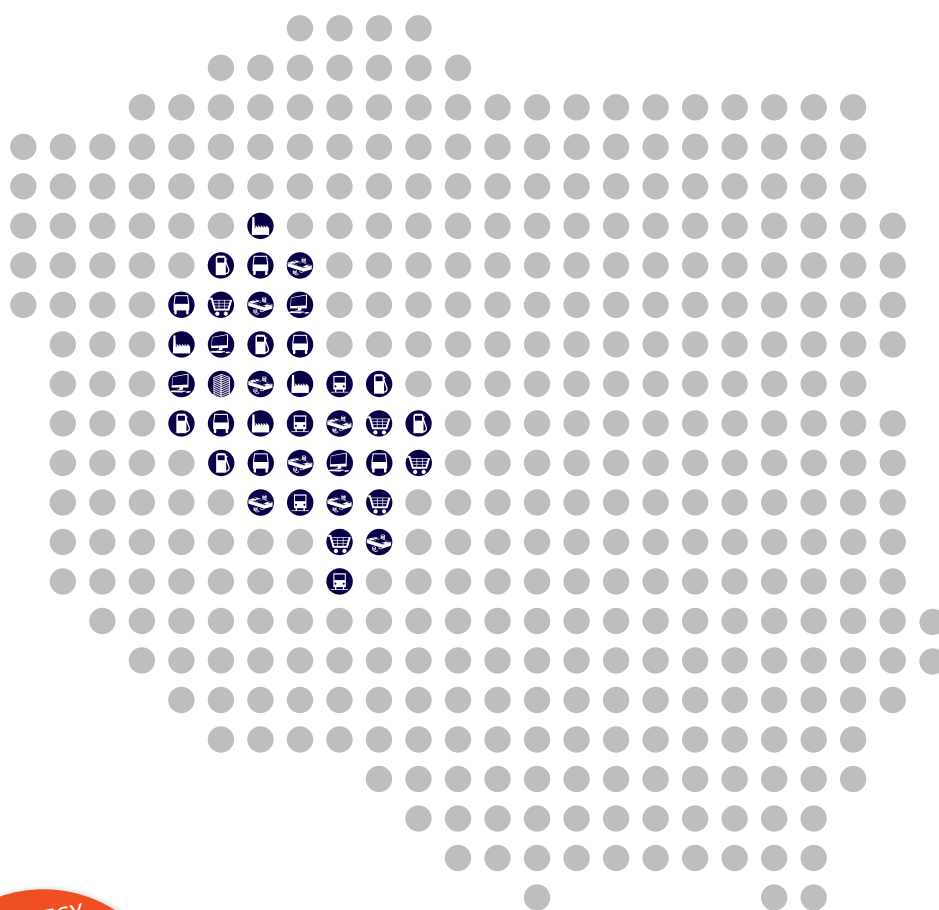


# Przedsiębiorcy w Wielkopolsce

FAKTY, LICZBY, PRZYKŁADY



POLSKA KONFEDERACJA  
PRACODAWCÓW PRYWATNYCH  
LEWIATAN

# Przedsiębiorcy w Wielkopolsce

RAPORT NA TEMAT WKŁADU PRZEDSIĘBIORCÓW  
W ROZWÓJ WOJEWÓDZTWA WIELKOPOLSKIEGO

PREZENTACJE LAUREATÓW KONKURSU  
„BIZNES. DOBRY WYBÓR”

## Uwagi metodologiczne do części „Przedsiębiorcy w Wielkopolsce”:

1. W kilku miejscach podano liczbę przedsiębiorstw zarejestrowanych w rejestrze REGON. Aktywna jest tylko połowa z nich, co zostało zaznaczone, zarówno w tekstach wprowadzających, jak i na karcie „Wszyscy jesteśmy przedsiębiorcami”. W przypadku danych powiatowych dostępne są tylko dane z REGONU, dlatego na karcie tej pokazano przede wszystkim firmy zarejestrowane w 2011 roku. Z badań GUS wynika, że większość z nich (ok. 75-80 procent) nadal działa od roku po rejestracji. Podano także liczbę firm zarejestrowanych w REGON w działach informatyka i komunikacja oraz ochrona środowiska, gdyż nie ma danych, ile z nich jest aktywnych.
2. Jako zasadę przyjęto jednakowe traktowanie przedsiębiorstw prywatnych i publicznych – każde z nich kierowane jest bowiem przez menedżera – przedsiębiorcę. Na karcie „Płaca ważniejsza od świadczeń” ze względu jednak na dostępność danych, skoncentrowano się na firmach prywatnych.
3. Na karcie „Miejsca pracy są w przedsiębiorstwach”, zgodnie ze stanem faktycznym i dostępnością danych, podając informacje działowe, zastosowano określenie „głównie sektor publiczny” i „głównie sektor prywatny”.
4. Starano się podawać informacje dotyczące całej populacji przedsiębiorstw, włącznie z firmami mikro. Tam gdzie nie było to możliwe, wykorzystano dane o firmach zatrudniających powyżej 9 osób. Zostało to zaznaczone w tekście.
5. W kilku przypadkach badań ogólnopolskich (karty: „Tysiące przedsiębiorczych kobiet” i „Odpowiedzialny biznes to my”) dostępne są tylko dane dotyczące makroregionów, a nie poszczególnych województw. Takie zostały przedstawione.
6. Raporty przedstawiają stan danych dostępnych na koniec października 2012 r.

Raporty zostały przygotowane w oparciu o następujące źródła: GUS, Eurostat, Centrum Badania Opinii Społecznej (badanie dla PKPP Lewiatan), GfK Polonia (badanie dla PKPP Lewiatan), materiały Instytutu Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej, MillwardBrown SMG KRC (badanie dla PARP), własne ankiety rozsyłane do urzędów i przedsiębiorstw. Te instytucje i firmy wykonały w dużej mierze obliczenia specjalnie dla nas, za co gorąco dziękujemy. Wykorzystano również m.in. listy 500 i 2000 „Rzeczpospolitej”, raporty Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości i Instytutu Badań nad Gospodarką Rynkową, rankingi międzynarodowe, strategie województw, dane giełdy warszawskiej, raporty instytucji, stowarzyszeń i fundacji. W informacjach historycznych, dotyczących dziejów gospodarczych, podstawowym źródłem była Encyklopedia Historii Gospodarczej Polski (Wiedza Powszechna), a w opisanii walorów turystycznych pomogły przewodniki „Polska Niezwykła” (Demart).

Uwagi do danych zawartych w raportach prosimy kierować na adres [p.a.alexandrowicz@gmail.com](mailto:p.a.alexandrowicz@gmail.com). Zostaną one sprawdzone, a ewentualne poprawki naniesione w raportach udostępnionych elektronicznie.

## Uwaga do części „Biznes. Dobry wybór”:

Przygotowując sylwetki nagrodzonych przedsiębiorców staraliśmy się zawsze dotrzeć bezpośrednio do osób nagrodzonych przez Kapitułę. Nie w każdym przypadku się to udało, ale w takich sytuacjach laureaci wskazywali osobę, z którą rozmawialiśmy na temat firmy i zwycięzcy/ców konkursu „Biznes. Dobry wybór”. W kilku przypadkach sylwetki zostały opracowane na podstawie powszechnie dostępnych informacji, m.in. publikacji prasowych i stron internetowych firm.

ISBN 978-83-61796-83-1  
Copyright © PKPP Lewiatan

Wersję elektroniczną publikacji można pobrać ze strony [www.wizerunekprzedsiębiorcow.pl](http://www.wizerunekprzedsiębiorcow.pl).

Publikacja przygotowana w ramach projektu „Poprawa wizerunku przedsiębiorców” współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

## Autorzy

**ZESPÓŁ PKPP LEWIATAN:** Kuba Giedrońc (redaktor prowadzący), Joanna Zaręba, Zbigniew Gajewski.

**RAPORT „PRZEDSIĘBIORCY W WIELKOPOLSCE”:** Beata Gąsiorowska (infografika), Anna Rejer (gromadzenie i przetwarzanie danych, zarządzanie ankietami), Grzegorz Brodowski (projekt okładki, layout, DTP), Lech Mazurczyk (koncepcja i wykonanie modelowych infografik), Piotr Aleksandrowicz (koncepcja całości, teksty i kierownictwo zespołu).

**BIZNES. DOBRY WYBÓR ORAZ OPRACOWANIE PUBLIKACJI:** Wydawnictwo Tartak Wyrazów ([www.tartakwyrazow.com.pl](http://www.tartakwyrazow.com.pl)), Magdalena Tokarska-Romańska (redakcja), Krzysztof Machocki, Anna Maria Sobocińska, Michał Pisarski (teksty), Radosław Pasterski (zdjęcia laureatów), Aneta Siwiec (fotoedycja), Adam Dziwiewski (layout, skład folderu), Wojciech Romański (koordynacja produkcji).



Publikacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Grudzień 2012 r.



## Szanowni Czytelnicy,



Oddajemy w Państwa ręce wyjątkowe wydawnictwo – pierwsze w Polsce opracowanie na temat roli przedsiębiorstw i przedsiębiorców w rozwoju województwa. Dane w raporcie zostały zaprezentowane w prosty i bardzo obrazowy sposób. Ich analiza nie wymaga wykształcenia ekonomicznego. Mówimy o rzeczach kluczowych dla gospodarki, ale przede wszystkim ważnych dla mieszkańców – o płacach, miejscach pracy, ochronie środowiska itd. Wreszcie każdy mieszkaniec Polski ma dostęp do materiału, który może samodzielnie analizować i wyrobić sobie zdanie, jaką rolę pełnią przedsiębiorcy w Polsce.

Raport został opracowany przez czołowych dziennikarzy ekonomicznych. Zespół pod przewodnictwem red. Piotra Aleksandrowicza wykonał ogromną pracę. Powstało łącznie 17 raportów – dla każdego województwa oraz zbiorczy raport ogólnopolski. Łącznie wykorzystano w nich ponad 30 tysięcy danych! Prace nad nimi trwały pół roku. Myślę, że efekt jest imponujący.

Choć od transformacji gospodarczej minęło już ponad 20 lat, nikt dotychczas nie pokusił się o przygotowanie takiego opracowania. Tym bardziej jego znaczenie jest ogromne. Zachęcam media, samorządy i polityków do wykorzystywania zawartych w raporcie danych i analiz, a także nauczycieli do propagowania tej wiedzy wśród uczniów.

Drugą część tego wydawnictwa stanowią sylwetki laureatów konkursu „Biznes. Dobry wybór”, zorganizowanego przez Polską Konfederację Pracodawców Prywatnych Lewiatan. Wśród nich odnajdą Państwo „twarze biznesu” swojego regionu. Ich dokonania i sukcesy pokazują, że bycie przedsiębiorcą to dobry wybór. Im więcej takich prężnych firm w województwie, tym większe szanse na jego rozwój, a w konsekwencji korzyści dla mieszkańców. Warto zatem wspierać przedsiębiorców w ich rozwoju, bo to inwestycja, która opłaca się każdemu.

Zapraszam do lektury!

Henryka Bochniarz

*Bochniarz*  
 Prezydent Polskiej Konfederacji  
 Pracodawców Prywatnych Lewiatan

# Przedsiębiorcy w Wielkopolsce



**G**ospodarka to, po pierwsze, przedsiębiorcy. To oni tworzą miejsca pracy, płacą większość podatków, inwestują. Państwo nie mogłoby realizować swoich celów, gdyby nie było biznesu. I choć brzmi to może górnolotnie, jest faktem, że Polska rozwija się dzięki przedsiębiorcom. W województwie wielkopolskim aktywnych przedsiębiorców jest ponad 185 tysięcy. Atlas ten zawiera 16 kart, na których setki informacji, map, liczb i wykresów pokazują, jaka jest skala ich działania.

Popatrzmy najpierw, jak sytuuje się województwo wielkopolskie na mapie Polski. To jeden z najmocniejszych regionów gospodarczych w Polsce. Ma wyższy niż przeciętny w Polsce produkt krajowy na mieszkańca, przyzwoitą wydajność w przemyśle, bardzo wysoką w budownictwie, wysoko wydajne rolnictwo, znaczne inwestycje zagraniczne. I wszędzie tysiące przedsiębiorczych ludzi.

Ale przedsiębiorczość na tym terenie nie zaczęła się rzecz jasna w III Rzeczypospolitej. Wielkopolska już w na przełomie X i XI w. miała 13 proc. ziemi uprawnej, była eksporterem produktów rolnych i wy-

robów rzemieślniczych – do innych regionów Polski i za granicę. Rozwijały się rzemiosła spożywcze, metalowe, skórzane, a przede wszystkim tkackie. Kwitł eksport sukna, zboża, wełny, pierza, puchu, miodu i wosku. Historycy twierdzą, że w XVIII wieku Wielkopolska – mimo wojen i zaraz – była najbardziej rozwiniętym gospodarczo regionem Polski. Po Kongresie Wiedeńskim w części wschodniej i południowej,

czyli rosyjskiej (Królestwo Polskie), nadal rozwijało się sukiennictwo, w części pruskiej (Wielkie Księstwo Poznańskie) – przemysł rolno-spożywczy i wysoko wydajne rolnictwo. W II połowie XIX w. zaś Poznań stał się już poważnym ośrodkiem przemysłu, nie tylko spożywczego, także metalowego i maszynowego (zakłady Cegielskiego) oraz chemicznego (nawozy sztuczne). Koleją do Berlina i Wrocławia

Wielkopolskie w pigułce	Polska	województwo wielkopolskie
Przyrost naturalny na 1000 ludności	0,3	2,1
Produkt krajowy brutto na mieszkańca w 2009 roku, w zł	35 210	37 424
Produkcja sprzedana przemysłu na 1 zatrudnionego, w zł	438 819	383 176
Produkcja sprzedana budownictwa na 1 zatrudnionego, w zł	394 783	442 718
Przeciętne wynagrodzenie w sektorze przedsiębiorstw	3 604	3 291
Przeciętna powierzchnia użytków rolnych w gospodarstwie, w ha	6,8	10,8
Podmioty gospodarcze w rejestrze Regon na 10 tys. ludności	1 013	1 101
Spółki handlowe z udziałem kapitału zagranicznego na 10 tys. ludności	19	18

ZRÓDŁO: GUS, DANE ZA 2011 R.

wia można było jeździć już w połowie XIX wieku. A od 1921 roku przedsiębiorcy poznaniacy zaczęli organizować targi – najpierw krajowe, a cztery lata później międzynarodowe. Takie są tradycje.

W 1990 roku do Polski powrócił system rynkowy. Mamy od 20 lat bezprecedensowy wzrost gospodarczy, powstały tysiące firm, setki tysięcy ludzi stały się przedsiębiorcami. Z jakim efektem? Popatrzmy na początek XXI wieku. W latach 2000-2011 wynagrodzenia realne zwiększyły się Polsce o 32,9 procent, a liczba bezrobotnych zmniejszyła z 2,7 mln do 2,0 mln. Sprzedaż detaliczna wzrosła o 30,7 procent. Przybyło 2,4 miliona mieszkań. Eksport wzrósł sześciokrotnie do prawie 190 mld dolarów. Produkt krajowy brutto jest o ponad połowę wyższy niż w 2000 roku i ponad 2 razy wyższy niż u progu przemian.

A w poszczególnych regionach? Posłużymy się tylko jedną liczbą. W 2000 roku produkt krajowy brutto na mieszkańca wynosił w województwie wielkopolskim 20 101 zł. W 2009 (ostatnie dostępne dane) – 37 424 zł, czyli był o 86 proc. wyższy. Wzrost bardzo duży, nawet jeżeli uwzględnić ok. 28-procentową inflację w tym czasie.

Przedsiębiorcy i firmy mają w tym decydujący udział.

Niektóre wydarzenia gospodarcze regionu w czasach III Rzeczypospolitej przedstawiamy poniżej w kalendarium. Województwo wielkopolskie jest dziś w czołówce gospodarczej Polski, a przedsiębiorcy mają wiele powodów do dumy.

Na Liście 500 największych firm w Polsce co dziesiąta ma siedzibę w Wielkopolsce. Cztery – Enea, Jeronimo Martins Dystrybucja (Biedronka), Eurocash i Volkswagen Poznań – są w pierwszej dwudziestce. Rozwija się rolnictwo, przemysł AGD, spożywczy, elektromaszynowy, papierniczy, farmaceutyczny, elektryczny – kompletna lista byłaby bardzo długa. Tu mają też siedziby liczne sieci handlowe. Ogromnymi eksporterami są Philips Lighting w Pile i Volkswagen w Poznaniu. Obok nich Solaris i dawna Polfa Poznań, dziś GlaxoSmithKline. Co roku wiele zagranicznych firm lokuje tu swoje inwestycje, a tysiące innych zakładają i rozwijają polscy przedsiębiorcy. Gmina Tarnowo Podgórne, dzięki umiejętności przyciągnięcia wielu inwestorów, stała się jednym z symboli wielkopolskiej przedsiębiorczości i zaradności.

Ale jest ich więcej. Wystarczy spojrzeć, ile firm działa w obszarze telekomunikacji i informatyki. Ponad 7 tysięcy! Co roku o kilka punktów rozszerza się zasięg szerokopasmowego internetu – dziś ma do niego dostęp 52,8 procent gospodarstw domowych. Za każdym z tych wydarzeń i wskaźników stoją przedsiębiorcy i ich firmy.

Dodajmy, że również w rolnictwie mamy setki nowoczesnych gospodarstw rodzinnych, które są równie efektywne jak mikrofirmy przemysłowe czy usługowe.

Województwo wielkopolskie ma szereg silnych stron:

- stosunkowo dobrze rozwinięta sieć dróg i połączeń kolejowych, lotnisko międzynarodowe w Poznaniu
- zróżnicowany przemysł
- wysoko wydajne rolnictwo
- tradycja handlowa i wystawiennicza Poznania
- ugruntowana kulturowo przedsiębiorczość
- wysoki przyrost naturalny
- bardzo mocny ośrodek akademicki w Poznaniu
- relatywnie wysokie nakłady na badania i rozwój
- dodatnie saldo migracji

Są również słabe strony np. relatywnie dość wysokie koszty pracy, umiarkowanie rozwinięty sektor usług, brak dużych ośrodków naukowych i akademickich poza Poznaniem.

Gdzie zatem są szanse na rozwój gospodarczy? Zapewne w obszarach, które już są mocną stroną województwa: w rolnictwie i rozwiniętym przemyśle, m.in. spożywczym i motoryzacyjnym. W możliwościach lokalizacji tu outsourcingu biznesowego, od księgowości po badania naukowe. W rozwoju logistyki, już dziś mocno reprezentowanej w Wielkopolsce. Szansą dla przedsiębiorczych jest też ciągle względnie niski udział usług w produkcie krajowym regionu. W rankingu atrakcyjności inwestycyjnej województw Instytutu Badań nad Gospodarką Rynkową wielkopolskie jest na wysokim 5. miejscu dzięki zasobom pracy, dostępności transportowej i aktywności władz wobec inwestorów.

Nasz region może rozwijać się dalej głównie dzięki przedsiębiorcom, których dotychczasowe osiągnięcia i znaczenie dla regionu pokazujemy na kartach naszego atlasu. Zapraszamy do lektury.

PKPP LEWIATAN



Katedra w Gnieźnie

## SKARBY I BIZNES

Turystyka jest jedną z większych szans dla ludzi przedsiębiorczych i całego regionu. Według danych GUS zakwaterowanie i gastronomia przynoszą 1,1 proc. wartości dodanej wytworzonej w dużych firmach w województwie wielkopolskim. Ten wskaźnik zapewne byłby wyższy, gdyby uwzględnić setki małych pensjonatów, czy kwatery agroturystycznych. To w Wielkopolsce zaczęły się dzieje polskiej państwowości. Turysty przyjeżdżają tu przede wszystkim dlatego, że mamy unikatowe zabytki. Rezerwat archeologiczny w Biskupinie, katedra gnieźnieńska, zespół klasztorny w Gostyniu – Gł-

ówku, opactwo cystersów w Łądzie nad Wartą, Ostrów Lednicki, historyczny zespół Poznania – wszystkie te miejsca uznane zostały przez prezydenta RP za pomniki historii. Są też obiekty historyczne i turystyczne, których źródła tkwią w gospodarce i przedsiębiorczości. Na przykład w Jaraczu działa muzeum młynarstwa, a w Sielinku – jedyne w Polsce i jedno z trzech w Europie – muzeum rzeźnictwa. To oddziały muzeum narodowego rolnictwa i przemysłu rolno-spożywczego w Szreniawie, gdzie można zobaczyć m.in. maszyny rolnicze z XIX wieku i stare źródła energii – kieraty i lokomobile parowe.

W Sielinku ekspozycja ukazuje historię rzemiosła rzeźniczego i przemysłu mięsnego od połowy XVII do połowy XX w. Również międzynarodową atrakcją jest w Wolsztynie ostatnia czynna w Europie parowozownia obsługująca regularne połączenia. Oryginalną przedsiębiorczość można też dostrzec w okolicach bazyliki w Licheniu, największej świątyni w Polsce. Interesy – handel dewocjonaliami, domy pielgrzyma, kilka barów i restauracji – prowadzi tu Zakład Gospodarczy Dom Pielgrzyma, firma założona przez przedsiębiorczych księży marianów w 1998 roku.

FOT. MARIUSZ JURGIELWICZ/PHOTOGENICA

# 20 LAT MINĘŁO



1990

Powstaje Bank Staropolski

1993

Volkswagen rozpoczyna montaż samochodów VW Transporter w fabryce samochodów Tarpan w Poznaniu

1994

Rodzinna spółka Małgorzaty i Jerzego Wiśniewskich Piecobiogaz rozpoczyna działalność. W ciągu 18 lat stanie się jedną z największych firm budowlanych w kraju (PBG)

1995

Denominacja złotego

1999

Powstaje województwo wielkopolskie

2001

Neoplan przekształca się w rodzinne przedsiębiorstwo państwa Olszewskich Solaris Bus and Coach

2012

Upadłość spółki PBG, która utraciła płynność, mając ogromny front robót – od autostrad do energetyki. Otrzyma wsparcie publiczne

1990

Reforma Balcero-wicza. Początki gospodarki rynkowej w Polsce

1991

Eleonora, Piotr i Paweł Wosiowie zakładają pierwszy sklep sieci delikatesów Piotr i Paweł

1994

Krzysztof Olszewski zakłada spółkę Neoplan, która rozpoczyna montaż niskopodłogowych autobusów

1994

Prywatyzacja fabryki sprzętu AGD we Wronkach, 1997 r. – wejście na giełdę

1998

Glaxo Wellcome kupuje Polfę Poznań

2000

Bank Staropolski bankrutuje

2009

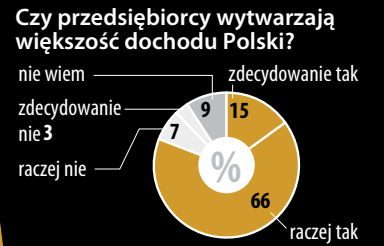
Samsung kupuje od Amiki Wronki fabrykę pralek i lodówek

2011

Otwarcie ostatniego odcinka autostrady A2 na terenie województwa (Nowy Tomyśl – Świecko)

# ROZWIJAMY SIĘ

# 740



ŹRÓDŁO: GFK POLONIA DLA PKPP LEWIATAN, 2012

**W** ciągu ostatnich trzech lat produkt krajowy wzrósł o blisko 10 proc. W naszym regionie cztery piąte z niego powstaje w gospodarce, w sferze budżetowej – jedna piąta. Dostrzegają to mieszkańcy Wielkopolski, aż 81 proc. z nich zgadza się ze stwierdzeniem, że to przedsiębiorcy wytwarzają większość dochodu Polski. W naszym województwie powstaje 9,5 proc. polskiego PKB.

Województwo wielkopolskie nie jest tak bogate jak Mazowsze z Warszawą, ale nasz dystans do Europy stale się zmniejsza, podobnie jak w całym kraju. W 2003 roku produkt krajowy w Polsce na głowę mieszkańca, liczony według siły nabywczej, wynosił mniej niż 50 procent średniej w Unii Europejskiej. W 2011 roku już 65 procent i można być pewnym, że w 2012 roku wskaźnik ten znowu się zwiększy.

Produkt krajowy jest bardzo ważny, ale dla jakości życia istotne są także bezpieczeństwo czy edukacja. W tych kategoriach woj. wielkopolskie ma dobrą pozycję na tle innych regionów.

## Nasz produkt krajowy wart jest tyle co

W woj. wielkopolskim w latach 1999–2009 PKB wzrósł o:



127 mld zł to równowartość:

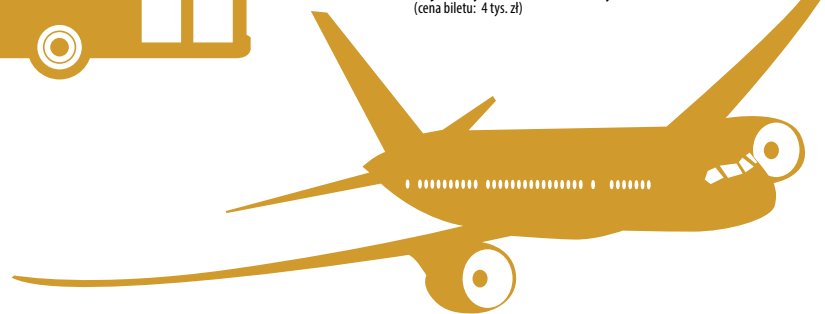
## 179 382

autobusów miejskich Solaris Urbino 12  
(koszt 1 autobusu to około 700 tys. zł)



## 31 840 250

najtańszych biletów lotniczych dookoła świata  
(cena biletu: 4 tys. zł)



## 381 572

mieszkań w Poznaniu  
(cena 60-metrowego mieszkania to 334 tys. zł)



## 2 069 565

samochodów Opel Astra  
(sztuka za 61 450 zł)



## 42 454

milionów butelek piwa  
(cena butelki: 3 zł)



i 3 razy więcej niż koszt pierwszej elektrowni atomowej w Polsce, który wyniesie około

## 42 mld zł



ŹRÓDŁO: OBLICZENIA WŁASNE

## ton złota



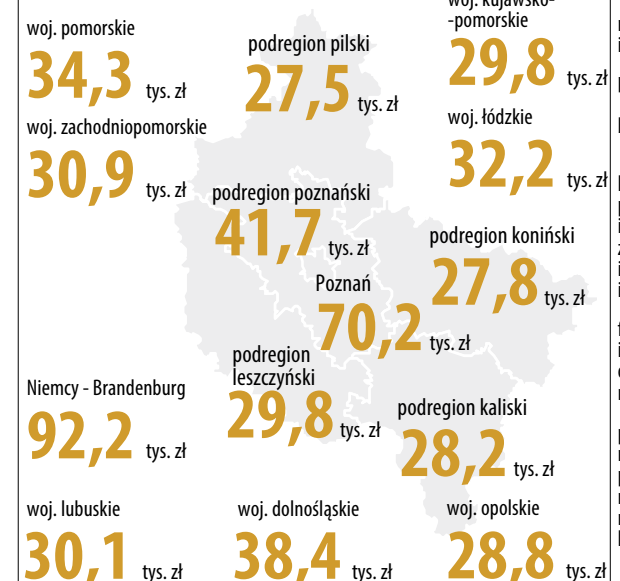
(1 tona złota - 172 mln zł)

## i wyniósł 127,4 mld zł w 2009 r.\*

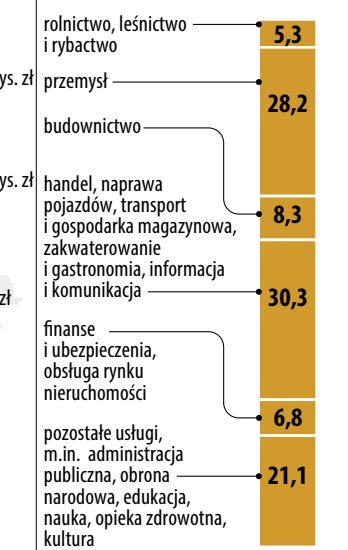
\* DANE DLA WOJ. WIELKOPOLSKIEGO

Produkt krajowy na mieszkańca w woj. wielkopolskim wynosi już	Przedsiębiorcy wypracowują	Wielkopolski PKB stanowi
<b>37,4</b> tys. zł	<b>4/5</b> całego produktu krajowego	<b>9,5</b> proc. PKB Polski

Mamy na ogół wyższy podobny produkt krajowy brutto niż w sąsiednich województwach, ale niższy niż w sąsiednim regionie w Niemczech (Brandenburg)



Wartość dodana, która jest liczbowo zbliżona do PKB, wypracowują przede wszystkim przedsiębiorcy

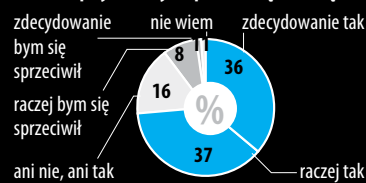


ŹRÓDŁO: GUS, EUROSTAT

1. W firmach powstaje cztery piąte produktu krajowego
2. 81 proc. osób w Wielkopolsce docenia wkład przedsiębiorców w zamożność kraju
3. Produkt krajowy przypadający na mieszkańca wzrósł o 10 procent w ostatnich trzech latach

# WSZYSCY JESTEŚMY PRZEDSIĘBIORCAMI

Czy poparlibyście decyzję swojego dziecka, gdyby zamierzało zostać prywatnym przedsiębiorcą?



