



Komunikat prasowy

Sopot, 30.09.2015

## **Firma=Idea?**

**Panel inauguracyjny merytoryczną dyskusję na tegorocznej edycji Europejskiego Forum Nowych Idei postawił przed uczestnikami pytanie - co stanowi podstawę biznesu i prowadzenia firmy. Czy przedsiębiorstwo wytwarza jedynie zysk, produkty lub usługi, czy też wartości? Jak tego typu idee funkcjonują w praktyce biznesowej oraz w jaki sposób angażować otoczenie firmy w wytwarzanie wartości i jak dzielić się z nim korzyściami.**

Moderator dyskusji, profesor Jerzy Hausner zauważył, że zmiany są konieczne, ponieważ gospodarka rynkowa traci poparcie, staje się rabunkowa i stopniowo zanika jej zdolność utrzymania status quo. Biznes nie może nie reagować na to, o czym coraz częściej mówimy – o zmianie idei firmy na rzecz rozumianej inaczej niż tylko „business for business”. Każda firma sama musi zbudować swoją ideę.

Drugi z moderatorów, Mateusz Zmyślony, założyciel Grupy Eskadra, postawił tezę, że firmy-idee istniały już w przeszłości - chociażby Bata powstała w latach 20. ubiegłego wieku. Jednak tego typu podejście, by mogło się upowszechnić, musiało doczekać czasów powszechnego dostępu do internetu. – Łatwa wymiana informacji pozwala kształtować świadome wybory. W nowym modelu firma staje się partnerem w rozwiązywaniu problemów odbiorców – podkreślił Zmyślony.

Jakub Karnowski, prezes zarządu PKP S.A zwraca uwagę, że jego firma również może być atrakcyjną organizacją o dobrej marce, a ze względu na charakter działalności skutecznie wypełniać misję społeczną. – Kiedyś celem kolei było przewiezienie pasażera z punktu A do punktu B, dzisiaj mówimy i myślimy o kliencie, a nie towarze do przewiezienia. Grupa PKP realizuje program inwestycyjny na rekordową skalę. Jego efekty są już widoczne. Pasażerowie mogą podróżować krócej, bezpieczniej i w komfortowych warunkach. W ciągu ponad trzech lat udało nam się sprawić, że polska kolej znów stała się konkurencyjna. PKP Intercity po raz pierwszy od kilku lat notuje wzrost liczby podróży, a ostatnie wyniki badań satysfakcji klienta udowadniają, że obrany kierunek zmian był dobrą decyzją. Europejskie Forum Nowych Idei to dobre miejsce do wymiany doświadczeń w tym zakresie – zauważa Karnowski.

Łukasz Paździor, dyrektor zarządzający Mazda Motor Poland, deklaruje, że to dzięki konsekwentnemu podążaniu własną drogą, między innymi oddaniu wzornictwu, Mazda stała się silną marką. – Promujemy czerpanie przyjemności z jazdy, skupienie się na tym co widzimy, pochłanianiu otoczenia. Zaangażowaliśmy się także w akcję „Piękne drogi”, mającą na celu znalezienie najpiękniejszych odcinków polskich dróg. W komunikacji marketingowej już od kilku lat nie wykorzystujemy oferty. Mimo tego marka stała się obecnie najbardziej pożądaną na rynku dilerów. Warto tworzyć wartość dla klientów w dłuższej perspektywie. Każdego ostatniego dnia miesiąca działy sprzedaży w wielu firmach pracują do 20, w mojej firmie kończymy o 16. Pracujemy zgodnie z filozofią PULL, a nie PUSH – deklarował dyrektor Mazdy.

Piotr Voelkel, założyciel Grupy Kapitałowej Vox podkreślił jak duże znaczenie ma rozwiązywanie realnych problemów klientów i budowanie z nimi bliskiej relacji. – Kilka lat temu doszliśmy do

**EFNI**EUROPEJSKIE FORUM  
NOWYCH IDEI

WWW.EFNI.PL

SOPOT

wniosku, że naszym celem jest jak najlepiej poznać naszego klienta. Tworzyć produkty, które umieją sprostać ludzkim marzeniom. Zaangażowaliśmy do tego specjalistów, psychologów, socjologów, badaczy. Rozumiemy sens pracy zespołowej. Chcemy pamiętać, że mamy wpływ na otoczenie, emocje innych ludzi, sami nie boimy się bliskości z innymi – powiedział.

– Wszyscy jak mantra powtarzamy pytania o poszukiwaniu wartości. Dla mnie najciekawsze jest połączenie formuły for-profit i non-profit – powiedziała Dorota Ilczuk, wykładowca z Uniwersytetu SWPS. – Mamy już duże doświadczenia działania takich modeli firm. Wiemy już jakie rozwiązania działają. Dobrym przykładem są prowadzone działania w zakresie branży kulturalnej – zauważyła Ilczuk.

