



Miesięcznik nr 9 (196/247/2026) • ISSN 2080-2927 • Pismo bezpłatne • www.eurogospodarka.eu

eurogospodarka

wrzesień 2026



ROZMOWA MIESIĄCA

Jesteśmy sobie potrzebni,

ale współdziałanie biznesu i nauki
wymaga wsparcia nie tylko
w odniesieniu do edukacji

mówi profesor **Marian Gorynia** w rozmowie
z dr. **Waldemarem Szwarczyńskim**

Bank, Policjant,

Adwokat, Wnuczek...
Cyberzłodzieje

Ukraina w UE

oznacza zmianę
Wspólnej Polityki Rolnej

Paradoks

polskiego rynku pracy

Space 4 Anyone™

oferta specjalna – część III



**Jesteśmy sobie potrzebni,
ale współdziałanie biznesu i nauki wymaga
wsparcia nie tylko w odniesieniu do edukacji**

mówi profesor **Marian Gorynia** w rozmowie z dr. **Waldemarem Szwarczyńskim**

Marian Gorynia: Polskie Towarzystwo Ekonomiczne od bez mała czterdziestu lat prowadzi Olimpiadę Wiedzy Ekonomicznej, która stała się jedną z najważniejszych form popularyzacji wiedzy ekonomicznej wśród młodzieży szkół ponadpodstawowych. To przedsięwzięcie o dużej tradycji, wysokim prestiżu i bardzo rozpoznawalnej marce. Olimpiada ma przede wszystkim charakter edukacyjno-intelektualny: sprawdza wiedzę ekonomiczną, umiejętność rozumienia mechanizmów gospodarczych, zdolność analizy zjawisk społeczno-ekonomicznych oraz gotowość do samodzielnego, pogłębionego myślenia. Jej uczestnicy uczą się ekonomii jako języka opisu współczesnego świata.

Od ubiegłego roku Biofarm finansuje i organizuje we współpracy z PTE Konkurs „Ekonomia w praktyce”. Inicjatorem przedsięwzięcia jest dr Waldemar Szwarczyński, a jego idea zrodziła się z krytycznej refleksji nad modelem kształcenia w Polsce i potrzebą reformy edukacji już od szkoły podstawowej. Celem konkursu jest przede wszystkim silniejsze powiązanie zdobywanej wiedzy z jej praktycznym zastosowaniem oraz rozwijanie kompetencji, które pozwalają młodym ludziom wykorzystywać ją w rzeczywistych sytuacjach.

To inicjatywa młodsza, ale bardzo potrzebna, ponieważ przesuwając akcent z samego poznawania ekonomii na jej zastosowanie. W tym przypadku chodzi nie tylko o wiedzę, lecz także o dostrzeganie realnych problemów gospodarczych, społecznych i organizacyjnych

oraz o proponowanie konkretnych rozwiązań. Konkurs ten uczy myślenia projektowego, odpowiedzialności, przedsiębiorczości, pracy zespołowej i łączenia teorii z praktyką życia gospodarczego.

Moim zdaniem oba konkursy nie konkurują ze sobą, lecz bardzo dobrze się uzupełniają. Olimpiada Wiedzy Ekonomicznej buduje solidny fundament wiedzy, kształtuje język ekonomiczny i rozwija kulturę analizy. „Ekonomia w praktyce” pokazuje natomiast, że ekonomia nie jest wyłącznie przedmiotem szkolnym czy akademickim, ale narzędziem rozumienia i zmieniania rzeczywistości. Pierwsza rywalizacja silniej akcentuje kompetencje poznawcze, druga — kompetencje aplikacyjne. Razem tworzą spójną ścieżkę: od wiedzy, przez rozumienie, aż po działanie.

Warto też podkreślić, że zaangażowanie firmy Biofarm nadaje temu przedsięwzięciu dodatkowy wymiar. Pokazuje bowiem młodym ludziom, że przedsiębiorstwo może być nie tylko uczestnikiem rynku, ale także partnerem edukacji ekonomicznej i instytucją odpowiedzialną społecznie. Współpraca PTE i Biofarmu jest więc dobrym przykładem połączenia środowiska naukowego, eksperckiego i biznesowego wokół wspólnego celu: lepszego przygotowania młodych ludzi do świadomego uczestnictwa w życiu gospodarczym.