ŹRÓDŁO: BADANIA OPINII O PRZEDSIĘBIORCACH. GFK POLONIA DLA PKPP LEWIATAN STYCZEŃ 2012

# 1300 firm



Czyli jeden podmiot gospodarczy powstaje co 4 minuty\*

\*zakładając, że rejestracja jest możliwa 5 dni w tygodniu, 8 godzin dziennie



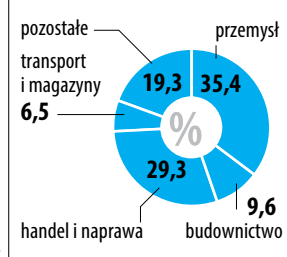
Z badań GUS wynika, że aktywnych firm jest ponad 50 procent. W 2011 r. było ich 187 179, 96 procent z nich to mikrofirmy, najczęściej jedno- i dwuosobowe.

**Firmy aktywne w 2011 r.**  
mikroprzedsiębiorstwa (do 9 pracujących) **179 692**

małe (10-49)	<b>5233</b> *
średnie (50-249)	<b>1763</b> *
duże (powyżej 249)	<b>326</b> *

Mamy 51 aktywnych firm na 1000 mieszkańców. We wszystkich pracuje 910 188 ludzi, średnio 5 osób w firmie.

**Struktura pracujących w firmach aktywnych**



Średnio każda firma miała w 2010 roku przychody

**2,0** mln zł,

od **0,5** mln zł w firmach mikro

do **467,2** mln zł w dużych przedsiębiorstwach

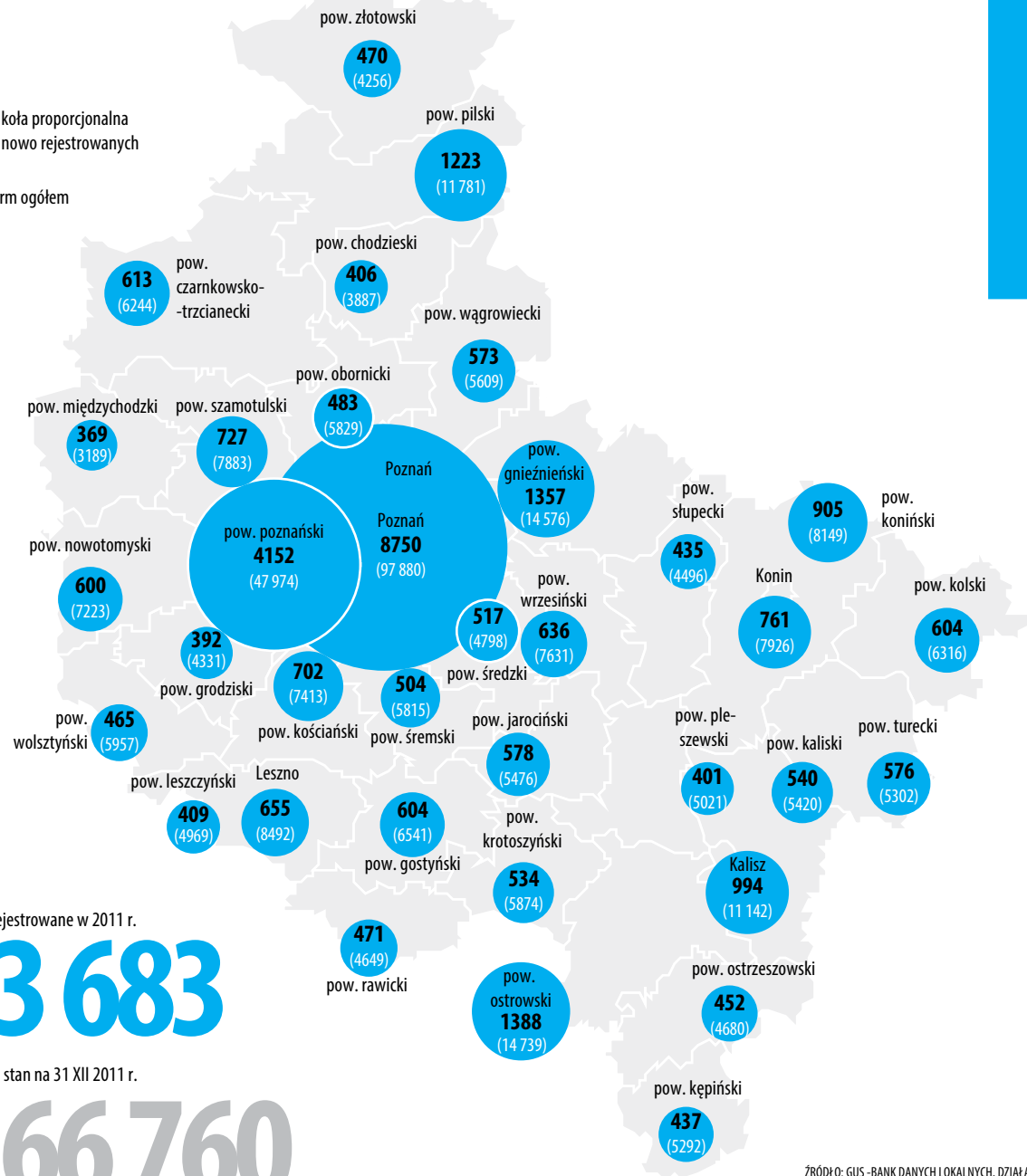
## W naszym województwie codziennie rejestrowanych jest

**Firmy z sektora prywatnego w powiatach (2011 r.)**

nowo rejestrowane

**613** (6244) powierzchnia koła proporcjonalna do liczby firm nowo rejestrowanych

w nawiasie podano liczbę firm ogółem



**Firmy prywatne w województwie wielkopolskim**



Województwo wielkopolskie ma ogromny potencjał przedsiębiorczości: 29,5 tys. spółek prawa handlowego i 24,4 tys. cywilnych, prawie 290 tys. osób fizycznych, które zarejestrowały działalność gospodarczą. W 2011 roku ok. 33,7 tys. osób rozpoczęło swoją przygodę z biznesem.

Nie zawsze odnoszą sukces. Działalność gospodarcza z natury związana jest z ryzykiem. Błędy w zarządzaniu, nietrafiony produkt, zbyt silna konkurencja, która nie wpuściła na rynek debiutanta – wszystko to sprawia, że co druga nowa firma zamyka działalność w ciągu pierwszych trzech lat istnienia.

Co wtedy? Jak powiedział Henry Ford: „Porażka to po prostu okazja, by zacząć od początku, tym razem inteligentniej”.

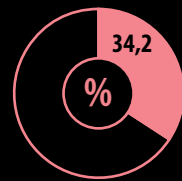
Mimo problemów działalność w biznesie jest dobrze postrzegana. Większość mieszkańców Wielkopolski chciałaby, aby ich syn czy córka zostali przedsiębiorcami.

1. Co tydzień w regionie rejestrowanych jest 650 firm
2. Po trzech latach połowa nowych firm w Polsce nadal istnieje i się rozwija
3. W regionie jest 38 razy więcej podmiotów prywatnych niż publicznych

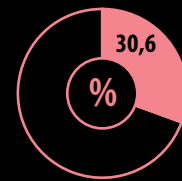
# TYSIĄCE PRZEDSIĘBIORCZYCH KOBIEC

# 4

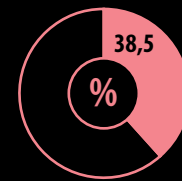
Udział kobiet wśród pracujących na własny rachunek w Polsce



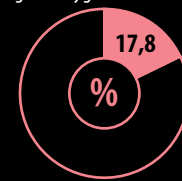
Udział kobiet wśród pracodawców w Polsce\*



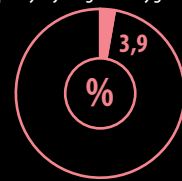
Udział kobiet wśród zakładających firmy w 2010 r.



Procent kobiet pracujących na własny rachunek powyżej 50 godzin tygodniowo



Procent kobiet-pracowników najemnych pracujących powyżej 50 godzin tygodniowo



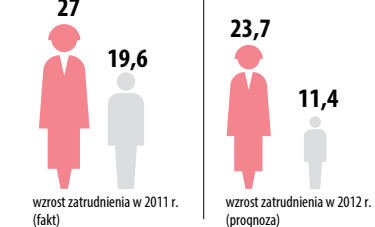
\* KOBIECY PRACUJĄCE NA WŁASNY RACHUNEK, ZATRUDNIAJĄCE PRACOWNIKÓW

ŹRÓDŁO: GUS, AKTYWNOŚĆ EKONOMICZNA LUDNOŚCI POLSKI, IV KW. 2011; DANE OGÓLNOPOLSKIE

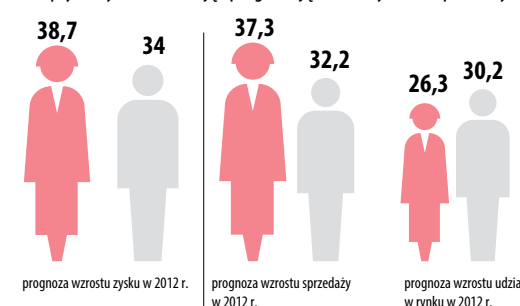
## Kobiet-szefów firm jest

**Firmy zarządzane przez kobiety w porównaniu z „męskimi”**

...są otwarte na przyjmowanie nowych pracowników, (proc.)



...optymistycznie oceniają i prognozują wzrost zysków i sprzedaży, (proc.)



Unikatowe badania CBOS dla PKPP Lewiatan przeprowadzone w 2012 r. Próba obejmowała w całej Polsce 1500 przedsiębiorstw mikro, małych i średnich, w których wyodrębniono firmy „kobięce” (ich szefami lub właścicielkami są kobiety) i „męskie”.

## razy więcej niż pielęgniarek

W woj. wielkopolskim w zakładach opieki zdrowotnej i prywatnych praktykach pracują 13 442 pielęgniarki (GUS, Zdrowie i ochrona zdrowia w 2010 r.). Z kolei z danych Eurostatu i GUS wynika, że na terenie woj. wielkopolskiego

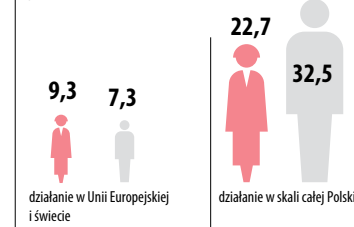
ponad 59,9 tys. kobiet kieruje przedsiębiorstwami, choćby jednoosobowymi. Podobnie zaskakujące jest porównanie z nauczycielkami. Otóż jest ich w Wielkopolsce mniej niż przedsiębiorczych kobiet\*.

\* NAUCZYCIELI W WOJ. WIELKOPOLSKIM JEST PONAD 45,6 TYS., A PONIEWAŻ W EDUKACJI 3 NA 4 ZATRUDNIONE OSOBY TO KOBIECY, MOŻNA PRZYJĄĆ, ŻE NAUCZYCIELEK JEST OKOŁO 34,2 TYS. (GUS, OŚWIATA I WYCHOWANIE W ROKU SZKOLNYM 2010/2011).

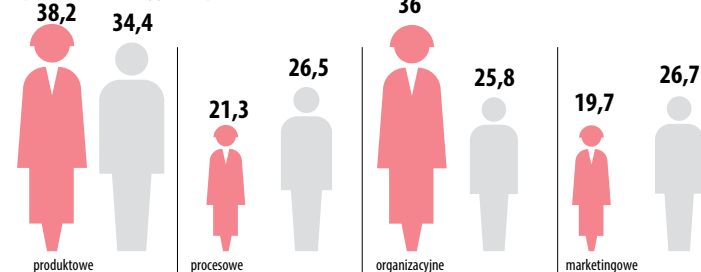
...są również bardziej ostrożne w inwestycjach modernizujących i zwiększających moce produkcyjne, choć je częściej zapowiadają (proc.)



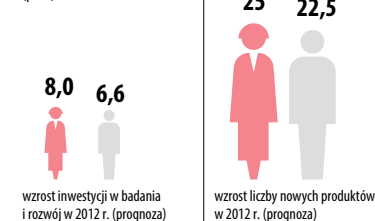
...są bardziej zorientowane na ekspansję międzynarodową, a mniej na ogólnopolską niż „męskie”. Odsetek firm wskazujących jako priorytet biznesowy:



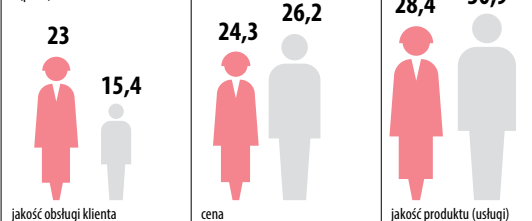
...co potwierdza innowacyjność - wyższa niż „męskich” firm w zakresie produktów i organizacji (procent firm, które wdrożyły innowację w latach 2009-2011)



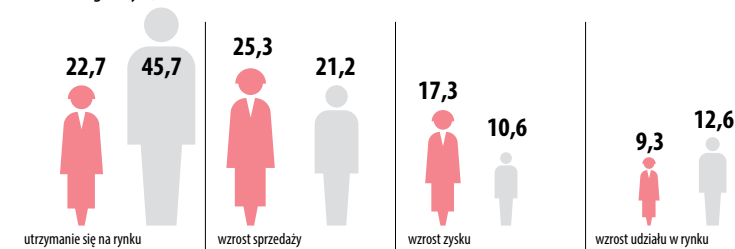
...planują spore inwestycje w innowacje, nowe technologie i zapowiadają więcej nowych produktów (proc.)



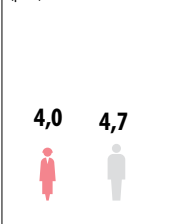
...są też bardziej niż „męskie” zorientowane na jakość obsługi klienta, mniej zaś na jakość produktu lub usługi. Najważniejszy czynnik konkurencyjny w horyzoncie dwóch, trzech lat:



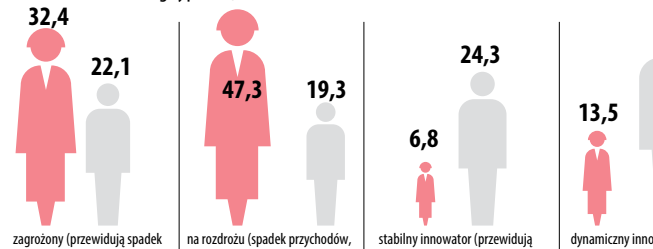
...są bardziej zorientowane na wzrost sprzedaży i wzrost zysku, mniej na wzrost udziału w rynku. Cel strategiczny: (proc.)



Równie ostrożnie korzystają z kredytów (proc.)

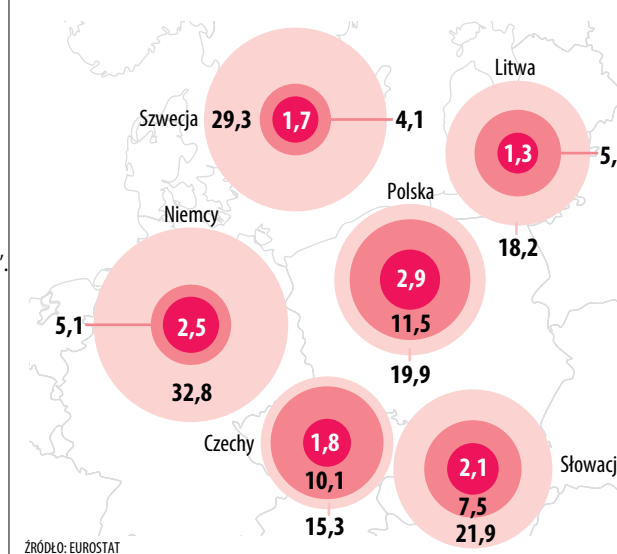


W 30 wielkopolskich spółkach giełdowych w zarządzie zasiada 13 kobiet, w tym 2 pełnią funkcję prezesa.



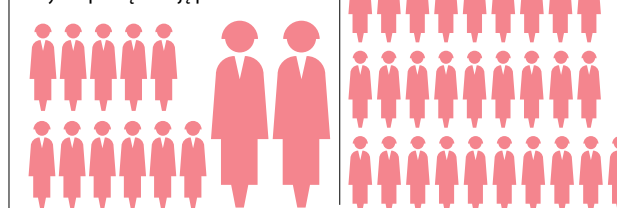
W zestawieniu z naszymi sąsiadami mamy najwyższe odsetki kobiet-pracodawców i pań pracujących na własny rachunek w jednoosobowych firmach.

● Odsetek kobiet samozatrudnionych mających pracowników wśród kobiet pracujących ogółem (pracodawcy)  
● Odsetek kobiet samozatrudnionych pracujących na własny rachunek (bez pracowników) wśród kobiet pracujących ogółem  
● Odsetek kobiet samozatrudnionych mających pracowników wśród kobiet samozatrudnionych ogółem



ŹRÓDŁO: EUROSTAT

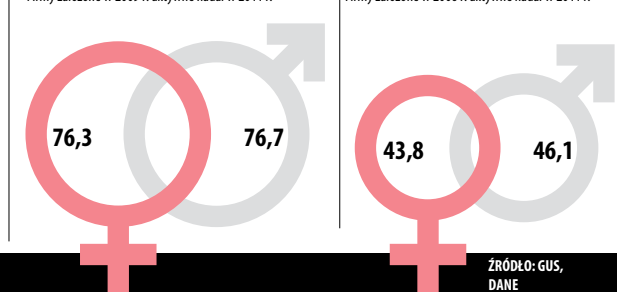
W ich Radach Nadzorczych zasiada 28 pań.



ŹRÓDŁO: GPW - WYLICZENIA WŁASNE

Wskaźniki przeżywalności dla firm założonych przez kobiety i mężczyzn są podobne (proc.)

Firmy założone w 2009 r. aktywne nadal w 2011 r.



ŹRÓDŁO: GUS, DANE OGÓLNOPOLSKIE

1. Założycielką lub szefową co trzeciej firmy jest kobieta
2. Panie dominują w ochronie zdrowia, edukacji, gastronomii, części usług
3. Polki są bardziej przedsiębiorcze niż panie w Europie





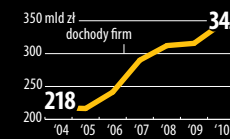
# WIĘKSI NIŻ FIAT I PZU



# 24

## 345

mld zł wyniosły przychody firm w woj. wielkopolskim



## 1,6

Są 1,6 razy większe niż w 2004 r.



## 87

procent większe niż w 2005 r.

ŹRÓDŁO: GUS

Cywilizacja i zysk idą ręką w rękę – powiedział kiedyś prezydent USA Calvin Coolidge. To prawda. Bez zysków firm nie byłoby rozwoju gospodarczego. Z zysków finansowane są innowacje i inwestycje, z zysków rodzą się nowe miejsca pracy. A skąd biorą się zyski? Oczywiście, to nadwyżka przychodów nad kosztami, ale żeby uzyskać przychody, potrzebne są towary lub usługi, na które jest popyt. Wówczas konsumenci oceniają, że przedsiębiorcy są pożyteczni. W woj. wielkopolskim tak właśnie uważa 66 proc. mieszkańców.

Ale też, by pojawiły się przychody i zyski, potrzebna jest praca samych przedsiębiorców. Dużo pracy. Cieszy, że ten wysiłek jest dostrzegany. 57 proc. mieszkańców naszego województwa i dwie trzecie w całej Polsce uważa, że przedsiębiorcy pracują więcej niż inni.

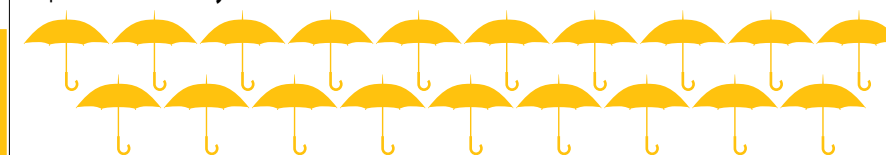
## Przychody firm w naszym regionie są

**W większości powiatów woj. wielkopolskiego produkcja sprzedana przemysłu jest wielokrotnie większa niż dochody samorządów.**



## razy większe niż dochody gmin

Są także większe od dochodów wielu firm znanych z działalności w całej Polsce



1. Przychody firm w woj. wielkopolskim wzrosły o 58 procent w ciągu siedmiu lat
2. Blisko 80 procent firm przynosi zyski
3. 66 procent mieszkańców regionu uważa, że jesteśmy pożyteczni dla społeczeństwa

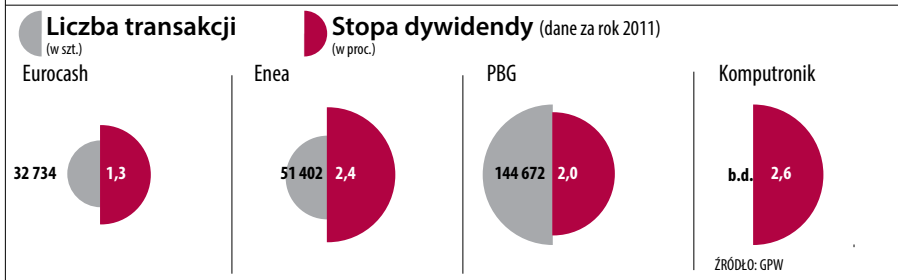
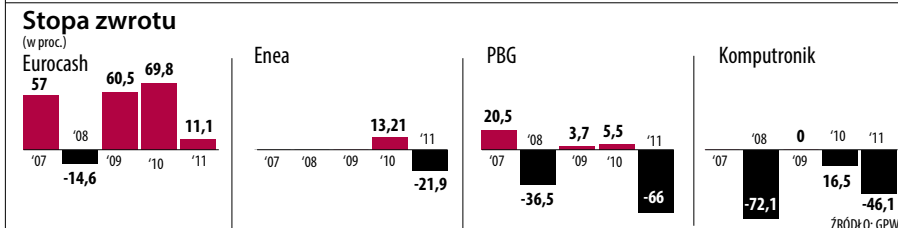
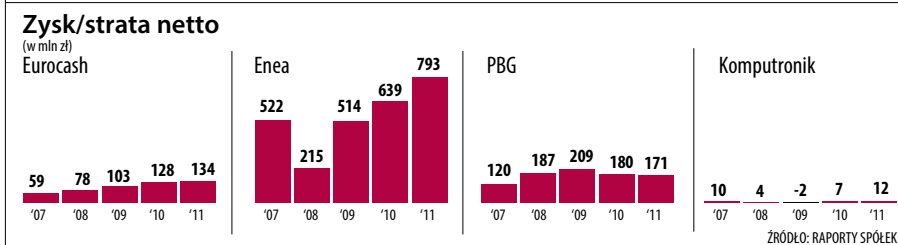
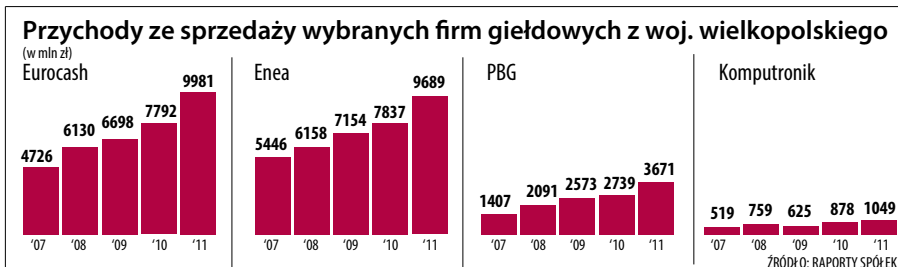
# PAČZKOWANIE KAPITAŁU



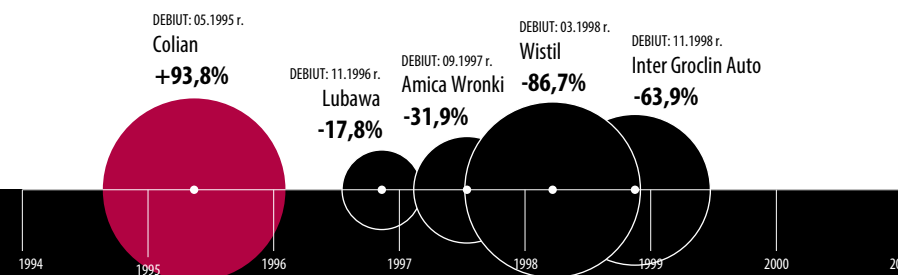
**L**iderem wśród 30 giełdowych spółek województwa wielkopolskiego jest firma handlu hurtowego Eurocash (1079 proc. zysku w ciągu zaledwie siedmiu lat), która wygrywa z konkurentami z tej branży pod względem dynamiki notowań (patrz wykres). Nie udało się niestety przygoda z giełdą wielkiej firmy budowlanej PBG. Mimo zysków utraciła płynność i w 2012 roku zgłosiła wniosek o upadłość. Część spółek przynosi inwestorom straty. To efekt kryzysu finansowego i mniejszej skłonności do ryzyka. Mimo to nadal wielu z nich lokuje swoje pieniądze w akcjach wielkopolskich spółek.

Obok rynku podstawowego na warszawskiej giełdzie istnieje także rynek NewConnect, przeznaczony dla młodych firm działających przede wszystkim w sektorach tzw. nowych technologii. Ich aktywa to głównie walory intelektualne założycieli, pomysły i patenty. W Wielkopolsce już 28 spółek notowanych jest na NewConnect, m.in. budowlanych, inwestycyjnych i technologicznych.

