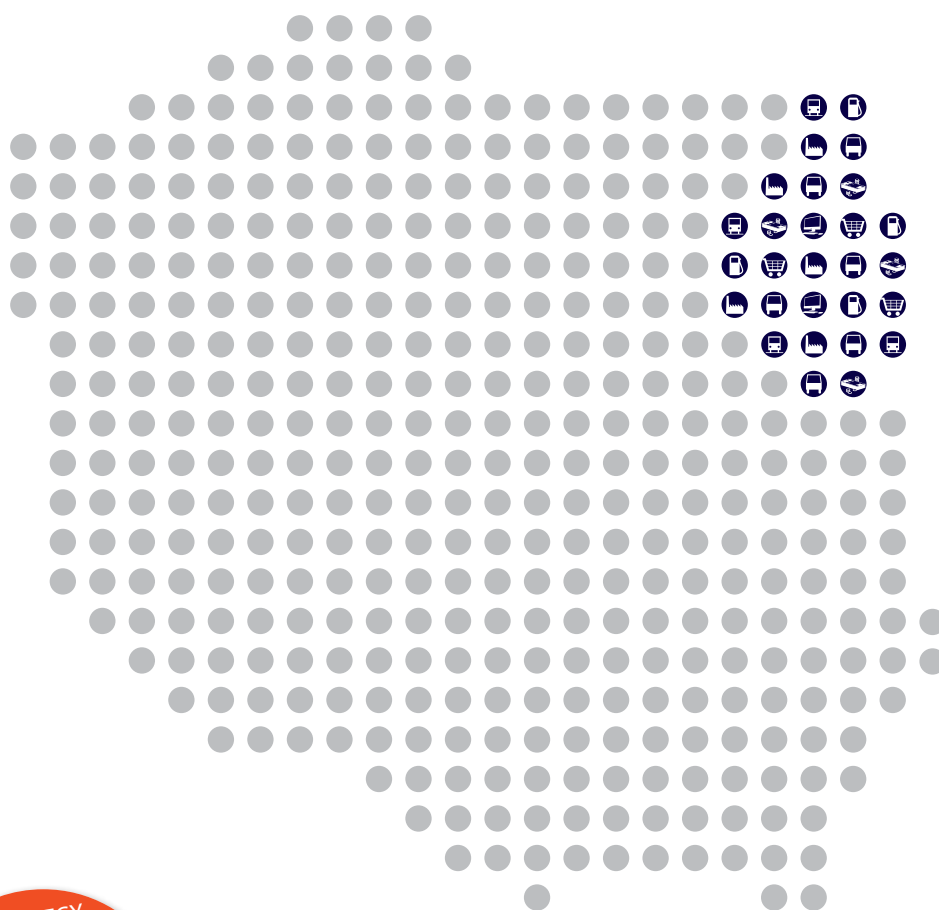


Przedsiębiorcy w Podlaskiem

FAKTY, LICZBY, PRZYKŁADY



POLSKA KONFEDERACJA
PRACODAWCÓW PRYWATNYCH
LEWIATAN

Uwagi metodologiczne do części „Przedsiębiorcy w Podlaskiem”:

1. W kilku miejscach podano liczbę przedsiębiorstw wpisanych do rejestru 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 informacje z REGON, dlatego na karcie tej pokazano przede wszystkim firmy zarejestrowane w 2011 roku. Z badań GUS wynika, że większość z nich (75–80 procent) nadal działa po roku od 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. Jednak na karcie „Płaca ważniejsza od świadczeń” ze względu 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 mikrofirmami. Tam, gdzie nie było to możliwe, wykorzystano dane o firmach zatrudniających powyżej dziewięciu 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 dane zostały tam przedstawione.
6. Raport przedstawia stan danych dostępnych na koniec października 2012 r.

Raport został przygotowany 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, strategię województwa, dane warszawskiej Giełdy Papierów Wartościowych, raporty instytucji, stowarzyszeń i fundacji. W informacjach historycznych dotyczących dziejów gospodarczych podstawowym źródłem była Encyklopedia Historii Gospodarczej Polski (Wiedza Powszechna), a w opisanu 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/ów konkursu „Biznes. Dobry wybór”. W kilku przypadkach sylwetki zostały opracowane na podstawie powszechnie dostępnych informacji, m.in. publikacji prasowych i stron internetowych firm.

ISBN 978-83-61796-55-8
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 Giedrońc (redaktor prowadzący), Joanna Zaręba, Zbigniew Gajewski.

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

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



Publikacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Przedsiębiorcy w Podlaskiem

RAPORT NA TEMAT WKŁADU PRZEDSIĘBIORCÓW
W ROZWÓJ WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

PREZENTACJE LAUREATÓW KONKURSU
„BIZNES. DOBRY WYBÓR”

Grudzień 2012 r.



Szanowni Czytelnicy,



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

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

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

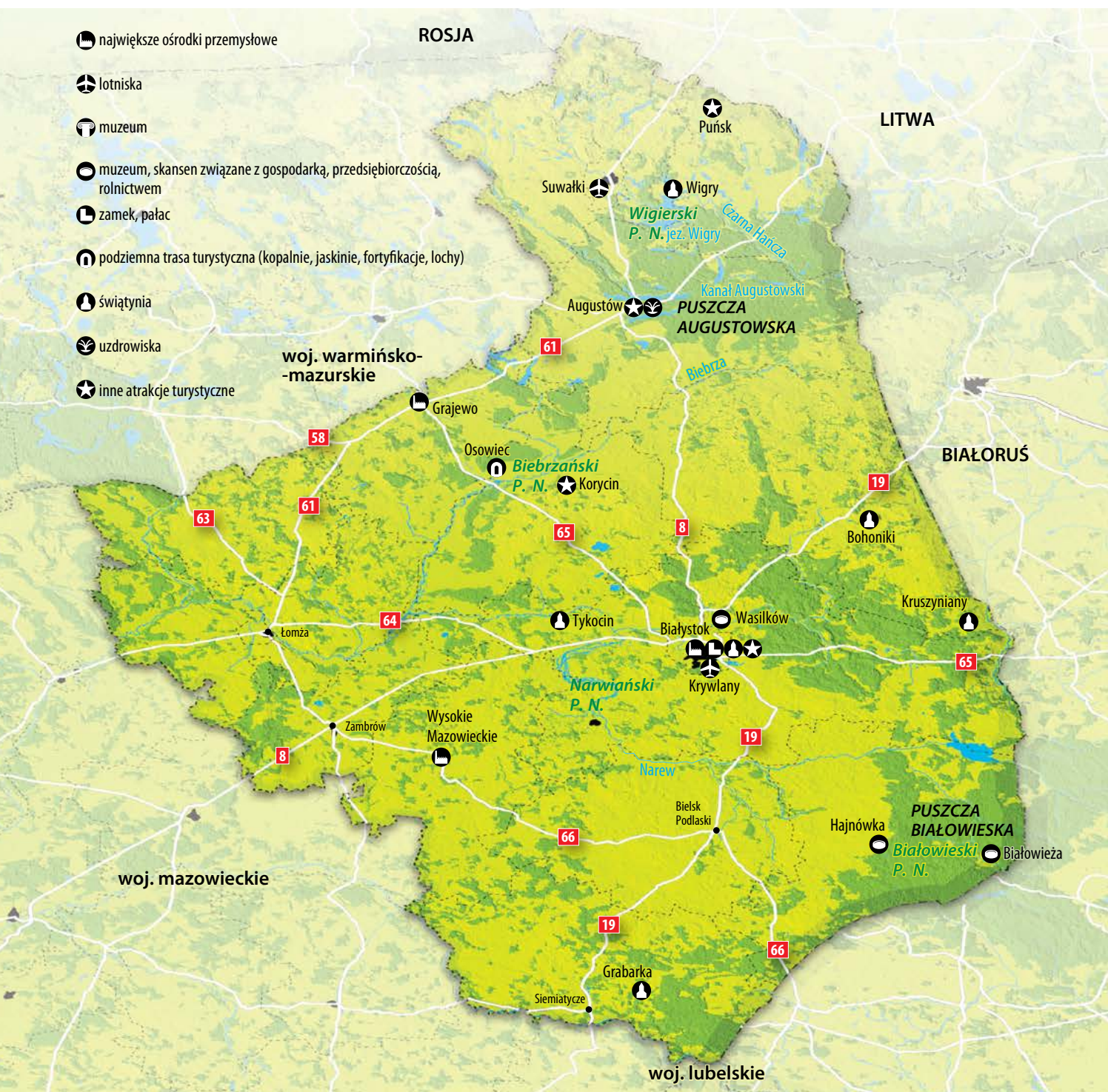
Drugą część tego wydawnictwa stanowią sylwetki laureatów konkursu „Biznes. Dobry wybór”, zorganizowanego przez Polską Konfederację Pracodawców Prywatnych Lewiatan. Wśród nich odnajdą Państwo „twarze biznesu” swojego regionu. Ich dokonania i sukcesy pokazują, że bycie przedsiębiorcą to dobry wybór. Im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

Zapraszam do lektury!

Henryka Bochniarz

Bochniarz
Prezydent Polskiej Konfederacji
Pracodawców Prywatnych Lewiatan

Przedsiębiorcy w Podlaskiem



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 podlaskim aktywnych przedsiębiorców jest ponad 45 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 podlaskie na mapie Polski. Mamy trochę przemysłu, ale jest umiarkowanie wydajny. Natomiast bardzo efektywne są firmy budowlane. Mamy rozwinięte rolnictwo i największe spółdzielnie mleczarskie w kraju. Mamy też sporo walorów turystycznych – od Wigier i Czarnej Hańczy, przez Białystok i Tykocin, do Puszczy Białowieskiej. I wszędzie tysiące przedsiębiorczych ludzi.

Ale przedsiębiorczość na tym terenie nie zaczęła się w III Rzeczypospolitej, choć stosunkowo późno. Wprawdzie od wieków Bugiem, Na-

wią i Biebrzą spławiano drewno i produkty leśne do Gdańska, ale Białystok dopiero w połowie XVIII wieku uzyskał prawa miejskie. Po powstaniu listopadowym w mieście i okolicy szybko zaczął rozwijać się przemysł włókienniczy, przenoszony z Królestwa Polskiego, gdy wprowadzenie ceł na granicy między Królestwem Polskim a Rosją odcięło wschodnie

rynki zbytu. Dodatkowym impulsem rozwojowym stało się otwarcie połączenia z Warszawą (kolej warszawsko-petersburska) w 1862 roku oraz kolei do Ełku (fragment linii Odessa – Królewiec). W 1891 roku w Białymstoku założono telefony, w 1892 wodociągi, w 1910 powstała elektrownia i ruszył tramwaj elektryczny. Takie są tradycje.

Podlaskie w pigułce	Polska	województwo podlaskie
Przyrost naturalny na 1000 ludności	0,3	-0,4
Produkt krajowy brutto na mieszkańca w 2009 roku, w zł	35 210	25 951
Produkcja sprzedana przemysłu na 1 zatrudnionego, w zł	438 819	385 419
Produkcja sprzedana budownictwa na 1 zatrudnionego, w zł	394 783	440 968
Przeciętne wynagrodzenie w sektorze przedsiębiorstw	3 604	3 023
Przeciętna powierzchnia użytków rolnych w gospodarstwie, w ha	6,8	10,1
Podmioty gospodarcze w rejestrze Regon na 10 tys. ludności	1 013	772
Spółki handlowe z udziałem kapitału zagranicznego na 10 tys. ludności	19	5

ZRÓDŁO: GUS, DANE ZA 2011 R.

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 podlaskim 14 257 zł. W 2009 (ostatnie dostępne dane) – 25 951 zł, czyli był o 82 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 Rzeczypospoli-

tej przedstawiamy poniżej w kalendarium. Województwo podlaskie nie jest dziś w czołówce gospodarczej Polski, ale przedsiębiorcy mają tu liczne powody do dumy.

Rozwija się rolnictwo i przemysł mleczarski, drzewny i meblarski. Mlekovita i Mlekoop są krajowymi liderami w swojej branży i znaczącymi eksporterami. Traktory i maszyny rolnicze produkuje Pronar w Narwi, i zatrudniając ok. 200 inżynierów i konstruktorów, silnie inwestuje w nowe produkty innowacyjne. A Samasz z Białegostoku jest liczącym się w Europie producentem kosiarek rotacyjnych. Choć brakuje kapitału, rozwija się przemysł turystyczny; mało jest regionów z taką liczbą parków narodowych i możliwościami dla turystyki wodnej – kajakowej i jachtingu. Województwo podlaskie to naturalny cel dla wyjazdów turystycznych setek tysięcy Polaków.

