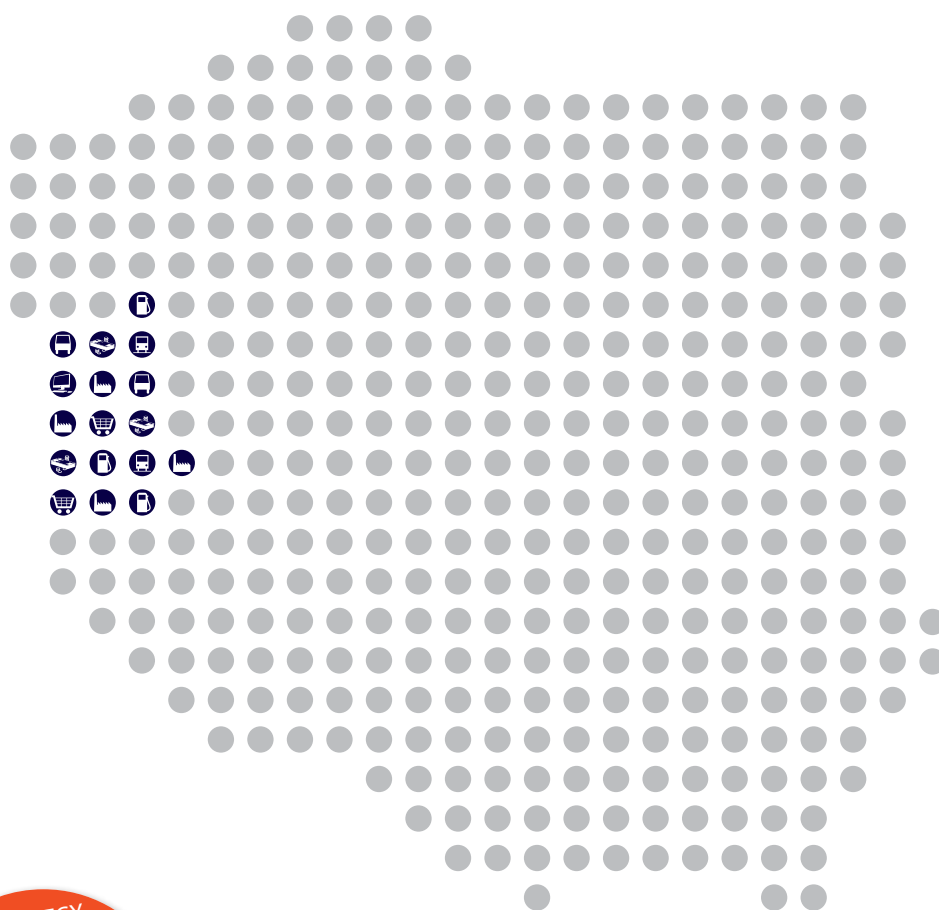


Przedsiębiorcy Ziemi Lubuskiej

FAKTY, LICZBY, PRZYKŁADY



POLSKA KONFEDERACJA
PRACODAWCÓW PRYWATNYCH
LEWIATAN

Uwagi metodologiczne do części „Przedsiębiorcy Ziemi Lubuskiej”:

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.aleksandrowicz@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 978-83-61796-75-6
Copyright © PKPP Lewiatan

Wersję elektroniczną publikacji można pobrać ze strony 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 Giedroń (redaktor prowadzący), Joanna Zaręba, Zbigniew Gajewski.

RAPORT „PRZEDSIĘBIORCY ZIEMI LUBUSKIEJ”: 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 Wyrzów (www.tartakwyrzow.com.pl), Magdalena Tokarska-Romańska (redakcja), Krzysztof Machocki, Anna Maria Sobocińska oraz Marta Pisarska, Julian Tomala i Michał Pi-sarski (teksty), Radosław Pasterski (zdjęcia laureatów), Aneta Siwiec (fotoedycja), Adam Dziewicki (layout, skład folderu), Wojciech Romański (koordynacja produkcji).

Przedsiębiorcy Ziemi Lubuskiej

RAPORT NA TEMAT WKŁADU PRZEDSIĘBIORCÓW
W ROZWÓJ WOJEWÓDZTWA LUBUSKIEGO

PREZENTACJE LAUREATÓW KONKURSU
„BIZNES. DOBRY WYBÓR”



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.

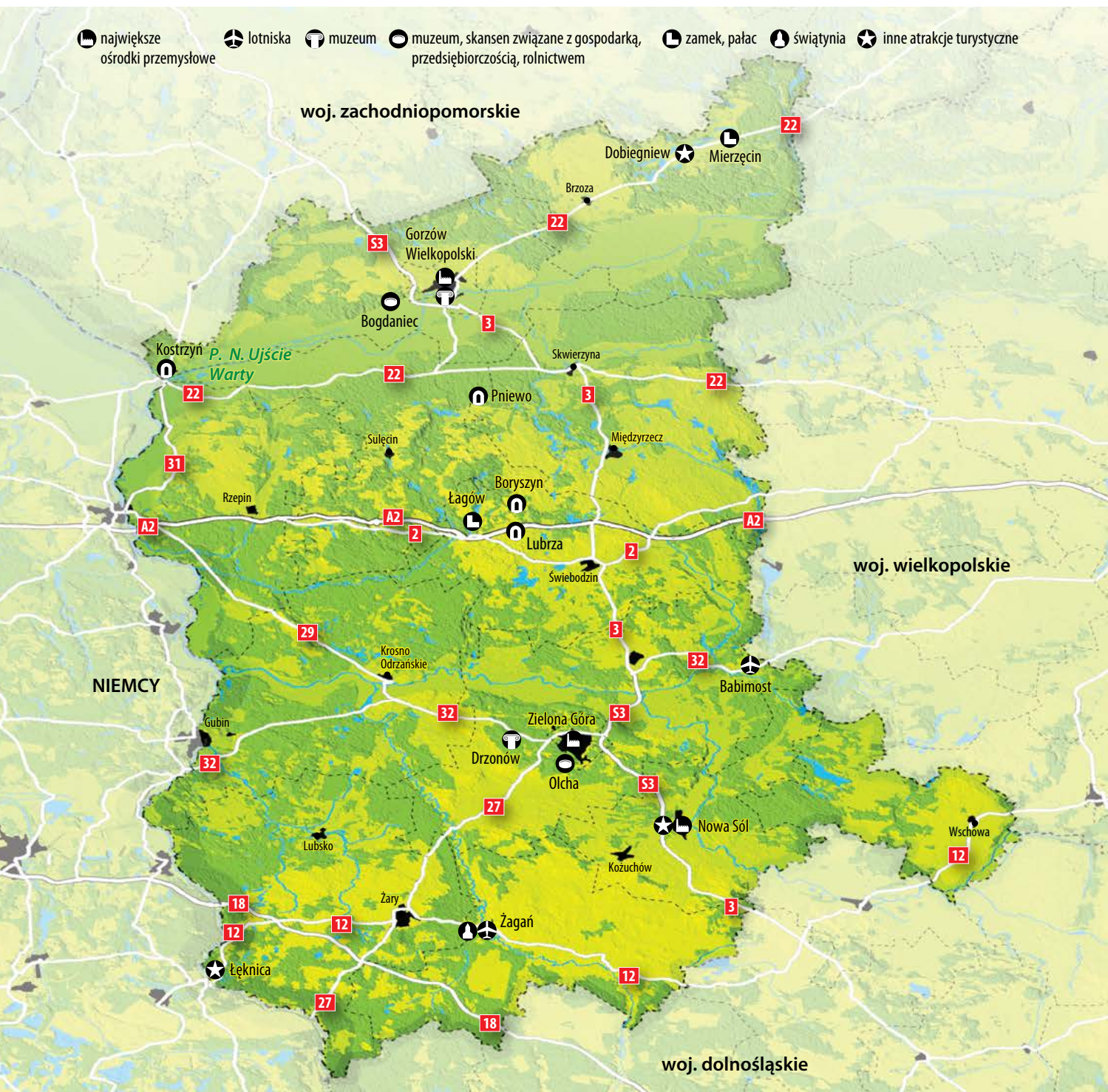
Choć od transformacji gospodarczej minęło już ponad 20 lat, nikt dotychczas nie pokusił się o przygotowanie takiego opracowania. Tym bardziej jego znaczenie jest ogromne. Zachęcam media, samorządy i polityków do wykorzystywania zawartych w raporcie danych i analiz, a także nauczycieli do propagowania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

Gospodarka 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 lubuskim aktywnych przedsiębiorców jest ponad 47 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 lubuskie na mapie Polski. Mamy trochę przemysłu, o niezłej wydajności na zatrudnionego. Mamy dość duże gospodarstwa rolne i wiele spółek z udziałem kapitału zagranicznego. Mamy kilka wartościowych zabytków i piękne lasy. I wszędzie tysiące przedsiębiorczych ludzi.

Ale przedsiębiorczość na tym terenie nie zaczęła się w III Rzeczypospolitej. Historia Ziemi Lubuskiej to przede wszystkim historia Zielonej Góry i Gorzowa. Gorzów już w XIII wieku stał się ośrodkiem handlowym na szlaku z Brandenburgii i Śląska na Pomorze; zboża i produkty leśne wieziono na pół-

noc, śledzie na południe. W XVIII wieku stał się ośrodkiem sukienniczym, którego rozwój przerwało nałożenie przez Rosję ceł na import w 1820 roku. Upadek sukiennictwa nie był tak dotkliwy, bo w tym samym czasie rozwinął się przemysł maszynowy, spożywczy, budowlany i odlewnie żelaza. W połowie XIX wieku Gorzów miał już połączenia kolejowe z Berlinem, Szczecinem, Poznaniem i Bydgoszczą.

Nieco inne były dzieje Zielonej Góry. Istniała już w XIV wieku, w XV była ośrodkiem sukiennictwa i winiarstwa. Jak w wielu innych regionach zachodniej Polski wojna trzydziestoletnia, pożary i zarazy spowodowały upadek miasta, które podniosło się dopiero w pierwszej połowie XIX wieku. U uruchomienie połączeń kolejowych do Poznania i Wrocławia sprzyjało rozwojowi handlu i przemysłu wełnianego.

Lubuskie w pigułce	Polska	województwo lubuskie
Przyrost naturalny na 1000 ludności	0,3	0,8
Produkt krajowy brutto na mieszkańca w 2009 roku, w zł	35 210	30 068
Produkcja sprzedana przemysłu na 1 zatrudnionego, w zł	438 819	386 456
Produkcja sprzedana budownictwa na 1 zatrudnionego, w zł	394 783	315 338
Przeciętne wynagrodzenie w sektorze przedsiębiorstw	3 604	2 968
Przeciętna powierzchnia użytków rolnych w gospodarstwie, w ha	6,8	10,7
Podmioty gospodarcze w rejestrze Regon na 10 tys. ludności	1 013	1 033
Spółki handlowe z udziałem kapitału zagranicznego na 10 tys. ludności	19	27

ZRÓDŁO: GUS, DANE ZA 2011 R.

go. W Zielonej Górze i okolicach osiedlali się polscy rzemieślnicy i robotnicy z Wielkopolski.

Ciekawa jest historia lubuskiego winiarstwa. W Zielonej Górze winnice zakładali osadnicy z Flandrii, którzy przybyli tu w 1150 roku. Korzystne warunki klimatyczne sprawiły, że w połowie XIX wieku okolice Zielonej Góry, Krosna Odrzańskiego i Gubina należały do ważniejszych regionów upraw na terenie Niemiec, a w 1826 roku powstała tu pierwsza w Niemczech wytwórnia win musujących produkowanych metodą szampańską. Takie są tradycje.

W 1990 roku do Polski powrócił system rynkowy. Mamy od 20 lat bezprecedensowy wzrost gospodarczy, powstały tysiące firm, dziesiątki 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 mieszkańców (mamy ich 13,4 miliona). 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 lubuskim 17 316 zł. W 2009 (ostatnie dostępne dane) – 30 068 zł, czyli był o 74 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. Ziemia lubuska nie należy jeszcze do czołówki gospodarczej w Polsce, ale miejscowi przedsiębiorcy mają wiele powodów do dumy.

Rozwija się leśnictwo i przemysł drzewny, szklarski, papierniczy, meblarski i części motoryzacyjnych. W tym ostatnim sektorze znaczącymi eksporterami są Bordnetze, Faurecia i Gedia, firmy mniej znane, ale z pierwszej pięćsetki największych firm w Polsce. Co roku też kilka nowych zagranicznych firm lokuje tu swoje inwestycje, a polscy przedsiębiorcy co roku zakładają i rozwijają tysiące innych. To pokazuje, że pa-

nuje tu duch przedsiębiorczości. Wystarczy spojrzeć, ile firm działa w obszarze telekomunikacji i informatyki w tak małym województwie. Ponad 1300! Co roku o kilka punktów rozszerza się zasięg szerokopasmowego Internetu – dziś posiada do niego dostęp 41 procent gospodarstw domowych. Większość przedsiębiorstw ma wewnętrzne sieci komputerowe i korzysta z automatycznej wymiany danych. 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 lubuskie ma szereg silnych stron:

- korzystne położenie przygraniczne i połączenie autostradowe do Niemiec
- dobrze rozwinięta sieć połączeń wodnych z Europą Zachodnią
- dodatni przyrost naturalny
- wysoki poziom nakładów inwestycyjnych na mieszkańca
- niezłe walory turystyczne – najwyższy w Polsce wskaźnik zalesienia, liczne jeziora

- relatywnie niskie koszty pracy
- dość wysoki poziom eksportu na mieszkańca i znaczna liczba spółek z kapitałem zagranicznym

Są również słabe strony np. niewysoki produkt krajowy i popyt konsumpcyjny, ujemne saldo migracji, brak większych ośrodków akademickich, bardzo niska liczba studentów.

Gdzie zatem są szanse na rozwój gospodarczy województwa lubuskiego? Zapewne w obszarach, które już są mocną stroną regionu: w kilku branżach przemysłu związanych z lasami i drewnem, w przemyśle motoryzacyjnym i elektronicznym, w logistyce, ze względu na skomunikowanie z Europą Zachodnią. Nadal nie w pełni wykorzystaną szansą jest bliskość Berlina. W rankingu atrakcyjności inwestycyjnej województwa Instytutu Badań nad Gospodarką Rynkową woj. lubuskie jest na 10. miejscu, ale pod względem dostępności transportowej i rynków zbytu na 6. i 7. Szansą dla przedsiębiorców jest też względna słabość sektora usług.

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



Dolina Noteci

SKARBY I BIZNES

Turystyka jest jedną z największych szans dla ludzi przedsiębiorczych i całego regionu. Według danych GUS zakwaterowanie i gastronomia przynoszą 1,2 proc. wartości dodanej wytworzonej w dużych firmach w województwie lubuskim. Ten wskaźnik byłby zapewne wyższy, gdyby uwzględnić setki małych pensjonatów czy kwater agroturystycznych. Turyści przyjeżdżają tu, bo mamy piękne pejzaże nad Notecią, największe lasy w Polsce i sporo unikatowych zabytków. Klasyczny park krajobrazowy – Park Mużakowski w Łęknicy na granicy polsko-niemieckiej, założony w I poł. XIX wieku,

został wpisany na Listę Światowego Dziedzictwa Kulturowego i Przyrodniczego UNESCO. Z kolei poaugustiański zespół klasztorny w Żaganie jest uznany przez prezydenta RP pomnikiem historii. Są także obiekty historyczne i turystyczne, których źródła tkwią w gospodarce i przedsiębiorczości. Na przykład w Ochli istnieje muzeum etnograficzne – skansen winiarstwa z ostatnią na ziemiach polskich wieżą winiarską, a w Mierzęcinie nowy prywatny właściciel zrekonstruował w ostatnich latach romantyczny zamek i urządził w nim hotel i centrum konferencyjne. W Bogdańcu Park Kultu-

rowy „Dolina Trzech Młynów” obejmuje część doliny rzeki Bogdanki. Na terenie górnego młyna, założonego w XIX wieku, znajduje się Muzeum Kultury i Techniki Wiejskiej, gdzie można zobaczyć oryginalne wyposażenie młyna, maszyny i narzędzia gospodarskie, kompletnie wyposażoną kuźnię oraz powozownię z kolekcją wozów „żelazniaków”, bryczek i sań. Natomiast w Nowej Soli powstał Park Krasnala z podobno największym na świecie, ponad 5-metrowym, krasnałem. Cóż, każdy, kto jechał przez ziemię lubuską, wie, że to kraina producentów ogrodowych krasnali.

FOT. RYSZARD NALEŻYTY/PHOTOGENICA

20 LAT MINĘŁO

1990
Reforma Balcerowicza. Początki gospodarki rynkowej w Polsce

1992
Swedwood (grupa Ikea) inwestuje w fabryki meblowe w Zbąszynku i Babimoście

1993
Szwedzki koncern papierniczy Trebruk kupuje 80 proc. akcji papierni w Kostrzynie (dziś Arctic Paper)

1994
Novita Zielona Góra, producent tkanin technicznych, wchodzi na warszawską giełdę

1995
Denominacja złotego

1996
Relpol debiutuje na giełdzie w Warszawie

1997
Powstaje Kostrzyńsko-Słubicka specjalna strefa ekonomiczna

1997
Relpol otwiera fabrykę na Litwie, a w 2005 roku na Ukrainie

1999
Powstaje województwo lubuskie

2002
Seco/Warwick ze Świebodzina staje się głównym światowym producentem linii do lutowania wymienników ciepła

2003
Francuski koncern Rhodia Polyamide kupuje część zakładów Stilon Gorzów

2011
Otwarty zostaje odcinek autostrady A2 Nowy Tomyśl – Świecko

2010
Gorzów Wielkopolski otrzymuje połączenie drogą szybkiego ruchu ze Szczecinem

2011
Firma Sprint Air rozpoczyna obsługę połączenia lotniczego Warszawa – Zielona Góra

ROZWIJAMY SIĘ

W ciągu ostatnich trzech lat produkt krajowy wzrósł o blisko 10 proc. Trzy czwarte z niego powstaje w gospodarce, w sferze budżetowej – jedna czwarta. Dostrzegają to mieszkańcy województwa lubuskiego, 72 proc. z nich zgadza się ze stwierdzeniem, że to przedsiębiorcy wytwarzają większość dochodu Polski. W naszym województwie powstaje 2,3 proc. polskiego PKB.

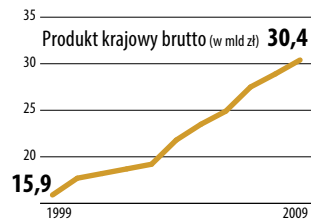
Województwo lubuskie nie jest tak bogate jak Mazowsze z Warszawą, ale nasz dystans do Europy stale się zmniejsza. W 2003 roku produkt krajowy w Polsce na głowę mieszkańca, liczony według siły nabywczej, wynosił mniej niż 50 procent średniej w Unii Europejskiej. W 2011 roku już 65 procent i można być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

Produkt krajowy jest bardzo ważny, ale dla jakości życia istotne są także walory natury czy infrastruktura. W tych kategoriach woj. lubuskie ma dobrą pozycję na tle innych regionów.

1. W firmach powstaje trzy czwarte produktu krajowego
2. 72 proc. osób na ziemi lubuskiej docenia wkład przedsiębiorców w zamożność kraju
3. Produkt krajowy przypadający na mieszkańca wzrósł o 10 procent w ostatnich trzech latach

Nasz produkt krajowy wart jest tyle co

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



90,5 proc.

30 mld zł to równowartość:

42 758

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



170 359

mieszkań w Gorzowie Wielkopolskim
(cena 60-metrowego mieszkania to 178 tys. zł)



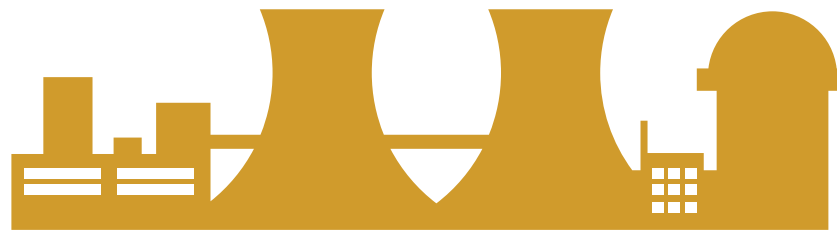
493 305

samochodów Opel Astra
(sztuka za 61 450 zł)



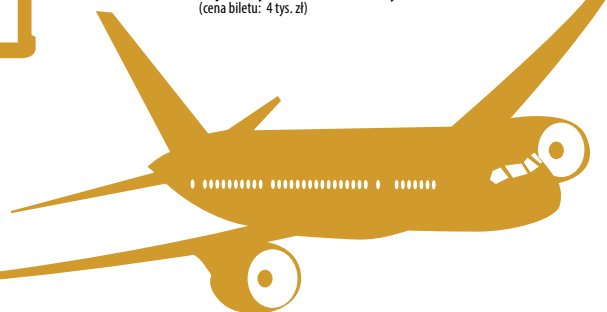
10 119 mln

butelek piwa
(cena butelki: 3 zł)



7 589 500

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

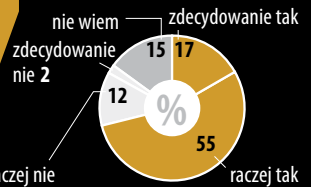


ale mniej niż koszt pierwszej elektrowni atomowej w Polsce, który wyniesie około

42 mld zł

ŹRÓDŁO: OBLICZENIA WŁASNE

Czy przedsiębiorcy wytwarzają większość dochodu Polski?



ŹRÓDŁO: GFK POLONIA DLA PKPP LEWIATAN, 2012

ton złota



(1 tona złota - 172 mln zł)

i wyniósł
30,4 mld zł
w 2009 r.*

* DANE DLA WOJ. LUBUSKIEGO

Produkt krajowy na mieszkańca w woj. lubuskim wynosi już	Przedsiębiorcy wypracowują	Lubuski PKB stanowi
30,1 tys. zł	3/4 całego produktu krajowego	2,3 proc. PKB Polski
Mamy trochę niższy produkt krajowy brutto niż w sąsiednich województwach, a także znacznie niższy niż w sąsiednim regionie w Niemczech (Brandenburg)		
woj. zachodniopomorskie 30,9 tys. zł	woj. wielkopolskie 37,4 tys. zł	Wartość dodana, która jest liczbowo zbliżona do PKB, wypracowują przede wszystkim przedsiębiorcy
podregion gorzowski 31,4 tys. zł	podregion zielonogórski 29,3 tys. zł	rolnictwo, leśnictwo i rybactwo — 4,0
Niemcy - Brandenburg 92,2 tys. zł	woj. dolnośląskie 38,4 tys. zł	przemysł — 30,2
		budownictwo — 7,1
		handel, naprawa pojazdów, transport i gospodarka magazynowa, zakwaterowanie i gastronomia, informacja i komunikacja — 27,9
		finanse i ubezpieczenia, obsługa rynku nieruchomości — 7,9
		pozostałe usługi, m.in. administracja publiczna, obrona narodowa, edukacja, nauka, opieka zdrowotna, kultura — 23,0

ŹRÓDŁO: GUS, EUROSTAT

WSZYSCY JESTEŚMY PRZEDSIĘBIORCAMI

Województwo lubuskie ma ogromny potencjał przedsiębiorczości: prawie 7,7 tys. spółek prawa handlowego i 6 tys. cywilnych, ponad 75 tys. osób fizycznych, które zarejestrowały działalność gospodarczą. W 2011 roku ok. 9,9 tys. osób rozpoczęło swoją przygodę z biznesem.

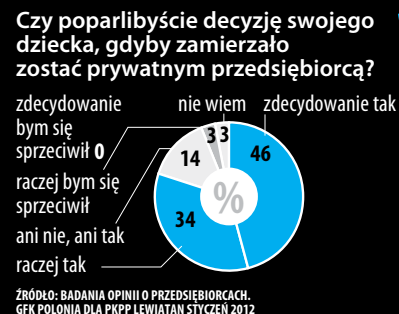
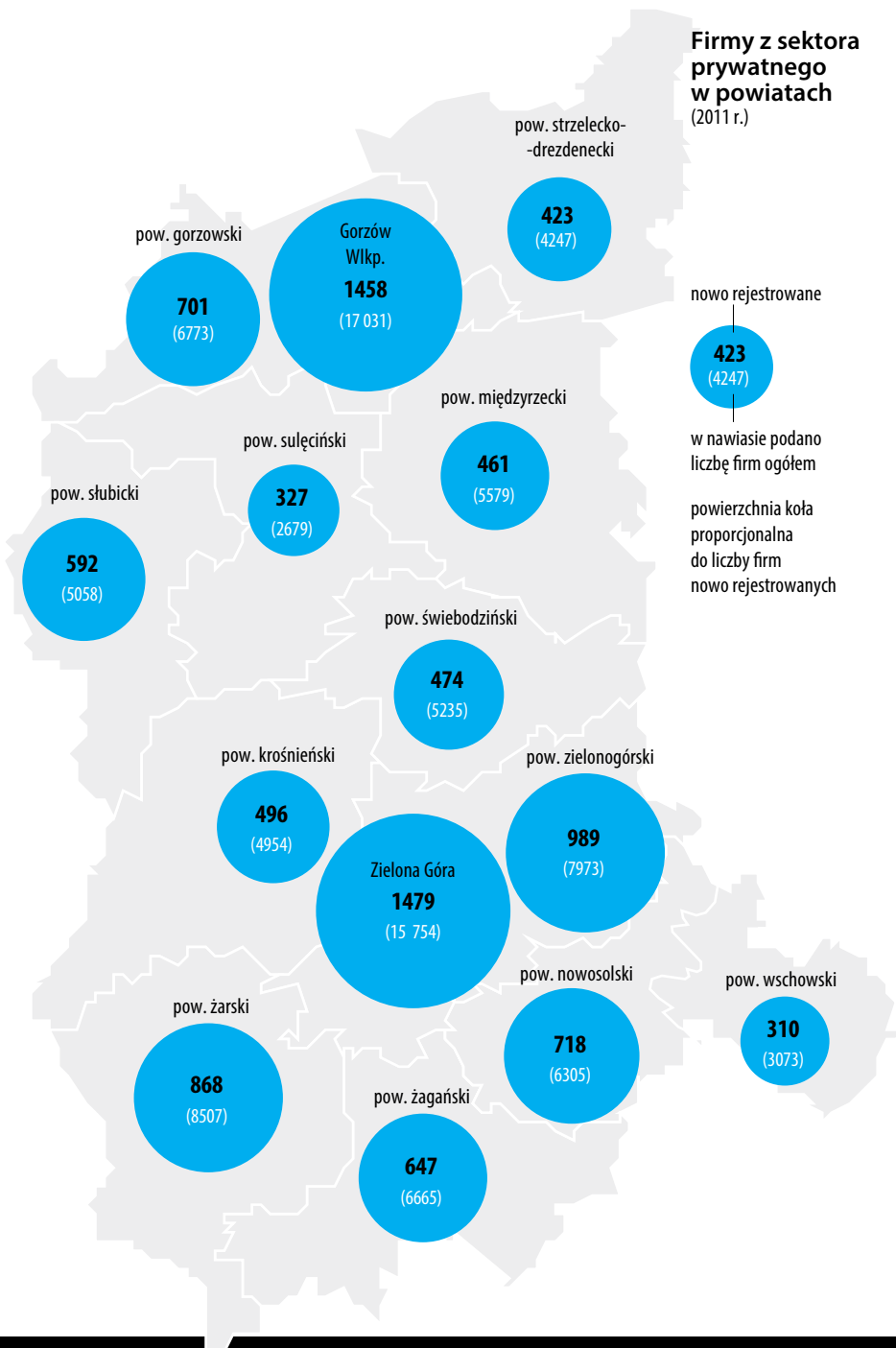
Nie zawsze odnoszą sukces. Działalność gospodarcza z natury związana jest z ryzykiem. Błędy w zarządzaniu, nietrafiony produkt, zbyt silna konkurencja, która nie wpuszcza na rynek debiutanta – wszystko to sprawia, że co druga nowa firma zamyka działalność w ciągu pierwszych trzech lat istnienia.

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 woj. lubuskiego chciałaby, aby ich syn czy córka zostali przedsiębiorcami.

1. Co tydzień w regionie rejestrowanych jest 195 firm
2. Po trzech latach połowa nowych firm w Polsce nadal istnieje i się rozwija
3. W regionie jest 22 razy więcej podmiotów prywatnych niż publicznych

W naszym województwie codziennie rejestrowanych jest



Czyli jeden podmiot gospodarczy powstaje co 12 minut*

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

W sumie na koniec 2011 r. w woj. lubuskim zarejestrowanych było

104 430

podmiotów gospodarczych

W tym:

4,6 tys. w sektorze publicznym

99,8 tys. w prywatnym

Firmy prywatne w województwie lubuskim



Z badań GUS wynika, że aktywnych firm jest blisko 46 procent. W 2011 r. było ich 47 559, 96 procent z nich to małe i mikrofirmy, najczęściej jedno- i dwuosobowe firmy.

