

nr 3

PULS

przedsiębiorczości

Czas na innowacje

Poradnik przedsiębiorcy

Życie Parku

www.technopark.kielce.pl



KIELECKI PARK
TECHNOLOGICZNY



Spis treści

WSTĘP	Szymon Mazurkiewicz	3
ŻYCIE PARKU	Biznes z pasją	4
ŻYCIE PARKU	Trzeci wymiar projektowania	6
ŻYCIE PARKU	Szybko, niezawodnie i ekologicznie	7
CZAS NA INNOWACJE	Wielu ludzi – wspólny cel	8
CZAS NA INNOWACJE	Czas na innowacje	10
PORADNIK PRZEDSIĘBIORCY	Pierwsze kroki w biznesie	12
AKTUALNOŚCI	KDPA	14

Wstęp

Szanowni Państwo,

Z przyjemnością przekazuję trzecie wydanie „Pulsu Przedsiębiorczości”, magazynu poświęconego rozwojowi przedsiębiorczości i innowacyjności w naszym mieście. Ten numer jest dla nas szczególnie ważny nie tylko dlatego, że zadaliśmy o nową szatę graficzną i bogatą treść, lecz przede wszystkim jego wydanie zbiegło się w czasie z otwarciem Inkubatora Technologicznego. To dla nas wielkie wydarzenie, efekt trzyletniej pracy zespołu i bliskiej współpracy z władzami miasta oraz środowiskiem biznesowym i naukowym.

Od początku planowaliśmy przyciągnąć do Kieleckiego Parku Technologicznego dynamiczne i kreatywne firmy. Teraz doskonale widać efekty naszej pracy. W dniu uroczystego otwarcia Inkubatora, połowa jego powierzchni jest już zajęta przez młodych przedsiębiorców, konsekwentnie realizujących pomysły na innowacyjne biznesy. Firmy, które uzyskały zgodę na funkcjonowanie w Parku, już wprowadziły się do swoich nowych, doskonale wyposażonych biur. Oprócz nowoczesnej infrastruktury mogą liczyć na porady ekspertów, program doradczo-szkoleniowy, możliwość korzystania z Centrum Konferencyjnego oraz szeregu innych usług biznesowych i rozwojowych.

Na łamach „Pulsu Przedsiębiorczości” mogą się Państwo zapoznać z kilkoma biznesami prowadzonymi przez naszych lokatorów. Jesteśmy pewni, że w ślad za nimi dołączą następni. Ponadto w magazynie prezentujemy informacje na temat finansowania innowacyjnych przedsięwzięć z różnych programów pomocowych na poziomie krajowym i regionalnym. Z kolei dr Michał Klepka, kierownik Biura Innowacji w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Świętokrzyskiego, dzieli się swoimi spostrzeżeniami na temat innowacyjności w naszym regionie i znaczenia takich instytucji jak Kielecki Park Technologiczny w pobudzaniu przedsiębiorczości i współpracy nauki z biznesem.

Zachęcam do śledzenia informacji w kolejnych wydaniach „Pulsu Przedsiębiorczości” i zapraszam na naszą stronę internetową www.technopark.kielce.pl.

Zapraszam do lektury!

Szymon Mazurkiewicz
Dyrektor Kieleckiego Parku Technologicznego



Fot. Janusz Tarkiewicz

Biznes z pasją

Fot. Janusz Tatarkiewicz

Zanim założyli własną firmę, Agnieszka Tercz, Karol Kaleta i Tomasz Molęda zdobywali doświadczenie, prowadząc organizację pozarządową i uczestnicząc w międzynarodowych projektach. Zdobyte wówczas umiejętności i zagraniczne kontakty procentują teraz w działalności gospodarczej. Skorzystali z oferty Kieleckiego Parku Technologicznego, żeby pewniej poruszać się w świecie biznesu.

– Wejście do Inkubatora da nam dodatkowy impuls do działania. Przeprowadzka w nowe miejsce będzie dobrą okazją do przemyśleń i zmian: od urządzenia biura, przez własną stronę internetową, po strategię rozwoju – mówi Agnieszka Tercz. – SimpleOutsourcing.pl był jedną z pierwszych firm w Inkubatorze, które przeszły audyt marketingowy. Ekspertsi przeanalizowali nasze dotychczasowe działania, spisali swoje wnioski i rekomendacje, a teraz pomogą nam je wdrożyć. Audyt jest jednym z elementów programu konsultacyjno-szkoleniowego, którym objęte są firmy w Inkubatorze.

stronę www, przygotowują materiały promocyjne i utrzymują dobre relacje z dziennikarzami.

Codzienna współpraca młodzieży z różnych krajów pobudzała ciekawość świata, pozwalała przełamywać stereotypy oraz stwarzała możliwość praktycznej nauki języków obcych. Dzięki tym doświadczeniom założyciele SimpleOutsourcing.pl z dużą łatwością nawiązują międzynarodowe kontakty i szybko zdobywają zaufanie zagranicznych partnerów.

Edukacja w sieci

Kompetencja, ambicja i konsekwencja – te cechy łączą trójkę absolwentów Politechniki Świętokrzyskiej. Wykształcili je, prowadząc Stowarzyszenie Edukacja przez Internet. Głównym celem organizacji jest propagowanie e-learningu – edukacji na odległość za pośrednictwem internetu. Stowarzyszenie organizuje szkolenia z zakresu technik komputerowych oraz internetu, tworzenia stron www oraz rozwiązań internetowych, a także prowadzi doradztwo w dziedzinie wykorzystania nowych technologii. Oferta skierowana jest przede wszystkim do młodzieży, nauczycieli, pracowników organizacji pozarządowych, a także przedsiębiorców.

W 2005 r., niespełna rok od rejestracji, działacze stowarzyszenia osiągnęli duży sukces, zdobywając European YOUTH Award za prowadzenie gazety online dla młodzieży. – Nasz projekt znalazł się w elitarnej grupie 25 najlepszych z ogromnej grupy 12 000 przedsięwzięć – wspomina Tomasz Molęda.

Pomysł europejskiej gazety internetowej zrodził się na jednym z międzynarodowych seminariów. Studenci z Łotwy, Szwecji i Polski postanowili połączyć siły, by zrealizować wspólny projekt. Głównym efektem była nagrodzona później gazeta. Ale na tym nie koniec. Podczas licznych warsztatów rozwijali kreatywność, umiejętności interpersonalne oraz warsztat dziennikarski. Na spotkaniach w redakcjach gazet, stacji radiowych i telewizyjnych poznawali prawa rządzące współczesnymi mediami. Zdobyta wtedy wiedza i doświadczenie okazały się bardzo przydatne. Dziś sami redagują firmową

Zaczęło się od Danii

Po sukcesie gazety online, wciągnęły ich kolejne projekty współfinansowane z programu Młodzież w działaniu. Przełomowym punktem, który zdecydował o ich przyszłej karierze, było nawiązanie kontaktów z duńską uczelnią Aarhus Business College. Współpraca polegała na promocji oferty edukacyjnej tej szkoły w Polsce oraz rekrutacji studentów na dwuletnie międzynarodowe programy dyplomowe. – Z entuzjazmem podjęliśmy się tego wyzwania. Przygotowaliśmy materiały promocyjne, występowaliśmy też na targach edukacyjnych. W efekcie zwerbowaaliśmy pierwszych studentów, którzy zdecydowali się na naukę w Danii – wspomina Karol Kaleta. – Niedługo potem, podczas jednej z wizyt w Aarhus, współpracę zaproponowały nam inne duńskie uczelnie.

