednak w gospodarce globalnej, a z taką mamy do czynienia, konkurencja na tym polu jest tak duża, że ciągle musimy poszukiwać alternatywy. Pewnym jest zatem, że liczba miejsc pracy w przemyśle ciężkim będzie się sukcesywnie zmniejszać. I tu właśnie widzę główną rolę Katowickiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej. Jest ona odpowiedzią na potrzeby i pomocą dla województwa, a w szczególności dla jego mieszkańców.

Jednak mimo to, że tradycyjny przemysł ciężki na Śląsku ulega przemianom i wciąż topnieje jego potencjał, śląskie gospodarczo trzyma się dobrze...

To prawda. Województwo śląskie wciąż zajmuje czołową pozycję w statystykach ekonomicznych kraju. Tu wytwarzane jest 12,7 proc. PKB całej Polski! Produkcja sprzedana przemysłu w śląskim to 17 proc. produkcji sprzedanej przemysłu w Polsce, o wartości około 200 mld zł. Z tego sprzedaż produkcji budowlano-montażowej to 12,4 proc. sprzedaży w Polsce, czyli 21 mld zł. Jeśli popatrzymy na zatrudnienie w przemyśle – w odniesieniu do całego kraju, to 17 proc. przypada właśnie na województwo śląskie. Niebagatelna jest również liczba zarejestrowanych podmiotów gospodarczych, które kiedyś w dużej mierze pracowały na rzecz przemysłu ciężkiego, a dzisiaj muszą znaleźć innych odbiorców. Podmioty gospodarki narodowej zarejestrowane w województwie śląskim to aż 11,6 proc. w odniesieniu do kraju, co daje nam drugie miejsce w Polsce. Kolejny ważny wskaźnik to eksport krajowy, który w naszym województwie kształtuje się na poziomie 15,86 proc., z czego 85 proc. sprzedawane jest w krajach Unii Europejskiej, a w szczególności w Niemczech. To wszystko dowodzi ogromnego potencjału tego regionu.

To prawda, że w ubiegłych dziesięcioleciach Śląsk kojarzony był z przemysłem ciężkim. Obecnie, zgodnie z udziałem w rynku, jest to prawdziwe zagłębie motoryzacyjne. Jak zatem ocenia Pan inicjatywę powstania i funkcjonowania Silesia Automotive?

Ta część działalności gospodarczej w województwie ma swoje tradycje. Ten potencjał tu był, w postaci fabryk w Tychach, czy w Bielsku i myślę, że dzięki możliwościom KSSE został on dobrze wykorzystany. Postawienie na branżę motoryzacyjną przyniosło dobre rezultaty, bo zapotrzebowanie na samochody jest wciąż duże, a rynek ciągle nie jest dostatecznie nasycony. Trzeba jednak pamiętać o tym, że jest to taka gałąź przemysłu, która jest bardzo czuła na gospodarcze zawirowania. Możliwości są tu jednak wciąż ogromne, co ma między innymi związek z gigantycznym postępem technologicznym w branży motoryzacyjnej, dzięki czemu samochody są dostępne dla wszystkich. Pytanie,

Podmioty gospodarki narodowej zarejestrowane w województwie śląskim to aż 11,6 proc. w odniesieniu do całego kraju, co daje nam drugie miejsce w Polsce

jak bardzo może się jeszcze rozwinąć ta gałąź rynku? Czy będzie zapotrzebowanie na produkcję samochodów i części do nich? Cóż, jeśli obserwujemy wyniki firm działających na terenie Śląska, to odpowiedź brzmi: tak. Dowodem na to są chociażby wspaniałe wyniki sprzedaży Grupy Fiat. Branża automotive stanowi ponad 60 proc. portfela inwestycyjnego przedsiębiorców działających w KSSE i z pewnością firm z tego sektora będzie przybywać. Trzeba jednak poszukiwać również przedsiębiorców z innych branż. Z jakich? To pytanie otwarte. Myślę, że jako region silny gospodarczo, możemy konkurować z innymi częściami kraju w jeszcze kilku dziedzinach. Mam tu na myśli informatykę, logistykę, IT – to są te gałęzie przemysłu, które u nas już się zadomowiły, ale w bardzo małym zakresie i z pewnością wciąż mamy co do nich spore oczekiwania. A mamy czym o takich inwestorów zawałczyć. O potencjale regionu świadczy między innymi znakomite skomunikowanie, w tym autostrady A1 i A4, a także doskonale sobie radzący Międzynarodowy Port Lotniczy w Pyrzowicach, który oferuje nie tylko przewóz osób, ale również towarów.

Ten potencjał to jednak także kadra, ludzie, których wciąż nam brakuje, pomimo tego, że cały czas mówi się o bezrobociu...

Jeśli popatrzymy na statystyki, to stopa bezrobocia w województwie śląskim kształtuje się poniżej średniej krajowej. A trzeba pamiętać, że już kilka razy przechodziliśmy proces restrukturyzacji przemysłu ciężkiego, co wiązało się z ograniczeniem miejsc pracy i liczby stanowisk w tym sektorze. Są takie miejsca na mapie naszego regionu, gdzie stopa bezrobocia jest najniższa w kraju, bo to jest 4-4,5 proc. – mam na myśli gminę Bieruń i powiat bieruńsko-lędziński. Ma w tym bardzo duży udział właśnie KSSE, bo to tam zakotwiczyły się firmy, które na preferencyjnych zasadach miały możliwość rozpoczęcia działalności i z sukcesem ją prowadzą. Ale mamy takie miejsca na mapie województwa śląskiego, jak na przykład Bytom, gdzie bezrobocie sięga około 19 proc.

Czy to ma szansę się zmienić?

Tej szansy trzeba szukać. Myślę, że w niektórych przypadkach bardzo duży wpływ na rozwój powiatu i rozwój gmin miała mądrość władz samorządowych. Nie ma problemów tam, gdzie samorząd wykazał się inicjatywą i poszukał alternatywy, dbając jednocześnie o miejsca pracy w przemyśle tradycyjnym, jak ma to miejsce w rejonie wspomnianego powiatu bieruńsko-lędzińskiego. Tam są dwie duże kopalnie Kompanii Węglowej – Piast i Ziemowit. Obok nich rozwija się mnóstwo firm w oparciu między innymi o KSSE, choć nie tylko, bo są i takie, które dobrze prosperują poza Strefą, jak na przykład firma Nitroerg, która w pewnym momencie została zakupiona przez KGHM Polska Miedź, dzięki czemu jej pozycja bardzo się umocniła, a to miało duży wpływ na rynek pracy w gminie. Wracając do Bytomia. Nie widzę, na przestrzeni ostatnich lat, spójnej wizji samorządu dla miasta i nie mówię tu o ostatniej, czy też przedostatniej kadencji, ale patrzę co najmniej kilkanaście lat



wstecz. Tam nikt nie potrafił oderwać miasta od tradycyjnego przemysłu i zaproponować mieszkańcom alternatywy. A dziś jest to już bardzo trudne.

Może temu miastu potrzebne jest wsparcie rządowe?

Mamy odpowiedź rządu na problem społeczny, ponieważ zostały przeznaczone duże środki finansowe z puli środków unijnych na rewitalizację centrum Bytomia. To jest niemała kwota

– około 100 mln euro, ale oprócz tego władze miasta muszą również pomyśleć o alternatywach. Co prawda pojawili się inwestorzy, którzy na swój koszt podjęli się rewitalizacji terenów przemysłowych, mam tu na myśli teren po byłej kopalni Szombierki w Bytomiu, na którym buduje się pole golfowe wraz z osiedlem mieszkaniowym, ale to na pewno nie jest rozwiązanie dla tych mieszkańców, którzy tam zostali. A jest ich zdecydowanie mniej, niż jeszcze kilka lat temu i to jest dla By-

tomia problem. Wielu z nich postanowiło się wyprowadzić z tego miasta, widząc, co się dzieje i jak daleko posunięta jest jego degradacja.

Aby tę sytuację poprawić, oprócz dużych pieniędzy, które idą ze strony rządu, niezbędne jest zaangażowanie władz samorządowych, które powinny zainicjować działania mogące pobudzić to miejsce. Na pewno jednak nie w takim kształcie i nie w taki sposób, jak do tej pory.

A może sytuację Bytomia mogłoby poprawić przygotowanie dobrej oferty kadrowej, w poszukiwanych na Śląsku zawodach? W działania na rzeczy poprawy sytuacji na rynku pracy włączyła się między innymi właśnie KSSE, pilotując Program K2.

Dzięki działalności KSSE mamy zdiagnozowany zasób rynku pracy. Z materiału, z którym miałem okazję się zapoznać, jednoznacznie wynika, że pomimo dużego bezrobocia w niektórych częściach naszego województwa jest luka pokoleniowa i zapotrzebowanie na pracowników o określonych kwalifikacjach. Szkolnictwo zawodowe w pewnym momencie zostało zapomniane, a nawet zniszczone. W wielu miejscach nie było go w ogóle, w innych funkcjonowało, ale szkoliło na takich profilach, które nie odpowiadały na zapotrzebowanie rynku. Dzisiaj wiemy kogo brakuje i jacy pracownicy są poszukiwani na rynku, między innymi w firmach KSSE. Mało tego, jesteśmy doskonale przygotowani – co wynika z oceny potencjału uczelni i szkół średnich – do tego, żeby wykształcić absolwentów tych szkół i uczelni w takich specjalnościach, które są potrzebne.

W programach nauczania szkół zawodowych akcent musi być postawiony na praktykę

Jak w działaniach zmierzających do poprawy podaży fachowców można pomóc KSSE?

Jeśli będą zapewnione środki, rolą KSSE będzie koordynacja działań na linii samorząd – przedsiębiorcy – szkoła zawodowa i wykorzystanie tego potencjału. W oparciu o niego niezbędne będzie sprofilowanie kierunków nauczania, żeby były odpowiedzią na zapotrzebowanie rynku pracy. Za funkcjonowanie tych szkół odpowiadają samorządy, więc samorządy też siłą rzeczy muszą się w to włączyć. W programach nauczania szkół zawodowych akcent musi być postawiony na praktykę. Oprócz zajęć tradycyjnych, dydaktycznych, dwa lub trzy dni w tygodniu uczniowie powinni spędzać u przedsiębiorcy, wykonując czynności praktyczne. Z jednej strony będą wykonywać zadania na rzecz pracodawcy, a z drugiej – zostaną przygotowani do zawodu. Nie wymyślamy niczego nowego – to formuła znana i kiedyś powszechnie stosowana. Jest tu jednak potrzebna inicjatywa, bo dzisiaj mamy do czynienia już z innym przedsiębiorcą, innym zapotrzebowaniem i innymi technologiami niż kiedyś. Inne też musi być myślenie młodych ludzi, między innymi w zakresie mobilności i uniwersalności posiadanych umiejętności, tak, aby móc się w przyszłości odnaleźć również u innego pracodawcy.

To, czego KSSE potrzebuje, by aktywnie koordynować te zmiany, to oczywiście pieniądze...