Ja oceniam te dwa przedsięwzięcia jako komplementarne i bardzo potrzebne. Olimpiada Wiedzy Ekonomicznej rozwija wiedzę i wrażliwość ekonomiczną,





natomiast „Ekonomia w praktyce” pomaga tę wiedzę zastosować w konkretnych sytuacjach. Panie Doktorze, jako przedsiębiorca, założyciel i właściciel firmy Biofarm oraz partner tego konkursu, czy zgadza się Pan z taką oceną? Jak Pan widzi relację między klasyczną edukacją ekonomiczną a uczeniem ekonomii poprzez praktyczne działanie?

Waldemar Szwarczyński: Najprostsza odpowiedź jest taka: skoro zainicjowaliśmy ten projekt, to znaczy, że uważamy praktyczne rozumienie ekonomii za równie ważne jak samą wiedzę. Ekonomia jest nauką stosowaną. Można znać definicje, a jednocześnie nie potrafić przełożyć ich na decyzje: ocenić ryzyka, policzyć koszty, porównać warianty rozwiązań. I właśnie nauki tej umiejętności często w edukacji brakuje.

Widziałem to także przez doświadczenia moich córek, które studiowały w Wielkiej Brytanii. Ich brytyjscy rówieśnicy byli wcześniej uczeni rzeczy bardzo praktycznych: analizy rynku, wyceny akcji, wyboru aktywów czy usług finansowych.

Dzisiaj dochodzi jeszcze technologia. Wszyscy mówią o korzystaniu z AI. Jednak w wielu firmach nadal uczymy się podstaw automatyzacji i robotyzacji. Jeżeli chcemy być konkurencyjni, potrzebujemy ludzi, którzy potrafią myśleć analitycznie, pracować w zespole, dzielić zadania według kompetencji i doprowadzać projekt do końca. Sama wiedza to za mało.

Dlatego Biofarm traktuje Konkurs „Ekonomia w praktyce” nie jako sponsoring, ale inwestycję w ludzi. Jeżeli dzięki temu ktoś wcześniej odkryje swoje możliwości, nauczy się samodzielnie myśleć albo wybierze ambitniejszą ścieżkę zawodową, to znaczy, że projekt spełnił swoją rolę. To ma znaczenie również z punktu widzenia tak wymagającej branży jak farmacja.

Marian Gorynia: Druga kwestia, którą chciałbym podjąć, dotyczy znaczenia samego uczestnictwa młodych ludzi w różnego rodzaju zawodach, konkursach i olimpiadach. Wydaje mi się, że tego typu przedsięwzięcia mają wartość znacznie szerszą niż tylko sprawdzenie wiedzy albo wyłonienie najlepszych uczestników. One uczą także postawy, która w dorosłym życiu okazuje się niezwykle ważna: dobrze rozumianej rywalizacji.

Rywalizacja bywa niekiedy przedstawiana w sposób uproszczony jako walka jednych przeciwko drugim. Tymczasem w dobrze zaprojektowanych zawodach chodzi o coś innego. Chodzi o mobilizację do wysiłku, porównanie własnych umiejętności z innymi, uczenie się od lepszych, radzenie sobie z sukcesem i porażką, a także o szacunek dla reguł. Młody człowiek, który bierze udział w konkursie, doświadcza tego, że wynik zależy od przygotowania, systematyczności, odporności psychicznej, pracy zespołowej, pomysłowości i uczciwego współzawodnictwa.

W takim sensie konkursy są swego rodzaju szkołą życia. Pokazują, że ambicja nie musi oznaczać egoizmu,

a sukces nie musi być osiągany kosztem innych. Dobrze pojęta rywalizacja może być motorem rozwoju osobistego i społecznego. Zachęca do doskonalenia się, do przekraczania własnych ograniczeń, do szukania lepszych rozwiązań. W gospodarce rynkowej ten mechanizm ma ogromne znaczenie. Przedsiębiorcy, menedżerowie, pracownicy, eksperci czy liderzy organizacji działają przecież w środowisku, w którym trzeba konkurować, ale zarazem współpracować, przestrzegać reguł i brać odpowiedzialność za skutki swoich decyzji.