– Przez kilka lat współpracowaliśmy z Duńczykami poprzez nasze stowarzyszenie, godząc tę pracę ze studiami i innymi zajęciami – mówi Agnieszka Tercz. – Chyba dobrze wywiązywaliśmy się z tych zadań, gdyż co pewien czas coraz to inna zagraniczna uczelnia nawiązywała z nami kontakty. W pewnym momencie zorientowaliśmy się, że może to być świetny pomysł na biznes. Zaczęliśmy rozmawiać o założeniu firmy, gdyż statut stowarzyszenia dopuszcza tylko działalność non profit.

Dziś spółka jawna SimpleOutsourcing.pl dynamicznie się rozwija. Nadal reprezentuje Business Academy Aarhus, lecz duńska oferta została rozszerzona o propozycje kolejnych uczelni: Danish Academy of Business and

Technology, Roskilde Business College, Selandia College, VIA University College School of Technology and Business oraz TEKÓ Design + Business. Ta ostatnia oferuje programy związane z modą, meblarstwem, wzornictwem, budowaniem świadomości marki, zarządzaniem produkcją, logistyką i marketingiem oraz projektowaniem powierzchni handlowych.

Współpraca młodzieży z różnych krajów pobudzała ciekawość świata, pozwalała przełamywać stereotypy oraz stwarzała możliwość nauki języków. Dziś pomaga to nawiązywać międzynarodowe kontakty i zdobywać zaufanie partnerów

Od Danii rozpoczęła się prawdziwa ekspansja firmy. Obecnie w jej portfolio znajdują się ponadto uczelnie brytyjskie (Birmingham City University, Roehampton University, Sheffield Hallam University, University of Sunderland i University of Teesside), irlandzkie (Dundalk Institute of Technology) oraz holenderskie (Saxion University of Applied Sciences, Hanze University of Applied Sciences, HZ University of Applied Sciences).

Przekroczyć granice, przełamać bariery

Dla wielu kandydatów z Polski wyjazd na zagraniczne studia stanowi duże wyzwanie i wymaga pokonania pewnych trudności. Największe obawy wzbudza załatwianie formalności oraz przełamanie bariery językowej i kulturowej. Z pomocą przychodzi tu autorski Program eduABROAD, opracowany przez SimpleOutsourcing.pl. Oferuje on bezpłatną pomoc przy wyborze odpowiedniego kraju, uczelni i kierunku studiów, a także zebraniu wszystkich dokumentów i przygotowaniu aplikacji. Kluczowym elementem jest strona internetowa, na której kandydat może przeczytać wszystkie niezbędne informacje o danej uczelni i jej ofercie, procedurach aplikacji, kryteriach przyjęcia na studia i kosztach. Na stronie znajdują się też formularze aplikacyjne wraz z instrukcją użycia. W zakładce „studiowanie” zawarte są

informacje dotyczące systemów edukacyjnych w poszczególnych krajach, kosztów nauki i utrzymania, możliwości uzyskania stypendiów, a także o podatkach czy pozwoleniach na pobyt i pracę.

Trzeba dobrze znać specyfikę każdej uczelni, żeby wiedzieć jak najlepiej wypełnić formularz aplikacyjny. O przyjęciu na uczelnię często decyduje rozmowa kwalifikacyjna. Przeważnie przedstawiciel zagranicznej uczelni przyjeżdża do Polski, żeby porozmawiać z kandydatem lub umawia się na rozmowę telefoniczną. Pracownicy SimpleOutsourcing.pl udzielają wskazówek przydatnych przy wypełnianiu formularzy i przygotowywaniu się do rozmowy kwalifikacyjnej.

Wyjazd na zagraniczne studia stanowi duże wyzwanie. Z pomocą przychodzi Program eduABROAD, który oferuje pomoc przy wyborze uczelni i kierunku studiów, zebraniu dokumentów i przygotowaniu aplikacji

Agnieszka Tercz, Karol Kaleta i Tomasz Molęda optymistycznie patrzą na rozwój firmy. Wśród europejskich uczelni rozniosła się informacja o skuteczności kieleckiego przedsiębiorstwa i rosnącej liczbie studentów, którzy za ich pośrednictwem wyjeżdżają po naukę do Anglii, Danii, i Holandii i Irlandii. Nie ma tygodnia, żeby jakaś nowa uczelnia nie zgłosiła się z propozycją współpracy. Nic dziwnego, że stali się bardziej selektywni; zdarza się nawet, że odmawiają niektórym uczelniom. – W Polsce chcemy promować przede wszystkim szkoły wyższe, które oferują kierunki dostosowane do potrzeb naszego rynku. Taka oferta ma większą szansę na sukces – zaznacza Tomasz Molęda.

Andrzej Szoszkiewicz



Fot. Janusz Tatarkiewicz



Trzeci wymiar projektowania

Dwa doktoranci z Politechniki Świętokrzyskiej, Jakub Kulpa i Grzegorz Witkowski, wprowadzili się do Inkubatora Kieleckiego Parku Technologicznego z jasnym pomysłem na biznes. Będą się zajmować projektowaniem inżynierskim oraz wykonywaniem rzeczywistych modeli i prototypów z zastosowaniem mało znanej w Polsce technologii addytywnej. Zainwestowali już w najnowocześniejszy sprzęt i oprogramowanie.

Kulpa i Witkowski z projektowaniem i wykonywaniem form przestrzennych zapoznali się podczas studiów na Politechnice Świętokrzyskiej. – W murach uczelni zgłębiliśmy technologię, a potem rozpoznaliśmy rynek. Zobaczyliśmy, że jest na nim nisza, w której przy naszej wiedzy i po dokonaniu początkowych inwestycji możemy odnieść sukces. Właśnie zakończyliśmy rejestrację firmy i wynajęliśmy biuro w kieleckim Inkubatorze. W ten sposób łączymy naszą pasję naukową z biznesem – mówi Grzegorz Witkowski. Na polskim rynku działa zaledwie kilka firm, które świadczą usługi w tym zakresie. Popyt jest tak duży, że klienci muszą nieraz czekać na realizację zleceń nawet 2-3 tygodnie.

Od koncepcji do prototypu

Technologia addytywna umożliwia wykonywanie zaawansowanych konstrukcji przestrzennych modeli, które trudno uzyskać metodami klasycznymi. Polega na budowaniu modeli poprzez dodawanie materiału warstwa po warstwie. Najpierw dzięki specjalistycznemu oprogramowaniu tworzymy model w wersji cyfrowej, następnie po odpowiedniej parametryzacji przesyłamy go na drukarkę 3D. W ten sposób można szybko i niezwykle precyzyjnie wykonać prototypy różnych wyrobów. Technologia znalazła szerokie zastosowanie w medycynie (tworzenie odwzorowań tkanek twardych), architekturze (wykonywanie makiet), przemyśle (produkcja form odlewniczych). Nawet muzea coraz częściej wykonują tą techniką przestrzenne rekonstrukcje historycznych budowli i eksponatów.

Podstawową działalnością firmy 3D Prototypy jest projektowanie inżynierskie, w tym takie usługi jak wykonywanie dokumentacji technicznej, przeprowadzanie złożonych analiz nowatorskimi technikami komputerowymi, wykonywanie symulacji pracy maszyn i ich podzespołów, tworzenie animacji i wizualizacji, wykonywanie fotorealistycznych wizualizacji obiektów.