Firmy aktywne w 2011 r.

mikroprzedsiębiorstwa (do 9 pracujących)

45 657

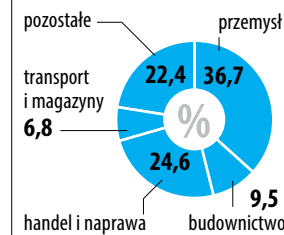
małe (10-49) 1378*

średnie (50-249) 400*

duże (powyżej 249) 70*

Mamy 44 aktywne firmy na 1000 mieszkańców. We wszystkich pracuje 202 258 ludzi, średnio 5 osób w firmie.

Struktura pracujących w firmach aktywnych



Średnio każda firma miała w 2010 roku przychody

1,2 mln zł

od 0,4 mln zł w firmach mikro

do 256,9 mln zł w dużych przedsiębiorstwach

ŹRÓDŁO: GUS

ŹRÓDŁO: GUS - BANK DANYCH LOKALNYCH, DZIAŁALNOŚĆ PRZEDSIĘBIORSTW NIEFINANSOWYCH W 2010 ROKU

* DANE ZA 2010 R.

TYSIĄCE PRZEDSIĘBIORCZYCH Kobiet

Zaskakujące, jak mało jest danych o firmach zarządzanych przez kobiety bądź których właścicielkami są panie. Dlatego obok prezentujemy porównanie firm „kobięcych” i „męskich” w całym makroregionie północno-zachodnim (woj. wielkopolskie, lubuskie i zachodniopomorskie; danych dla poszczególnych województw niestety nie ma). Wyniki w tym makroregionie odbiegają od ogólnopolskich. Panie częściej niż panowie zapowiadają tu wzrost zatrudnienia i inwestycji w innowacje oraz są gotowe do ekspansji międzynarodowej. Optymistycznej niż w firmach „męskich” prognozują wzrost zysku i sprzedaży – to także inny wynik niż przeciętnie w Polsce. Ich strategia ukierunkowana jest częściej niż w kraju na wzrost sprzedaży i zysku niż utrzymanie się na rynku.

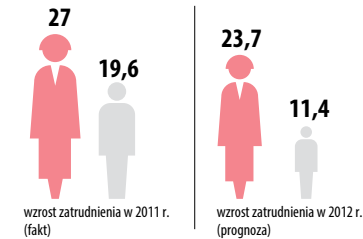
Jednak na przykład w inwestycjach, mimo optymistycznych zapowiedzi, w praktyce ich firmy są ostrożniejsze niż firmy „męskie”. W efekcie okazuje się, że wśród firm kobiecych w tym makroregionie jest mniej zagrożonych niż przeciętnie w Polsce.

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

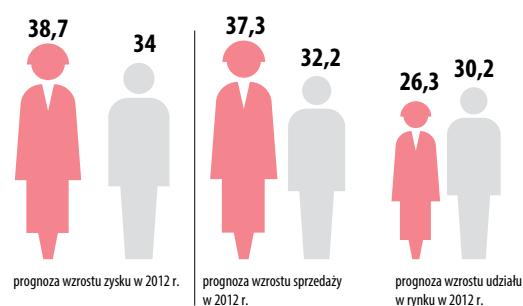
Kobiet-szefów firm jest

Firmy zarządzane przez kobiety w porównaniu z „męskimi”

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

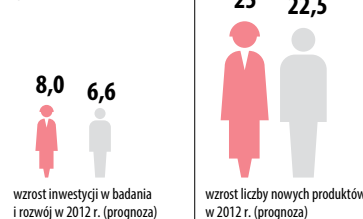


...optymistycznie oceniają i prognozują wzrost zysków i sprzedaży (proc.)

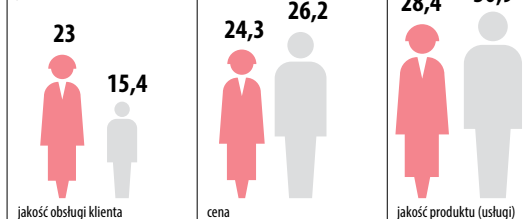


Unikatowe badania CBOS dla PKPP Lewiatan przeprowadzone w 2012 r. Próba obejmowała w całej Polsce 1500 przedsiębiorstw mikro, małych i średnich, w których wyodrębniono firmy „kobiece” (których szefami lub których właścicielkami są kobiety) i „męskie”.

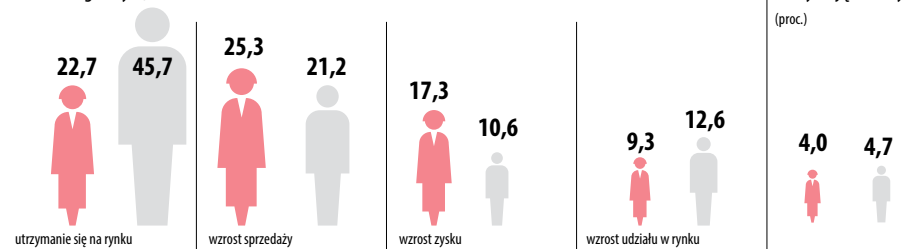
...planują spore inwestycje w innowacje, nowe technologie i zapowiadają więcej nowych produktów (proc.)



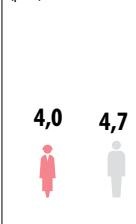
...są też bardziej niż „męskie” zorientowane na jakość obsługi klienta, mniej zaś na jakość produktu lub usługi. Najważniejszy czynnik konkurencyjny w horyzoncie dwóch, trzech lat: (proc.)



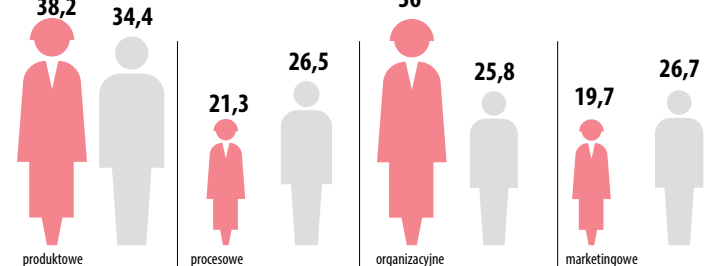
...są bardziej zorientowane na wzrost sprzedaży i zysku, mniej na wzrost udziału w rynku
Cel strategiczny: (proc.)



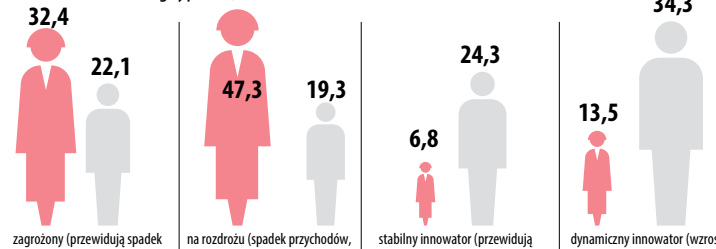
Równie ostrożnie korzystają z kredytów (proc.)



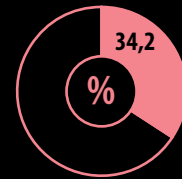
...co potwierdza innowacyjność - wyższa niż „męskich” firm w zakresie produktów i organizacji (procent firm, które wdrożyły innowacje w latach 2009-2011)



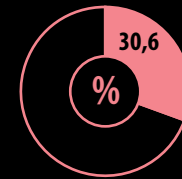
Efekt - wśród firm „kobięcych” więcej jest firm zagrożonych, a najwięcej „na rozdrożu”.
Podział firm według typów: (proc.)



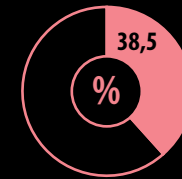
Udział kobiet wśród pracujących na własny rachunek w Polsce



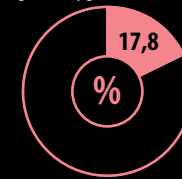
Udział kobiet wśród pracodawców w Polsce*



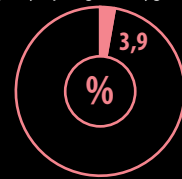
Udział kobiet wśród zakładających firmy w 2010 r.



Procent kobiet pracujących na własny rachunek powyżej 50 godzin tygodniowo



Procent kobiet-pracowników najemnych pracujących powyżej 50 godzin tygodniowo



* KOBIETY PRACUJĄCE NA WŁASNY RACHUNEK, ZATRUDNIAJĄCE PRACOWNIKÓW

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

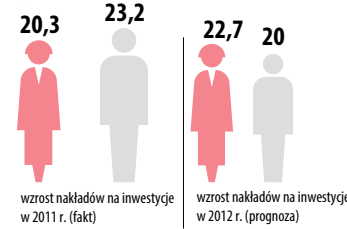
3 razy więcej niż pielęgniarek

W woj. lubuskim w zakładach opieki zdrowotnej i prywatnych praktykach pracuje 4430 pielęgniarek (GUS, Zdrowie i ochrona zdrowia w 2010 r.). Z kolei z danych Eurostatu i GUS wynika, że na terenie

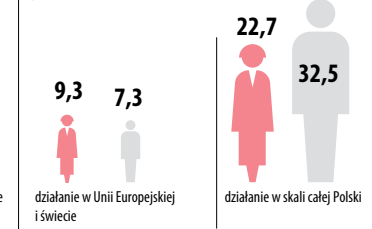
woj. lubuskiego ponad 15,2 tys. kobiet kieruje przedsiębiorstwami, choćby jednoosobowymi. Podobnie zaskakujące jest porównanie z nauczycielkami. Otóż jest ich na ziemi lubuskiej mniej niż przedsiębiorczych kobiet*.

* NAUCZYCIELI W WOJ. LUBUSKIM JEST PONAD 12,7 TYS., A PONIEWAŻ W EDUKACJI 3 NA 4 ZATRUDNIONE OSOBY TO KOBIETY, MOŻNA PRZYJĄĆ, ŻE NAUCZYCIELEK JEST OKOŁO 9,6 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.)

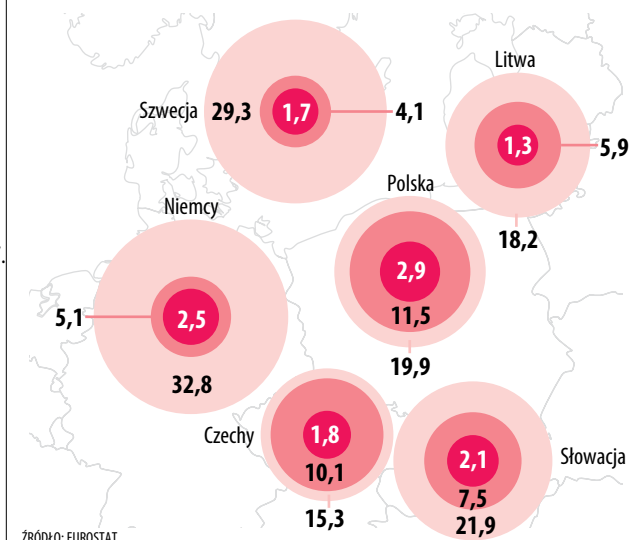


...są bardziej zorientowane na ekspansję międzynarodową, a mniej na ogólnopolską niż „męskie”.
Odsetek firm wskazujących jako priorytet biznesowy: (proc.)



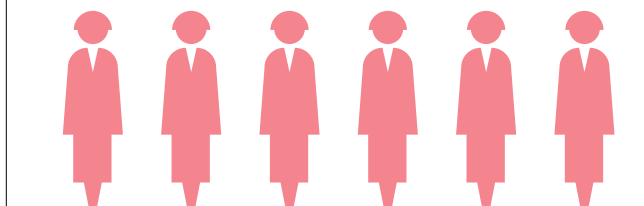
W zestawieniu z naszymi sąsiadami mamy najwyższe odsetki kobiet-pracodawców i pań pracujących na własny rachunek w jednoosobowych firmach.

- 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

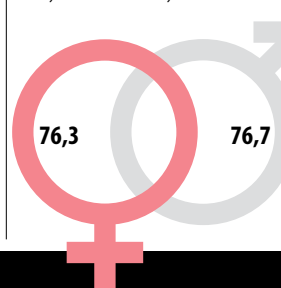
W radach nadzorczych 4 lubuskich spółek giełdowych zasiada 6 kobiet.



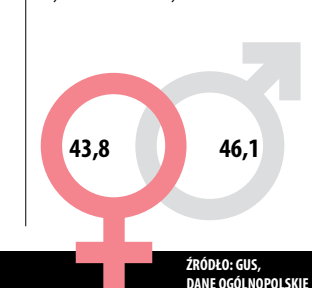
ŹRÓDŁO: GPW - WYLICZENIA WŁASNE

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

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



Firmy założone w 2006 r. aktywne nadal w 2011 r.



ŹRÓDŁO: GUS, DANE OGÓLNOPOLSKIE

POMNAŻAMY NASZ MAJĄTEK

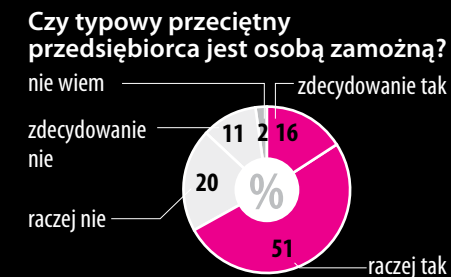
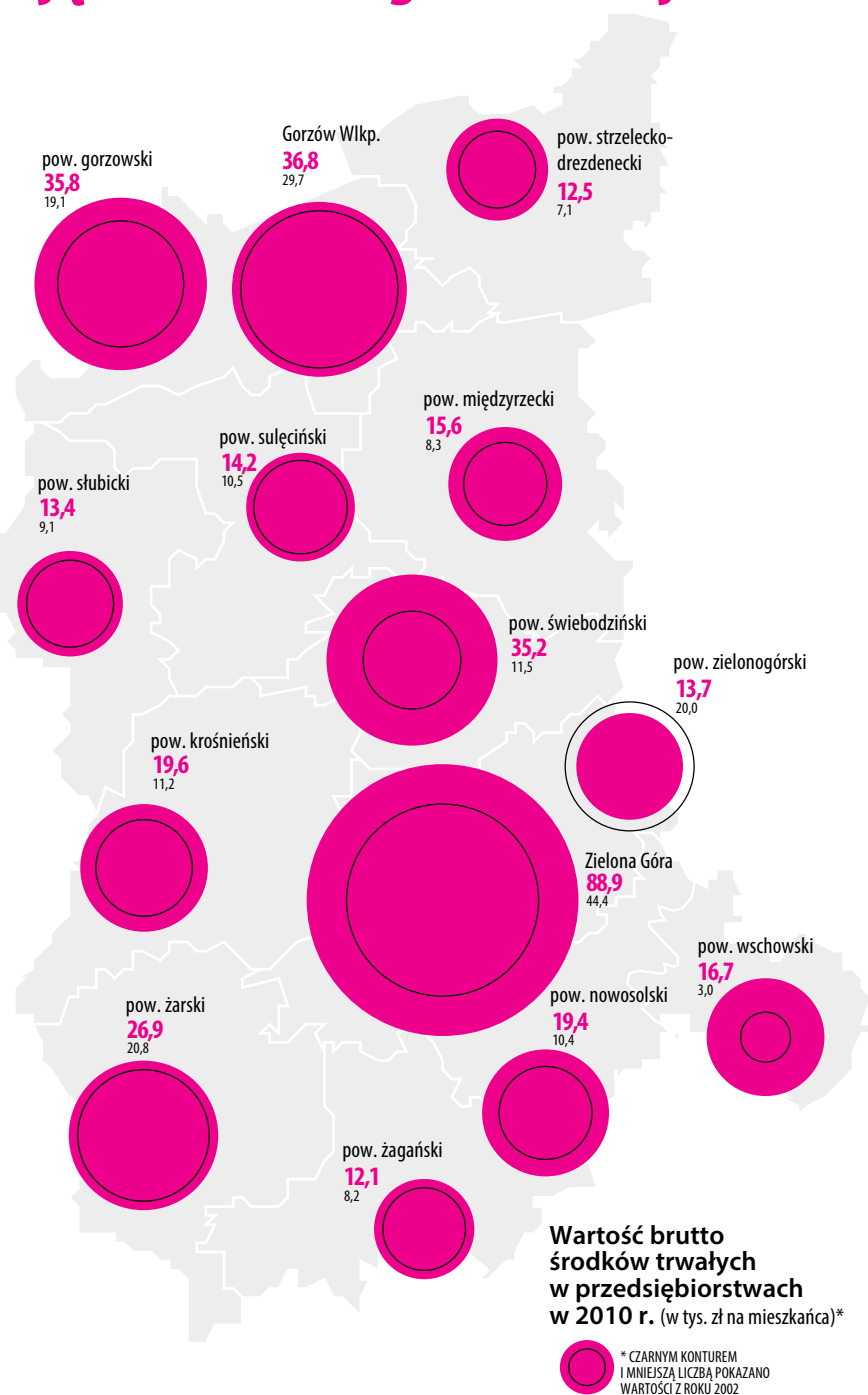
W województwie lubuskim środki trwałe brutto miały w 2010 roku wartość 61 mld zł. Ponad połowa tego majątku należy do przedsiębiorców i przedsiębiorstw oraz rolników. Pozostała część to drogi, mosty, linie kolejowe, budynki publiczne, szkoły, szpitale, mieszkania.

Pewnie dlatego przedsiębiorcy uważa się za zamożnych – tak sądzi 67 procent mieszkańców naszego regionu. To pogląd uprawniony w odniesieniu do średnich i dużych firm. Jednak znakomitą większość polskich przedsiębiorstw – ponad 95 procent – stanowią małe firmy, których majątek to często tylko komputer, biurko i samochód. Średnio majątek brutto mikrofirmy (do dziewięciu zatrudnionych) w Polsce wynosi 101 tys. zł.

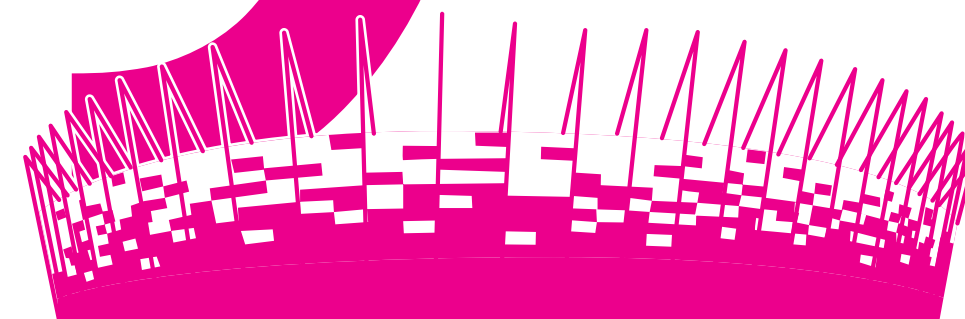
Jest zatem dość skromny, ale przedsiębiorcy stale starają się go powiększać. Jak mówi właściciel Getin Holding Leszek Czarnecki: „Pieniądze są jedynie miernikiem skali sukcesu, a liczą się ambicja, porównywanie się do innych i inwestowanie w firmę”.

1. Majątek lubuskich firm wzrósł o 74 proc. w ciągu 8 lat
2. Wynosi ponad 30 tysięcy złotych w przeliczeniu na każdego mieszkańca regionu
3. W woj. lubuskim mamy ponad 3 grosze zysku z każdej złotówki sprzedaży

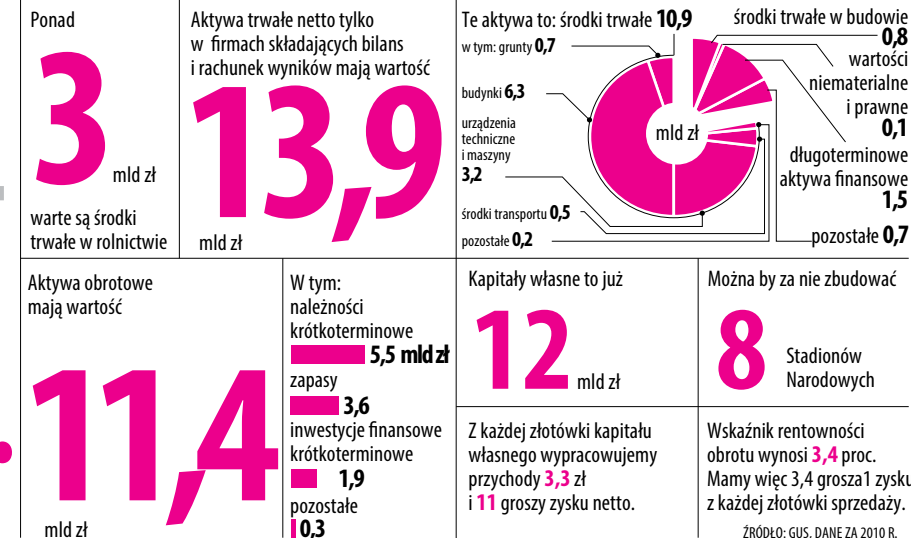
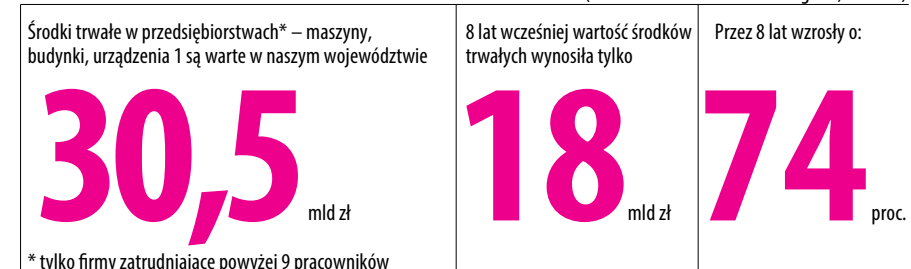
Majątek firm w regionie dziś jest wart tyle co



Stadionów Narodowych



(wartość Stadionu Narodowego: 1,6 mld zł)



WIĘKSI NIŻ FIAT I PZU



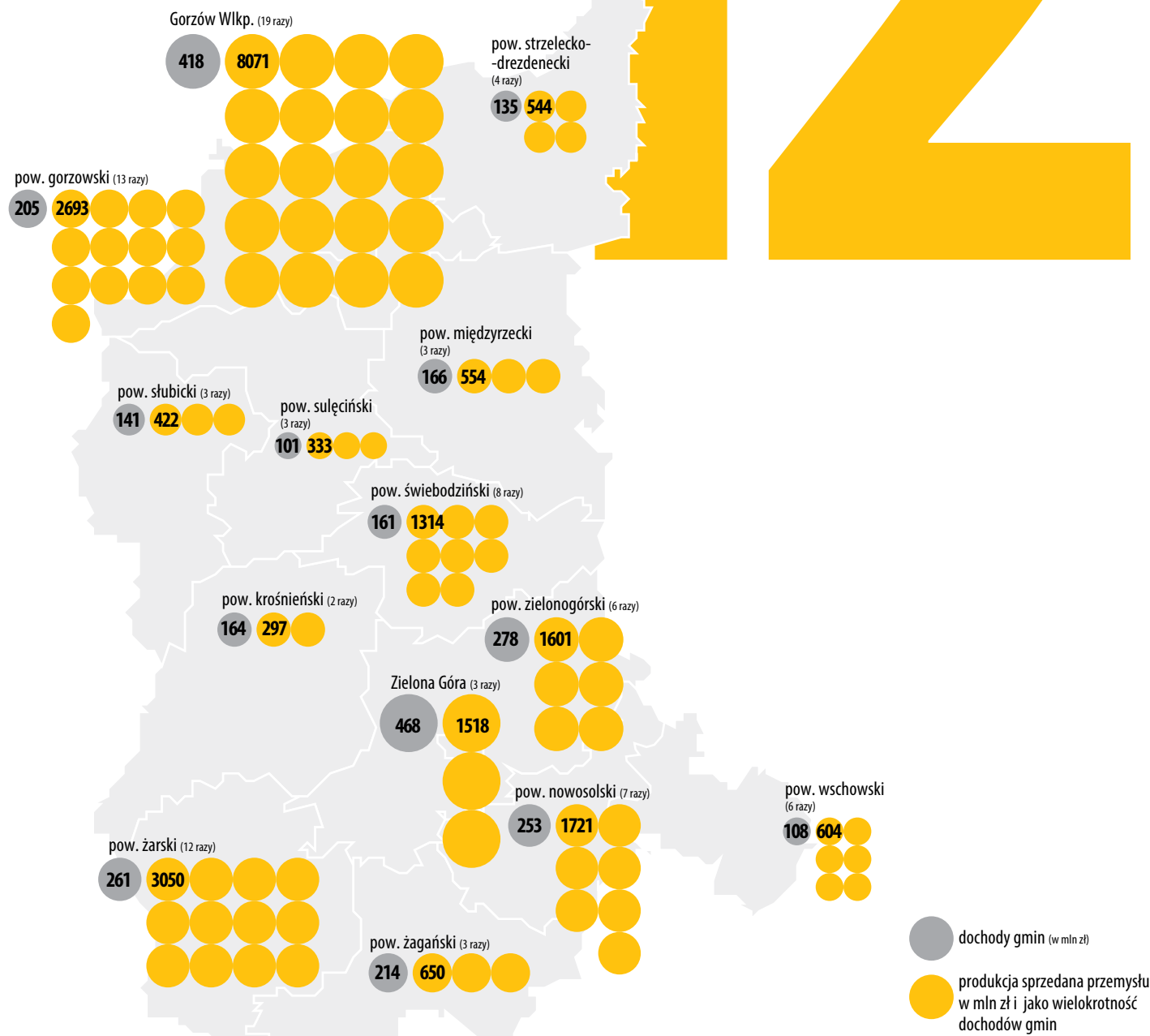
Cywilizacja i zysk idą ręką w rękę – powiedział kiedyś prezydent USA Calvin Coolidge. To prawda. Bez zysków firm nie byłoby rozwoju gospodarczego. Z zysków finansowane są innowacje i inwestycje, z zysków rodzą się nowe miejsca pracy. A skąd biorą się zyski? Oczywiście, to nadwyżka przychodów nad kosztami, ale żeby uzyskać przychody, potrzebne są towary lub usługi, na które jest popyt. Wówczas konsumenci oceniają, że przedsiębiorcy są pożyteczni. W woj. lubuskim 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. 71 proc. mieszkańców naszego województwa i dwie trzecie w całej Polsce uważa, że przedsiębiorcy pracują więcej niż inni.

1. Przychody firm w woj. lubuskim wzrosły o 41 procent w ciągu siedmiu lat
2. Blisko 80 procent firm przynosi zyski
3. 66 procent mieszkańców regionu uważa, że jesteśmy pożyteczni dla społeczeństwa

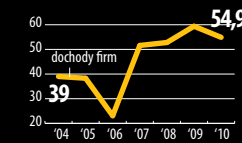
Przychody firm w naszym regionie są

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



54,9

mld zł wyniosły przychody firm w woj. lubuskim



Są 1,4

razy większe niż w 2004 r.

Przedsiębiorcy wypracowali* 1,4 mld zł zysków



Zyski są o 39

procent większe niż w 2005 r.

ŹRÓDŁO: GUS

razy większe niż dochody gmin

ŹRÓDŁO: LISTA 500 „RZECZPOSPOLITA”, GUS, OBLICZENIA WŁASNE

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

Grupa PZU (18,6 mld zł) 3 razy



Fiat Auto Poland (16,5 mld zł) 3 razy



PKO BP (16,2 mld zł) 3 razy



Orange Polska (14,9 mld zł) 4 razy



Auchan Polska (6,5 mld zł) 8 razy



Grupa Empik Media & Fashion (3,2 mld zł) 17 razy



ŹRÓDŁO: LISTA 500 „RZECZPOSPOLITA”, OBLICZENIA WŁASNE

PAČZKOWANIE KAPITAŁU

1/3



Z województwa lubuskiego tylko pięć firm notowanych jest na rynku podstawowym warszawskiej giełdy. Najstarszą spółką giełdową jest Novita, która debiutowała w 1994 roku. Notowania jej akcji wzrosły ostatnio o ponad 40 procent. Mimo to firma ta na giełdzie prezentuje się słabiej niż konkurenci z branży chemicznej (patrz wykres notowań). Również inne spółki w ubiegłym roku przyniosły na ogół inwestorom straty, mimo że zwiększają przychody, jak papierniczy Arctic Paper i komputerowy Seco/Warwick. To efekt kryzysu finansowego i mniejszej skłonności inwestorów do ryzyka.

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, często inżynierów i naukowców, pomysły i patenty. W woj. lubuskim są już cztery spółki notowane na NewConnect, głównie w sektorze budownictwa.