Co roku też kilka zagranicznych firm lokuje tu swoje inwestycje, a tysiące innych zakładają i rozwijają polscy przedsiębiorcy. To dowody, że panuje tu duch przedsiębiorczości. Wystarczy spojrzeć, ile firm działa w obszarze telekomunikacji i informatyki. Ponad 1220! Co roku o kilka

punktów rozszerza się zasięg szerokopasmowego Internetu – dziś ma do niego dostęp 46,5 procent gospodarstw domowych, a coraz więcej przedsiębiorstw korzysta z własnych wewnętrznych sieci komputerowych. Za każdym z tych 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 podlaskie ma szereg silnych stron:

- korzystne położenie przygraniczne
- dobrze rozwinięte rolnictwo i przemysł rolno-spożywczy, a także maszynowy i drzewny
- względnie tania siła robocza
- tradycja tygła kulturowego
- zróżnicowane, niezanieczyszczone środowisko naturalne
- mocne walory turystyczne
- niski stopień zagrożenia ubóstwem

Są również słabe strony np. ujemny przyrost naturalny, ujemne saldo migracji, zwłaszcza ludzi młodych i dobrze wykształconych, ograniczona liczba szkół wyższych, skromne zaplecze badawczo-rozwojowe.

Gdzie zatem są szanse na rozwój gospodarczy Podlasia? Zapewne jak wszędzie – czyli w obszarach, które już są mocną stroną województwa: w rosnącym popycie na produkty żywnościowe wysokiej jakości i ekologiczne, w silnym przemyśle mleczarskim, w walorach turystycznych, a także w położeniu na osi Polska – republiki bałtyckie i Polska – Białoruś – Rosja. Zwiększy je budowa trasy Via Baltica. Może także w energii odnawialnej – ze względu na rozwiniętą hodowlę, ale i potencjał wiatru. Z pewnością w przemyśle drzewnym i meblarskim. Szansą dla przedsiębiorczych jest też ciągle niski udział usług w produkcie krajowym regionu. Ale w rankingu atrakcyjności inwestycyjnej województw Instytutu Badań nad Gospodarką Rynkową woj. podlaskie jest na ostatnim, 16. miejscu, głównie ze względu na słabą infrastrukturę i niewysoki kapitał społeczny. Przed nami dużo pracy.

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



Muzeum Rolnictwa w Ciechanowcu

SKARBY I BIZNES

Turystyka jest jedną z największych szans dla ludzi przedsiębiorczych i całego regionu. Według danych GUS zakwaterowanie i gastronomia przynoszą 1,1 proc. wartości dodanej wytworzonej w dużych firmach w województwie podlaskim. Ten wskaźnik byłby wyższy, gdyby uwzględnić tysiące małych pensjonatów czy kwater agroturystycznych. Turyści przyjeżdżają tu, bo mamy piękne pejzaże Puszczy Białowieskiej, Wigier, Czarnej Hańcy, bagien i torfowisk nad Biebrzą. Mamy też unikatowe zabytki Tykocina, Białegostoku (Pałac Branickich, pałace i kamienice fabrykantów z okresu

rozkwitu przemysłu włókienniczego), architektury cerkiewnej. Puszcza Białowieska została wpisana na Listę Światowego Dziedzictwa Kulturowego i Przyrodniczego UNESCO. Kanał Augustowski jest uznanym przez prezydenta RP pomnikiem historii. To obiekt historyczny i turystyczny, którego źródła tkwią głęboko w gospodarce i przedsiębiorczości. Kanał Augustowski powstał w latach 1824–1839, by uniknąć pruskich cel paraliżujących handel Królestwa Polskiego. Po polskiej stronie zachował się w znakomitym stanie, bo po raz pierwszy używano w nim wodoodpornego wapna i elementów z prefabrykowane-

go betonu. Mamy też muzeum Kowalstwa i Ślusarstwa w Hajnówce i Rolnictwa w Ciechanowcu. W skansenie w Wasilkowie można natomiast obejrzeć Leśną Bimbrownię, też świadcząca o przedsiębiorczości mieszkańców... Podobnie jak słynny ser koryciński z certyfikatem produktu lokalnego Euroregionu Niemen czy rozwinięte nad Biebrzą i Narwią oglądanie ptaków, ściągające fanów z Holandii, Niemiec i Wielkiej Brytanii. Region znany jest też z imprez wykorzystujących kulturowe zróżnicowanie, wszak żyją tu Polacy, Litwini, Białorusini i Tatarzy, pozostały liczne ślady kultury żydowskiej.

FOT.FOTO10/PHOTOGENICA

20 LAT MINĘŁO

1990

Reforma Balcerowicza. Początki gospodarki rynkowej w Polsce

1990

W Narewce początki działalności firmy Pronar Sergiusza Martyniuka, dziś czołowego producenta traktorów i maszyn rolniczych w Polsce

1992

Spółdzielnia mleczarska w Wysokiem Mazowieckiem przyjmuje nazwę Mlekovita

1993

Zarząd Spółdzielni Mleczarskiej w Grajewie rozstrzyga konkurs na nazwę i logo firmy. Powstaje Mlekoop. Edmund Borawski kieruje nim już 30 lat

1995

Prywatyzacja fabryki papierosów w Augustowie, kupuje ją British American Tobacco

1995

Denominacja złotego

1996

Powstaje suwalska specjalna strefa ekonomiczna

1997

Zakłady płyt wiórowych w Grajewie debiutują na giełdzie warszawskiej

1999

Pfleiderer AG z Niemiec kupuje większościowy pakiet akcji Grajewa

1999

Powstaje województwo podlaskie

2008

Wstrzymanie prac przy budowie obwodnicy Augustowa ze względu na protesty ekologów

2005

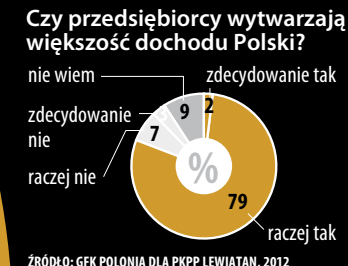
Skarb Państwa sprzedaje amerykańskiej firmie CEDC większościowy pakiet akcji Polmosu Białystok, czołowego producenta mocnych alkoholi w Polsce

2012

Unibep otrzymuje nagrody w prestiżowych konkursach za budowę aquaparku w Suwałkach i osiedla Santorini w Warszawie

ROZWIJAMY SIĘ

1800 ton złota



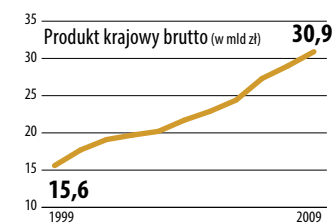
W ciągu ostatnich trzech lat produkt krajowy wzrósł o blisko 10 proc. Trzy czwar-te z niego powstaje w gospodarce, w sferze budżetowej – jedna czwar-ta. Dostrzegają to mieszkańcy województwa podlaskiego, 81 proc. z nich zgadza się ze stwierdzeniem, że to przedsiębiorcy wytwarzają większość dochodu Polski. W naszym wojewódz-twie powstaje 2,3 proc. polskiego PKB.

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

Produkt krajowy jest bardzo waż-ny, ale dla jakości życia istotne są tak-że walory natury czy bezpieczeństwo. W tych kategoriach woj. podlaskie ma dobrą pozycję na tle innych regionów.

Nasz produkt krajowy wart jest tyle co

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



98,4 proc.

30 mld zł to równowartość:

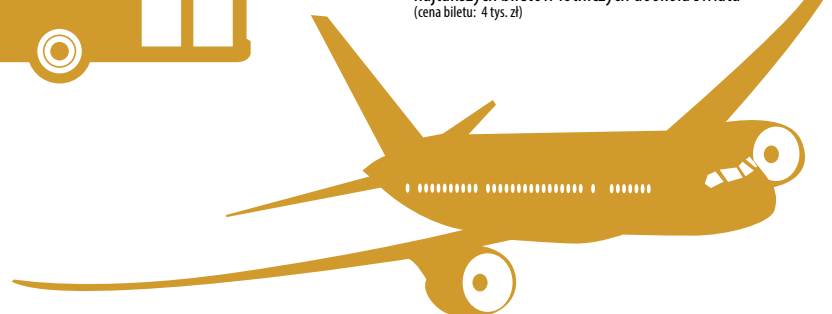
43 525

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



7 725 750

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

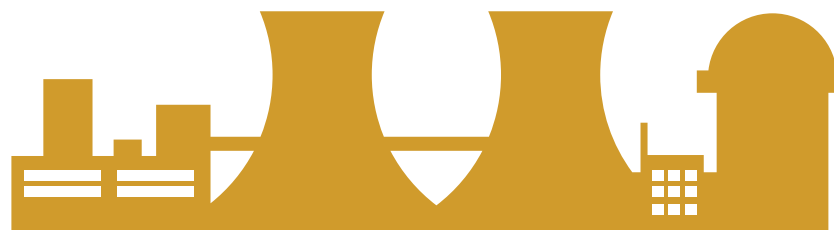


ale mniej niż koszt pierwszej elektrowni atomowej w Polsce, który wyniesie około

42 mld zł

10 301 mln

butelek piwa
(cena butelki: 3 zł)



ŹRÓDŁO: OBLICZENIA WŁASNE

ton złota



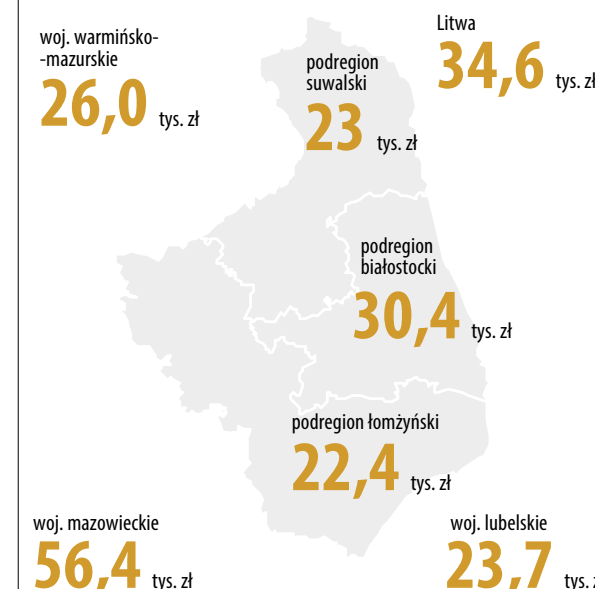
(1 tona złota - 172 mln zł)

i wyniósł 30,9 mld zł w 2009 r.*

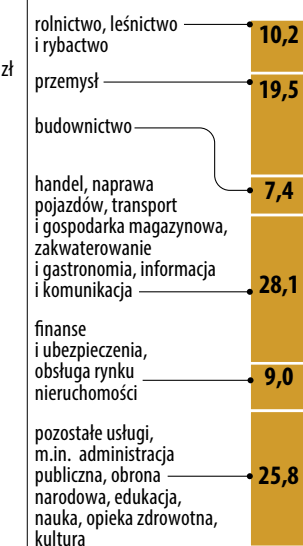
* DANE DLA WOJ. PODLASKIEGO

Produkt krajowy na mieszkańca w woj. podlaskim wynosi już	Przedsiębiorcy wypracowują	Podlaski PKB stanowi
26 tys. zł	3/4 całego produktu krajowego	2,3 proc. PKB Polski

Mamy na ogół podobny produkt krajowy brutto jak w sąsiednich województwach, a także niewiele niższy niż na Litwie



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



ŹRÓDŁO: GUS, EUROSTAT

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

114 557

mieszkań w Białymstoku
(cena 60-metrowego mieszkania to 270 tys. zł)



502 161

samochodów Opel Astra
(szafka za 61 450 zł)



WSZYSCY JESTEŚMY PRZEDSIĘBIORCAMI

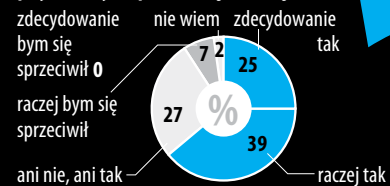
Województwo podlaskie ma ogromny potencjał przedsiębiorczości: 4,6 tys. spółek prawa handlowego i 4,7 tys. cywilnych, ponad 72 tys. osób fizycznych, które zarejestrowały działalność gospodarczą. W 2011 roku ok. 8,8 tys. osób rozpoczęło swoją przygodę z biznesem.

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. podlaskiego chciałaby, aby ich syn czy córka zostali przedsiębiorcami.