Druga część działalności związana jest z szybkim prototypowaniem i obejmuje wykonywanie prototypów w technologii addytywnej, wirtualnych modeli rzeczywistych obiektów poprzez zastosowanie techniki skanowania

przestrzennego, prototypów form odlewniczych i wtryskowych oraz prototypów na potrzeby wzornictwa.

Synergia w Inkubatorze

W Inkubatorze Kieleckiego Parku Technologicznego Grzegorz Witkowski i Jakub Kulpa znaleźli bardzo korzystne warunki do rozwoju. – Dla firm wkraczających na rynek dużą ulgą są preferencyjne warunki najmu lokali. Jesteśmy dopiero na etapie zdobywania klientów, a dużo zainwestowaliśmy w specjalistyczny sprzęt. Nie byłoby nas stać na wysokie opłaty biurowe – mówią. Duży potencjał widzą także w możliwościach współpracy między firmami działającymi w Inkubatorze. Jej nawiązaniu sprzyja korzystanie ze wspólnych pomieszczeń, w których można wygodnie porozmawiać przy kawie czy lunchu.

W murach uczelni zgłębiliśmy technologię, a potem rozpoznaliśmy rynek. Zobaczyliśmy, że jest na nim nisza, w której możemy odnieść sukces. W ten sposób łączymy naszą pasję naukową z biznesem

Założyciele firmy 3D Prototypy zainteresowani są też ofertą szkoleniową, a ponadto chcą się poddać bezpłatnemu audytowi marketingowemu. Z Kieleckim Parkiem Technologicznym zamierzają związać się na dłużej. – Po osiągnięciu dojrzałości rynkowej planujemy przeprowadzkę do budowanego w pobliżu Inkubatora Centrum Technologicznego KPT. Jedną z najważniejszych korzyści prowadzenia firmy w Kieleckim Parku Technologicznym jest możliwość funkcjonowania w ramach Specjalnej Strefy Ekonomicznej „Starachowice”, co stwarza możliwość zwolnienia z podatku dochodowego oraz skorzystania z wielu innych udogodnień.

Andrzej Szoszkiewicz

Szybko, niezawodnie i ekologicznie

Fot. Janusz Tatarkiewicz

Eko-faktura.pl specjalizuje się w dostarczaniu rozwiązań informatycznych do archiwizacji i dystrybucji dokumentów elektronicznych. Atuty e-faktury to nie tylko oszczędności w biznesie, ale też korzystny wpływ na środowisko naturalne. Pomysłodawcy i założyciele firmy, Izabela Walkiewicz i Łukasz Kowalczyk, właśnie kończą budowę platformy elektronicznej, która znacznie ułatwi wysyłkę i archiwizację faktur i innych dokumentów.

W Polsce drogą elektroniczną przesyłanych jest 5-15% dokumentów, ale trend ten stale wzrasta. Sprzyja temu prawodawstwo Unii Europejskiej i najnowsze rozporządzenia krajowe. Duże ułatwienia wprowadziło rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 17 grudnia 2010 r. w sprawie przesyłania faktur w formie elektronicznej, zasad ich przechowywania oraz trybu udostępniania organowi podatkowemu lub organowi kontroli skarbowej. Komisja Europejska pracuje nad dyrektywą, która ma zlikwidować różnice między fakturami elektronicznymi i zwykłymi. Do końca 2012 r. wszystkie państwa członkowskie mają wprowadzić nowe rozwiązania ułatwiające obrót e-faktur.

Nadążyć za trendami

We wszystkich krajach prekursorami w zakresie stosowania e-faktur są duże przedsiębiorstwa z branży finansów, ubezpieczeń i telekomunikacji, które na różne sposoby próbują zachęcić swoich klientów do rezygnacji z rozliczeń w formie papierowej. Z faktur elektronicznych chętnie korzystają też sieci handlowe i spółki z branży motoryzacyjnej. Nic dziwnego, że także swoich klientów bardzo zachęcają, by wyrazili zgodę na otrzymywanie e-faktur; fundują nawet specjalne nagrody.

– Niektóre państwa UE, zwłaszcza skandynawskie, z powodzeniem stosują faktury elektroniczne. Polskie przedsiębiorstwa, które prowadzą interesy z tamtejszymi firmami, chcą jak najszybciej przejść na elektroniczny system obiegu dokumentów, są więc zainteresowane naszymi rozwiązaniami – mówi Izabela Walkiewicz.

Bezlitosne zalety e-faktur

Niewątpliwym atutem rozliczeń elektronicznych jest zmniejszenie kosztów działalności biznesowej. Jednak nie zawsze e-faktury spotykają się z przy-

chylnym przyjęciem z powodu... bezlitosnej terminowości i niezawodności ich dostarczania. Elektroniczny dokument jest zawsze dostarczony na czas, nigdy nie ginie, wiadomo też, kto go odczytał i kiedy. Nie ma więc miejsca na wymówki, że dokument nie dotarł w terminie lub zaginął – fakturę trzeba zrealizować na czas.

Inkubator ma duży potencjał. Działają tu firmy młode, dynamiczne i otwarte na nowoczesne rozwiązania

Z rezerwą do e-faktur podchodzą także organy kontrolne, które wciąż bardziej ufają papierowym dokumentom, otempłowanym firmowymi pieczętami. – Nasz system ułatwia osobie wystawiającej fakturę wprowadzenie jej do obiegu, ale też upraszcza archiwizację dokumentów elektronicznych i ich dowolne sortowanie – mówi Łukasz Kowalczyk. – Po otrzymaniu informacji o zakresie kontroli, umieszczamy wymagane dokumenty w odpowiednim folderze na portalu i nadajemy kontrolerom uprawnienia dostępu. Dzięki temu urzędnicy nawet nie muszą przyjeżdżać do firmy, gdyż mogą sprawdzać dokumenty zdalnie, będąc w swoich biurach.

Eko-faktura.pl właśnie przeprowadziła się do nowoczesnych pomieszczeń w Inkubatorze Kieleckiego Parku Technologicznego. Izabela Walkiewicz z optymizmem patrzy na rozwój swojej firmy w nowej siedzibie. – To miejsce ma duży potencjał. Działają tu firmy młode, dynamiczne i otwarte na nowoczesne rozwiązania. Liczę na to, że wiele z nich zainteresuje się elektronicznym obiegiem faktur i być może skorzysta z usług portalu – mówi. – My, jako nowopowstała firma, jesteśmy bardzo zainteresowani współpracą z innymi lokatorami Inkubatora.

Andrzej Szoszkiewicz



Wielu ludzi – wspólny cel

Fot. Archiwum Biura Innowacji UMWS

Rozmowa z dr Michałem Klepką, kierownikiem Biura Innowacji Urzędu Marszałkowskiego Województwa Świętokrzyskiego.

Świętokrzyski Portal Innowacji i Świętokrzyski System Innowacji to tylko dwie z licznych inicjatyw, świadczących o szczególnym zainteresowaniu rozwojem innowacyjności ze strony władz regionu. Jaką misję ma do wypełnienia Biuro Innowacji?