## Wartość giełdowa naszych spółek jest



**Kalendarium spółek** ● zysk ● strata  
Zmiana kursu od debiutu do 24.10.2012 r., w proc., powierzchnia koła proporcjonalna do zysku (straty) z inwestycji



## razy większa niż ich kapitał akcyjny

30 czerwca 2012 r. wartość giełdowa spółek z woj. wielkopolskiego na WGPW wynosiła

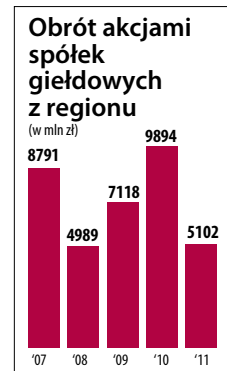
# 14 184,8

mln zł

Tymczasem ich nominalny kapitał akcyjny tylko

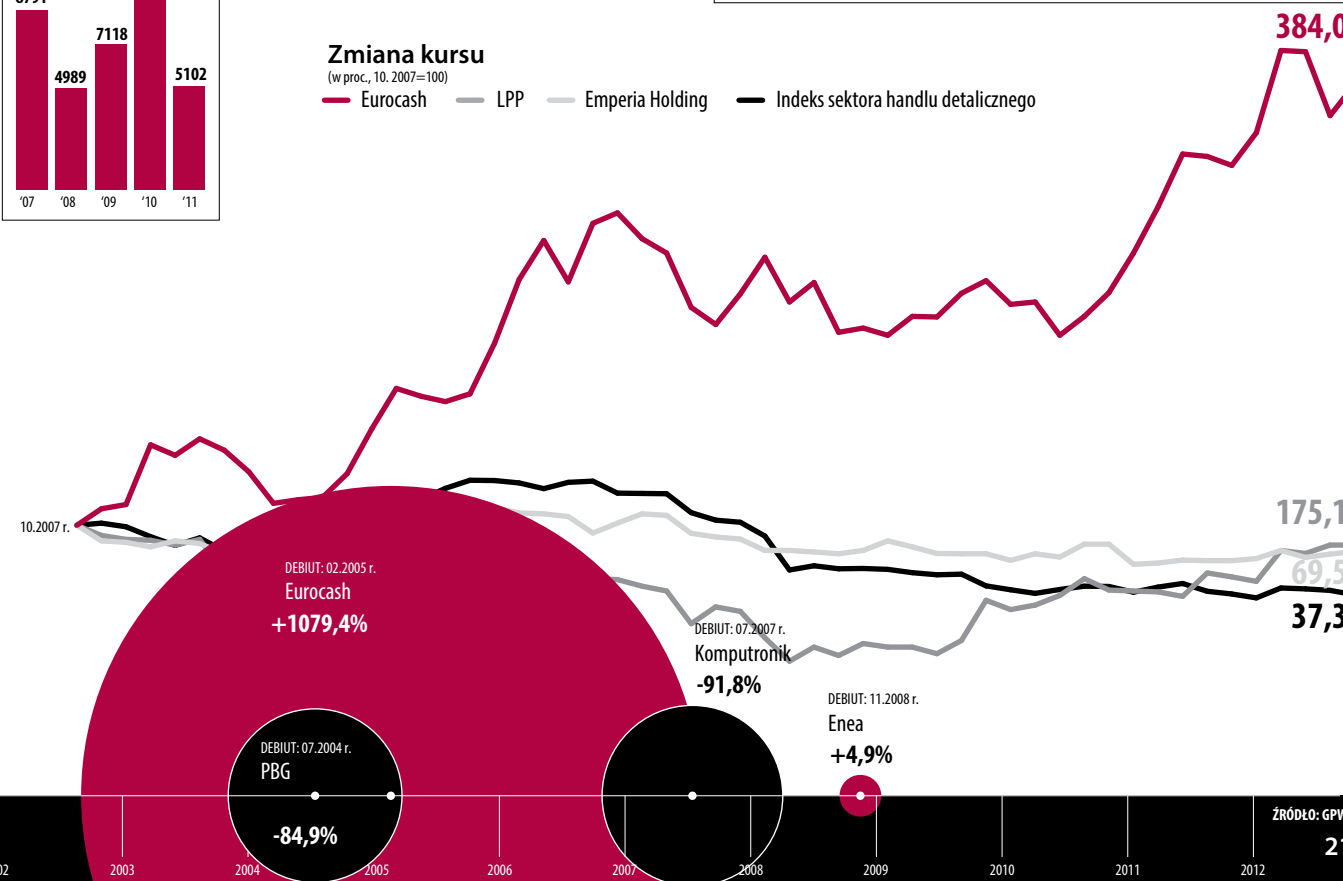
# 1308,2

mln zł



### Zmiana kursu (w proc., 10.2007=100)

— Eurocash — LPP — Emperia Holding — Indeks sektora handlu detalicznego



1. Od debiutu na giełdzie Eurocash dał 1079 proc. zysku
2. Wartość giełdowa wielkopolskich spółek to 14 mld zł
3. Największe wypłaty od 1 do 3 proc. dywidendy w 2012 roku

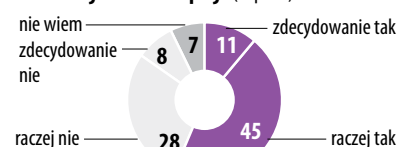
# NAPRZÓD CZYLI INWESTYCJE

# 12

Inwestycje są najważniejsze dla rozwoju. Dlatego co roku przedsiębiorcy prywatni inwestują w województwie wielkopolskim 12–15 mld zł. Ktoś powiedział, że droga do sukcesu w biznesie jest zawsze w budowie. To trafne powiedzenie, dosłownie i w przenośni.

Dlatego każdy przedsiębiorca inwestuje na miarę swoich możliwości finansowych. Przeciętna duża firma (powyżej 249 zatrudnionych) zainwestowała w Polsce w 2010 roku 22,3 mln zł, firma mikro (do 9 zatrudnionych) – 15,1 tys. zł.

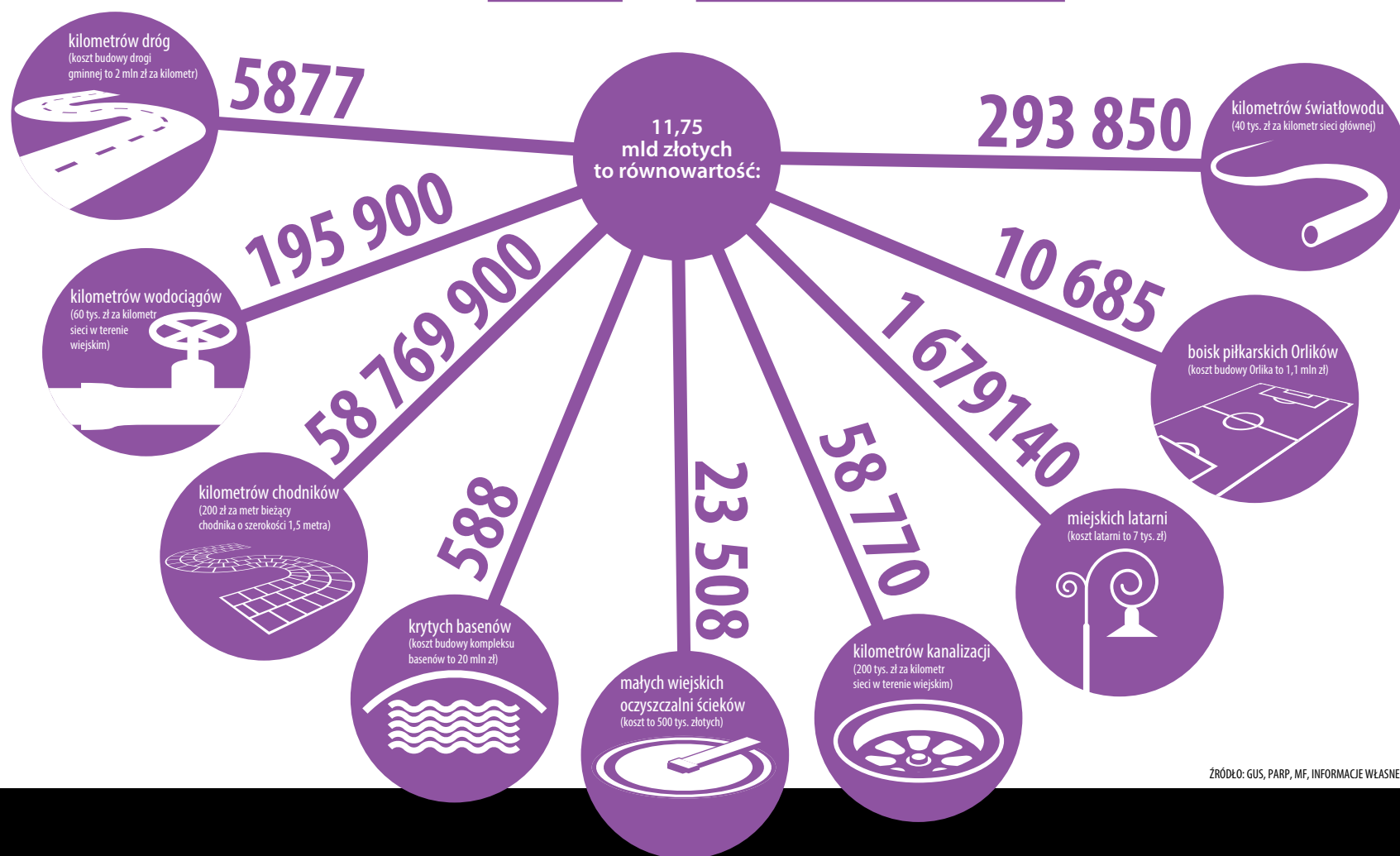
## Prywatny przedsiębiorca inwestuje, ile może, w firmę, nawet kosztem własnej konsumpcji (w proc.)



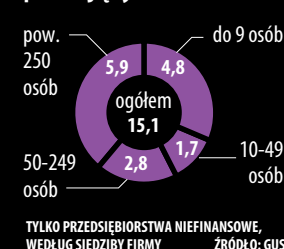
ŹRÓDŁO: GFK POLONIA DLA PKPP LEWIATAN, STYCZEŃ 2012

Mieszkańcy regionu doceniają to zaangażowanie. Jak widać na wykresie powyżej, 56 proc. z nich uważa wręcz, że prywatny przedsiębiorca inwestuje w firmę, ile może, nawet kosztem własnej konsumpcji.

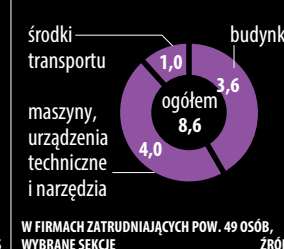
1. Inwestycje biznesu są ponad trzy razy większe niż samorządów
2. 76 proc. inwestycji przedsiębiorcy finansują ze środków własnych
3. Wielkopolskie mikrofirmy w 2010 r. zainwestowały 4,8 mld zł



## Nakłady inwestycyjne według liczby pracujących (mld zł)

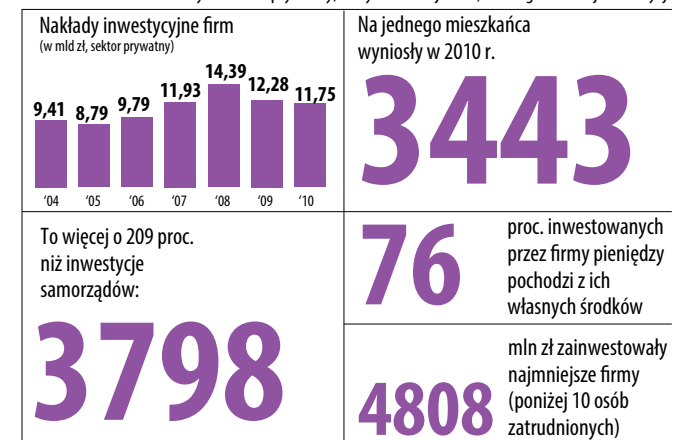


## Nakłady inwestycyjne w środki trwałe (mld zł)

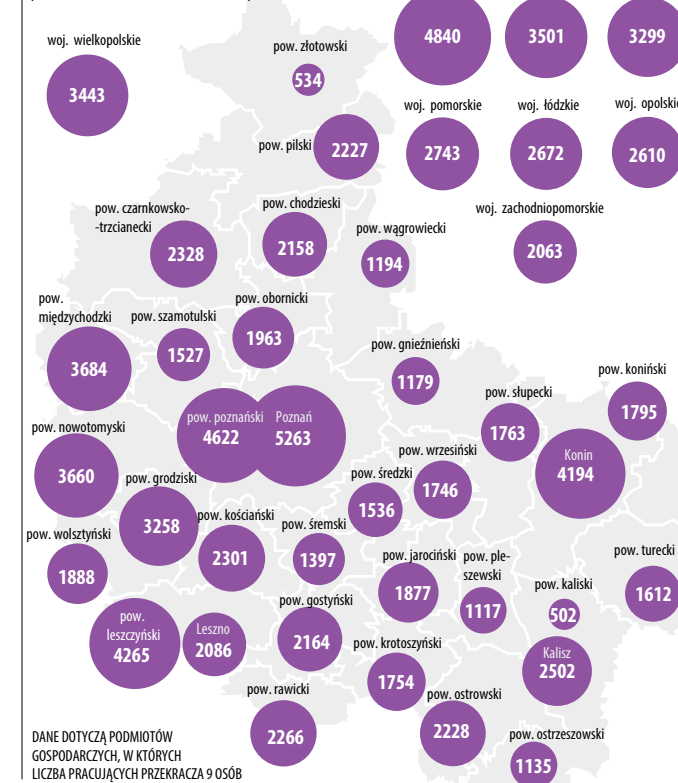


## mld złotych inwestują co roku przedsiębiorcy w woj. wielkopolskim\*

\* Tylko sektor prywatny, wszystkie sekcje PKD, według lokalizacji inwestycji



## Nakłady inwestycyjne (w zł na mieszkańca w 2010 r.)



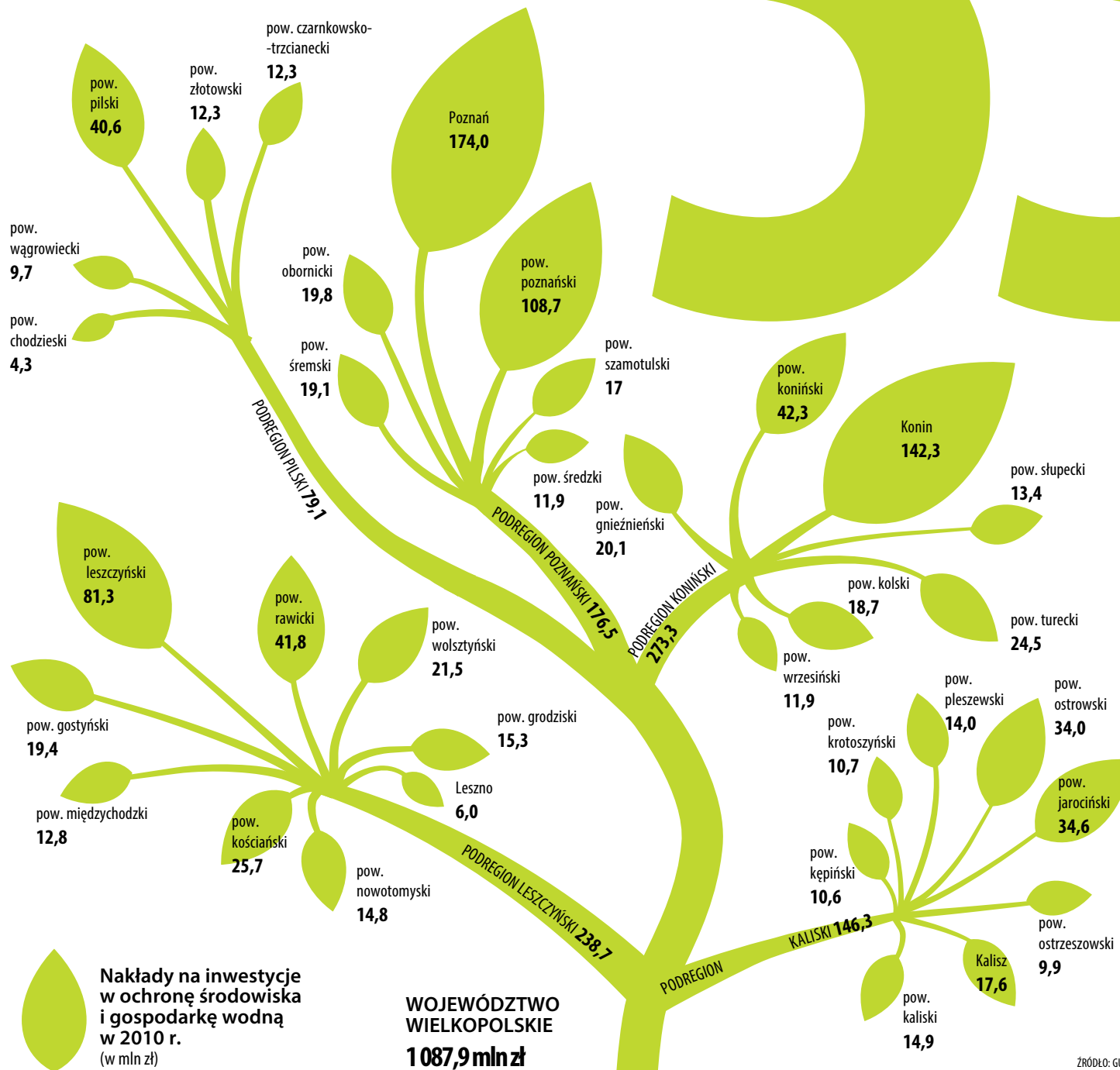
ŹRÓDŁO: GUS, PAPP, MF, INFORMACJE WŁASNE

# BUDUJEMY ZIELONĄ POLSKĘ

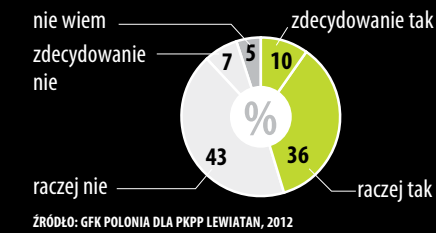
Przedsiębiorcy konstruują i produkują urządzenia chroniące ziemię, wodę i powietrze, budują instalacje zmniejszające zanieczyszczenia. W województwie wielkopolskim w tym sektorze zarejestrowanych jest ponad 1300 firm. Na dodatek to przedsiębiorcy finansują ochronę środowiska. Płacą większość podatków i zasilają w ten sposób budżet państwa i samorządów, które za te środki budują oczyszczalnie ścieków, ujęcia wody, sieci kanalizacyjne itd. Równocześnie przedsiębiorcy sami, z własnych środków, finansują instalacje w swoich firmach. W poszczególnych województwach od 20 do nawet ponad 60 procent nakładów na ochronę środowiska i gospodarkę wodną stanowią bezpośrednio wydatki przedsiębiorców (średnio w Polsce 44 proc.). Dlatego błędna jest opinia, że przedsiębiorcy nie zwracają uwagi na to, jaki wpływ na otoczenie ma ich działalność, a tak twierdzi, niestety, 46 proc. mieszkańców regionu. Zielona Polska powstaje w dużej mierze dzięki przedsiębiorcom.

1. 1088 mln zł wyniosły w regionie inwestycje w środowisko i gospodarkę wodną w 2010 r.
2. Przedsiębiorcy Wielkopolski sfinansowali 53 proc. z nich
3. Mamy 1314 firm zarejestrowanych w tym sektorze

## Inwestycje w ochronę środowiska w



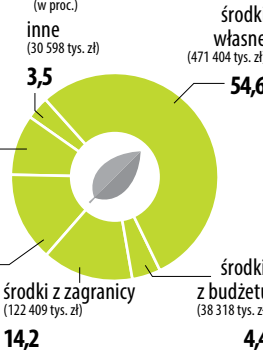
Przedsiębiorcy nie zwracają uwagi na to, jaki wpływ na otoczenie ma ich działalność



## procentach finansowane są w naszym województwie przez przedsiębiorców

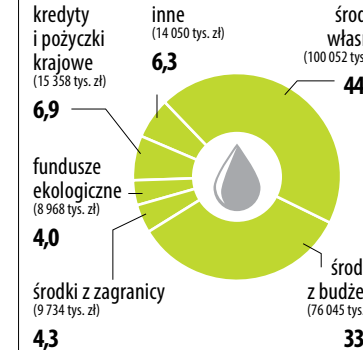
Ponad połowa nakładów na ochronę środowiska to środki własne przedsiębiorców

### struktura nakładów



Podobnie jest z nakładami na gospodarkę wodną. Około 45 proc. pochodzi od przedsiębiorców

### struktura nakładów

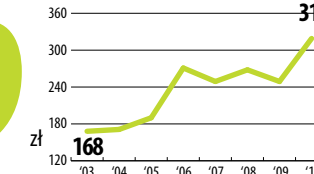


Tylko w 2010 roku przybyły:



Inwestycje na jednego mieszkańca wyniosły (w zł)

**319**



to znaczy

**68**

proc. więcej niż 5 lat wcześniej

W naszym regionie działa

**822**

firm zajmujących się recyklingiem

**30**

rekutywacją

**154**

poborem, uzdatnianiem i dostarczaniem wody

**308**

ściekami

ŹRÓDŁO: GUS

# MIEJSCA PRACY SĄ W PRZEDSIĘBIORSTWACH

W 2010 r. przedsiębiorcy przyjęli do pracy w woj. wielkopolskim

**130 139**

osób

Głównie to przedsiębiorcy stworzyli w regionie

**70 500**

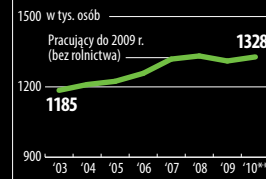
nowych miejsc pracy

Wskaźnik zatrudnienia doszedł już do

**60,7\***

proc.

A liczba pracujących rośnie



W 2011 r. zatrudniliśmy

**32 276**

osób niepełnosprawnych

W 2010 przyjęliśmy do pracy

**18 166**

absolwentów

ŹRÓDŁO: GUS; \* 2011 – WSKAŹNIK WG BAEL W GRUPIE 15-64 LAT, \*\* DANE PO AKTUALIZACJI SPISU ROLNEGO Z 2010 R.

Większość mieszkańców województwa wielkopolskiego pracuje w przedsiębiorstwach oraz gospodarstwach rolnych. W sektorze prywatnym takich osób w regionie jest 1066 tys. Do tego należy doliczyć ponad 49 tys. pracujących w przedsiębiorstwach publicznych, głównie w przemyśle i transporcie. Dlatego mieszkańcy naszego województwa uważają (74 proc.), że to przedsiębiorcy dają zatrudnienie większości Polaków.

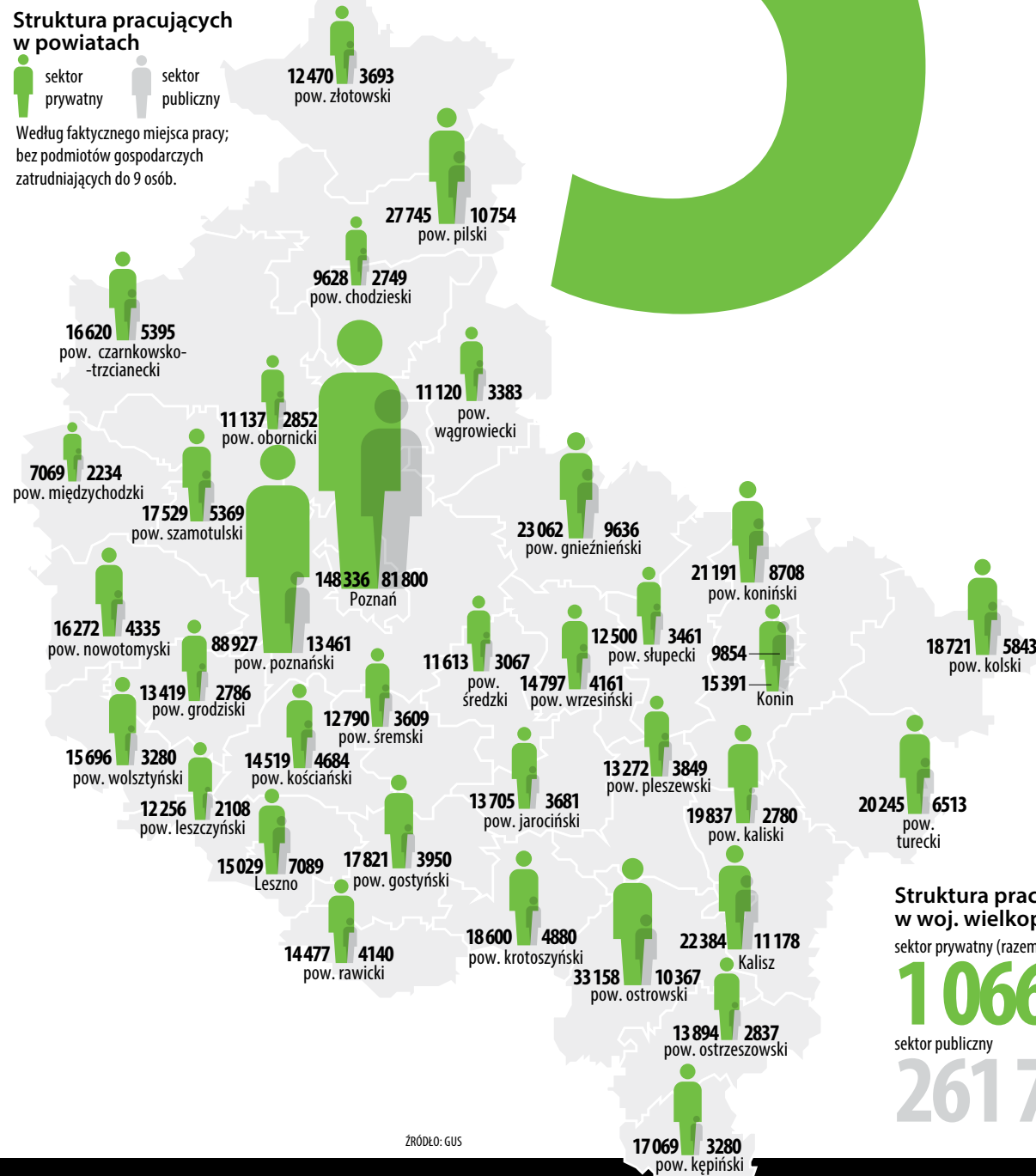
Niestety częściej słyszymy w mediach nie o tworzonych miejscach pracy, lecz o zwolnieniach. Zwolnienie to zawsze trudna decyzja dla przedsiębiorcy, tym trudniejsza, im bardziej uwarunkowana czynnikami zewnętrznymi, na przykład pogorszeniem koniunktury. Dane GUS na temat płac i zatrudnienia wskazują jednak, że w kryzysie przedsiębiorcy starają się chronić miejsca pracy, a jeśli to konieczne, ograniczają koszty, zmniejszając wynagrodzenia. Pamiętajmy też, że nawet jeżeli 5 proc. osób trzeba zwolnić, to dzięki poprawie konkurencyjności firmy 95 proc. pozostałych ma nadal pracę.