Maria Wiśniewska, wykładowca z Uniwersytetu Warszawskiego, powiedziała - Współczesna ekonomia sprowadziła człowieka do zasobów ludzkich i wykorzystuje człowieka jak wszystkie inne czynniki wytwórcze. Osobiście podzielam niechęć do tego terminu. To, co tak naprawdę motywuje ludzi do działań, to poczucie sensu i poczucie sprawstwa. W tej perspektywie widać doniosłość firmy=idei, nawet jeżeli dziś jest to właśnie idea. Wobec fali krytyki kapitalizmu i jego skutków, takie idee są bezcenne, żeby ukierunkowywać zmiany, których wszyscy oczekujemy.

– Wartość ekonomiczna musi być uzupełniana przez inne wartości, które nie mogą być przez tę firmę wykorzystywane. Wartości te mają być wytwarzane wewnątrz firmy i w otoczeniu firmy. Firma aby działać, musi włączyć do procesu wytwarzania innych aktorów. Musimy zrozumieć, że gospodarka musi być po części kulturą – podsumował na zakończenie profesor Hausner.

Moderatorami dyskusji byli: Jerzy Hausner, profesor Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie oraz Mateusz Zmyślony, założyciel Grupa Eskadra.

Partnerem wydarzenia było PKP S.A., partnerem merytorycznym: Global Compact w Polsce.

\*\*\*

**EUROPEJSKIE FORUM NOWYCH IDEI** to międzynarodowy kongres środowisk biznesowych z udziałem wybitnych przedstawicieli świata polityki, kultury, nauki i mediów. Organizowane jest od 2011 r. przez Konfederację Lewiatan we współpracy z BUSINESSEUROPE, Miastem Sopot oraz polskimi i międzynarodowymi firmami i instytucjami. Celem Forum jest wypracowywanie pomysłów na silną Europę i konkurencyjną gospodarkę, otwartą na trendy cywilizacyjne i technologiczne. Tegoroczna edycja EFNI odbędzie się w dniach 30.09- 1-2.10.2015 r. w Sopocie, a jej hasłem przewodnim będzie pytanie: **„Europa i świat wobec rosnących nierówności społecznych, radykalizmów i zagrożeń geopolitycznych.”**

Więcej informacji: [www.efni.pl](http://www.efni.pl)

**Patronat honorowy**  
**Partnerzy instytucjonalni**

Prezydent Rzeczypospolitej Polskiej, Parlament Europejski  
Agencja Rozwoju Przemysłu S.A., Komisja Europejska, Narodowe Centrum Badań i Rozwoju

**Partnerzy strategiczni**

MetLife, PKN ORLEN, PZU, Totalizator Sportowy, „Dziennik Gazeta Prawna”, Grupa Onet.pl, TVP SA

**Partner Gali otwarcia**  
**Partnerzy główni**

Bank Pekao S.A.  
Biznes.pl, BMW Group, Citi Handlowy, Discovery NETWORKS CEEMEA, „Forbes”, France 24, Intel, Microsoft, „Newsweek”, Orange Polska, „Parkiet”, PKP S.A., Silvermedia

**Partnerzy wspierający**

AMS, „Bloomberg BusinessWeek Polska”, „Gazeta Wyborcza”, Havas Worldwide, „Liberté!”, McCANN Worldgroup, PAP, PGNiG SA, Polski Związek Pracodawców Przemysłu Wydobywczego, Pomorska Specjalna Strefa Ekonomiczna, „Puls



**EFNI**

EUROPEJSKIE FORUM  
NOWYCH IDEI

WWW.EFNI.PL

SOPOT

**Partnerzy merytoryczni**

Biznesu”, Starcom MediaVest Group, Związek Pracodawców „Transport i Logistyka Polska”, „Warsaw Business Journal Observer”, Związek Pracodawców Prywatnych Energetyki, Związek Pracodawców Technologii Cyfrowych Lewiatan Ashoka, Aspen Institute Prague, Centrum Stosunków Międzynarodowych, demosEUROPA – Centrum Strategii Europejskiej, ECFR, Instytut Spraw Publicznych, POLITYKA INSIGHT, Res Publica Nowa, THINKTANK, Global Compact w Polsce – Inicjatywa Sekretarza Generalnego ONZ Global Compact, Światowa Akademia Sztuki i Nauki

**Partner logistyczny  
Oficjalny przewoźnik  
Producent wykonawczy**

Port Lotniczy Gdańsk im. Lecha Wałęsy  
PLL LOT  
IDFX

**KONTAKT DLA MEDIÓW:**

**Zbigniew Maciąg**, [zmaciag@konfederacjalewiatan.pl](mailto:zmaciag@konfederacjalewiatan.pl), tel.: +48 604 589 080