Tak, bo to w tym momencie korzyść musi być obopólna. Przedsiębiorca odniesie korzyść z pracy zatrudnionych osób, ale będzie musiał tych absolwentów przygotować, czyli ponieść określony koszt. Trzeba się nim będzie rozsądnie podzielić. Część tego kosztu przygotowania zawodowego na pewno musi być przypisana samorządowi, część przedsiębiorcy, a dodatkowa pomoc ze strony państwa spowoduje, że odciążymy te dwie strony, przynajmniej w pierwszych latach – w czasie, którego program ten będzie potrzebował, aby się przyjąć. Miejmy nadzieję, że po kilku latach okaże się, że młodzież będzie chciała się tu kształcić i pracować. ●

JUŻ KILKANAŚCIE FIRM REALIZUJE PROGRAM K2

TRWAJĄ INTENSYWNE PRACE NAD REALIZACJĄ PROGRAMU K2, KTÓRY – PRZYPOMNIJMY – MA NA CELU DOSTOSOWANIE OFERTY SZKÓŁ PONADGIMNAZJALNYCH I CENTRÓW KSZTAŁCENIA DO POTRZEB RYNKU PRACY, A TAKŻE STANDARDYZACJĘ STANOWISK PRACY. OD MAJA DZIAŁA CENTRUM PRACY I STAŻY K2, KTÓREGO CELEM JEST ALOKOWANIE ABSOLWENTÓW DO PRACODAWCÓW W CELU NABYCIA U NICH WYMAGANEGO DOŚWIADCZENIA ZAWODOWEGO I ZDOBYCIA PRZEZ NICH STAŁEGO ZATRUDNIENIA. W BAZIE K2 ZNAJDUJE SIĘ JUŻ KILKUSET ABSOLWENTÓW ZAINTERESOWANYCH STAŻAMI, Z DNIA NA DZIEŃ PRZYBYWA RÓWNIEŻ FIRM, KTÓRE WŁĄCZAJĄ SIĘ W REALIZACJĘ PROGRAMU



Tak pokaźna baza absolwentów zebrana została podczas kilkunastu spotkań koordynatorów Programu z kończącymi edukację uczniami szkół zawodowych i techników. Pracownicy firmy Landster, pod której skrzydłami rozwija się program, odwiedzili m.in. szkoły w Gliwicach, Bielsku-Białej, Czechowicach-Dziedzicach, Bytomiu, Rudzie Śląskiej, Jastrzębiu, Cieszynie, Żywcu i Chorzowie. Podczas spotkań ankietowali absolwentów, uzyskując odpowiedzi na pytania dotyczące m.in. uzyskanego zawodu czy też akceptowanego czasu dotarcia do miejsca pracy. Jak się okazuje, zdecydowana większość absolwentów, którzy zapisali się do Programu K2, a więc takich, którzy wykazali zainteresowanie stażami, to osoby z wykształceniem o profilu technicznym.

Wśród nich są również elektrycy. Dobrze się składa, ponieważ jest to jeden z najbardziej poszukiwanych zawodów. Dla elektryków nie brakuje ofert staży. Taki wniosek można wysnuć, przeglądając propozycje, które zostały



Adriana
Urgacz-Kuźniak

złożone przez firmy działające m.in. w ramach Katowickiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej. Tych ofert od końca roku szkolnego jest już kilkanaście. Do udziału w stażach zapraszają m.in. zakłady działające na terenie Gliwic, Bielska-Białej i Czechowic-Dziedzic. Wszystkie propozycje znaleźć można na facebookowym fanpage'u Programu K2, dostępnym pod adresem: www.facebook.com/centrumstazyK2. Co ciekawe, pojawiły się tam również pierwsze oferty pracy. Oprócz koordynowania programów stażowych, twórcy K2 zaangażowali się również w proces standaryzacji stanowisk pracy, zbierając przy tej okazji uwagi dotyczące podstaw programowych dla szkół zawodowych i techników. Warto przypomnieć, że w lipcu Ministerstwo Edukacji Narodowej ogłosiło konsultacje w tej sprawie. Swoją opinię na temat podstaw programowych można wyrazić za pośrednictwem formularza dostępnego na stronie www.opinie.koweziu.edu.pl. – Pracodawcy nie są zadowoleni z tego, co proponują

szkoły zawodowe. W części mogą być za to odpowiedzialne podstawy programowe. Dlatego na stronie internetowej MEN powiesimy ankiety dotyczące każdego zawodu – mówiła minister edukacji. – Sprawdźcie je i weźcie udział w naszych konsultacjach. Bardzo nam na nich zależy. Im więcej pracodawców wyrazi swoją opinię, tym więcej będziemy wiedzieć – apelowała tuż przed rozpoczęciem konsultacji Joanna Kluzik-Rostkowska. Do współpracy przy tych działaniach zapraszamy nie tylko firmy działające na terenie Katowickiej Specjalnej

Strefy Ekonomicznej lecz także pozostałych pracodawców działających poza strefą. Koordynatorzy Centrum Pracy i Staży K2 błyskawicznie zareagowali również na wciąż pogarszającą się sytuację w górnictwie, zapraszając do udziału w programie absolwentów szkół górniczych, którzy chcieliby poszerzyć swoje kwalifikacje zgodnie z zapotrzebowaniem pracodawców. Kursy koordynowane przez Program K2 są bezpłatne i dają możliwość nabycia praktycznych umiejętności oraz zdobycia nowego zawodu. Co będzie się działo w ramach Programu K2 w ciągu najbliższych miesięcy? Uczniowie wrócą do szkół i niezbędne będzie przygotowanie dla nich atrakcyjnych programów praktyk, poprzez uruchomienie praktycznej nauki zawodu u pracodawców we współpracy z wybranymi szkołami i Centrami Kształcenia Praktycznego i CKZiU oraz eksperymentalnych programów nauczania. Więcej informacji można uzyskać pisząc na adres k2@landster.pl lub dzwoniąc pod numer tel. 602 644 455. ●



ATRAKCYJNOŚĆ INWESTYCYJNA KATOWIC ROŚNIE

Z MARCINEM KRUPĄ, PREZYDENTEM KATOWIC ROZMAWIA ANNA NOWAK

Kto jest kim?

MARCIN KRUPA

Urodził się i mieszka w Katowicach. Jest żonaty, ma dwoje dzieci. Absolwent wydziału transportu Politechniki Śląskiej. W 2005 r. obronił pracę doktorską z dziedziny Budowy i Eksploatacji Maszyn, a następnie pracował jako adiunkt na tej samej uczelni. Ukończył również studia podyplomowe z zakresu Zarządzania Organizacjami. W latach 2006-2010 radny Rady Miasta Katowice, gdzie pełnił funkcję wiceprzewodniczącego Klubu Radnych „Forum Samorządowe i Piotr Uszok”, a także przewodniczącego Komisji Skarbu. Był również członkiem Komisji Rewizyjnej i Komisji Ochrony Zdrowia i Środowiska. Wiceprezydent Katowic w latach 2010-2014, odpowiedzialny za strategiczne obszary w mieście. Nadzorował prace w zakresie: planowania strategicznego, rozwoju systemów transportowych, ochrony i kształtowania środowiska, gospodarki komunalnej, zagospodarowania i planowania przestrzennego oraz budownictwa. Jest ekspertem ds. oceny projektów unijnych w ramach RPO Województwa Śląskiego, sędzią sportów samochodowych oraz biegłym skarbowym środków transportu samochodowego. Interesuje się też nowymi technologiami.



STREFA: Jakie są priorytetowe projekty, które chce Pan zrealizować w najbliższym czasie w Katowicach?

Marcin Krupa: – Zapisałem to w mojej umowie z mieszkańcami, którą można nazwać również programem poprawy jakości życia w mieście. W Katowicach mamy za sobą wieloletni okres dużych inwestycji infrastrukturalnych, jak przebudowa śródmieścia czy powstanie Strefy Kultury, z obiektami takimi jak Międzynarodowe Centrum Kongresowe czy gmach Narodowej Orkiestry Symfonicznej Polskiego Radia. Na pewno należy kontynuować to, co nam dobrze idzie, a więc pozyskiwanie i wspieranie inwestorów, a przez to generowanie nowych miejsc pracy. Dbaliśmy i dbamy o inwestorów strategicznych, ale powstał również referat, który będzie działał na rzecz małego i średniego biznesu. Katowice obrały kierunek na kulturę i przemysł spotkań. Coraz częściej mówi się o naszym mieście np. w kontekście wydarzeń kulturalnych i sportowych, kongresów i targów, ale też ciekawych inicjatyw oddolnych, inspirowanych przez mieszkańców, lokalnych przedsiębiorców czy aktywistów. Większej uwagi wymagają teraz dzielnice miasta. Dlatego moje pierwsze decyzje dotyczyły między innymi budowy trzech basenów w Katowicach z małymi strefami SPA i zabezpieczenia w budżecie środków na ten cel. Ważny kierunek działań to rozwiązanie problemów komunikacyjnych w mieście, połączenie dzielnic wygodnym i szybkim transportem publicznym z centrum miasta, rozbudowa infrastruktury rowerowej. W tym mieści się budowa centrów przesiadkowych, nowych linii tramwajowych jak zapowiedziana przeze mnie linia na południe Katowic, czy uspokojenie ruchu w centrum miasta przez wprowadzenie strefy Tempo 30. Liczę przy tym na dobrą współpracę z mieszkańcami, którzy między

innymi dzięki Budżetowi Obywatelskiemu, mogą sami projektować miasto, wskazując zadania do realizacji. Budżet Obywatelski 2016 w Katowicach jest jednym z najwyższych w Polsce.

Widziałby Pan aglomerację górnośląską jako jedno miasto?

Jestem zwolennikiem takiego rozwiązania, które mogłoby zafunkcjonować na przykład na wzór modelu warszawskiego, nie czekając na ustawę metropolitalną. Mamy potencjał, który powinniśmy lepiej wykorzystać, bo tylko działając wspólnie możemy stanowić konkurencję dla innych, dużych ośrodków miejskich, przede wszystkim dla stolicy. Oczywiście należy określić funkcje, jakie dzisiejsze miasta miałyby pełnić w ramach tego jednego i które pozwoliłyby się rozwijać równomiernie całej aglomeracji.

Uważa Pan, że Górny Śląsk w pełni wykorzystuje swój potencjał?

Uważam, że moglibyśmy robić to lepiej, między innymi nie dublując pewnych funkcji. Niestety dziś częściej ze sobą konkurujemy, niż współpracujemy. Wprawdzie w ramach Górnośląskiego Związku Metropolitalnego podjęliśmy jeszcze raz próbę współdziałania w kluczowych dla nas sprawach, jak integracja transportu miejskiego i dobrze, gdyby nam się to udało. Mamy pewne osiągnięcia w dziedzinie rewitalizacji i wiele miast może się dzisiaj pochwalić zabytkami techniki, które stanowią o ich atrakcyjności, w Katowicach to między innymi Strefa Kultury na terenie po KWK Katowice. Mam też na myśli rewitalizację społeczną, która stopniowo dokonuje się w lokalnych społecznościach, w oparciu o działania aktywistów i sąsiedzkie więzi. Jednym z dobrych przykładów jest tu Nikiszowiec, gdzie działania miasta wsparte przez organizacje pozarządowe i samych mieszkańców doprowadziły do odrodzenia dzielnicy.



Jak Pan ocenia dotychczasową działalność KSSE?

Katowicka Specjalna Strefa Ekonomiczna od lat pozytywnie wpływa na rozwój gospodarczy całej aglomeracji. Dzięki niej za-inwestowały w regionie firmy czołowych, światowych marek i na pewno będzie przyciągać kolejne inwestycje. Pozycja KSSE, jako jednej z najdynamiczniej rozwijających się europejskich stref ekonomicznych, na pewno buduje też rangę samych Katowic na arenie międzynarodowej.

Śląsk jednak nie tylko przemysłem stoi. W Katowicach pojawia się coraz więcej firm chociażby z sektora BPO. Czy miasto będzie starało się przyciągać kolejnych inwestorów z tego i innych sektorów?