## W regionie na każde 6 osób

### Struktura pracujących w powiatach

sektor prywatny | sektor publiczny

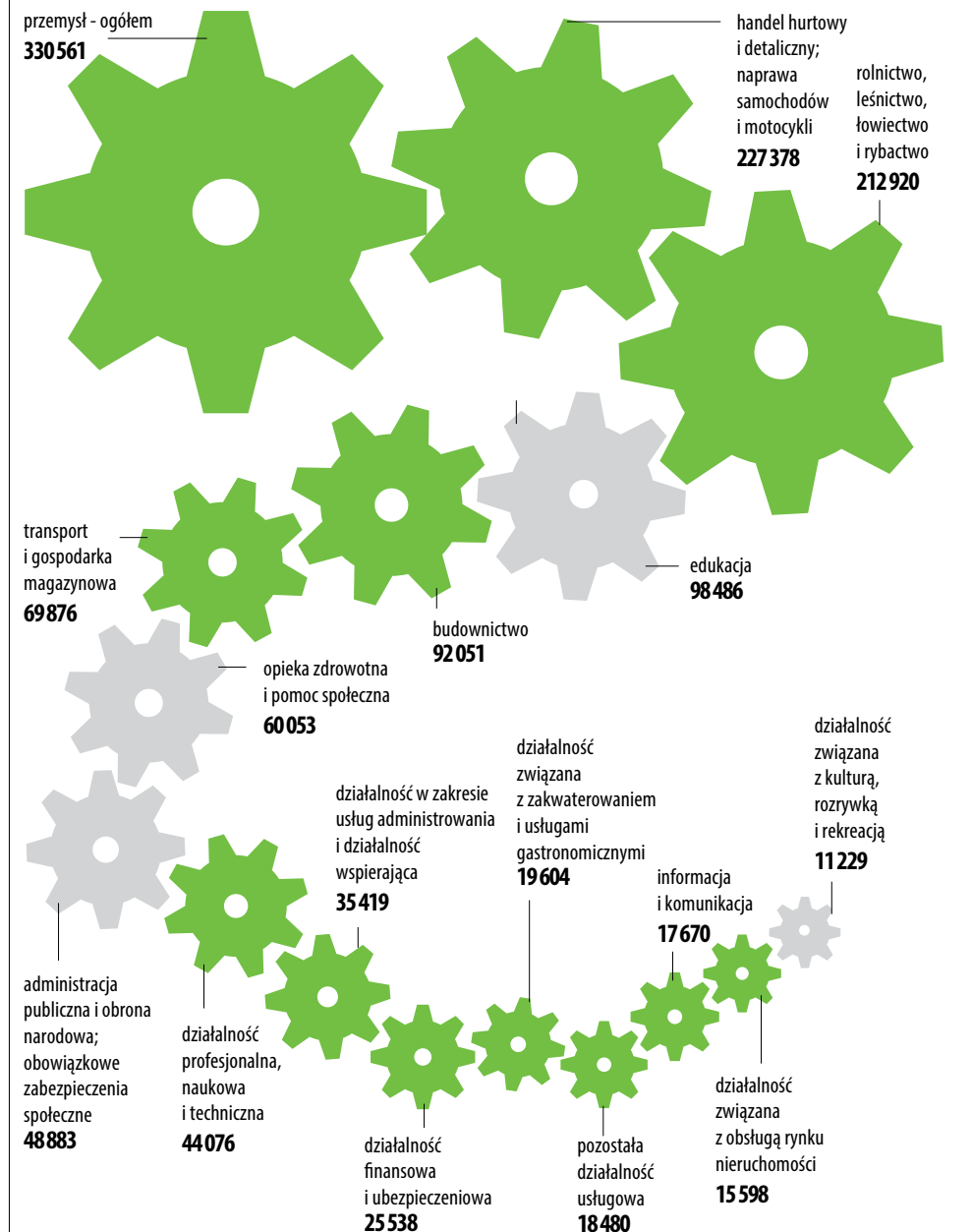
Według faktycznego miejsca pracy; bez podmiotów gospodarczych zatrudniających do 9 osób.



ŹRÓDŁO: GUS

## pracuje w firmach i gospodarstwach rolnych

### Pracujący - według branży, dane za 2010 r. głównie sektor prywatny głównie sektor publiczny



ŹRÓDŁO: GUS

- Większość miejsc pracy jest w przedsiębiorstwach
- W sektorze prywatnym pracuje cztery razy więcej ludzi niż w publicznym
- W 2010 roku to głównie przedsiębiorcy stworzyli 70,5 tys. miejsc pracy

# Z NASZYCH PODATKÓW

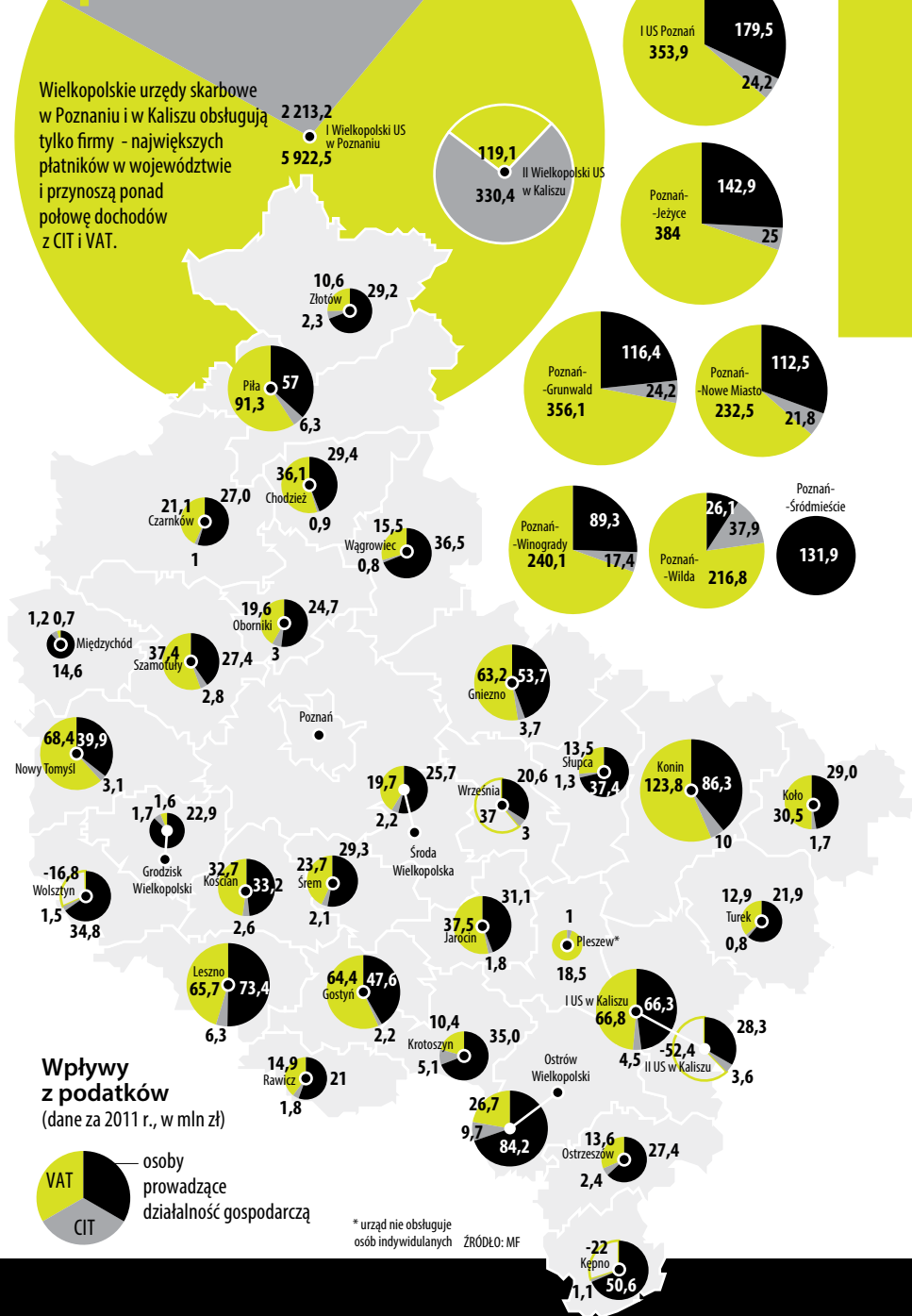
**P**rzedsiębiorcy płacą CIT (podatek od zysków) i VAT. W skali kraju jest to kwota około 160 mld zł. W woj. wielkopolskim wpływy te są dość wysokie, mimo że wiele ogólnopolskich firm płaci podatki w Warszawie. Również indywidualny podatek dochodowy PIT w części pochodzi od przedsiębiorców – tak rozliczają się m.in. osoby prowadzące działalność gospodarczą.

Znaczna kwota podatków zasila budżety lokalne. Samorzady mają udział w podatku CIT i PIT. Wpływy z VAT też w znacznej części wracają do regionów, jako dotacje dla samorządów np. na oświatę. Takie dotacje i subwencje stanowią ponad połowę dochodów gmin.

Do tego dochodzą podatki i opłaty lokalne. Przedsiębiorcy płacą w miastach i gminach podatek od nieruchomości i od środków transportowych oraz wnoszą liczne opłaty wynikające z działalności. 64,5 proc. wszystkich wpływów podatkowych budżetu centralnego i samorządów pochodzi od pracodawców, głównie przedsiębiorców.

1. W 2011 roku Izba Skarbowa w Poznaniu zebrała 2,8 mld zł podatku od zysku CIT
2. Dwie trzecie podatków w Polsce płacą przedsiębiorcy
3. Jesteśmy najważniejszym źródłem dochodów dla samorządów

## Przedsiębiorcy z regionu w 2011 r. wpłacili ok.

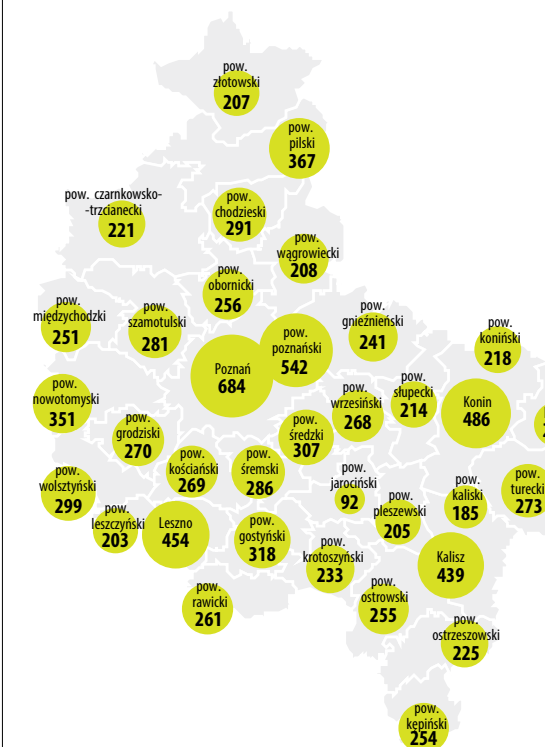


## mld zł podatków CIT i VAT, ponad 4 razy więcej, niż kosztuje utrzymanie szpitali w naszym województwie

To równocześnie:

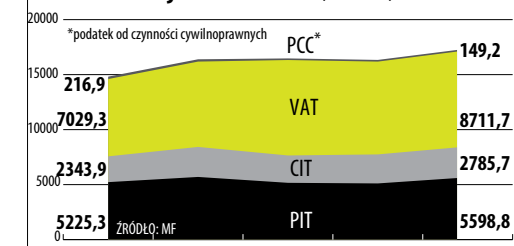


### Podatki płacone przez przedsiębiorców uwzględnione w budżetach samorządów (w zł na osobę)

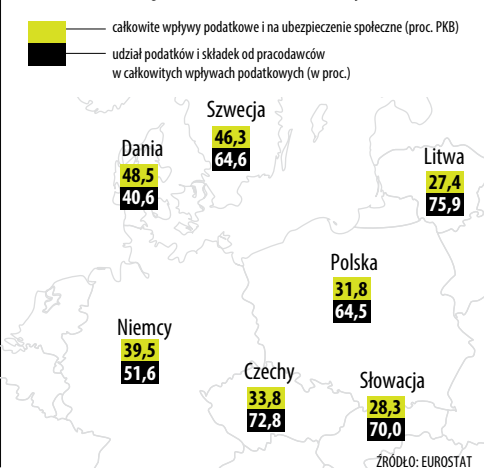


Na budżety samorządowe składają się podatki płacone przez przedsiębiorców, m.in. udział w podatku CIT, podatek od środków transportowych, opłata targowa, podatek od nieruchomości, opłata za pozwolenie na sprzedaż alkoholu, opłata eksploatacyjna. Na mapie uwzględniliśmy tylko część podatków stanowiących dochód samorządów, którą jednoznacznie można przypisać przedsiębiorcom.

### Wpływy z podatków na terenie Izby Skarbowej w Poznaniu (w mln zł)



### W porównaniu z sąsiadami podatki w Polsce są umiarkowanie wysokie



ZRÓDŁO: MF, MSW, OBLICZENIA WŁASNE

# PŁACA WAŻNIEJSZA OD ŚWIADCZEŃ

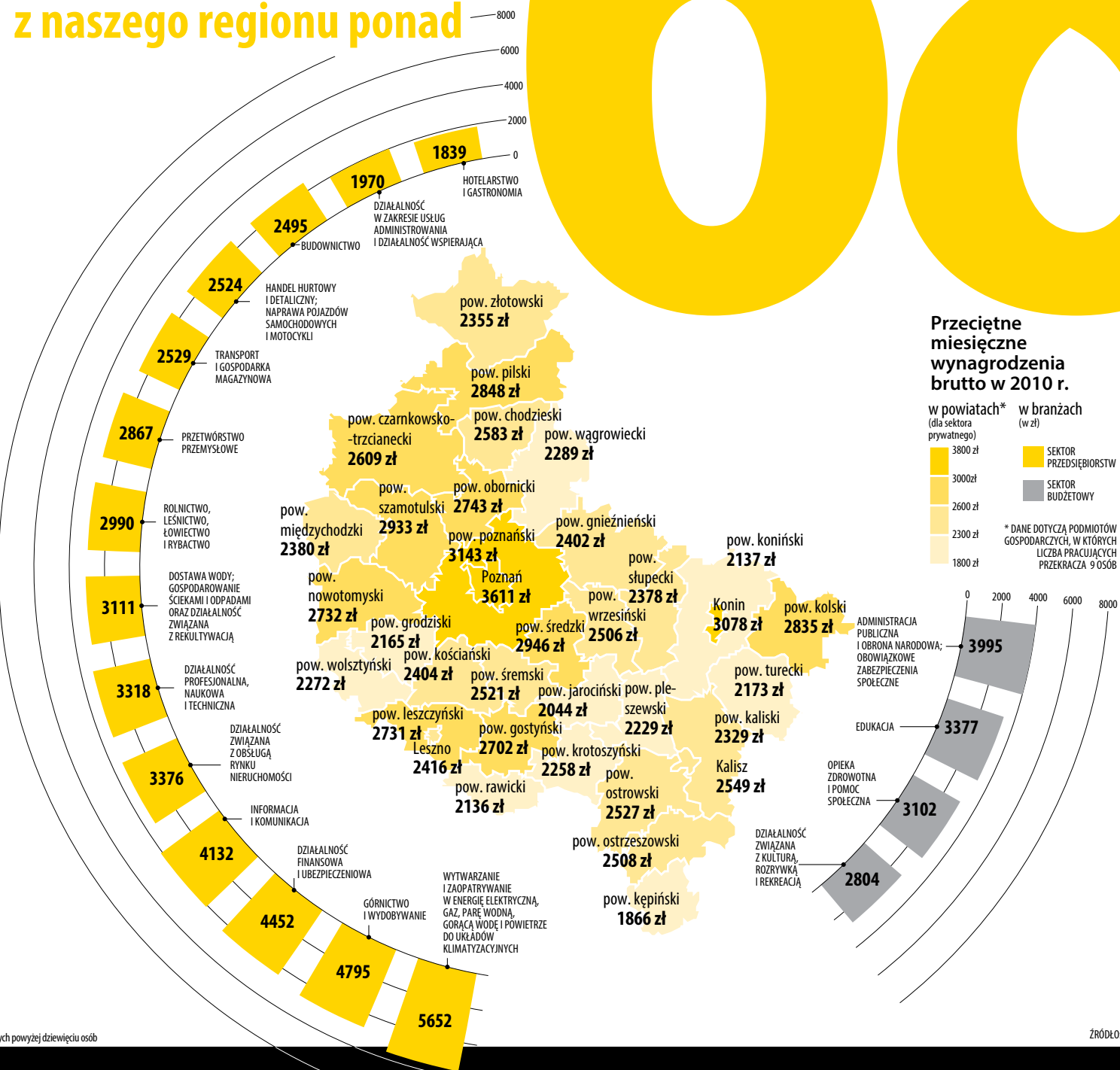
Z badań gospodarstw domowych wynika, że w województwie wielkopolskim 68 proc. dochodów mieszkańców stanowią wynagrodzenia, 29 proc. świadczenia społeczne. Wynagrodzenia wypłacają głównie przedsiębiorcy. Ponadto finansują oni w części emerytury i renty (poprzez wpłaty składek) oraz w całości zasiłki dla bezrobotnych (poprzez składki do Funduszu Pracy).

Często można spotkać się z opinią, że prywatni przedsiębiorcy mało płacą pracownikom, bo sami chcą więcej zarobić. Sprawa nie jest tak prosta. Płace w sektorze budżetowym są wyższe, bo tak chce parlament, rząd i samorządy. Przedsiębiorca prywatny jest natomiast zależny jedynie od warunków rynkowych i poziom płac wyznacza rynek, popyt i podaż pracy. Przedsiębiorcy dążą również do jak najwyższych dochodów, żeby mieć środki na rozwój firmy. Pracownicy w woj. wielkopolskim rozumieją reguły prowadzenia biznesu i choć bywają niezadowoleni z warunków pracy czy płacy, to jednak zapytani o swojego pracodawcę odpowiadają, że go szanują (84 proc.).

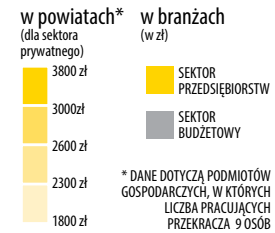
1. 23,5 mld złotych wynagrodzeń wypłaciły firmy z naszego regionu swoim pracownikom\*
2. Najlepiej płacimy energetykom – brutto ponad 5,6 tys. zł miesięcznie
3. 84 procent pracowników szanuje swojego pracodawcę

\* Dotyczy firm zatrudniających powyżej dziewięciu osób

## W przeciętnej rodzinie z naszego regionu ponad



### Przeciętne miesięczne wynagrodzenia brutto w 2010 r.



**84** proc. pracowników w woj. wielkopolskim zapytanych o ich pracodawcę odpowiedziało, że go szanuje

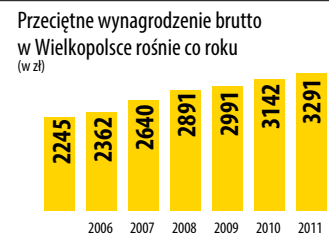
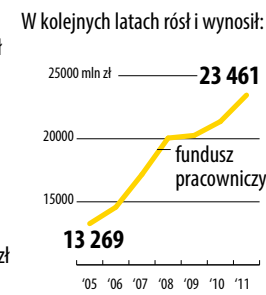
ZRÓDŁO: GFK POLONIA DLA PKPP LEWIATAN

## proc. dochodu na osobę pochodzi z wynagrodzeń\* wypłacanych głównie przez firmy

\* DOCHÓD ROZPORZĄDZALNY, ZRÓDŁO: GUS, BUDŻETY GOSPODARSTW DOMOWYCH W 2011 R.

W 2011 r. miesięczny fundusz pracowniczy\*\* w przedsiębiorstwach powyżej 9 zatrudnionych wyniósł

**1955** mln zł



Przeciętne wynagrodzenie brutto było o **47%** wyższe niż w 2005 r.

Najlepiej zarabia się w: wytwarzaniu i zaopatrywaniu w energię elektryczną, gaz, parę wodną, gorącą wodę i powietrze do układów klimatyzacyjnych



**5652 zł**

górnictwie i wydobywaniu



**4795 zł**

działalności finansowej i ubezpieczeniowej



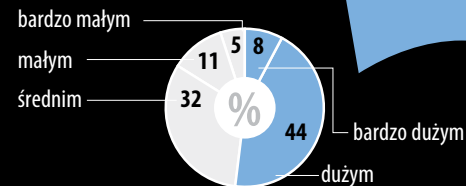
**4452 zł**

ZRÓDŁO: GUS



# NAJWIĘKSI I NAJCENNIJSI

Jakim poważaniem cieszą się właściciele dużych firm?



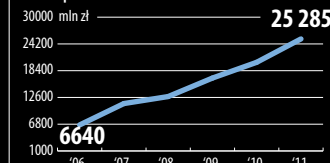
ŹRÓDŁO: GFK POLONIA DLA PKPP LEWIATAN, 2012

Na liście 500 największych polskich firm

# 48

pochodzi z województwa wielkopolskiego

Przychody Biedronki, największej sieci dyskontowej, zwiększyły się w ciągu 5 lat prawie czterokrotnie



Największym inwestorem regionu jest Enea, która wydała na rozwój

# 1,3

mld zł w 2011 r.

Najcenniejszą markę w województwie ma Biedronka, warta jest

# 1712

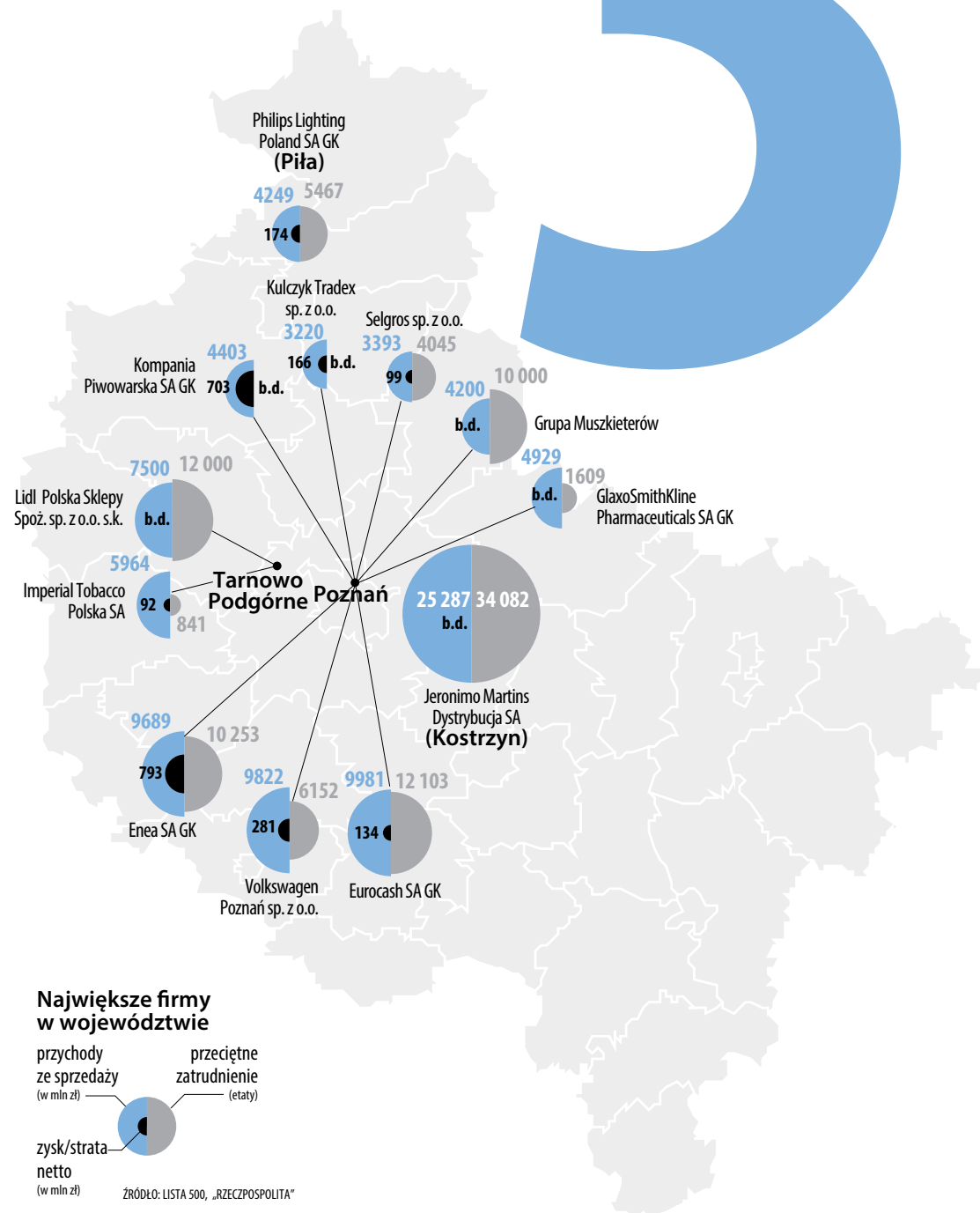
mln zł To cztery razy więcej niż budżet Kalisza

ŹRÓDŁO: LISTA 500, „RZECZPOSPOLITA”

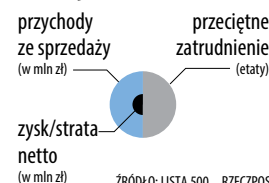
Na najnowszej liście wartości firm według „Rzeczpospolitej” koncern energetyczny Enea wyceniono na 7,5 mld zł. Po 5–7 mld zł warte są sieci handlowe Biedronka i Eurocash, farmaceutyczne Glaxo i Kompania Piwowarska. Cieszy fakt, że wśród 204 firm z Wielkopolski, obecnych na liście 2000 największych w Polsce, tak dużo (94) jest przedsiębiorstw przemysłowych. Choć usługi tworzą już większość produktu krajowego, przedsiębiorstwa przemysłowe stanowią jednak trwałą podstawę całej gospodarki. Cieszy również stały wzrost zysków i przychodów dużych firm regionu.

W efekcie właściciele większych przedsiębiorstw cieszą się poważaniem wśród mieszkańców regionu (52 proc.), podobnie jak prezesi i dyrektorzy (46 proc.). Martwi, że na społecznej drabinie prestiżu znacznie gorzej od szefów dużych przedsiębiorstw wypadają właściciele warsztatów i małych firm (28 proc.) oraz sklepów (20 proc.). A przecież oni także tworzą produkt krajowy i miejsca pracy.

## Wartość Enei jest



### Największe firmy w województwie



ŹRÓDŁO: LISTA 500, „RZECZPOSPOLITA”

## razy większa niż budżet Poznania

Najcenniejsze marki (w mln zł)



ŹRÓDŁO: RANKING MAREK, „RZECZPOSPOLITA” 2011

Naj... naj... naj...

Najwyższe przychody ze sprzedaży (w mln zł)

# 25 287

Jeronimo Martins Dystrybucja

Najwyższa rentowność netto (w proc.)

# 20,5

Wix-Filtron

Najwyższe zyski netto (w mln zł)

# 793

Enea

Najwyższe zatrudnienie (w etatach)

# 34 082

Jeronimo Martins Dystrybucja

ŹRÓDŁO: LISTA 500, „RZECZPOSPOLITA” 2012

Najwyższa wydajność (przychody na zatrudnionego, w mln zł)

# 19

Skoda Auto Polska

Najwyższy podatek dochodowy (w mln zł)

# 193

Enea

Najwyższa efektywność (zysk na zatrudnionego, w tys. zł)

# 922

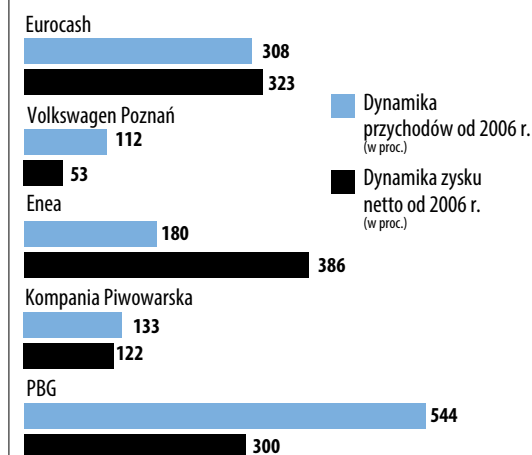
John Deere

Najwyższy wzrost przychodów (2011/2010, w proc.)