Gdy rozpoczynałem współpracę z Urzędem Marszałkowskim jako doradca ds. innowacyjności osobiście zaangażowałem się w przygotowanie i przeprowadzenie ewaluacji wdrażania Regionalnej Strategii Innowacji Województwa Świętokrzyskiego (RSI WŚ). Pierwsze spotkania z przedstawicielami instytucji regionalnych wyraźnie wskazały, iż słabym punktem wcześniejszych działań na polu „polityki innowacji” był brak lidera regionalnego. Nie chodziło jedynie o instytucję odpowiedzialną za wdrażanie Strategii, ale również o autorytet mogący animować zachowania pozostałych aktorów i troszczyć się o wysoką jakość działań oraz współpracę w regionie. Na lidera jednomyślnie wybrano Urząd Marszałkowski. Dysponując taką rekomendacją, zaproponowałem uruchomienie Biura Innowacji jako niezależnej jednostki UMWS. Rozwiązanie to bardzo dobrze przyjęto w regionie – z dnia na dzień zdobywa ono coraz więcej partnerów i sympatyków. Za główny cel przyjęliśmy zwiększenie efektywności procesu budowy Świętokrzyskiego Systemu Innowacji poprzez optymalne wykorzystanie środków publicznych i prywatnych na wsparcie innowacyjności i przedsiębiorczości. Realizujemy obecnie dwa duże projekty systemowe, w których aktualizujemy RSI WŚ, tworzymy modele transferu wiedzy i warunki do rozwoju innowacyjnych specjalizacji województwa, animujemy też współpracę międzynarodową. De facto staramy się z wyprzedzeniem realizować założenia nowej polityki UE w zakresie wspierania innowacyjności regionów. Na co dzień towarzyszy nam inicjatywa pod nazwą Świętokrzyski Portal Innowacji, którą uznajemy za fundament naszych działań, rozumiejąc zarazem, iż zmiany jakościowe, na których nam zależy, są funkcją wspólnego rozumienia celu oraz sprawnej komunikacji i wymiany informacji, zgodnie z mottem: WIELU LUDZI – WSPÓLNY CEL.

Jakie zadania ma do wypełnienia Świętokrzyska Rada Innowacji?

Badając wielokrotnie województwo świętokrzyskie, doszedłem do przekonania, że podstawowym jego atutem jest możliwość zgromadzenia kluczowych aktorów (partnerów) przy jednym stole. Obecnie, w obliczu powołanej Rady, osobiście przekonuję się o słuszności tego założenia. Co więcej,

jestem przekonany o szczególnej wartości tego gremium z uwagi na posiadane kompetencje, zaangażowanie oraz entuzjazm do dyskusji. Formalnie Rada jest ciałem doradczym dla Zarządu Województwa w zakresie kreowania polityki innowacyjnej. Jej celem jest dbałość o zachowanie spójności społeczno-gospodarczej regionu w obszarze innowacji, budowa gospodarki opartej na wiedzy, a także rekomendowanie pożądaných form aktywności w oparciu o światowe trendy i kierunki polityki UE. Szczególna rola gremium leży w obszarze zacieśniania współpracy regionalnej, co zarazem stanowi fundament wzajemnego zrozumienia i wspólnej odpowiedzialności za rozwój gospodarki.

Na co dzień towarzyszy nam inicjatywa pod nazwą „Świętokrzyski Portal Innowacji”, którą uznajemy jako fundament naszych działań

Na jakie kwestie Urząd Marszałkowski zwróci największą uwagę, aktualizując Regionalną Strategię Innowacji?

Proces aktualizacji RSI WŚ jest silnie zorientowany na określenie kluczowych wyzwań, jakie związane są z rozwojem innowacyjnego Świętokrzyskiego w perspektywie do 2025 roku. Przyjmując za nadrzędny cel tworzenie warunków do rozwoju innowacyjnych firm, staramy się, aby zaproponowany scenariusz celów oraz działań maksymalnie wykorzystywał posiadany potencjał instytucjonalny oraz zapewniał stworzenie nowych kompetencji w obszarach o największym wpływie na rozwój innowacyjny województwa. Wiemy już, iż naszym wyzwaniem jest jakość usług instytucji otoczenia biznesu, a w szczególności ich rynkowy charakter, system komercjalizacji wiedzy, edukacja i kształcenie kadr. Szczególnie ważne jest także zwrócenie uwagi na rozwój innowacyjnych specjalizacji, co w praktyce jest związane ze wsparciem rozwoju firm w takich obszarach jak: efektywne wykorzystanie energii, turystyka zdrowotna i targowo-kongresowa czy wzornictwo. Musimy zarazem wzmocnić system powiązań instytucjonalnych na rzecz innowacyjnego rozwoju. Jeżeli tego wszystkiego nie zrobimy, nikt nas w tym nie wyręczy. Natomiast wszyscy nas wyprzedzą.

Na długo przed oficjalnym otwarciem Inkubatora Kieleckiego Parku Technologicznego firmy zaczęły się starać o miejsca i uczestnictwo w specjalnym programie, jaki oferuje. W jaki sposób takie instytucje jak KPT wpływają na innowacyjność w regionie?

Osiągnięcia Szymona Mazurkiewicza i jego zespołu to kolejny dowód na to, że budowa zaufania władz do profesjonalistów jest dobrą inwestycją. Odnosząc się do doświadczeń innych miast i regionów, odpowiedź na pytanie o rolę tych instytucji jest jednoznaczna i bardzo optymistyczna. Zarówno Park, jak i Inkubator Technologiczny wpisują się w katalog najbardziej istotnych instytucji nowoczesnego regionu. Osobiście cieszę się z obu inwestycji, bo dzięki nim Biuro Innowacji może rozwinąć swoją aktywność z nowym partnerem w regionie. Posiadamy zarazem wiele argumentów za tym, aby jeszcze bardziej podnosić jakość działań proinnowacyjnych. Na obecną chwilę można także powiedzieć, iż działalność Parku i Inkubatora będzie bezcennym źródłem pomysłów na ożywienie uczelni kieleckich w kierunku komercjalizacji wiedzy i technologii. Liczę również na pełnienie funkcji katalizatora działań w partnerstwie z innymi instytucjami otoczenia biznesu na Kielecczyźnie.

Musimy wzmocnić system powiązań instytucjonalnych na rzecz innowacyjnego rozwoju. Jeżeli tego wszystkiego nie zrobimy, nikt nas w tym nie wyręczy. Natomiast wszyscy nas wyprzedzą

Co można powiedzieć o współpracy nauki z biznesem w regionie?

Zacznijmy od faktu, iż żadna z kieleckich uczelni nie wytworzyła jeszcze własnych struktur odpowiedzialnych za współpracę z biznesem. Jeśli spojrzymy wstecz, pierwsze przykłady działań w tym zakresie realizowało Świętokrzyskie Centrum Innowacji i Transferu Technologii, nadal podejmujące próbę rozwoju takiej roli. Wiele będzie zależało od nowych procedur na uczelniach oraz aktywności Kieleckiego Parku Technologicznego. Wydaje się, że na pozycję lidera wysunie się Uniwersytet Jana Kochanowskiego, współpracując z KPT oraz Gronem Targowym Kielce. Z kolei Politechnika Świętokrzyska posiada Ośrodek Ochrony Własności Intelektualnej. Biuro Innowacji obserwuje postępy i będzie czyniło starania, aby te praktyki

przenikały się wzajemnie i wzmacniały wysiłki w tworzeniu regionalnego mechanizmu transferu wiedzy do gospodarki. Szczególną rolę posiada także Staropolska Izba Przemysłowo-Handlowa, która odpowiedzialna jest za stworzenie konsorcjum instytucji otoczenia biznesu w celu uruchomienia systemu transferu wiedzy w regionie. Jest to zarazem element wspomnianego wcześniej projektu systemowego. Wszyscy liczymy na sukces tej inicjatywy.