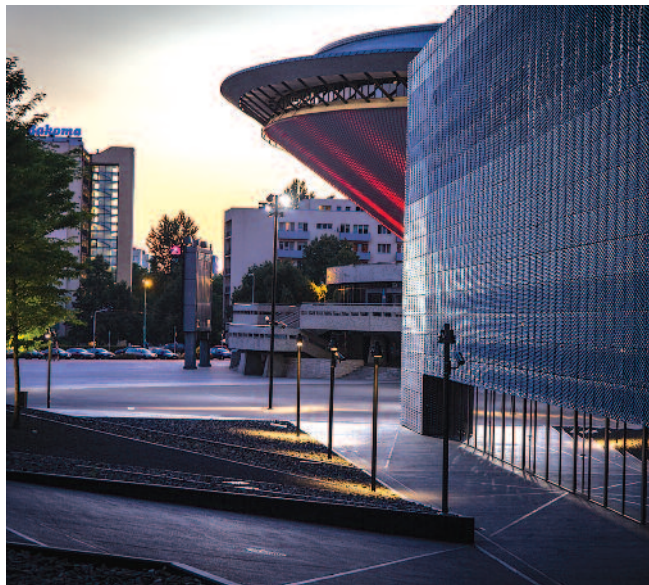
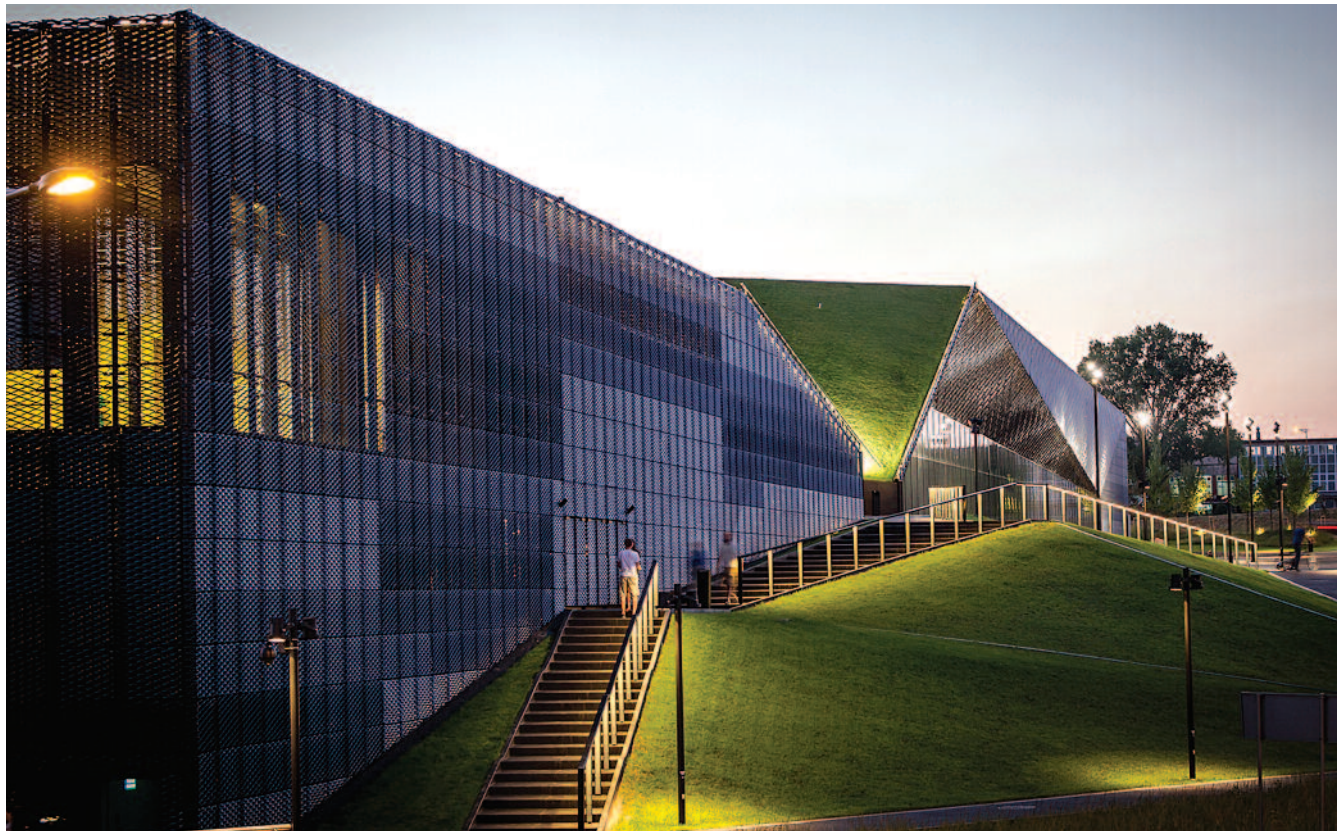
W Katowicach chętnie otwierają swoje centra firmy z sektora nowoczesnych usług biznesowych jak na przykład IBM, Capgemini czy PwC. Warto wspomnieć, że w całej naszej aglomeracji w tym sektorze pracuje ponad 15 tysięcy osób. Zależy nam jednak na zróżnicowanym rynku pracy. Jako jedni z nielicznych wspieramy rozwój nanotechnologii i jesteśmy w gronie członków-założycieli Śląskiego Klastra Nano. Dodatkowo staramy się o przyciągnięcie firm zajmujących się lekką produkcją, co wpłynie na zrównoważony rozwój gospodarczy miasta. Cały czas rośnie atrakcyjność inwestycyjna Katowic, a dla inwestorów jest ważne, że rozumiemy ich problemy i próbujemy je rozwiązywać, oferując na przykład akcje marketingowe czy dostosowanie transportu publicznego.

Niedawno rząd ogłosił długo wyczekiwany „Program dla Śląska”. Jak Pan go ocenia?

– Jest w nim wiele elementów służących rozwojowi przedsiębiorczości na Śląsku i to oceniam pozytywnie, natomiast ubolewam, że program nie został szeroko omówiony i skonsultowany z samorządowcami i organizacjami biznesowymi na Śląsku, w szczególności branżą okotógórnica, co znów wskazuje na autorytarne podejście do spraw regionu.

W programie pojawiły się również wątki związane z rynkiem pracy. Na razie wygląda na to, że młodzi uciekają ze Śląska do innych miast Polski, albo wybierają pracę zagranicą. Ma Pan jakieś pomysły jak ich zatrzymać? Priorytety to możliwość nauki w dobrej szkole, znalezienia satysfakcjonującej pracy i mieszkania. Ale Katowice muszą być też atrakcyjnym miejscem do życia. Mamy dobre uczelnie, które rozbudowują swoją infrastrukturę, kwitnie życie studenckie. Obok architektury rozwija się design, współpraca artystów z przedsiębiorcami. Mamy sporo terenów zielonych, które obrastają ciekawą infrastrukturą. Pojawia się też coraz więcej miejsc, w których można spędzić czas, dobrze zjeść i się pobawić, a do fenomenów należy ulica Mariacka, tętniąca życiem każdego dnia, z występami teatrów, koncertami, pokazami filmów. Wypiękniło centrum, rozwijają się katowickie dzielnice, z których każda ma coś ciekawego do zaoferowania, rośnie lokalna duma mieszkańców. Myślę, że powoli Katowice stają się nie tylko dobrym do miesz-





kania, ale też modnym miastem, musimy tylko konsekwentnie budować ten wizerunek na zewnątrz.

Międzynarodowe Centrum Kongresowe może w tym pomóc?

Potencjał tej inwestycji jest bardzo duży. To promocja regionu, możliwość organizacji ciekawych imprez i przyciągania biznesu. Przypomnę, że w MCK odbył się w tym roku między innymi Europejski Kongres Gospodarczy, a opinie jakie słyzałem od naszych gości, były bardzo pozytywne. Międzynarodowe Centrum Kongresowe działa od marca, a już odbyło się tam ponad 30 imprez, w tym targi, kongresy, konferencje i imprezy sportowe jak Intel Extreme Masters Expo, czyli targi towarzyszące mistrzo-

stwom w grach komputerowych. Do czerwca przez MCK przewinęło się 150 tysięcy osób, a w kalendarzu trudno znaleźć wolne terminy na drugą połowę roku. Wszystko to powoduje, że nie martwię się o przyszłość MCK, a Katowice mają szansę stać się ważnym ośrodkiem turystyki biznesowej. Dodam, że MCK i jego otoczenie z całą Strefą Kultury stanowią miejsce rekreacji i wypoczynku dla mieszkańców Katowic i regionu. To ciekawa przestrzeń, z zielenią i małą architekturą, z ofertą kulturalną i gastronomiczną. W przyszłości na pewno zostanie uzupełniona o prze-myślaną zabudowę mieszkaniową i usługową w sąsiedztwie. Jeśli ktoś jeszcze nie był na zielonym dachu MCK, żeby popatrzeć z niego na Katowice, to radzę szybko naprawić ten błąd. ●

(OD)CZAROWANE MUZEUM ŚLĄSKIE

MUZEUM WINNO MIEĆ DWA WZGLĄDY NA UWADZE: WZGLĄD POLITYCZNY I WZGLĄD NA OŚWIECENIE PUBLICZNE. Z RACJI POLITYCZNYCH WINNO ONO BYĆ WZNIESIONE Z TAKIM SPLENDOREM I WSPANIAŁOŚCIĄ, ABY PRZEMAWIAŁO DO WSZYSTKICH OCZU I ŚCIAGAŁO Z CZTERECH STRON ŚWIATA CIEKAWYCH, KTÓRZY CZULIBY SIĘ ZOBOWIĄZANI DO UDOSTĘPNIENIA SWYCH BOGACTW I PRZEKAZANIA ICH LUDOWI PRZYJAZNEMU SZTUKOM

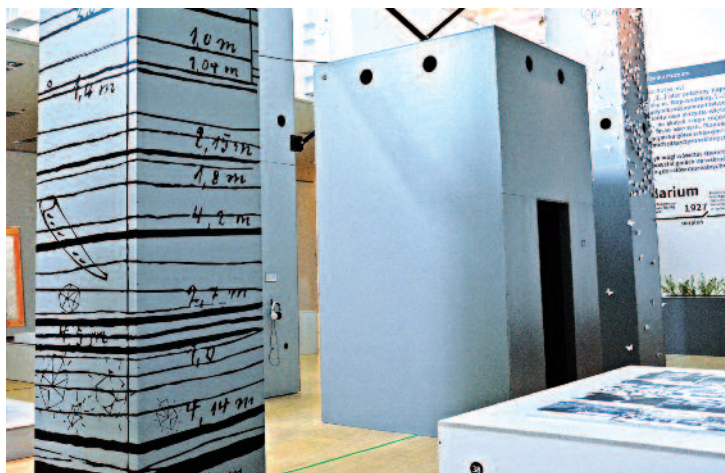


Takimi sprytnymi argumentami karmił francuskie władze rewolucyjne Alexandre Lenoir, malarz, konserwator i twórca Musée des Monuments Français. Założone w 1796 r. muzeum zmierzyć się musiało z porewolucyjnym światem dewastacji i grabieży, w którym znienawidzone zostało wszystko to, co piękne. Okaleczona sztuka i oblepiona świeżo rozlaną krwią historia znalazły wtedy schronienie w zsekularyzowanym klasztorze Petits-Augustins w Paryżu. Czy świętujące „festiwal otwarcia” Muzeum Śląskie zostało „wzniesione z takim splendorem i wspaniałością, aby przemawiało do wszystkich oczu i ścigało z czterech stron świata ciekawych”? Po wyjściu z budynku głowę dałabym sobie uciąć, że TAK! Wpadłam w zachwyt tak wielki, że chwyciłam za telefon, by swoim entuzjazmem zarazić jak największą liczbę znajomych mi osób. Byłam jak viral – rozsyłałam swoją opinię w sieci z prędkością światła.