Dlatego udział w takich przedsięwzięciach jak Olimpiada Wiedzy Ekonomicznej czy konkurs „Ekonomia w praktyce” może przygotowywać młodzież do przyszłych ról w życiu gospodarczym. Nie wszyscy uczestnicy zostaną przedsiębiorcami, ale wielu z nich będzie podejmować decyzje ekonomiczne jako pracownicy, konsumenci, obywatele, liderzy lokalnych społeczności czy osoby zarządzające różnymi organizacjami. Konkursy uczą, że warto mieć wiedzę, warto być aktywnym, warto podejmować wyzwania i warto grać fair.

Szczególnie cenne wydaje mi się to, że młodzież może dzięki takim zawodom zobaczyć, iż rywalizacja nie jest celem samym w sobie. Jest raczej sposobem uruchamiania energii, talentów i odpowiedzialności. Jeżeli towarzyszy jej kultura współzawodnictwa, wzajemny szacunek i świadomość wspólnego celu, staje się jednym z mechanizmów postępu. Można powiedzieć, że dobrze rozumiana konkurencja, także

ta edukacyjna, przygotowuje do odpowiedzialnego uczestnictwa w gospodarce i społeczeństwie.

Panie Doktorze, Pan jest przykładem osoby, która zbudowała od podstaw znaczące przedsiębiorstwo, działające w bardzo wymagającej branży. Czy z własnego doświadczenia życiowego i zawodowego dostrzega Pan znaczenie takiej dobrze pojętej rywalizacji? Czy udział w wyzwaniach, konkursach, zawodach albo po prostu konfrontowanie się z ambitnymi celami odegrało jakąś rolę również w Pana życiorysie?

Waldemar Szwarczyński: Rywalizacji nie trzeba młodych ludzi uczyć — ona jest naturalna. Natomiast należy ich nauczyć, jak ją wykorzystywać. Chęć bycia lepszym nie jest niczym nagannym, jeżeli wynika ze zdolności, pracy i ambicji, a nie z potrzeby osłabienia innych.

Moje własne doświadczenie pokazuje, że nie trzeba czekać na idealne warunki. Firmę buduje się w takich warunkach, jakie są, a nie w takich, jakie chcielibyśmy mieć. Jeżeli człowiek ma cel, potrafi ocenić ryzyko i jest gotów pracować, może osiągnąć bardzo dużo.

Jednak odnosząc się do sportu, nawet najlepszy napastnik niczego nie zdziała, jeśli nie dostanie dobrego podania. W biznesie jest dokładnie tak samo. Potrzebujemy ludzi ambitnych, ale takich, którzy potrafią łączyć własne możliwości z umiejętnościami innych. Chciałbym, żeby udział w Olimpiadzie czy Konkursie „Ekonomia w praktyce” był dla młodych przede





wszystkim okazją do spotkania z rówieśnikami i konfrontacji z własnymi możliwościami. Nie każdy może i musi wygrać. Ważniejsze jest, żeby nauczył się analizować, tworzyć, bronić własnego zdania, przyjąć ocenę i wyciągnąć wnioski. Tym, co najistotniejsze, jest rozwijanie zdolności analitycznych, samodzielności oraz kreatywnego myślenia.

Marian Gorynia: Znając firmę Biofarm i obserwując jej aktywność, można powiedzieć, że jej rola nie ogranicza się wyłącznie do klasycznie rozumianej działalności gospodarczej. Oczywiście przedsiębiorstwo, które dobrze funkcjonuje, już samo przez się tworzy istotną wartość społeczną: daje zatrudnienie, płaci podatki, rozwija kompetencje pracowników, współpracuje z dostawcami, inwestuje, a w przypadku firmy farmaceutycznej także zaspokaja bardzo ważne potrzeby pacjentów i klientów.

Ale w przypadku Biofarmu widać coś więcej. Firma angażuje się również w inicjatywy, które mają szerszy wymiar społeczny, edukacyjny i obywatelski. Konkurs „Ekonomia w praktyce” jest jednym z takich przedsięwzięć. Można go potraktować jako przykład odpowiedzialności biznesu rozumianej nie jako dodatek do działalności podstawowej, lecz jako naturalny element filozofii prowadzenia firmy. Chodzi tu o wspieranie młodych ludzi, rozwijanie ich kompetencji, zachęcanie do samodzielnego myślenia i pokazywanie, że ekonomia jest wiedzą potrzebną w realnym życiu.