Wiemy już, iż naszym wyzwaniem jest jakość usług instytucji otoczenia biznesu, a w szczególności ich rynkowy charakter, system komercjalizacji wiedzy, edukacja i kształcenie kadr

Czy województwo świętokrzyskie dobrze korzysta ze środków unijnych na innowacje i przedsiębiorczość?

Zaryzykuję odpowiadając, iż wiele rzeczy można byłoby zrobić lepiej i w tej opinii zapewne nie pozostają odoosobniony. Problem tkwi w logice interwencji, komunikacji i poszukiwaniu efektów synergii. Najlepiej pokazują to opracowane raporty oraz dyskusja toczona w trakcie aktualizacji Regionalnej Strategii Innowacji Województwa Świętokrzyskiego. Warto zwrócić uwagę na mało „innowacyjnie zorientowane” wskaźniki projektów, tradycyjizm ich tematyki, ograniczone kryteria oceny ciekawych projektów, brak dobrych praktyk działań proinnowacyjnych uznanych za wyznaczniki zmiany, niską gotowość do ryzyka czy instrumentalne traktowanie wskaźników projektowych. Za celowe uznać należy obecnie prowadzenie szerokiej dyskusji na temat możliwości wykorzystania tego, co jeszcze leży w naszym zasięgu. Perspektywicznie musimy zmierzyć się z kolejnym okresem programowania – stworzyć nową jakość dla dostępnych funduszy publicznych. Świętokrzyska Rada Innowacji jest w tym wypadku cennym narzędziem doskonalenia działań.

Rozmawiała Izabela Rutkowska



www.spinno.pl
www.spinno.eu

Czas na innowacje

Fot. Janusz Tatarkiewicz

Innowacje to nie tylko nowoczesne technologie – to także inwestowanie w nowe metody zarządzania, szkolenie pracowników, wdrażanie internetowych platform komunikacyjnych, zakup nowego sprzętu lub nawiązywanie współpracy z innymi firmami z branży. Każdą formę aktywności, która zmierza do poprawy funkcjonowania firmy i wzrostu jej konkurencyjności, nazwiemy innowacją. Aby ją wdrożyć, potrzebne są fundusze. Warto sprawdzić, w jakich programach można je jeszcze znaleźć.

Fundusze na rozwój firm są dostępne we wszystkich programach operacyjnych współfinansowanych ze środków unijnych. Najważniejszym z punktu widzenia przedsiębiorców z Kielecczyny jest Regionalny Program Operacyjny Województwa Świętokrzyskiego na lata 2007-2013 (RPO WŚ), w którym dwa działania zostały przeznaczone na wsparcie dla innowacyjnych przedsiębiorstw.

W ramach działania 1.1 RPO WŚ na lata 2007-2013 przeznaczono na rozwój firm łącznie prawie 331,2 mln zł. Wartość już podpisanych umów to 293 mln zł – dostępne środki zostały w 89% wykorzystane. Inaczej przedstawia się sytuacja działania 1.2, w którym alokację wykorzystano na poziomie 23% – podpisane umowy opiewają łącznie na kwotę 6,8 mln zł, podczas gdy na realizację całego działania zaplanowano ponad 30 mln. Na przedsiębiorców czekają także dotacje w Programie Rozwój Polski Wschodniej (PO RPW), obejmującym 5 województw, oraz Programie Innowacyjna Gospodarka (PO IG), wdrażanym na poziomie krajowym. Warto się pośpieszyć, bo mimo iż do końca okresu programowania pozostały ponad dwa lata, to w niektórych działaniach już brakuje środków na realizację nowych konkursów.

Dotacje na inwestycje

Pośród wielu możliwości, jakie stwarzają Fundusze Europejskie, warto zwrócić uwagę na możliwość otrzymania dotacji na zakup nowoczesnego sprzętu czy technologii do naszego przedsiębiorstwa. Będzie to ważny krok w kierunku skutecznego wyróżnienia się na rynku oraz wzmocnienia swojej konkurencyjności. Na uwagę zasługuje tu **działanie 1.1 RPO WŚ** pt. *Bezpośrednie wsparcie sektora mikro, małych i średnich przedsiębiorstw*, skierowane do firm usługowych i produkcyjnych. Z otrzymanej w jego ramach dotacji można sfinansować rozbudowę przedsiębiorstwa, koszty wprowadzenia na rynek nowego produktu lub usługi, a także wydatki związane z unowocześnieniem technologii wraz z zatrudnieniem nowych osób w firmie. Dotacja może wynieść w tym przypadku nawet 8 mln zł, z czego połowę kosztów inwestycji musi pokryć przedsiębiorca.

Kolejną szansę na realizację innowacyjnego projektu stwarza **działanie 4.4 PO IG** pt. *Nowe inwestycje o wysokim potencjale innowacyjnym*, w ramach którego można liczyć na wsparcie w zakupie nowatorskich rozwiązań technologicznych wraz z niezbędnymi szkoleniami i doradztwem. Największe szanse na uzyskanie dofinansowania mają przedsiębiorcy starający się o fundusze na wdrożenie nowoczesnych rozwiązań marketingowych oraz organizacyjnych.

Realne wsparcie w wirtualnej rzeczywistości

O pieniądze na rozwój elektronicznego biznesu można się starać w ramach **działania 8.1 PO IG** pt. *Wspieranie działalności gospodarczej w dziedzinie gospodarki elektronicznej*. Szanse na dotację mają firmy działające nie dłużej niż dwa lata, chcące wykorzystać internet do oferowania swych produktów lub usług. Z otrzymanych środków można sfinansować budowę platformy e-learningowej, sklepu internetowego czy portalu społecznościowego.

Warto pomyśleć o kredycie technologicznym. To działanie, w którym pozostało najwięcej pieniędzy do wykorzystania. BGK rozpocznie kolejny nabór wniosków już w grudniu 2011 r.

Rozwój e-biznesu należy do działań najchętniej wybieranych przez przedsiębiorców. Jednorazowa dotacja na ten cel może wynieść nawet do 700 tys. zł. Drugą formą działalności przedsiębiorstw w Internecie są sieci typu „business to business” (B2B), których tworzenie możliwe jest do sfinansowania w ramach **działania 8.2 PO IG** pt. *Wspieranie wdrażania elektronicznego biznesu typu B2B*. Dzięki wsparciu ze środków unijnych firmy mogą wdrożyć elektroniczne systemy porozumiewania się między sobą,

dzięki czemu łatwiej im będzie dorównać europejskim partnerom oraz sprostać konkurencji.

Badania, wzornictwo, patenty

Korzystanie przez firmy z wyników prac badawczo-rozwojowych (B+R) to nadal rzadkość w naszym kraju. Jednak ci, którzy już zdecydowali się na współpracę ze środowiskiem naukowym, wiedzą, że jest to niezbędny warunek innowacyjności firmy. **Działanie 1.4 PO IG** pt. *Wsparcie projektów celowych* to oferta dla przedsiębiorstw, które poszukują nowych rozwiązań dla swoich firm przy współpracy z sektorem naukowym. Dzięki tym środkom można sfinansować badania przemysłowe lub prace rozwojowe, których wartość nie przekracza 50 mln euro. Do realizacji projektu można zaprosić innego przedsiębiorcę lub jednostkę naukową.