Wartość giełdowa naszych spółek jest

razy większa niż ich kapitał akcyjny

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

841,7

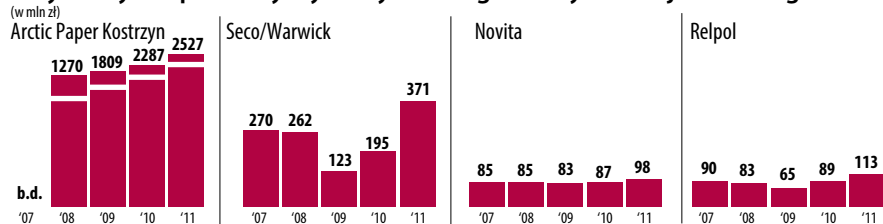
mln zł

Tymczasem ich nominalny kapitał akcyjny

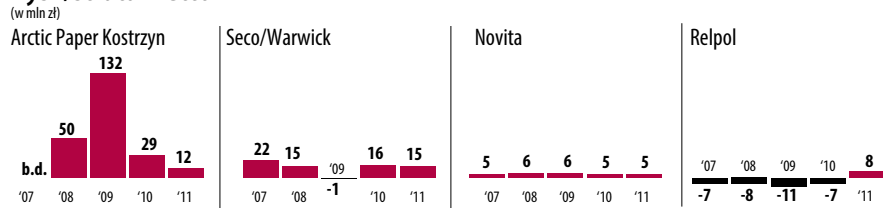
641,2

mln zł

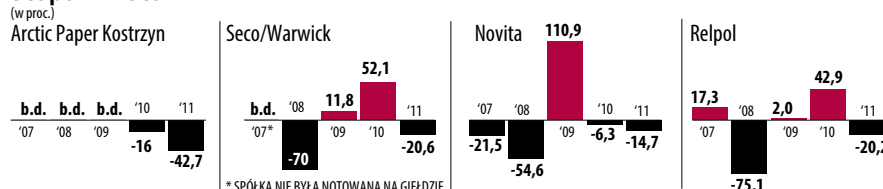
Przychody ze sprzedaży wybranych firm giełdowych z woj. lubuskiego



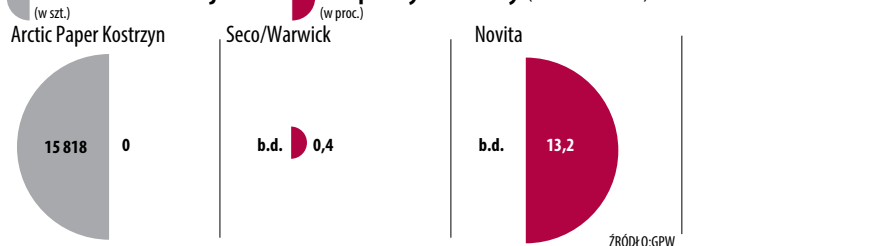
Zysk/strata netto



Stopa zwrotu

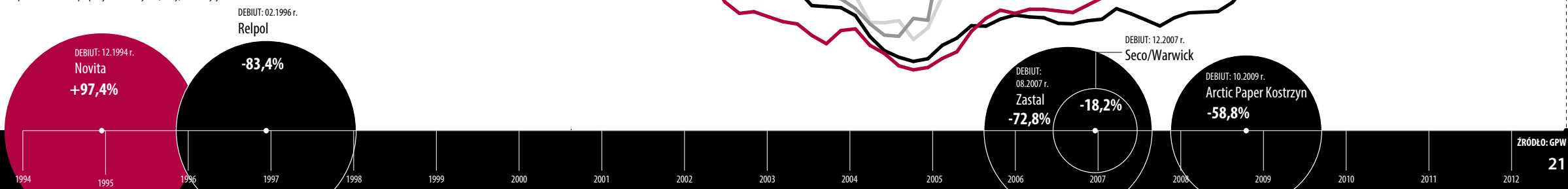


Liczba transakcji



Kalendarium spółek

Zmiana kursu od debiutu do 24.10.2012 r., w proc., powierzchnia koła proporcjonalna do zysku (straty) z inwestycji



1. Od debiutu na giełdzie Novita dała 97 proc. zysku

2. Wartość giełdowa lubuskich spółek to 0,8 mld zł

3. Novita wypłaciła w tym roku 13-procentową dywidendę

NAPRZÓD CZYLI INWESTYCJE

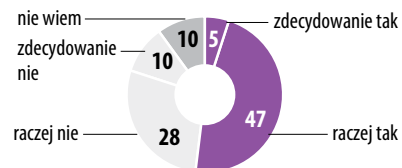
49

mld złotych zainwestowali w 2010 r. przedsiębiorcy w woj. lubuskim*

Investycje są najważniejsze dla rozwoju. Dlatego co roku przedsiębiorcy prywatni inwestują w województwie lubuskim 3–5 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.

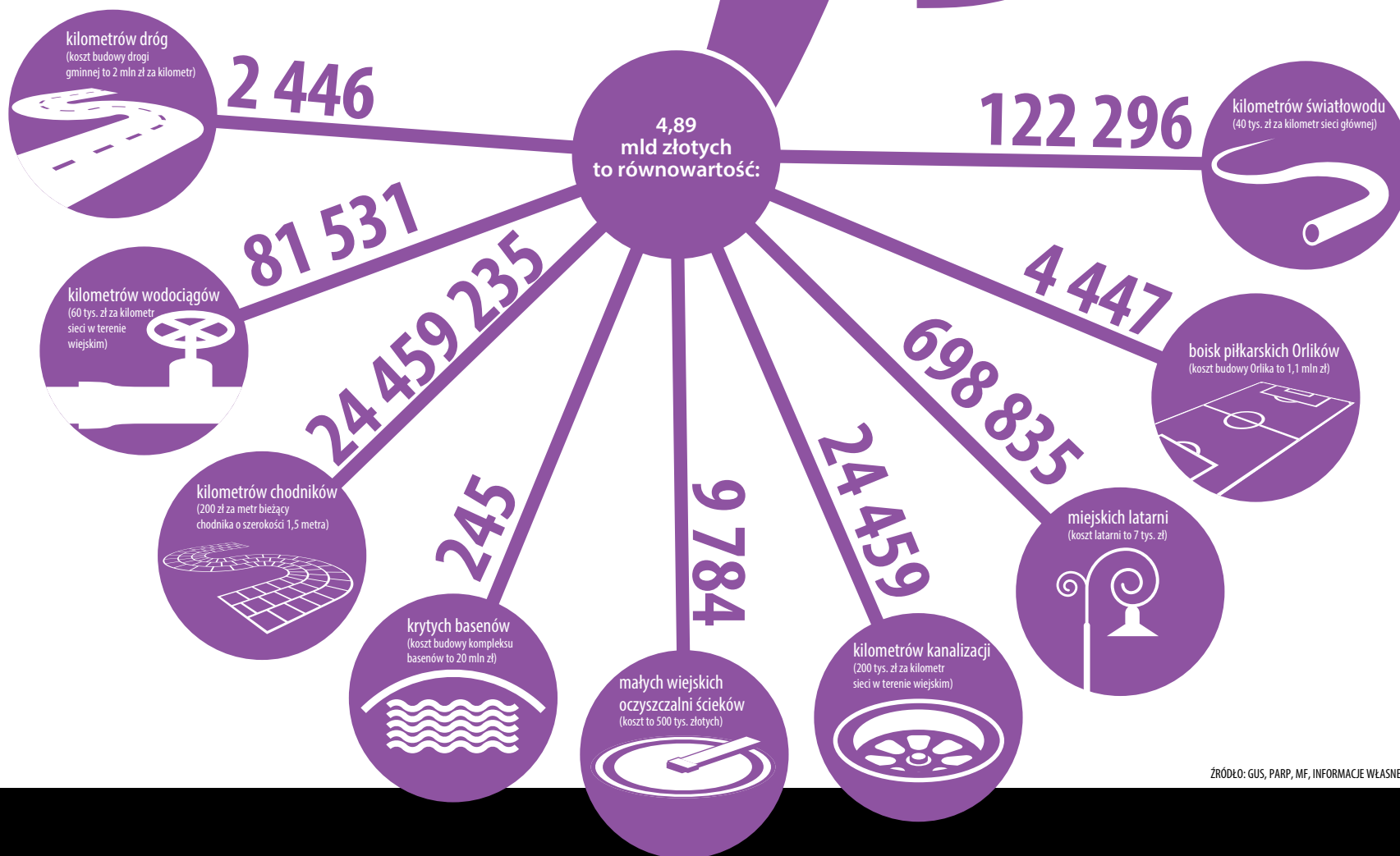
Prywatny przedsiębiorca inwestuje, ile może, w firmę, nawet kosztem własnej konsumpcji (w proc.)



ŹRÓDŁO: GFK POLONIA DLA PKPP LEWIATAN, STYCZEŃ 2012

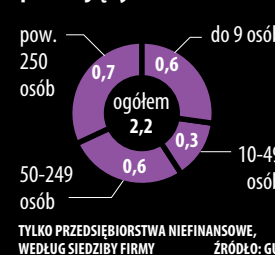
Mieszkańcy regionu doceniają to zaangażowanie. Jak widać na wykresie powyżej, 52 proc. z nich uważa wręcz, że prywatny przedsiębiorca inwestuje w firmę, ile może, nawet kosztem własnej konsumpcji.

1. Inwestycje biznesu są ponad pięć razy większe niż samorządów
2. 67 proc. inwestycji przedsiębiorcy finansują ze środków własnych
3. Lubuskie mikrofirmy w 2010 r. zainwestowały 585 mln złotych

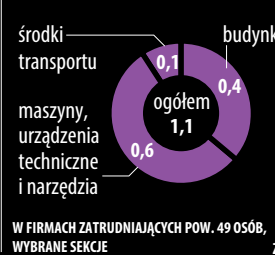


ŹRÓDŁO: GUS, PARP, MF, INFORMACJE WŁASNE

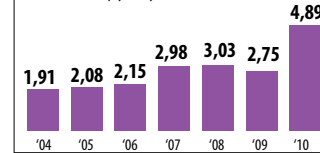
Nakłady inwestycyjne według liczby pracujących (mld zł)



Nakłady inwestycyjne w środki trwałe (mld zł)



Nakłady inwestycyjne firm (w mld zł, sektor prywatny)



Na jednego mieszkańca wyniosły w 2010 r.

4840 zł

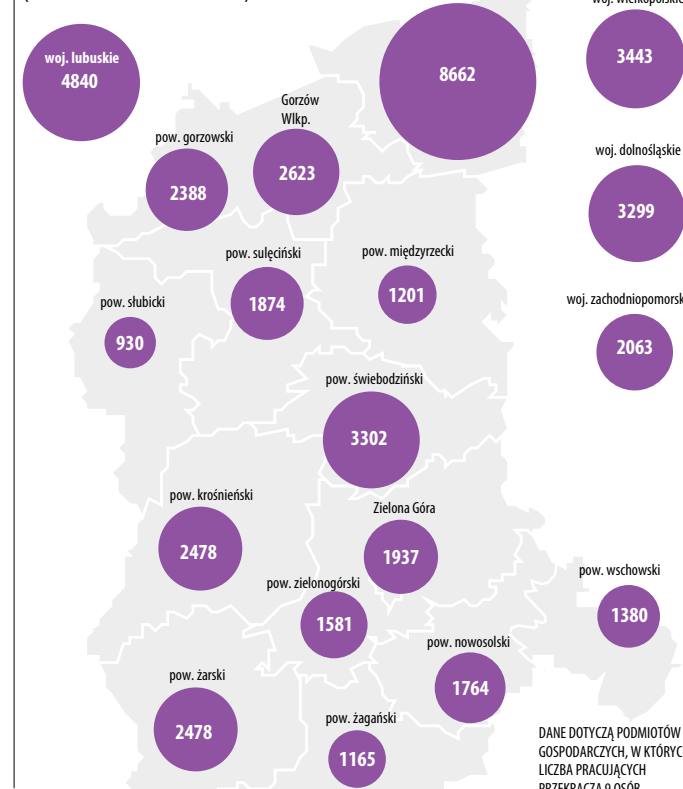
To więcej o 447 proc. niż inwestycje samorządów:

894 mln zł

67 proc. inwestowanych przez firmy pieniędzy pochodzi z ich własnych środków

585 mln zł zainwestowały najmniejsze firmy (poniżej 10 osób zatrudnionych)

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

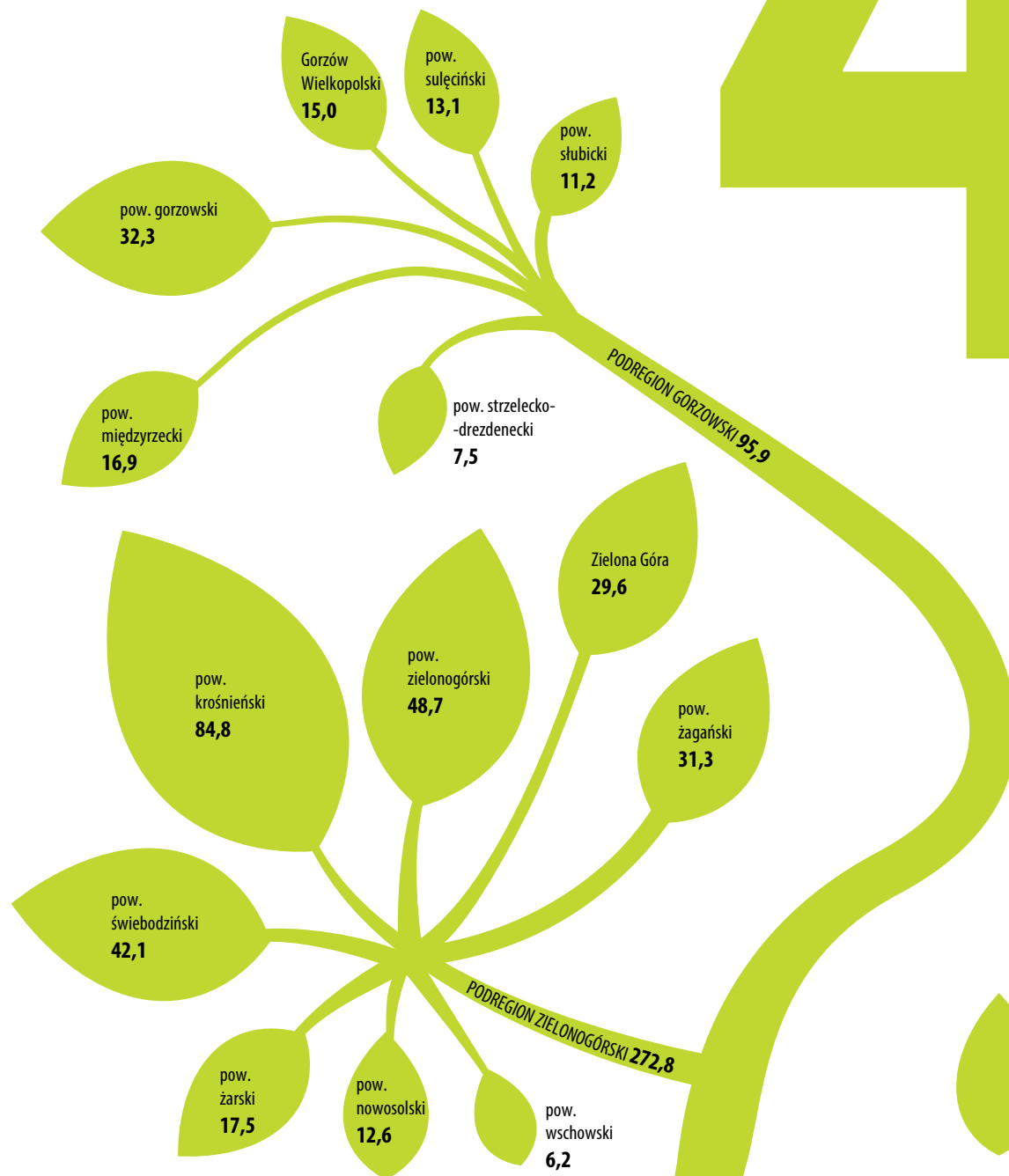


BUDUJEMY ZIELONĄ POLSKĘ

Przedsiębiորcy konstruują i produkują urządzenia chroniące ziemię, wodę i powietrze, budują instalacje zmniejszające zanieczyszczenia. W województwie lubuskim w tym sektorze zarejestrowanych jest ponad 400 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 bezpośrednie 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, 66 proc. mieszkańców regionu. Zielona Polska powstaje w dużej mierze dzięki przedsiębiorcom.

- 369 mln zł wyniosły w regionie inwestycje w środowisko i gospodarkę wodną w 2010 r.
- W woj. lubuskim przedsiębiorcy sfinansowali 54 proc. z nich
- Mamy 427 firm zarejestrowanych w tym sektorze

Inwestycje w ochronę środowiska w

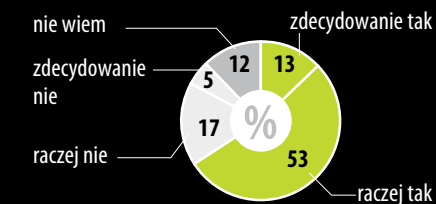


**WOJEWÓDZTWO
LUBUSKIE**
368,8 mln zł

**Nakłady
na inwestycje
w ochronę
środowiska
i gospodarkę
wodną
w 2010 r.**
(w mln zł)

ŹRÓDŁO: GUS

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

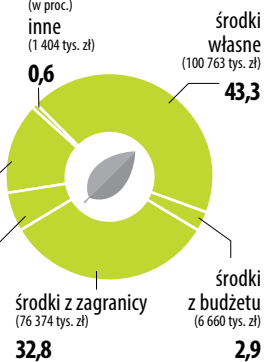


ŹRÓDŁO: GFK POLONIA DLA PKPP LEWIATAN, 2012

procentach finansowane są w naszym województwie przez przedsiębiorców

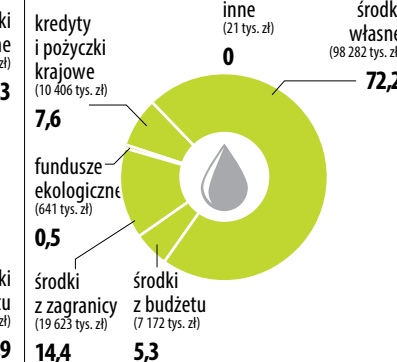
Prawie połowa nakładów na ochronę środowiska to środki własne przedsiębiorców

struktura nakładów

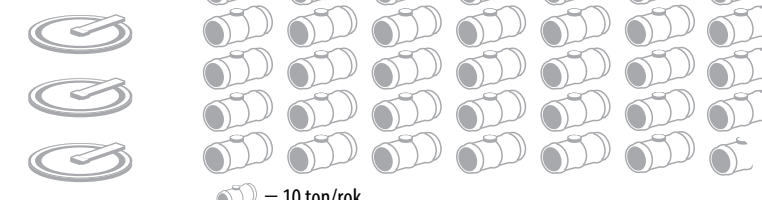


Ponad 70 proc. nakładów na gospodarkę wodną pochodzi od przedsiębiorców

struktura nakładów (w proc.)

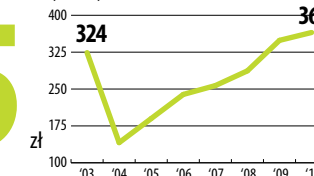


Tylko w 2010 roku przybyły:



Inwestycje na jednego mieszkańca wyniosły (w zł)

365



to znaczy

92 proc.
więcej niż 5 lat wcześniej

W naszym regionie działa

249

firm zajmujących się recyklingiem

9

rekultywacją

59

poborem, uzdatnianiem i dostarczaniem wody

110

ściekami

MIEJSCA PRACY SĄ W PRZEDSIĘBIORSTWACH

4

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

34 108

osób

Głównie to przedsiębiorcy stworzyli w regionie

13 600

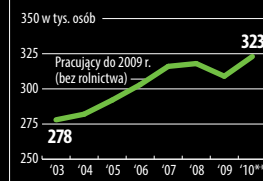
nowych miejsc pracy

Wskaźnik zatrudnienia doszedł już do

57,8*

proc.

A liczba pracujących rośnie



W 2011 r. zatrudniliśmy

12 933

osób niepełnosprawnych

W 2010 przyjęliśmy do pracy

3 282

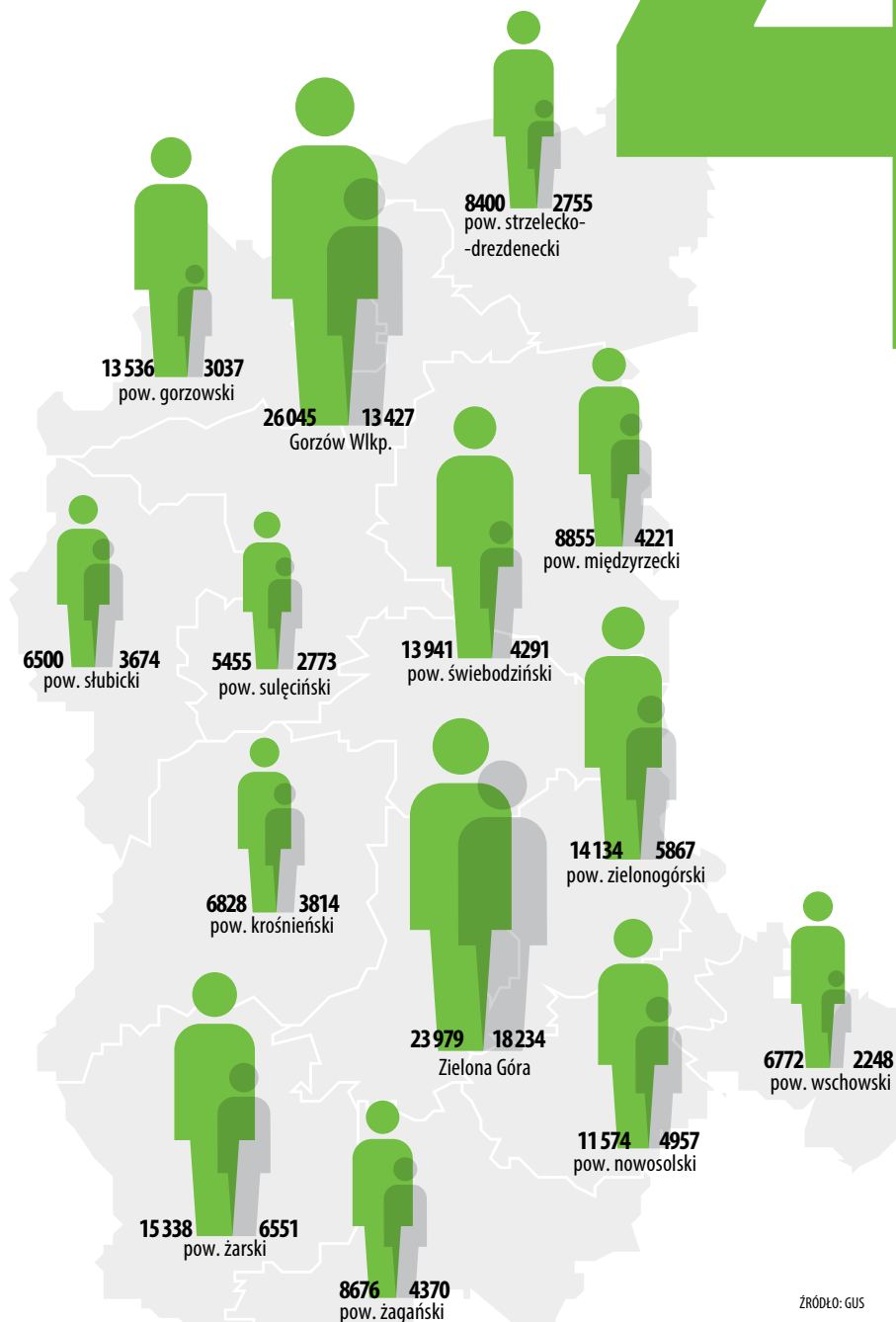
absolwentów

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

Większość mieszkańców województwa lubuskiego pracuje w przedsiębiorstwach oraz gospodarstwach rolnych. W sektorze prywatnym takich osób w regionie jest 243 tys. Do tego należy doliczyć ponad 15 tys. pracujących w przedsiębiorstwach publicznych, głównie w przemyśle i transporcie. Dlatego mieszkańcy naszego województwa uważają (80 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.

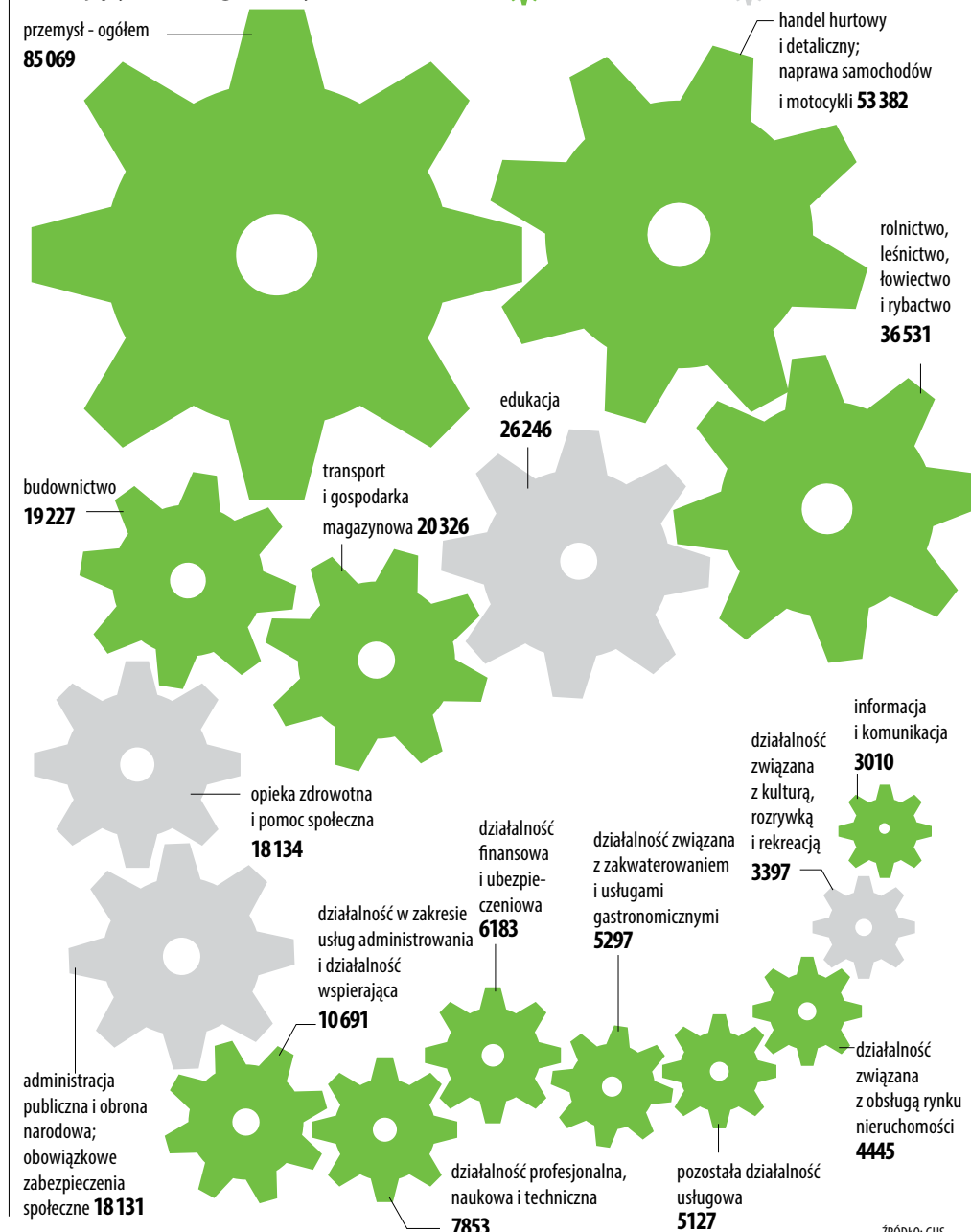
W regionie na każde 5 osób



ŹRÓDŁO: GUS

pracują w firmach i gospodarstwach rolnych

Pracujący - według branży, dane za 2010 r.