W moim przekonaniu takie działania są szczególnie

cenne, ponieważ pokazują, że przedsiębiorstwo może być ważnym uczestnikiem życia społecznego. Może współtworzyć kapitał społeczny, wspierać edukację, wzmacniać postawy przedsiębiorcze i przyczyniać się do lepszego przygotowania młodego pokolenia do odpowiedzialnego funkcjonowania w gospodarce. To jest wpływ, którego nie da się sprowadzić wyłącznie do wskaźników finansowych, choć w długim okresie także one zależą od jakości otoczenia społecznego, edukacyjnego i instytucjonalnego.

Warto też zauważyć, że tego rodzaju zaangażowanie ma szczególne znaczenie w czasach, w których od firm oczekuje się czegoś więcej niż tylko efektywności ekonomicznej. Oczekuje się wiarygodności, odpowiedzialności, troski o ludzi i gotowości do współpracy z innymi środowiskami. Wspólna inicjatywa Biofarmu i Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego dobrze wpisuje się w takie rozumienie roli biznesu: biznesu, który nie tylko korzysta z rozwoju społecznego, lecz także sam się do niego przyczynia.

Można więc powiedzieć, że Konkurs „Ekonomia w praktyce” jest jednym z wielu przykładów pozytywnego oddziaływania Biofarmu na otoczenie. W tym przypadku tym otoczeniem są młodzi ludzie, szkoły, nauczyciele, środowisko edukacyjne i przyszli uczestnicy życia gospodarczego. To inwestycja w kompetencje, odpowiedzialność i przedsiębiorczość, a więc w zasoby, które będą potrzebne całemu społeczeństwu.

Panie Doktorze, chciałbym zapytać o źródła takiego podejścia. Skąd bierze się motywacja Biofarmu — i Pana

osobiście jako założyciela oraz właściciela firmy — do angażowania się w przedsięwzięcia, które wykraczają poza podstawową działalność gospodarczą, ale mogą przynosić ważne, pozytywne efekty społeczne?

Waldemar Szwarczyński: Zaczęlbym od zdania, które jest dla mnie bardzo ważne: zapotrzebowanie na pracę bierze się z ogólnej potrzeby bycia przydatnym. Człowiek chce wiedzieć, że to, co robi, ma sens, że jest komuś potrzebne i że potrafi zrobić coś dobrze. Pieniądze są ważne, ale same nie wystarczą do zbudowania właściwie funkcjonującej firmy.

Firmę tworzą ludzie, którzy muszą mieć warunki do wykorzystania swoich możliwości. Jeżeli środowisko pracy jest dobre, a wymagania są jasne, pojawia się inicjatywa, odpowiedzialność i zaangażowanie. Nie wierzę w organizację, w której kilka osób „ciągnie” wszystkich pozostałych.

Tak samo patrzę na projekty społeczne. Jeżeli widzę przedsięwzięcie, które ma sens, nie interesuje mnie samo deklarowanie poparcia. Wolę coś współtworzyć, poświęcić swój czas, środki i doświadczenie, żeby zobaczyć rezultat. Konkurs „Ekonomia w praktyce” jest właśnie takim projektem. Daje młodym ludziom możliwość sprawdzenia się w praktyce, a nam pozwala realnie dołożyć się do ich rozwoju.

To nie jest filantropia oderwana od biznesu. To pragmatyzm. Im lepiej wykorzystamy potencjał

młodych ludzi, tym więcej zyskamy jako firmy i jako społeczeństwo.

Marian Gorynia: Kolejny aspekt obecności Biofarmu w przestrzeni społecznej, który zwraca uwagę, to wyraźne skierowanie wielu działań ku ludziom młodym. W przypadku konkursu „Ekonomia w praktyce” jest to szczególnie widoczne, bo adresatami są uczniowie — osoby, które dopiero wchodzą w dorosłość, kształtują swoje postawy, wybierają przyszłe ścieżki edukacyjne i zawodowe, uczą się odpowiedzialności, współpracy oraz samodzielnego myślenia.