Adriana
Urgacz-Kuźniak

Co „powaliło mnie na kolana”? Już sam obiekt nie pozwala pozostać obojętnym. Pomysł austriackich architektów z pracowni Riegler Riewe Architekten z Grazu znakomicie wpisał się w śląski etos. Serce Muzeum znajduje się bowiem 14 metrów pod ziemią, co przywołuje uzasadnione skojarzenie z podziemną pracą w kopalni. Na zewnątrz znajdują się jedynie „oczy” i „płuca” obiektu – idealne w swoim designie szklane kostki doświetlające i wentylujące pomieszczenia muzealne. Są półprzezroczyste, zatem ich konstrukcje nie burzą spójności otaczających je poprzemysłowych budynków. Całość uzupełnia szyb kopalniany, udostępniony zwiedzającym jako wieża widokowa. Również wewnątrz spełniło moje oczekiwania. Na uwagę zasługuje przede wszystkim wspaniały układ schodów, prostolinijny, minimalistyczny i kartonowy, przywołujący na myśl Muzeum Guggenheima czy Filharmonię Szczyńską, wyrazista identyfikacja wizualna, szklane ściany



i przemysłane oświetlenie. Wszystko tu pasuje do siebie jak ulał. Jest przestrzeń, jest rozmach, jest splendor. Kolejnych doznań estetycznych dostarczyły ekspozycje. Na górnym poziomie – obrazy, rzeźby i instalacje, a zwłaszcza sztuka współczesna. Na dolnym – pętla czasu, przemierzając którą obserwujemy zmieniającą się ziemię śląską, od pradziejów po czasy współczesne. Ten labirynt „wszystkiego” gwarantuje znakomitą wycieczkę, pełną koloru, faktury, dźwięku, intensywności, dynamiki, interdyscyplinarności, interakcji i realistyczności. Perfekcyjne niemal w każdym szczególe – od zmieniającego się podłoża, po właściwe dla epoki i przedstawionego świata głosy. Obserwator bombardowany jest bodźcami, które nie pozwalają mu pozostać obojętnym, znudzić się, czy zmęczyć. To jak jazda rollercoasterem po torze historii. A do tego wszystkiego elementy mijanej rzeczywistości są namacalne, a nie – jak to bywa w muzeach – szczelnie zamknięte w szklanych gablotach. I tu jest pies pogrzebany. Z definicji muzeum to miejsce, do którego zabiera się dzieci na wycieczkę szkolną, pilnując nieustannie,

by były cicho i niczego nie dotykały. Można by się zastanowić, kto chciałby zamienić ciepłą wodę w basenie bądź jeziorze na zimne ściany takiej placówki? Chyba tylko pasjonat historii, bądź dziennikarz, który musi się poświęcić z kronikarskiego obowiązku. A jednak – Muzeum Śląskie przeżywa prawdziwe oblężenie. W ostatni weekend bezpłatnego zwiedzania (który okazał się przedostatnim, bo promocję przedłużono do 4 sierpnia), obiekt odwiedziło ponad 5 tys. osób. Świadomi historycznych zawirowań rodzice i dziadkowie zabierali ze sobą dzieci i wnuki. I słusznie – z myślą o nich w muzeum przygotowano szereg atrakcji. Od bardzo współczesnych – gier na multimedialnym stole, do nieco bardziej tradycyjnych klocków, czy – będące miksem tego co nowe i stare – fotoplastykonów i „domków dla lalek” przygotowanych z wykorzystaniem nowoczesnych technologii. Czy powoli rozumiecie, do czego zmierzam? Opisując Muzeum Śląskie, nie bez powodu posłużyłam się porównaniami właściwymi dla parków rozrywki. Bo obiekt ten ma z nimi wiele wspólnego. Oczywiście, rodzi to szereg

kontrowersji związanych z tym, czy muzeum, opowiadające często historię pełną ludzkiej tragedii, powinno budzić takie właśnie skojarzenia. Leszek Jodliński, były dyrektor Muzeum Śląskiego, nazywając zaprezentowaną w jego wnętrzu ekspozycję „filmem kategorii B”, zwraca uwagę na nieautentyczność prezentowanych eksponatów. Możemy dotknąć znajdujące się tam przedmioty, bo nie są autentyczne. Są jedynie kopią, reprodukcją i – jak nazywa to Jodliński – zwykłym erzacem. I w tym miejscu zastanawiając się nad funkcją i wartością Muzeum Śląskiego, sama ze sobą popadam w konflikt. Spisując listę za i przeciw takiemu prezentowaniu historii, wchodzę w ślepią uliczkę, z której nie widzę wyjścia. Z jednej bowiem strony uczciwie przyznaję rację Leszkowi Jodlińskiemu, że muzeum jest miejscem, które szczycić się powinno autentycznością zbiorów i do którego powinniśmy zaglądać po to właśnie, by zobaczyć prawdziwy dokument minionych dziejów. Z drugiej jednak strony jestem rodzonym dzieckiem popkultury i rozumiem, że sztuka, czy też – jak w tym przypadku opowieść historyczna – ma sens wtedy, gdy znajduje zrozumienie w oczach odbiorców.



Pochwała karmi sztukę – powiedział Seneka Młodszy. Jestem przekonana, że do Muzeum Śląskiego chętnie pójda ci, którzy nigdy nie włożyli na nogi muzealnych kapci. Wiem, że dzieci i młodzież nie znudzą się szybko zwiedzaniem, pobudzani co chwilę coraz to nowymi bodźcami. Znak współczesności – społeczeństwo szybkich, krótkich i łatwych przekazów nie odrzuci tego miejsca, znajdzie się w nim doskonale. A znajdując się, przy-

swoi być może choćby ogólny obraz historii Śląska, klimat miejsca, w którym żyje. Atrakcyjnie podana wiedza nie musi być bezwartościowa. Może rzeczywiście przypomina kserokopię oryginału, ale – jeśli wierną – to może nie jest to aż tak wielki grzech? Nie wstydźmy się tego, że od cichych muzealnych sal wolimy edukacyjne parki rozrywki. Świat gna do przodu, a zmiany nie omijają nawet „przeszłości ołtarzy”... ●

Metale w motoryzacji

RAZEM MOŻEMY WIĘCEJ

W RAMACH KLASTRA SILESIA AUTOMOTIVE POWSTAJE BAZA
PODDOSTAWCÓW I DOSTAWCÓW USŁUG OBRÓBCZYCH I INNYCH
ZWIĄZANYCH Z PRODUKCJĄ METALOWĄ DLA SEKTORA MOTORYZACJI.
KLASTER STAWIA NA ZINTENSYFIKOWANIE I ZOPTYMALIZOWANIE
WSPÓŁPRACY HANDLOWEJ WŚRÓD FIRM



Silesia Automotive z powodzeniem pełni funkcję brokera i integratora sektora motoryzacji. Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom firm z poziomu OEM i Tier 1, jak i firm oferujących usługi obróbcze, w ramach klastra przygotowujemy obecnie profile kompetencyjne firm, z którymi współpracujemy. Sporządzamy listę poddostawców i dostawców, które wyróżniają się szczególnymi kompetencjami i wyrażają zainteresowanie włączenia się w realizację wspólnych zamówień czy też są otwarte na dzielenie się zamówieniami. Inicjatywa ta związana jest z nowopowstałą grupą „Metale w motoryzacji”.

PO PIERWSZE: INTEGRACJA

30 czerwca br. w siedzibie podstrefy tyskiej KSSE została zainicjowana działalność grupy „Metale w motoryzacji” w ramach Silesia Automotive. Firmy, które jako pierwsze zaangażowały się w prace grupy zgodnie oceniły, że potrzebna jest większa integracja na poziomie poddostawców i dostawców oraz kooperacja, aby móc być partnerem dla dużych firm zarówno w zakresie kompetencji jak i modelu biznesowego, co pozwoli na poprawę własnej pozycji na rynku i przyniesie nowe szanse rozwojowe. Jedną z najsilniejszych stron Silesia Automotive i zarazem jednym z największych potencjałów wojewódz-



Paweł Sołtysik
odpowiedzialny
za kontakty między
firmami i jednostkami
naukowymi w ramach
Silesia Automotive

stwa śląskiego, jest znacząco rozbudowany sektor usług związanych z obróbką metalu na potrzeby sektora motoryzacji. W większości sektor ten tworzą polskie małe i średnie przedsiębiorstwa, które dotychczas w ograniczony sposób ze sobą współpracowały, pozostając jedynie na poziomie wzajemnego rozeznania od strony konkurencji na tym samym rynku. Obecnie firmy te w coraz większym stopniu dostrzegają potencjał w połączeniu sił w walce o nowe zlecenia i wzajemnym wspieraniu się. Grupa „Metale w motoryzacji” staje się forum i właściwym środowiskiem, w którym wypracowane zostaną nowe standardy działań obliczone na poprawę operatywności firm. Jedną z pierwszych inicjatyw zmierzających w tym kierunku jest przygotowanie listy poddostawców i dostawców wraz z bazą kompetencji, co pozwoli na właściwe zaprezentowanie oferty handlowej i dotarcie do klientów z konkretną i rzeczową informacją na temat własnych możliwości i referencji.

STRATEGICZNY DOSTĘP DO PARTNERÓW BIZNESOWYCH

Silesia Automotive skupia między innymi firmy duże, o międzynarodowym kapitale – a więc firmy z poziomu Tier 1 lub OEM, które lokują regionalnie swoją produkcję i rozbudowują sieć poddostawców i do-

stawców tworząc rynek zleceń dla kolejnych firm. Lista poddostawców i dostawców wraz z bazą kompetencji będzie z jednej strony stanowiła narzędzie wyboru partnerów oraz będzie budowała lokalne zaplecze kooperantów, a z drugiej, pozwoli firmom oferującym usługi obróbcze zwiększyć szanse dotarcia ze swoją ofertą do potencjalnych klientów i pomoże zbudować przewagę konkurencyjną względem firm działających w rozproszeniu. Wspólna praca ma przyczynić się również do podniesienia jakości usług oraz lepszego dopasowania ofert do zmieniających się wymagań klientów.

Analizując aktywność firm na rynku automotive, zapraszamy do współpracy w ramach grupy „Metale w motoryzacji” przede wszystkim firmy będące dostawcami tak elementów, półproduktów i detali, jak i dostawców wszelkich usług obróbczych (technologie obróbki mechanicznej, plastycznej, cieplnej i innych). Spotkanie inicjujące pracę w grupie „Metale w motoryzacji” miało miejsce w czerwcu. Określiśmy wówczas ramy pracy i główne cele funkcjonowania grupy. Od lipca do września będziemy kontaktować się z kolejnymi firmami, które potencjalnie mogą być zainteresowane udziałem w tej inicjatywie. Ponadto firmy już zaangażowane w pracę grupy rekomendują kolejne i wprowadzają w ten sposób nowych zweryfikowanych partnerów. Tym niemniej można również zgłosić się samodzielnie. Na stronie silesia-automotive.pl dostępny jest formularz informacyjny, który należy wypełnić i przesłać pod podany w nim adres. Po przesłaniu formularza skontaktujemy się z daną firmą, aby ustalić możliwości współpracy.

NOWE MOŻLIWOŚCI ROZWOJU DLA MSP

Obserwując zmiany, które nastąpiły w ostatnich latach na rynku, na tle procesów konsolidacyjnych i ograniczających działania w rozproszeniu, małe i średnie firmy są świadome, że potrzebne jest zaangażowanie w różnych formach współpracy z innymi firmami, aby skutecznie zdobyć większe zlecenia na rynku automotive. Można powiedzieć, że dotąd występowała zła praktyka, kiedy to firma nie mogąc zrealizować danego zlecenia w części czy w całości – czy to z uwagi na brak kompetencji, czy maszyny lub też aktualną niedostępność mocy produkcyjnych – rezygnowała ze zlecenia, albo w ogóle nie przekazywała wiadomości zwrotnej. Tymczasem komplementarne kompetencje i park maszynowy znajdowały się w bezpośrednim otoczeniu, o którym ta firma nie wiedziała. W takim układzie tracą wszyscy. Klient musi ponownie szukać potencjalnego wykonawcy i weryfikować rynek. Firma, która odmówiła zlecenia traci nie tylko potencjalne zyski, ale i traci strategicznie i wizerunkowo. Traci wreszcie lokalna gospodarka i sektor poddostawców jako całość. Odpowiedzią na to ma być dzielenie się zleceniami dzięki wymianie informacji na forum grupy. Zostanie uruchomiona specjalna aplikacja, dzięki której członkowie grupy w sposób poufny pod egidą Silesia Automotive będą wymieniali informacje i budowali tym samym partnerstwa strate-



giczne. Wymiana informacji będzie także podstawą do uruchomienia działań wyższego rzędu – będą organizowane spotkania wymiany dobrych praktyk oraz spotkania informacyjne związane z nowymi materiałami i technikami produkcji, a także spotkania poświęcone rozwiązaniem określonych problemów materiałowych lub technicznych, które wynikają z nowych potrzeb klientów. Tym samym współpraca poza pozycjonowaniem się na rynku i promocją własnej oferty (lista i baza kompetencji) oraz zoptymalizowaniem wykorzystania własnych zasobów (dzielenie się zleceniami) sięga celów związanych ze strategicznym rozwojem firm. Silesia Automotive stanowi naturalne środowisko dla takich działań. ●

JAK ZGŁOSIĆ SWOJE ZAINTERESOWANIE?