# 114

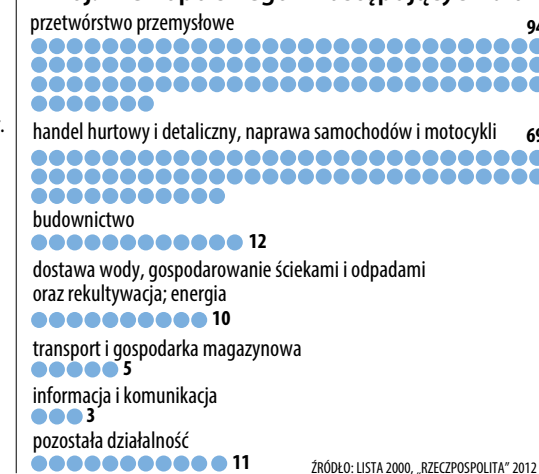
BZ WBK - Aviva TuŹ

### Rosną przychody, są zyski



ŹRÓDŁO: LISTA 500, „RZECZPOSPOLITA”

### Na Liście 2000 „Rzeczpospolitej” są 204 firmy z woj. wielkopolskiego z następujących branż:



ŹRÓDŁO: LISTA 2000, „RZECZPOSPOLITA” 2012

1. Mamy 48 firm wśród 500 największych w Polsce
2. Wartość Enei – lidera wartości w regionie – wynosi 7,5 mld zł
3. 52 proc. mieszkańców Wielkopolski darzy szacunkiem właścicieli dużych firm

# JESTEŚMY KONKURENCYJNI

# 10

W 2011 r. mieliśmy w woj. wielkopolskim

# 1744

firmy-eksporterów

\* DANE PODMIOTÓW GOSPODARCZYCH SEKTORA PRZEDSIĘBIORSTW, W KTÓRYCH LICZBA PRACUJĄCYCH PRZEKRACZA 9 OSÓB. ŹRÓDŁO: GUS 2011, 2010

łącznie przychody z eksportu w 2011 r. wyniosły\*

# 53,7

Co stanowiło

# 19,4

proc. przychodów ogółem

Coraz aktywniej penetrujemy świat

# 121

naszych firm ma filie i spółki za granicą

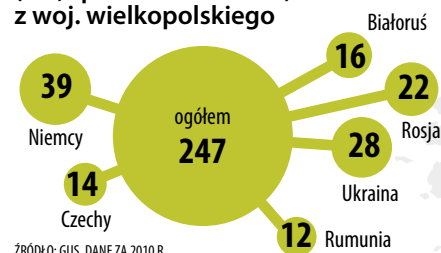
## Eksport z Wielkopolski jest

Od stuleci handel zagraniczny jest źródłem dobrobytu. Umożliwia najlepsze wykorzystanie kapitału i pracy. Dzięki niemu konsumenci mają większy wybór towarów i niższe ceny. Natomiast zdolność do eksportu jest dowodem na konkurencyjność poszczególnych przedsiębiorstw i narodowej gospodarki.

Wielkopolska z 19-procentowym udziałem eksportu w przychodach ze sprzedaży mieści się w pobliżu średniej krajowej i ma tak znanych eksporterów jak Volkswagen, GSK, Amica czy Solaris. Wyniki niektórych pokazujemy na mapie. Ich łączne przychody z eksportu stanowią ponad 35 proc. eksportu z regionu i to dzięki niemu powstały i istnieją w nich setki miejsc pracy. W sumie eksporterami jest ponad 1700 firm z województwa wielkopolskiego.

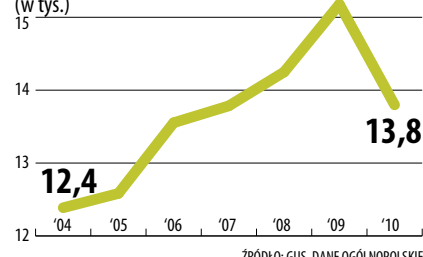
Mieszkańcy naszego regionu doceniają fakt, że konkurencyjność na rynku globalnym i eksport wzmocniają prestiż kraju. Ze stwierdzeniem, że prywatni przedsiębiorcy budują siłę ekonomiczną Polski na świecie, zgadza się tu 75 proc. osób.

### Liczba jednostek zagranicznych (filii, spółek i oddziałów) firm z woj. wielkopolskiego



ŹRÓDŁO: GUS, DANE ZA 2010 R.

### Liczba firm-eksporterów w Polsce (w tys.)



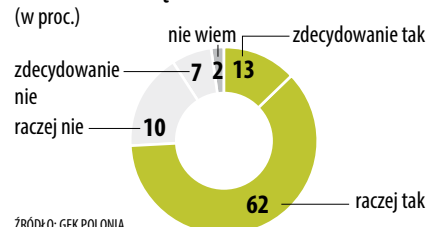
ŹRÓDŁO: GUS, DANE OGÓLNOPOLSKIE

### Nie tylko wśród dużych, lecz także wśród MSP jest w Polsce wielu eksporterów. Najwięcej w



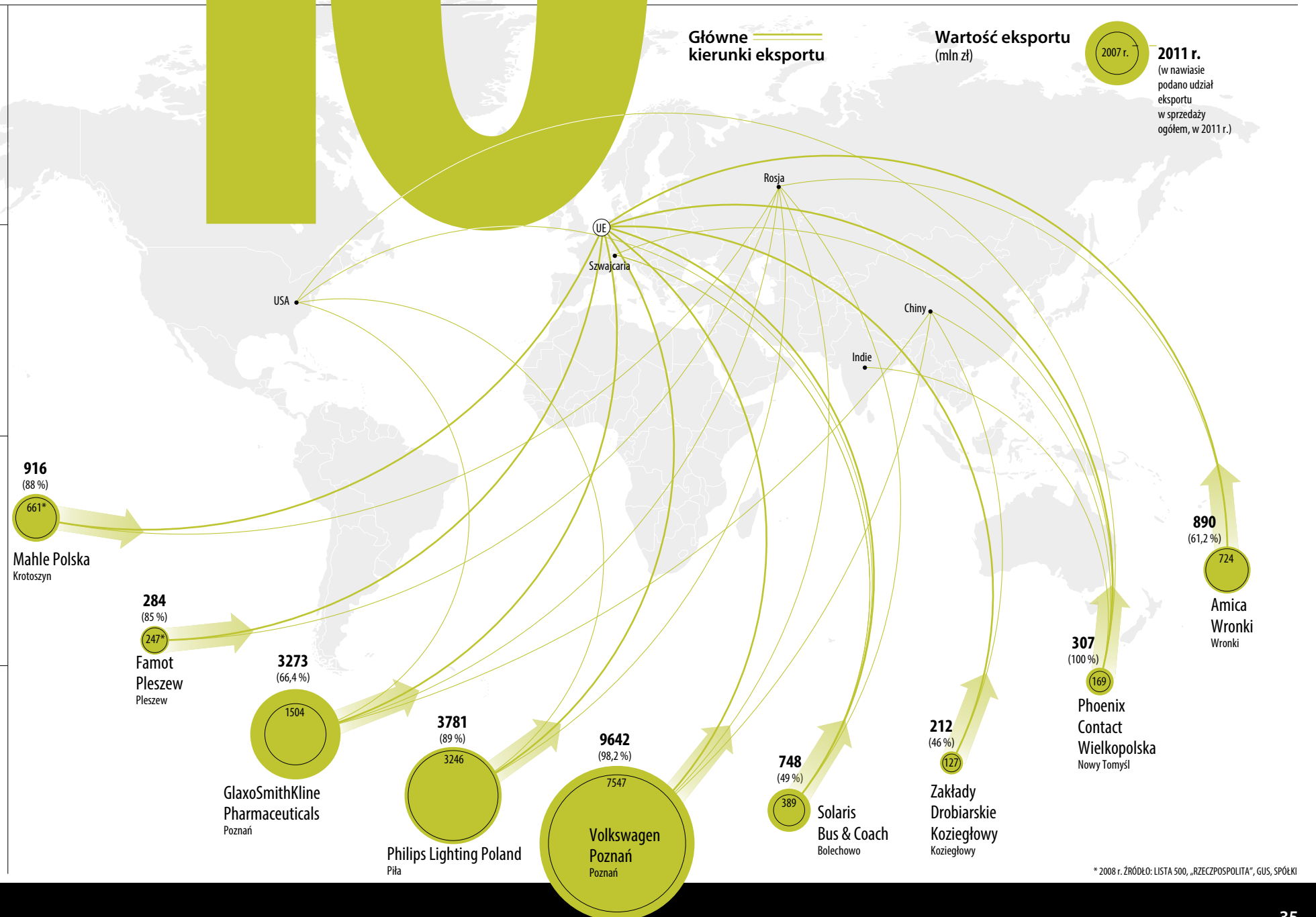
ŹRÓDŁO: GUS, DANE OGÓLNOPOLSKIE

### Prywatni przedsiębiorcy budują siłę ekonomiczną Polski na świecie



ŹRÓDŁO: GFK POLONIA DLA PKPP LEWIATAN

\* Dotyczy firm zatrudniających powyżej dziesięciu osób



\* 2008 r. ŹRÓDŁO: LISTA 500, „RZECZPOSPOLITA”, GUS, SPÓŁKI

1. Co czwarta firma jest eksporterem\*
2. Średnio co piąta złotówka sprzedaży pochodzi z eksportu
3. Kierunki eksportu z regionu: Unia Europejska, ale również Rosja, Indie i USA

# ROLNIK

## PRAWDZIWI MIKROPRZEDSIĘBIORCA

**W** Wielkopolsce jest 161 tys. gospodarstw rolnych, w części małych i bardzo małych. Niektóre z nich nie przynoszą dochodu, bo nie sprzedają swoich produktów. Jednak w naszym regionie mamy też wśród rolników wielu prawdziwych przedsiębiorców.

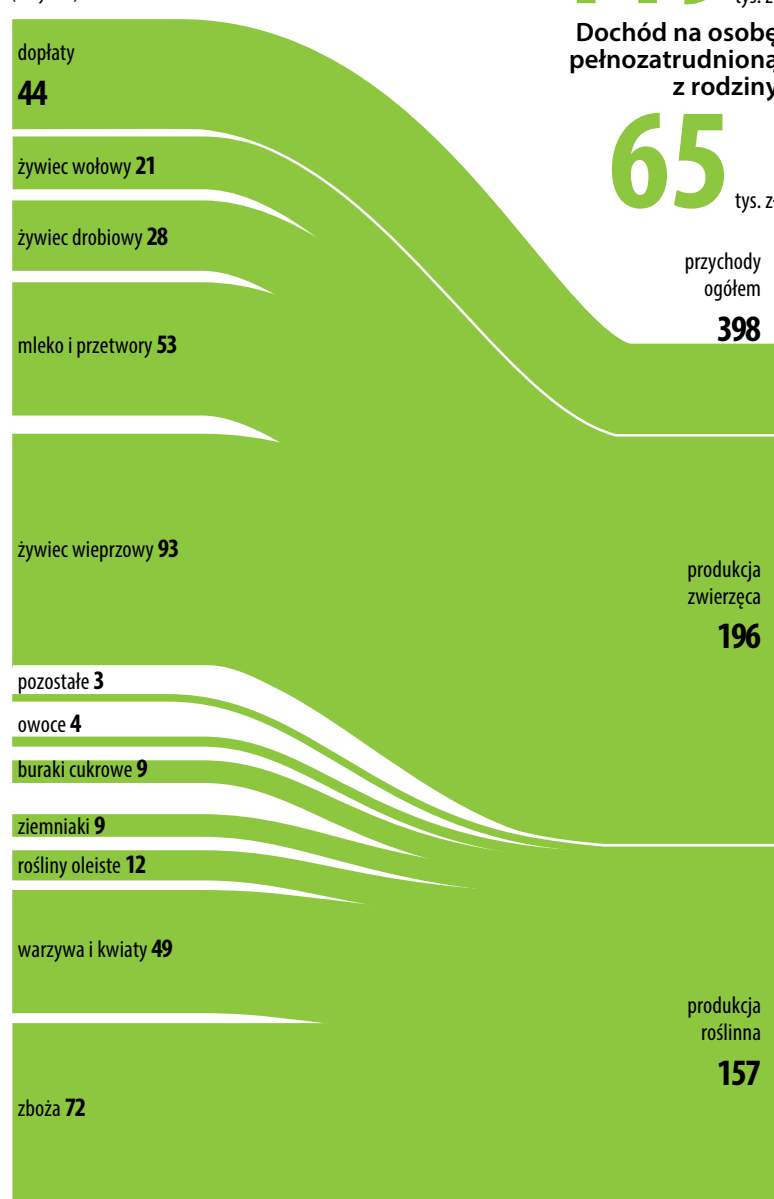
Efektywność ekonomiczną gospodarstw rolnych bada Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej. Obserwuje ponad 700 tys. gospodarstw rolnych w Polsce, a niektóre z nich (ponad 5 tys.) prowadzą rachunkowość rolniczą, dzięki czemu możemy się dowiedzieć, jakie mają przychody i koszty.

W woj. wielkopolskim w badaniach tych w 2010 roku uczestniczyło 1156 efektywnych ekonomicznie rodzinnych gospodarstw rolnych. To mogą być małe obszarowo gospodarstwa, ale całe pod szklarnią, duże sadownicze czy wielkoobszarowe zorientowane na produkcję mięsa, mleka czy zboża. Ilustracja obok pokazuje przeciętne dochody i koszty tych właśnie gospodarstw. Liczby dowodzą, że są to rzeczywiście mikroprzedsiębiorstwa.

- 1,7 mln złotych wynoszą średnio aktywa efektywnego gospodarstwa rolnego w regionie
- Pracują w nim średnio niewiele ponad 2 osoby
- Ich produkcja wyniosła przeciętnie 355 tysięcy złotych

### Przychody gospodarstwa rolnego to

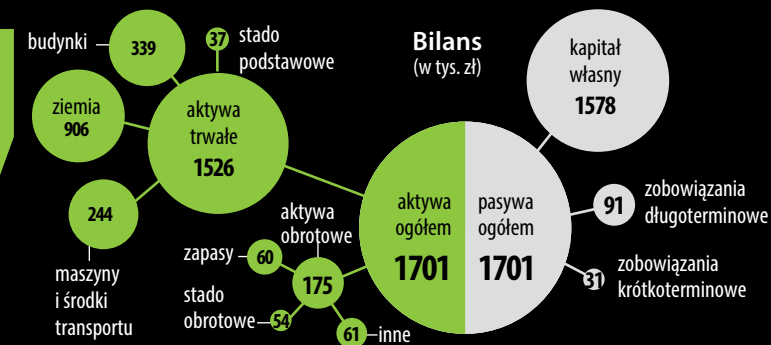
Roczne przychody – koszty (w tys. zł)



Dochód z rodzinnego gospodarstwa rolnego

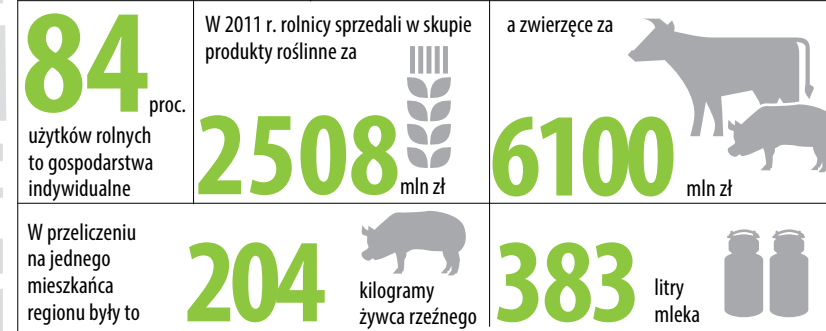
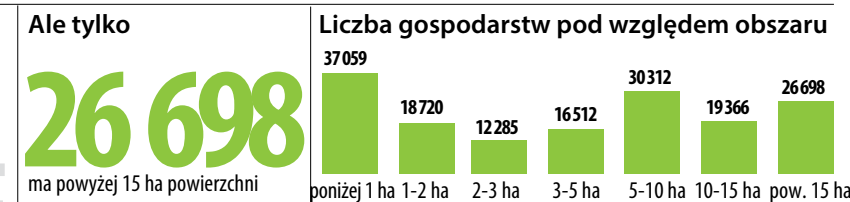
**119** tys. zł  
Dochód na osobę pełnozatrudnioną z rodziny  
**65** tys. zł

# 87



### proc. obrotów mikrofirmy z naszego województwa

W woj. wielkopolskim mamy **160 952** gospodarstwa rolne



**Rolnicza firma raportuje, ekonomiści obliczają (badania FADN)**  
1156 gospodarstw w woj. wielkopolskim – pod względem wartości ekonomicznej średnich i dużych – prowadziło w 2010 r. rachunkowość rolniczą na potrzeby systemu FADN. Oto portret przeciętnego z nich:



# JESTEŚMY INNOWACYJNI

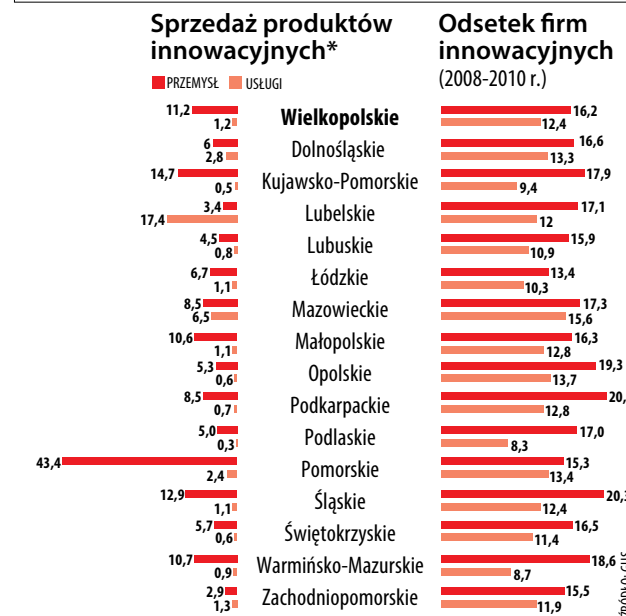
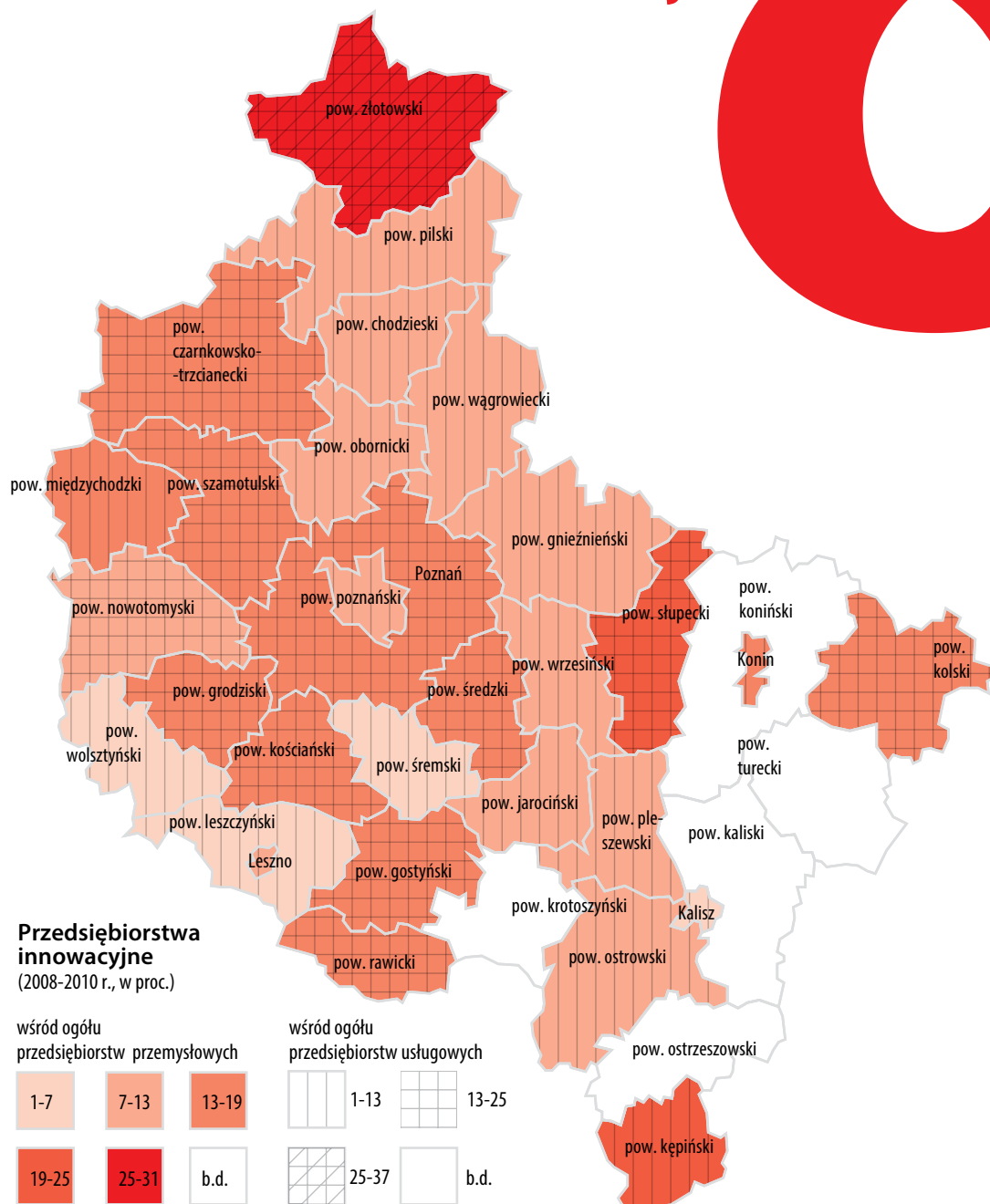
# 800

tysięcy i-Padów 3  
(cena: 2100 zł)

**W**edług badań GUS woj. wielkopolskie ma dość niski odsetek przedsiębiorstw innowacyjnych wśród firm przemysłowych – 16,2 proc. Ale na najnowszej liście najbardziej innowacyjnych firm „Rzeczpospolitej” z regionu w czołówce są TFP z Kórnika (materiały budowlane) i producent opakowań – Novol z Komorników (piszemy o nich obok, a także o Profimie z Turka, który był na liście w 2011 roku). W sumie przedsiębiorcy regionu w 2010 r. zainwestowali w innowacje 1,7 mld zł.

To mało. Tym bardziej że w Polsce nakłady na badania i rozwój jako odsetek produktu krajowego (0,74 proc.) są bardzo niskie. A w woj. wielkopolskim ten wskaźnik wynosi tylko 0,66 proc. (228 zł na mieszkańca w 2010 r.). Według Adama Górala, twórcy Asseco, innowacyjność to doskonalenie produktu, a niekoniecznie wymyślenie tego, czego nikt inny nie wymyślił. To daje szansę na sukces polskim kreatywnym przedsiębiorcom, także tym, którzy nie mają wystarczających środków.

**1,7 mld zł nakładów wielkopolskich firm na innowacje to**



**Od siedziska do tektury**

Profim Turka zajmuje 5. miejsce na liście najbardziej innowacyjnych firm „Rzeczpospolitej”. 4 procent zatrudnionych stanowią pracownicy sfery B+R, na którą firma przeznaczą prawie 13 procent przychodów. Profim jest producentem krzeseł i foteli recepcyjnych, biurowych i laboratoryjnych, a innowacyjność przejawia się m.in. w oryginalnych wzorach, kształtach i materiałach.

Wysoko na liście jest też Novol z Komornik, producent dziesiątków materiałów do konserwacji i renowacji powierzchni dla domu, motoryzacji czy przemysłu. I firma TFP z Kórnika, producent tektury i opakowań stosujący innowacyjne technologie (kilka patentów) i jako pierwszy wprowadzający na polski rynek specjalistyczne maszyny. Ma liczne nagrody krajowe i międzynarodowe, m.in. „Przedsiębiorca Roku” Ernst & Young, European Business Awards, Diament miesięcznika Forbes, medal Targów Poznańskich, a także już od wielu lat certyfikaty ISO 9001 i 14001.

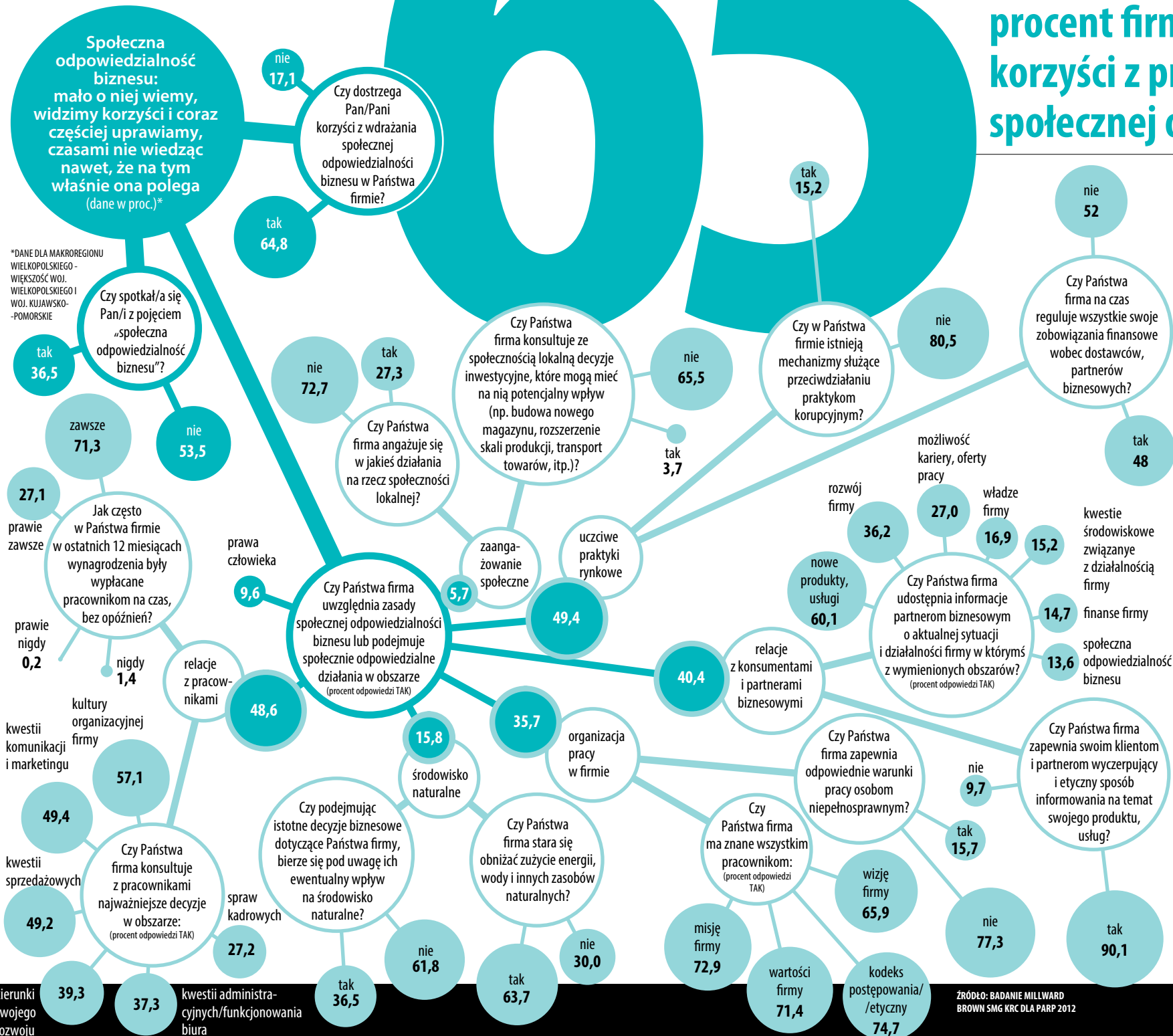
\* PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY PRODUKTÓW INNOWACYJNYCH - NOWYCH ALBO ISTOTNIE ULEPSZONYCH - JAKO ODSETEK PRZYCHODÓW ZE SPRZEDAŻY OGÓŁEM

# ODPOWIEDZIALNY BIZNES TO MY

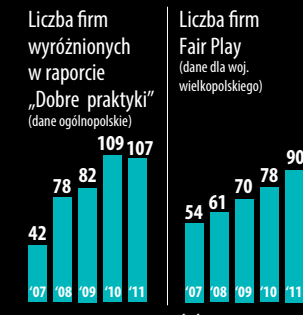
Zasady społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) stopniowo zyskują w Polsce popularność. Największe badanie na temat CSR przeprowadził MillwardBrown SMG KRC na zlecenie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości. Jego wyniki przedstawiamy obok. Jeszcze 10 lat temu tylko pojedyncze firmy wprowadzały zasady CSR, teraz w niektórych obszarach nawet prawie połowa deklaruje ich stosowanie. Bo jak powiedział Henry Ford: „biznes, który tylko robi pieniądze, to marny biznes”.