ŹRÓDŁO: GUS

1. Większość miejsc pracy jest w przedsiębiorstwach
2. W sektorze prywatnym pracuje trzy razy więcej ludzi niż w publicznym
3. W 2010 roku to głównie przedsiębiorcy stworzyli 13,6 tys. miejsc pracy

Z NASZYCH PODATKÓW

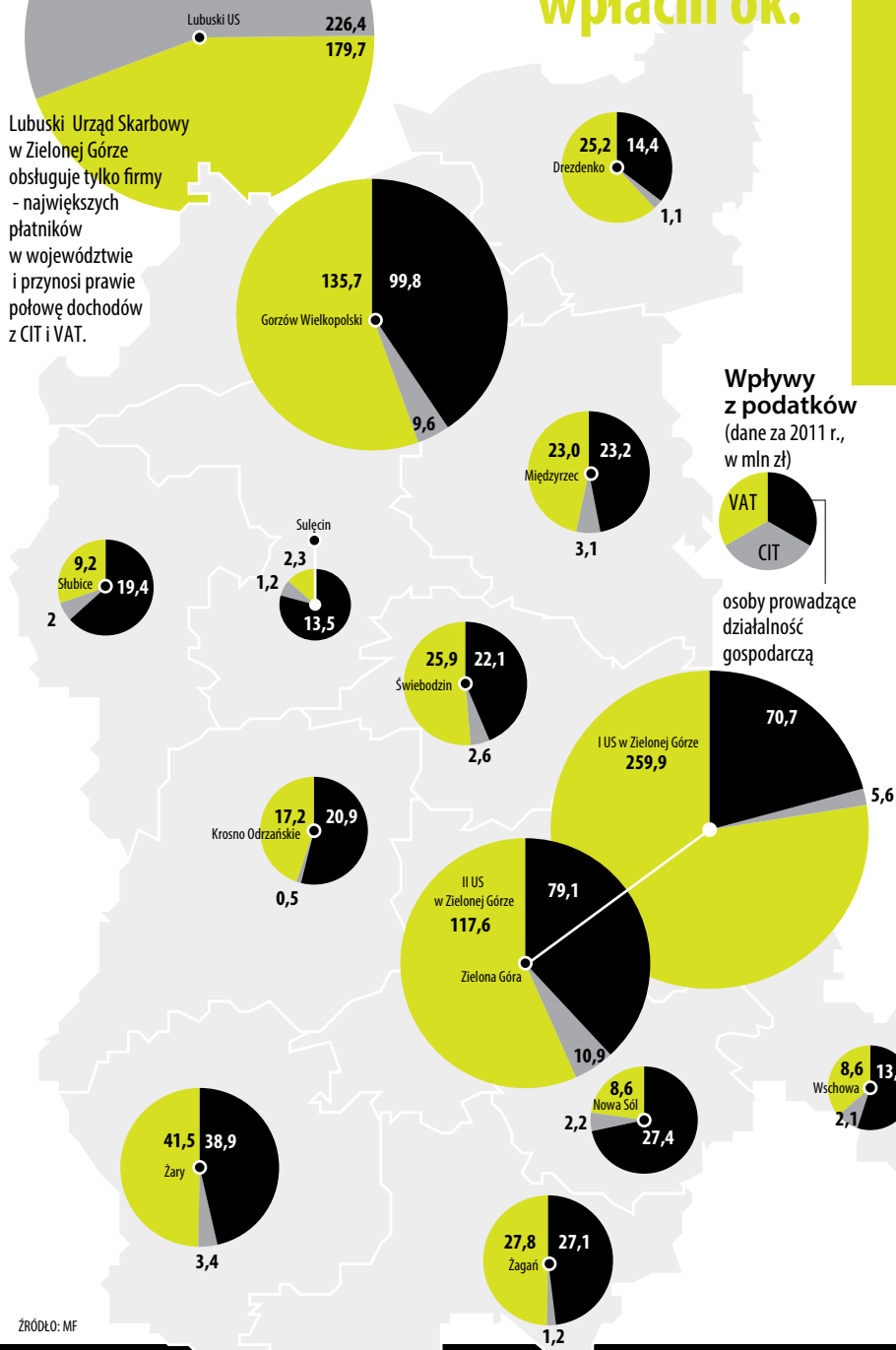
Przedsiębiocy płacą CIT (podatek od zysków) i VAT. W skali kraju jest to kwota około 160 mld zł. W woj. lubuskim wpływy te są niewielkie, ale to dlatego, że wiele ogólnopolskich firm płaci podatki w Warszawie. Również indywidualny podatek dochodowy PIT w części pochodzi od przedsiębiorców – tak rozliczają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

Znaczna kwota podatków zasila budżety lokalne. Samorządy 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.

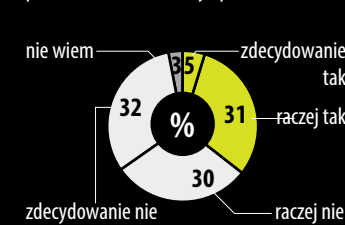
Do tego dochodzą podatki i opłaty lokalne. Przedsiębiorcy płacą w miastach i gminach podatek od nieruchomości i od środków transportowych oraz wnoszą liczne opłaty wynikające z działalności. 64,5 proc. wszystkich wpływów podatkowych budżetu centralnego i samorządów pochodzi od pracodawców, głównie przedsiębiorców.

1. W 2011 roku Izba Skarbowa w Zielonej Górze zebrała 272 mln zł podatku od zysku CIT
2. Dwie trzecie podatków w Polsce płacą przedsiębiorcy
3. Jesteśmy najważniejszym źródłem dochodów dla samorządów

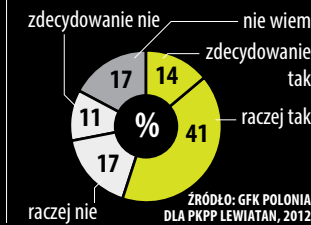
Przedsiębiorcy z regionu w 2011 r. wpłacili ok.



W woj. lubuskim o stwierdzeniu: typowy prywatny przedsiębiorca jest uczciwy wobec państwa (płaci podatki i przestrzega prawa), takie zebraliśmy opinie:



Mieszkańcy woj. lubuskiego doceniają, że podatki od biznesu finansują np. budowę dróg czy administrację



mld zł podatków CIT i VAT, 1,5 razy więcej, niż kosztuje utrzymanie szpitali w naszym województwie

To równocześnie:

163 proc.

kosztu utrzymania szkolnictwa podstawowego i średniego w naszym województwie w 2011 r.

5

razy więcej niż wydatki na policję w województwie lubuskim w 2011 r.

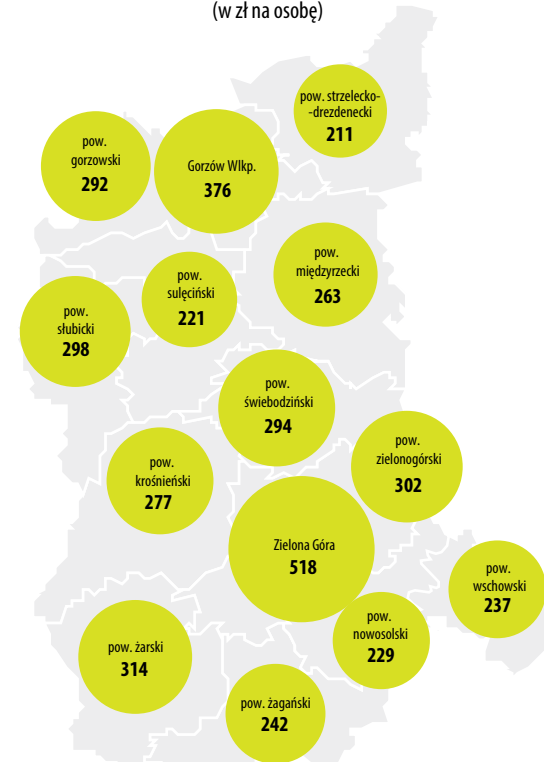
6

razy więcej niż wydatki samorządów na kulturę w województwie w 2011 r.

19 proc.

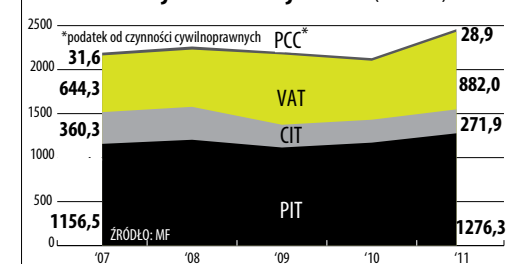
wydatków z budżetu państwa na sądownictwo w Polsce w 2011 r.

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



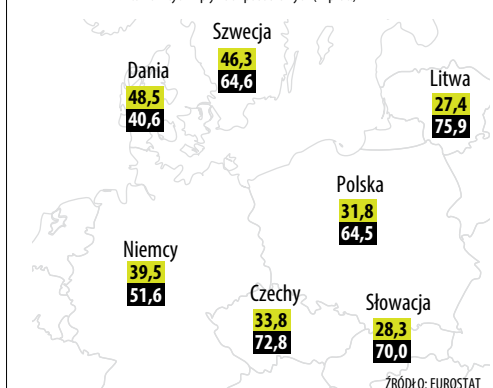
Na budżety samorządowe składają się podatki płacone przez przedsiębiorców, m.in. udział w podatku CIT, podatek od środków transportowych, opłata targowa, podatek od nieruchomości, opłata za zezwolenie na sprzedaż alkoholu, opłata eksploatacyjna. Na mapie uwzględniliśmy tylko część podatków stanowiących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

Wpływy z podatków na terenie Izby Skarbowej w Zielonej Górze (w mln zł)



W porównaniu z sąsiadami podatki w Polsce są umiarkowanie wysokie

całkowite wpływy podatkowe i na ubezpieczenie społeczne (proc. PKB)
udział podatków i składek od pracodawców w całkowitych wpływach podatkowych (w proc.)

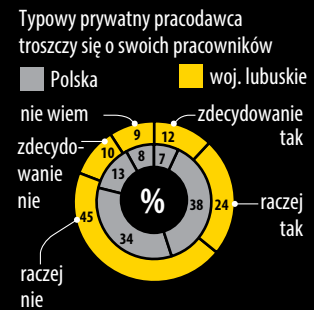
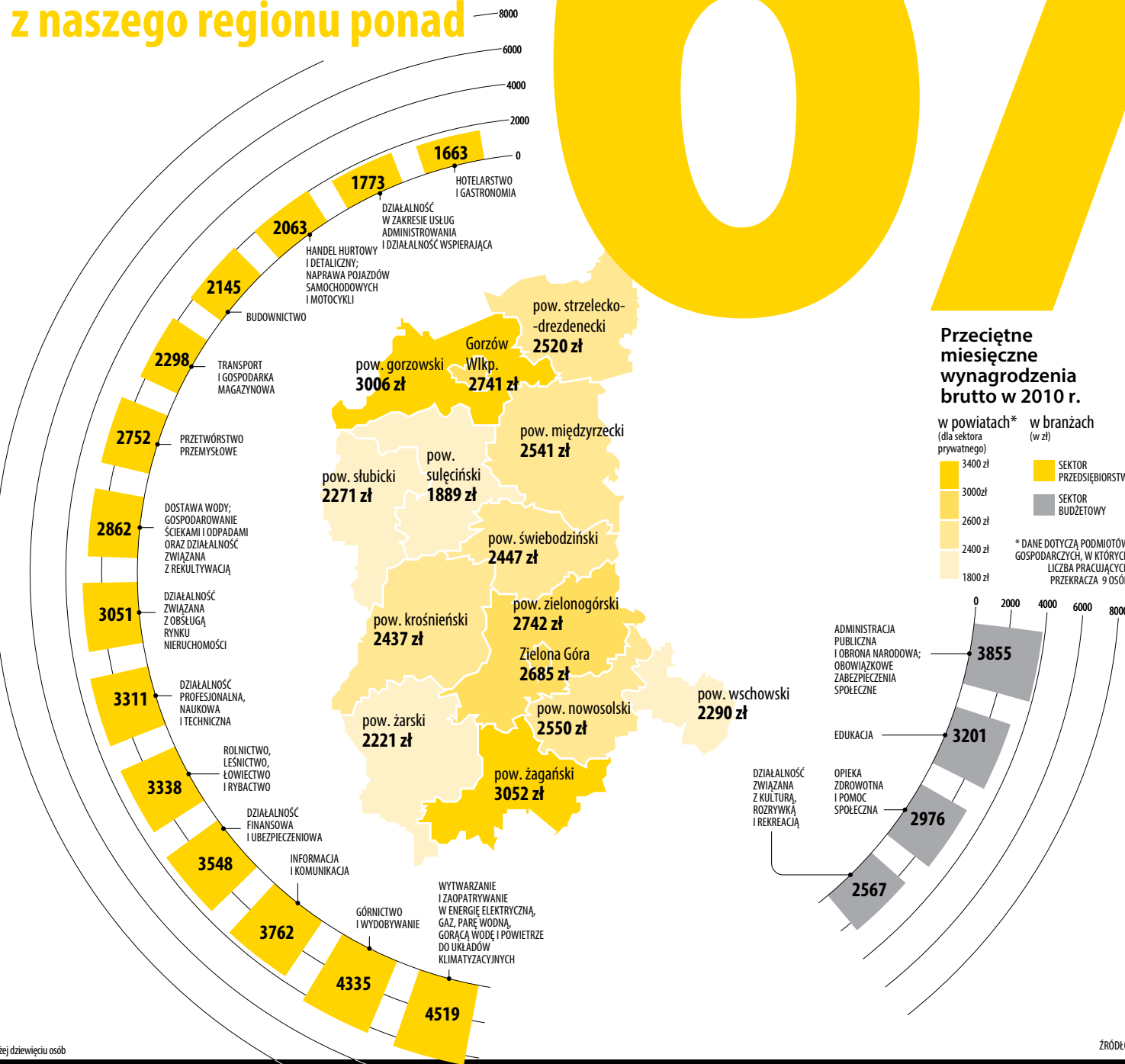


PŁACA WAŻNIEJSZA OD ŚWIADCZEŃ

Z badań gospodarstw domowych wynika, że w województwie lubuskim 67 proc. dochodów mieszkańców stanowią wynagrodzenia, 32 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 uwarunkowań 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. lubuskim rozumieją reguły prowadzenia biznesu i choć bywają niezadowoleni z warunków pracy czy płacy, to jednak zapytani o swojego pracodawcę odpowiadają, że go szanują (87 proc.).

W przeciętnej rodzinie z naszego regionu ponad

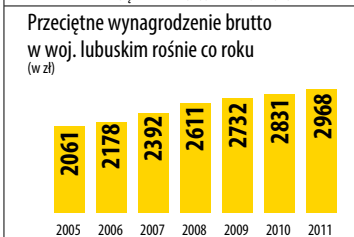
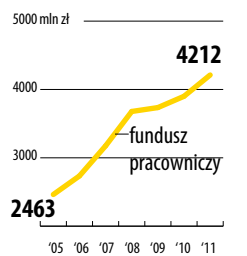


proc. dochodu na osobę pochodzi z wynagrodzeń* wypłacanych głównie przez firmy

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



W kolejnych latach rósł i wyniósł:



Najlepiej zarabia się w:

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



4519 zł

górnictwie i wydobywaniu



4335 zł

informacji i komunikacji



3762 zł

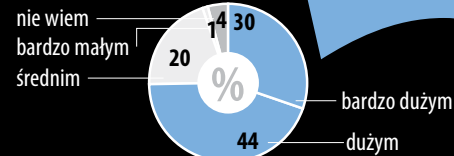
ŹRÓDŁO: GUS

1. 4,2 mld złotych wynagrodzeń wypłaciły firmy z naszego regionu swoim pracownikom*
2. Najlepiej płacimy energetykom – brutto ponad 4,5 tys. zł miesięcznie
3. 87 procent pracowników szanuje swojego pracodawcę

* Dotyczy firm zatrudniających powyżej dziewięciu osób

NAJWIĘKSI I NAJCENNIEJSI

Jakim poważaniem
cieszą się właściciele
dużych firm?



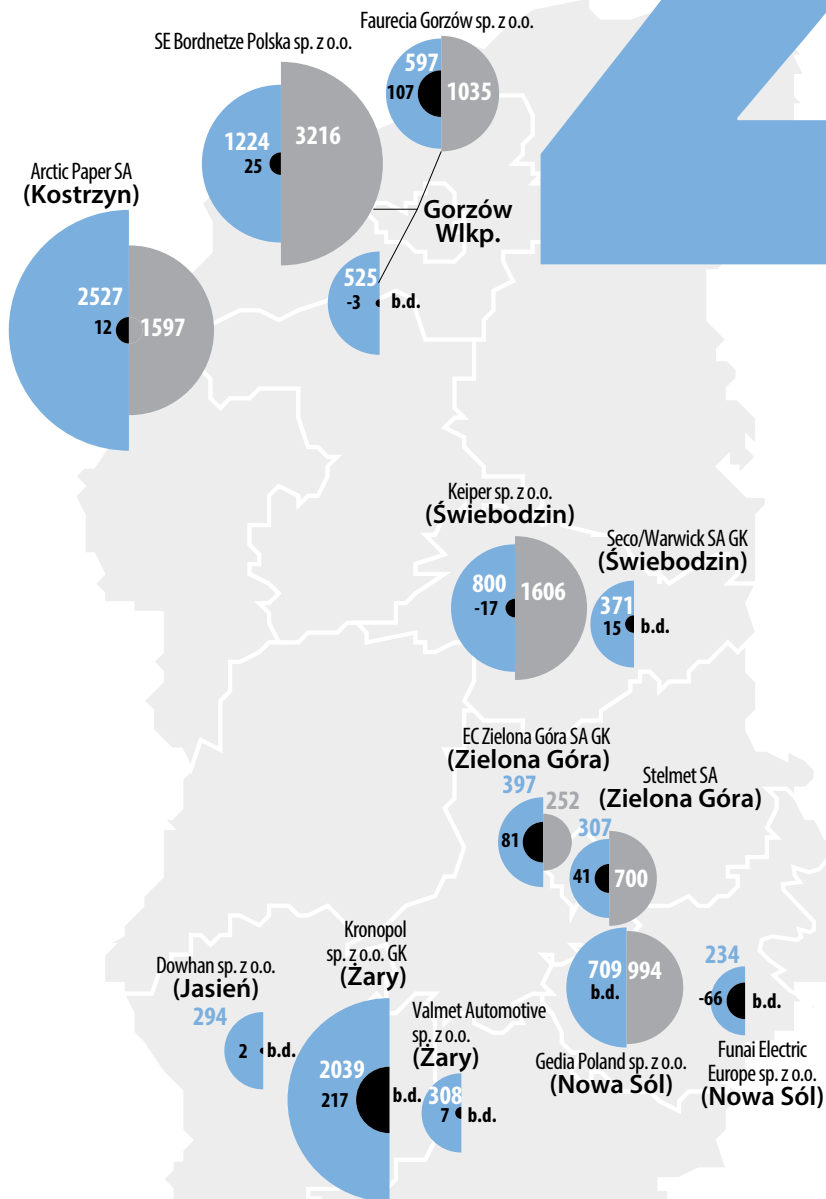
ŹRÓDŁO: GFK POLONIA DLA PKPP LEWIATAN, 2012

Wartość Faurecii jest

Na najnowszej liście wartości firm według „Rzeczpospolitej” firmę Arctic Paper z Kostrzyna wyceniono na 340 mln zł. Podobna jest wartość kilku producentów części motoryzacyjnych – Faurecii, Bordnetze i Gedii, a także Rhodii Polyamide (dawniej Stilon). Cieszy fakt, że wśród 27 lubuskich firm, obecnych na liście 2000 największych w Polsce, tak dużo (18) 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 (74 proc.), podobnie jak prezesi i dyrektorzy (73 proc.). Martwi, że na społecznej drabinie prestiżu znacznie gorzej od szefów dużych przedsiębiorstw wypadają właściciele warsztatów i małych firm (17 proc.) oraz sklepów (15 proc.). A przecież oni także tworzą produkt krajowy i miejsca pracy.

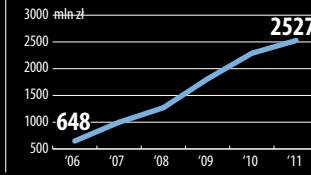
1. Mamy 4 firmy wśród 500 największych w Polsce
2. Wartość Arctic Paper – lidera wartości w regionie – wynosi 340 mln zł
3. 74 proc. mieszkańców woj. lubuskiego darzy szacunkiem właścicieli dużych firm



Na liście 500 największych polskich firm

4
pochodzą z woj. lubuskiego

Przychody Arctic Paper, największej firmy regionu, są czterokrotnie wyższe niż w 2006 r.



Największym inwestorem regionu jest Arctic Paper, który wydał na rozwój

81,7 mln zł
w 2011 r.

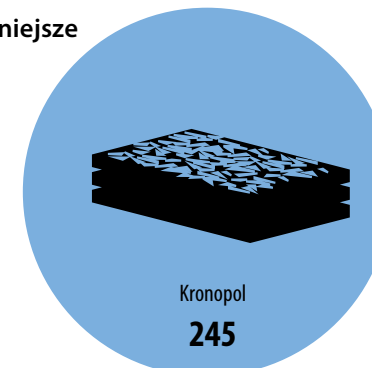
Najcenniejszą markę w województwie ma Kronopol, warta jest

245 mln zł
To dwa razy więcej niż budżet gminy Żary

ŹRÓDŁO: LISTA 500, „RZECZPOSPOLITA”

razy większa niż budżet Nowej Soli

Najcenniejsze marki
(w mln zł)



ŹRÓDŁO: RANKING MAREK, „RZECZPOSPOLITA” 2011

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

Największe przychody ze sprzedaży (w mln zł)

2527

Arctic Paper

Najwyższa rentowność netto (w proc.)

20,4

EC Zielona Góra

Największe zyski netto (w mln zł)

217

Kronopol

Najwyższe zatrudnienie (w etatach)

3216

SE Bordnetze

ŹRÓDŁO: LISTA 500, „RZECZPOSPOLITA” 2012

Najwyższa wydajność (przychody na zatrudnionego, w mln zł)

2

EC Zielona Góra

Najwyższy podatek dochodowy (w mln zł)

7

SE Bordnetze

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

321

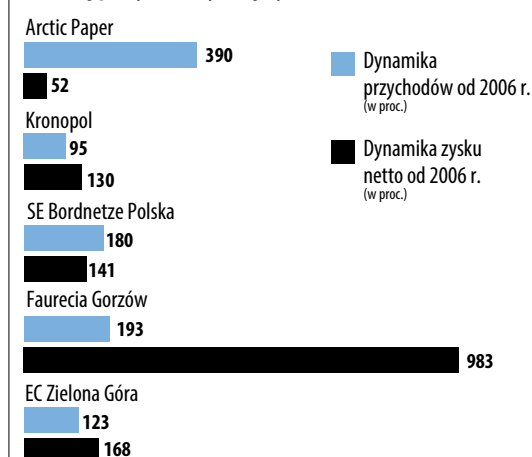
EC Zielona Góra

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

42,3

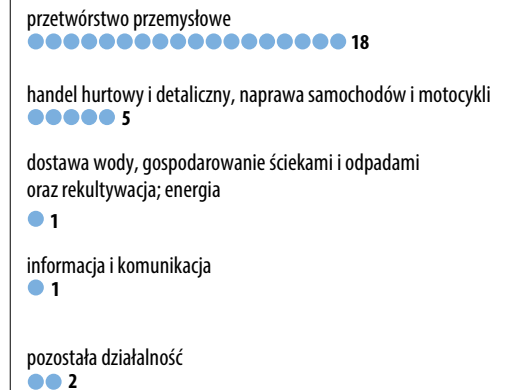
Keiper

Rosną przychody, są zyski



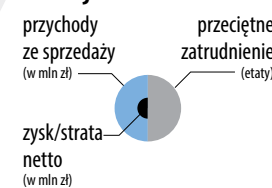
ŹRÓDŁO: LISTA 500, „RZECZPOSPOLITA”

Na Liście 2000 „Rzeczpospolitej” jest 27 firm z woj. lubuskiego z następujących branż:



ŹRÓDŁO: LISTA 2000, „RZECZPOSPOLITA” 2012

Największe firmy w województwie



ŹRÓDŁO: LISTA 500, „RZECZPOSPOLITA”

JESTEŚMY KONKURENCYJNI

W 2011 r. mieliśmy w woj. lubuskim

493

firmy-eksporterów

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

Łączne przychody z eksportu w 2011 r. wyniosły*

14,2

mld zł

Co stanowiło

36,7

proc. przychodów ogółem

Coraz aktywniej penetrujemy świat

26

naszych firm ma filie i spółki za granicą

Eksport z Ziemi Lubuskiej jest

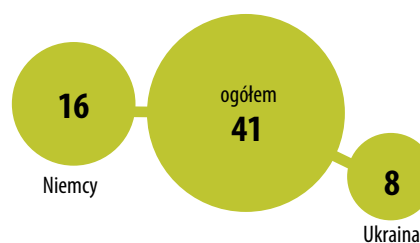
3 razy większy niż eksport owoców i warzyw z całej Polski

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 produktów i usług jest dowodem na konkurencyjność poszczególnych przedsiębiorstw i narodowej gospodarki.

Województwo lubuskie z 37-procentowym udziałem eksportu w przychodach ze sprzedaży jest liderem krajowym i ma tak znanych eksporterów jak firmy motoryzacyjne Gedia, Bordnetze i Faurecia czy Arctic Paper. Wyniki niektórych eksporterów pokazujemy na mapie. Ich łączne przychody z eksportu stanowią jednak tylko 16 proc. eksportu z regionu. To pokazuje, jak ważni są także mali i średni eksporterzy, których jest w regionie prawie 500.

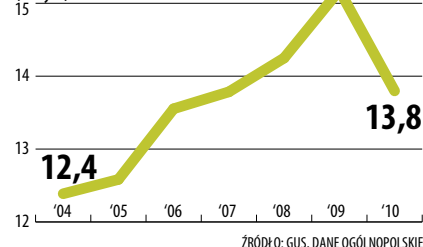
Mieszkańcy naszego regionu doceniają fakt, że konkurencyjność na rynku globalnym i eksport wzmocniają prestiż kraju. Ze stwierdzeniem, że prywatni przedsiębiorcy budują siłę ekonomiczną Polski na świecie, zgadza się tu 76 proc. osób.

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



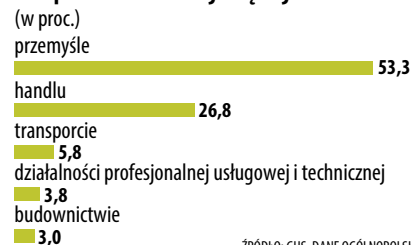
ŹRÓDŁO: GUS, DANE ZA 2010 R.

Liczba firm-eksporterów w Polsce (w tys.)



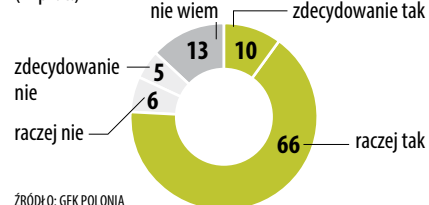
ŹRÓDŁO: GUS, DANE OGÓLNOPOLSKIE

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



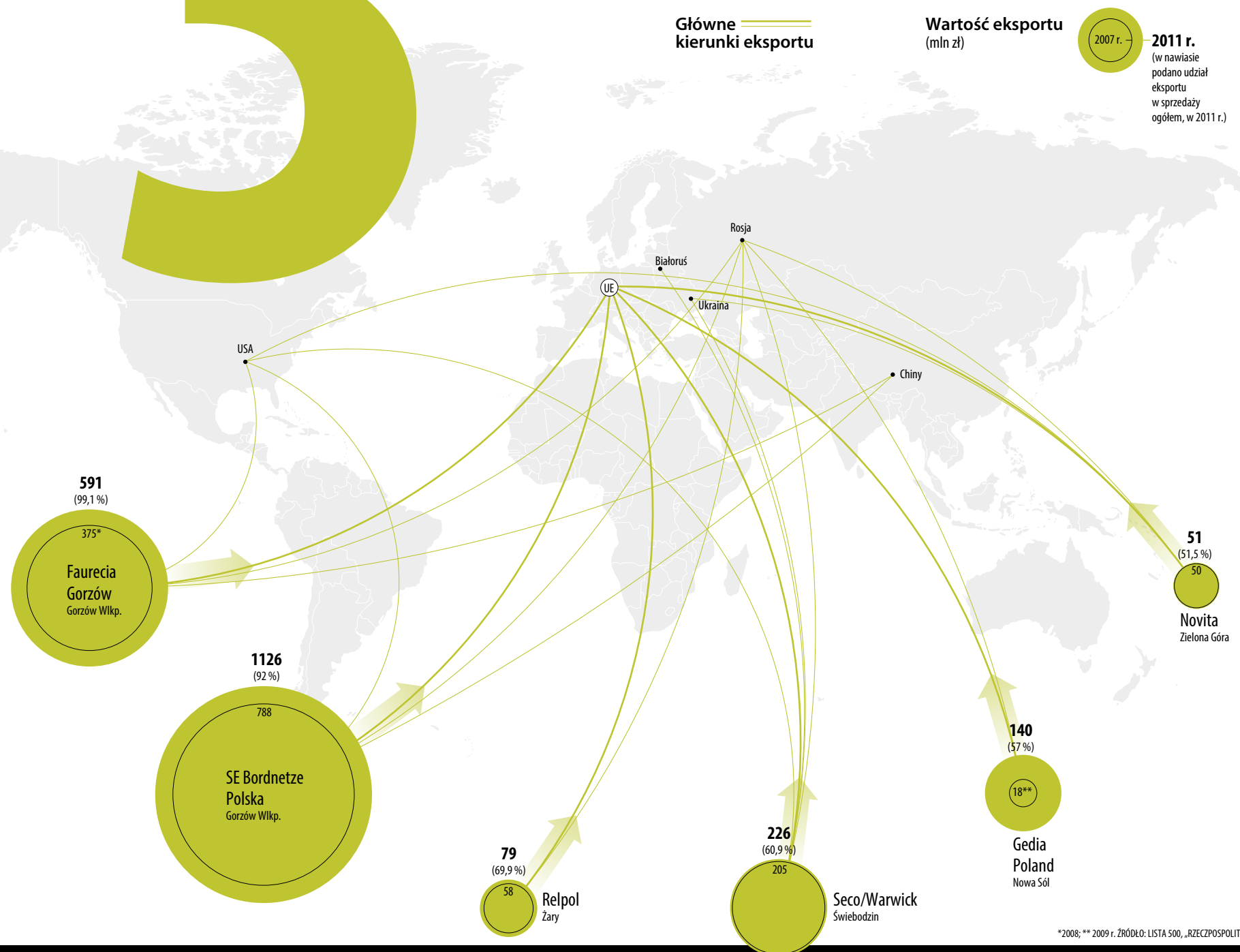
ŹRÓDŁO: GUS, DANE OGÓLNOPOLSKIE

Prywatni przedsiębiorcy budują siłę ekonomiczną Polski na świecie (w proc.)