Można powiedzieć, że troska o młodych jest troską o przyszłość. To przecież dzisiejsi uczniowie będą za kilka, kilkanaście lat pracownikami, przedsiębiorcami, menedżerami, naukowcami, lekarzami, ekonomistami, konsumentami, obywatelami i liderami różnych środowisk. Od ich wiedzy, kompetencji, charakteru i wrażliwości społecznej zależeć będzie jakość gospodarki, instytucji publicznych, firm, samorządów i całego życia społecznego. Inwestowanie w młodych ludzi jest więc jedną z najbardziej dalekowzrocznych form odpowiedzialności.

W tym sensie konkurs „Ekonomia w praktyce” ma znaczenie nie tylko edukacyjne, ale także formacyjne. Pokazuje młodzieży, że ekonomia nie jest czymś odległym, abstrakcyjnym czy zarezerwowanym wyłącznie dla specjalistów. Przeciwnie — ekonomia jest





obecna w codziennych decyzjach, w funkcjonowaniu firm, gospodarstw domowych, szkół, samorządów i państwa. Uczy rozumienia zależności, dostrzegania skutków decyzji, odpowiedzialności za wybory oraz szukania rozwiązań użytecznych dla innych.

Szczególnie ważne wydaje mi się to, że takie inicjatywy pomagają młodym ludziom nabierać odwagi. Uczestnik konkursu musi wystąpić z własnym pomysłem, uzasadnić go, zmierzyć się z oceną, współpracować z innymi i przyjąć informację zwrotną. To są doświadczenia, które pozostają na długo. Nawet jeżeli ktoś nie wygra, zyskuje coś bardzo ważnego: przekonanie, że warto próbować, warto myśleć samodzielnie, warto zabierać głos i warto brać odpowiedzialność za własny rozwój.

Warto też zauważyć, że kierowanie uwagi ku młodym ludziom jest pewnym sprawdzianem intencji. Działania na rzecz młodzieży często nie dają natychmiastowego efektu. Ich rezultaty są odroczone, rozłożone w czasie, czasem trudno mierzalne. Ale właśnie dlatego mają tak duże znaczenie. Są wyrazem myślenia długookresowego — nie tylko o bieżącej działalności firmy, lecz także o jakości społeczeństwa, w którym ta firma działa i będzie działać w przyszłości.

Dlatego patrząc na zaangażowanie Biofarmu, można postawić pytanie, czy zainteresowanie młodym pokoleniem jest przypadkowym elementem pojedynczej inicjatywy, czy też wynika z głębszego przekonania, że odpowiedzialny biznes powinien współtworzyć warunki rozwoju dla naszych dzieci i wnuków. Dla mnie jest to jeden z najbardziej interesujących i wartościowych wymiarów tego przedsięwzięcia.

Panie Doktorze, chciałbym zapytać wprost: czy to silne zwrócenie uwagi Biofarmu na ludzi młodych — na ich edukację, rozwój, przedsiębiorczość i przygotowanie do przyszłego życia — jest zbiegiem okoliczności, czy raczej świadomym, przemyślanym elementem Pańskiego rozumienia roli firmy w społeczeństwie?

Waldemar Szwarczyński: To zdecydowanie nie jest przypadek. Taka firma jak nasza potrzebuje ludzi kreatywnych, samodzielnych i odważnych w myśleniu. Tymczasem system edukacji zbyt często nagradza poprawne odtworzenie tego, co już wiadome, zamiast premiować pomysł, inicjatywę i odpowiedzialność za rezultat. Jeżeli widzimy taki deficyt, mamy dwie możliwości: narzekać albo próbować coś zmienić.

Nie chodzi o to, żeby młodym ludziom mówić, jak mają działać. Trzeba stworzyć warunki, w których sami muszą coś wymyślić, policzyć, sprawdzić, podzielić się zadaniami, obronić swój pomysł i przyjąć krytykę.

Przez lata Polska straciła wielu młodych, ambitnych ludzi, którzy wyjeżdżali tam, gdzie mieli lepsze warunki do rozwoju. Nie zawsze byli najzdolniejsi. Często po prostu trafiali do systemu, który szybciej rozpoznawał ich talent i go wykorzystywał. Dlatego współpraca biznesu z nauką i edukacją jest niezbędną. Jednak musi być konkretna.

Jeżeli przedsiębiorca angażuje własne pieniądze, czas i zasoby, ma prawo oczekiwać mierzalnego efektu. Lepszych kompetencji, wdrożenia, usprawnienia, racjonalizacji kosztów czy rozwiązania konkretnego problemu. Nauka i biznes są wzajemnie sobie potrzebne, tylko muszą nauczyć się posługiwać językiem rezultatów.