We wszystkich sprawach można kontaktować się z Pawłem Sołtysikiem z Silesia Automotive mailowo: p.soltysik@silesia-automotive.pl lub telefonicznie 508 958 434.

WARTO INWESTOWAĆ WE WŁAŚCIWYCH MIEJSCACH

Z DR. ADAMEM MOKRYSZEM, CZŁONKIEM ZARZĄDU MOKATE ROZMAWIA ANNA NOWAK

Kto jest kim?

ADAM MOKRYSZ

Od 2009 r. jest członkiem zarządu Mokate w Żorach. Odpowiada za rozwój nowych kierunków biznesowych firmy, tworzy jej strategię i tożsamość międzynarodową, a także prowadzi działania mające na celu dalszą ekspansję marki Mokate na całym świecie. Jako członek zarządu firmy przewodzi wielonarodowościowemu zespołowi najlepszych specjalistów i menadżerów w branży FMCG. Jest absolwentem Akademii Ekonomicznej w Katowicach kierunku Zarządzanie i Marketing. Na tej samej uczelni uzyskał tytuł doktora z zakresu ekonomii. Posiada także dyplom Uniwersytetu w Londynie z zakresu handlu zagranicznego. Ponadto ukończył prestiżowe studia podyplomowe IMD-AEDP – Accelerated Executive Development Program na Uniwersytecie w Lozannie w Szwajcarii.





Strefa: Mokate obchodzi w tym roku swoje 25-lecie. Jest co świętować. Czy mógłby Pan przybliżyć najważniejsze momenty dotychczasowej historii firmy?
Adam Mokrysz: W ciągu ostatnich 25 lat historii rodzinnej firmy Mokate było wiele milowych kroków w jej rozwoju. Przede wszystkim jednak, były one możliwe dzięki wsparciałym ludziom. Dzięki ich zaangażowaniu, wysokim kompetencjom i chęci ciągłego realizowania marzeń. Duży wpływ na dynamiczny rozwój Mokate miały także akwizycje w kraju i zagranicą. Dzięki nim staliśmy się jednym z największych producentów kaw, herbat i produktów instant nie tylko w Polsce, ale także w Europie Środkowo-Wschodniej. Dynamiczny rozwój organiczny w zakresie markowych produktów zaczęliśmy od wprowadzenia na rynek w 1992 roku Mokate Cappuccino. Był to wyrób pionierski i bardzo innowacyjny jak na tamte czasy. Rozwój kawowo-herbacianego portfolio doprowadził nas do zbudowania silnej pozycji brandowej oraz do uzyskania statusu jednego z największych eksporterów wśród polskich firm rodzinnych. Każdy nasz milowy krok był możliwy, gdyż postępowaliśmy zgodnie z takimi wartościami, jak pracowitość, pasja, perfekcja, wyobraźnia, punktualność i wrażliwość. Kultuujemy je nieprzerwanie od 1927 roku. To one nadal stanowią jeden z fundamentów sukcesów grupy Mokate.

Jak ocenia Pan – z perspektywy czasu – funkcjonowanie firmy w ramach Katowickiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej? Warto inwestować w Strefie?
Działalność Mokate w ramach Katowickiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej oceniam bardzo pozytywnie. To miejsce przyjazne dla przedsiębiorców. Działamy na jej terenie już wiele lat. Obecność tutaj dała nam możliwość kontynuowania dynamicznego rozwoju. To z kolei przełożyło się na zwiększenie przychodów oraz – co bardzo ważne – także na stworzenie kolejnych, nowych miejsc pracy. W pewnym stopniu przyczyniliśmy się więc do obniżenia wskaźników bezrobocia w regionie. Grupa Mokate zbudowała tu największą i najważniejszą dla grupy fabrykę. To Żory są miejscem naszych największych inwestycji. To tu produkujemy wszystkie kawy, w tym na przykład całą serię bardzo popularnych specjalności kawiarnianych Caffetteria Mokate oraz półprodukty dla przemysłu spożywczego i produkty instant. Warto inwestować we właściwych miejscach, a za takie uważam KSSE.

Jak duża jest obecnie „rodzina” Mokate? Ile osób Państwo zatrudniają i czy planowane są w najbliższych latach kolejne inwestycje?
Mokate to dziś grupa dziewięciu firm zatrudniająca ponad 1400 pracowników na całym świecie. Za dwa lata zakład Mokate w Żorach powiększy się. Powstanie nowoczesny zakład produkcyjny oparty o najnowsze rynkowe technologie. Rozwój w tej sferze przełoży się między innymi na wzrost zatrudnienia oraz na dalszy rozwój grupy.

Produkty Mokate znakomicie sprzedają się zagranicą. Proszę nam coś więcej opowiedzieć o eksportowych sukcesach firmy.
Nasza strategia działania na rynkach międzynarodowych od lat opiera się na czterech filarach – innowacji produktowej, dywersyfikacji oferty, budowaniu synergii produktowych w segmentach B2B i B2C oraz tworzeniu w każdym kraju sieci sprzedaży w oparciu o lokalny personel. Jak widać, sprawdza się doskonale, gdyż obecnie eksportujemy nasze produkty do ponad 65 krajów na całym świecie. Z każdym rokiem ta liczba będzie rosnąć. Jesteśmy dziś czołowym producentem kawy i herbaty w Europie Środkowo-Wschodniej, czyli między innymi w Polsce, Czechach, Słowacji, Węgrzech, Północy i na Bałkanach. W każdym z tych krajów nasze marki są w czołówce najlepiej sprzedających się w swoich kategoriach. Obserwujemy również wyraźny wzrost znajomości naszych marek poza Europą. Sprzedaż eksportowa rośnie. Na rynkach zagranicznych produkty z logo naszych marek są świetnie odbierane. Klienci doceniają ich jakość. Ich zainteresowanie budzi szeroki wachlarz asortymentowy. Z całą pewnością powiedzieć możemy, że grupa Mokate rozwija się dziś zgodnie z przyjętą strategią sprzedaży produktów markowych w oparciu o innowację i rozwój geograficzny.

Jakie są dalsze plany zagranicznej ekspansji, międzynarodowego rozwoju firmy? Czy dążą Państwo do stania się multispożywczym koncernem?
Nasze plany i działania koncentrują się na wprowadzaniu do oferty kolejnych rodzajów produktów najwyższej jakości i stałego rozwoju. Nie mają jednak na celu uzyskania przez Mokate statusu multispożywczego koncernu. Chociaż będąc firmą o międzynarodowym zasięgu, stale musimy dostosowywać się do lokalnych preferencji konsumentów. A świat konsumpcji podąża drogą instantynizacji produktowej.

Coraz więcej firm angażuje się obecnie w działania społecznie odpowiedzialne. Jakie inicjatywy z zakresu CSR Państwo podejmują?
Staramy się być blisko ludzi i ich codzienności. Nasza firma wspierała cykl międzynarodowych turniejów szachowych w Góleszowie. Zachęcamy ludzi do działania i pobudzamy myślenie. Popularyzujemy grę w szachy także poprzez program „Edukacja przez szachy w szkole”. Pomagamy również potrzebującym, placówkom oświatowym, przedszkolom, domom dziecka. Produkty Mokate przekazujemy jako pomoc do najdalszych zakątków świata – na przykład w czasie tajfunu w Filipinach. Włączamy się w wiele ciekawych wydarzeń sportowych i kulturowych. Wybieramy politykę zrównoważonego rozwoju. Jego aspekty wdrażamy we wszystkich wewnętrznych obszarach działalności spółki. Jesteśmy również członkami organizacji RSPO. Naszym celem jest tam promowanie wykorzystania oleju palmowego, pochodzącego z terenów, które nie przyczyniają się do zubożenia wartości przyrodniczych ani nie oddziałują negatywnie na ludność związaną z terenami uprawy.

Niedawno Mokate zmieniło całą identyfikację wizualną marki – czym była podyktowana ta zmiana?
Pod koniec 2014 roku marka Mokate zmieniła się dla swoich klientów. Poprzez stworzenie nowego wizerunku „Caffetteria Mokate”, przenosi ona kawiarniane smaki prosto pod strzechy polskich i europejskich domów. Nasza firma jest bowiem ekspertem od kawiarnianych przyjemności. Z jednej strony marka Mokate zmieniła się dla klientów idąc z duchem czasu i najnowszymi trendami marketingowymi. Z drugiej – zachowała przy tym swoje tradycyjne wartości, takie jak jakość, wyjątkowość i dbałość o konsumenta. Nowa szata graficzna mocniej podkreśla dziś elegancję i prestiż marki, która dzięki temu wzmacnia potencjał w kraju i zagranicą oraz swój międzynarodowy charakter.

Czy można się spodziewać w najbliższym czasie pokoleniowej zmiany warty w Mokate? Okragły jubileusz nie pozwala nie zadać tego pytania.
W Polsce mamy niewiele doświadczeń w dziedzinie sukcesji, bo nie było zbyt wielu okazji do zmian pokoleniowych w powojennej historii. Wiemy za to więcej jako przedsiębiorstwo, gdyż od zawsze w Mokate bardzo aktywnie włączamy się w rozwój naszej rodzinnej



firmy. Mam przyjemność – jako trzecie już pokolenie właścicieli – rozwijać grupę Mokate międzynarodowo. Nie byłoby to jednak możliwe bez wsparcia wszystkich członków naszej rodziny, którzy aktywnie działają na jej rzecz – to jest moich rodziców, mojej żony i siostry. Przede wszystkim jednak rożnych ten umożliwiają nam zespoły wspaniałych fachowców. Obecnie eksport to ponad 60 procent sprzedaży grupy Mokate z największą dynamiką wzrostu rok do roku. Cieszę się, że mam możliwość dalszego intensywnego rozwoju naszego rodzinnego biznesu założonego w 1927 roku.

W Państwa przypadku powiedzenie, że z „rodziną najlepiej wychodzi się na zdjęciu”, zupełnie się nie sprawdziło...
Firmy rodzinne na świecie mają się świetnie i są siłą napędową wielu gospodarek. Jestem przekonany, że w tej kategorii szklanka jest do połowy pełna, a nie pusta. Wyższość firm rodzinnych to zasługa elastyczności, jaką wykazują wobec zmiennych potrzeb rynku, łagodności i szybkości w podejmowaniu decyzji, a wreszcie – stabilności kadry, zwykle mocno związanej z właścicielami. Jestem dumny z pozycji naszej firmy rodzinnej, którą wypracowali moi dziadkowie oraz w szczególności rodzice. To oni stworzyli i rozwinęli – najpierw firmę Mokrysz, a następnie grupę Mokate. Byli i nadal są moimi najlepszymi nauczycielami – tak w życiu, jak i w biznesie. Praca jest naszą pasją, w której z realizujemy nasze marzenia. ●

RYNEK PRACY SIĘ ZMIENIA

OPTYMIZM OBSERWOWANY NA RYNKU PRACY W POLSCE UTRZYMUJE SIĘ
OD KILKU KWARTAŁÓW. NICTEŻ NIE ZAPOWIADA,
BY W CIĄGU NADCHODZĄCYCH MIESIĘCY POZYTYWNA AURA MIAŁA
ULEC OSŁABIENIU



Stopa bezrobocia w Polsce wciąż maleje, a jak pokazują wyniki raportu Barometr Manpower Perspektyw Zatrudnienia*, we wszystkich badanych regionach kraju oczekuje się wzrostu poziomu zatrudnienia. Z perspektywy kandydatów sytuacja nabiera coraz jaśniejszych kolorów. Tymczasem przed pracodawcami stają coraz częstsze trudności nie tylko w postaci znalezienia osób z poszukiwanymi przez firmy kompetencjami, ale też znalezienia pracowników w ogóle.

