

Nie ma biznesu bez informacji

Wywiad z **Wojciechem Jabłońskim** Wiceprezesem Związku Pracodawców Warszawy i Mazowsza

Kłopotliwy problem dostępności do informacji, satysfakcjonującej osoby i podmioty jej potrzebujące, występuje „od zawsze”. Być może w dziedzinie niezorganizowanej, jaką jest gospodarka i w okresie kształtowania się społeczeństwa informacyjnego, istnieje możliwość osiągnięcia częściowej choćby satysfakcji poszukujących informacji i ją gromadzących lub udostępniających, gdyż stronom powinno zależeć na dobrym rozeznaniu istniejącej sytuacji i zmieniających się potrzeb, związanych m.in. z rozwojem?

– O kondycji młodego społeczeństwa informacyjnego mówi się, że tonie ono w morzu informacji, a umiera z niewiedzy. Zarówno dziennikarze, jak i przedsiębiorcy, żyją w tak zwanej informacyjnej chmurze i wyłowienie tej odpowiedniej we właściwym momencie jest sprawą kluczową, ale wciąż jeszcze bardzo trudną. Jak zwierzała się Wiesława Szymborska: „Z opisywaniem chmur musiałam się bardzo śpieszyć – już po ulamku chwili przestają być te, zaczynają być inne”. To samo dzieje się z informacjami, których cała masa otacza nas. Dziennikarze muszą z nich wybrać nie te, które wydają się ciekawe, ale te, które się dobrze sprzedają. A sprzedają się te najlepiej i najatrakcyjniej „opakowane”. Pod tym względem informacja gospodarcza nie różni się od informacji kryminalnych czy sportowych. Aby się przebić, musi nieść pożyteczne treści opakowane w odpowiednią dawkę sensacji, ironii i wyrazistych komentarzy. Nad takim modelem pracujemy właśnie w ramach projektu, który nazywa się Mazowieckie Centrum Informacji Gospodarczej.

Czym jest ten projekt?

Najważniejszym słowem w nazwie projektu jest oczywiście INFORMACJA. Jeżeli przeanalizujemy je pod względem historycznym okaże się, że jest w nim zapisana cała charakterystyka przedsięwzięcia skrótoowo zawartego w kilku słowach.

Kształtowanie i tworzenie – jesteśmy praktykami, sami prowadzimy interesy na Mazowszu. Wiemy, ile trzeba poświęcić czasu, aby znaleźć firmę konkretnej branży w konkretnym miejscu. Wszystkie możliwe wyszukiwarki internetowe są bardzo pomocne, ale przy okazji wyrzucają mnóstwo linków śmieciowych, których przejrzenie zabiera jedynie czas. A – jak wszyscy wiedzą? od momentu kiedy Fenicjanie wynaleźli pieniądze, czas kosztuje. Dlatego zastanawiamy się, jak ukształtować model dostępu do interesujących nas – nomen omen – informacji.

Kształtowanie modelu dostępności do informacji w konsekwencji doprowadziło nas do przekonania, że dopóki nie stworzymy czegoś nowego, nasz model – oparty na dotychczasowych, dostępnych narzędziach – będzie nie mniej pracochłonny niż korzystanie z wyszukiwarek internetowych. Wiedzieliśmy, że musimy stworzyć nową bazę, która ułatwi życie nam, a tym samym tysiącom przedsiębiorców na Mazowszu.

Nauka – uczymy się patrzeć na Mazowsze inaczej. Nie jak na zbiór przypadkowych regionów i miejscowości, ale jak na pajęczą sieć powiązań, której strategiczne węzły opierają się o regionalny mikro, mały i średni biznes. Tylko takie spojrzenie pozwoli na uzyskanie efektu synergii specyfiki regionu z przedsiębiorczością.

Komunikat – od nadawcy do odbiorcy. Mazowieckie Centrum Informacji Gospodarczej nie będzie niczym innym, jak ciągłe rozwijowanym, uaktualnianym komunikatem podającym nie tylko informacje o stanie bieżącym, ale także prognozującym ewolucję rynku mazowieckiego. Komunikat specjalnie stworzony i ukształtowany będzie INFORMACJA, którą otrzyma odbiorca.