Im więcej firm będzie stosować zasady CSR, tym lepszy będzie wizerunek przedsiębiorców. W woj. wielkopolskim ze stwierdzeniem, że typowy przedsiębiorca prywatny jest uczciwy wobec partnerów handlowych i klientów, zgadza się 59 proc. mieszkańców regionu (nie zgadza się 35 proc.). Natomiast, niestety, mniej niż połowa badanych (47 proc.) uważa, że przedsiębiorcy są uczciwi wobec państwa, płacą podatki i przestrzegają prawa.

- 39 proc. firm konsultuje z pracownikami kierunki swojego rozwoju
- Trzy czwarte przedsiębiorców zawsze wypłaca wynagrodzenia na czas
- 75 proc. firm ma znany pracownikom kodeks etyczny

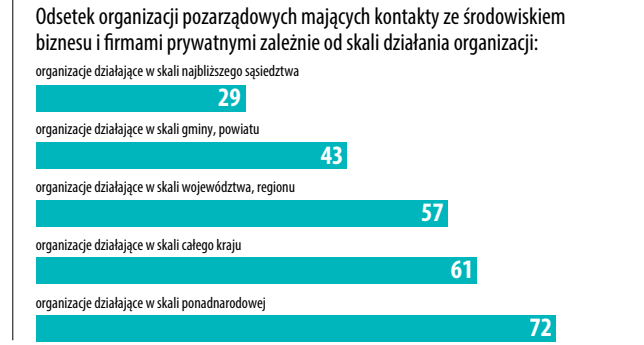
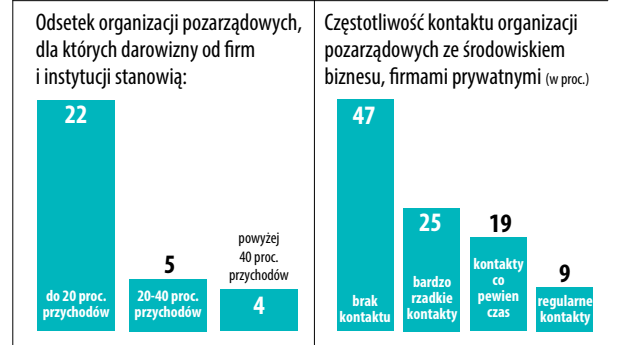
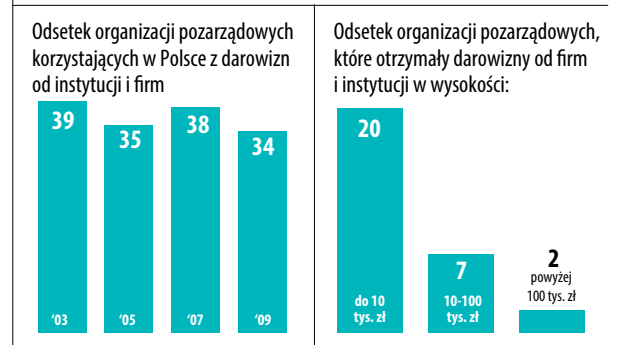


## procent firm makroregionu dostrzega korzyści z przestrzegania zasad społecznej odpowiedzialności biznesu



Firma GlaxoSmithKline (woj. wielkopolskie) w 2011 roku wdrożyła program antykorupcyjny ABAC (*Anti-Bribery and Corruption*). Jego głównym założeniem jest świadome zarządzanie ryzykiem na każdym etapie kontaktu biznesowego. Inicjatywa ma dwojaki charakter – normatywny oraz praktyczny. Pierwsza część programu wyznacza zasady obowiązujące pracowników w relacjach ze środowiskiem zewnętrznym. Druga część ma na celu monitorowanie tych relacji oraz podniesienie ich jakości. Głównymi narzędziami są system ewidencji służący rejestracji kontaktów pracowników z funkcjonariuszami publicznymi, system monitoringu współpracy z dostawcami oraz szkolenia pracowników.

Jedną z form realizacji zasad odpowiedzialnego biznesu jest wspieranie przez firmy organizacji pozarządowych. W Polsce w 2010 roku zarejestrowanych było 12 tys. fundacji i 71 tys. stowarzyszeń. Co trzecie z nich korzystało ze wsparcia firm i instytucji. Są one czwartym co do wielkości źródłem finansowania po składkach członkowskich, samorządach i darowiznach od osób fizycznych. Poniżej prezentujemy dane dla całej Polski.



# Konkurs „Biznes. Dobry wybór”

Celem konkursu „Biznes. Dobry wybór” było wyłonienie w każdym województwie przedsiębiorców, z których region może być dumny. Konkurs miał charakter otwarty – zgłoszenia swojego kandydata mógł dokonać każdy, dzięki formularzowi dostępnemu na tej stronie internetowej [www.wizerunekprzedsiębiorcy.pl](http://www.wizerunekprzedsiębiorcy.pl). Ostatecznego wyboru dokonywały kapituły wojewódzkie, złożone z przedstawicieli PKPP Lewiatan, regionalnych organizacji biznesowych, administracji lokalnej oraz mediów. Aby trafić do grona laureatów, trzeba było wykazać się osiągnięciami przynajmniej w jednej z trzech kategorii:

- **sukces w biznesie** – tu brane były pod uwagę firmy, które osiągnęły wymierny sukces biznesowy i są wiodącymi przedsiębiorcami w regionie, a także osoby, które potrafiły przełożyć kapitał intelektualny i materialny na dobrze prosperujące, przynoszące zyski i mądrze zarządzane przedsiębiorstwo,

- **lokalne zaangażowanie CSR** – tu liczyli się przedsiębiorcy, którzy w swojej działalności uwzględniają interesy społeczne regionu i jego mieszkańców, działają strategicznie na rzecz poprawy warunków ich życia i rozwoju regionu, są zaangażowani w inicjatywy społeczne i edukacyjne, biorą udział w akcjach charytatywnych, sponsorują ważne społecznie przedsięwzięcia,

- **przestrzeganie zasad dobrego pracodawcy** – tu trzeba się było wykazać zarządzaniem zasobami ludzkimi w duchu partnerskim, co oznacza gwarantowanie pracownikom dobrych warunków pracy i rozwoju, przestrzeganie Kodeksu pracy oraz wykazywanie społecznej wrażliwości w kształtowaniu relacji z pracownikami.

Konkurs jest częścią projektu „Poprawa wizerunku przedsiębiorców”, współfinansowanego przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

## KAPITUŁA

**Leszek Wojtasik**, Wicemarszałek Województwa Wielkopolskiego, **Jacek Silski**, prezes Wielkopolskiego Związku Pracodawców, **Tomasz Sikora**, prezes Forum Gospodarczego Powiatu Czarnkowsko-Trzcianeckiego - Związku Prywatnych Pracodawców, **Anna Fedorczyk**, prezes Wielkopolskiego Związku Pracodawców Prywatnych im. Cyryla Ratajskiego, **Adam Pawłowski**, redaktor naczelny Głosu Wielkopolskiego, **Ryszard Ćwirlej**, członek zarządu Radia Merkury SA  
**Lena Bretes-Dorożala**, dyrektor TVP SA Oddział Poznań

## PATRONI MEDIALNI

Głos Wielkopolski

Radio Merkury

TVP Poznań

# Laureaci z województwa wielkopolskiego



44

**MICHAŁ CZEKAŁSKI,  
ŁUKASZ OLEK**  
INTERNETOWYKANTOR.PL  
CZEKAŁSKI, OLEK SP.J.



46

**HELMUT DOLIWA**  
OSM CZARNKÓW



48

**JAN JANCEWICZ,  
EDWARD TARGOSZ**  
AUTOSTRADA EKSPLOATACJA SA



50

**RAFAŁ ŁOŻYŃSKI**  
VARICO



52

**MARIAN NICKEL**  
PRZEDSIĘBIORSTWO TECHNICZNO-  
BUDOWLANE NICKEL SP. Z O.O.



54

**EDMUND PILAWSKI,  
TOMASZ SIKORA**  
PLASTMET SP. Z O.O. SP.K.



56

**EWA SKRZYPCZAK,  
MIROSŁAW SKRZYPCZAK**  
P.H. AGROMARKET  
EWA SKRZYPCZAK, MIROSŁAW  
SKRZYPCZAK, LESZEK  
SKRZYPCZAK S.J.



58

**LECH WOJCIESZYŃSKI**  
METROLOG SP. Z O.O.

# Szybciej, taniej, bezpieczniej

Nazwę firmy założonej przez dwóch kolegów z Poznania trudno uznać za nieprecyzyjną – InternetowyKantor.pl jest po prostu internetowym kantorem wymiany walut. Zalety rozwiązania oferowanego przez pierwszą tego typu spółkę w Polsce doceniło od 2010 roku już prawie 70 tysięcy klientów, a ich liczba rośnie w tempie lawinowym.

Do kantorów wymiany walut przyzwyczailiśmy się już wszyscy. W czasach przed nastaniem bankowości elektronicznej każda osoba wybierająca się za granicę musiała udać się z plikiem złotych do okienka i wymienić go na plik innej waluty. Te czasy dawno już minęły, jednak większość kantorów działa nadal po staremu.

## Nowa cena co 10 sekund

Michał Czekalski i Łukasz Olek mieli bardzo prosty pomysł na biznes. Klient przelewa na konto firmy odpowiednią kwotę w złotych, a następnie za pośrednictwem strony internetowej wybiera walutę, na jaką chciałby ją zamienić. W ciągu kilkunastu minut wysyłany jest na jego rachunek przelew zwrotny, już w walucie docelowej. Na witrynie można zakupić euro, dolary amerykańskie, funty brytyjskie oraz szwajcarskie franki – bez wychodzenia z domu i szukania uczciwego kantoru z korzystną ofertą.

Spółka zajmuje się oczywiście również skupem. Różnica między okienkiem z walutą a kantorem w internecie jest też widoczna w cenach. Kantory tradycyjne wymieniają walutę po z góry ustalonym kursie. Nawet je-

śli w ciągu dnia kursy na rynkach światowych drastycznie skaczą, w okienku ceny pozostają niezmiennie przez cały dzień. Tymczasem InternetowyKantor.pl jest na stałe podpięty do rynków FOREX, kursy aktualizowane są więc co 10 sekund.

Oferta firmy skierowana jest właściwie do wszystkich, choć zwykle klienci wymieniają raczej duże kwoty.

– Z naszych usług korzystają przede wszystkim przedsiębiorcy i kredytobiorcy hipoteczni. Obu tym grupom niepotrzebna jest gotówka w rękach, więc nasze usługi to dla nich wygoda. Również wiele osób zarabiających za granicą, korzystając z internetowego kantoru, przekazuje pieniądze mieszkającej w Polsce rodzinie. Ale zdarza się też, że ktoś po prostu wyjeżdża na wakacje i woli kwestię wymiany waluty załatwić szybciej i prościej – mówi Michał Czekalski, współzałożyciel firmy. Dzięki wyjątkowo dobrze rozwiniętemu w Polsce systemowi bankowości elektronicznej, firma z Poznania może zaoferować sporej części Polaków błyskawiczną obsługę. Posiada konta w ponad 20 bankach, więc do odbioru jednej waluty i przelewów w innej może wykorzystywać ekspresowe przelewy w obrębie jednego

systemu. Zajmuje to zwykle parę minut, a czasem zaledwie kilka sekund.

Michał Czekalski i Łukasz Olek są spokrewnieni, wychowywali się razem. Od zawsze łączyła ich bliska więź i potrzeba stworzenia czegoś wspólnie była jej naturalnym wynikiem. Obaj do realizacji tej idei nadawali się doskonale. Michał ukończył Uniwersytet Ekonomiczny, Łukasz jest z wykształcenia informatykiem. Na początku pierwszy z nich odpowiadał za kwestie związane z finansami, a drugi za aspekty techniczne.

– Od zawsze myśleliśmy o tym, by razem rozkręcić jakiś fajny, innowacyjny biznes. Pomysł narodził się około trzech lat temu, gdy Michał ożenił się i wyjeżdżał w podróż poślubną. Chaos towarzyszący przygotowaniom bardzo dał mu się we znaki – pakowanie, załatwienie wszystkiego w domu, stres. Trudno było mu znaleźć choćby minutę dla siebie, a musiał jeszcze jechać do kantoru, by kupić walutę. Zdenerwowany zapytał mnie, czemu w dobie komputeryzacji takiej rzeczy jak wymiana walut nie można załatwić prościej, przez internet. Spojrzeliśmy na siebie porozumiewawczo i uśmiechnęliśmy się – znaleźliśmy lukę w rynku, wiedzieliśmy już, czym się zajmemy – opowiada Łukasz Olek.

## Elastyczność i wygoda

Pomysł chwycił. Choć polskie banki coraz więcej inwestują w rozwój bankowości elektronicznej, a wiele z nich już dziś oferuje możliwość wymiany walut przez internet, InternetowyKantor.pl wciąż utrzymuje przewagę.



Twórcy firmy InternetowyKantor.pl: Łukasz Olek (z lewej) i Michał Czekalski

„ Na każdej transakcji nasi klienci oszczędzają w porównaniu z ofertami tradycyjnych kantorów od 3 do 6 procent. Czasami są to naprawdę duże pieniądze.

ŁUKASZ OLEK

– Różnimy się przede wszystkim ceną. Bank na jednym euro zarabia około 20 groszy, my bierzemy średnio ok. dwóch groszy. Na każdej transakcji nasi klienci oszczędzają w porównaniu z ofertami tradycyjnych kantorów od 3 do 6 procent. Czasami są to naprawdę duże pieniądze – tłumaczy Łukasz Olek. Rzeczywiście, dla przedsiębiorstw czy kredytobiorców te niewinne parę procent często przekłada się na pięciocyfrowe kwoty. Na stronie firmy zamieszczony jest licznik pokazujący, ile pieniędzy zostało

w kieszeniach klientów dzięki usługom internetowego kantoru – w tej chwili widniejąca na nim liczba to prawie 65 milionów. Kolejną zaletą jest bezpieczeństwo – cała transakcja odbywa się w ciągu kilku minut – bez ryzyka kradzieży, bez szans na oszustwo czy otrzymanie fałszywych banknotów.

Mimo że do załatwiania spraw finansowych w internecie wiele osób wciąż podchodzi z dużą dozą nieufności, założona w 2010 roku firma przekołała do siebie już dziesiątki tysięcy klientów.

– Na początku dowiadywali się o nas dzięki temu, że byliśmy pionierami. Kilku znanych blogerów zwróciło uwagę na innowacyjny pomysł, wypróbowało go i wyraziło o nas pozytywne opinie. Później jedna osoba polecała nas kolejnej, i tak to się rozkręciło – wspomina Michał Czekalski.

Od jakiegoś czasu w spółce istnieje już dział marketingu zajmujący się kształtowaniem jej dobrego wizerunku. Opinie klientów nadal są dla założycieli kluczowe – po skorzystaniu z usług firmy InternetowyKantor.pl, każdy użytkownik proszony jest o podzielenie się opinią na temat ich poziomu. 99 proc. klientów wyraża pełne zadowolenie i satysfakcję z szybkości oraz wygody obsługi. Często również sami sugerują jakieś rozwiązania – nową funkcjonalność czy rozszerzenie skali działalności. Najlepsze, pojawiające się najczęściej pomysły są przez firmę wdrażane.

[www.internetowykantor.pl](http://www.internetowykantor.pl)

# Mleczna droga

Od OSM Czarnków wielcy gracze w branży wiele mogliby się nauczyć w kwestii odpowiedzialności społecznej i jakości. Helmut Doliwa, jej szef, z uwagą słucha o tym, jak duże koncerny wspierają dostawców mleka w zakupie nowoczesnej aparatury. Kiwa głową, po czym od niechcienia rzuca: – No tak, my też coś podobnego zaczęliśmy. 20 lat wcześniej.

W zakładowym sklepie od lokalnych produktów pęka lodówka. Coraz więcej widać ich też na półkach sklepowych w całym kraju. Twarogi, twarożki wiejskie, serki z ultrafiltracji, desery ryżowe, kaszki, jogurty, doskonałe mleko świeże... wszystko najwyższej jakości. – To kwestia uczciwości i solidności, żebyśmy nie mieli wyrzutów sumienia, że sprzedajemy ludziom coś złego. Jeśli już coś wzbogacamy, to technologię – mówi Helmut Doliwa.

## Konkurować jakością

Spółdzielni powstawało w Polsce tysiące, zarówno przed, jak i po wojnie, jednak tylko nieliczne dotrwały w tej formie do naszych czasów. W 1981 r. po raz kolejny przekształcono zakłady państwowe w Okręgowe Spółdzielnie Mleczarskie.

– Wreszcie można było się wykazać własną inicjatywą, zamiast oglądać się na „górze” – wspomina Helmut Doliwa, od 1983 r. pracownik, a od 1990 roku prezes OSM Czarnków, która działa dziś jako prawdziwa spółdzielnia: jej akcjonariuszami są sami dostawcy mleka i pracownicy.

Impuls do rozwoju branży dał jednak dopiero 1989 rok i zmiany, jakie po nim nastąpiły. – Na początku lat 90. jako jedni z pierwszych wykorzy-

staliśmy szansę, jakie dawało uryn-kowanie. Stworzyliśmy tzw. fundusz wzajemnej pomocy, rodzaj linii kredytowej dla dostawców. Wprowadziliśmy też lepszą o 15 proc. cenę mleka dla dostawców, którzy zainwestowali w schładzalniki – wspomina Zofia Just, wiceprezes spółdzielni. Układ był prosty: kredyt splanany mlekiem. Maszyny kupował fundusz, rolnicy otrzymywali lepszą cenę, w krótkim czasie inwestycja się zwracała i jakość ogromnie się poprawiła. Rolnicy poszli za ciosem, pierwszych 300 dostawców mleka kupiło schładzalniki i zaraziło pomysłem następnym. – Rolnicy zaczęli się specjalizować i konkurować ze sobą pod względem jakości. Każdy chciał mieć lepsze mleko niż sąsiad – uśmiecha się Zofia Just. Budynki na obrzeżach Czarnkowa pamiętają zamierzchłe czasy, ale wewnątrz sprzęt jest najnowocześniejszy. Płatanina rur, wszystko sterylne czyste, produkcja zautomatyzowana.

Gdy inne spółdzielnie w kraju starały się jak najszybciej wypuścić jak największą ilość produktów na rynek, Czarnków skupiał się na jakości i inwestycjach

w nowoczesny sprzęt. Pierwszy samochód do odbioru mleka od dostawców, zbiorniki u producentów, zbiorniki niskiego chłodzenia, termizatory do produkcji twarożków homogenizowanych. – Poprawa jakości była możliwa przede wszystkim dzięki temu, że wyposażyliśmy laboratorium w nowoczesny sprzęt do oceny mleka. Wraz z każdą cysterną przyjeżdżają próbki mleka z poszczególnych gospodarstw, jeśli któraś nie spełnia parametrów, sprawdzamy cysternę i idzie sygnał „uważaj, bracie, coś u ciebie nie gra” – tłumaczy Helmut Doliwa. Taka kontrola jakości wydaje się oczywistością, ale niewiele spółdzielni ją stosuje. Laboratorium przy OSM Czarnków wspomaga także producentów mleka, przeprowadza dla nich badania zdrowia wymion czy postępów leczenia krów. – Ludzie patrzą na to, czy krowy są czyste. To ważne, ale przecież krowa nie daje mleka sierścią. Zdrowe mleko to przede wszystkim zdrowe wymiona – tłumaczy wiceprezes Just.

Średnio  
**150**  
tys. litrów  
mleka  
dostarcza  
rocznie każdy  
dostawca OSM  
Czarnków

## Najtrudniej wejść na półkę

Rozwój OSM Czarnków w latach po transformacji nie odbywał się jednak zbyt szybko. – Ograniczały nas fundusze. Jednocześnie konkurencja zajmowała rynek, walcząc na ceny. Tymczasem my od zawsze jesteśmy spółdzielnią, więc kupujemy tyle mleka, ile nam dostarczą udziałowcy, a nie tyle, ile potrzebujemy. Zarabianie jest więc trudniejsze – mówi Hel-



„Udało nam się zaistnieć na rynku nie dlatego, że nawyki konsumentów się zmieniły. To my nauczyliśmy się skuteczniej docierać do klientów. A Polacy są w stanie zapłacić więcej za lepszy, zdrowszy produkt.

HELMUT DOLIWA

mut Doliwa. Jednak pytany o zmiany technologiczne w czasie wchodzenia Polski do Unii Europejskiej uśmiecha się tylko i mówi, że nie było żadnego problemu z przygotowaniem zakładu. – Widzieliśmy francuskie zakłady, gdzie w oborach mogły być pajęczyny, ale wszystkie krowy miały wymiona czyste i wymyte. I u nas o to wszystko zadbałszy zawcza-

su – mówi Zofia Just. Pracują razem od blisko 30 lat, gdy prezes przerywa, wiceprezes bez mrugnięcia przejmie wątek. – Trzeba się uzupełniać. Od 1990 r. jesteśmy w zarządzie i jak widać nie idzie nam najgorzej – żartuje pani wiceprezes. W 1999 r. OSM Czarnków przejęło spółdzielnię w pobliskiej Chodzieży. – Z chwilą połączenia z tamtej spółdzielni odeszło spo-

ro dostawców. Nasi już byli od dawna przyzwyczajeni do odpowiedniej jakości i wymogli na nas jej utrzymanie, tam trzeba było dopiero wprowadzać rozwiązania, które u nas funkcjonowały już od lat – wspomina Helmut Doliwa.

W szczytowych latach mleko dostarczało ponad 3 tys. rolników, dziś jest ich poniżej 600. Dostarczają ponad 60 mln litrów mleka lepszego niż kilkanaście lat temu. – Największe rodzinne gospodarstwo dostarcza ponad milion litrów rocznie. To 140 krów, ale żyjących we w pełni zautomatyzowanej oborze. Krowy same się myją i podchodzą do robota, który je doi, gdy mają taką potrzebę – tłumaczy Helmut Doliwa. Sama spółdzielnia zatrudnia dziś ponad 200 osób, transportem zajmują się dawni pracownicy, ale już w ramach własnej działalności. Dziś w zakładzie nic się nie marnuje. Kwaśna serwatka zamiast iść do utylizacji jest zagęszczana i produkowana z niej jest proszek serwatkowy. Gaz ze ścieków trafia do zakładowej kotłowni.

Mimo że podobną drogę przeszło wiele niewielkich spółdzielni, do niedawna ich produkty trudno było znaleźć w super- i hipermarketach. Dość szybko rynek przejęło kilku największych graczy, mniejszym spółdzielniom trudniej się było przebić. – Markę budowaliśmy od podstaw. Wyprodukować coś nowego jest trudno, ale najcięższe zadanie to postawić produkt na półce sklepowej – mówi Zofia Just. A Helmut Doliwa dodaje: – Udało się nie dlatego, że nawyki konsumentów się zmieniły. To my nauczyliśmy się lepiej do nich docierać. A Polacy są w stanie zapłacić więcej za lepsze, zdrowsze produkty i coraz częściej szukają tych naturalnych, bez konserwantów.

[www.osmczarnkow.pl](http://www.osmczarnkow.pl)



# 255 kilometrów produktu

Zarządzany przez spółkę Autostrada Eksploatacja (AESA) odcinek autostrady A2 to 150 kilometrów asfaltu i 105 kilometrów betonu. Punkty poboru opłat, drogi serwisowe, dwa pasy w każdą stronę. Tylko tyle i aż tyle: spółka nigdy nie zbuduje sama kolejnego odcinka drogi ani nie będzie startować w przetargach na jego obsługę. Za to w obsłudze swoich 255 kilometrów AESA nie ma sobie równych.

**W**brew popularnemu porzekadłu, Edwarda Targosza i Jana Jancewicza, szefów spółki, zima nigdy nie zaskakuje. – Pierwszy odcinek oddano do eksploatacji 20 grudnia 2002 roku, więc zimą mamy do czynienia od samego początku – żartuje Jan Jancewicz. Wbrew innemu przysłowiu, sami często korzystają ze swoich produktów: AESA ma siedzibę w Poznaniu, ale biura głównych akcjonariuszy mieszczą się w Warszawie, więc utrzymywaną przez siebie autostradą podróżują regularnie.

## Zmienne warunki

W ostatnich latach cała Polska pasjonuje się nowymi autostradami i drogami szybkiego ruchu. Nic dziwnego, ich budowa to nie tylko ogromny impuls do rozwoju całego kraju, ale też widomy znak, jak wiele się zmieniło od 1989 roku. Przez całe dziesięciolecie zazdrościliśmy zachodnim sąsiadom dobrych dróg, teraz niektórych odcinków to oni zazdrozczą nam. Wystarczy przekroczyć granicę z Niemcami: po naszej stronie nowoczesna, wspaniale utrzymana droga, po niemieckiej – autostrada z betonowych płyt, pamiętająca jeszcze czasy sprzed II wojny, nieustające remonty i zwiężenia. – Najgorszy był dla nas rok 2010, najtrudniejsza zima. Ale nawet

wtedy niemieccy kierowcy na bramkach w punktach poboru opłat mówili, że ich drogowcy powinni się od nas uczyć – mówi Jan Jancewicz.

Ciężka zima to dla firmy, która specjalizuje się w utrzymaniu dróg, spore wydatki. – W 2010 roku w styczniu i lutym notowaliśmy wyjątkowe opady w całej Europie. W samym tylko grudniu zużyliśmy 6,5 tys. ton soli, przez cały rok ponad 16,5 tysiąca. Dla porównania w całym 2011 zużyliśmy niecałe dwa tysiące – wylicza wiceprezes Jancewicz. Taka zmienność powoduje, że w tej branży konieczna jest spora dawka szczęścia. Z jednej strony nie da się przewidzieć, ile trzeba będzie wydać na drogi, z drugiej – działalność finansuje się z pożytek w euro. – Jeśli już przychodzi sroga zima i trzeba używać dużo soli, idealnie byłoby, gdyby w tym samym czasie kurs euro był niski. Ale przewidzieć się tego nie da, to nie jest branża produkcyjna, gdzie można planować na wiele lat naprzód – przyznaje wiceprezes.