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



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

W naszym województwie codziennie rejestrowane są **34** firmy

Firmy z sektora prywatnego w powiatach (2011 r.)
nowo rejestrowane

165
(1633)

w nawiasie podano liczbę firm ogółem

powierzchnia koła proporcjonalna do liczby firm nowo rejestrowanych

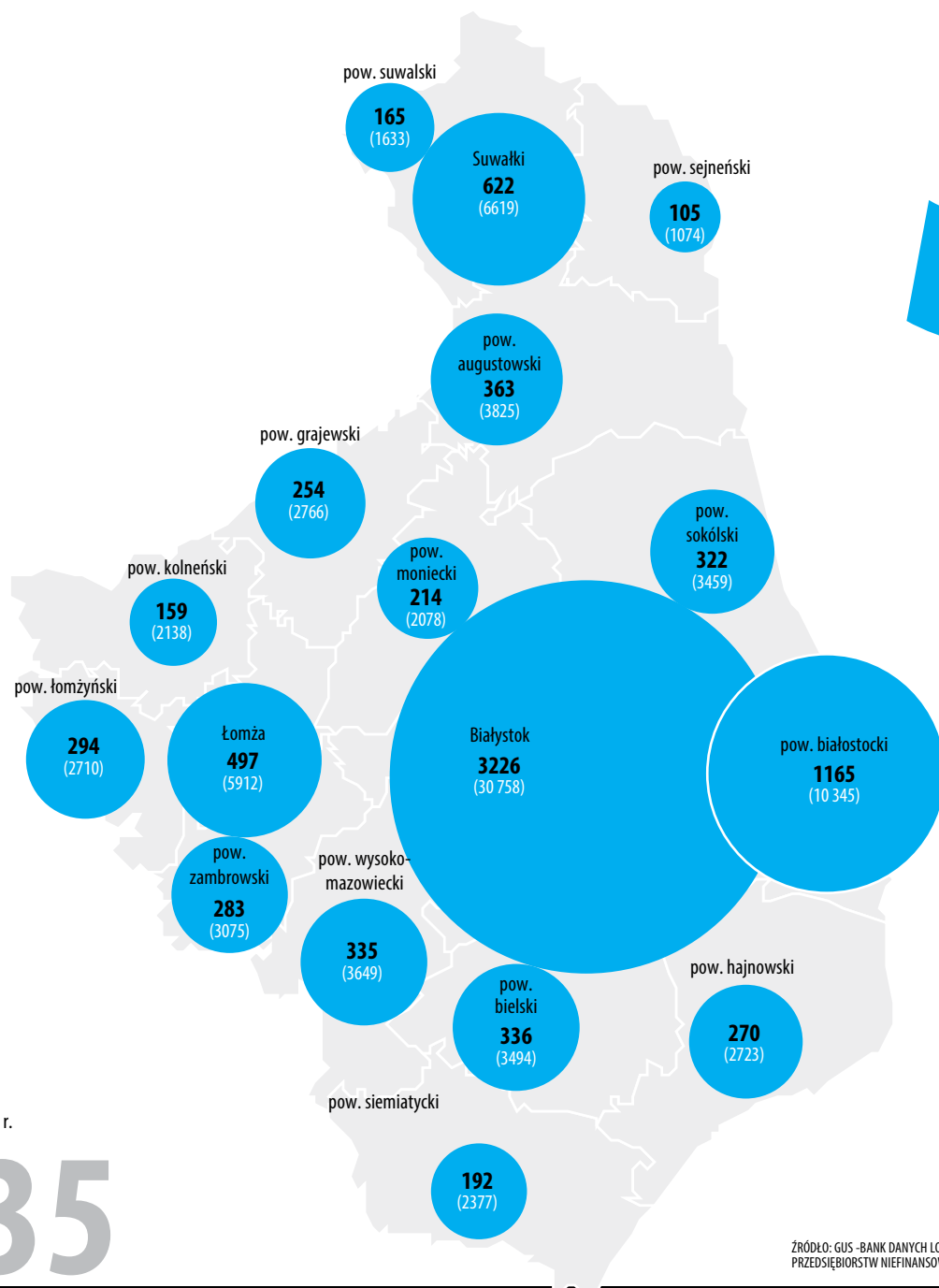
Firmy prywatne w województwie podlaskim

nowo rejestrowane w 2011 r.

8802

ogółem stan na 31 XII 2011 r.

88 635



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

Czyli jeden podmiot gospodarczy powstaje co 14 minut*

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

W sumie na koniec 2011 r. w woj. podlaskim zarejestrowanych było **91 738** podmiotów gospodarczych

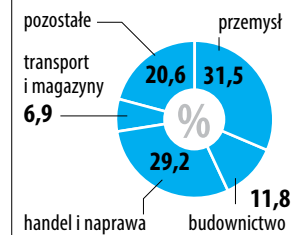
W tym: **3,1** tys. w sektorze publicznym
88,6 tys. w prywatnym

Z badań GUS wynika, że aktywnych firm jest ponad 51 procent. W 2011 r. było ich 46 788, 96 procent z nich to mikrofirmy, najczęściej jedno- i dwuosobowe.

Firmy aktywne w 2011 r.
mikroprzedsiębiorstwa (do 9 pracujących) **44 916**
małe (10-49) **1286***
średnie (50-249) **345***
duże (powyżej 249) **59***

Mamy 35 aktywnych firm na 1000 mieszkańców. We wszystkich pracuje 171 151 ludzi, średnio ponad 4 osoby w firmie.

Struktura pracujących w firmach aktywnych



Średnio każda firma miała w 2010 roku przychody

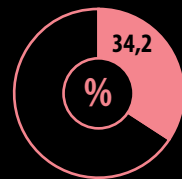
1,4 mln zł, od **0,4** mln zł w firmach mikro do **299,2** mln zł w dużych przedsiębiorstwach

ŹRÓDŁO: GUS

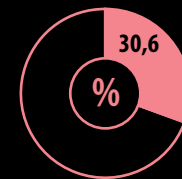
1. Co tydzień w regionie rejestrowanych jest 170 firm
2. Po trzech latach połowa nowych firm w Polsce nadal istnieje i się rozwija
3. W regionie jest 29 razy więcej podmiotów prywatnych niż publicznych

TYSIĄCE PRZEDSIĘBIORCZYCH KOBIEC

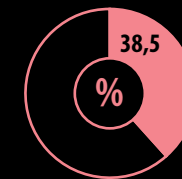
Udział kobiet wśród pracujących na własny rachunek w Polsce



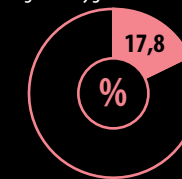
Udział kobiet wśród pracodawców w Polsce*



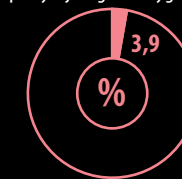
Udział kobiet wśród zakładających firmy w 2010 r.



Procent kobiet pracujących na własny rachunek powyżej 50 godzin tygodniowo



Procent kobiet-pracowników najemnych pracujących powyżej 50 godzin tygodniowo



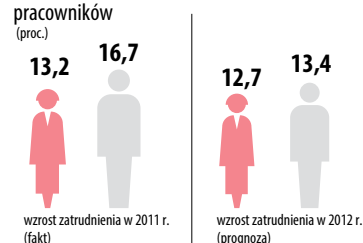
* KOBIECY PRACUJĄCE NA WŁASNY RACHUNEK, ZATRUDNIAJĄCE PRACOWNIKÓW

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

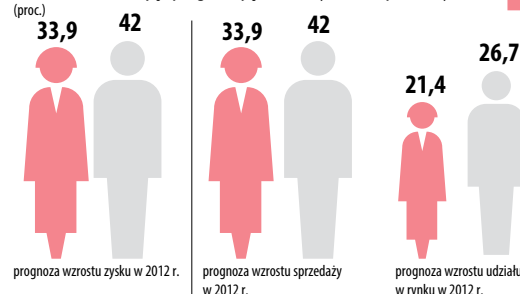
Kobiet-szefów firm jest

Firmy zarządzane przez kobiety w porównaniu z „męskimi”

...są ostrożniejsze przy przyjmowaniu nowych pracowników

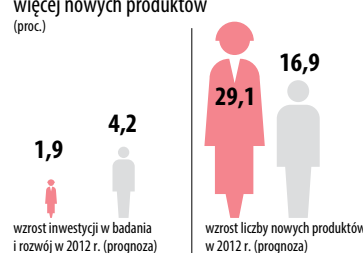


...ostrożnie oceniają i prognozują wzrost zysków i sprzedaży

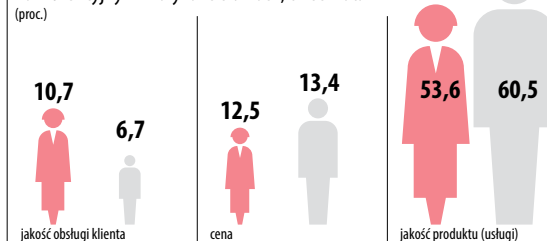


Unikatowe badania CBOS dla PKPP Lewiatan przeprowadzone w 2012 r. Próba obejmowała w całej Polsce 1500 przedsiębiorstw mikro, małych i średnich, w których wyodrębniono firmy „kobiecy” (ich szefami lub właścicielkami są kobiety) i „męskie”.

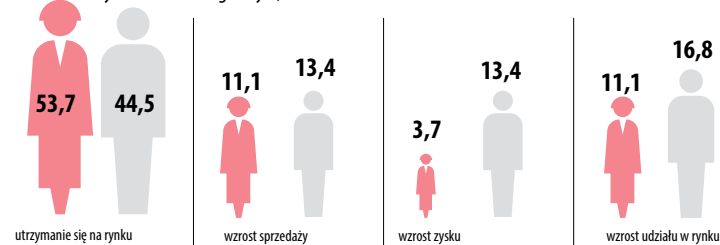
...planują niższe inwestycje w innowacje, nowe technologie, ale zapowiadają więcej nowych produktów



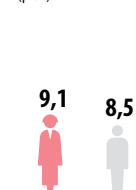
...są też bardziej niż „męskie” zorientowane na jakość obsługi klienta, mniej zaś na jakość produktu lub usług i cenę. Najważniejszy czynnik konkurencyjny w horyzoncie dwóch, trzech lat:



...są bardziej zorientowane na utrzymanie się na rynku, mniej na wzrost zysku, sprzedaży i udziału w rynku. Cel strategiczny:



I korzystają częściej z kredytów



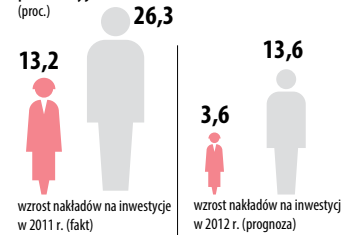
razy więcej niż pielęgniarek

W woj. podlaskim w zakładach opieki zdrowotnej i prywatnych praktykach pracują 6224 pielęgniarki (GUS, Zdrowie i ochrona zdrowia w 2010 r.). Z kolei z danych Eurostatu i GUS wynika, że na terenie

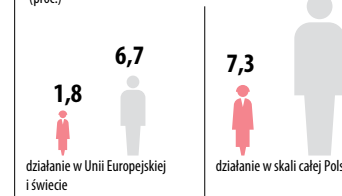
woj. podlaskiego ponad 14 tys. kobiet kieruje przedsiębiorstwami, choćby jednoosobowymi. Podobnie zaskakujące jest porównanie z nauczycielkami. Otóż jest ich na Podlasiu mniej niż przedsiębiorczych kobiet*.

* NAUCZYCIELI W WOJ. PODLASKIM JEST PRAWIE 16 TYS., A PONIEWAŻ W EDUKACJI 3 NA 4 ZATRUDNIONE OSOBY TO KOBIECY, MOŻNA PRZYJAĆ, ŻE NAUCZYCIELEK JEST OKOŁO 12 TYS. (GUS, OŚWIATA I WYCHOWANIE W ROKU SZKOLNYM 2010/2011).

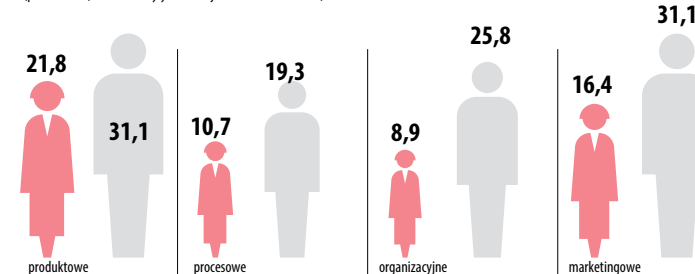
...są również bardziej ostrożne w inwestycjach modernizujących i zwiększających moce produkcyjne



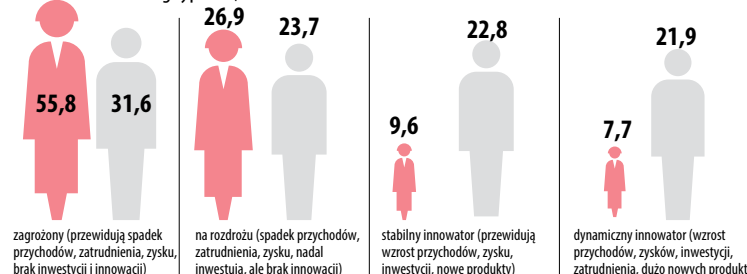
...są mniej zorientowane na ekspansję międzynarodową i ogólnopolską niż „męskie”. Odsetek firm wskazujących jako priorytet biznesowy:



Wprowadzają znacznie mniej innowacji (procent firm, które wdrożyły innowacje w latach 2009-2011)

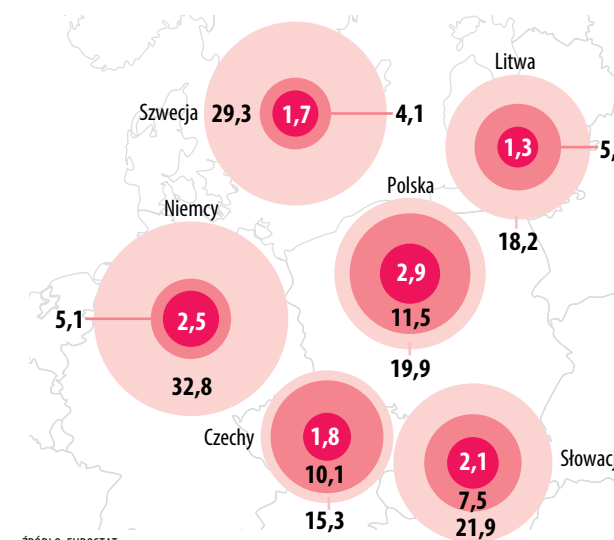


Efekt - wśród firm „kobiecy” więcej jest firm zagrożonych, mniej dynamicznych i innowacyjnych. Podział firm według typów:



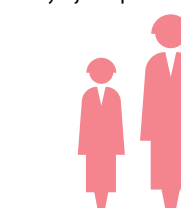
W zestawieniu z naszymi sąsiadami mamy najwyższe odsetki kobiet-pracodawców i pań pracujących na własny rachunek w jednoosobowych firmach.