Marian Gorynia: Chciałbym jeszcze podjąć kwestię bardziej ogólną, wykraczającą poza sam konkurs „Ekonomia w praktyce”, choć bardzo dobrze z nim powiązaną. Coraz częściej mówi się dziś o odpowiedzialnym biznesie, o społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, o zrównoważonym rozwoju, o etyce zarządzania, a także o tym, że firma nie może być postrzegana wyłącznie jako mechanizm wytwarzania zysku. Pojawiają się nawet określenia takie jak *deeply responsible business*, czyli biznes głęboko odpowiedzialny — taki,

który nie traktuje odpowiedzialności jako dodatku wizerunkowego, lecz jako integralny element swojej tożsamości, strategii i codziennego działania.

Wydaje się, że to zagadnienie będzie nabierało coraz większego znaczenia. Sektor prywatny jest dziś bardzo silny, dysponuje ogromnymi zasobami finansowymi, organizacyjnymi, technologicznymi i ludzkimi. W wielu obszarach firmy mają większą sprawczość niż pojedyncze instytucje publiczne czy organizacje społeczne. Mogą szybciej reagować, wdrażać innowacje, organizować współpracę, docierać do ludzi i wpływać na standardy funkcjonowania gospodarki. Dlatego pytanie o odpowiedzialność biznesu nie jest już pytaniem pobocznym, ale jednym z kluczowych pytań o przyszłość społeczeństwa i gospodarki.

Widać dzisiaj kilka ważnych tendencji. Po pierwsze, rośnie oczekiwanie, że przedsiębiorstwa będą działały nie tylko zgodnie z prawem, ale także zgodnie z wartościami. Sama legalność działania przestaje wystarczać. Coraz częściej pyta się o uczciwość, przejrzystość, wpływ na pracowników, klientów, środowisko, społeczności lokalne i przyszłe pokolenia. Po drugie, coraz większe znaczenie ma długookresowa reputacja. Firmy, które budują zaufanie, traktują odpowiedzialność poważnie i potrafią łączyć efektywność z wrażliwością społeczną, zyskują trwałą przewagę. Po trzecie, zmienia się język oceny sukcesu przedsiębiorstwa. Zysk pozostaje warunkiem przetrwania i rozwoju, ale



coraz częściej pyta się również o to, jaki ślad firma zostawia w swoim otoczeniu.

Można przypuszczać, że w przyszłości te tendencje będą się wzmacniać. Młode pokolenia pracowników, konsumentów i przedsiębiorców będą prawdopodobnie oczekiwać od firm większej wiarygodności, odpowiedzialności i spójności między deklaracjami a praktyką. Coraz trudniej będzie budować sukces wyłącznie na sprawności ekonomicznej, jeżeli nie będzie mu towarzyszyć odpowiedź na pytanie: komu i czemu ten sukces służy? Firmy będą musiały mierzyć się z problemami, które wykraczają poza tradycyjnie rozumiany rynek: zmianami demograficznymi, zdrowiem publicznym, edukacją, transformacją technologiczną, nierównościami, kryzysem zaufania i potrzebą większej odporności społecznej.

W tym kontekście szczególnie interesująca jest rola przedsiębiorstw zakorzenionych lokalnie, ale myślących szeroko i długofalowo. Takie firmy mogą być pomostem między gospodarką a społeczeństwem. Mogą pokazywać, że prywatna inicjatywa, przedsiębiorczość i odpowiedzialność społeczna nie są sprzeczne. Przeciwnie — mogą się wzajemnie wzmacniać. Dobrze prowadzona firma tworzy miejsca pracy, płaci podatki, dostarcza potrzebnych produktów i usług, ale może również wspierać edukację, kulturę, naukę, zdrowie, sport, rozwój młodzieży i budowę kapitału społecznego.

Wydaje mi się, że przyszłość odpowiedzialnego biznesu będzie polegała właśnie na takim głębszym rozumieniu roli przedsiębiorstwa. Nie chodzi o to, aby firma zastępowała państwo, szkołę, rodzinę czy organizacje społeczne. Chodzi raczej o to, aby była świadomym uczestnikiem wspólnoty, w której działa. Przedsiębiorstwo nie funkcjonuje w próżni. Korzysta z jakości edukacji, infrastruktury, instytucji, kultury pracy, zaufania społecznego i zdrowia obywateli. Jeżeli więc przyczynia się do wzmacniania tych zasobów, to działa nie tylko dla innych, ale także na rzecz własnej długookresowej stabilności.