Działalność firmy jest szczególnie pod wieloma względami. Producentci mogą poszerzyć ofertę o nowe towary. Handlowcy – otworzyć nową placówkę w sąsiednim mieście. AESA nie będzie dywersyfikować działalności, sama też nie wybuduje dla siebie

kolejnego odcinka drogi. Jej jedynym zadaniem jest praca nad już istniejącymi 253 kilometrami. – Gdy w 2000 roku podpisywano umowy na budowę i koncesję Autostrady Wielkopolskiej, banki i rząd zgłosiły wymóg, by AESA oferowała swoje usługi wyłącznie Autostradzie Wielkopolskiej, nigdzie indziej. Niedawno uzyskaliśmy zgodę na objęcie drugiego odcinka, od Nowego Tomysła do granicy w Świecku – i to tyle – mówi wiceprezes firmy.

Dlatego dla AESA produktem jest dobrze utrzymana autostrada. Dobrze wykonana praca to 253 kilometry wstęgi czarnego asfaltu, bez błota pośniegowego, dziur czy utrudnień. – Mamy obwody drogowe rozmieszczone co 50 kilometrów. W trakcie opadów trudno, żeby jezdnia była czarna i mokra, bo śnieg przecież ciągle pada, ale gdy tylko opady ustają, mamy pełną przejezdność – mówi wiceprezes Jancewicz.

## Mistrzowie i uczniowie

Obwód drogowy to zgrana ekipa specjalistów od utrzymania ruchu na drogach ekspresowych. Tego nie uczy żadne technikum ani wydział politechniki w kraju. Żeby dobrze spełniać swoje zadania, mistrzowie, brygadziści, operatorzy pługów czy solarek uczą się w systemie mistrz-uczeń.

– Pomaga to, że prawie 60 proc. załogi jest z nami od początku, więc mają już 10 lat doświadczenia, znają drogę jak własną kieszeń. Wiedzą, kiedy posypać, gdzie i jak – mówi wiceprezes Jan Jancewicz. Dodaje, że firma dysponuje w tej chwili najnowocześniejszym sprzętem na rynku,



Wiceprezes spółki Autostrada Eksploatacja Jan Jancewicz

w zeszłym roku wymieniła wszystkie samochody na najnowsze. – Raz na jakiś czas naszych mistrzów i brygadzystów wysyłamy na staże na innych odcinkach autostrad, żeby zapoznali się z technologiami, ale też docenili to, co mamy u siebie: wyposażenie warsztatów i części socjalnej, sprzęt czy garaże – mówi Jancewicz.

W branży aż tak zależnej od doświadczenia pracowników, dbałość o personel to podstawa. – Tu ukłon w stronę akcjonariuszy, którzy co roku pozostawiają spory margines zysku na działania socjalne. Jesteśmy na przykład jedną z nielicznych firm w Polsce, które opłacają pracownikom trzeci filar emerytalny, bardzo sumiennie rozliczamy też nadgodziny – przyznaje Jan Jancewicz. By nie traścić doświadczenia zdobytego przez pracowników, większość awansów

„ Najgorszy był dla nas rok 2010, najtrudniejsza zima. Ale nawet wtedy niemieccy kierowcy na bramkach w punktach poboru opłat mówili, że ich drogowcy powinni się od nas uczyć.

JAN JANCEWICZ

odbywa się wewnątrz struktury. Kierowniczkami punktów poboru opłat na nowym odcinku to w przeważającej części dawne szefowe zmian, dzisiejsi mistrzowie to często dawni brygadziści, i tak dalej.

## Z punktu A do B

Jak podkreśla wiceprezes Jancewicz, od innych podobnych firm zajmujących się utrzymaniem nowoczesnych dróg AESA różni się nie tylko solidnością, ale też zakresem usług.

– W zasadzie poza rozbudową autostrady czy generalnymi remontami, takimi raz na 20 lat, zajmujemy się wszystkim. Naprawy, remonty, przeglądy roczne, pięcioletnie, serwisowanie energetyki, obsługa informatyczna, pobór opłat... – wylicza.

Wszystko po to, by podróżni mogli bezpiecznie dojechać z punktu A do punktu B. I ani przez chwilę nie musieli myśleć o tym, dzięki komu było to możliwe.

[www.aesa.pl](http://www.aesa.pl)

# W biznesie warto na nas liczyć

Poznańska firma Varico, której szefuje Rafał Łożyński, specjalizuje się w produkcji oprogramowania pomagającego w prowadzeniu biznesu. Na przestrzeni ponad dwóch dekad, dzięki innowacyjności i profesjonalizmowi zaskarbiła sobie zaufanie tysięcy klientów. A gdy powstawała, większość przedsiębiorców w Polsce żyła jeszcze w papierowych czasach.

Firmę założył w 1989 roku Rafał Łożyński. Z wykształcenia informatyk oraz inżynier, człowiek z pasją i wizją, niebojący się wyzwań – trudno wyobrazić sobie lepszą osobę do prowadzenia tego typu działalności. Wspominając początki firmy, należy pamiętać o tym, że schyłek lat 80. to w branży informatycznej właściwie prehistoria. – Wtedy to człowiek musiał towarzyszyć komputerowi, umieć go obsłużyć, dotrzymać mu kroku swoimi umiejętnościami. Teraz rolę się odwróciły: komputer ma towarzyszyć człowiekowi. Tak projektujemy nasze oprogramowanie, by było ono jak najbardziej intuicyjne, by praca z nim była przyjemnością – mówi kierownik Działu Rozwoju Oprogramowania Marek Kosno.

## Software na zamówienie

Na początku software tworzone na zamówienie pojedynczych klientów, ich liczba szybko się jednak zwiększała. Rozwój firmy przebiegał sukcesywnie – w dwa lata po jej powstaniu otworzono biuro i zatrudniono pierwszych pracowników. Powstawały też kolejne programy dla firm: do prowadzenia Księgi Przychodów i Rozchodów, Księgi Handlowej, Ob-

ługi Sprzedaży, rozliczenia płac czy rocznych zeznań PIT. Dziś firma posiada trzy oddziały, cieszy się znakomitą opinią. Nie jest jednak branżowym potentatem i wcale nie stara się nim być – w swoim segmencie radzi sobie doskonale, a mniejsza niż w przypadku wielkich koncernów liczba klientów owocuje dokładniejszą znajomością ich indywidualnych potrzeb i lepszą obsługą. Spółek teoretycznie podobnych do Varico działa na rynku wiele – słowo „teoretycznie” jest tutaj jednak kluczowe.

Co zatem wyróżnia poznańską firmę? Dla Rafała Łożyńskiego ważny jest bliski kontakt, zaangażowanie, niezależność i zaufanie, także do współpracowników. Po zakupie programu Varico zapewnia gwarancję, a w jej ramach nielimitowane wsparcie techniczne i dostęp do aktualizacji produktów. – Nasze oprogramowanie jest w ciągłym rozwoju. Nieustannie monitorujemy sytuację prawną i dostosowujemy do niej nasze rozwiązania, wprowadzamy także sporo nowych funkcji – tłumaczy Marek Kosno.

– Priorytetem jest bliski kontakt z klientem, ciągła praca nad jakością i ofertą – dodaje Rafał Łożyński.

W Varico stawia się również na otwartość i niezależność. – Nasi klienci używają różnych programów i często chcą, aby dane były wymieniane swobodnie pomiędzy nimi. Wspieramy ich w tym, świadcząc usługi wymiany danych. Nie walczymy z konkurencją. Przeciwnie, współpracując, spełniamy oczekiwania odbiorców naszych produktów. Wspieramy swobodną integrację naszych rozwiązań z programami konkurencji, co znacznie poszerza wybór i niezależność klientów. Konkurujemy wyłącznie jakością naszego własnego oprogramowania i gwarancją w postaci usług wsparcia. Jako jedni z pierwszych w branży już w roku 2000 otrzymaliśmy certyfikat ISO 9001 na nasze procesy produkcji i obsługi klienta – mówi Rafał Łożyński.

## Z tabletem w przyszłość

Rafał Łożyński nie tylko patrzy w przyszłość z nadzieją – ale stara się sam ją tworzyć. Wykorzystywanie nowatorskich, nowoczesnych i praktycznych rozwiązań od zawsze było priorytetem firmy. Z impetem wkroczyła już na szybko rozwijający się rynek urządzeń mobilnych – smartfonów oraz tabletów. Zaprezentowana w 2012 roku mobilna aplikacja biznesowa przypomina o terminach płatności ZUS i podatków. Dodatkowo pomaga księgowym w przekazywaniu istotnych informacji przedsiębiorcom w sposób łatwy i bezpośredni – za pomocą SMS-ów. Zawiera również przydatne kalkulatory biznesowe. W praktyce można ją nazwać osobistym asystentem księgowego mieszczącym się w kieszeni, a to



FOT. VARICO

**Konkurujemy wyłącznie jakością własnego produktu, jego przyjaznością i gwarancją dla użytkownika w postaci usług wsparcia.**

**RAFAŁ ŁOŻYŃSKI**

dopiero początek jej rozwoju. Aplikacja dostępna jest na platformie Android.

Komputery, internetowe bazy danych, urządzenia przenośne – Varico stara się, by finansami przedsię-

biorstw można było kierować wygodnie z każdego miejsca za pomocą wielu różnych narzędzi. Rafał Łożyński wierzy w to, że taka synchronizacja, współpraca jest początkiem

nowej ery. Ery, w której prowadzenie biznesu może być sprawne i wygodne jak nigdy wcześniej. Innowacyjność i jakość wdrażanych rozwiązań doceniają nie tylko klienci – Varico może pochwalić się wieloma znaczącymi nagrodami oraz wyróżnieniami. Trzy lata temu otrzymała prestiżowy tytuł Jakość Roku w kategorii Innowacja. Konkurs organizowany był przez „Biznes Raport” oraz „Dziennik Gazetę Prawną”.

[www.varico.pl](http://www.varico.pl)

# Naukowiec z branży budowlanej

**Marian Nickel przez lata był naukowcem. Choć po 1989 roku z powodzeniem rozwinął firmę budowlaną PTB Nickel, jedną z najważniejszych w Wielkopolsce, dziś wraca do nauki, tym razem jako dobry duch projektów wspierających komercjalizację badań naukowych.**

**P**rzedssiębiorstwo Techniczno-Budowlane Nickel to specjaliści od najtrudniejszych inwestycji, dla najbardziej wymagających klientów. Jednak dzięki staraniom właściciela i założyciela o firmach Grupy Nickel częściej pisze się w kontekście badań naukowych, wdrażania innowacyjnych rozwiązań technologicznych czy wprowadzania na rynek leków, które zrewolucjonizują ochronę zdrowia. W Polsce łączenie ośrodków naukowych z biznesem to nadal pustynia. Dzięki Marianowi Nickel pojawiają się na niej oazy dające przykład reszcie kraju.

## Start w biznesie

Marian Nickel przez lata zajmował się pracą naukową. Nieudanie rozpoczął studia na wydziale architektury i budownictwo na Politechnice Szczecińskiej, potem przeniósł się na Wydział Maszyn Roboczych i Pojazdów Politechniki Poznańskiej, by w końcu na prawie dwie dekady związać się z Instytutem Mechanizacji Rolnictwa Akademii Rolniczej w Poznaniu. – Zostałem specjalistą od brykietowania pasz, napisałem kilkanaście prac naukowych, uzyskałem kilka patentów, wdrażałem wynalazki i doszedłem niemal do habilitacji – wspomina. Gdy jednak nastały nowe czasy, postano-

wił zaryzykować. W 1991 roku założył niewielką firmę budowlaną. – Rok 1981 zamknął możliwości wyjazdów, więc przez całe lata 80. poza karierą naukową pracowałem fizycznie w budownictwie. To nie moja branża, ale dyletanckie podejście do dziś mi pomaga, bo budownictwa uczyłem się od podstaw, od tłuczenia, noszenia i układania cegieł. W końcu po 1989 mój promotor powiedział mi: „Uważam, że marnujesz swój talent siedząc za biurkiem. Jeśli masz pomysł na biznes, to śmiało startuj”. I tak wystartowałem z firmą budowlaną – mówi z uśmiechem.

Początki były wyjątkowo skromne: jedna używana wywrotka rolnicza. Nickel był jej kierowcą, operatorem, właścicielem firmy i organizatorem prac. Wkrótce jednak firma zaczęła się rozwijać i zdobywać coraz ciekawsze kontrakty. – Najpierw zajmowaliśmy się robotami wykończeniowymi. Miałem taki niewielki zakład stolarski, wykonywaliśmy meble do gabinetów dla szefów banków. Mój dzisiejszy gabinet powstał na dziesięciolecie firmy jako efekt tamtych doświadczeń – opowiada Marian Nickel. Wkrótce udało się pozyskać pierwszego dużego klienta potrzebującego dużo bardziej skomplikowanej usługi: firmę

Aral. Do 2001 r. firma Mariana Nickel w całym kraju wybudowała 80 kompletnych stacji benzynowych dla polskiej spółki córki niemieckiego koncernu naftowego.

Przewagą konkurencyjną PTB Nickel od samego początku było doskonałe zarządzanie. – Przełomem okazała się budowa centrum komputerowego Apcon Intelligence w Tarnowie Podgórnym. To do dziś bardzo ciekawy obiekt, najinteligentniejszy biurowiec lat 90. Wielkie koncerny budowlane obawiały się realizacji tego projektu ze względu na bardzo krótkie terminy realizacji i zbyt niskie ceny. A nam, ku zaskoczeniu Niemców i Japończyków, udało się wszystko spiąć i wybudować gotowy obiekt w niecały rok – wspomina prezes firmy. Z takim obiektem w portfolio PTB Nickel automatycznie wskoczyło do wyższej ligi. Posypały się zamówienia na realizacje przemysłowe, biurowe czy budynki użyteczności publicznej.

## Pieniądże w służbie nauki

Marian Nickel jednak do dziś czuje się bardziej naukowcem niż kapitalistą. – Urodzony kapitalista musi kochać pieniądze, ja ich nie kocham. Mieszkamy w szeregowcu, z jedną wspólną łazienką, nie mam tysiącmetrowego gabinetu ze złotymi klamkami – śmieje się. Dla prezesa tej firmy pieniądze muszą czemuś służyć. Z tej filozofii biorą się kolejne wielkie projekty, w które firma angażuje się co pięć lat. Na dziesięciolecie powstała firma deweloperska. Pięć lat póź-



FOT. ARCHIWUM FIRMY NICKEL

„**Moim największym sukcesem jest to, że udało mi się zaszczepić w moich dzieciach zainteresowanie pomysłami na biznes. Dziś mam ogromne wsparcie ze strony córki Dagmary i syna Michała, którzy służą wiedzą i doświadczeniem zdobytym za granicą. Dzięki temu możemy rozwijać spółki z Grupy Nickel.**

**MARIAN NICKEL**

niej – pierwszy w Polsce niepubliczny park naukowo-technologiczny Nickel Technology Park Poznań. W obiekcie miały się rozpocząć m.in. badania i produkcja pierwszej na świecie szczepionki na czerniaka, wyjątkowo złośliwą odmianę nowotworu skóry.

– Z czerniakiem się nie udało, jeszcze polska nauka i jej otoczenie nie

dorosły do myślenia w kategoriach dotacji na konkretny, innowacyjny pomysł, a nie na tę czy inną strukturę. Ale broni nie złożyliśmy, z każdej porażki płynie nauka – mówi Marian Nickel. Faktycznie, w 2012 jego firma otworzyła w podpoznańskich Złotnikach Nickel BioCentrum. Kosztujące ponad 22 mln złotych centrum nowo-

czesnych technologii biomedycznych to jedyny w swoim rodzaju park naukowo-technologiczny dla branży medycznej. Na ponad 4 tys. metrów kwadratowych zlokalizowano m.in. dziewięć ultranowoczesnych laboratoriów, tzw. pomieszczenia czyste i mnóstwo przestrzeni do pracy nad lekami, szczepionkami i rozwiązaniami, które w przyszłości będą ratować ludzkie życie i zdrowie. – Czerniak to był gigantyczny projekt, BioCentrum wypełniamy mniejszymi pomysłami. Mniej ambitnie, ale do przodu. Jednym z pierwszych najemców został PozLab. Po rozwiązaniu oddziału GSK część pracowników, wykorzystując wiedzę i doświadczenie wyniesione z koncernu farmaceutycznego, podjęła ryzyko założenia własnej firmy. Dziś możemy oceniać efekty: pani prezes PozLabu Anna Krause znalazła się w ścisłej czołówce konkursu na Businesswoman Roku – uśmiecha się Marian Nickel.

Jako że zbliża się kolejna pięciolatka, prezes firmy już myśli o następnym kroku: wspieraniu rozwiązań informatycznych dla branży biomedycznej. Marian Nickel wrócił do świata nauki, tylko że z zupełnie innej strony. Do dziś firma budowlana pozostaje głównym motorem rozwoju firmy. Jednak z czasem rozrosła się ona w prężną grupę kapitałową. – Moim największym sukcesem jest to, że firma znów jest rodzinna. Oboje dzieci, Dagmara i Michał, sprawdziło się w biznesie za granicą, w Stanach, Europie czy na Dalekim Wschodzie, ale w końcu udało mi się ściągnąć je z powrotem do kraju – uśmiecha się Marian Nickel. Jego córka szefuje dziś centrum biotechnologii, a syn w zeszłym roku przejął stery w spółce budowlanej.

# Meble na wieczność

**Jak ważne jest profesjonalne zaplecze, wie każdy, kto chce osiągnąć dobry, spektakularny rezultat. Wysoki standard, tzw. backstage, zapewnia nie tylko dobre warunki pracy, ale też zdecydowanie lepszy efekt końcowy. Plastmet to specjalista od mebli gastronomicznych, ale wyposaży też pokój socjalny, biuro, szkołę, laboratorium i zakład produkcji spożywczej.**

**N**ajnowocześniejsze zestawy mebli do profesjonalnych kuchni to całe kombajny: w zależności od potrzeb kilkumetrowy stelaż na kółkach można wyposażyć w woki, palniki gazowe i indukcyjne, grille, wyciągi czy okapy. Ale firma oferuje też niemal wszystkie meble profesjonalne, jakie da się wykonać z metalu, od wózków kelnerskich i stojaków na torby na śmieci po szafy laboratoryjne i stoiska do promocji w supermarketach. Produkty Plastmetu trafiają w dużej mierze na eksport, ale i rodzima branża gastronomiczna coraz chętniej inwestuje w sprzęt wysokiej jakości.

## Uzbrojeni w technologię

– Zaczęło się w 1989 roku od trzech nawiedzonych inżynierów z państwowej firmy produkującej wyposażenie statków. Wykrzesaliśmy z siebie trochę sił, wydzierzawiliśmy starą piekarnię w Lubaszcu i zaczęliśmy produkcję. Zaczynaliśmy od wiertarki stołowej i prasy mimośrodowej, a robiliśmy wieszaki i inne proste metalowe elementy – wspomina jeden z założycieli, Edmund Pilawski. – Po tych dwudziestu paru latach firma jest już przeszło stuosobowa, a od 1996 r. nas, prezesów jest dwóch, Tomasz Sikora i ja. Jesteśmy uzbrojeni w nowoczesną technologię, w maszyny sterowane numerycznie, a produkujemy niemal na całą

Europę meble dla gastronomii ze stali nierdzewnej, maszyny i urządzenia. Mamy w ofercie także meble malowane proszkowo, do szatni, stołówek, biur, warsztatów, szpitali, a także regały, okapy i, oczywiście, sprzęt sportowy – wylicza prezes Pilawski.

Kilka „nóg” w biznesie zawsze daje więcej pewności. To także przewaga konkurencyjna. Dlatego zarówno produkcja, jak i rynek zbytu są podzielone. – Niemal 40 proc. naszych towarów eksportujemy. Infrastruktura drogowa sprawia, że łatwiej nam dojechać do Hamburga niż do Krakowa – mówi Edmund Pilawski. – Plastmet od początku funkcjonował, opierając się na marketingu targowym. Poznań jest niedaleko, zaczęliśmy też jeździć na inne targi branżowe, gastronomiczne i tam nawiązywaliśmy kontakty, pozwalające później stosować nowoczesne technologie. Niezrównaną pomocą w tym względzie były dla nas fundusze unijne: Program Rozwoju Regionalnego Innowacyjna Gospodarka. Dało nam to na tyle duże wsparcie kapitałowe, że mogliśmy sobie pozwolić na technologiczny rozwój – tłumaczy.

Eksport daje więcej możliwości, zapotrzebowanie na profesjonalne, trwałe wyposażenia dla gastronomii jest tam większe, bo wyższe są standardy prowadzenia działalności ga-

stronomicznej. – Wydaje się, że to kwestia czasu, nasza gastronomia też powoli zaczyna te standardy cenić – uważa prezes. – Dziś staramy się nawiązać współpracę z firmami najbardziej zaawansowanymi technologicznie. Stawiamy na produkcję profesjonalnych urządzeń indukcyjnych, ze wsparciem firm szwajcarskich, które są w Europie najlepsze. W tym widzimy swoją przyszłość.

Taką produkcją elementów indukcyjnych zajmują się w Europie dwie, może trzy firmy. Reszta skupia się na montażu, wspartym badaniami wszystkich podzespołów, które składają się na kuchenkę. – Oczywiście głównym elementem jest generator, ale równie ważny jest sposób jego zabudowy czy system wentylacji. To wszystko jest tworzone przez naszych inżynierów – tłumaczy prezes.

## Jak ściągnąć specjalistę?

Lubasz nie jest centrum przemysłu i biznesu, to duża wieś blisko Czarnkowa. Trudny rynek, jeśli chodzi o pracowników, specjalistów, inżynierów, pracowników technicznych, którzy wybierają albo duże miasta, albo zachodnią stronę granicy. Różnic w wynagrodzeniach między Plastmetem a tym, co oferują podobne firmy w Pile czy Poznaniu właściwie nie ma, ale ludzie wolą pracować w mieście. – Kandydaci często mówią tak: OK, płaca mi odpowiada, tereny piękne, ale oprócz chodzenia i jeżdżenia rowerem, co mam robić po pracy? Nie ma basenu, nie ma kina, nie ma knajpy, nie ma hotelu, nie ma niczego... To samorządy muszą przyciągać pracowników, powinni pomóc, a my musimy je mobili-



„ Trzeba zarażać optymizmem otoczenie i klientów, to ważne zadanie przedsiębiorcy, bez tego nie da się funkcjonować.

EDMUND PILAWSKI

zować – mówi prezes. – Żeby poradzić sobie z brakiem pracowników, wprowadziliśmy system awansu zawodowego. – Staramy się dobrze poznać naszych pracowników, przyglądamy się, jak pracują, jakie mają możliwo-

ści, i typujemy osoby, które mogą się dalej uczyć czy studiować. Pomagamy im finansowo i w ten sposób zdobywamy kadrę, która przez kolejne szkolenia i wyjazdy zagraniczne zdobywa coraz wyższe kwalifikacje i sta-

je się siłą napędową naszego rozwoju. To opłacalna inwestycja. I dla nas, i dla pracowników – opowiada prezes.

– Ważne też, że nie przypominamy szewca, co bez butów chodzi. Jak przyjeżdżają goście i pokazujemy im zaplecze socjalne naszej firmy, to są zaskoczeni, bo przyjeżdżają na wieś, a tu szatnia, stołówka, hala produkcyjna, wszystko wyposażone naszymi produktami – uśmiecha się Edmund Pilawski, który, wraz z współnikiem, czuje się odpowiedzialny za swoją gminę. – Gmina Lubasz jest nam najbliższa, to stąd pochodzą nasi pracownicy i ich rodziny. Staramy się coś zrobić dla tego środowiska, nie tylko generować zyski i je konsumować, bo nie tędy droga.

Dlatego spółka wspiera świetlice wiejskie, wyposażając je w meble i urządzenia. Jest głównym sponsorem Plastmet Noteć Czarnków, klubu tenisa stołowego, który kiedyś był w pierwszej i drugiej lidze, teraz jest w czwartej. – Pomagamy też Towarzystwu Krzewienia Kultury Fizycznej w Czarnkowie, które dysponuje trzema kortami tenisowymi, wspieramy tam szkołę dla dzieci – opowiada prezes Pilawski.

Być może ze względu na kryzys najbliższe dwa lata będą kluczowe dla rynku hoteli, restauracji i usług kateringowych. Z jednej strony, wciąż wzrasta zapotrzebowanie, bo króluje moda na jedzenie poza domem i modne restauracje nie mają się czego bać, z drugiej, brakuje pieniędzy i rynek polski zamawia ostatnio mniej. – Czy przetrwamy? Z pewnością, bo mamy nowoczesne produkty, jesteśmy elastyczni i nie poddajemy się pesymizmowi. Optymizmem trzeba zarażać otoczenie i klientów, to jest ważne zadanie przedsiębiorcy, bez tego nie da się funkcjonować – uśmiecha się prezes.

[www.plastmet.pl](http://www.plastmet.pl)

# Ciągnik jak limuzyna

**Agromarket z podpoznańskich Jaryszek zajmuje się sprzedażą maszyn rolniczych oraz części zamiennych. Firma założona przez małżeństwo – Mirosława i Ewę Skrzypczaków – na przestrzeni lat rozrosła się z małej spółki w poważne przedsiębiorstwo, posiadające kilka oddziałów.**

**W** powszechnym – i zarazem błędnym – wyobrażeniu rolnictwo to mało efektywne i zacofana branża. Wbrew takim stereotypom w Polsce dorobiliśmy się już zupełnie nowego pokolenia producentów żywności. To prężne, wysoce wyspecjalizowane firmy, wymagające nowoczesnych maszyn. A te dostarczyć może Agromarket, rodzinna firma od 20 lat prowadzona wspólnie przez państwa Ewę i Mirosława Skrzypczaków.

## Konkurencja zza miedzy

Jaryszki to wieś położona ledwie kilkaset metrów od granic Poznania, tuż przy autostradzie A2 i bazie lotniczej w Krzesinach, gdzie stacjonują polskie myśliwce F-16. Ultranowoczesną technikę widać też kawałek drogi za lotniskiem, choć mało kto przejeżdżając, zwróci uwagę na plac przed siedzibą firmy Agromarket, szczelnie zastawiony sprzętem rolniczym. Nie, to nie są maszyny, które znamy z czytanek. Dzisiejsze ciągniki rolnicze są np. standardowo wyposażone w klimatyzację, systemy GPS, radionadajnik czy zaawansowaną elektronikę, a ich potężne silniki pod względem wydajności pracy i ekologii biją na głowę wiele tych w samochodach osobowych.

Od polskiej transformacji minęło trochę ponad 20 lat, ale dla rolnictwa była to cała epoka.

– Mąż pracował wcześniej w Agromarkcie, gdzie miał kontakt z częściami do maszyn rolniczych – mówi Ewa Skrzypczak, współwłaścicielka firmy. – Handel bardzo mu się wtedy spodobał. Gdy Agromarket podchodziła do prywatyzacji, stwierdził, że to dobry moment na otwarcie własnego biznesu – opowiada.

Na wsi w owym czasie było ogromne zapotrzebowanie na sprzęt, w poprzednim systemie na zakup każdej sztuki trzeba było mieć przydział, a tylko niektóre maszyny udawało się rolnikom budować we własnym zakresie, z dostępnych części zamiennych. W nowe czasy Skrzypczakowie weszli więc z kapitałem doświadczenia – i na niemal pusty rynek. Jeszcze w poprzedniej pracy pan Mirosław poznał dogłębnie branżę i nawiązał kontakty z producentami oraz poznał środowisko przyszłych klientów. Sam pomysł na interes nie był rewolucyjny, lecz sprawna realizacja oraz znajomość potrzeb klientów zapewniły Agromarketowi sukces. – Profil

działalności był podobny do Agromarketu, choć handlem zajęliśmy się bardziej w zakresie hurtowym. Rozwijaliśmy się w pobliżu nich, nazywali nas nawet konkurencją zza płotu – śmieje się pani Ewa.