● 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 5 podlaskich spółkach giełdowych w zarządzie zasiadają dwie kobiety, w tym jedna pełni funkcję prezesa.



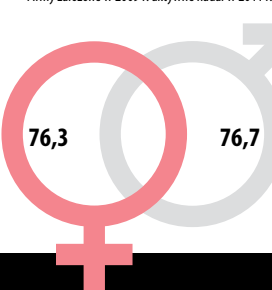
ŹRÓDŁO: GPW - WYLIČZENIA WŁASNE

W ich radach nadzorczych zasiadają 4 kobiety.

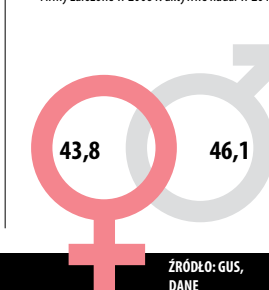


Wskaźniki przeżywalności dla firm założonych przez kobiety i mężczyzn są podobne

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



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



ŹRÓDŁO: GUS, DANE OGÓLNOPOLSKIE

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

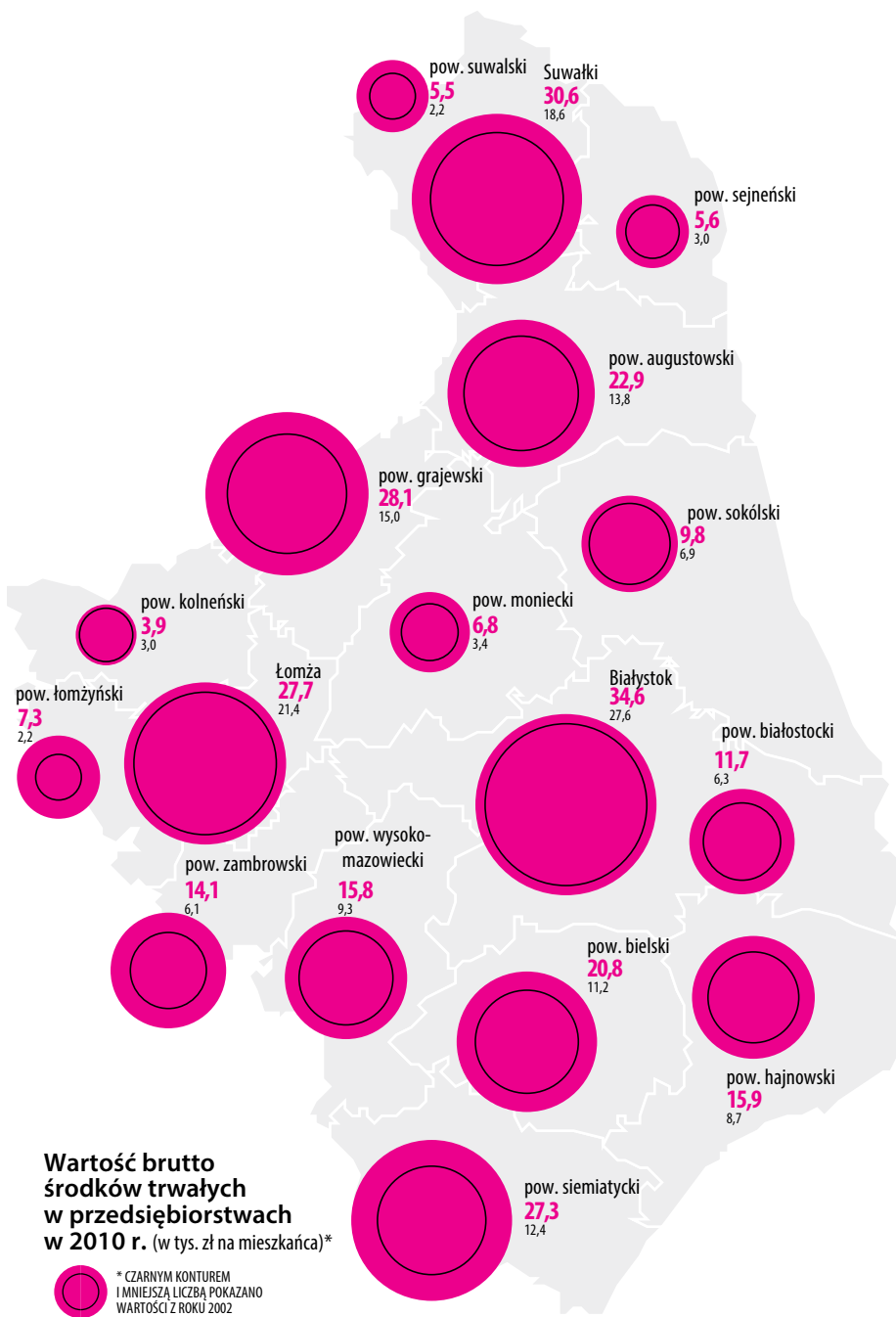
POMNAŻAMY NASZ MAJĄTEK

W województwie podlaskim środki trwałe brutto miały w 2010 roku wartość 67 mld zł. Prawie połowa tego majątku należy do przedsiębiorców i przedsiębiorstw oraz rolników. Pozostała część to drogi, mosty, linie kolejowe, budynki publiczne, szkoły, szpitale, mieszkania.

Pewnie dlatego przedsiębiorców uważa się za zamożnych – tak sądzi 79 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”.

Majątek firm w regionie dziś jest wart tyle co



Wartość brutto środków trwałych w przedsiębiorstwach w 2010 r. (w tys. zł na mieszkańca)*

* CZARNYM KONTUREM I MNIEJSZĄ LICZBĄ POKAZANO WARTOŚCI Z ROKU 2002

1. Majątek podlaskich firm wzrósł o 49 proc. w ciągu 8 lat
2. Wynosi 21 tysięcy złotych w przeliczeniu na każdego mieszkańca regionu
3. W woj. podlaskim mamy prawie 3 grosze zysku z każdej złotówki sprzedaży

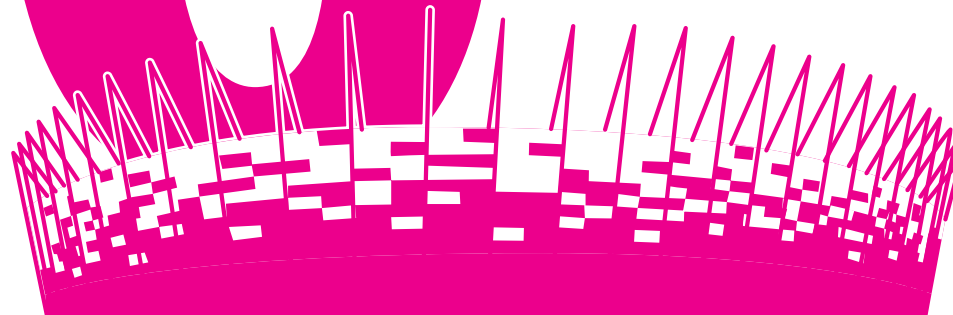


Czy typowy przeciętny przedsiębiorca jest osobą zamożną?

nie wiem 14
zdecydowanie nie 11
raczej nie 6
zdecydowanie tak 68
raczej tak 11

ŹRÓDŁO: GfK POLONIA DLA PKPP LEWIATAN, 2012

Stadionów Narodowych



(wartość Stadionu Narodowego: 1,6 mld zł)

Środki trwałe w przedsiębiorstwach* – maszyny, budynki, urządzenia – są warte w naszym województwie	8 lat wcześniej wartość środków trwałych wynosiła tylko	Przez 8 lat wzrosły o:
25 mld zł	17 mld zł	49 proc.
*tylko firmy zatrudniające powyżej 9 pracowników		

Ponad 8 mld zł warte są środki trwałe w rolnictwie	Aktywa trwałe netto tylko w firmach składających bilans i rachunek wyników mają wartość 14,3 mld zł	Te aktywa to: środki trwałe 10,4 mld zł
		w tym: grunty 1,1 budynki 5,8 urządzenia techniczne i maszyny 2,7 środki transportu 0,6 pozostałe 0,1
		środki trwałe w budowie 0,7 wartości niematerialne i prawne 0,2 długoterminowe aktywa finansowe 2,4 pozostałe 0,7

Aktywa obrotowe mają wartość 11,0 mld zł	W tym: należności krótkoterminowe 5,3 mld zł zapasy 3,7 inwestycje finansowe krótkoterminowe 1,8 pozostałe 0,2	Kapitały własne to już 13 mld zł	Można by za nie zbudować 8 Stadionów Narodowych
		Z każdej złotówki kapitału własnego wypracowujemy przychody 3,1 zł i 9 groszy zysku netto.	Wskaźnik rentowności obrotu wynosi 2,9 proc. Mamy więc 2,9 grosza zysku z każdej złotówki sprzedaży.

ŹRÓDŁO: GUS, DANE ZA 2010 R.

Środki trwałe na mieszkańca (w tys. zł) w 2010 r. **21,1** w 2002 r. **13,9**

Środki trwałe na mieszkańca w ciągu ośmiu lat wzrosły o 51,8 proc.

ŹRÓDŁO: GUS, DANE DOTYCZA PODMIOTÓW GOSPODARCZYCH, W KTÓRYCH LICZBA PRACUJĄCYCH PRZEKRACZA DZIEWIĘĆ OSÓB

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. podlaskim tak właśnie uważa 71 proc. mieszkańców.

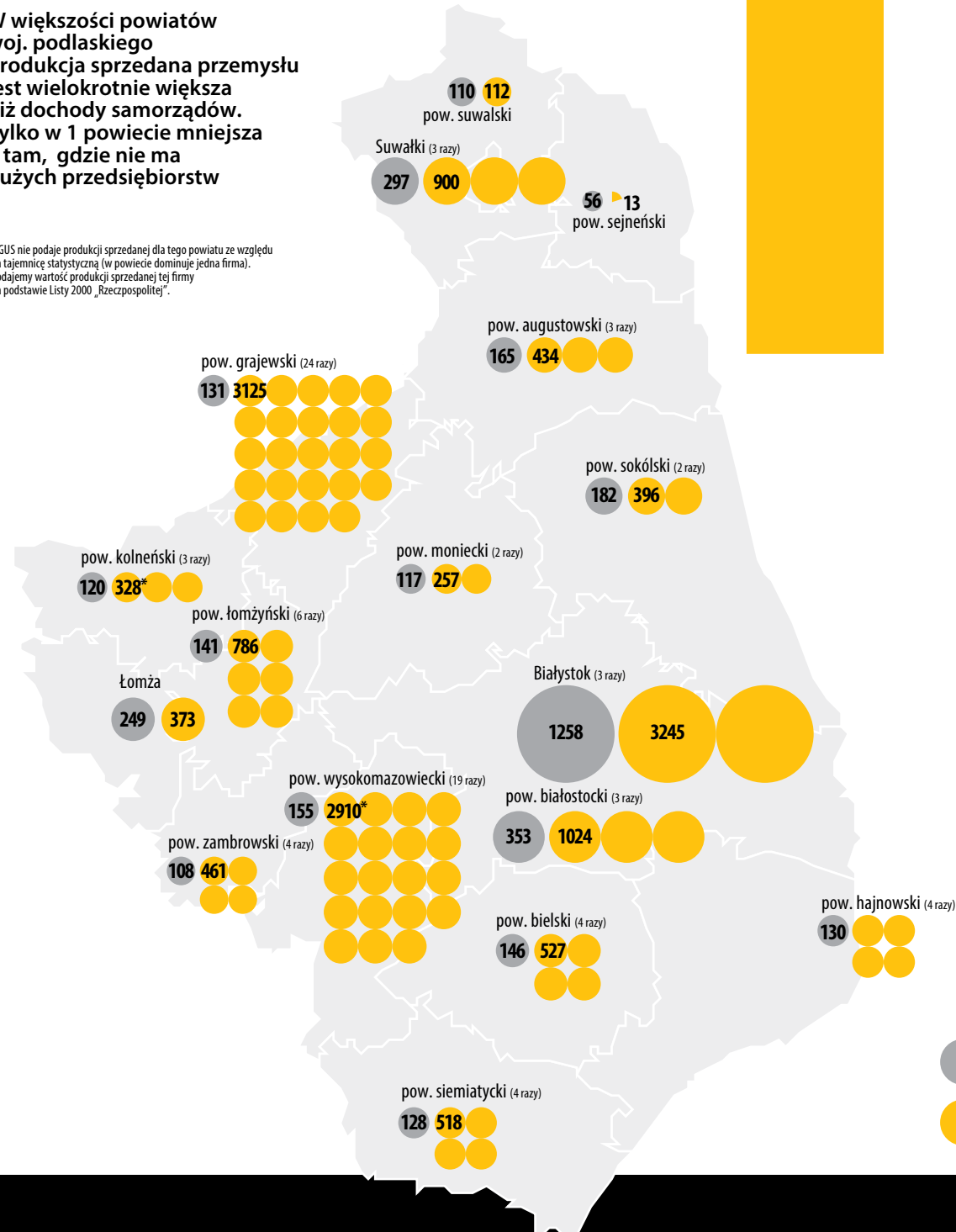
Ale też, by pojawiły się przychody i zyski, potrzebna jest praca samych przedsiębiorców. Dużo pracy. Cieszy, że ten wysiłek jest dostrzegany. 63 proc. mieszkańców naszego województwa i dwie trzecie w całej Polsce uważa, że przedsiębiorcy pracują więcej niż inni.