Wszystko wskazuje na to, że pozytywny trend na rynku pracy w Polsce będzie się utrzymywał. Jak pokazują wyniki opublikowanego przez ManpowerGroup kwartalnego raportu Barometr Manpower Perspektyw Zatrudnienia, pracodawcy w Polsce są umiarkowanie optymistyczni co do planów powiększania swoich zespołów w III kwartale br. Prognoza netto zatrudnienia dla Polski po korekcie sezonowej wynosi +4 proc. W ujęciu kwartalnym wynik spadł o 3 punkty procentowe, a w ujęciu rocznym nie ulega zmianie.

W sześciu z dziesięciu badanych sektorach gospodarki oraz we wszystkich regionach Polski oczekuje się wzrostu poziomu zatrudnienia. Nasz kraj jest wciąż jednym z najszybciej rozwijających się rynków, a potrzeba powiększania zespołów będzie się utrzymywać na stabilnym poziomie, dotycząc zarówno osób na stanowiskach

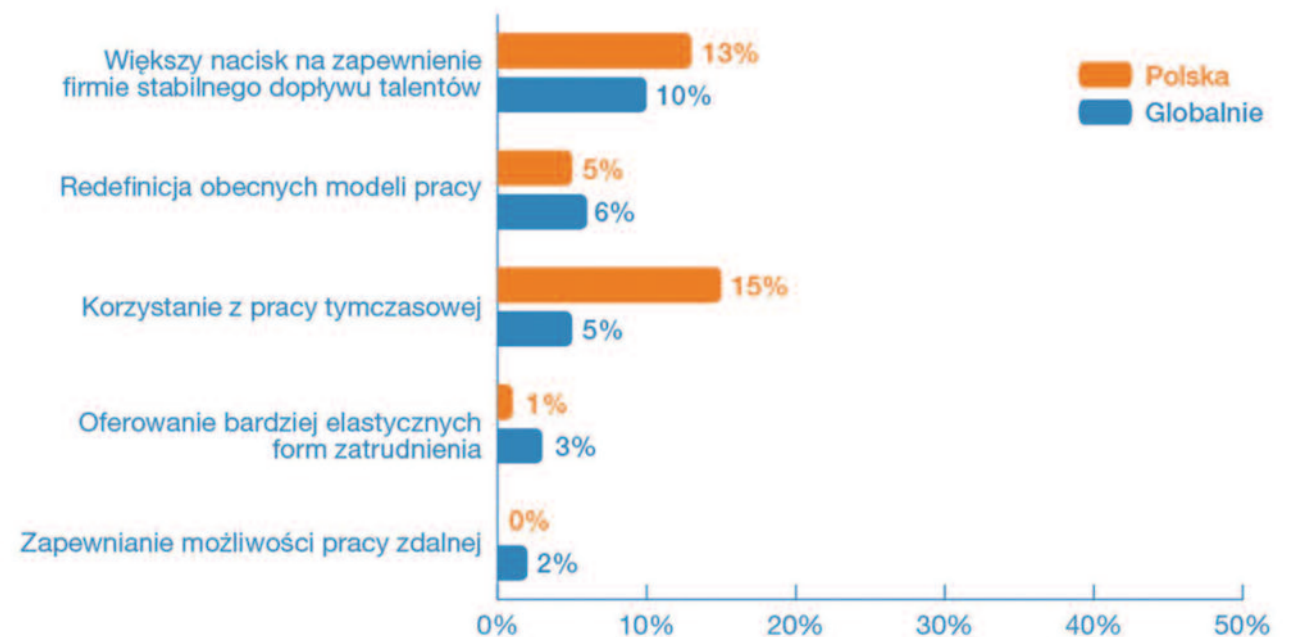


Luiza Luranc
* ekspert rynku pracy.
Od lat związana z agencją zatrudnienia Manpower, obecnie pracuje na stanowisku menedżera regionalnego z odpowiedzialnością za południową część kraju, w szczególności województwo śląskie. Ambasador merytorycznych opracowań oraz cyklicznych raportów ManpowerGroup

specjalistycznych, jak i wykwalifikowanych pracowników fizycznych. Najlepsze perspektywy odnotowano dla branż transport/logistyka/komunikacja oraz handel detaliczny i hurtowy. Stabilną dynamikę wzrostu widać również w produkcji oraz automotive. Największą chęć poszerzania swoich zespołów deklarują pracodawcy z dużych firm, liczących powyżej 250 pracowników. Również w ujęciu regionalnym odczuwalne są dobre nastroje inwestycyjne. Dodatnie prognozy zatrudnienia odnotowano we wszystkich sześciu regionach kraju (wg podziału Eurostatu). W regionie południowym, w skład którego wchodzi województwa śląskie i małopolskie oraz południowo-zachodnim, obejmującym województwa dolnośląskie i opolskie, sytuacja wygląda umiarkowanie optymistycznie. Właśnie te części Polski wydają się być najbardziej narażone na niedobór talentów. Problem ten staje się narastającą bolączką pracodawców we wszystkich regionach kraju, jednak ściana zachodnia Polski jest pod tym względem szczególnie wyróżniona. To skupisko miast kipiących inwestycjami i rozbudowaną infrastrukturą, a także połączonych siecią dobrych dróg, co ułatwia znalezienie i zmianę pracy. Nie bez wpływu na bieżącą sytuację pozostaje również bliskość granicy z Niemcami, która kusi część kandydatów wyższymi stawkami wynagrodzeń szczególnie w sezonie. Wszystkie te czynniki sprawiają, że

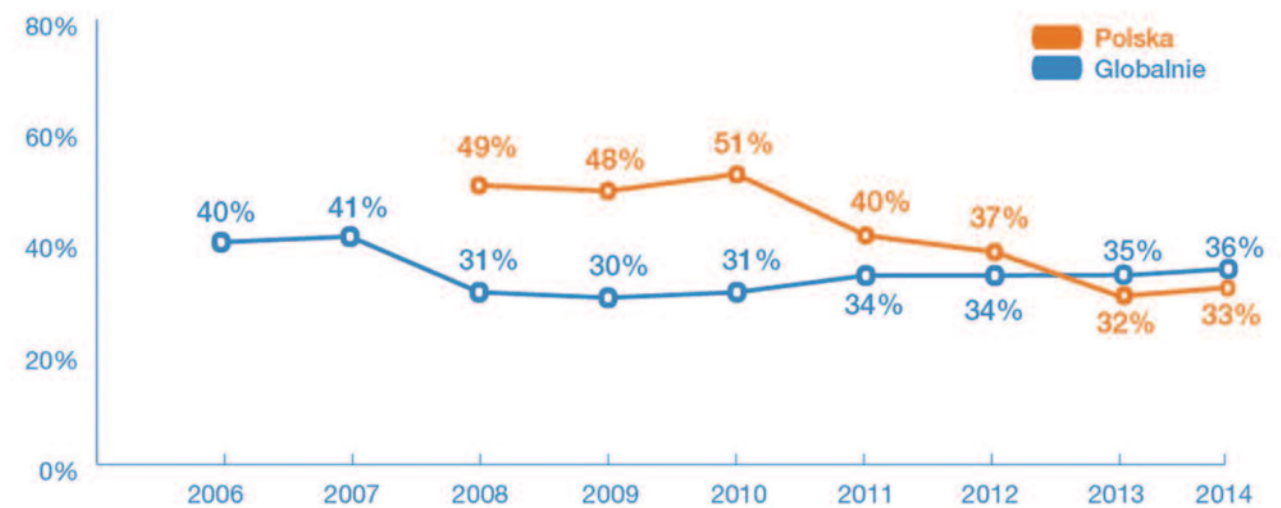
sprawne zarządzanie polityką personalną przedsiębiorstwa staje się coraz większym wyzwaniem. O kandydatów jest coraz ciężiej. To zapotrzebowanie na pracowników, w połączeniu ze zwiększającymi się trudnościami w ich pozyskaniu, wpływa na odczuwaną presję płacową. Możemy więc spodziewać się konieczności zwiększenia wzrostu nakładów na wynagrodzenia oraz syste-

my motywacji pracowniczej, choć na duże skoki przyjdzie jeszcze poczekać. Obserwujemy jednocześnie istotny zwrot sytuacji. Do niedawna problemem było znalezienie osób z kompetencjami odpowiadającymi na potrzeby pracodawców. W tym momencie kłopot stanowi pozyskanie pracowników w ogóle.



Źródło: raport ManpowerGroup, „Niedobór talentów 2014”

Najczęstsze sposoby pracodawców na radzenie sobie z niedoborem talentów



Źródło: raport ManpowerGroup, „Niedobór talentów 2014”

Ilość pracodawców odczuwających problem niedoboru talentów w Polsce i na świecie

Co ważne, na rynku pracy wygrywają obecnie nie tylko pracodawcy, którzy w walce o kandydata sięgają po kolejne benefity pracownicze, ale przede wszystkim ci, którzy dbają o employer branding. Wybierając pracodawcę, kandydaci biorą pod uwagę nie tylko wymierne korzyści, ale również opinię jaką dane przedsiębiorstwo cieszy się na rynku. Na tej podstawie podejmują decyzję czy warto mu zaufać, wiążąc z nim swoje życie zawodowe. Ten aspekt będzie nabierał na znaczeniu. Mniejsze kłopoty z pozyskaniem pracowników będą miały podmioty, które swój wizerunek wewnątrz i na zewnątrz będą budowały w sposób proaktywny wobec pracownika i kandydata poprzez kontakt z nimi oraz wyraźne wskazywanie walorów organizacji. Trend ten będzie się nasilał. Obserwowanej ewolucji podlegają bowiem nie tylko ramy rynku pacy. Ewoluuja również poruszający się na nim kandydaci, którzy odważniej podejmują decyzję o zmianie pracy, ale również o porzuceniu dotychczasowej lokalizacji. Częściej są w stanie opuścić dotychczasowe miejsce zamieszkania, by przeprowadzić się za pracą. Jednak co istotne, decyzję taką podejmują o wiele chętniej w przypadku oferty za granicą. Migracja zarobkowa w obrębie kraju jest mniej popularna oczywiście z uwagi na koszty relokacji i wciąż zbyt niski poziom wynagrodzenia pozwalający się utrzymać. To do-

datkowe wyzwanie dla pracodawców zlokalizowanych bliżej zachodniej ściany kraju, którzy o kandydata rywalizują często nie tylko z innymi firmami działającymi w regionie, ale również przedsiębiorcami z Niemiec. Stałe przybywa firm świadomych wagi employer brandingu oraz konieczności wprowadzenia zmian w strategii i funkcjonowaniu polityki personalnej. Coraz większa liczba pracodawców kładzie nacisk na świadome i korzystne kształtowanie swojego wizerunku oraz kontaktu z otoczeniem, dostosowując się do rynku kandydata. Pozwala to wierzyć, że dialog, który nawiąza, pomoże w pozyskaniu pracowników przekładając się na wzrost ich konkurencyjności oraz poprawę osiąganych wyników. We współczesnym świecie pracy to pracownik jest prawdziwą wartością, od której zależy osiągnięcie stawianych celów biznesowych. Kilka lat temu Manpower-Group przewidziało ten nowy porządek zapowiadając nastanie Ery Człowieka. Dziś skutki tego nowego status quo są wyraźnie odczuwalne.

* Kwartałne badanie Barometr Manpower Perspektyw Zatrudnienia przeprowadzono w Polsce już po raz 30. Raport z badania jest bezpłatny i ogólnodostępny w wersji polskiej i angielskiej na stronie www.manpowergroup.pl w zakładce „Raporty rynku pracy”. ●

COACHING OD KUCHNI

WIELE MENEDŻERÓW DOCENIA SIŁĘ COACHINGU I ARANŻUJE SESJE NIE TYLKO DLA SIEBIE, ALE I DLA SWOICH PODWŁADNYCH. JEST JEDNAK JESZCZE WŚRÓD NICH WCIĄŻ SPORO OSÓB, KTÓRE ROBIĄ ZDZIWIONĄ MINĘ, SŁYSZĄC SŁOWO „COACHING”. NA CZYM WIĘC ON POLEGA? POSTARAM SIĘ TO WYJAŚNIĆ



Na początku zajmijmy się kwestią rozumienia słowa „coaching”. Często zdarza się, że pod tym pojęciem pojmowane jest udzielanie wskazówek, dawanie rad, dzielenie się własnymi doświadczeniami, konsultacje. Te czynności nie mają jednak zbyt wiele wspólnego z rzeczywistymi działaniami coacha.