Konkurs „Ekonomia w praktyce” można odczytywać właśnie w tej perspektywie. Jest to konkretne działanie, ale wpisane w szersze pytanie o to, jak biznes może uczestniczyć w kształtowaniu przyszłości. Nie poprzez wielkie deklaracje, lecz poprzez praktyczne inicjatywy: wspieranie młodych, edukację ekonomiczną, rozwijanie odpowiedzialności, uczenie przedsiębiorczości i pokazywanie, że gospodarka jest częścią życia społecznego.

Panie Doktorze, chciałbym więc zapytać szerzej: patrząc na doświadczenia Biofarmu, na zmieniające się oczekiwania wobec firm i na rosnącą rolę sektora prywatnego, jak Pan widzi przyszłość odpowiedzialnego biznesu? Jakie tendencje są dziś szczególnie widoczne, a jakie — Pana zdaniem — będą prawdopodobnie nabierały znaczenia w najbliższych latach?

Waldemar Szwarczyński: Najlepszym przykładem prowadzenia odpowiedzialnego biznesu jest Hipolit



Waldemar Szwarczyński: Doktor farmacji. Ukończył studia na Wydziale Farmaceutycznym Akademii Medycznej w Poznaniu i obronił pracę doktorską pod kierunkiem prof. Jerzego Tuteckiego w Zakładzie Technologii Środków Leczniczych. Z uczelnią był związany do 1989 roku. Przedsiębiorca, współzałożyciel i współtwórca sukcesu polskiej rodzinnej firmy farmaceutycznej Biofarm. Przez ponad 20 lat był jej prezesem zarządu, dyrektorem generalnym, a obecnie jest prezesem rady nadzorczej. Angażuje się w inicjatywy wspierające rozwój sportowy dzieci i młodzieży. W latach 2013–2020 pomagał poznańskiej drużynie koszykówki – Biofarm Basket Poznań. Od 2020 roku pod patronatem firmy Biofarm w 70 klubach sportowych w całej Polsce rozwija się 6000 dzieci. Od zawsze zaangażowany w działalność społeczną wspierającą idee i wartości samorządności, przedsiębiorczości i wolności gospodarczej. W 1989 roku współtworzył reaktywowaną Wielkopolską Izbę Przemysłowo-Handlową. Współzałożyciel Junior Chambers Polska, współzałożyciel i członek Lions Club Poznań 1990 i Polskiego Związku Pracodawców Przemysłu Farmaceutycznego. Fundator Fundacji „Wspieranie Nauki i Ochrony Zdrowia”, która działa przy firmie Biofarm i wspiera pracowników polskiej ochrony zdrowia. Aktywny członek międzynarodowego stowarzyszenia firm rodzinnych FBN – The Family Business Network.

Cegielski. Działając w Poznaniu, pokazał, że wartości i przedsiębiorczość nie są przeciwieństwami. Rzetelność, jakość i uczciwe podejście do klienta mogą być źródłem przewagi, a nie przeszkodą w robieniu biznesu. To jest postawa, z którą czuję się osobiście związany.

Odpowiedzialny biznes nie polega na tym, żeby dużo mówić. Trzeba go pokazywać w codziennych działaniach. W farmacji jest to szczególnie ważne, bo jakość produktu przekłada się bezpośrednio na ludzkie zdrowie. Dlatego kiedy uczestnicy Konkursu



prof. dr hab. Marian Gorynia

- Ekonomista, nauczyciel akademicki, specjalista w zakresie ekonomii międzynarodowej, biznesu międzynarodowego oraz teorii ekonomii.
- Działalność badawczą i dydaktyczną prowadzi na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu. Absolwent Akademii Ekonomicznej w Poznaniu (1980), stopień doktora uzyskał w 1985 roku, stopień doktora habilitowanego w 1995 roku, a tytuł profesora w 2000 roku. W latach 2008-2016 był rektorem Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu. W kadencji 2012-2016 był przewodniczącym Konferencji Rektorów Uczelni Ekonomicznych.
- Jest członkiem Komitetu Nauk Ekonomicznych Polskiej Akademii Nauk od 2003 roku. Od 2021 roku członek korespondent PAN.