1. Przychody firm w woj. podlaskim wzrosły o 24 procent w ciągu siedmiu lat
2. Blisko 80 procent firm przynosi zyski
3. 71 procent mieszkańców regionu uważa, że jesteśmy pożyteczni dla społeczeństwa

Przychody firm w naszym regionie są

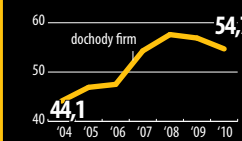
W większości powiatów woj. podlaskiego produkcja sprzedana przemysłu jest wielokrotnie większa niż dochody samorządów. Tylko w 1 powiecie mniejsza - tam, gdzie nie ma dużych przedsiębiorstw

* GUS nie podaje produkcji sprzedanej dla tego powiatu ze względu na tajemnicę statystyczną (w powiecie dominuje jedna firma). Podajemy wartość produkcji sprzedanej tej firmy na podstawie Listy 2000 „Rzeczpospolitej”.



54,7

mld zł wyniosły przychody firm w woj. podlaskim



1,2

Są 1,2 razy większe niż w 2004 r.

Przedsiębiorcy wypracowali* 1,1 mld zł zysków

1,1



Zyski są o 28 procent większe niż w 2005 r.

28

procent większe niż w 2005 r.

ŹRÓDŁO: GUS

razy większe niż dochody gmin

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) 16 razy



ŹRÓDŁO: LISTA 500 „RZECZPOSPOLITA”, OBLICZENIA WŁASNE

PAČZKOWANIE KAPITAŁU



38

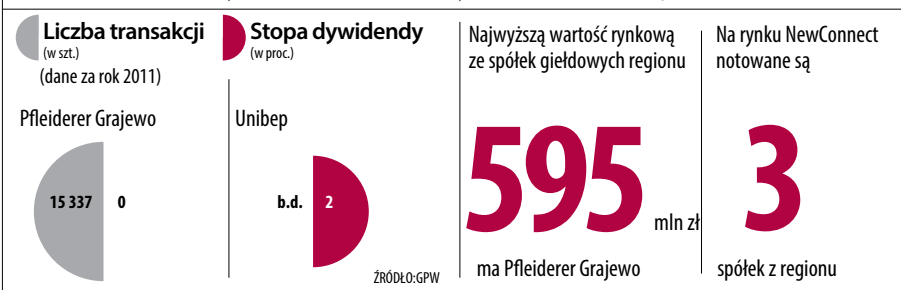
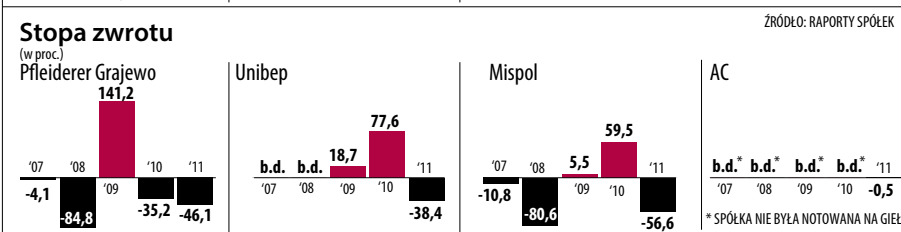
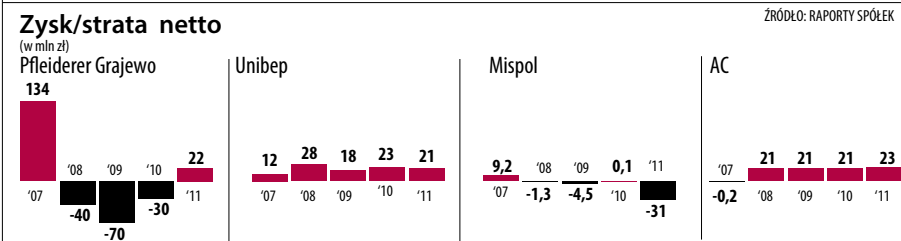
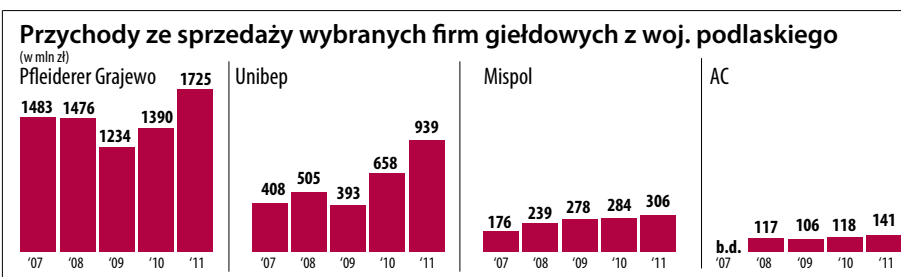
razy większa niż ich kapitał akcyjny

Ostatnie lata były trudne dla pięciu podlaskich firm giełdowych (rynek podstawowy). Nawet jeśli tak jak Grajewo (przemysł drzewny) czy budowlany Unibep zwiększają przychody, to od debiutu wciąż przyniosą straty. To efekt kryzysu finansowego i mniejszej skłonności inwestorów do ryzyka. Spadek notowań Unibepu jest jednak niewielki i mniejszy niż wskaźnika WIG dla firm budowlanych (patrz wykres notowań).

Najstarszą spółką giełdową woj. podlaskiego jest Grajewo, które debiutowało w 1997 roku. Od debiutu jego akcje przyniosły stratę 32,5 proc. Tylko producent instalacji gazowych w samochodach – firma AC z Białegostoku – po debiucie dał zarobić inwestorom.

Obok rynku podstawowego na giełdzie istnieje także rynek NewConnect, przeznaczony dla młodych firm działających m.in. w sektorach nowych technologii. Ich aktywa to głównie walory intelektualne założycieli, pomysły i patenty. W woj. podlaskim są już trzy takie spółki notowane na NewConnect.

Wartość giełdowa naszych spółek jest



Kalendarium spółek

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

- DEBIUT: 05.1997 r. Pfleiderer Grajewo -32,5%
- DEBIUT: 05.1997 r. Pepees -22,8%
- DEBIUT: 06.2006 r. Mispol -87,8%
- DEBIUT: 04.2008 r. Unibep -46,3%
- DEBIUT: 08.2011 r. AC +18%

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

1084,6

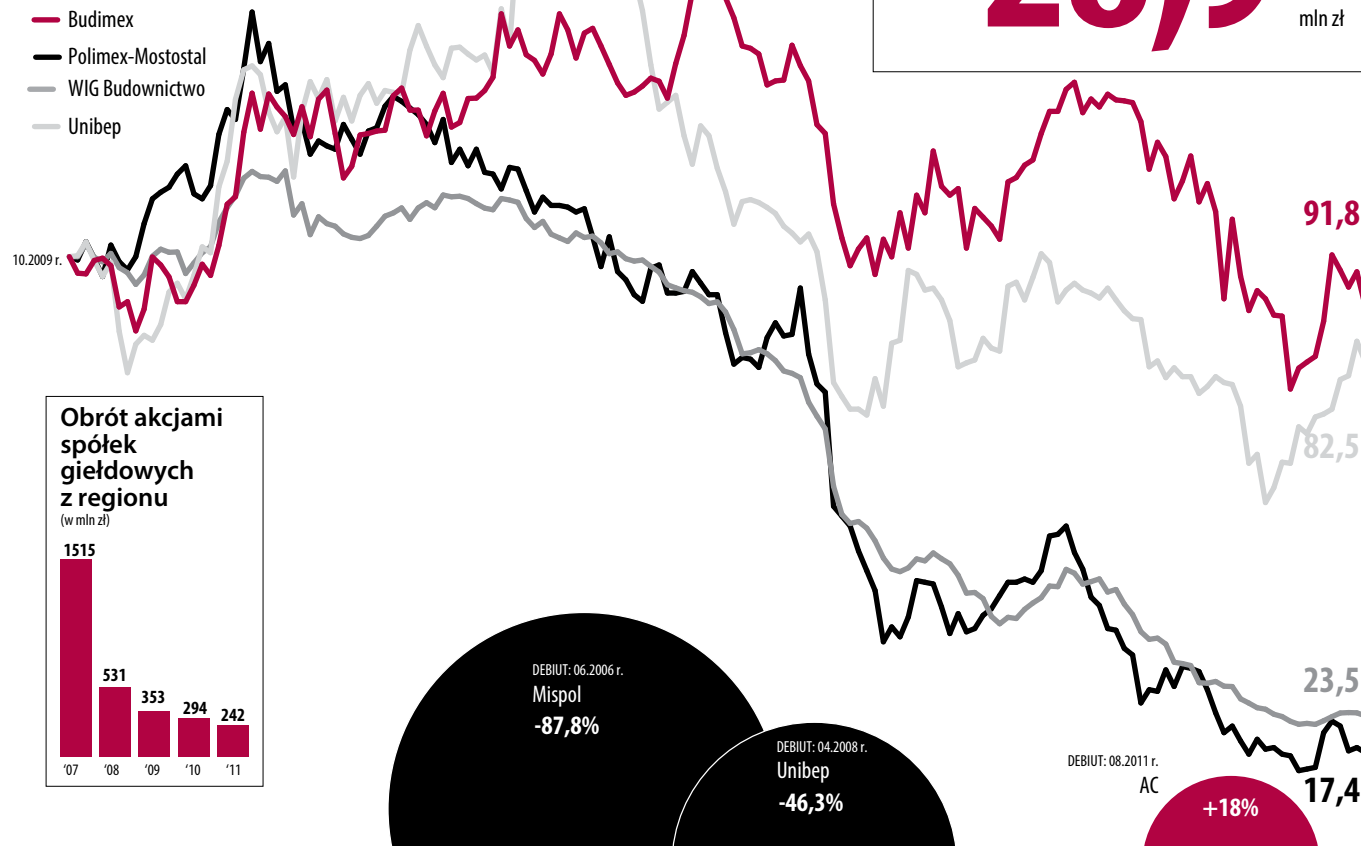
mln zł

Tymczasem ich nominalny kapitał akcyjny tylko

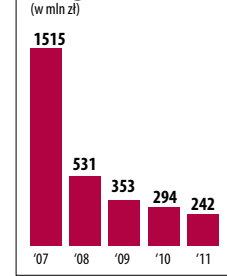
28,9

mln zł

Zmiana kursu (w proc., 10.2009=100)



Obrót akcjami spółek giełdowych z regionu (w mln zł)



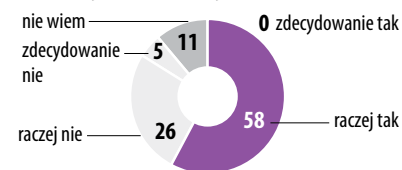
1. AC z Białegostoku od debiutu na giełdzie dał 18 proc. zysku
2. Wartość giełdowa podlaskich spółek to 1,1 mld zł
3. 3 firmy z woj. podlaskiego weszły na parkiet NewConnect

NAPRZÓD CZYLI INWESTYCJE

Inwestycje są najważniejsze dla rozwoju. Dlatego co roku przedsiębiorcy prywatni inwestują w woj. podlaskim 2,5–3 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.