W pierwszej połowie lat 90. rolnicy kupowali głównie maszyny używane, często mocno sfatygowane, dlatego dostępność części zamiennych miała dla nich ogromne znaczenie. Odpowiednie sklepy można było znaleźć w prawie każdej większej wsi, i właśnie na zaopatrywanie takich placówek ukierunkowany był na początku Agromarket.

## Rodzinnie na cały kraj

Początki były skromne, jednak od kilku lat firma posiada własną przestronną siedzibę w Jaryszkach.

– Poza nią mamy też oddziały w Kutnie, Zamościu i Żninie, a także wielu przedstawicieli handlowych. Dzięki nim docieramy do klientów praktycznie w całym kraju – opowiada Ewa Skrzypczak. Pomimo tak potężnego rozwoju Agromarket nadal jest firmą rodzinną. – W pracę zaangażowany jest mąż, brat męża, siostry oraz synowie z żonami. Jak to zrobić, by się nie pogryźć? Cóż, gdy wracamy do domu, czasu starczy już tylko na kolację i chwilę re-



laksu, nie ma kiedy rozmawiać o pracy – opowiada z uśmiechem właścicielka.

Firma od początku istnienia starała się oferować możliwie najszerszy asortyment. Ofertę rozbudowy-

wano sukcesywnie, krok po kroku – najpierw były to wyłącznie części do maszyn rodzimej produkcji, później również same maszyny, także zachodnie, a od 2000 roku także ciągniki rolnicze.

– Kiedyś w rolnictwie nie było maszyn, za to były pieniądze. Potem sytuacja się odwróciła. To już na szczęście za nami, teraz rynek bardzo stabilizują dotacje unijne. Rolnicy mają szansę na zwrot 50 proc. nakładów poniesionych na zakup sprzętu, mogą więc sobie pozwolić na kupno nowych maszyn – mówi pani Ewa. Z powodu coraz mniejszej eksploatacji starych, wymagających częstych napraw maszyn czy ciągników, popyt na części zamiennych spada. Ale państwo Skrzypczakowie z nadzieją patrzą w przyszłość.

– Ciągnik to nie jest maszyna, która szybko trafia na złom, nie kupuje się go dla prestiżu. Jak długo jest w stanie spełniać swoje zadanie, tak długo właściciel go używa – podkreśla szefowa Agromarketu. Firma od zawsze starała się zapewniać klientom największy wybór części, i tak pozostaje do dziś. Zapotrzebowanie jest co prawda mniejsze niż we wcześniejszych latach, lecz chętnych na pewno nie zabraknie, bo nawet najnowocześniejszy sprzęt wymaga czasem naprawy.

Przekształcenia w rolnictwie można obserwować od dłuższego czasu. Postępująca mechanizacja to wbrew pozorom nie wszystko, bo zmieniają się również ludzie.

– Pojawiło się nowe pokolenie, które myśli inaczej. Jest też zupełnie nowa grupa rolników, którzy inwestują w rolnictwo pieniądze zarobione w innych dziedzinach. Takie osoby mają inne wyobrażenie o świecie, nie godzą się łatwo z przeciwnościami, wiedzą doskonale, czego chcą i walczą o swoje. Współpraca z nimi jest wyzwaniem – potrafi być trudna, ale sukces i osiągnięte zadowolenie takiego klienta przynosi ogromną satysfakcję – mówi Ewa Skrzypczak.

[www.agromarket.pl](http://www.agromarket.pl)

„**Kiedyś w rolnictwie nie było maszyn, za to były pieniądze. Potem sytuacja się odwróciła. To już na szczęście za nami, teraz rynek bardzo stabilizują dotacje unijne.**

**EWA SKRZYPCZAK**

# Nowoczesne ciepło

**Działająca od 1987 roku firma Metrolog Lecha Wojcieszynskiego to jeden z najważniejszych w Polsce projektantów i producentów rozwiązań dla energetyki ciepłej. Kompaktowe węzły ciepłownicze, układy kogeneracyjne, osprzęt dla domów pasywnych – to wszystko najnowocześniejsza technologia rodem z malowniczego Czarnkowa nad Notecią.**

**F**irma powstała jeszcze w 1987 roku. – Żeby założyć biznes w tamtych czasach, trzeba było udowodnić, że taka działalność jest potrzebna i uzyskać całe mnóstwo pozwoleń. W podaniu napisałem, że zajmuję się metrologią elektryczną, więc jestem metrologiem. A w urzędzie zastanawiali się, jakie jest powiązanie między prądem a pogodą – śmieje się Lech Wojcieszynski, prezes i założyciel firmy.

## Co do dzuła

Do dziś zdarza się, że metrologia, nauka o sposobach wykonywania pomiarów i odczytywania wyników, myli się dzwoniącym z meteorologią. Początkowo firma działała skromnie, pomagała m.in. czarnkowskiej mleczarni w naprawie i konserwacji urządzeń. Dziś siedziba spółki Metrolog mieści się praktycznie po sąsiedzku. W 1991 r. Wojcieszynski na dobre rozstał się z czarnkowskimi Zakładami Płyt Pilśniowych i rozpoczął działalność już w formie spółki cywilnej. – Namówiłem kolegę z pracy, zatrudniłem główną księgową i pierwszych automatyków, dwóch młodych zdolnych ze szkoły, w której wcześniej uczyłem – wspomina prezes. Firma zaczęła od montażu liczników ciepła. W poprzednich czasach towar deficytowy,

niemal nie do zdobycia, w nowych był potrzebny na gwałt, bo każdy zakład ciepłowniczy chciał, by klienci rozliczali się za ilość faktycznie pobranej energii, a nie ryczałtem.

O licznikach indywidualnych jeszcze wtedy nikt nie myślał. – Musieliśmy robić marketing osobisty, pokazywać przedsiębiorcom, że zastosowanie automatyki przynosi wymierne korzyści ekonomiczne. W tamtym czasie kto mógł, chciał zaoszczędzić, ale nijak nie dało się przyrównać ceny gładzula do metra kwadratowego, ceny były abstrakcyjne. Liczniki montowano więc z powodów ekonomicznych, o ekologii nikt nie myślał – mówi Lech Wojcieszynski. Wkrótce do zakładów energetycznych dołączyły kościoły, zakłady przemysłowe, firmy – czyli wszyscy ci, dla których rozliczanie się za ilość ciepła faktycznie wykorzystaną oznaczało spore oszczędności.

Do dziś Metrolog działa przede wszystkim w branży ciepłowniczej. Jednym z głównych elementów działalności jest produkcja kompaktowych węzłów ciepłych, czarnkowskie przedsiębiorstwo jest jednym z wiodą-

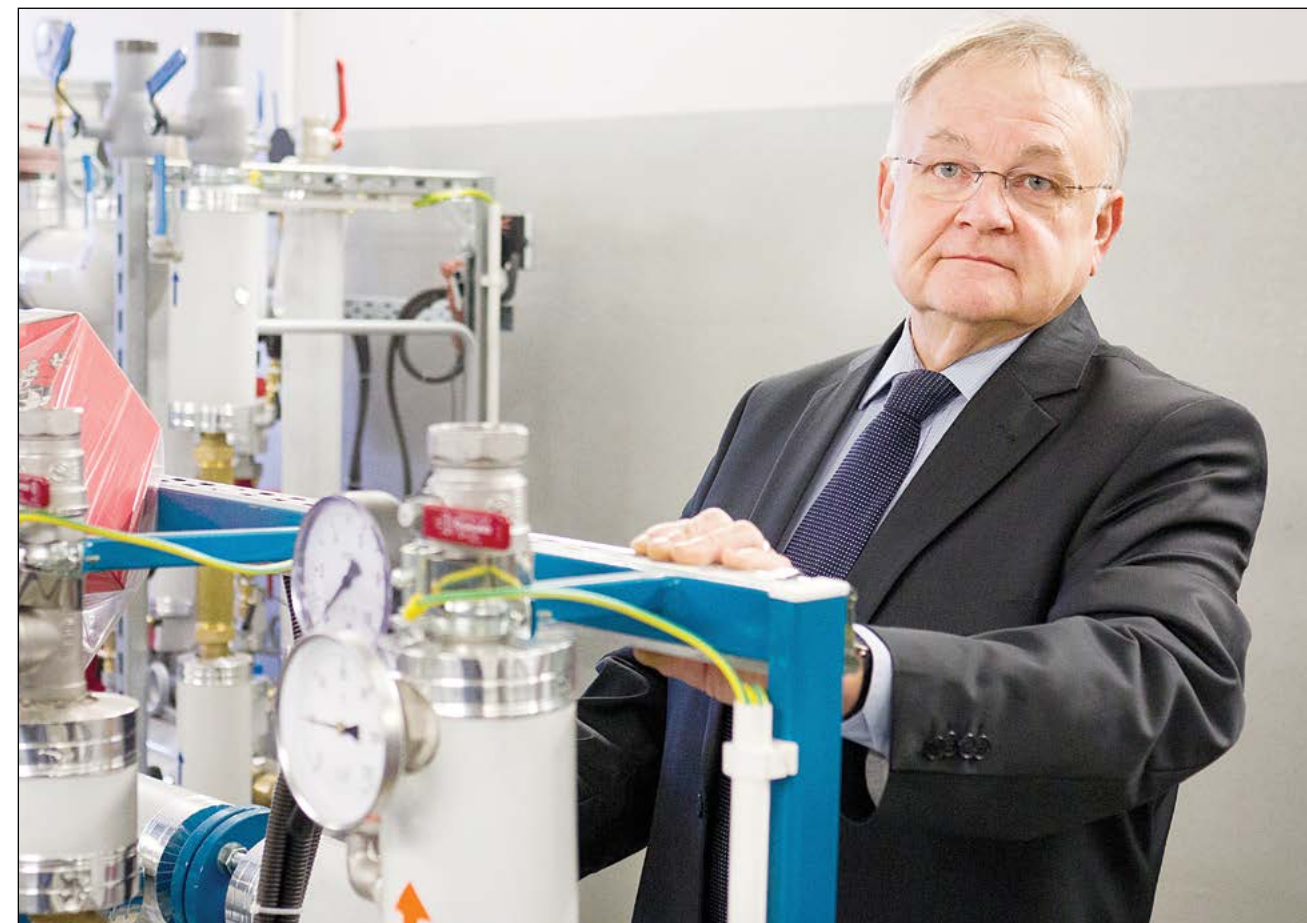
cych ich producentów. Dawne węzły to często płatanina rur wielkości sporego mieszkania, te nowoczesne zajmują nie więcej przestrzeni niż babciny kredens. W tej branży trudno mówić o produkcji seryjnej, bowiem każdy projekt trzeba dostosować do konkretnego zamówienia. Dopiero później montuje się go na gotowej ramie, sprawdza, wysyła do klienta i montuje.

## Energetyka przyszłości

Sam prezes Lech Wojcieszynski udziela się także w stowarzyszeniu Klempicz-Tak, promującym ideę budowy w pobliskiej wsi elektrowni atomowej. – Nie ma alternatywy. Wiatr nie załatwi za nas wszystkiego, a ze zużytym paliwem jądrowym ludzkość sobie prędzej czy później poradzi – mówi z zapałem. Dodaje, że powstanie elektrowni to dla Czarnkowa ogromna szansa, bo oznacza nie tylko kilka tysięcy miejsc pracy, ale też olbrzymie inwestycje.

Poza węzłami Metrolog oferuje również doradztwo i budowę źródeł ciepła. – Mówiąc kolokwialnie, chodzi o kotłownię, oparte na spalaniu biomasy lub gazu, ale przede wszystkim duże: dla przemysłu, całych osiedli lub miast. Oferujemy też modernizację źródeł ciepła, czyli kotłów o mocy od dziesięciu do 30 megawatów – tłumaczy Wojcieszynski. Przysnaje, że konkurencja w branży jest spora, ale kryzys nie dotyka aż tak mocno firmy. – Mamy produkty tańsze, a lepsze. Choć część

**150**  
pracowników  
zatrudnia  
firma Metrolog  
w Czarnkowie



„Miarą naszego sukcesu jest to, że wszystkie z około 260 polskich zakładów energetyki ciepłej nas już zna, albo jako producenta podzespołów, które wykorzystują, albo jako usługodawcę.

**LECH WOJCIESZYŃSKI**

firmy odpowiedzialna za budowę obiektów kubaturowych faktycznie ma ostatnio mniej prac nie związanych z energetyką, to sądzimy, że w części energetycznej praca, może w mniejszym zakresie, będzie – mówi.

Energii w Polsce bowiem brakuje, szykuje się prawdziwa rewolucja związana z przeskokiem ze spalania węgla na odnawialne źródła energii, a w tej bran-

ży Metrolog jest jednym z pionierów. – Trudno nam porównywać się z Mostostalem, bo takie firmy budują elektrownie wielokrotnie większe. Ale miarą naszego sukcesu jest to, że wszystkie z około 260 polskich zakładów energetyki ciepłej nas już zna albo jako producenta podzespołów, które wykorzystują, albo jako usługodawcę – mówi z dumą Lech Wojcieszynski.

Dodaje, że zatrudniająca 150 pracowników firma jest jednym z pionierów w budowie nowoczesnych systemów ciepłych, pobierających z zewnątrz minimalne ilości energii. Wbrew przysłowiu o szewcu i butach, hala produkcyjna Metrologa spełnia najwyższe standardy ekologiczne i termiczne.

– Szef zakładu energetycznego żartował, że gdyby wiedział, czym się zajmujemy, w życiu nie podpisałby z nami umowy. Bo wykorzystujemy ciepło z gruntu, odzyskujemy ciepło z wentylacji, mamy własną kotłownię, kolektory, i dopiero gdy tego nie starczy, korzystamy z ciepła z sieci miejskiej – tłumaczy Wojcieszynski.

[www.metrolog.com.pl](http://www.metrolog.com.pl)

# Poprawa wizerunku przedsiębiorców – projekt PKPP Lewiatan

Celem projektu jest budowanie pozytywnego wizerunku przedsiębiorców. Realizowane są trzy typy działań:

- diagnostyczne, czyli kompleksowa analiza problemów wizerunkowych (konsultacje z przedsiębiorcami),
- promocyjne, na które składają się: wybór liderów biznesu, ogólnopolska kampania reklamowa oraz raporty na temat roli przedsiębiorców,
- edukacyjne, obejmujące program działań dla administracji.

## Konsultacje z przedsiębiorcami

Pierwszym krokiem było spojrzenie na wizerunek przedsiębiorców w każdym województwie oraz na doświadczenia biznesu we współpracy z administracją. Przeprowadzono 80 spotkań z przedstawicielami biznesu i administracji (po pięć w każdym województwie). Łącznie wzięło w nich udział ponad 800 uczestników.

## Konkurs „Biznes. Dobry wybór”

W każdym województwie wyłoniono lokalnych przedsiębiorców, będących „twarzami biznesu” swojego regionu. Łącznie w całym kraju nagrodzono 120 osób. Głównymi kryteriami wyboru były dokonania biznesowe, lokalne zaangażowanie CSR oraz standardy zarządzania zasobami ludzkimi. Konkurs miał charakter otwarty. Nagrodzonych wyłoniły kapituły złożone z przedstawicieli administracji, organizacji biznesowych, patronów medialnych i liderów opinii. Konkurs objęły patronatem 54 redakcje mediów regionalnych.

## Raporty „Przedsiębiorcy w województwie”

Opracowanie to trzymają Państwo w rękach. Powstało 17 raportów – dla każdego województwa oraz raport ogólnopolski. Wersje elektroniczne dostępne są na stronie projektu [www.wizerunekprzedsiębiorcow.pl](http://www.wizerunekprzedsiębiorcow.pl).

## Kampania reklamowa

Najgłośniejszym elementem projektu będzie kampania medialna, promująca pozytywny wizerunek przedsiębiorców. Emisje ukażą się w mediach lokalnych i ogólnopolskich oraz w internecie.

## „Efektywna współpraca administracja-biznes”

W oparciu o wyniki konsultacji i badań oraz wnioski z okrągłego stołu administracji i biznesu opracowane zostaną rekomendacje dla obu stron na temat zasad budowania efektywnej współpracy. Opracowanie zostanie rozślane do urzędów i organizacji pracodawców w całej Polsce oraz będzie dostępne w wersji elektronicznej.

## Warsztaty dla administracji samorządowej

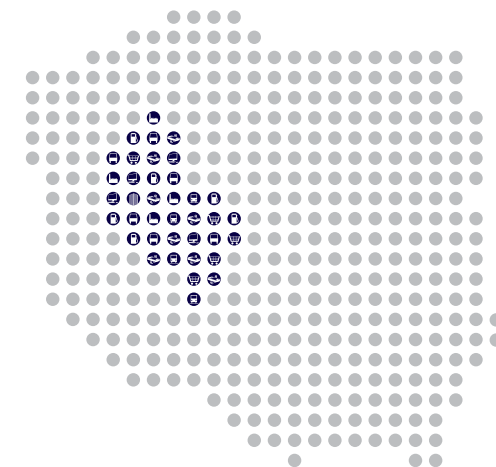
Rekomendacje staną się także podstawą warsztatów dla samorządowców w każdym województwie. Program spotkań obejmie m.in. prezentację dobrych praktyk, sesję porad eksperckich

oraz warsztat dotyczący specyfiki problemów lokalnych, które mogą być rozwiązywane wspólnie z biznesem. Będzie to pierwszy krok wdrażania wypracowanych rekomendacji.

## Konferencje finałowe

Zwieńczeniem projektu będą podsumowujące konferencje wojewódzkie. Wezmą w nich udział przedsiębiorcy (w tym zwycięzcy konkursów), przedstawiciele administracji, liderzy opinii i reprezentanci organizacji pracodawców. Będzie to okazja do prezentacji wyników projektu, zebrania informacji zwrotnej oraz stworzenia możliwości zbudowania osobistych relacji pomiędzy uczestnikami. Mamy nadzieję, że konferencje staną się również początkiem dalszych, samodzielnych już działań, zainicjowanych dzięki projektowi.

Projekt trwa od 1.08.2011 r. do 31.07.2013 r. i jest współfinansowany ze środków UE, w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.



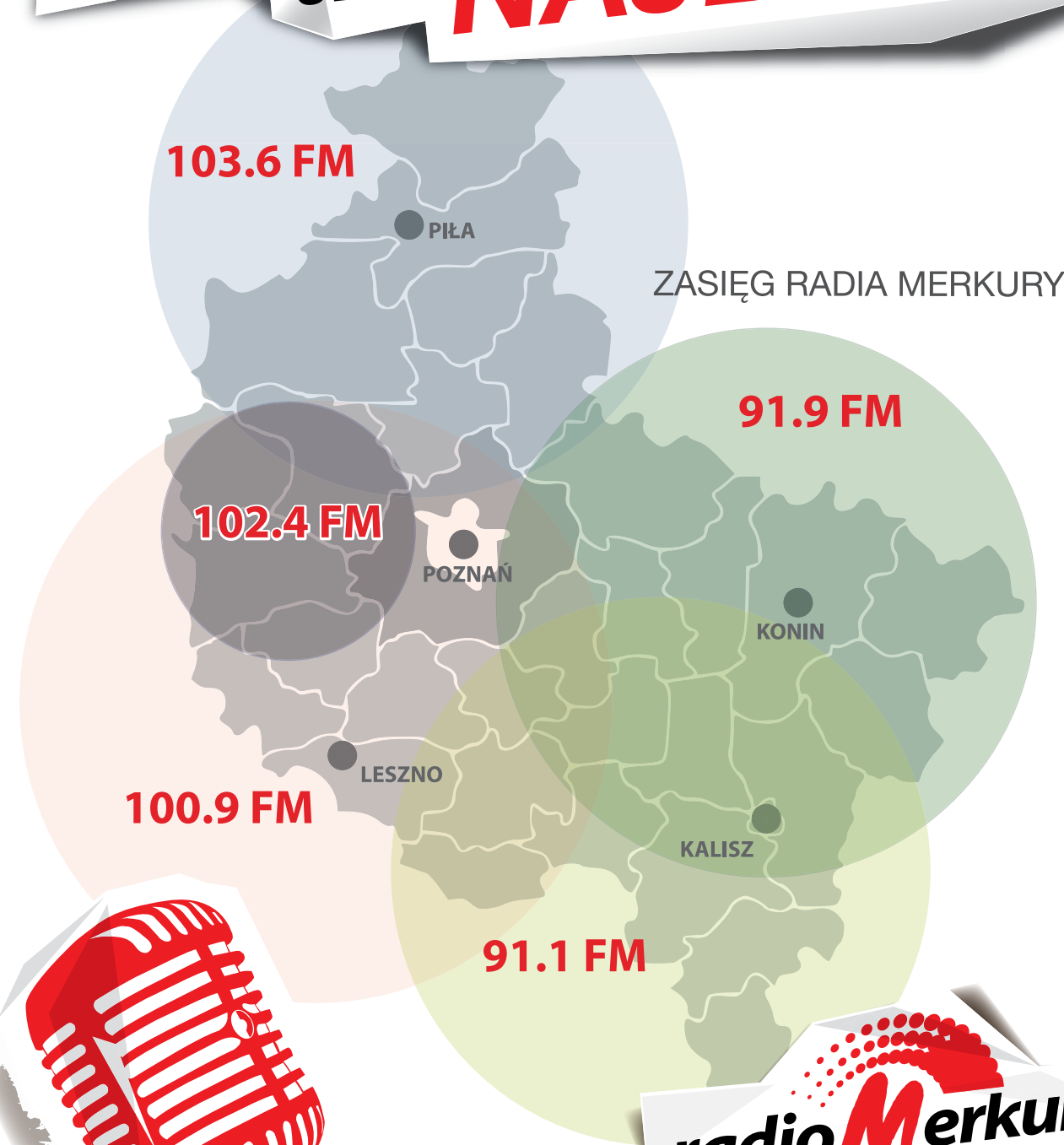
# MOCNI W WIELKOPOLSCE



co tydzień ponad **400** tysięcy Wielkopolan  
czyta nasze dzienniki

co miesiąc nasze serwisy odwiedza ponad **900** tysięcy internautów

## NAJWAŻNIEJSZE JEST NAJBLIŻEJ



Źródła: PBC General, SMG/KRC a Millward Brown Co., II-VII.2012. CCS,

czytelnictwo uwzględniające współczytelnictwo, tytuły Głos Wielkopolski lub Nasze Miasto; Gemius Traffic użytkownicy (cookies) VIII.2012 i IX.2012



„Dbamy o Wasze pieniądze”

# TELESKOP gospodarczy

CZWARTEK, GODZ. 18<sup>00</sup>

**TVP** POZNAŃ



  
lewiatan@pkpplewiatan.pl

  
Efektywność

  
www.pkpplewiatan.pl

  
Odpowiedzialność

  
Konsultacje społeczne

  
Rozwój

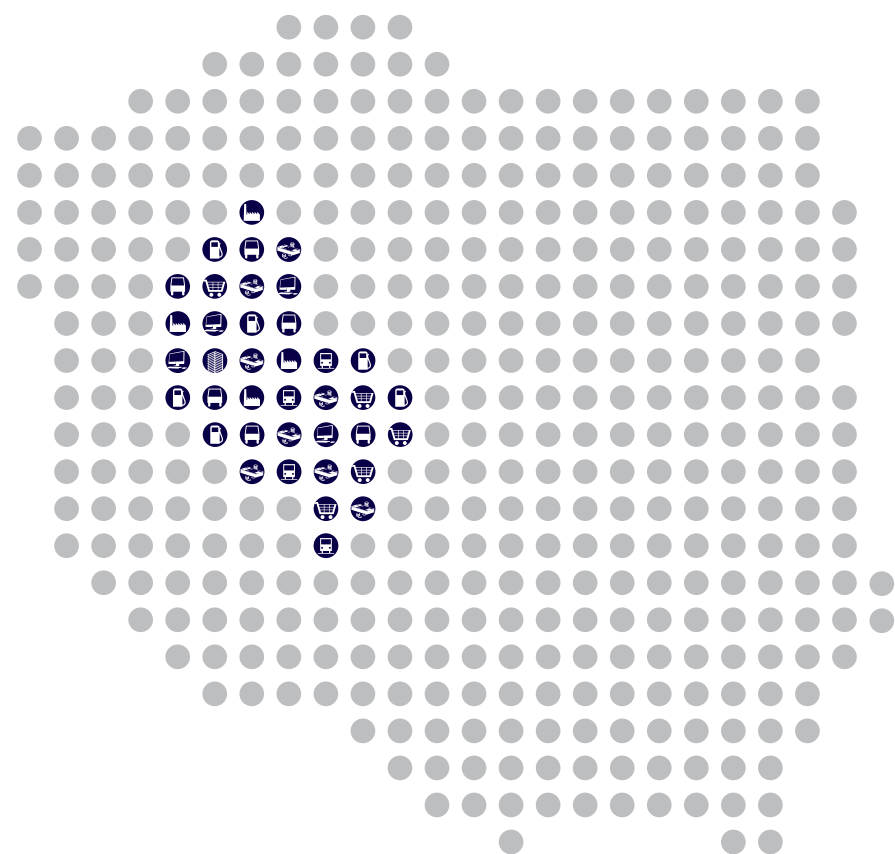
Polska Konfederacja  
Pracodawców Prywatnych  
Lewiatan

**GŁOS**   
**BIZNESU**

  
Deregulacja

  
Reformy

  
Innowacyjność



# Spis treści

Wstęp . . . . . 5

## **RAPORT „PRZEDSIĘBIORCY W WIELKOPOLSCE”**

Przedsiębiorcy w Wielkopolsce. . . . .	<b>6</b>
Rozwijamy się. . . . .	<b>10</b>
Wszyscy jesteśmy przedsiębiorcami . . . . .	<b>12</b>
Tysiące przedsiębiorczych kobiet . . . . .	<b>14</b>
Pomnażamy nasz majątek. . . . .	<b>16</b>
Więksi niż Fiat i PZU . . . . .	<b>18</b>
Pączkowanie kapitału. . . . .	<b>20</b>
Naprzód, czyli inwestycje . . . . .	<b>22</b>
Budujemy zieloną Polskę . . . . .	<b>24</b>
Miejsca pracy są w przedsiębiorstwach . . . . .	<b>26</b>
Z naszych podatków . . . . .	<b>28</b>
Płaca ważniejsza od świadczeń. . . . .	<b>30</b>
Najwięksi i najcenniejsi. . . . .	<b>32</b>
Jesteśmy konkurencyjni . . . . .	<b>34</b>
Rolnik, prawdziwy mikroprzedsiębiorca . . . . .	<b>36</b>
Jesteśmy innowacyjni . . . . .	<b>38</b>
Odpowiedzialny biznes to my . . . . .	<b>40</b>

## **KONKURS „BIZNES. DOBRY WYBÓR”**

O konkursie . . . . .	<b>42</b>
Laureaci z województwa wielkopolskiego. . . . .	<b>43</b>
O projekcie „Poprawa wizerunku przedsiębiorców”. . . . .	<b>60</b>



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**UNIA EUROPEJSKA**  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



**PKPP LEWIATAN**  
ul. Zbyszka Cybulskiego 3  
00-727 Warszawa  
Tel. 48 (22) 55 99 900  
Fax 48 (22) 55 99 910  
[www.pkpplewiatan.pl](http://www.pkpplewiatan.pl)

Publikacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

**EGZEMPLARZ BEZPŁATNY**