ŹRÓDŁO: GFK POLONIA DLA PKPP LEWIATAN

* Dotyczy firm zatrudniających powyżej dziewięciu osób



Główne kierunki eksportu

Wartość eksportu (mln zł)

2007 r. — 2011 r. (w nawiasie podano udział eksportu w sprzedaży ogółem, w 2011 r.)

1. Co czwarta firma jest eksporterem*

2. Średnio co trzecia złotówka sprzedaży pochodzi z eksportu

3. Kierunki eksportu z regionu: Unia Europejska, ale również Rosja i Ukraina

*2008; ** 2009 r. ŹRÓDŁO: LISTA 500, „RZECZPOSPOLITA”, GUS, SPÓŁKI

ROLNIK

PRAWDZIWI MIKROPRZEDSIĘBIORCA

W województwie lubuskim są 43 tysiące gospodarstw rolnych, w znacznej większości bardzo małe. Często nie przynoszą dochodu, bo nie sprzedają swoich produktów. Nie oznacza to jednak, że nie ma wśród rolników prawdziwych przedsiębiorców.

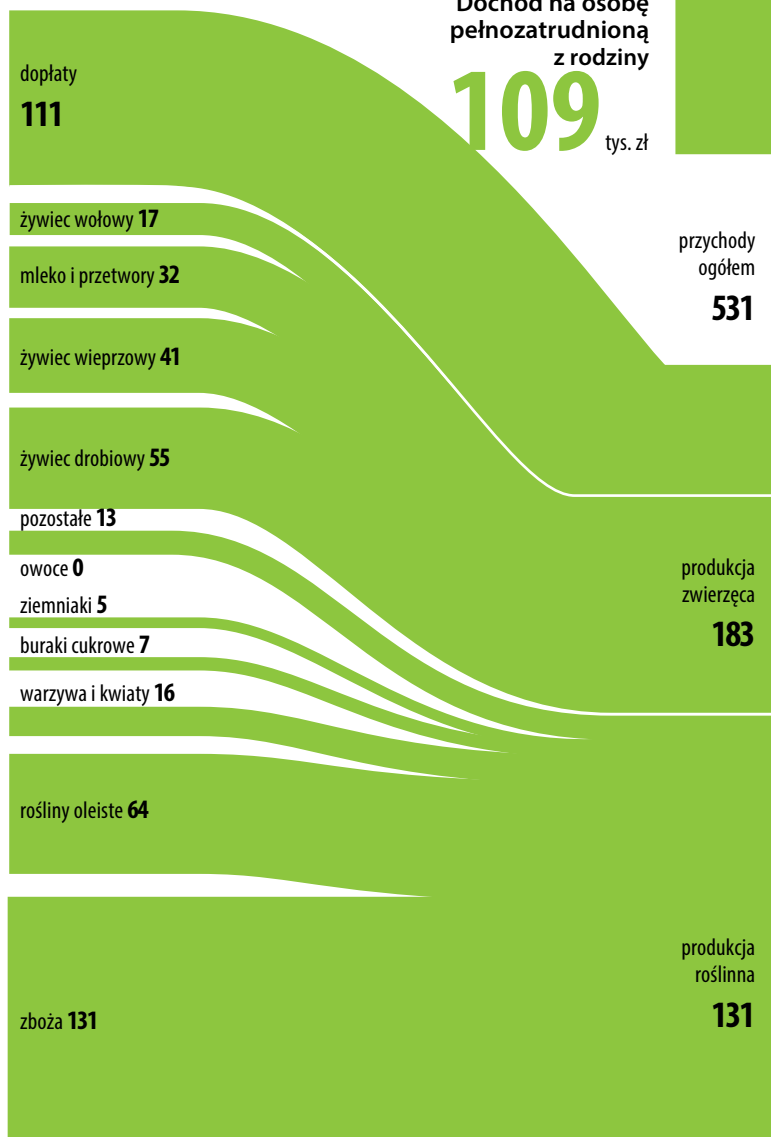
Efektywność ekonomiczną gospodarstw rolnych bada Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej. Obserwuje ponad 700 tysięcy gospodarstw rolnych w Polsce, a niektóre z nich (ponad 5 tysięcy) prowadzą rachunkowość rolniczą, dzięki czemu możemy się dowiedzieć, jakie mają przychody i koszty.

Na ziemi lubuskiej w badaniach tych w 2010 roku uczestniczyło 135 efektywnych ekonomicznie rodzinnych gospodarstw rolnych. To mogą być małe obszary 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. 1,6 mln złotych wynoszą średnio aktywa efektywnego gospodarstwa rolnego w regionie
2. Pracują w nim średnio niewiele ponad 2 osoby
3. Ich produkcja wyniosła przeciętnie 422 tysiące złotych

Przychody gospodarstwa rolnego to

Roczne przychody – koszty (w tys. zł)



Dochód z rodzinnego gospodarstwa rolnego

189 tys. zł

Dochód na osobę pełnozatrudnioną z rodziny

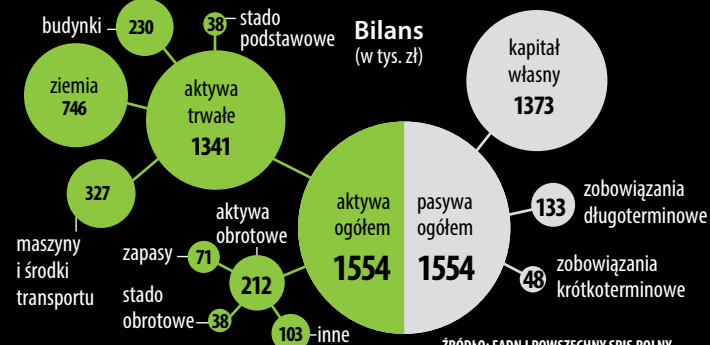
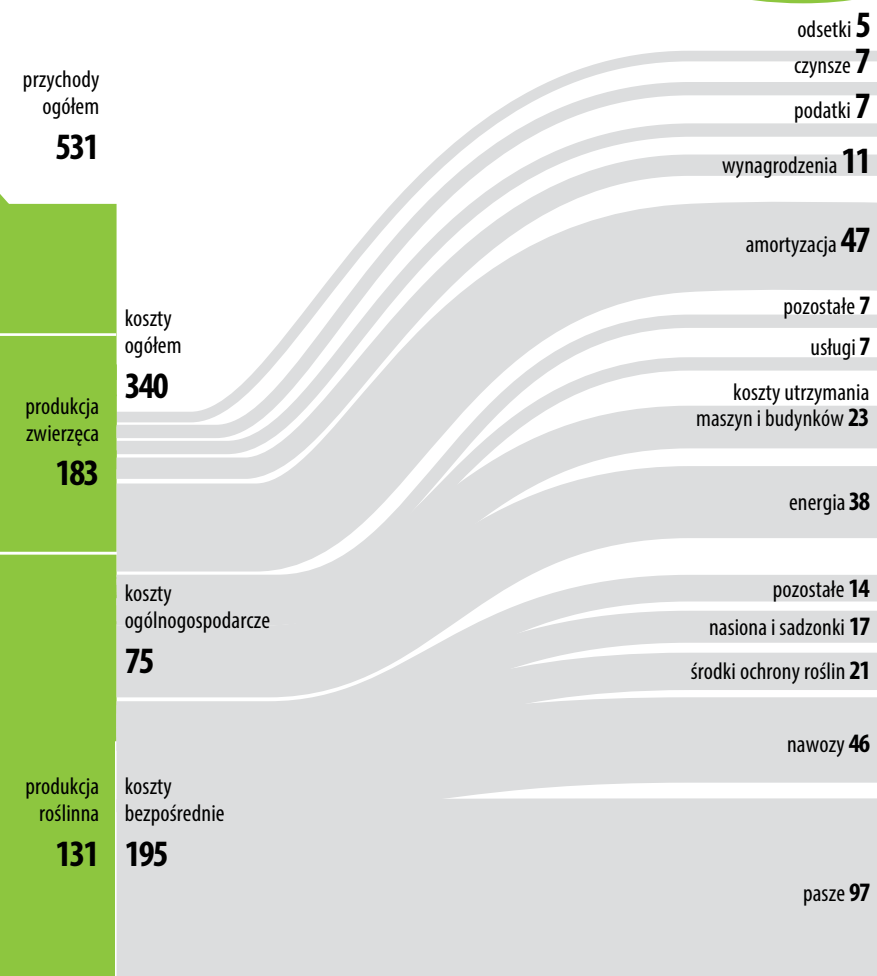
109 tys. zł

przychody ogółem **531**

koszty ogółem **340**

koszty ogólnogospodarcze **75**

koszty bezpośrednie **195**



proc. obrotów mikrofirmy z naszego województwa

W woj. lubuskim mamy

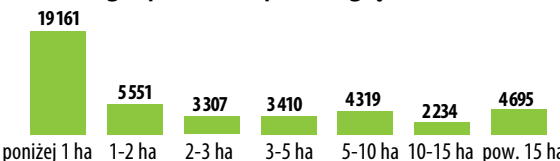
42 677

gospodarstw rolnych

Ale tylko **4695**

ma powyżej 15 ha powierzchni

Liczba gospodarstw pod względem obszaru



79 proc. użytkowników rolnych to gospodarstwa indywidualne

W 2011 r. rolnicy sprzedali w skupie produkty roślinne za **347** mln zł

a zwierzęce za **879** mln zł

W przeliczeniu na jednego mieszkańca regionu było to **112** kilogramów żywca rzeźnego

112 kilogramów żywca rzeźnego

91 litrów mleka

Rolnicza firma raportuje, ekonomiści obliczają (badania FADN)

135 gospodarstw w woj. lubuskim – pod względem wartości ekonomicznej średnich i dużych – prowadziło w 2010 r. rachunkowość rolniczą na potrzeby systemu FADN. Oto portret przeciętnego z nich:

Roczny czas pracy własnej wynosi	Czyli w każdym, pracuje, średnio licząc	Do tego wykorzystują	Czyli zatrudniają, średnio licząc,
4103 godziny	1,73 osoby „na pełny etat”	1221 godzin rocznie pracy najemnej	0,55 osoby „na pełny etat”
Zatem w takiej rolniczej mikrofirmie pracują w sumie przeciętnie niewiele ponad 2 osoby	Średnio gospodarują na 105,2 ha ziemi własnej i dzierżawionej	Wartość jej produkcji wynosi 422 470 zł	Wartość przychodów przeciętnej mikrofirmy w woj. lubuskim to* 370 tys. zł

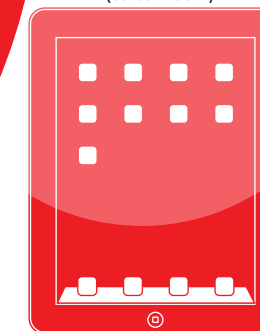
* DO 9 ZATRUDNIONYCH

JESTEŚMY INNOWACYJNI

139

tysięcy i-Padów 3

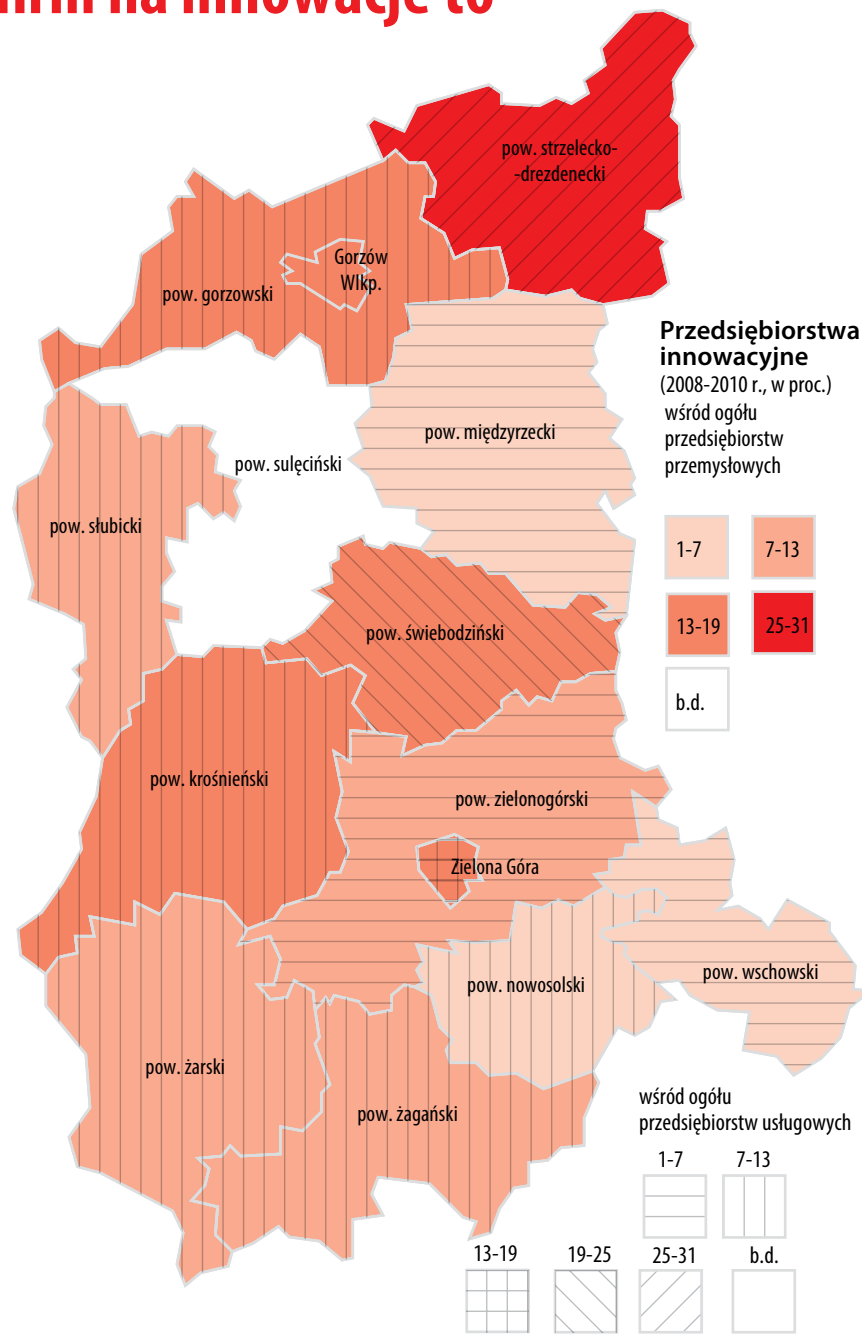
(cena: 2100 zł)



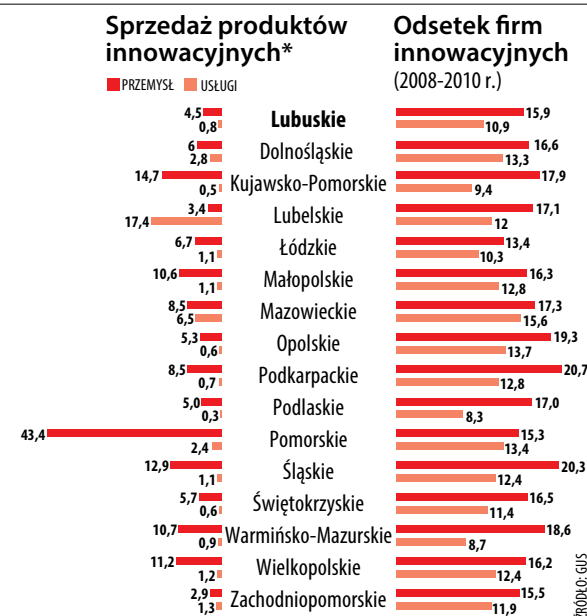
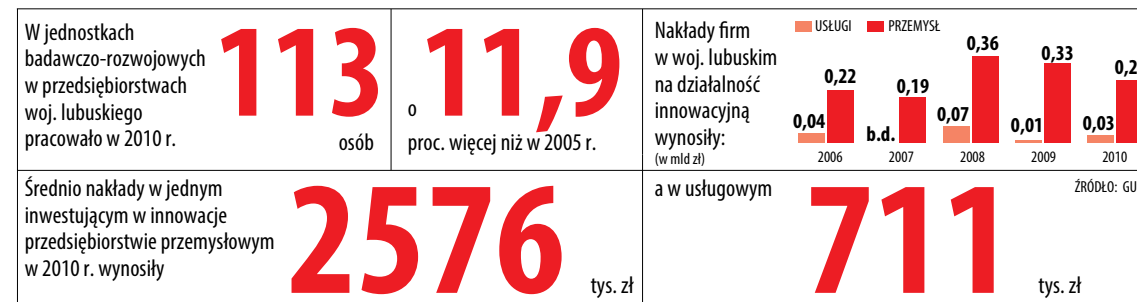
Według badań GUS województwo lubuskie ma jeden z niższych odsetków przedsiębiorstw innowacyjnych wśród firm przemysłowych w Polsce – 15,9 proc. Owszem, są nowocześni producenci części motoryzacyjnych, ale na najnowszej liście najbardziej innowacyjnych firm „Rzeczpospolitej” przedsiębiorstw z regionu brak (w 2011 r. znalazł się na niej Max Elektronik, piszemy o nim obok). W sumie przedsiębiorcy w województwie w 2010 r. zainwestowali w innowacje mniej niż 0,3 mld złotych.

To zdecydowanie za mało. W Polsce nakłady na badania i rozwój jako odsetek PKB (0,74 proc.) są bardzo niskie. A w woj. lubuskim ten wskaźnik wynosi zaledwie 0,10 proc. (45 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.

291 mln zł nakładów lubuskich firm na innowacje to



1. W innowacje inwestujemy w regionie 0,3 mld złotych rocznie
2. W przemyśle 15,9 procent lubuskich firm GUS uznaje za innowacyjne
3. W sferze badań i rozwoju w przedsiębiorstwach regionu pracuje zaledwie 113 osób



Od zarządzania biblioteką do budki dla nietoperza

Max Elektronik z Zielonej Góry znalazł się w pierwszej dwudziestce rankingu firm innowacyjnych „Rzeczpospolitej”. To firma informatyczna o bardzo zróżnicowanym spektrum produktów. Autorskim rozwiązaniem jest np. system PROLIB, przeznaczony do kompleksowej obsługi bibliotek, dzięki któremu Max Elektronik zajmuje pierwsze miejsce wśród polskich dostawców rozwiązań informatycznych dla bibliotek i archiwów. A obok PROLIB w ofercie m.in. system wspomagający zarządzanie przedsiębiorstwem czy system do obsługi portów lotniczych. Z kolei Intercal z Zielonej Góry dostał nagrodę jako krajowy lider innowacji za wodorowy generator energii z odpadów, np. gumy, ściółki z ferm, plastiku, papieru, pierza, biomasy przy tym wytwarza energię ciepłą o mocy nawet do 1 MW. W tym samym konkursie w woj. lubuskim rolnik Damian Kupsch dostał nagrodę za innowacyjny produkt „Budka dla nietoperzy”. Niestety, szczegółów nie udało nam się poznać.

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

Konkurs „Biznes. Dobry wybór”

Celem konkursu „Biznes. Dobry wybór” było wyłonienie w każdym województwie galerii 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. 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 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 mieszkańców 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

Elżbieta Polak, Marszałek Województwa Lubuskiego, **Janusz Jasiński**, prezes Organizacji Pracodawców Ziemi Lubuskiej, **Jarosław Nieradka**, dyrektor biura Organizacji Pracodawców Ziemi Lubuskiej, **Iwona Zielińska**, redaktor naczelny Gazety Lubuskiej, **Dariusz Frejman**, prezes zarządu Radio Zachód SA, **Artur Gurec**, dyrektor TVP SA Oddział w Gorzowie Wlkp.

PATRONI MEDIALNI

Gazeta Lubuska

Polskie Radio Zachód

TVP Gorzów Wlkp.

Laureaci z województwa lubuskiego



44

MARCIN BĄKOWSKI
SINERSIO POLSKA SP. Z O.O.



46

STANISŁAW BIENKOWSKI
STELMET SA



48

MAREK CHROMIK
UESA POLSKA SP. Z O.O.



50

ROMAN FERSTER
INFAR SP. Z O.O.



52

DARIUSZ GAWRON
BP SERVICE CENTER
DARIUSZ GAWRON



54

EWA GULA, LUTZ ORWAT
INCO SP. Z O.O.



56

ANDRZEJ MARCINEK
GEDIA POLAND
ASSEMBLY SP. Z O.O.



BARBARA MIELNICZYN
BEL-POL SP. Z O.O.



58

PIOTR PUĐŁOWSKI
GAZTAL SA



60

DANIEL RADZIEWICZ
SPEED LOGISTIC
DANIEL RADZIEWICZ



62

MARCIN ROGALA
NORTPOL



64

AGNIESZKA SKOWROŃSKA
SYSTEM SP.J.



66

ŁUKASZ SZARAMA
AUTO-KOMPLEX ŁUKASZ SZARAMA

Poreęczna informatyka

Firma Sinersio sprzedaje firmom dostęp do swoich komputerów. I choć przedsiębiorcy najpewniej nigdy nawet ich nie zobaczą na oczy, właśnie o to w tym chodzi. Tak jest taniej, a przy tym zyskują dostęp do najnowocześniejszych maszyn o wielkiej mocy obliczeniowej, na które inaczej nie mogliby sobie pozwolić.

Informatyka nie jest branżą, jest narzędziem, młotkiem, dzięki któremu inne branże mogą zyskać lepszą pozycję konkurencyjną. Branża to produkcja czołgów albo butów. My jesteśmy i tam, gdzie buty, i tam, gdzie czołgi. A ten młotek może być ciężki i nieporęczny lub wygodny i skrojony do potrzeb – wyjaśnia prezes Marcin Bąkowski, szef Sinersio Polska.

Ciężki młotek z jego metafory to własna serwerownia przy każdej firmie. Choćby przedsiębiorstwo zajmowało się produkcją śrubek, musi wynająć pracownika, kupić sprzęt, dbać o warunki przechowywania danych, temperaturę i setki innych czynników. Poreęczny młotek to wynajęty przez firmę dostęp do centrum obliczeniowego, gdzie za mniejsze pieniądze przedsiębiorca może uzyskać więcej.

Informatyka na zawołanie

Skąd pomysł na biznes? – Zaczęło się od kalkulatora – żartuje Marcin Bąkowski. Wraz z Tomaszem Stępskim, kolegą, współnikiem i wiceprezesem firmy, sprzedawał na polskim rynku najbardziej zaawansowany kalkulator świata - systemy ERP. Enterprise Resource Planning (zarządzanie zasobami przedsiębiorstwa) to zestaw narzędzi informatycznych pozwalających w jednym miejscu zebrać dane dotyczące działania wszystkich procesów

w firmie. Wszystko jedno, czy są to dane o pensjach pracowników, świadczeniach, postępie projektów czy przepływach finansowych – wszystkie trafiają do jednego programu, który – mówiąc skrótowo – przygotowuje dla odpowiednich osób odpowiednie raporty. Choć pomysł wydaje się prosty, w świecie papierowym jest niemal nie do zrealizowania, bo samo ręczne przygotowanie zestawień zajmuje tyle, że sytuacja w nich przedstawiona może być już od dawna nieaktualna.

Tu z pomocą przychodzi informatyka. – Tylko że to ciężki kawałek chleba, o informatyce przemysłowej, infrastrukturze serwerowo macierzowej czy zaawansowanych systemach zarządzania nikt nie chce słuchać. Każdy projekt zaczynał się od mozolnego przekonywania klienta, że to w ogóle ma sens, że warto – mówi Marcin Bąkowski. Po rozmowie z jednym z takich klientów wpadł wraz ze współnikiem na pomysł przebrzdżowania. – U podstaw każdego rozwiązania informatycznego leży infrastruktura. Tylko że dla niej firma musi

kupić sprzęt, wynająć kogoś, kto ustawi wszystkie światelka i przełączniki, zatrudnić człowieka do doglądania, czy nic w serwerowni nie iskrzy, to są spore koszty. A przecież większość takich projektów można umieścić w chmurze: gdzieś tam, w internecie, na bezpiecznym serwerze zewnętrznej firmy. Wszyscy mówią o chmurach, choć nie każdy rozumie, co to takiego – tłumaczy Bąkowski. Razem ze współnikiem postanowili zająć się zapewnieniem takiej właśnie serwerowni – tyle że dla wielu firm na raz, w postaci centrum przetwarzania danych i usług z nim związanych.

Jak twierdzi prezes Bąkowski, dostęp do informatyki powinien być dla firm tak samo łatwy, jak dostęp do internetu. Nikt przecież nie musi wykupywać dodatkowego abonamentu, gdy chce do gniazdka zamiast ładowarki podłączyć wentylator. Tymczasem, jeśli firmowy ruch w sieci się zwiększa, firmy informatyczne domagają się wykupienia dodat-

kowych pakietów. Sinersio oferuje kompletną obsługę w ramach umowy.

Serwerownia na całe życie

– Zrobiliśmy rozeznanie na rynku, uznaliśmy, że takie centra danych się w Polsce przyjmą – i to był strzał w dziesiątkę – mówi Marcin Bąkowski. Pierwsze już powstało na ba-

100
prywatnych
serwerowni
jest większym
obciążeniem
dla środowiska
niż jedno centrum
o mocy
tych 100



FOT. ROBERT SŁOMKA/SINERSIO

wą na dostęp do pełnego środowiska informatycznego, zarówno samego sprzętu, jak i warstwy programowej. Czy będzie to instytut badawczy, potrzebujący dużej mocy obliczeniowej do prowadzenia kilku projektów na raz, czy bank szukający bezpiecznej przestrzeni dyskowej dla swojego archiwum, czy wreszcie mała firma, która musi mieć kilka gigabajtów miejsca na swoją stronę internetową – każdy może zwrócić się do centrum po pomoc.

Przy tym Sinersio zapewnia nieprzerwaną ciągłość pracy serwerów, niezależnie od warunków. Pomieszczenie jest klimatyzowane za pomocą specjalnej aparatury, by nawet w razie awarii komputerom nie groziło zalanie. W przypadku przerwy w dostawie prądu, zasilanie przejmie potężny agregat prądotwórczy. Skala jest ogromna, bowiem cały zgromadzony w centrum sprzęt potrzebuje mniej więcej tyle prądu, co kilkumiesięczne miasteczko.

– Rynek przyjął otwarcie pierwszego centrum obliczeniowego entuzjastycznie. To dla przedsiębiorstw rozwiązanie tańsze i bardziej ekologiczne. Bo nic nie jest bardziej zielone niż dolary – żartuje prezes Bąkowski. Całkiem serio już dodaje, że faktycznie 100 prywatnych serwerowni byłoby dla środowiska większym obciążeniem, niż jedno centrum o mocy tych 100.

Wydaje się, że rynek dla takich firm jak Sinersio może w najbliższych latach jedynie rosnąć, i to w coraz szybszym tempie. – Dawniej do archiwizacji danych firmom wystarczała jedna szafa, dziś pięć serwerów może nie starczyć. Dawniej lekarze trzymali teczkę pacjentów, dziś wszystko jest w postaci cyfrowej, gdzieś to trzeba przechowywać – mówi prezes Bąkowski.

„Rynek przyjął otwarcie pierwszego centrum obliczeniowego entuzjastycznie. To dla przedsiębiorstw rozwiązanie tańsze i bardziej ekologiczne.