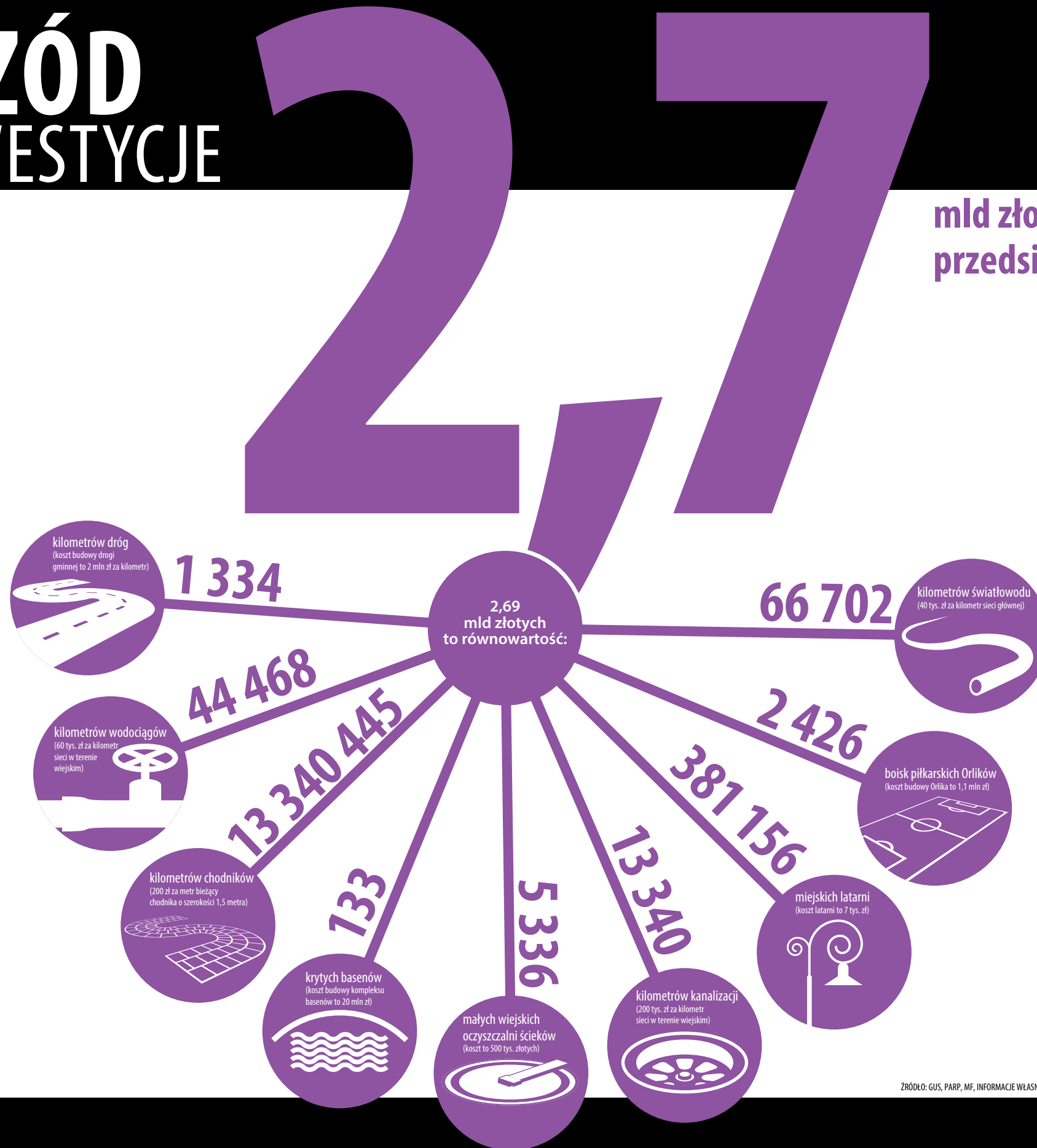
Prywatny przedsiębiorca inwestuje, ile może, w firmę, nawet kosztem własnej konsumpcji (w proc.)



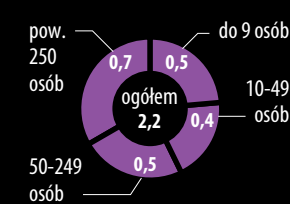
ŹRÓDŁO: GFK POLONIA DLA PKPP LEWIATAN, STYCZEŃ 2012

Mieszkańcy regionu doceniają to zaangażowanie. Jak widać na wykresie powyżej, 58 proc. z nich uważa wręcz, że prywatny przedsiębiorca inwestuje w firmę, ile może, nawet kosztem własnej konsumpcji.

1. Inwestycje biznesu są prawie dwa razy większe niż samorządów
2. 74 proc. inwestycji przedsiębiorcy finansują ze środków własnych
3. Podlaskie mikrofirmy w 2010 r. zainwestowały 0,5 mld zł

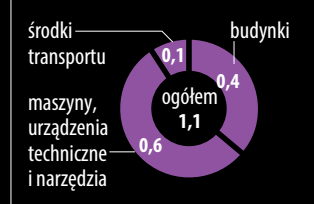


Nakłady inwestycyjne według liczby pracujących (mld zł)



TYLKO PRZEDSIĘBIORSTWA NIEFINANSOWE, WEDŁUG SIEDZIBY FIRMY, ŹRÓDŁO: GUS

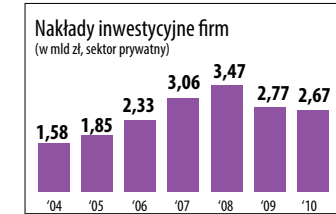
Nakłady inwestycyjne w środki trwałe (mld zł)



W FIRMACH ZATRUDNIAJĄCYCH POW. 49 OSÓB, WYBRANE SEKCJE, ŹRÓDŁO: GUS

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

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

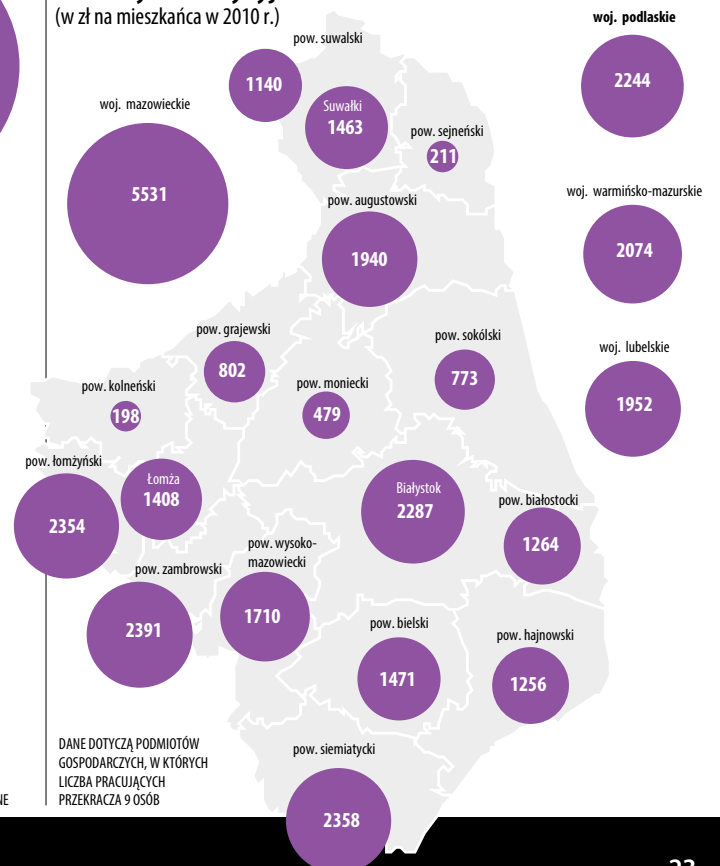


Na jednego mieszkańca wyniosły w 2010 r. **2244** zł

To więcej o 79 proc. niż inwestycje samorządów: **1493** mln zł

74 proc. inwestowanych przez firmy pieniędzy pochodzi z ich własnych środków
488 mln zł zainwestowały najmniejsze firmy (poniżej 10 osób zatrudnionych)

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



DANE DOTYCZĄ PODMIOTÓW GOSPODARZYCH, W KTÓRYCH LICZBA PRACUJĄCYCH PRZEKRACZA 9 OSÓB

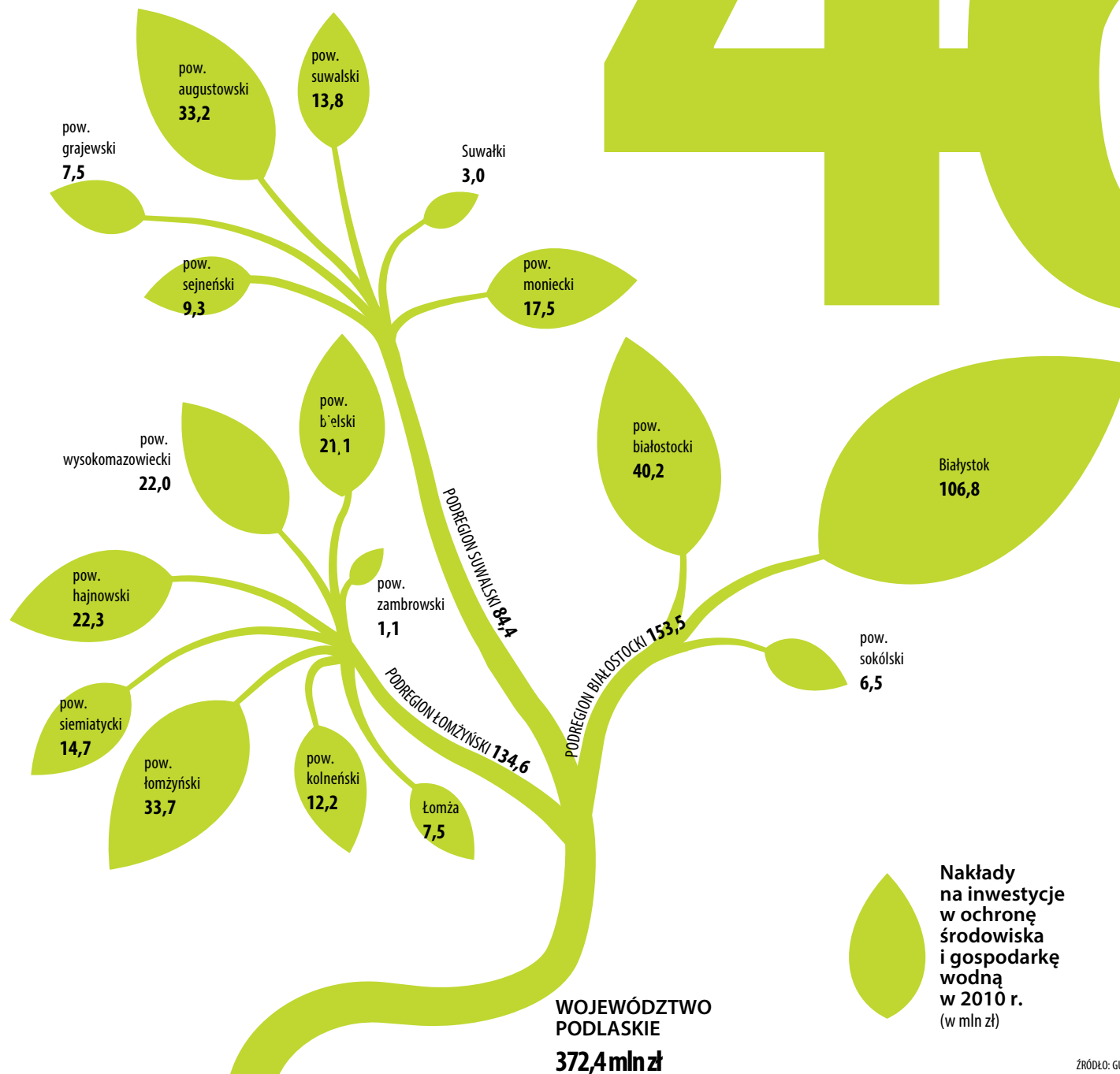
ŹRÓDŁO: GUS, PAPP, MF, INFORMACJE WŁASNE

BUDUJEMY ZIELONĄ POLSKĘ

46

Inwestycje w ochronę środowiska w

Przedsiębiorcy konstruują i produkują urządzenia chroniące ziemię, wodę i powietrze, budują instalacje zmniejszające zanieczyszczenia. W województwie podlaskim w tym sektorze zarejestrowanych jest prawie 250 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, 65 proc. mieszkańców regionu. Zielona Polska powstaje w dużej mierze dzięki przedsiębiorcom.