Nieprzypadkowo więc na opracowanie projektu modelu informacji zdobył się przedstawiciel związku pracodawców, któremu nie są obce sprawy komunikacji społecznej, w tym nurtujące także środowisko dziennikarskie...



– Informacja kojarzy nam się przede wszystkim z szeroko pojętym dziennikarstwem. Ale proszę pamiętać, że żaden, nawet najbardziej skromny biznes też nie istnieje bez informacji. Jak mawiał Arystoteles Onasis: „Tajemnica prowadzenia biznesu polega na tym, by wiedzieć coś, czego nie wie nikt inny”. Członkowie związku pracodawców to przecież przedsiębiorcy. Wiemy, czego oczekujemy od informacji, jakich nam brakuje, co pomaga w prowadzeniu biznesu, a jakie informacje w tym przeszkadzają. Dlatego właśnie podjęliśmy się tego wyzwania. Jest ono tym bardziej poważne, że dotyczy województwa mazowieckiego, które ze względu na Warszawę jest regionem wyjątkowo trudnym gospodarczo. Z jednej strony bliskość stolicy, najważniejszego i wciąż najprężniej rozwijającego się rynku, kusi. Z drugiej rozbudowana w każdej niemal branży konkurencja – zniechęca, podobnie jak wysokie koszty utrzymania, wysokie podatki. Warszawa i wyobrażenie o niej rzutuje na cały region. Przedsiębiorca, który chciałby szybko ustalić, jakie warunki dla biznesu oferuje każda mazowiecka gmina, jakie daje upusty i ulgi, jak kształtuje się rynek pracy, jaka w danym rejonie występuje struktura demograficzna potencjalnych pracodawców, gdzie są kłopoty z transportem, a gdzie ze zbytem, skazany jest na pozyskiwanie internetowych danych z wielu różnych źródeł. Bez gwarancji, że wszystkie wyłowione w sieci dane są miarodajne, aktualne i, przede wszystkim, zgodne z prawdą. Oto powód, dla którego na Mazowszu ruszył projekt Mazowieckie Centrum Informacji Gospodarczej. To program długofalowy, którego zakończenie planowane jest na pierwszy kwar-

tal 2013 roku. Ponieważ warunki prowadzenia biznesu nie ograniczają się wyłącznie do zagadnień ekonomicznych, aby w sposób wiarygodny i profesjonalny analizować trendy rozwojowe i uchwycić dynamikę zmian w gospodarce regionalnej, należy zastosować podejście interdyscyplinarne, co wiąże się z zaangażowaniem w proces projektowania systemu szerokiego grona ekspertów i praktyków z różnych dziedzin. Powołaliśmy więc przy projekcie Radę Konsultacyjną.

Może kilka słów o tej Radzie?

– Radę Konsultacyjną tworzy sześciu ekspertów reprezentujących poszczególne obszary wiedzy: edukację, finanse, innowacyjność, przedsiębiorczość, rozwój regionalny i rynek pracy. Do jej zadań należy m.in. wypracowanie efektu końcowego projektu, czyli strategii funkcjonowania Mazowieckiego Centrum Informacji Gospodarczej, jak również opiniowanie doboru metod i realizatorów badań, dokonywanie ewaluacji wszystkich przedsięwzięć, wypracowanie na podstawie wyników badań rekomendacji dla władz Mazowsza oraz zaproponowanie scenariuszy rozwoju, przede wszystkim w zakresie zapotrzebowania na informację. Rada przygotowuje także materiały do biuletynu, planuje realizację osiągania rezultatów projektu. Przewidujemy, że około sześć tysięcy osób zapozna się z wynikami badań realizowanych w ramach projektu, a ponad 300 osób weźmie udział w organizowanych przez nas seminariach. Liczymy, że przyczynią się one do upowszechnienia wiedzy i zainteresowań trendami rozwojowymi naszego województwa. Członkowie Rady będą

uczestniczyć w seminariach dla interesariuszy nie tylko jako obserwatorzy, ale także jako prelegenci. Naszą Radę wyróżnia to, że jej członkowie są autorzytetami naukowymi, ale jednocześnie praktykami, którzy na co dzień zajmują się tymi obszarami, niektórzy nawet zarządzali ich rozwojem z poziomu instytucji centralnych.