MARCIN BĄKOWSKI

zie parku naukowo-technologicznego Interior w Nowej Soli, kolejny jest na ukończeniu, są już gotowe umowy na cztery następne. Docelowo ma ich powstać kilkanaście w całym kra-

ju, wszystkie oparte na lokalnych parkach naukowo-technologicznych. W centrum przedsiębiorcy w miarę potrzeb mogą wynająć, wydzierżawić lub podpisać umowę leasingo-

www.sinersio.com

Król ogrodów

Wytwarzający elementy „małej architektury ogrodowej” Stelmet SA jest obecnie największym europejskim producentem w swojej branży. Zwykły drewniany płot może postawić jedna osoba. W Zielonej Górze i pod Zieloną Górą przy produkcji płotów pracuje ich ponad tysiąc.

Czym właściwie jest ta mała architektura ogrodowa? Mówiąc najprościej są to wyroby służące do grodzienia, wyposażania i dekoracji ogrodów, tarasów, parków i wszelkiego rodzaju przestrzeni o charakterze rekreacyjnym. Płoty, płotki, balustrady, altanki, skrzynie na piasek, piaskownice... Wszystko to jest niezbędne, żeby ogród był nie tylko ładny, ale i funkcjonalny.

800 rodzajów płotów (i nie tylko)

Zaczął się niewinnie – w 1985 roku Stanisław Bieńkowski założył w Ochli pod Zieloną Górą niewielkie przedsiębiorstwo. Na początku oprócz stolarki zajmował się w nim produkcją podzespołów elektronicznych do alarmów oraz świadczył usługi związane z obróbką metalu. Śladem początków działalności jest już w tej chwili tylko nazwa – Stelmet („st” od stolarki, „el” od elektroniki i „met” od metalu).

Po jakimś czasie jednak właściciel postanowił ograniczyć działalność i skupić się na tej pierwszej dziedzinie, a konkretnie na wytwarzaniu drewnianych elementów wystroju ogrodów. Otwarcie zachodniej granicy spowodowało masowe wycieczki Niemców na zakupy do Polski, a w owym czasie w Niemczech panowała moda na urządzenie ogródków. Jedni klienci szukali po polskiej

stronie Odry krasnali ogrodowych, ci z nieco większymi ambicjami – drewnianych elementów wystroju. Pozorne ograniczenie, czyli przedstawienie się w całości na produkcję drewnianej drobnicy, okazało się więc strzałem w dziesiątkę i umożliwiło bardzo szybki rozwój spółki.

W przeciwieństwie do wielu podobnych zakładów, Stanisław Bieńkowski postanowił zaryzykować. Zamiast produkować na niewielką skalę i cieszyć się zyskami, inwestował w kolejne zakłady. Dziś te najważniejsze mieszczą się w Jeleniowie, Zielonej Górze, Lubięcinie, Starym Kisielinie oraz Kowarach. W 2000 roku Stelmet został przekształcony w spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością, sześć lat później w spółkę akcyjną. Pomimo takiego rozrostu, jakość wciąż jest w firmie najwyższym priorytetem. W trosce o nią, cały proces produkcyjny począwszy od zakupu drewna, a na pakowaniu gotowego wyrobu skończywszy, realizowany jest wewnątrz niej, bez angażowania zewnętrznych podwykonawców.

Asortyment jest szeroki i obejmuje ponad 800 różnych wyrobów. Kolejne wprowadzane są stale, w odpowiedzi na zainteresowanie kontrahen-

tów i z wykorzystaniem najnowszych technologii. Odbiorcy mogą zakupić zarówno pojedyncze elementy, jak i całe, kompletne zestawy ogrodowe. W ofercie znajdują się między innymi pale, palisady, podesty, płoty, altany czy kwietniki. Aż 98 proc. gotowych produktów trafia do rąk konsumentów poza granicami Polski. Taka sytuacja wynika z tego, że rodzimy rynek produktów tego typu jest bardzo niewielki. Jego wartość stanowi mniej więcej setną część największego w Europie – niemieckiego, jednak, co warto podkreślić, stale rośnie.

Odpowiedzialnie i ekologicznie

Firma konsekwentnie utrwała i rozwija silną pozycję na rynkach krajów Unii Europejskiej. Odbiorcami hurtowymi są głównie hipermarkety branży ogrodowej i budowlanej, które – co jest charakterystyczne w tej branży – sprzedają produkty pod własnymi markami. Od 2005 roku firma rozwija jednak również sprzedaż pod własną marką – Stelmet. Wyroby, które są nią oznaczane charakteryzują się oryginalnym wzornictwem, a wykonane są z drewna świerkowego i sosnowego.

Ważną rolę pełni wykorzystywanie surowców wtórnych i dbałość o ekologię. Drewno używane do produkcji posiada certyfikat Forest Stewardship Council, co w praktyce oznacza, że pochodzi ono z zasobów leśnych zarządzanych w sposób przy-

jazny środowisku oraz społeczeństwu. Odpady produkcyjne, takie jak trociny czy wióry, wysyłane są do Zakładu Produkcji Pellet, gdzie służą jako surowiec przy wytwarzaniu wydajnego, ekologicznego biopaliwa. Korę chętnie przysparzają z kolei firmy ogrodnicze. Drewno jest surowcem odnawialnym a Stelmet dba o to, by nic się nie zmarnowało, a co za tym idzie, negatywny wpływ firmy na środowisko naturalne był minimalny. Stawia na produkcję bezodpadową, i to się udaje.

Jak wygląda praca w firmie? Zatrudnianie ponad tysiąca osób wiąże się z dużą odpowiedzialnością. Mechanizacja i automatyzacja pracy ciągle postępuje, stanowiska są ergonomiczne. Nie ma tu mowy o ciężkiej, fizycznej harówce. Nowoczesne zakłady zapewniają świetne warunki.

Stelmet nie zapomina też o społecznościach lokalnych i otoczeniu, w którym działa. Firma wspiera finansowo lokalne jednostki straży pożarnej (w województwie, w którym niemal połowa powierzchni to lasy sosnowe, sprawność i wyposażenie strażaków są niezwykle ważne), dofinansowuje programy profilaktyki społecznej oraz wspiera finansowo i organizacyjnie regionalny sport, w tym topowe drużyny – koszykarzy Stelmetu Zielona Góra i żużlowców wielokrotnego mistrza Polski, popularnego Stelmetu Falubazu Zielona Góra.

Po prostu ozdoba

Warto też wspomnieć o tym, że produkty Stelmetu są po prostu piękne, ich walory estetyczne stoją na najwyższym poziomie, a jednocześnie bardzo trwałe. Wszystkie elementy są zabezpieczane w procesie impregnacji ciśnieniowej. Zapewnia to dużą wytrzymałość, która sprawia, że mogą być ozdobą ogrodu przez długie lata.

www.stelmet.com



FOT. STELMET

„Aż 98 proc. gotowych produktów trafia do rąk konsumentów poza granicami Polski. Krajowy rynek w porównaniu z europejskim jest niewielki – ale wciąż rośnie.”

STANISŁAW BIEŃKOWSKI

Transformacja razy dwa

Transformacja to zjawisko przenoszenia energii elektrycznej prądu przemiennego drogą indukcji z jednego obwodu elektrycznego do drugiego. Może też oznaczać zmianę systemu polityczno-społeczno-gospodarczego.

Marek Chromik, dyrektor generalny spółki uesa, skorzystał z tego zjawiska w obu znaczeniach.

Tak się składa, że dzięki dwóm Polakom z wykształceniem elektrycznym transformacja może kojarzyć się i z elektryką, i z przemianami jednocześnie. Pierwszym jest oczywiście Lech Wałęsa odpowiedzialny za transformację polityczną w Polsce. Drugim – Marek Chromik, dyrektor uesa Polska sp. z o.o., który podjął się transformacji Polski... w dziedzinie elektryki. O ile ze wzoru Wałęsy korzystały Niemcy, bo przemiany w Polsce umożliwiły pośrednio upadek muru berlińskiego, to w przypadku Chromika było na odwrót, niemiecki model elektryczny przeniesiony został z sukcesem do Polski. I tak oto zburzono mur berliński w Niemczech i barierę (nie tylko w branży elektrycznej) między Zachodem i Wschodem.

Na styku granic

Marek Chromik doświadczenie potrzebne do prowadzenia biznesu w branży elektrycznej zdobył dzięki studiom na wydziale elektrycznym Politechniki Śląskiej w Gliwicach, ale także na kierunku ekonomicznym IHI Zittau, w mieście znajdującym się w niemieckiej Saksonii na styku granic z Polską i Czechami. Doświadczenie, nie tylko polityczne, ale i technologiczne w Saksonii znajdującej się na terenie byłego NRD, było porównywalne do polskiego z czasów PRL.

Jednak przemiany społeczno-ustrojowe nastąpiły tam bardziej gwałtownie niż u nas, stąd też postępy w branży elektrycznej były w porównaniu z regionem środkowoeuropejskim dużo bardziej imponujące. Marek Chromik wiedział o tym, toteż jeszcze w trakcie studiów pragnął zaszczerpić wzorce technologiczne na gruncie polskim.

Tak się składało, że firma zza Odry, uesa GmbH utworzyła w 1995 roku swoją placówkę (uesa Polska Sp. z o.o.) w Lubsku, w obecnym województwie lubuskim. Można się było spodziewać, że inżynier Chromik szybko do niej trafi – i faktycznie, zrobił to w 1997 roku, od razu zaczynając szybką karierę. Firma zakupiła grunty z budynkami, w których rozpoczęto działalność produkcyjną. W dwa lata później Marek Chromik wszedł do zarządu spółki, a później został jej dyrektorem.

Specjalnością firmy stała się produkcja urządzeń umożliwiających w bezpieczny sposób rozdział energii elektrycznej przed dostarczeniem jej do odbiorcy końcowego. Produktami końcowymi były rozdzielnice średniego i niskiego napięcia, które zaczęto stosować w przemyśle i energetyce zawodowej.

Sprzęt ten okazał się nie tylko bardzo innowacyjny, ale i niezawodny. Z usług uesa Polska sp. z o.o. zaczęli wkrótce korzystać projektanci, firmy instalacyjne i wykonawcze, tzw. obszar energetyki odnawialnej oraz liczni inwestorzy. Produkty takie jak elementy do stacji transformatorowych trafiały nie tylko na rynek Polski, ale także do Niemiec.

Po pierwsze człowiek

Jak to w biznesie często bywa, uesa Polska miała też szczęście: na początku nowego tysiąclecia doszło do konsolidacji grup energetycznych zaopatrujących w energię całą Polskę (PGE, Tauron, Enea i Energa). Dzięki temu nastąpił silny rozwój sektora dystrybucji energii elektrycznej, a co za tym idzie wzrost zapotrzebowania na produkty tworzone przez firmę. I tak oto uesa zaczęła wieść prym w swojej branży. Przy-

kład? Najbardziej nowoczesne produkty firmy – charakterystyczne rozłączniki SN – są jedynym tego typu produktem na naszym rynku. „Wizja bez działania jest marzeniem, działanie bez wizji – koszmarem” – to motto dyrektora Chromika. W biznesie samo szczęście do długotrwałego sukcesu nie wystarcza. Pomógł sposób zarzą-

dzania Chromika, między innymi jego decyzje kadrowe. Dyrektor znany jest w swoim zespole z dobrego podejścia do pracowników. Uważa, że w planie przedsiębiorstwa zawsze najważniejszy jest człowiek – i jako klient, i jako pracownik. W 1997 roku w firmie pracowa-

Ponad
31
mln złotych
sięgnęły
obroty firmy
w roku 2011



FOT. UESA POLSKA

ło niecałe dziesięć osób. Od tego czasu zatrudnienie wzrosło siedmiokrotnie. Pracownicy to w dużej części ludzie młodzi, zdolni, z perspektywami. I o ile w ostatnich czasach w firmach częstsze są zwolnienia niż zatrudnienia, Chromik zaryzykował – i udało się. Firma stała się doceniana nie tylko w regionie. Chromik otrzymał wyróżnienie w plebiscycie czytelników „Przeglądu Technicznego” w kategorii Młody Inżynier – Złoty Inżynier 2006. Obroty w roku 2011 przekroczyły 31 mln złotych.

Inne decyzje dyrektora również zaważyły na sukcesie firmy. Marek Chromik zaczął interesować się odnawialnymi źródłami energii, w tym również, fotowoltaiką (pozyskiwaniem energii ze światła słonecznego). Rozwijał tym samym polskie doświadczenie w projektowaniu, budowie i eksploatacji tego typu inwestycji. Firma należy do Lubuskiego Klastra Energetyki Odnawialnej i Efektywności Energetycznej. Uesa pod rządami Marka Chromika wykazała się również społecznie odpowiedzialnym podejściem do biznesu. Organizowała stypendia sportowe dla młodzieży, a także praktyki dla uczniów ze szkół technicznych w Lubsku i dla studentów Instytutu Energii Elektrycznej Uniwersytetu Zielonogórskiego oraz Instytutu Politechnicznego PWSZ w Sulechowie. Pozyskiwała i kształciła wysokiej klasy techników i inżynierów, oferując im także perspektywę miejsc pracy.

Jak się więc okazuje, technokracja to za mało, prawdziwie nowoczesny zarząd inwestuje nie tylko w maszyny, ale przede wszystkim w ludzi. I tak jak polityczna transformacja z 1989 r. wskazała innym krajom regionu drogę polityczną – tak dokonania lubuskiej firmy związane z elektryczną transformacją mogą przekazać pozytywną energię polskiemu biznesowi.

„Prawdziwie nowoczesny zarząd inwestuje nie tylko w maszyny, ale przede wszystkim w ludzi. A w planie przedsiębiorstwa zawsze najważniejszy jest człowiek – i jako klient, i jako pracownik.

MAREK CHROMIK

www.uesa.pl

Kokpit dla menedżera

Prowadzenie firmy jest jak pilotowanie samolotu. Mnóstwo zmiennych danych, konieczność podejmowania szybkich decyzji, administrowanie zasobami, które można wykorzystać lepiej lub gorzej. Zielonogórski Infar zapewnia pilotowi firmy deskę rozdzielczą: aplikacje, dzięki którym menedżer może jednym spojrzeniem ogarnąć stan całego przedsiębiorstwa. I podjąć właściwą decyzję.

W samolocie dane z tysięcy czujników skomasowane są do ledwie kilkudziesięciu zegarów i wskaźników. Liczy się umiejętność skupienia na najważniejszych, pilot nie musi znać położenia każdej z łopatek turbiny, wystarczy mu świadomość, że wszystkie wspólnie wytwarzają odpowiedni ciąg. Tę prawdę inżynierowie lotnictwa znają od blisko stu lat. Tymczasem w prowadzeniu działalności gospodarczej wciąż brakuje podobnych narzędzi. Jeśli menedżer chce podjąć decyzję, musi we własnej głowie podsumować dane z tysięcy raportów i tabel, oddzielić to, co istotne, od szumu. Roman Ferster udowadnia, że zarządzać można efektywniej – i łatwiej.

Raport o stanie firmy

Z wykształcenia elektrotechnik i ekonomista, Roman Ferster karierę zaczynał od pracy nad wdrażaniem w polskich przedsiębiorstwach systemów ERP, czyli informatycznych narzędzi do planowania zasobów. Ich wykorzystanie pozwala zoptymalizować pracę firm. Podwaliny pod działkę, którą zajmuje się Infar, były więc solidne. W 2003 roku Ferster podjął decyzję o założeniu spółki. Do projektu zaangażował grupę dobrych znajomych – doświadczonych, dzielających

jego pasje zawodowe, zainteresowania oraz, tak jak on, pełnych zapału i lubiących wyzwania. Konkurencja na rynku była wtedy szczątkowa, a zainteresowanie narzędziami pomagającymi kierować firmą rosło. – Początki były ciekawe, każdy w firmie zajmował się właściwie wszystkim, nie było podziałów. Mieliśmy świadomość, że budujemy sobie przyszłość, że jak sobie pościelimy, tak się wyśpimy – wspomina Roman Ferster. Dziś firma zatrudnia 12 specjalistów. Z jej usług korzystały potężne przedsiębiorstwa, a jedna ze ścian biura obwieszona jest podziękowaniami otrzymanymi od zadowolonych klientów. Jaki jest sposób jej działania, dlaczego świadczone przez nią usługi są aż tak ważne?

Polskie firmy w dużej mierze zainwestowały już w rozmaite narzędzia ERP. Jednak prezes Infaru dostrzegł, że to dopiero połowa drogi. – Przy obecnym poziomie informatyzacji w polskich spółkach, firmy produkują w formie raportów itp. bardzo dużo danych. Rzecz polega na tym, że z tych danych może sporo wynikać, ale dla niektórych może nie wynikać nic, bo nie każdy potrafi to dostrzec. Ich analiza jest bardzo skomplikowanym procesem. Infar opracowuje systemy pozwalające na wyciągnięcie z danych konkretnych, istotnych

informacji – tłumaczy Roman Ferster, prezes firmy. – Co to oznacza w praktyce? Na przykład ktoś, opierając się na raporcie ze sprzedaży, zobaczy, że obrót z danym kontrahentem wynosi 5 milionów złotych. Na pierwszy rzut oka współpraca zdaje się więc świetnym biznesem, ale jeśli zderzy się to z kosztami, płatnościami czy rzetelnością klienta, może się okazać, że wcale tak nie jest. My pomagamy oceniać, biorąc pod uwagę wszystkie dostępne dane, pomagamy podejmować dobre decyzje – tłumaczy.

Infar wspiera więc choćby pracę menedżerów – nie muszą tracić czasu na przygotowywanie raportów, mają za to czas na ich wnikliwą ocenę. Często zarząd firm, głodny danych, każe co jakiś czas przygotowywać pracownikom niemal takie same raporty, różniące się za każdym razem tylko liczbami w poszczególnych kolumnach. Infar stawia na pełną automatyzację tego, nie okłamujemy się, nudnego procesu. Samym produktem jest usługa wdrożeniowa.

Aplikacja na miarę

Rozwiązania oferowane przez Infar korzystają z gotowych narzędzi analitycznych, służących do budowania analiz i raportów. – Przygotowujemy takie analizy z różnych obszarów: kontrolingu, sprzedaży, finansów, logistyki czy produkcji. Wszystkie są dostosowywane do potrzeb konkretnego użytkownika. Klient otrzymuje aplikację, którą zamówił, jest to taki kubraczek szyty na miarę. Najpierw identyfikujemy jego potrzeby, a potem staramy się zawrzeć w aplikacji wszystkie potrzebne składniki. To



” **Firmy produkują w formie raportów itp. bardzo dużo danych. Może z nich sporo wynikać, choć dla niektórych może też nie wynikać nic. Nie każdy potrafi to dostrzec. Infar opracowuje systemy pozwalające na wyciągnięcie z danych konkretnych, istotnych informacji.**

ROMAN FERSTER

sprawia, że każda aplikacja jest właściwie autorska – mówi Roman Ferster.

Zadania, których podejmuje się Infar, wymagają wiedzy z zakresu wielu dziedzin – matematyki, informatyki, ekonomii. Kto może zostać pracownikiem? Liczą się przede wszystkim wszechstronność oraz chęć poszerzania wiedzy. Do spółki ściągani są głównie specjaliści dziedzinowi, eksperci od wiedzy księgowej czy logisty-

ki, którzy obsługi systemów informatycznych uczą się już na miejscu.

Informatyka to taka branża, która w praktyce branżą nie jest: niby produkty firm powstają za pomocą klawiatury i ekranu, ale poza tym poszczególne firmy mają ze sobą niewiele wspólnego. – Owszem, wykorzystujemy narzędzia informatyczne, ale jako narzędzia. Mówiąc krótko, jeśli chcę zjeść zupę, to sięgam po łyż-

kę, ale nie skupiam się na łyżce, a na zupie. Istotne jest to, co będę jadł, a nie czym – mówi założyciel. Wyciąga z torby tablet i pokazuje jedną z przykładowych aplikacji. Na jednej stronie najważniejsze wykresy, swoisty raport o stanie firmy, aktualizowany na bieżąco. Jedno stuknięcie w ekran przenosi menedżera do konkretnych danych, drugie do stanu realizacji kluczowych elementów takiego czy innego projektu. Stworzone za pomocą narzędzi informatycznych, ale to tylko droga do sukcesu, nie sam sukces.

Dla prezesa prowadzenie firmy jest nie tylko pracą, ale też pasją, co widać było nawet podczas rozmowy z nim. Jak sam przyznał, jego dewizami są elastyczność, otwartość i profesjonalizm. Dokładnie to samo można powiedzieć o jego dziecku – Infarze.

www.infar.com.pl

Polacy, naród mobilny

Dariusz Gawron nigdy nie myślał o własnym biznesie. Samodzielne prowadzenie stacji pod znakiem BP w Zielonej Górze było dla niego wyzwaniem, ale całkowicie mu sprostał. Wie, co zrobić, żeby być dobrym szefem, i nie żałuje podjętej rok temu decyzji.

Stacje benzynowe BP to stacje typu premium. Na polskim rynku pod logo BP działa dziś ponad 440 placówek tego typu. Część z nich to własne stacje zarządzane przez kierowników, część to stacje partnerskie, takie jak ta Dariusza Gawrona, a część stacje prywatne, samodzielnie wybudowane i posiadające autoryzację firmy BP.

Nie chciałem prowadzić biznesu

Stacji benzynowych wciąż przybywa, a Polacy odgrają się, że ceny benzyny są za wysokie, że przestaną jeździć samochodami. Pomimo, że paliwo w naszym kraju wciąż jest jednym z tańszych w Europie, wszyscy czują kryzys.

– Niezadowolone widać, kiedy cena dobija do pełnej złotówki. W okresie wakacyjnym dochodziliśmy do 6 zł, wtedy gros klientów mówiło, że przeczuci się na rower, że ostatni raz tankują, że za drogo, że lepiej pieszo albo komunikacją miejską. Ale nie ma gdzie zaparkować w mieście, u nas na placu tłok, klienci jak widać tankują, wcale nie mniej. Wszyscy się denerwują ceną paliwa, pamiętam kilka lat temu, kiedy cena dochodziła do 5 zł mówili to samo, że przestaną jeździć, tankować... i dalej jeździmy, i dalej tankujemy. Ten, kto musi używać samochodu, musi wlewać mu

benzynę, nie ma rady – mówi partner BP Dariusz Gawron. To prawda, Polacy wciąż jeżdżą, coraz częściej dojeżdżają do pracy, bo już nie miejsce zamieszkania określa miejsce pracy. Dojeżdżają do szkół i na uczelnie. Wracają na weekend do domów, do rodziców. Liczba samochodów nie maleje.

Stacja benzynowa BP działa w tym miejscu od lat, klienci są przyzwyczajeni, nie trzeba było zdobywać ich podstępem. Poprzedni partner sieci odszedł na emeryturę. – Wcześniej przez siedem lat pracowałem dla firmy BP, byłem kierownikiem jednej ze stacji. Do stałem propozycję objęcia tej stacji na zasadach franchisingu i zaryzykowałem. Nigdy nie chciałem prowadzić własnego biznesu, wystarczało mi 26 dni urlopu, ale spróbowałem i nie żałuję – mówi Dariusz Gawron, który od roku zarządza majątkiem BP na terenie stacji. Oprócz tego pod własnym szyldem prowadzi sklep i myjnię automatyczną oraz ręczną.

– Naszą branżą jest handel. Podstawowa działalność to sprzedaż paliw, ale wiemy dokładnie, że marża na paliwach nie jest taka, żeby to się specjalnie opłacało. Musimy się czymś dodatkowo wspierać. Rozwiązaniem jest otwarcie sklepu, kącika

gastronomicznego, który od kilku lat prowadzony jest u nas pod logo Wild Bean Cafe, no i suma tych wszystkich odrębnych działalności powoduje, że możemy z tego wyżyć – tłumaczy Dariusz Gawron. – Na pełny bilans finansowy ma też wpływ to, że oprócz zwykłych opłat, muszę zapłacić kwotę ustaloną w umowie franczyzowej.

Supermarket z paliwem

Na placu stoi 12 dystrybutorów i wszystkie zajęte. Poza miastem, bliżej granicy sprzedaż jest ponad dwa razy większa. Na podjeździe nie widać starych samochodów, rzadko trafia się pojazd ponad dziesięcioletni.

– Stacje BP nie należą do najtańszych, wszyscy ci z autami paliwożernymi tankują na Bliskiej czy innych stacjach ekonomicznych. U nas mamy poziom średni i wyższy – mówi Dariusz Gawron.

Ceny na stacji są dyktowane sytuacją na rynku, na bieżąco sprawdzane i ustalane. – Zerkamy, co się dzieje z konkurencją, wysyłamy wszystkie dane na temat cen na stacjach konkurencyjnych z naszego segmentu, tych, które da się porównać. To mój

codzienny obowiązek, objechać okolicę, sprawdzić, przesłać dane do centrali w Krakowie. I oni dalej decydują, co się dzieje z cenami – tłumaczy.

Na stacji zatrudnionych jest 14 osób. – Dbam o to, żeby ludziom miło się ze mną pracowało, żeby panowała dobra atmosfera. W dzień, w nocy. Chodzi o to, żeby lubić miejsce pracy.

14
osób

zatrudnia stacja
BP Service
Center
w Zielonej Górze



„Dbam o to, żeby ludziom miło się ze mną pracowało, żeby panowała dobra atmosfera. W dzień, w nocy. Chodzi o to, żeby lubić miejsce pracy.”

DARIUSZ GAWRON

Pracujemy na wszystkie zmiany. Jesteśmy trochę jak całodobowy supermarket ze sprzedażą paliwa – mówi Dariusz Gawron. Klienci korzystają ze sklepu jak z apteki, awaryjnego sklepiku z pamiętkami i upominkami czy ostatniej szansy na kolację. To

ważny punkt dla podróżnych, miejsce na przystanek, zapytanie o drogę, nocleg w pobliżu. – Trudności? Normalne. Czasem zdarzają się kradzieże. Częściej ludzie odjeżdżają z zapominalstwem, czasem odbiorą telefon w trakcie tankowania. Rozmawia-

ją, wsiadają, odjeżdżają bez płacenia. Najczęściej wracają, za godzinę, dwie, 15 minut, przepraszają. A czasem nie – potem sprawdzamy na monitoringu, najczęściej się okazuje, że auto ma kradzione tablice – opowiada partner BP Dariusz Gawron. – To fajna praca. Dobrze by było się rozwijać, ale po roku to trudno powiedzieć, w jakim kierunku. Jakby pojawiła się w okolicy jakaś nowa stacja BP, to czemu nie. Na razie mam jedyną, jaka jest w okolicy. Kto wie, może to szansa? – zastanawia się Dariusz Gawron.

www.bp.pl

Patent na skanowanie

Wbrew przewidywaniom futurologów, ekrany zapewne nie wyeliminują z obiegu papieru. Jednak by świat cyfrowy mógł współpracować z tym papierowym, trzeba zdigitalizować miliony stron dokumentów wyprodukowanych w epoce przed nastaniem komputerów. Specjalizuje się w tym firma Inco, kierowana przez Lutza Orwata i Ewę Gula.

U nas ISO faktycznie żyje, to nie jest jakiś nierzeczywisty wymóg, tylko codzienność – mówi Ewa Gula, wiceprezes firmy Inco z Wawrowa na peryferiach Gorzowa Wielkopolskiego. Faktycznie, nim gość dotrze do jej gabinetu, musi podpisać oświadczenie o zachowaniu poufności danych, zgłosić posiadane telefony komórkowe i aparaty fotograficzne. Firma obracająca milionami stron dokumentów, często poufnych lub wrażliwych, nie może sobie pozwolić na jakiegokolwiek naruszenia bezpieczeństwa. – Zgodnie z procedurami mamy nawet siedzibę zapasową, w razie kryzysu możemy tam błyskawicznie przenieść całą działalność – mówi.

Z papieru prosto na ekran

Firma powstała w 1999 roku jako spółka córka niemieckiej Bundesdruckerei, odpowiednika naszej Polskiej Wytwórni Papierów Wartościowych. Inco – do dziś nikt w firmie nie ma pewności, skąd wzięła się taka akurat nazwa – powstało jako podwykonawca przy skanowaniu i obróbce dokumentów niemieckiego urzędu patentowego. Lokalizacja była dogodna, bo o połowę bliżej stąd do Berlina niż do Warszawy.

Do firmy trafiały tysiące stron zapisanych drobnym maczkiem, pełnych

wykresów lub rysunków. Na miejscu je skanowano, korektorzy sprawdzali słowo po słowie czy komputerowy system rozpoznawania pisma (tzw. OCR) prawidłowo odczytał tekst, w razie potrzeby nanosili poprawki. Gotowy dokument cyfrowy trafiał drogą elektroniczną do zamawiającego, a jego wersja papierowa – do odbiorcy.

W wielu wypadkach dokument wyjściowy w formie elektronicznej nie musi wyglądać identycznie jak oryginał. Musi jednak zawierać identyczną treść, a przy tym – w zależności od zamówienia – oferować na przykład możliwość zaznaczenia części tekstu, skopiowania go w inne miejsce lub wyszukania w dokumencie odpowiedniego terminu. Mają z tym problem choćby polskie samorządy, które do dziś wiele wytworzonych na komputerze dokumentów drukują, a następnie ich zdjęcia zamieszczają na swoich stronach internetowych.