Pieniądze z działania 1.1 RPO WŚ są wykorzystane już w 89%. Warto się pospieszyć, bo konkurs, który potrwa do 18 listopada 2011 r., może być dla firm ostatnią szansą na pozyskanie dofinansowania przy wdrażaniu innowacji

Coraz więcej firm zdaje sobie sprawę, że nowoczesny design to kluczowy element powodzenia produktu na rynku. Ciekawe rozwiązania w tej dziedzinie promuje **działanie 4.2 PO IG** pt. *Stymulowanie działalności B+R przedsiębiorstw oraz wsparcie w zakresie wzornictwa przemysłowego*. Równie istotna dla innowacyjnych firm jest ochrona własności intelektualnej – tu bardzo pomocne może się okazać **poddziałanie 5.4.1 PO IG** pt. *Wsparcie na uzyskanie/ochronę własności przemysłowej*. W jego ramach przedsiębiorcy mogą się ubiegać o dotację na pokrycie kosztów uzyskania patentów i innych form ochrony własności intelektualnej. Wysokość środków kwalifikowanych w takich projektach sięga 85%.

Razem możemy więcej

Powiązania kooperacyjne, zwane potocznie klastrami, to skupiska firm działających w tej samej branży, które postanowiły nawiązać ze sobą współpracę w celu podniesienia swej konkurencyjności oraz innowacyjności. Jednym z priorytetów Unii Europejskiej jest wspieranie tego typu inicjatyw. Na ten cel można pozyskać fundusze unijne z **działania 1.2 RPO WŚ** pt. *Tworzenie i rozwój powiązań kooperacyjnych przedsiębiorstw*, **działania 5.1 PO IG** pt. *Wspieranie powiązań kooperacyjnych o znaczeniu ponadregionalnym* oraz **działania 1.4 PO RPW** pt. *Promocja i współpraca*.

W pierwszym z powyższych działań dotacja może wynieść od 20 tys. do 8 mln zł, a w drugim nawet 20 mln zł w przypadku inwestycji, a 600 tys. zł na ekspansję zagraniczną powiązania. O dotację z Programu Rozwój Polski

Wschodniej przedsiębiorstwa zrzeszone w klastrze mogą się ubiegać tylko wtedy, gdy powiązanie obejmuje swoim zasięgiem co najmniej 2 z 5 województw korzystających z Programu (warmińsko-mazurskie, świętokrzyskie, podlaskie, podkarpackie oraz lubelskie).

Pożyczka na innowacje

Alternatywą dla bezzwrotnych dotacji mogą być pożyczki oferowane przez **Fundusz Pożyczkowy Województwa Świętokrzyskiego** dla firm z sektora małych i średnich przedsiębiorstw, które nie mają szans na kredyty inwestycyjne w bankach. Maksymalne kwoty pożyczek w FPWŚ są uzależnione od wielkości firmy: mikroprzedsiębiorstwo może liczyć na wsparcie w wysokości 250 tys. zł, a średnia firma nawet do 1 mln zł. Na preferencyjne warunki kredytowania mogą liczyć firmy, które postawiły na innowacje, nawiązują kontakty z jednostkami naukowo-badawczymi lub starają się o opatentowanie wynalazku.

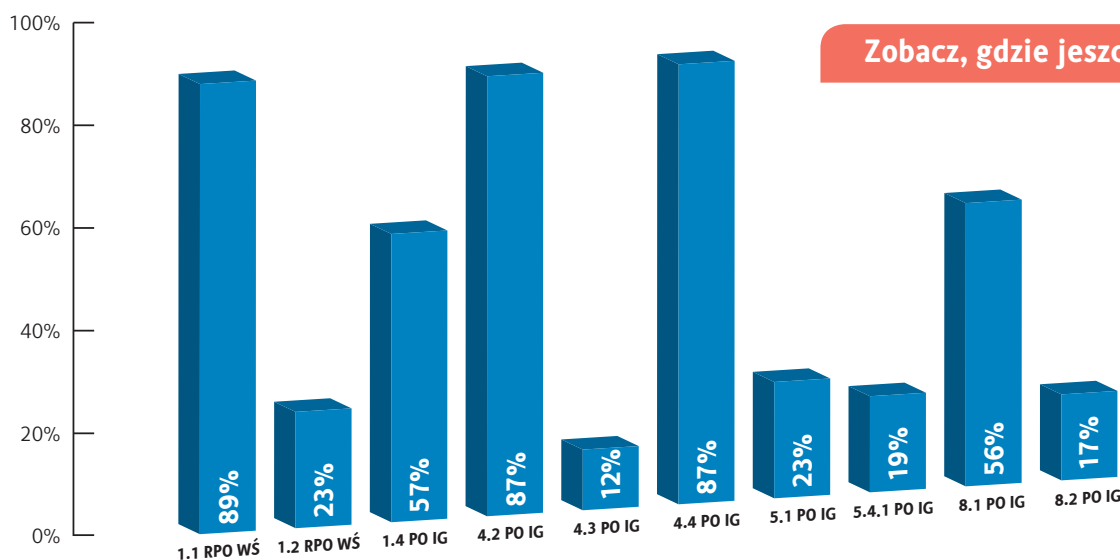
Nie przegap!

- **Do 18 listopada 2011 r.** można się starać o dotację na wdrożenie innowacji w firmie (RPO WŚ)
- **Do 31 stycznia 2012 r.** trwa konkurs na wsparcie klastrow (5.1 PO IG)
- Już **od grudnia 2011 r.** będzie można się starać o kredyt technologiczny (4.3 PO IG)
- Trwa konkurs na uzyskanie ochrony własności przemysłowej (5.4.1 PO IG)

Kolejną formą wsparcia przedsiębiorstw jest kredyt technologiczny w ramach **działania 4.3 PO IG**. Atrakcyjność tego instrumentu polega przede wszystkim na możliwości otrzymania premii technologicznej, która częściowo umarza kredyt. Dotychczas wymagano, by przedsiębiorcy przedstawili efekty wdrożenia innowacji w formie wyników sprzedaży. Od 2011 roku premia technologiczna jest wypłacana oraz razu po zakończeniu realizacji inwestycji.

Przedsiębiorcy, którzy zdobywali już unijne dotacje mówią, że najtrudniej było im napisać pierwszy wniosek. Potem, gdy opanowali pewne wymogi formalne i zgromadzili niezbędne dokumenty, to starania się o fundusze stały się łatwiejsze. Pierwszą pomoc można uzyskać w punktach informacyjnych oraz w instytucjach otoczenia biznesu.

Izabela Rutkowska



Zobacz, gdzie jeszcze są fundusze

Dane na 31 sierpnia 2011 r. Procentowe wykorzystanie alokacji na podstawie zawartych umów.



Pierwsze kroki w biznesie

Fot. sxc.hu

Być przedsiębiorcą to nie lada wyzwanie – stajemy się kowalami własnego losu i to przede wszystkim od nas zależy, czy nasza firma będzie prosperować. Bardzo wielu biznesmenów, mimo szczerych chęci i zapału, szybko zraża się do prowadzenia własnej działalności gospodarczej i z utęsknieniem zaczyna wspominać czasy bezpiecznej pracy na etacie. Nie każdy jest urodzonym przedsiębiorcą – ale na szczęście każdy może nauczyć się sprawnie poruszać w świecie biznesu.