Czy seminarium zorganizowane dla dziennikarzy też miało dopomóc w wypracowaniu pożądanego modelu informacji?

– W pewnym sensie, tak. Jak już powiedziałem, zależy nam na jak najbardziej profesjonalnym podejściu, a w dziedzinie informacji to przecież dziennikarze są profesjonalistami. Dlatego nie ukrywam, że liczymy na szerokie wsparcie mediów.

Na zakończenie zapytam o inne, cenne inicjatywy, w które Związek Pracodawców Warszawy i Mazowsza angażuje się?

– Zaczę od nawiązującej m.in. do praktykowanego od lat wsparcia zamierzeń rozwojowych Unii Europejskiej. Toczy się dyskusja, jakimi instrumentami zastąpić politykę spójności, która w dotychczasowej działalności UE niebawem przyczyniła się do wzrostu gospodarczego, dobrobytu i zrównoważonego rozwoju krajów i regionów. W latach 2014-2020 musi być jednak zmodyfikowana, przystosowana do aktualnych, regionalnych czy też lokalnych potrzeb, obejmujących większe rzesze beneficjentów. Rząd polski podjął decyzję, jaką część wsparcia przeznaczyć na oddziaływanie przy pomocy dotacji, a ile przy pomocy tzw. instrumentów zwrotnych. Związek Pracodawców Warszawy i Mazowsza nie wypracował jeszcze stanowiska dającego odpowiedź na pytanie: dotacje czy pożyczki dla przedsiębiorców po 2013 roku? Zorganizowaliśmy jednak 13 czerwca wspólnie z Bankiem Polskim SA konferencję (pod patronatem Związku Banków Polskich), która rozpoczęła pożyteczną dyskusję w tej bardzo istotnej sprawie. Przypomnę, że dotychczasowe zasady pomocy regionalnej obowiązywały przedsiębiorców do wkładu własnego w granicach od 40 do 50%. Oczekiwanie na drugą część wsparcia, na pomoc unijną trwało często bardzo długo. Beneficjenci nastawiający się na szybszą efektywność postulują przyspieszenie terminów otrzymywania wsparcia unijnego, inni domagają się zmiany instrumentów wsparcia. Spotkałem się nawet ze stwierdzeniem, że łatwe finansowanie niszczy innowacyjność, tak bardzo potrzebną gospodarce europejskiej i polskiej. Chcielibyśmy żeby w dyskusji na te ważne sprawy wypowiedziało się duże grono przedsiębiorców z małych, średnich i dużych firm, z różnych branż i środowisk. ZPWIM włączył się też do realizacji ambitnego projektu PKKP LEWIATAN pt. „Poprawa wizerunku przedsiębiorstw”. Spotkanie grupy kilkunastu przedsiębiorców ziemi radomskiej na Szydłowieckim Zamku, w którym redaktor aktywnie uczestniczył, uzmysłowiło, że konieczna poprawa tego wizerunku zależy od wielu czynników, w dużym stopniu od samych firm, ale także od ich współpracy z administracją samorządową i rządową, także od promocji pozytywnych przykładów działań uwzględnionych w konkursach wojewódzkich, wylaniających liderów biznesu. Bylibyśmy radzi, gdyby tak prestiżowy tytuł również udostępnił swoje łamy i portal radom24.pl pracodawcom. Wszak od nich zależy rozwój gospodarczy miast i gmin oraz konieczne uporać się z bezrobociem, tak bardzo dokuczliwym społecznie w Radomskim. Oto nasz internetowy adres: zpwim@zpwim.pl

Dziękuję za rozmowę, informując przy okazji, że redakcja wydania papierowego i portalu udostępni miejsce na wypowiedzi przedsiębiorców i pracodawców, gdyż kwestie te interesują również naszych Czytelników i Internautów.

ROZMAWIĄŁ: MIECZYSLAW KACA