Takich zdjęć nie znajdzie wyszukiwarka internetowa, nie przeczyta jej też program ułatwiający czytanie osobom niewidomym. Z dokumentami przygotowanymi profesjonalnie nie ma tego problemu.

Pierwsze stałe zlecenia pochodziły w całości od spółki matki zza Odry. Z czasem jednak firma rozszerzyła działalność i zajęła się także skanowaniem i obróbką dokumentów dla innych podmiotów.

– Dotąd większość dużych projektów, w jakich braliśmy udział, to m.in. digitalizacja, rozpoznawanie tekstu i dalsze przetwarzanie zasobów archiwalnych Niemieckiego Parlamentu Federalnego. Zajmowaliśmy się także digitalizacją księgozbiorów. To bardzo ciekawa, czasochłonna, wymagająca doświadczenia praca z książkami. Gdy się bierze do ręki starodruk z XV czy XVI wieku, to aż ciarki po plecach przechodzą. To bardzo delikat-

ne przedmioty, trzeba je traktować z wielką uwagą. Ale archiwizowaliśmy też dokumenty na potrzeby Starostwa Powiatowego w Poznaniu czy księgi metrykalne i stanu cywilnego Archiwum Państwowego w Kaliszu – wylicza Ewa Gula, która zaczęła pracę w Inco w czasie studiów na ger-

manistyce Uniwersytetu Szczecińskiego. Od 2002 r. awansowała, od stanowiska młodszego korektora, przez kilka kolejnych stanowisk aż po asystentkę zarządu do spraw technicznych. Od 2008 r. jest wiceprezesem firmy.

Wystarczy kliknąć

Jak mówi pani wiceprezes, skala trudności poszczególnych projektów jest bardzo różna, tak jak różne są wymagania zamawiających. – Nie-

90
osób

zatrudnia
spółka
INCO



„Wielkość zlecenia zależy od odbiorcy: dla urzędu patentowego przerabiamy ok. 150–200 tys. stron miesięcznie, dla innego klienta niemal pół miliona stron, dla jeszcze innego od 50 do 100 tysięcy. A strona stronie nie równa.

EWA GULA

k którzy klienci potrzebują jedynie fotografii papierowego oryginału, inni potrzebują tzw. metadanych, żeby dało

się odszukać konkretny termin w dokumencie lub skopiować jego treść. Z dokumentami wyprodukowanymi

w ostatnich pięciu latach standardowy OCR sobie poradzi, ale starsze papiery, pisane różnymi czcionkami lub wręcz odręcznie – to już większe wyzwanie dla korektorów – mówi Ewa Gula. Dodaje, że często trzeba wgrać do komputera obsługującego skaner dodatkowe słowniki tak, by na przykład nie uwspółcześniał na siłę XIX-wiecznej polszczyzny czy późnośredniowiecznego niemieckiego.

Rocznie przez niepozorny biurowiec w podgorzowskim Wawrowie przechodzą setki tysięcy stron dokumentów. – Dla urzędu patentowego przerabiamy ok. 150–200 tys. stron miesięcznie, ale dla innego klienta niemal pół miliona stron, dla jeszcze innego od 50 do 100 tysięcy. A strona stronie nie równa – mówi Ewa Gula. Dziś przetworzeniem kartek na ich ekranowe odpowiedniki zajmuje się w firmie ok. 90 osób.

Choć skanowanie księgozbiorów czy archiwów może się wydawać działalnością niszową, ocenia się, że ta branża może tylko rosnąć. Już dziś coraz więcej firm stara się przestawić w możliwie dużym zakresie na cyfrowy obieg dokumentów. Pełny przeskok blokują na razie przepisy, ale i one będą musiały się zmienić i uznać wyższość plików .pdf nad plikami kartek.

– Na razie nie można tego robić w większej skali, bowiem ciągle jeszcze wiele dokumentów trzeba archiwizować w postaci papierowej i trzymać w pudłach czy teczkach przez lata. Ale na własne potrzeby wprowadziliśmy na przykład digitalizowanie faktur, by uniknąć papierologii, i na własnej skórze doświadczyliśmy, jakie to jest fajne i praktyczne rozwiązanie. Zamiast biegać do archiwum i wyszukiwać w segregatorach, wystarczy kilka kliknięć i fakturę mam przed sobą – mówi Ewa Gula.

www.incoscan.com

Partner najwyższej klasy

Być może dla laika produkcja podłuznic nie jest tematem fascynującym. Trzeba jednak wziąć pod uwagę, że produkcja ta odbywa się pod międzynarodową marką GEDIA, że jest to skomplikowana część, której produkcja wymaga zaawansowanych technologicznie procesów. Są one montowane w najnowszym Oplu Astra IV.

GEDIA jest niemiecką korporacją, której korzenie sięgają 1910 roku. Dwaj bracia założyli wtedy firmę jubilerską, która przez lata rozwijała się i dostosowywała do potrzeb rynku, stając się dziś międzynarodową grupą firm specjalizujących się w wytłaczaniu, zgrzewaniu i znakowaniu elementów metalowych dla przemysłu motoryzacyjnego. Zakłady produkcyjne spółki znajdują się w różnych częściach świata. Każdy z nich posiada inną specjalizację, inny zakres i możliwości działania.

– Pomimo tak dynamicznego rozwoju, nadal funkcjonujemy jak firma rodzinna. Dlatego też, choć każda spółka córka jest inna, mamy wspólne cele i jeden zarząd. Działamy jako grupa i staramy się równomiernie rozwijać – mówi Andrzej Marcinek, dyrektor zarządzający GEDIA Poland Assembly.

Rodzina wywodząca się z Attendorf w Niemczech jest dziś obecna w Polsce, z dwoma zakładami w Nowej Soli, na Węgrzech, w Hiszpanii, w Meksyku i Chinach. Pierwszą zagraniczną inwestycją firmy był no-

wosolski zakład produkcyjny działający nieprzerwanie od 1998 roku. Dziś zatrudnia on około tysiąca pracowników i zajmuje się tłoczeniem oraz montażem elementów do wiodących marek w przemyśle motoryzacyjnym.

W 2009 roku w Kostrzyńsko-Słubickiej Specjalnej Strefie Ekonomicznej, jednej z największych w Polsce stref inwestycyjnych, powstał Zakład GPL2, czyli GEDIA Poland Assembly. Nowa spółka skorzystała z doskonałych warunków strefy, która zapewnia największe w Polsce ulgi podatkowe dla swoich inwestorów.

29
procent

zatrudnionych
w polskich
zakładach
GEDIA
stanowią
kobiety

Rama high-tech

– Gdy podejmowaliśmy decyzję o budowie zakładu, chcieliśmy, by pomimo kryzysu powstał jak najszybciej. Dlatego wszystkie prace wykonaliśmy zgodnie z planem. Od wbicia pierwszej łopaty do uroczystego otwarcia fabryki w listopadzie 2009 r. nie minęło półtora roku – wspomina Andrzej Marcinek. To właśnie załoga GEDIA Assembly specjalizuje się w montażu podłuznic

cy do Astry IV, czyli elementu nośnego konstrukcji całego podwozia. Jak sama nazwa wskazuje, podłuznica biegnie wzdłuż samochodu i jest kluczowym elementem całego szkieletu auta. To bardzo skomplikowany przestrzennie element podwozia, dlatego jego produkcja wymaga stosowania najnowszych technologii. – Dysponujemy takimi technologiami – zaznacza Andrzej Marcinek. – To właśnie dzięki nim staliśmy się dostawcą pierwszego rzędu dla General Motors.

Co więcej, firma jest również cennym doradcą w dziedzinie badań i rozwoju. W procesie produkcji wykorzystuje nie tylko pojedyncze stanowiska, lecz także roboty zgrzewalnicze i modułowe automatyczne linie produkcyjne. – Jesteśmy najwyższej klasy partnerem międzynarodowym – nie kryje dumy Andrzej Marcinek. – Innym, również złożonym projektem będzie wachacz do kolejnej wersji modelu Astra – pierwsza ruchoma część produkowana w Grupie GEDIA. Cieszymy się, że zaufano właśnie nam – opowiada dyrektor. Koncern GM w uznaniu wysokiej jakości produktów uhonorował firmę prestiżową nagrodą Supplier Quality Excellence Award.

Zgodnie z mottem korporacji „Razem, o krok naprzód” polska spółka idzie dalej. W tym roku uzyskała nowe projekty od kolejnego klienta, tym razem od BMW. – Między innymi jest to cały tył najnowszego modelu BMW i8. To skomplikowana, w całości wykonana z aluminium część, co wymaga od nas wprowadzenia zupełnie nowych technologii obróbki tego meta-



FOT. GEDIA POLAND ASSEMBLY

„Chętnie dzielimy się wiedzą, doskonalimy nie tylko naszą stałą załogę, ale również tych, którzy dopiero zaczynają swoją pracę zawodową. W ludzi trzeba inwestować, to klucz do sukcesu firmy.

ANDRZEJ MARCINEK

lu – spawania laserowego – mówi Andrzej Marcinek.

Zasady nade wszystko

GEDIA Assembly zatrudnia już 182 pracowników, z czego aż 29% stanowią kobiety. To pewnego rodzaju ewenement w przemyśle motoryzacyjnym. – Chcemy poszerzać zatrudnienie. W obu zakładach GEDIA w Nowej Soli znalazło pracę już 1200 mieszkańców miasta i okolic oraz Koźuchowa, co czy-

ni nas największym pracodawcą w mieście – mówi dyrektor. Niektórzy pracownicy dojeżdżają z Głogowa czy Zielonej Góry. Duża, stabilna spółka to dobry zakład, odpowiedzialny za swoją załogę, środowisko i działania lokalne. – Nie stroniemy od działalności charytatywnej. Prowadzimy własną komisję dotacyjną, przeznaczamy pieniądze na rzecz szkół oraz straży pożarnej, sponsorujemy także sport. Nic dziwnego, że GEDIA Poland Assembly została w 2012

r. uhonorowana tytułem i statuetką Ambadora Nowosolskiego Odpowiedzialnego Biznesu.

Przy takim zaangażowaniu we wprowadzanie do produkcji nowości spółka daje także możliwość zdobywania wiedzy na stażach i praktykach. – Chętnie dzielimy się wiedzą, doskonalimy nie tylko naszą stałą załogę, ale również tych, którzy dopiero zaczynają swoją pracę zawodową. W ludzi trzeba inwestować, to klucz do sukcesu firmy. Wyzwania rynku i oczekiwania klientów są na tyle duże, że stale motywujemy naszych pracowników do rozwoju, ale także jesteśmy otwarci na ich własne inicjatywy. Bez ich wiedzy i umiejętności nie moglibyśmy spełnić oczekiwań, jakie stawia dostawca nowoczesny rynek – mówi dyrektor Andrzej Marcinek.

www.gedia.com

Powietrze oblane stalą

Prezes Piotr Pudłowski przez całą młodość słyszał, że są opóźnienia względem planu, bo brakuje rur. Wyszedł z założenia, że trzeba coś z tym zrobić. Założył więc małą firmę, która dziś prowadzi sprzedaż rur na całym świecie. Ale nie ma ambicji budowania imperium – choć mógłby.

Najważniejsze to znać potrzeby rynku, wiedzieć, czym się zająć, gdzie jest nisza. – Po studiach, od 1975 roku pracowałem w PGNiG i ciągle słyszałem, że stoimy, bo brakuje rur. Później budowałem platformę wiertniczą dla Petrobalticu – i znów to samo. W końcu dostałem tzw. bezpłatny urlop, który dobrze wykorzystałem. W dziesięć lat przejechałem 200 krajów. I gdziekolwiek bym się pojawił, tam narzekali na brak rur. I na statkach, i na platformach. Co było robić, wróciłem do kraju i założyłem firmę. Do dziś sprzedaję powietrze oblane stalą – opowiada prezes Piotr Pudłowski.

Zawsze jest jakieś „ale”

Zielonogórskiej firmie stuknęło już 20 lat. W przemysłowej dzielnicy miasta stoi niewielki biurowiec, hala i plac wypełniony rurami o wszystkich możliwych przekrojach. Z początku firma utrzymywała się z kontraktów na rynku lokalnym, z czasem wszystko się zmieniło. – Nie dalibyśmy rady tak się utrzymać, musimy do tego dokładać z dużych kontraktów zagranicznych. Tam pracujemy na marżach od 2 do 4 proc., w Polsce na dużo niższych. Zdarza się, że rury kupujemy w Chinach, gwintujemy w Niemczech, a sprzedajemy w Kazachstanie. Czasem się zastanawiam, dlaczego w Polsce płaci-

my takie duże podatki, skoro te rury nawet nie oglądają Polski. Ale takie jest prawo i trzeba się do niego stosować – mówi właściciel Gazstalu. Poza tym w dzisiejszych czasach patriotyzm to właśnie odpowiedzialność biznesu, płacenie w kraju podatków, powrót do rodzinnej Zielonej Góry czy związanie się z polskimi hutami, żeby dawać pracę Polakom. – W latach 90. z punktu widzenia biznesu, popełniłem błąd. Mogliśmy mieć dwukrotnie wyższe zyski, gdybyśmy korzystali z hut czeskich lub ukraińskich. Zawsze jest jednak to „ale”, które wszystko zmienia – tłumaczy Piotr Pudłowski.

W dobie kryzysu w budownictwie Gazstal nie czuje znaczących trudności. Okazuje się, że z perspektywy firmy budowlanka się nie sprzedaje, ale się buduje. – Co mają zrobić właściciele firm, którzy zatrudniają ludzi? Póki mogą, robią, więc kupują stal – tłumaczy. Klienci firmy są bardzo różnicowani. – Około 4000 lokalnych odbiorców, którzy potrzebują rur dla budownictwa. Startujemy też do dużych przetargów, z których wygrywamy 3-4 na dziesięć. Głównie specjalizujemy się w sprzedaży rur dla branży wiertniczej i wydobywczej. Mamy też kontrahentów, z którymi współpracujemy od 18 lat, na wiele produktów mamy wyłączność na polski rynek – opowiada prezes.

Wartość pieniądza

– Pamiętam, jak pierwszy raz wyjechałem z Polski, zresztą dzięki Petrobaltikowi. Byłem w Stanach i nadzorowałem tam budowę statku. Zaprosił mnie na obiad ich supervisor i ten obiad kosztował, bez napojów, pamiętam do dziś, 120 dolarów, a ja tutaj zarabiałem 25 dolarów – miesięcznie. Mówię, że to strasznie drogo, a on patrzy mi głęboko w oczy i mówi, że można mieć taniej, ale to nie będzie wtedy takie dobre. To była pierwsza lekcja, że nie ma co egzaltować się cenami, tylko trzeba na nie zarobić – wspomina Piotr Pudłowski. Prowadzi biznes z rozsądkiem, stosuje się do zasady złotego środka. W Zielonej Górze zatrudnia 15 osób, ma od 50 do 100 milionów zł obrotów rocznie. Nie chce zakładać filii i rozszerzać działalności w nieskończoność.

– Trzeba doceniać to, do czego się doszło. Duża firma to jeszcze większe ryzyko, i tak odpowiadam już za wielu ludzi. Mam 66 lat, muszę o siebie zadbać, a nie tylko chcieć więcej i więcej. Im większe zarobki, tym więcej niebezpieczeństw. Do bogactwa potrzeba wielkiej mądrości, pieniądź zmienia człowieka – tłumaczy prezes, który cieszy się życiem z rodziną i działalnością pozabiznesową. Od 15 lat działa w Rotary Club. W zależności od sprzedaży przekazuje na cele charytatywne od 50 do 120 tysięcy złotych rocznie.

– Uważam, że działalność charytatywna jest nam przypisana, że jeśli się człowiekowi powiodło troszkę bardziej niż innym, to powinien się dzielić. Smutne jest to, że nie da się pomóc wszystkim. Ludzie piszą z prośbą o pomoc niemal bez przerwy. Odmawiać jest przykro,



„ Jeśli komuś się powiodło trochę bardziej niż innym, to powinien się dzielić. Smutne jest to, że nie da się pomóc wszystkim. Ludzie piszą z prośbą o pomoc niemal bez przerwy. Odmawiać jest przykro, wybierać, komu się pomoże – trudno.

PIOTR PUDŁOWSKI

wybierać, komu się pomoże - trudno – mówi prezes, który poważnie podchodzi do odpowiedzialności w biznesie.

Mądra pomoc

Oprócz Gazstalu jest też właścicielem jeszcze jednej spółki. Takiej, do której dokłada, ale zatrudnionych jest tam 50 osób. To wciąż branża metalowa, ale nieprzynosząca zysku. – W ubiegłym roku udało się i wyciągnęli 400 zł zysku.

Jestem dumny, bo się rozwijają. Zrobili duży piec o skomplikowanej budowie dla Forda w Detroit. To wszystko kwestia ludzi. Udało mi się pomóc mądrymu inżynierowi, który z dnia na dzień stracił pracę w Daewoo. Zapytałem, czy chce u nas zostać do emerytury. Wiem, że mogę ufać jego wiedzy i profesjonalizmowi, myślę, że nieźle płacę i wiem, że nie muszę się martwić. Bo on tam jest – opowiada prezes.

Na dzisiejszym rynku najważniejsza jest cena. Po latach w biznesie można się nauczyć jej poprawnego szacowania. – Kiedyś przy 100 mln obrotu było kilka milionów zysku, dziś jest to kilkaset tysięcy. Jest konkurencja, każdy stara się kupić najtaniej, to jest słuszne. Tak wygląda biznes. Konkurencyjność produkcji chińskiej też się zmienia. Trzeba na to uważać. W ciągu kilku ostatnich lat zarobki w Chinach dwukrotnie wzrosły – całe szczęście, bo dłaczego mają pracować za darmo, ale nie można o tym zapominać. Dlatego świadomie nie buduję imperium stali, bo imperia padają. A ja zwiedziłem świat i teraz chcę pokazać żonie wszystkie te miejsca, w których mi się podobało, to jest mój priorytet – mówi Pudłowski.

www.gazstal.pl

Niszy starczy dla małych

Branża transportowa w największym od lat kryzysie? Może dla wielkich graczy. Na rynku zostaje w sam raz tyle, by założyć firmę transportowo-spedycyjną, znaleźć pracę dla siebie i dziewięciu innych osób. Daniel Radziewicz ze swoją firmą Speed Logistic ze Świebodzina nie ma ambicji stać się potentatem w branży – i dzięki temu wymyka się kryzysowi.

Wstąpienie Polski do Unii Europejskiej i otwarcie granic przywróciło Świebodzinowi, niewielkiemu miastu między Zieloną Górą a Gorzowem, możliwości rozwoju, dzięki którym jego mieszkańcy utrzymywali się przez całe stulecia. Do Berlina jest stąd ledwie 150 kilometrów, do Poznania nawet mniej. – Od dzieciństwa obserwowałem nasze drogi. Leżymy na skrzyżowaniu dróg A2 i S3. Jest tak duży przepływ samochodów, że musi być w tym biznes – mówi Daniel Radziewicz, prezes firmy.

Klient nie ma czasu

W polskiej branży transportowo-spedycyjnej od kilku lat nie jest różowo. Ogólne spowolnienie gospodarcze na całym świecie tylko nałożyło się na symptomy, które widać było już wcześniej. Dogodne położenie naszego kraju spowodowało powstanie setek mniejszych i większych firm specjalizujących się w transporcie kołowym. Nieuchronna wojna cenowa spowodowała spadek stawek za frachty, jednocześnie ceny paliwa nieubłaganie zbliżają się do średniej unijnej (a bywa, że ją przekraczają). Sytuacji nie ułatwia niechęć banków do kredytowania przedsiębiorców.

Tymczasem Daniel Radziewicz postanowił iść pod prąd trendom. – Szukałem i chyba znalazłem niszę, którą

mogą zagospodarować małe firmy, takie jak nasza. Spadło zapotrzebowanie na duże zestawy, ciągniki z naczepami wyładowanymi towarem. Ale jeśli klient ma do przewiezienia dziesięć palet zamiast 30, to ja wygrywam, bo jestem tańszy. Jeździmy mniejszymi samochodami, mamy mniejsze koszty – mówi. Sekret polega na tym, że siedem samochodów należących dziś do firmy to niewielkie auta dostawcze. Mieszczą od 8, przez 10 do 12 palet. Wszystkie o dopuszczalnej masie całkowitej do 3,5 tony. – Duże samochody transportowe są ograniczone mnóstwem przepisów, tachografami, a my mamy małe samochody. Zabiorą mniej ładunku, ale dostarczą szybciej. A klient nie zawsze ma czas, żeby czekać – tłumaczy Radziewicz.

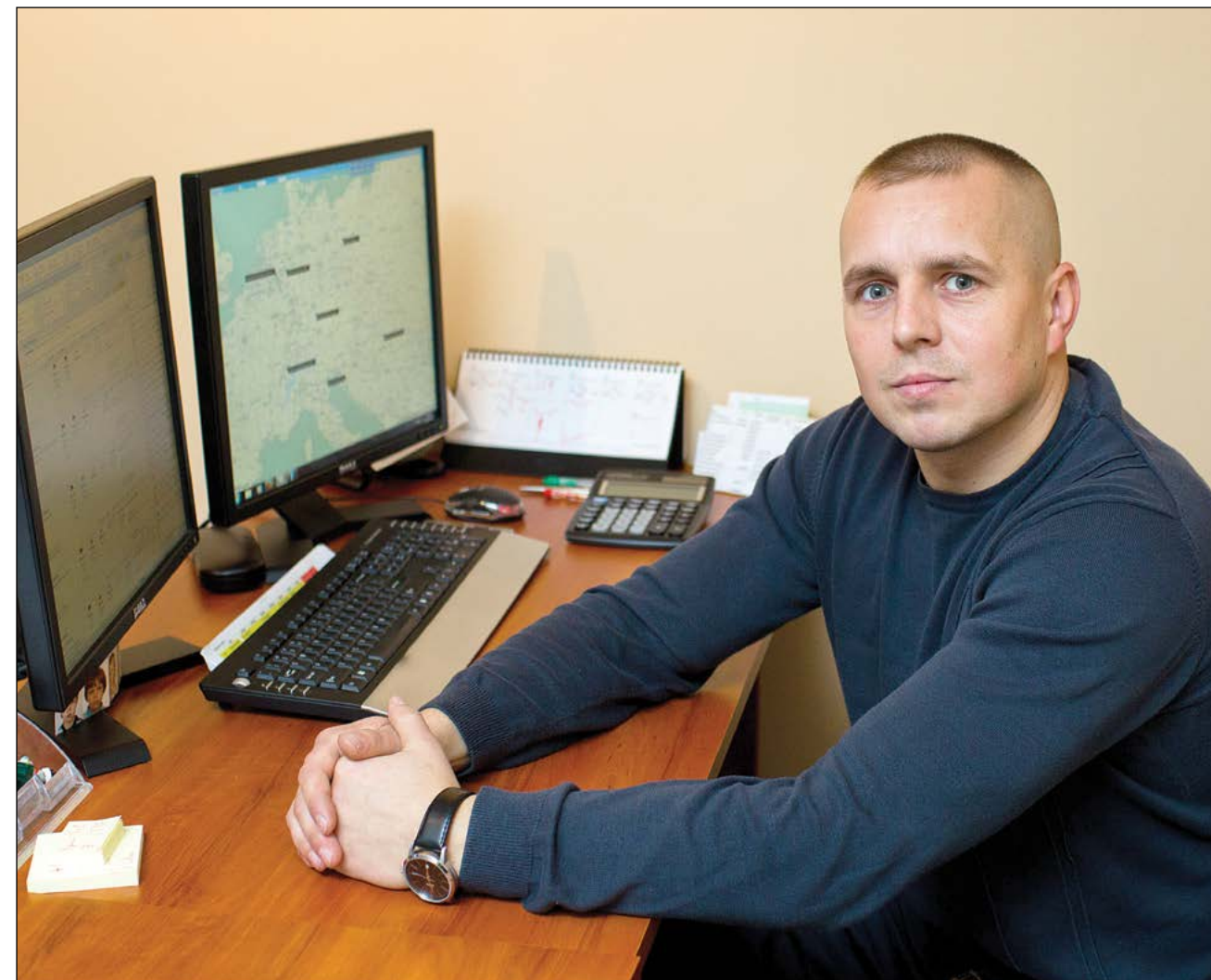
Wpadł na chwilę do niewielkiego biura naprzeciw zabytkowego kościoła św. Michała, jednej z najważniejszych atrakcji turystycznych miasta. Ciężki dzień, jeden z samochodów miał akurat awarię. Szybko sprawdza pozycję pozostałych na ekranie komputera, do tego rzut okiem na internetową giełdę zleceń. – Wszystkie nasze samochody posiadają system lokalizacji i monitorowania pojazdów, którego operatorem jest firma Flotis z Poznania. Dlatego wystarczy nam dwóch pracowników w biurze i siedmiu etatowych kierowców. W razie

zapotrzebowania zatrudniamy czasowo pracowników na umowę-zlecenie – mówi prezes Radziewicz.

Dodaje, że firma w całości powstała ze środków własnych, bez pomocy samorządu czy Unii Europejskiej. – Dofinansowanie dla mikroprzedsiębiorstw na start własnej firmy w teorii wygląda bardzo ładnie, ale jak się człowiek w to zagłębi... Na przykład rozwinięcie floty poprzez zakup kolejnych samochodów nie kwalifikuje się do dofinansowania. Jedyną możliwością dofinansowania transportu jest rozwój biura, czyli zakup biurek, sprzętu biurowego czy komputerów. Jednak z uwagi na długi czas, nawet do czterech miesięcy, oczekiwania na decyzję danej instytucji, poradzę sobie sam, tak jak to się odbywało do tej pory – mówi z uśmiechem Daniel Radziewicz.

Dobre przecucia

Zaczął się od jednego samochodu i jednego klienta. – Podpisaliśmy umowę z dużą grupą transportowo-spedycyjną, z którą współpracuję już od dłuższego czasu. W ramach grupy zajmujemy się transportem mebli z Polski do krajów Unii Europejskiej, głównie do Niemiec, Francji i Czech, ale także do Rumunii. Około 40 proc. zleceń ma związek ze współpracą w ramach grupy, pozostałe pozyskujemy z giełdy transportowej oraz od lokalnych przedsiębiorców – mówi prezes Speed Logistic. Dodaje, że choć firma jest młoda, wyrobiła już sobie markę. – Pomogły giełdy transportowe, ale też pozytywne relacje z innymi przewoźnikami i trochę telefonów do właściwych osób. I dobra pamięć do telefonów – mówi z uśmiechem Ra-



” Kończyłem wydział zarządzania w Zielonej Górze. Nie żaden profil transportowy, wiedzę o branży zdobywałem z marszu. Ale studia przydały się do wyrobienia trzeźwego myślenia, analizowania sytuacji, podejmowania decyzji i wyciągania wniosków.

DANIEL RADZIEWICZ

dziejcz. Szef przykłada też wagę do takich „drobiazgów” jak terminowe regulowanie należności – dziś jest to rzadkością, zwłaszcza wśród małych firm. Dlatego Speed Logistic uczest-

niczy w programie „Płać terminowo”, obecnie trwa proces jej certyfikacji.

Sam Radziewicz pochodzi ze Świebodzina, tu się wychował. – Kończyłem wydział zarządzania na Uniwersy-

tecie w Zielonej Górze. Nie żaden profil transportowy, wiedzę o branży zdobywałem z marszu. Ale studia przydały się do wyrobienia trzeźwego myślenia, analizowania sytuacji, podejmowania decyzji i wyciągania z nich wniosków. W małej firmie to często kwestia przecucia: podjąć zlecenie, czy nie warto, pojechać i czekać trzy dni, czy się nie opłaci – mówi. A jeśli małej firmie udaje się działać nawet w trudnej branży i podczas recesji, to być może na niszy się nie skończy, i gdy nadejdzie koniunktura Speed Logistic urośnie?

www.speedlogistic.pl

Specjaliści z sektora wypoczynkowego

Firma Nortpol powstała w 2009 roku. W ciągu zaledwie trzech lat wyrobiła sobie silną markę, zaopatrując w swe produkty sklepy z branży dom i ogród na terenie całej Europy. Korzystając z jej produktów można urządzić miłe posiedzenie przy grillu czy ognisku lub po prostu wypocząć w ogrodzie.

Mam duże doświadczenie w biznesie, byłem z nim związany już jako małe dziecko – żartuje Marcin Rogala, założyciel firmy. Jego rodzice prowadzili hurtownię metalową. Jak to często bywa w firmach rodzinnych, wiele jej spraw i problemów było omawianych przy wspólnym stole. – Nie nudziło mnie to – od zawsze z pasją wsłuchiwałem się w rozmowy dotyczące firmy. Jako młody chłopak chciałem zostać dyrektorem banku, żeby mieć dużo pieniędzy, które mógłbym rozdawać biednym ludziom i budować schroniska dla bezdomnych zwierząt – mówi z iskierką w oczach Marcin Rogala, prezes Nortpolu.