- Należy do European International Business Academy (EIBA), Academy of International Business (AIB) oraz International Management Development Association (IMDA), a także Association Internationale des Économistes de Langue Française (AIELF). W latach 2007-2015 był członkiem zarządu EIBA (jako reprezentant Polski).
- W 2021 roku wybrany na prezesa PTE na kadencję 2021-2026. Jest redaktorem naczelnym kwartalnika „Ekonomista”.
- W kadencjach 2011-2012 oraz 2017-2020 był członkiem Centralnej Komisji do Spraw Stopni i Tytułów, w której pełnił funkcję wiceprzewodniczącego. W kadencjach 2019-2023 oraz 2024-2027 wiceprzewodniczący Rady Doskonałości Naukowej.
- Jest autorem ponad 600 prac naukowych i popularnonaukowych. Odbił staże naukowe w ośrodkach zagranicznych, m.in. Uniwersytet Lyon II, Trent University Nottingham, Uniwersytet Nauk Społecznych w Tuluzie, Uniwersytet Georga Augusta w Getyndze oraz Harvard Business School.
- Wypromował 17 doktorów oraz około 280 magistrów.
- Uzyskał liczne granty badawcze m.in. Komitetu Badań Naukowych, Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego oraz Narodowego Centrum Nauki.
- Jest laureatem kilku nagród Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego, nagrody PAN w dziedzinie ekonomii im. Fryderyka Skarbka, nagrody Komitetu Nauk Organizacji i Zarządzania PAN, nagrody Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego Nagrody im. Edwarda Lipińskiego, nagrody Prezesa Rady Ministrów, a także nagrody Kolegium Nauk o Przedsiębiorstwie SGH.
- Jest doktorem honoris causa Uniwersytetu w Białymstoku (2019), Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu (2023), Uniwersytetu Radomskiego im. Kazimierza Pułaskiego (2025) oraz profesorem honorowym Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie (2019).

„Ekonomia w praktyce” odwiedzili Biofarm, chciałem, żeby poznali obszar produkcji i laboratorium, wymagania jakościowe i organizację pracy. Nie prezentację o przedsiębiorczości, tylko firmę funkcjonującą od ponad 35 lat.

Inwestowanie w firmową technologię jest skuteczne wówczas, gdy poprawia jakość, efektywność albo bezpieczeństwo działania. Inwestowanie w ludzi ma sens wtedy, kiedy daje im możliwość rozwoju i równocześnie podnosi wymagania. Zapewnienie pracownikom opieki medycznej, promowanie zdrowego stylu życia, aktywności sportowej oraz dobrych warunków pracy jest kluczowe dla dobrze działającej organizacji.

Nie uważam, że pracodawcy mają zastępować państwo, szkołę czy samorząd. Każdy powinien dobrze wykonywać swoją część pracy. My mamy wpływ na Biofarm, naszych współpracowników, produkty, które wprowadzamy na rynek, i projekty, które wybieramy do wsparcia. I w tych obszarach chcę widzieć konkretne

działanie, nie deklaracje. Wsparcie finansowe 70 klubów z różnych dyscyplin sportu, skupiających około 8000 dzieci i młodzieży z całej Polski, to są konkretne liczby.

Na zakończenie dodam osobistą historię. Miałem szczęście spotkać na swojej drodze ludzi, którzy we właściwym momencie przekazali mi ważne informacje i wiedzę. Profesor Jerzy Tułeczki, mój promotor pracy doktorskiej, i profesor Roman Meissner, pierwszy przełożony w mojej pracy na uczelni, byli dla mnie bardzo ważnymi osobami. Mój mentor, profesor Meissner, powiedział mi kiedyś: „Niech pan zostawi tę naukę w spokoju i zajmie się przedsiębiorczością, bo to panu bardziej leży. Może zostanie pan Cegielskim, tylko w farmacji”. Zapamiętałem to. Dzisiaj, patrząc na historię Biofarmu, przyznaję mu rację.

I jako motto mojej życiowej drogi przywołuję słowa Wojciecha Młynarskiego: „Róbmy swoje.”

Notował: Maciej Małek

Fot.: Biofarm, PTE