Problemy w biznesie najczęściej wynikają nie ze złej woli czy zaniedbań właściciela, lecz z braku podstawowych umiejętności w zarządzaniu i prowadzeniu firmy. Na co należy zwrócić uwagę rozwijając swój pomysł na biznes? Jakich błędów unikać w procesie jego tworzenia?

Odrębnym zagadnieniem jest myślenie perspektywiczne i związana z nim umiejętność jasnego określania celów. Przydatnym narzędziem jest tzw. analiza SMART. Zgodnie z jej założeniami wyznaczony cel powinien spełniać pięć warunków: być prosty (simple), mierzalny (measurable), osiągalny (achievable), istotny (relevant) oraz określony w czasie (timely defined).

Ja – przedsiębiorca

Przygotowanie do własnej działalności gospodarczej najlepiej zacząć od zastanowienia się nad własną osobą oraz umiejętności poczynić. Poznanie samego siebie znacząco ułatwia postawienie pierwszych kroków w biznesie. Jakie cechy charakteru powinien u siebie rozwijać świeżo upieczony przedsiębiorca?

Po pierwsze: prowadzenie biznesu to gotowość do ciągłej nauki i samodoskonalenia. Człowiek przedsiębiorczy uczy się całe życie – poprzez kursy, szkolenia, udział w branżowych konferencjach czy e-learning (szkolenia przez internet). Niezbędna jest otwartość na innowacyjne trendy i pomysły. Początkujący przedsiębiorca pamięta o najważniejszej zasadzie w biznesie: kto się nie rozwija, ten się cofa.

Równie ważny warunek powodzenia to wiara w siebie i we własne siły – cecha na pierwszy rzut oka dość banalna, jednakże nieodzowna. Jest przydatna przy podejmowaniu szybkich i trafnych decyzji dotyczących obecnych i przyszłych losów firmy. Wiara w siebie ma jeszcze jedną, niebagatelną zaletę: umożliwia konstruktywne podchodzenie do krytyki, a niepowodzenia pozwala przekuć w sukcesy.

Godne uwagi jest także kształtowanie dobrych nawyków związanych z organizacją pracy. Chodzi o wykształcenie takich cech, jak obowiązkowość, nieodkładanie działań „na ostatnią chwilę”, punktualność, a także szanowanie czasu klienta. Dobra organizacja pracy to również umiejętność ustalania priorytetów – porządkowania planu dnia pod kątem ważności poszczególnych zadań.

Człowiek przedsiębiorczy uczy się całe życie – poprzez kursy, szkolenia, udział w branżowych konferencjach czy e-learning

Nie należy również zapominać o kwestii budowania wizerunku – zarówno osobistego (dbanie o własny wygląd, opanowanie zasadami savoir-vivre i dress-code'u), jak i wizerunku firmy na rynku (aktywny udział w życiu środowiska i otoczenia biznesowego, dobre relacje z klientami).

Biznesplan – strategia dla firmy

Prowadzenie biznesu to proces wielozadaniowy, wymagający dobrej organizacji pracy, skuteczności w działaniu oraz umiejętnego podejmowania decyzji. Podstawą sukcesu jest nakreślenie kierunku, w którym powinna zmierzać firma. Narzędziem ułatwiającym to zadanie jest biznesplan – swego rodzaju przewodnik dla przedsiębiorcy i jego firmy. Każdy biznesplan powinien zawierać strategię działania oraz plan marketingowy.

Strategia działania to zaplanowanie zadań dotyczących drogi rozwoju własnej firmy. Składają się na nią: strategia produktu (rozwój oferty firmy – produktów i usług), strategia konkurencji (wdrożenie zasad etycznych oraz poszanowanie warunków uczciwej konkurencji), strategia sprzedaży (sposób dystrybucji i sprzedaży produktu) oraz strategia promocji (zastosowanie technik reklamowych oraz innych sposobów promocji zarówno produktu, jak i firmy jako całości).

Najważniejszym elementem każdego biznesplanu jest plan marketingowy, oparty na dogłębnej analizie wszystkich czynników związanych ze sprzedażą produktów i usług na rynku. Do składowych planu marketingowego należą: analiza rynku (zestawienie czynników warunkujących otoczenie biznesu: dyrektywy polityczno-prawne, ekonomiczne, socjokulturowe oraz technologiczne – tzw. analiza PEST), analiza konkurencji (zebranie i skatalogowanie danych na temat innych firm podobnej branży na obszarze naszego działania), analiza finansowa (utworzenie uproszczonego rachunku zysków i strat, wyliczenie kapitału początkowego, koszty miesięczne – czynsz, rachunki, opłacenie składek ubezpieczeniowych i zdrowotnych, wynagrodzenia dla pracowników), określenie grupy docelowej (do jakiego rodzaju klienta jest skierowana oferta, a także kto może być zainteresowany prowadzeniem wymiany handlowej z przedsiębiorstwem), cele marketingowe (ustalenie celów długoterminowych, średnioterminowych oraz krótkoterminowych).

Przydatnym narzędziem na etapie tworzenia biznesplanu jest tzw. analiza SWOT, za pomocą której określamy silne i słabe strony naszego przedsięwzięcia oraz szanse i zagrożenia dla jego rozwoju. Warto wykonać także analizę strukturalną naszego segmentu rynkowego – tu można posłużyć się modelem pięciu sił Portera, na które składają się: siła przetargowa dostawców, siła przetargowa nabywców, rywalizacja między istniejącymi firmami, groźba nowych wejść oraz zagrożenie ze strony substytucyjnych produktów. Całość planu marketingowego zamyka kontrola własnych poczynąń, pozwalająca na wychwytywanie nieprawidłowości, a także sprawdzanie na bieżąco stopnia osiągnięcia celów.

Promocja, reklama, wizerunek

Budowanie wizerunku firmy jest bardzo ważnym, choć często zaniedbywanym procesem podczas tworzenia pomysłu na własny biznes. Promocja bowiem nie należy do zadań łatwych ani tanich. Na co warto zwrócić uwagę podczas budowania wizerunku? Zacząć należy od dobrze dobranej nazwy, adekwatnej do prowadzonej przez firmę działalności. Ważnym składnikiem wizerunku jest profesjonalnie zaprojektowane logo, któremu może towa-

rzyszyć krótki, łatwy do zapamiętania slogan. Nazwa, logo i slogan to podstawowe elementy, ułatwiające identyfikację i zapamiętanie naszej firmy, a zatem skuteczne dotarcie do potencjalnego odbiorcy.

Planując działania promocyjne i reklamowe, nie należy ograniczać się jedynie do konwencjonalnych, utartych metod marketingowych

Planując działania promocyjne i reklamowe, nie należy ograniczać się jedynie do konwencjonalnych, utartych metod marketingowych. Coraz większą popularnością zaczynają cieszyć się wirtualne miejsca spotkań, takie jak branżowe, specjalistyczne fora internetowe lub portale społecznościowe (np. Facebook, MySpace czy GoldenLine). Aktywny udział w internetowym życiu społecznym pomoże nam stawiać pierwsze kroki w promocji własnej działalności, pozyskiwaniu kontaktów, zdobywaniu referencji. Internet stwarza też możliwości bieżących konsultacji z innymi użytkownikami z podobnych sektorów branżowych i o pokrewnych zainteresowaniach.