Poezja smaków

Biznesem zaczął zajmować się czynnie ponad dziesięć lat temu, również za sprawą rodziców. Karierę rozpoczął właśnie w ich firmie, jako pomocnik od wszystkiego. Później zajął się działem zakupów, a następnie sprzedaży. Rozpoczynając wspinaczkę od najniższego szczebla, piął się w hierarchii spółki coraz wyżej. Dzięki tak dogłębnemu poznaniu biznesu na każdym jego etapie dziś doskonale rozumie się ze swoimi pracownikami. Decyzję o otwo-

zeniu własnej firmy, Nortpolu, podjął wspólnie ze swoją żoną Beatą, która również jest zaangażowana w wiele aspektów jej działalności.

Spółka zajmuje się głównie produkcją i dystrybucją mebli ogrodowych pod marką GoldGarden oraz grillów i kociołków żeliwnych Farmcook. Dystrybuje też urządzenia grzewcze, takie jak piecyki gazowe, konwektory i grzejniki cenionej marki Magnus. W tym segmencie spółka również oferuje wyroby żeliwne: są to piecyki wolnostojące, piece szamotowe i trocinowe, które idealnie nadają się do ogrzewania garaży, pracowni, pomieszczeń handlowych i biurowych, a nawet domów, tam gdzie brakuje centralnego ogrzewania.

Meble ogrodowe wykonywane są przez Nortpol wyłącznie z drewna z certyfikatem FSC gwarantującym, że jest to surowiec pochodzący wyłącznie z upraw ekologicznych. Drewniane stoły czy krzesła z okuciami z żeliwa to produkt uniwersalny. Podobnie grill ogrodowy – każdy mniej więcej już wie, jak wygląda. Natomiast żeliwne lub stalowe kociołki do przyrządzania potraw nad ogniskiem to swoista nowość. Dawniej stosowane

powszechnie w kuchni ludowej, pozwalały na uzyskanie wyjątkowych smaków i zapachów. Prażonki i pieczonki, czyli jednogarnkowe potrawy z krojonych w plastry ziemniaków, cebuli, boczku, kiełbasy i warzyw, do dziś przetrwały jako element kuchni śląskiej, choć najczęściej wykonuje się dziś ich ubogą w aromaty wersję na kuchenkach gazowych czy elektrycznych.

Żeliwne i stalowe kotły wracają teraz do polskiej kuchni, zarówno dzięki modzie na regionalizmy, jak i fascynacji kuchnią węgierską. – Miła atmosfera, ciepło ogniska i przede wszystkim smak przyrządzanych potraw na świeżym powietrzu sprawiają, że kociołki zdobywają coraz więcej fanów kuchni pod chmurką, nie tylko w wiosenne czy letnie, ciepłe dni, ale właśnie w mroźne, śnieżne wieczory, podczas których blask płomieni odbijających się od śniegu i unoszący się zapach potrawy wzbogacają atmosferę wokół ogniska – mówi poetycko Marcin Rogala.

Branża wypoczynkowa

W praktyce poezja smaków przekłada się na rosnący z roku na rok rynek, na którym prawdziwe kotły z żeliwa są wciąż rzadkością. Konkurencja wyrabia je głównie z tańszych materiałów, np. z aluminium. Tymczasem Nortpol jako jedyna firma w Polsce używa automatycznych linii służących do ich produkcji. Automatyzacja przekłada się zarówno na niższe kosz-



FOT. NORTPOL

„ Blisko biznesu jestem od dziecka. Już wtedy lubiłem się przysłuchiwać rozmowom rodziców o sprawach firmowych i nigdy mnie to nie nudziło.

MARCIN ROGALA

ty produkcji, jak też korzystniejszą dla konsumenta cenę. Z roku na rok coraz więcej klientów w całej Europie idzie w las z kociołkami z niewielkiej firmy z Międzyrzecza. W przeciwieństwie do nich, w las nie poszły dziecięce marzenia prezesa firmy o pomaganiu potrzebującym. Nortpol wspiera lokalną grupę ratownictwa medycznego, co roku współorganizując międzynarodowe ćwiczenia z tego zakresu.

Wszystkie produkty Nortpolu można kupić m.in. w sieciach polskiej Grupy PSB, ale też sklepach Auchan, Praktiker, Bricoman czy Bricomarche. Firma dostarcza też swoje wyroby wielu sklepom internetowym, a także sama prowadzi kilka takich przedsięwzięć. Jej wyroby trafiają głównie do Polski, Niemiec, Czech i na Słowację, ale coraz częściej także na Węgry, gdzie każda rodzina posiada przynaj-

mniej jeden kociołek do gotowania gulaszu. Perspektywa rozwoju, zarówno firmy, jak i całej branży, rysuje się więc obiecująco. Sektor wypoczynkowy oraz branża ogrodnicza przechodzą przez kryzys gospodarczy bez większych problemów.

Choć polski rynek nie jest tak duży, jak na przykład niemiecki, to jego wartość stale wzrasta. Właściciele gospodarstw domowych zaczynają coraz bardziej doceniać swoje ogrody. Ich wyposażenie traktują jako inwestycję służącą relaksowi i przyjemnemu spędzaniu czasu.

Mierzyć zamiar podług sił

Tego, że niemal każdy lubi relaks przy dobrym piwie i miseczce chipsów w zaciszu domu, dowodzi mapa Polski, zawieszona na ścianie zielonogórskiego biura Agnieszki Skowrońskiej. Usiana jest gęsto kolorowymi pinezkami, każda z nich symbolizuje punkt sieci monopolowo-tytoniowych sklepów As.

Liczby mówią same za siebie. Firma As, zaczynając niemal od zera, w ciągu dekady rozrosła się do 75 punktów sprzedaży w czterech województwach: lubuskim, dolnośląskim, wielkopolskim i zachodniopomorskim. Co roku powstaje kilkanaście nowych. W ofercie sklepów znajduje się szeroki wybór alkoholi i papierosów, a także różnego rodzaju słodkich i słonych przekąsek – wszystko to w atrakcyjnych, możliwie jak najniższych cenach.

„Ja wam pokażę!”

Lata 90. były dla handlu złotą erą, jednak kiedy firma zaczynała swoją działalność w 2002 roku, już tak łatwo nie było. Na początku nikt nie wierzył w powodzenie przedsięwzięcia, firma powstała zatem niemal na przekór wszystkiemu. – Ludzie się śmiali, kiedy zaczynałam – wspomina Agnieszka Skowrońska – a ja myślałam „ja wam pokażę, że można!”. Bardzo zależało mi na tym, żeby stworzyć pewien system. Serwisant jednej z firm powiedział, że jest to niewykonalne, po prostu nie zadziała – mówi właścicielka sieci sklepów. System to inaczej sieć sklepów ze wspólnym asortymentem i o podobnym profilu, należących do jednej firmy, a nie franczyzowych,

jak większość podobnych placówek w Polsce. Do tego sklepy sieci znajdują się głównie w mniejszych miejscowościach, tam, gdzie nie ma konkurencji wielkich supermarketów.

Właścicielka, która wcześniej pracowała w firmie zajmującej się sprzedażą kas fiskalnych, jak sama określiła, zaczęła kompletnie bez pieniędzy, za to z jedynym pomysłem i odrobiną doświadczenia w handlu. Jej wspólnik, Tomasz Hnidziejko, pracował zaś dla dużego koncernu tytoniowego. Niedługo do zespołu dołączył Tomasz Skowroński, mąż pani Agnieszki, który wniósł doświadczenie handlowe z dużego koncernu napojowego. Początki wiązały się jednak z ciągłym pogłębianiem wiedzy, zarówno na temat rynku, jak techniczno-prawnych aspektów prowadzenia biznesu. No i z tysiącami kilometrów wyjeżdżonymi po okolicy w poszukiwaniu nowych lokalizacji.

Lokalizacja sklepów na terenie małych i średnich miast była świadomą strategią marketingową. Co więcej, na korzyść pomysłu przemawiał również aspekt finansowy – wynajęcie lokalu

w mniejszej miejscowości było znacznie tańsze niż w wielkim mieście. Zatem, biorąc pod uwagę ograniczone zasoby finansowe właścicieli, było to rozwiązanie najrozsądniejsze i najbardziej opłacalne.

– Nie mieliśmy walizki pieniędzy, żeby wynająć lokal w najlepszym miejscu we Wrocławiu, więc mierzyliśmy zamiary na siły. Do dziś zastanawiamy się nad każdą lokalizacją. W sieciach franczyzowych to franczyzobiorca ponosi odpowiedzialność, w naszej – ryzyko jest w całości po naszej stronie. Zawsze potrzebujemy czasu, by zeryfikować dane miejsce. Sprawdzamy zatem, czy sklep jest rentowny, czy nie trzeba go przenieść, bo i tak się również zdarza. Czasami lokalizacje są chybione – przyznaje właścicielka sieci.

15-20
nowych
punktów
sieci As

ma powstać
w 2013 roku

Grunt to system

Pod względem organizacyjnym sklepy As odróżnia od innych miejsc tego typu sposób zaopatrzenia punktów. Firma nie posiada centralnego magazynu, w dużej mierze opiera się na transporcie własnym dostawców. Takie rozwiązanie pełni nie małą rolę w redukcji kosztów prowadzenia działalności i przekłada się na ceny produktów dostępnych w sklepach. – Zaczynaliśmy od południowo-zachodniej Polski, ale myślimy już o ekspansji na Piłę i dalej. Tylko trzeba to rozsądnie rozwiązać pod względem logistycznym – mówi prezes Skowrońska.



„ Nie mieliśmy walizki pieniędzy, żeby wynająć lokal w najlepszym miejscu we Wrocławiu, więc mierzyliśmy zamiary na siły. Do dziś zastanawiamy się nad każdą lokalizacją. W sieciach franczyzowych to franczyzobiorca ponosi odpowiedzialność, w naszej – ryzyko jest w całości po naszej stronie.

AGNIESZKA SKOWROŃSKA

Oczywiście problemami w branży są także dobór pracowników i kontrola. – Stale musimy dbać o to, by w każdym sklepie sieci personel zachęcał do powrotu akurat do nas uśmiechem i przyjazną atmosferą. Bo powiedzmy sobie szczerze, nie jesteśmy jedyni na rynku – tłumaczy Agnieszka Skowrońska.

Ponieważ właściciele duży nacisk kładą na część informatyczną i szerego pojętą kontrolę, już od początku działalności bardzo długo szukano odpowiedniego systemu komputerowego, który podoła zadaniu i jednocześnie nie przyprawi o ból głowy swoją ceną.

W 2013 r. firma – jak co roku – zamierza otworzyć kolejnych 15-20 punktów. – Oczywiście zależy nam nie tyle na ilości, co na jakości otwieranych sklepów. Nie stoi za nami żaden kapitał zagraniczny. Od pierwszego sklepu w Zielonej Górze wszystko jest nasze, rodzime. Na własny rachunek zdobywamy zaufanie klientów, dostawców, w tej kwestii nic się nie zmieniło – podkreśla Agnieszka Skowrońska. Mimo że sama nigdy nie stała za ladą, w nowej branży odnalazła się doskonale. – Nawet jeśli „na swoim” nie jest tak różowo, nie można się poddawać – mawia. A tymczasem jej sieć rozrasta się z roku na rok.

www.sklepyas.pl

Warsztat z doktoratem

Firma Auto-Komplex ma 40 lat. Po ojcu przejął ją syn. Warsztatów samochodowych jest wiele, ale solidnych firm wciąż brakuje. W dobie anonimowych małych serwisów i dużych sieciówek zakład firmowany nazwiskiem konkretnego człowieka z odpowiednią wiedzą, w dodatku prosperujący od lat to rzadkość.

Początek firmy to 1973 rok. Ojciec Kazimierz Szarama założył mały zakład samochodowy, który dość szybko stał się znany w Lubuskiem. Już w 1976 r. miał autoryzację Fiata, tego prawdziwego, nie Polskiego Fiata. To był w owych czasach ewenement, tata był zwyczajnie dobry, zamienił nasze nazwisko w markę, a teraz ja się staram to kontynuować – opowiada Łukasz Szarama, właściciel firmy, a przy tym biegły sądowy, ekspert Polskiej Izby Motoryzacji i doktorant na Politechnice Radomskiej.

Wóz albo przewóz

Na czterdziestolecie planowane jest otwarcie nowej siedziby firmy, budowanej bez żadnych środków zewnętrznych. – Tata przerwał budowę, ja ją wznowiłem. Trzy hale, komora i magazyny na 16 stanowisk, wszystko o powierzchni około 1500 metrów kwadratowych – opowiada właściciel. To będzie jeden z największych serwisów w zachodniej Polsce, nieporównywalny z obecnym, na niewielkiej działce na przedmieściu Nowej Soli. – Musiałem podjąć decyzję, wóz albo przewóz, mury stały, ale fundusze w takiej firmie nie są wielkie. Teraz w dzielnicy mieszkaniowej niewiele można z naszego biznesu wycisnąć, nie można pracować po nocach, nie można sprawnie funkcjonować. No

ale fajnie będzie też móc odpowiednio przyjąć gości i klientów – mówi. Równie istotny jest wzrost komfortu pracy dla samych pracowników.

Oprócz klientów indywidualnych firma obsługuje również floty, na przykład wielotysięczną Corpo Flotę czy firmy takie, jak Coca-Cola, Provident i Pfizer. Także zakłady przemysłowe realizują tutaj swoje zlecenia. – Ktoś z dyrekcji przyjeżdża i widzi, że luksusów tu nie ma. Ale nadrabiamy jakością, podejściem do klienta, elastycznością. Tego nie mają duże sieci serwisów samochodowych. To nie jest równa konkurencja, ale nie jest tak, że jesteśmy bez szans. Kto nam zaufa ten wie, że było warto – tłumaczy właściciel.

Kiedy nazwisko cieszy się dobrą sławą, część klientów przychodzi sama, czasem są to ich dzieci albo wnuki. – Ale to nie jest tak, że nazwisko wszystko załatwia. Teraz muszę ciężko pracować, żeby utrzymać poziom, pójść dalej – mówi Łukasz Szarama. Polacy samochodów mają już sporo, częściej niż nowe kupujemy używane, więc dla mechaników samochodowych, blacharzy czy lakierników zawsze znajdzie się praca. Zwłaszcza jeśli są dobrzy. – O, na przykład teraz zaczyna się sezon na

sarenki i dziki – mówi Łukasz Szarama, wskazując na mocno pokiereszowanego opla. W tym zawodzie trudno nie nabawić się czarnego humoru.

Urzędy wołają dużych

Jak tłumaczy szef nowosolskiego serwisu, coraz częściej i wielkie, i mniejsze firmy wycofują się z współpracy z autoryzowanymi serwisami.

– Bo serwis liczy za każdą śrubkę, a tu, u nas, a to się zrobi coś dodatkowego, a to po kosztach, stałego klienta też się traktuje inaczej – mówi. – Ale urzędy wołają dużych. Dotacje dla takich niewielkich firm jak nasza realnie nie istnieją. Nie znalazłem żadnego programu, który mógłby nam znacząco pomóc. Co innego, gdybym miał tysiąc pracowników – tłumaczy. Jedyne pocieszenie w organizacjach typu OPZL czy nowosolskim urzędzie pracy, który wytrwale wspiera rozwój firmy.

Auto-Komplex zatrudnia 18 pracowników, w tym praktykantów. Nie jest łatwo znaleźć uzdolnionych, wykształconych pracowników. – Pewnie to nie specyfika naszej branży, a problem uniwersalny, ale dopóki trwać będzie podejście „ucz się, bo skończysz w zawodówce”, to

niewiele się zmieni. Brakuje nam dobrych, zdolnych ludzi na rynku pracy – nie ukrywa Łukasz Szarama.

Każdy chce być astronautą

Firma traci też potencjalnych pracowników, bo przecież każdy woli być własnym szefem i pracować w swoim garażu. Szczególnie że jeśli zrobi to po



„Pewnie to nie specyfika naszej branży, a problem uniwersalny, ale dopóki trwać będzie podejście „ucz się, bo skończysz w zawodówce”, to niewiele się zmieni. Brakuje nam dobrych, zdolnych ludzi na rynku pracy w warsztacie.

ŁUKASZ SZARAMA

cichu, zarobi więcej. Warsztat z Nowej Soli nie dysponuje takimi funduszami, żeby dać ogłoszenie i zaprosić mechaników z drugiego końca Polski, zaoferować im warunki, dla których chcieliby migrować za pracą. – Idziemy w innym kierunku, mamy swoich uczniów, wyłapujemy najlepszych z nowosolskich szkół. Uczymy, wysyłamy na szkolenia, zapewniamy prak-

tykę. Liczymy na to, że trafimy na chłopaka który marzył o tym, żeby być np. lakiernikiem. W dzieciństwie każdy chciał zostać astronautą, ale i mechanicy z powołania się zdarzają – opowiada właściciel.

Sam jest młody, wykształcony, dosłownie pół życia pracuje w zawodzie. W 1995 roku rozpoczął praktykę lakierniczą w zakładzie blacharsko-lakierni-

czym, miał wtedy 15 lat, ale cały czas się uczył. Jego atutem jest połączenie wiedzy teoretycznej i praktycznej w naprawach samochodów nowych i starszych. Dziś jest absolwentem studiów inżynierskich, magisterskich, podyplomowych na SGH w Warszawie, a w 2011 r. rozpoczął starania o tytuł doktora na Politechnice Radomskiej. Ma tytuły mistrzowskie z zakresu lakiernictwa i mechaniki samochodowej. Jest specjalistą w zakresie rzeczoznawstwa i rekonstrukcji wypadków, a także ubezpieczeń. Niejednokrotnie z jego doświadczenia przy różnych projektach i analizach korzystały wielkie korporacje, jak np. Kulczyk Tradex, Volkswagen AG czy The Boston Consulting Group.

– Kiedyś byliśmy związani z jedną czy z dwoma markami, ale teraz właściwie robimy wszystko od starych po nowe, wszystkie marki, głównie osobowe, ale i dostawcze do 7,5 t. Często zdarzają się zlecenia na lakierowanie jakichś elementów przemysłowych albo części do ciężarówek – opowiada właściciel.

Firma ma też swoją dodatkową, ciekawą działalność, którą rozpoczął Kazimierz Szarama, podejmując współpracę z francuską firmą przerabiającą pojazdy dostawcze na samochody do sprzedaży bezpośredniej. Takie, w których sprzedaje się kurczaki z rożną, zapiekanki, hamburgery. Fabryka powstała w Nowej Soli, ale produkty jadą m.in. do Włoch i Francji.

– Przyjeżdża do nas samochód, ma samo podwozie i silnik, fabryka robi kształty, my lakierujemy. Przygotowaliśmy wspólną ofertę na Polskę, robimy kilkadziesiąt sztuk rocznie – opowiada właściciel. – Pracujemy z wieloma klientami zagranicznymi, trzymamy poziom, dostosowujemy się do wymagań. Dajemy sobie radę i robimy co trzeba.

www.szarama.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.

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

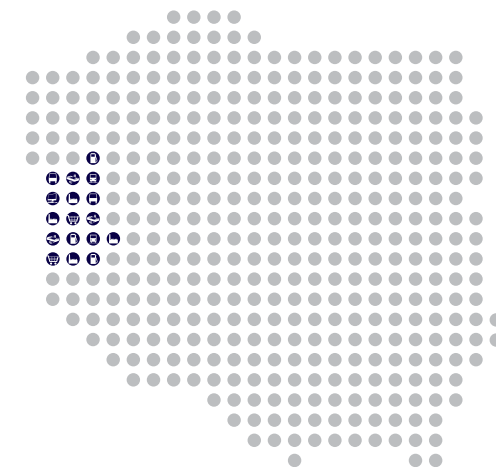
Rekomendacje staną się także podstawą warsztatów dla samorządowców w każdym województwie. Program spotkań obejmie m.in. prezentację dobrych praktyk, sesję porad eksperckich

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.





RADIO BLIŻEJ CIEBIE
słuchaj nas na 103 i 106 FM
www.zachod.pl

STREFA BIZNESU
LOKALNY PORTAL PRZEDSIĘBIORCÓW



strefabiznesu.gazetalubuska.pl

Największy
PORTAL
GOSPODARCZY
z informacjami
o woj. lubuskim



Tu dowiesz się:

- Jakie INWESTYCJE powstają i są planowane w regionie?
- Które FIRMY odnoszą sukcesy na rynku?
- Jakie NIERUCHOMOŚCI są na sprzedaż i wynajem?
- Jakie DOTACJE unijne są do wzięcia?
- Gdzie możesz liczyć na ULGI podatkowe?
- W jakim BIZNESIE można zarobić?

Do Strefy Biznesu wejdiesz także
przez stronę internetową
gazetalubuska.pl

**GAZETA
LUBUSKA**

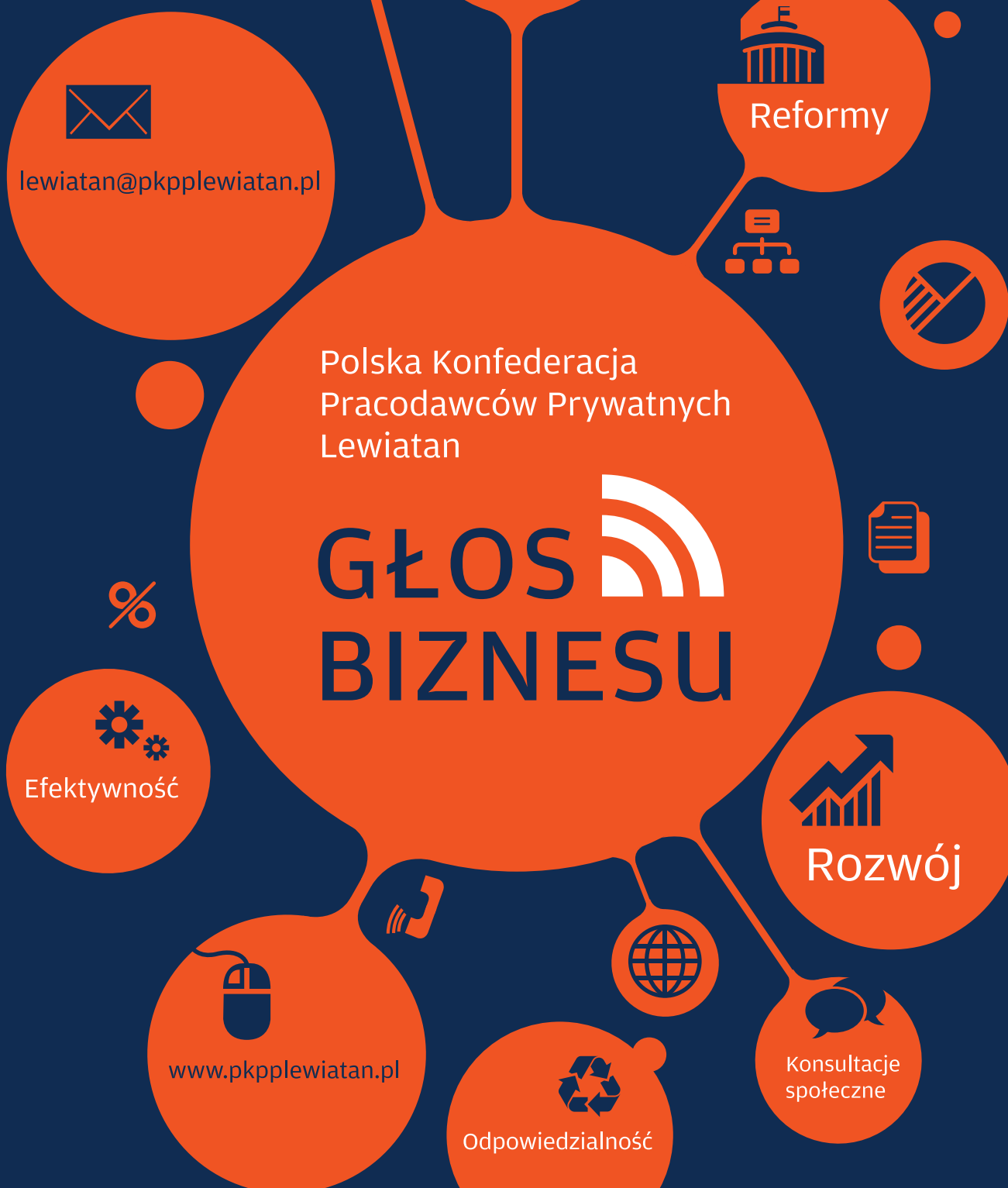
nr 1 w informacji z regionu

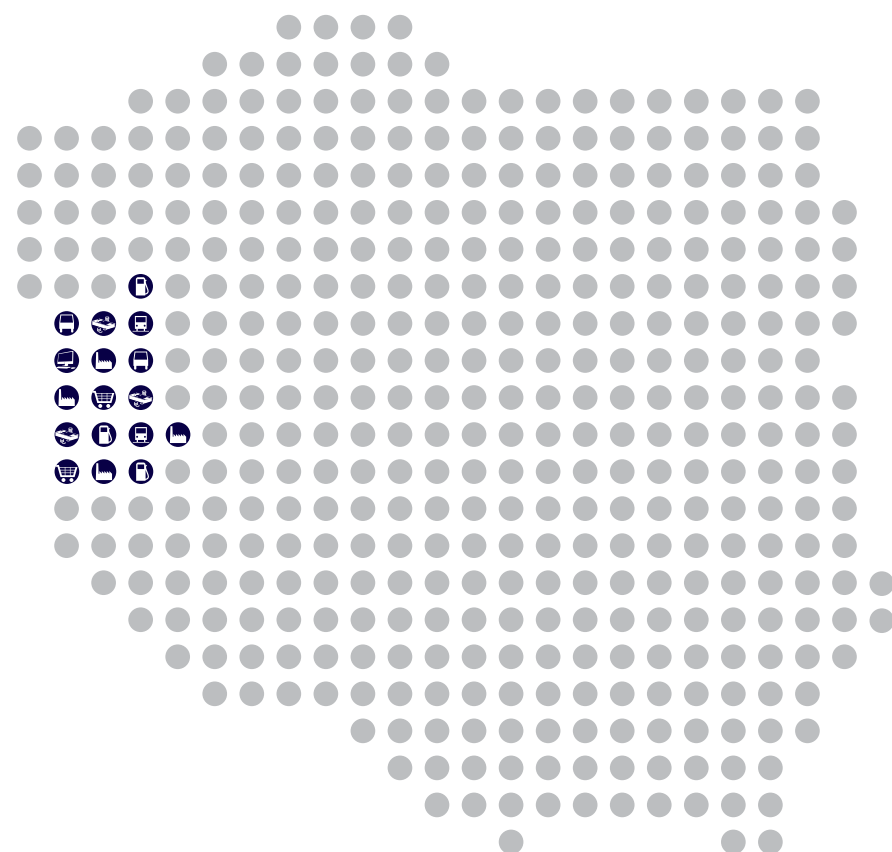


Oferujemy:

- Produkcję spotów reklamowych i billboardów sponsorskich.
- Emisję reklam w blokach reklamowych.
- Sponsoring wybranych programów.
- Lokowanie produktów w audycjach TV.
- Reklamę w: TVP1, TVP2, TVP Info, TVP Polonia, TVP Sport, TVP Kultura, TVP Historia, TVP Seriale, oraz w Oddziałach Regionalnych TVP.
- Reklamę na stronach internetowych TVP.

Zapraszamy do współpracy:
Dział Reklamy, Marketingu i Promocji
TVP S.A. Oddział Gorzów Wielkopolski
ul. Kombatantów 34
tel./ fax +48/95/7284571
www.gorzow.tvp.pl





Spis treści

Wstęp 5

RAPORT „PRZEDSIĘBIORCY ZIEMI LUBUSKIEJ”

Przedsiębiorcy Ziemi Lubuskiej 6

Rozwijamy się. 10

Wszyscy jesteśmy przedsiębiorcami 12

Tysiące przedsiębiorczych kobiet 14

Pomnażamy nasz majątek. 16

Więksi niż Fiat i PZU 18

Pączkowanie kapitału. 20

Naprzód, czyli inwestycje 22

Budujemy zieloną Polskę 24

Miejsca pracy są w przedsiębiorstwach 26

Z naszych podatków 28

Płaca ważniejsza od świadczeń. 30

Najwięksi i najcenniejsi. 32

Jesteśmy konkurencyjni 34

Rolnik, prawdziwy mikroprzedsiębiorca 36

Jesteśmy innowacyjni 38

Odpowiedzialny biznes to my 40

KONKURS „BIZNES. DOBRY WYBÓR”

O konkursie 42

Laureaci z województwa lubuskiego 43

O projekcie „Poprawa wizerunku przedsiębiorców”. 68



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



POLSKA KONFEDERACJA
PRACODAWCÓW PRYWATNYCH
LEWIATAN

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

Publikacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

EGZEMPLARZ BEZPŁATNY