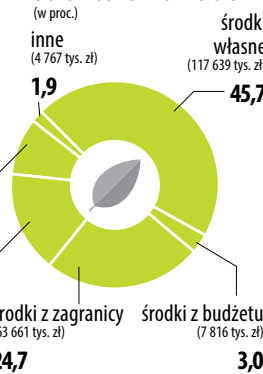


procentach finansowane są w naszym województwie przez przedsiębiorców



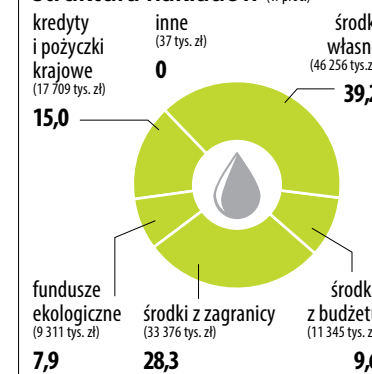
Ponad 45 proc. nakładów na ochronę środowiska to środki własne przedsiębiorców

struktura nakładów

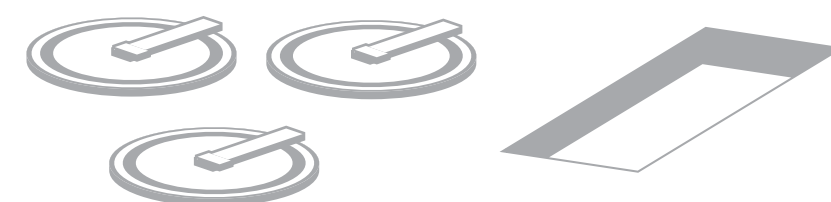


Podobnie jest z nakładami na gospodarkę wodną, ok. 40 proc. pochodzi od przedsiębiorców

struktura nakładów



W 2009 roku przybyło:

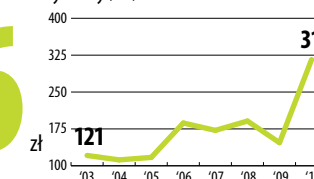


3 oczyszczalnie

1 składowisko odpadów

Inwestycje na jednego mieszkańca wyniosły (w zł)

316



to znaczy

169 proc. więcej niż 5 lat wcześniej

W naszym regionie działa

159

firm zajmujących się recyklingiem

2

rekultywacją

42

poborem, uzdatnianiem i dostarczaniem wody

45

ściekami

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

ŹRÓDŁO: GUS

- 372 mln zł wyniosły w regionie inwestycje w środowisko i gospodarkę wodną w 2010 r.
- Przedsiębiorcy woj. podlaskiego sfinansowali 44 proc. z nich
- Mamy 248 firm zarejestrowanych w tym sektorze

MIEJSCA PRACY SĄ W PRZEDSIĘBIORSTWACH



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

21 065
osób

Głównie to przedsiębiorcy stworzyli w regionie

17 400
nowych miejsc pracy

Wskaźnik zatrudnienia doszedł już do

60,7*
proc.



W 2011 r. zatrudniliśmy

4357
osób niepełnosprawnych

W 2010 przyjęliśmy do pracy

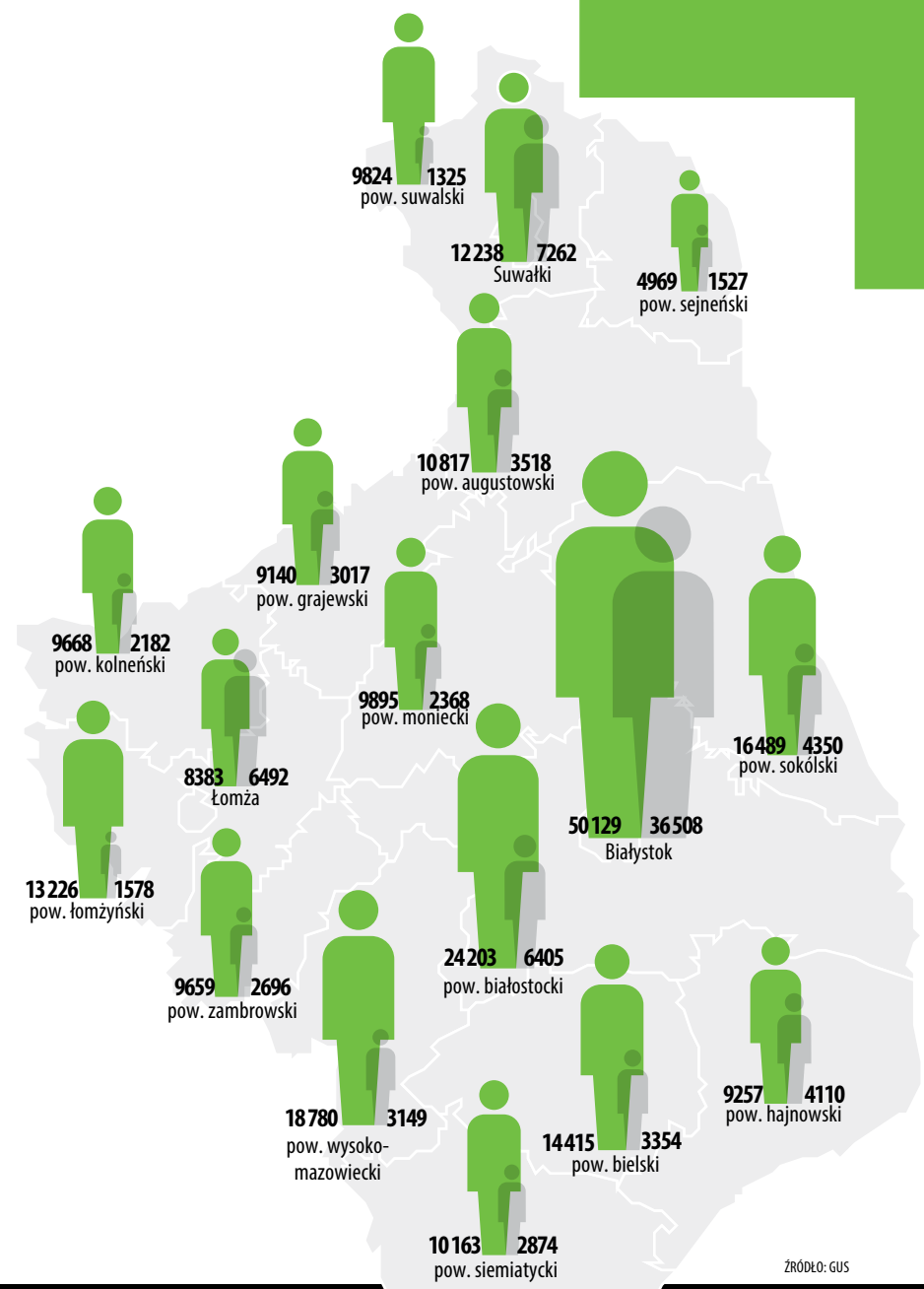
3846
absolwentów

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

Większość mieszkańców województwa podlaskiego pracuje w przedsiębiorstwach oraz gospodarstwach rolnych. W sektorze prywatnym takich osób w regionie jest 305 tys. Do tego należy doliczyć ponad 12 tys. pracujących w przedsiębiorstwach publicznych, głównie w przemyśle i transporcie. Dlatego mieszkańcy naszego województwa uważają (75 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.

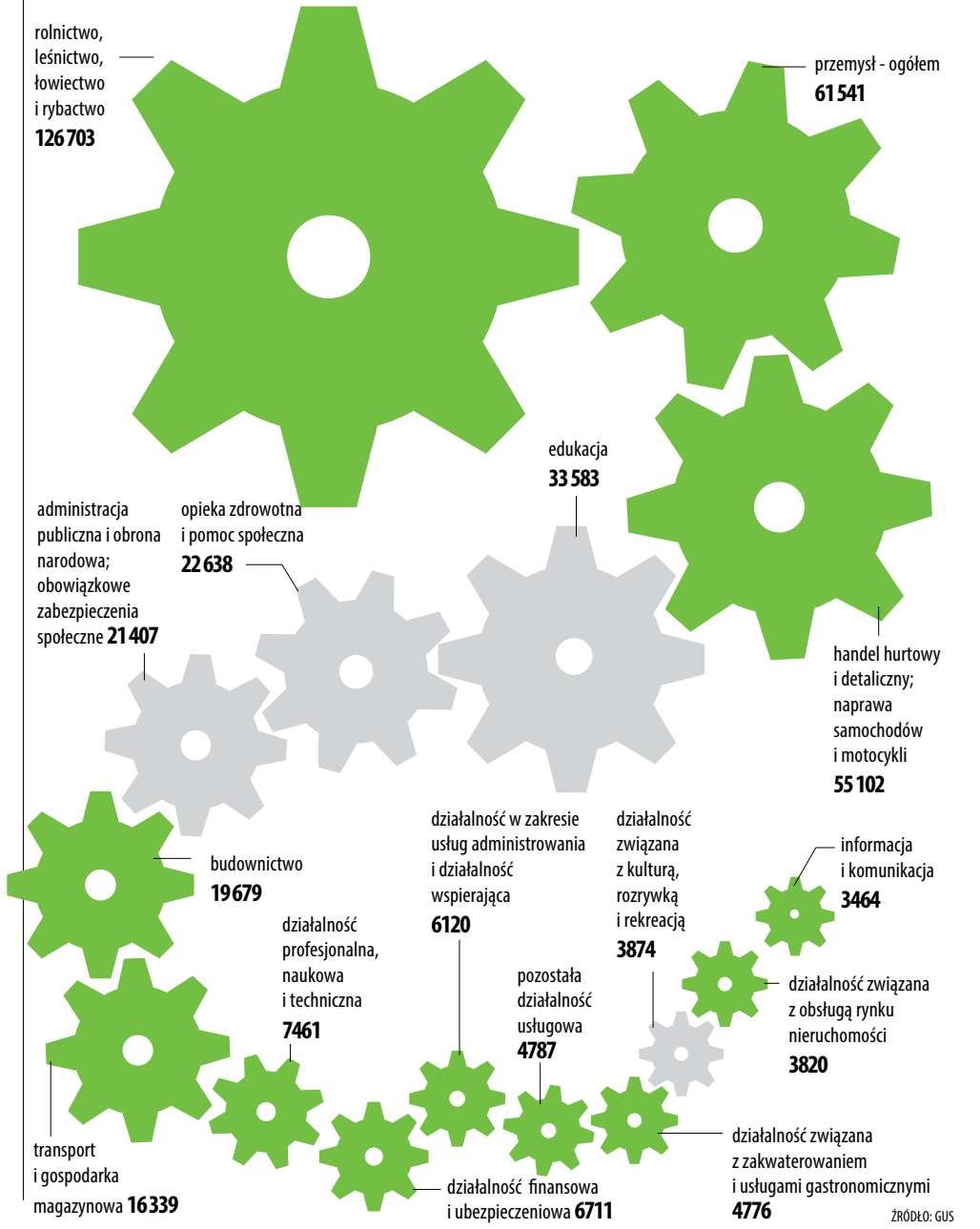
W regionie na każde 5 osób



ŹRÓDŁO: GUS

pracują w firmach i gospodarstwach rolnych

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



ŹRÓDŁO: GUS

- Większość miejsc pracy jest w przedsiębiorstwach
- W sektorze prywatnym pracuje trzy razy więcej ludzi niż w publicznym
- W 2010 roku to głównie przedsiębiorcy stworzyli 17,4 tys. miejsc pracy

Z NASZYCH PODATKÓW

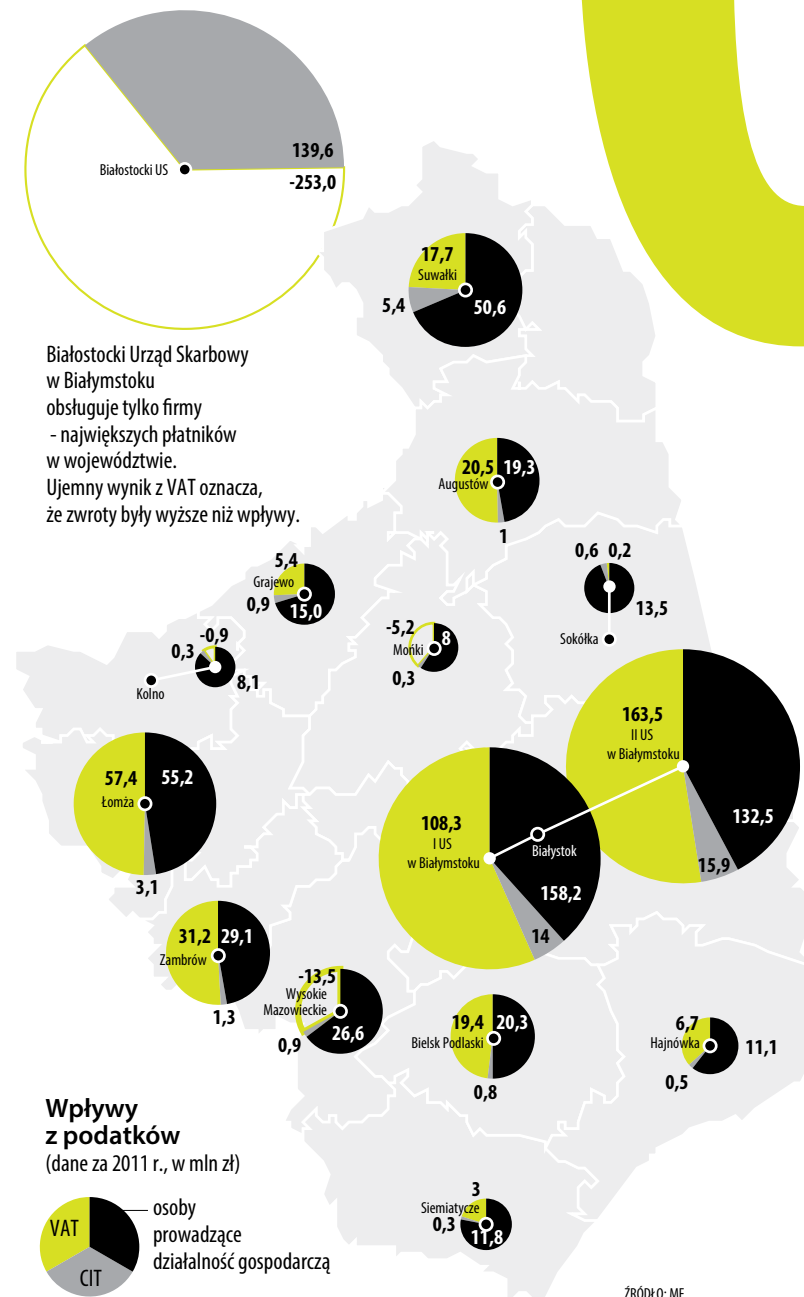
Przedsiębiorcy płacą CIT (podatek od zysków) i VAT. W skali kraju jest to kwota około 160 mld zł. W woj. podlaskim wpływy te są niewielkie, ale to dlatego, że wiele ogólnopolskich firm płaci podatki w Warszawie. Również indywidualny podatek dochodowy PIT w części pochodzi od przedsiębiorców – tak rozliczają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