COACHING – COTAKIEGO?

W specjalistycznej literaturze, a także na różnych stronach internetowych znaleźć można wiele definicji coachingu. Najczęściej definiowany jest on poprzez odróżnienie go od innych form wspierania. Mówi się więc, że coaching to nie jest szkolenie, trening, że nie jest to mentoring, doradztwo, ani też psychoterapia. Z definicji takiej trudno jednak wytworzyć sobie klarowny obraz, czym jest coaching i jak naprawdę przebiega praca z coachem. Na ratunek przychodzi definicja stworzona przez International Coach Federation, zgodnie z którą, coaching jest interaktywnym procesem, który pomaga pojedynczym osobom lub organizacjom w przyspieszeniu tempa rozwoju i polepszeniu efektów działania. Coachowie pracują z klientami w zakresach związanych z biznesem, rozwojem kariery, finansami, zdrowiem i relacjami interpersonalnymi. Dzięki coachingowi klienci ustalają konkretniejsze ce-



Joanna Cisek-Dąbrowska
* autorka jest dyrektorem Centrum Rozwoju Kadr w Katowickiej Specjalnej Strefie Ekonomicznej

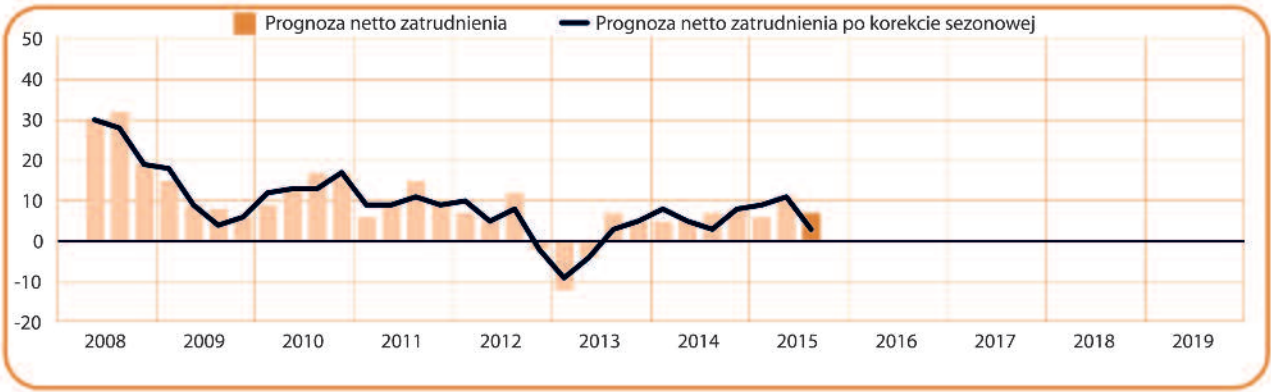
le, optymalizują swoje działania, podejmują trafniejsze decyzje i pełniej korzystają ze swoich naturalnych umiejętności.

ROLA COACHA

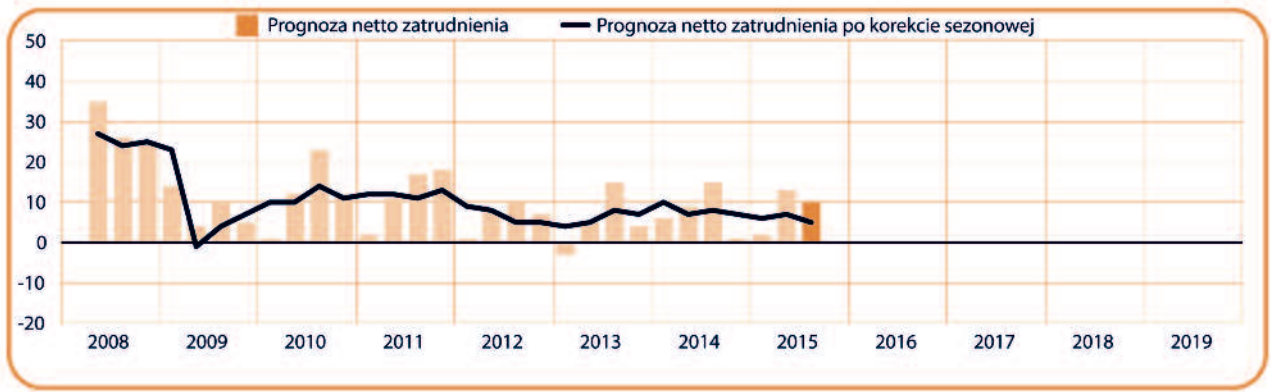
Profesjonalni coachowie zapewniają nieustającą współpracę przygotowaną specjalnie w celu niesienia pomocy klientom w osiąganiu satysfakcjonujących rezultatów w ich życiu zawodowym i osobistym. Coachowie pomagają ludziom poprawiać ich osiągnięcia i podnosić jakość życia. Są oni nauczani słuchania, obserwowania i przystosowywania własnego podejścia do indywidualnych potrzeb klienta. Dążą do wydobycia rozwiązań i strategii z jego wnętrza. Wierzą, że klient jest z natury kreatywny i pełen pomysłów. Zadanie coacha polega na wydobyciu tych umiejętności, zasobów i kreatywności, które klient już posiada.

NA SESJI U COACHA

Sesja coachingowa polega na przejściu ze skali makro do skali mikro, czyli na badaniu coraz większej liczby szczegółów. Coach posługuje się z reguły pytaniami otwartymi, a nie zamkniętymi, tzn. unika pytań, na które odpowiedź może być równoznaczna z „tak” lub „nie”. Nacisk kładzie się na pytania, które są opisowe, szczegółowe. Coach nie udziela rad, nie ocenia,



Polska Region Południowo Zachodni



Polska Region Południowy

W coachingu najważniejszy jest cel, który należy rozumieć jako rezultat, a nie działanie samo w sobie

jest nastawiony, aby klient z sesji wyniósł jak najwięcej dla siebie. Całość sesji dotyczy teraźniejszości, ewentualnie planowanej przyszłości. Natomiast rzadko kiedy badana jest przeszłość. Często coach nie musi wiedzieć dokładnie co się dzieje, wydarzyło, liczy się wydobycie zasobów klienta i to, co chce on osiągnąć. Dzięki sesji, klient dociera do tak zwanego „big picture” – wielkiego obrazu, na podstawie którego podejmuje decyzje, co chce robić i kiedy, natomiast coach wspiera go w tym procesie.

JAK WYGLĄDA SESJA COACHINGOWA?

Coaching, w najczęściej stosowanej formie, to rozmowa dwóch osób: coacha i klienta. Takie spotkanie nazywane jest sesją i może trwać kilkadziesiąt minut, godzinę, a nawet do kilku godzin – zazwyczaj jednak ok. półtorej godziny. Klasyczny coaching polega przede wszystkim na spotkaniu i rozmowie. Do jego przeprowadzenia niezbędne jest pomieszczenie, które zapewnia względny spokój i ciszę. Najczęściej takich spotkań jest około dziesięciu – jedno na trzy, cztery tygodnie. Są też odmiany coachingu oparte na innych formach kontaktu, takich jak telefon, Skype, komunikator, e-mail. Jak już wspomniałam, coaching rozumiany jako proces to zazwyczaj seria spotkań, pewien cykl.

KONTRAKT Z COACHEM

W czasie pierwszego spotkania dbający o klienta coach wyjaśnia, na czym polega proces coachingu, jak wyglądają spotkania i czego można się po nich spodziewać. Istnieje możliwość podpisania kontraktu z coachem, w którym mogą być zawarte takie elementy, jak: klauzula poufności, częstotliwość i długość spotkań, miejsce i forma coachingu, wysokość i forma wynagrodzenia dla coacha. Jeśli coaching jest finansowany przez firmę, w umowie przedstawiciel firmy zlecający coaching jest określany mianem sponsora. Umowa powinna zawierać sprecyzowane informacje dotyczące ewentualnych raportów tworzonych przez coacha dla sponsora i ich zawartości. Zapisy w umowie muszą być zgodne z kodeksem etyki przestrzeganym przez danego coacha. Informacje, jakie coach otrzymuje od klienta, nie mogą być przez niego przekazywane osobom trzecim. Warto coacha zapytać o kodeks etyczny na pierwszym spotkaniu. Zapoznanie się z jego zapisami z pewnością pozwoli klientowi poczuć się w tej relacji bezpiecznie.

PIERWSZE SPOTKANIE MA SZCZEGÓLNA WARTOŚĆ

Kluczową kwestią w coachingu jest cel. Podczas pierwszej sesji, jednym z pierwszych pytań zadawanych przez coacha jest pytanie typu: „Co chcesz osią-

gnąć dzięki coachingowi?” czy „Jaki jest Twój cel?”. Na początku bowiem coach wspólnie z klientem wytycza ramowo cel/cele, które klient chce osiągnąć w procesie coachingu, przy czym pozostawia klientowi samodzielność w jego realizacji. Cele należy rozumieć jako rezultaty, a nie działania same w sobie. Jeśli klient nie ma sprecyzowanego celu coachingu, coach zadaje odpowiednie pytania, które pomogą mu ten cel skryształizować. Warto wiedzieć, że raz wybrany cel niekoniecznie jest tym, nad którym pracuje się w ciągu całego procesu. Posłużmy się metaforą. Kiedy klient zaczyna coaching, rusza w drogę. Gdy jest w podróży, każdy etap może zmienić perspektywę patrzenia. Każda perspektywa może zmienić spojrzenie na cel podróży. W tym miejscu warto zaznaczyć, że w każdym wypadku cel coachingu pochodzi od klienta. Nawet jeśli sponsorem coachingu jest pracodawca, coach nie może narzucać klientowi celów, np.: „No dobrze, dziś będziesz pracował nad znalezieniem nowych klientów”. Coach zapyta, nad czym klient chce pracować. Tylko on przecież zna pełny kontekst biznesowy i osobisty całej sytuacji. I tylko on może poddać się zmianie do której potrzebuje być prawdziwie zmotywowanym. Coach nie tylko zapyta, ale jeszcze sprawdzi, upewni się czy cel jest wystarczająco silny i czy jest wystarczająco „celem klienta”. Gdyby tak nie postąpił, czekałaby ich – klienta i coacha – syzyfowa praca. Praca z celem, który nie jest prawdziwym celem klienta, który jest narzucony z zewnątrz, to niewykonalne zadanie. To wielka sztuka odnaleźć prawdziwy cel, a także umiejętnie go nazwać. To, że klient ma za zadanie zastanowić się, czego chce, ma podstawowe znaczenie dla progresu. Do osiągnięcia bardziej złożonych celów ludzie potrzebują głębokiej motywacji. Zadaniem coacha nie jest wskazywanie celu. Zadaniem coacha jest przeprowadzić klienta przez wizję, w której cel został osiągnięty.

CEL WYZNACZONY... I CO DALEJ?