Kluczowym punktem promocji firmy jest strona internetowa. Strony www prywatnych firm – a nierzadko ich brak – to niestety największa bolączka polskiej przedsiębiorczości. Tymczasem dla nowoczesnego i innowacyjnego przedsiębiorcy posiadanie witryny w sieci to podstawa. Strona internetowa to doskonałe miejsce na prezentację oferty handlowej czy usługowej, galerii zdjęć, dokumentacji dokonań, referencji i zdobytych nagród, nie mówiąc o danych teleadresowych firmy i mapie dojazdu. Warto pamiętać, że dla potencjalnego klienta czy kontrahenta nasza witryna w sieci coraz częściej stanowi miejsce pierwszego kontaktu z firmą.

Tomasz Skolimowski



Aktualności – Kieleckie Dni Przedsiębiorczości Akademickiej – Aktualności

Kieleckie Dni Przedsiębiorczości Akademickiej (KDPA) to organizowane już od dwóch lat wydarzenie, skierowane przede wszystkim do studentów oraz pracowników naukowych świętokrzyskich uczelni wyższych. Każdorazowo obejmują konferencje, szkolenia i warsztaty ukierunkowane na budowanie postaw przedsiębiorczych wśród uczestników – przede wszystkim studentów i absolwentów. Z kolei giełda kooperacyjna z udziałem przedstawicieli środowiska naukowego i przedsiębiorców jest doskonałą okazją do nawiązania współpracy między nauką a biznesem i komercjalizacji wyników prac badawczo-rozwojowych.

Pierwsza edycja Kieleckich Dni Przedsiębiorczości Akademickiej odbyła się w listopadzie 2009 r. z inicjatywy Kieleckiego Parku Techno-

logicznego przy współpracy z Uniwersytetem Humanistyczno-Przyrodniczym Jana Kochanowskiego. Mieszkańcy Kielc, w szczególności studenci, chętnie korzystali z przygotowanych szkoleń i warsztatów. Z dużym zainteresowaniem spotkała się też giełda kooperacyjna dla przedsiębiorstw. Debiut KDPA zakończył się pełnym sukcesem, dlatego też Kielecki Park Technologiczny postanowił kontynuować inicjatywę w kolejnych latach.

W ciągu następnych dwóch lat Kieleckie Dni Przedsiębiorczości Akademickiej organizowane były na terenie Uniwersytetu Jana Kochanowskiego oraz Politechniki Świętokrzyskiej. W tym roku po raz pierwszy odbywają się w nowej siedzibie Kieleckiego Parku Technologicznego.



Fot. Archiwum KPT

KDPA
KIELECKIE DNI
PRZEDSIĘBIORCZOŚCI
AKADEMICKIEJ



Fot. Archiwum KPT



Kielecki Park Technologiczny

Najlepszy adres w Kielcach

Pomagamy w rozpoczęciu działalności gospodarczej i stawianiu pierwszych kroków w biznesie, a firmom już istniejącym sprzyjamy w dynamicznym rozwoju.

Oferujemy: elastyczne warunki najmu, komfort pracy w nowoczesnym i przyjaznym otoczeniu, opiekę naukową i biznesową, doradztwo i szkolenia, transfer technologii, ułatwienie współpracy z kooperantami oraz zwielokrotnienie korzyści dzięki efektowi synergii.

Wsparcie dla nowopowstających oraz już funkcjonujących na rynku firm realizowane jest w zakresie trzech najważniejszych obszarów działalności Parku: wynajmu nieruchomości, usług biznesowych oraz usług rozwojowych.

Kielecki Park Technologiczny (KPT) posiada bardzo konkurencyjną ofertę na tle wszystkich polskich parków. Nowe, doskonale wyposażone pomieszczenia, atrakcyjne warunki wynajmu powierzchni, doskonale przygotowana infrastruktura teletechniczna – to atuty, które przemawiają na korzyść KPT. Dodatkowo Park oferuje dostęp do usług biznesowo-rozwojowych oraz możliwość korzystania z nowoczesnie wyposażonych sal konferencyjnych i szkoleniowych.

Zaletą umiejscowienia firmy w Parku jest możliwość uzyskania preferencyjnych stawek za wynajem powierzchni. W pierwszym

roku funkcjonowania preferencja wynosi aż 70%, w drugim 50% a w kolejnym 30%. Przedsiębiorca, który skorzysta z przygotowanych przez KPT udogodnień, na początku zapłaci tylko 7,50 zł netto za m² powierzchni biurowej.

Zryczałtowana miesięczna opłata eksploatacyjna w wysokości 14 zł obejmuje obsługę recepcyjną, pocztową, korzystanie z parkingu, możliwość dostępu do linii telefonicznej i szerokopasmowego łącza internetowego, ochronę i konserwację obiektu, dostawę prądu i ciepła, klimatyzację pomieszczeń oraz dostęp do wspólnych pomieszczeń socjalnych (kuchnia, toalety). Zapewniamy również promocję na stronie internetowej KPT.

Jedną z najważniejszych korzyści prowadzenia firmy w Kieleckim Parku Technologicznym jest możliwość funkcjonowania w ramach Specjalnej Strefy Ekonomicznej „Starachowice”, co daje inwestorom dodatkowo możliwość zwolnienia z podatku dochodowego oraz skorzystania z wszystkich udogodnień stosowanych przez państwo (SSE) i samorząd (np. ulgi w podatku od nieruchomości). Kielecki Park Technologiczny zapewnia również całodobową fizyczną ochronę obiektów wraz z monitoringiem prowadzonym przez profesjonalną firmę oraz utrzymanie wewnętrznych dróg komunikacyjnych, miejsc parkingowych i terenów zielonych.

Zapraszamy do współpracy.



Zespół Kieleckiego Parku Technologicznego

Od lewej: Alina Skowerska – Podinspektor (Dział Promocji i Rozwoju), Joanna Rudawska – Główny Specjalista (Dział Doradztwa i Transferu Technologii), Karolina Jorż – Inspektor (Dział Promocji i Rozwoju), Katarzyna Paździerz – Podinspektor (Sekretariat), Dominik Kraska – Kierownik Działu (Dział Doradztwa i Transferu Technologii), Krystyna Kundera-Sówka – Główna Księgowa (Dział Finansowo-Księgowy), Paulina Tamborska – Stanowisko ds. organizacyjno-administracyjnych, Magdalena Terelak – Główny specjalista (Dział Finansowo-Księgowy), Justyna Lichosik – Kierownik Działu (Dział Promocji i Rozwoju), Nina Jarocka – Podinspektor (Dział Doradztwa i Transferu Technologii), Szymon Mazurkiewicz – Dyrektor Kieleckiego Parku Technologicznego

KIELECKI PARK TECHNOLOGICZNY

ul. Olszewskiego 6, 25-663 Kielce
e-mail: technopark@um.kielce.pl
www.technopark.kielce.pl



KIELECKI PARK
TECHNOLOGICZNY



WYGRAJ 4-DNIOWE DARMOWE SZKOLENIA WYJAZDOWE DO JEDNEGO ZE ZNANYCH KUORTÓW NARCIARSKICH

PRZYJDŹ NA KDPA I PRZEDSTAW NAM SWÓJ POMYSŁ NA BIZNES
NIE CZEKAJ, ZGŁOŚ SIĘ! BĄDŹ AKTYWNY, WYGRAJ WYJAZD!!!
BAW SIĘ I ZDOBĄDŹ WIĘDZĘ!

SZKOLENIA WYJAZDOWE ODBĘDĄ SIĘ NA POCZĄTKU 2012 R.
WIĘCEJ NA www.technopark.kielce.pl ORAZ PODCZAS KDPA