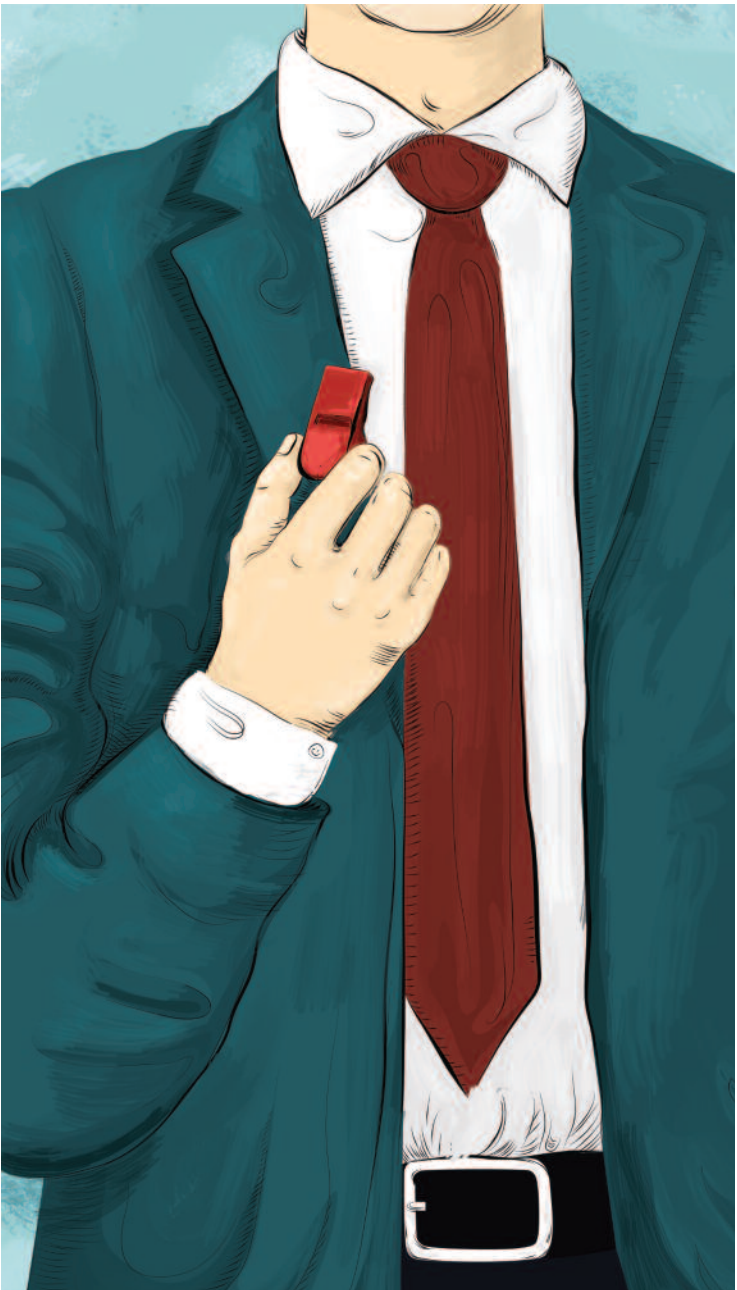
Kiedy klient już wie, co chce osiągnąć i nazwał swój cel, coach pomaga mu poszukać w jego rzeczywistości zasobów do jego realizacji. Coaching jest formą uczenia się, ale taką, która bazuje na lepszym zastosowaniu istniejących już zasobów. Klient odkrywa swoje zasoby w postaci różnorodnej wiedzy, umiejętności, zdolności, doświadczenia, istniejących relacji, a także zasobów materialnych. Warto wiedzieć, co już się ma, a czego jeszcze należy poszukać, uzupełnić. W czasach niezwykle szerokiego dostępu do informacji, kontaktów społecznych i innych zasobów ludzie często nie uświadamiają sobie, jak wielkimi zasobami już dysponują i jeszcze mogliby dysponować. Potrzebne są im umiejętności zarządzania swoimi zasobami i sobą. Coaching oczywiście na tym się nie kończy. Podczas coachingu przychodzi czas planowania. Klient już wie, dokąd zmierza i wie po co. Wie, co ma, a czego mu jeszcze brakuje. Następnie więc coach wspiera klienta w odpowiedzi na pytanie „Jak?”. Być może do tej pory w wybranym obszarze klient postępował zawsze w jeden, ustalony sposób. Być może gięły mu z oczu inne możliwości działania. Czasem

każdy z nas ulega codziennej rutynie. Przyjmuje po prostu, że „tak się robi” i gubi szerszą perspektywę. Narzędziem pracy coacha w tym miejscu są wszelkie techniki rozbudzania kreatywności. Klient nierzadko bywa zdziwiony liczbą opcji działania, którą udaje mu się wygenerować. Nabywa przekonania, że można inaczej, że „się da”.

COACH NIE ZROBI NIC ZA CIEBIE

Pamiętajmy jednak, że coach nie wybierze za klienta sposobu działania. To zawsze pozostaje w gestii klienta. Klient wybiera, klient działa, klient ponosi konsekwencje. Dzięki temu bierze na siebie odpowiedzialność, a co za tym idzie, nabywa pewności siebie. Coach nie powie: „zrób tak, a tak nie rób”. Coach zapyta: „Które działanie wybierasz?” Jeśli bowiem coach narzuci działanie klientowi, możliwe są dwa rezultaty: klient odnosi sukces, który przypisuje coachowi, bo to on mu tak poradził albo: klient odnosi porażkę, za którą winę zrzuca na coacha. Jeśli klient decyduje sam, w przypadku sukcesu osiąga większą pewność siebie. W przypadku porażki ma niezastąpioną szansę uczenia się na błędach. Na kolejnych sesjach coach pyta o to, co było skuteczne, a co nie. Często klient jest zdziwiony, jak łatwe było osiągnięcie rzeczy, które wcześniej wydawały się barierami nie do pokonania. Takie spostrzeżenia uskrzydlają. Dodają dodatkowej motywacji. Burzą kolejne bariery. Przegląd osiągniętych sukcesów to okazja do wyciągnięcia wniosków na przyszłość, okazja do rewidowania planów, zmieniania ograniczających przekonań. Czasem warto powrócić do podstawowego dążenia i sprawdzić, czy nadal pozostaje aktualne. Użyjmy naszej metafory. Podróż trwa. Czasem zwalnia, czasem przyspiesza. Czasem droga jest kręta, innym razem kamienista. Klient jednak już wie, że najwięcej w tej drodze zależy od niego. On jest kierownikiem tej podróży. A z czasem... staje się coachem sam dla siebie.

Cdn. Coachingowy styl zarządzania – z coachingiem zarządzać łatwiej...



RODZAJE COACHINGU

Coaching, w zależności od osób do których jest skierowany lub też celu, jaki ma zostać osiągnięty, można podzielić na kilka rodzajów:

Business coaching – dotyczy doskonalenia pracy własnej biznesmenów i poprawiania efektywności. Podstawowym celem jest szkolenie pracowników tak, aby poprawili umiejętność osiągania wyznaczonych celów oraz rozwinęli własny potencjał. Powszechnie uważa się, że coaching w tym obszarze powinien być prowadzony przez profesjonalnych coachów, a nie podczas okazjonalnych spotkań z menedżerami liniowymi.

Executive coaching – przeznaczony jest przede wszystkim dla menedżerów najwyższego szczebla, aby poprawić ich umiejętności przywódcze – zdolności motywowania, budowania autorytetu oraz by rozwinąć sposoby podejmowania strategicznych decyzji.

Career coaching – skierowany jest głównie dla osób poszukujących nowej pracy – bezrobotnych bądź też chcących zmienić mniej satysfakcjonującą pracę na bardziej im odpowiadającą.

Coaching sprzedażowy – zaadresowany jest do aktywnych sprzedawców, aby zwiększyć ich wyniki sprzedażowe. Coach wspiera i rozwija kompetencje, ćwiczy z klientem techniki sprzedaży, buduje jego pewność siebie.

Team coaching – przeznaczony jest przede wszystkim dla członków zespołów roboczych, koncentruje się na umiejętnościach współpracy w zespole, tworzeniu dobrych relacji międzyludzkich.

Life coaching – dotyczący pozazawodowych, osobistych sfer życia. Chociaż nie dotyczy on bezpośrednio aktywności zawodowej klienta, to jednak w praktyce sfera zawodowa i prywatna wzajemnie się przenikają. Ma za zadanie doskonalenie przede wszystkim kompetencji osobistych i rozwijanie predyspozycji osobowościowych w ramach ustalonego z coachem zakresu oraz wsparcie w rozwiązywaniu problemów z obszaru uzyskiwania równowagi pomiędzy sferą zawodową a osobistą.

Strefa morza w StrefieArt

„MORZA SZUM, PTAKÓW ŚPIEW, ŻŁOTA PLAŻA POŚRÓD DRZEW...”.
WAKACYJNY NASTRÓJ JUŻ U PROGU LATA ZAGOŚCIŁ W TYSKIEJ GALERII „STREFART”



26 czerwca w tyskiej galerii StrefArt, za sprawą Międzynarodowej Wystawy Sztuki Marynistycznej, zagościło lato i wakacyjna atmosfera. Morskie pejzaże, które w letni, piątkowy wieczór podziwiali goście galerii, przywędrowały na Śląsk wraz z Pomorskim Oddziałem Stowarzyszenia Marynistów Polskich w Ustce. Na ścianach galerii zawisły obrazy autorstwa wielu malarzy, m.in. Włodzimierza Kuleja, Dariusza Słoty, Tomasza Sętkowskiego, Anastazji Markowicz, Pawła Słoty, Artura

Wawrzekiewicza, Martina Slobodnikova czy Adama Maruszczyka. Podczas wydarzenia nie zabrakło znakomitej oprawy muzycznej. Przed gośćmi wernisażu wystąpił zespół WIANO, który w swoich aranżacjach muzycznych łączy inspiracje muzyką soul, chillout i pop, wzbogacając ją dawnymi zapomnianymi pieśniami zaczerpniętymi z ludowych przekazów. To był wyjątkowy wieczór i jeden z ostatnich... w dotychczasowej siedzibie galerii StrefArt. Następne spotkanie ze sztuką już w nowej galerii! ●

WIANO

Projekt muzyczny, który powstał pod koniec 2014 r. Na scenie króluje Ewelina Ferenc – polonistka, etnomuzykolog, śpiewaczka tradycyjnych pieśni słowiańskich, założycielka zespołu pieśni tradycyjnych Kuczeryki oraz folkowej grupy Błokowioska. W składzie zespołu są również: Przemek Rosak – bas, Jakub Kabus – lira korbowa, chórki, Arek Piela – gitara, Grzegorz Krzysztofik – bas, perkusja i ojciec chrzestny grupy.



POMORSKI ODDZIAŁ STOWARZYSZENIA MARYNISTÓW POLSKICH W USTCE

Prezesem Stowarzyszenia jest Zbigniew Suliga. Stowarzyszenie zajmuje się szerzeniem działań związanych z marynistyką poprzez organizację wystaw malarskich, fotograficznych i publikację popularizatorskie.



Coneser Club Katowice

PRZY KATOWICKIEJ SPECJALNEJ STREFIE EKONOMICZNEJ

Wyjątkowe miejsce na spotkania biznesowe



Coneser Club Katowice mieści się w wyjątkowej kamienicy wybudowanej w 1896 roku w stylu eklektycznym. Budynek ten jest jednocześnie siedzibą Katowickiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej. Wnętrze urządzone jest w stylu tradycyjnego angielskiego klubu. Znajdują się w nim stylowe pomieszczenia. Specjalnie przystosowany Cigar Room dla miłośników tytoniu czy pokój wyposażony we wszystkie multimedia do prowadzenia spotkań biznesowych. Doskonałym uzupełnieniem charakteru Klubu jest bogata oferta win, które sami selekcjonujemy i importujemy oraz wspaniałych whisky, koniaków czy innych szlachetnych alkoholi. To miejsce stworzone dla ludzi ceniących doskonałą kuchnię, którą można smakować w niepowtarzalnych wnętrzach. Klub powstał z myślą o osobach wysoko ceniących swoją prywatność i spokój oraz poszukujących kameralnego miejsca na spotkanie zarówno biznesowe jak i prywatne. Posiadanie karty członkowskiej daje pewność niepowtarzalnej atmosfery klubowej, której dostąpić mogą tylko jej posiadacze.

Katarzyna Stachowska

ul. Wojewódzka 42, Katowice +48 607 601 400 klub@coneserclub.pl