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

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

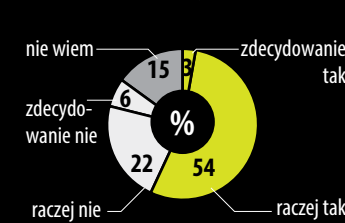
1. W 2011 roku Izba Skarbowa w Białymstoku zebrała 185 mln zł podatku od zysku CIT
2. Dwie trzecie podatków w Polsce płacą przedsiębiorcy
3. Jesteśmy najważniejszym źródłem dochodów dla samorządów

Przedsiębiorcy z regionu w 2011 r. wpłacili ok.



04

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

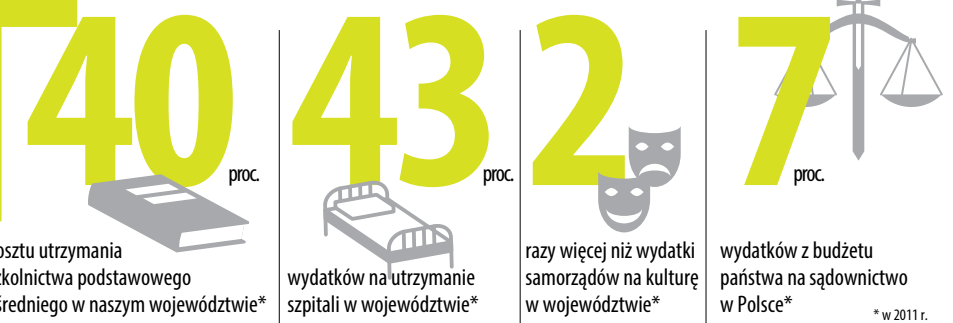


Mieszkańcy woj. podlaskiego doceniają, że podatki od biznesu finansują np. budowę dróg czy administrację



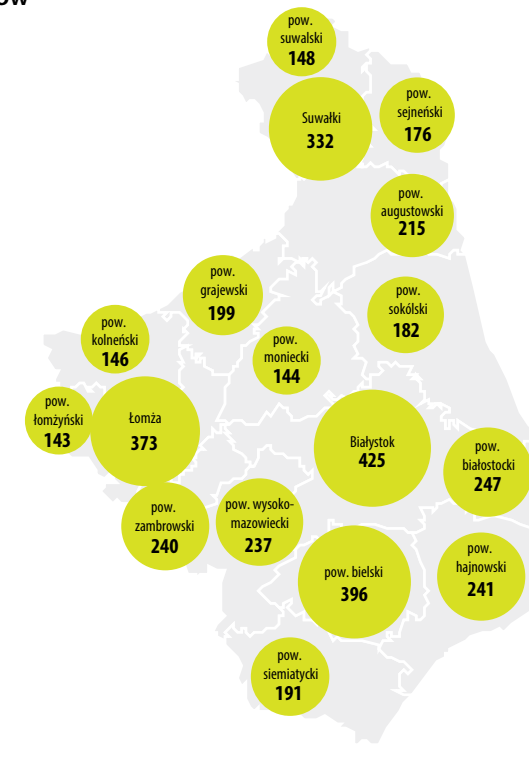
mld zł podatków CIT i VAT, 2 razy więcej niż wydatki na policję w naszym województwie

To równocześnie:

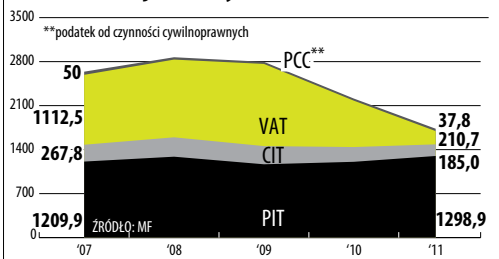


Podatki płacone przez przedsiębiorców uwzględnione w budżetach samorządów (w zł na osobę)

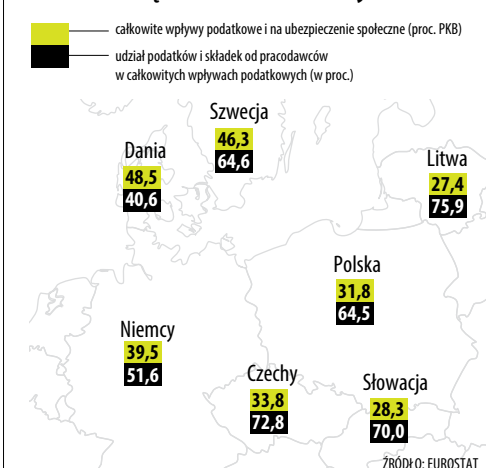
Na budżety samorządowe składają się podatki płacone przez przedsiębiorców, m.in. udział w podatku CIT, podatek od środków transportowych, opłata targowa, podatek od nieruchomości, opłata za zezwolenie na sprzedaż alkoholu, opłata eksploatacyjna. Na mapie uwzględniliśmy tylko część podatków stanowiących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



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



W porównaniu z sąsiadami podatki w Polsce są umiarkowanie wysokie



PŁACA WAŻNIEJSZA OD ŚWIADCZEŃ

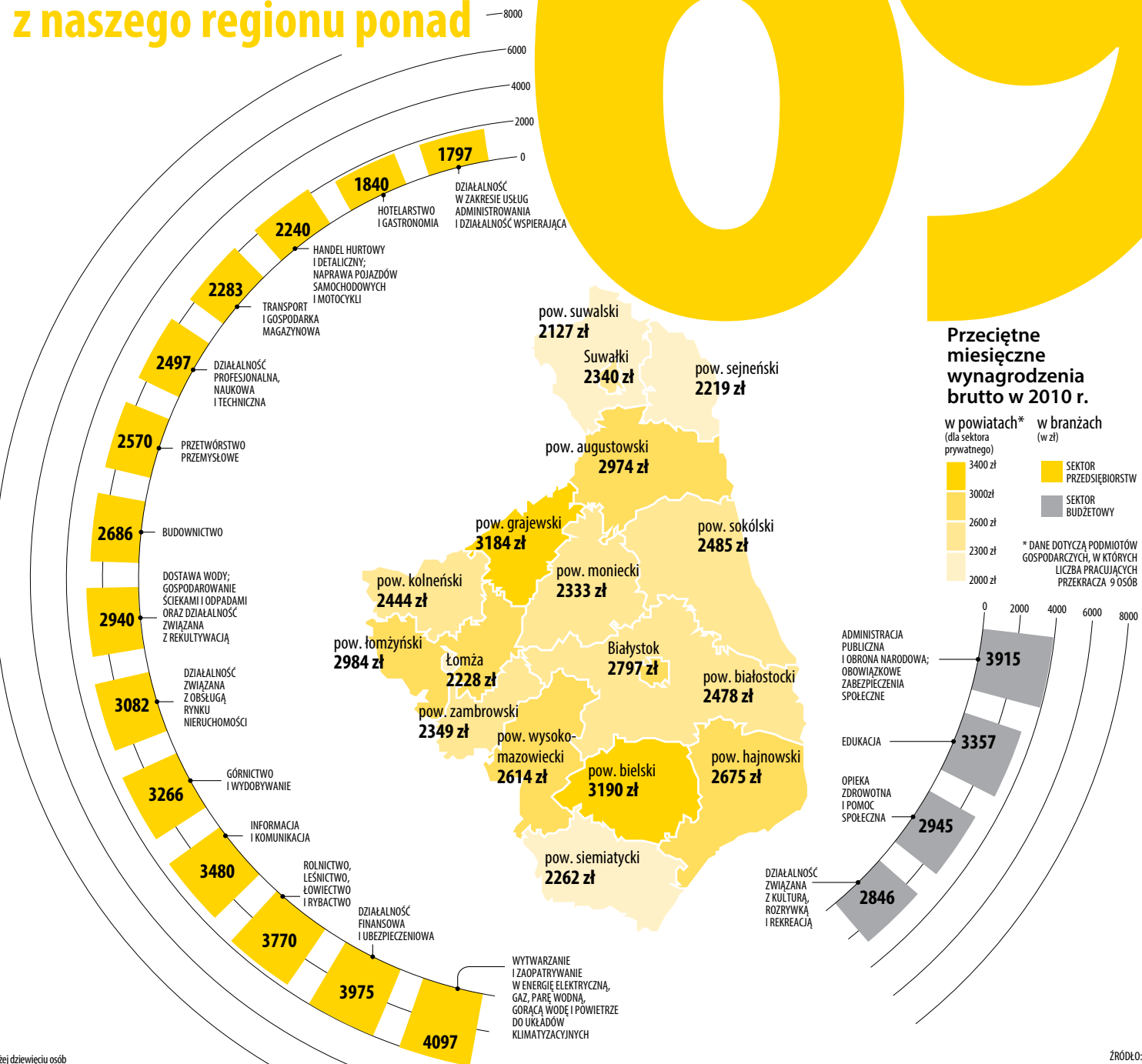
Z badań gospodarstw domowych wynika, że w województwie podlaskim 69 proc. dochodów mieszkańców stanowią wynagrodzenia, 27 proc. świadczenia społeczne. Wynagrodzenia wypłacają głównie przedsiębiorcy. Ponadto finansują oni w części emerytury i renty (poprzez wpłaty składek) oraz w całości zasiłki dla bezrobotnych (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. podlaskim rozumieją reguły prowadzenia biznesu i choć bywają niezadowoleni z warunków pracy czy płacy, to jednak zapytani o swojego pracodawcę odpowiadają, że go szanują (72 proc.).

- 3,6 mld złotych wynagrodzeń wypłaciły firmy z naszego regionu swoim pracownikom*
- Najlepiej płacimy energetykom – brutto ponad 4 tys. zł miesięcznie
- 72 procent pracowników szanuje swojego pracodawcę

* Dotyczy firm zatrudniających powyżej dziewięciu osób

W przeciętnej rodzinie z naszego regionu ponad



ŹRÓDŁO: GUS



72 proc. pracowników w woj. podlaskim zapytanych o ich pracodawcę odpowiedziało, że go szanuje

ŹRÓDŁO: GFK POLONIA DLA PKPP LEWIATAN

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

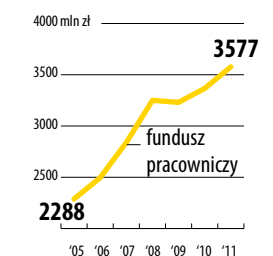
* DOCHÓD ROZPORZĄDZALNY, ŹRÓDŁO: GUS, BUDŻETY GOSPODARSTW DOMOWYCH W 2011 R.

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

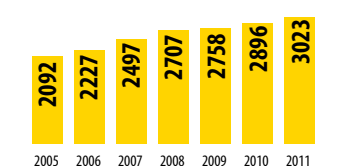
298 mln zł

** PRZECIĘTNE WYNAGRODZENIE POMNOŻONE PRZEZ PRZECIĘTNE ZATRUDNIENIE

W kolejnych latach rósł i wyniósł:



Przeciętne wynagrodzenie brutto na Podlasiu rośnie co roku (w zł)



Przeciętne wynagrodzenie brutto było o

45% wyższe niż w 2005 r.

Najlepiej zarabia się w:

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



4097 zł

działalności finansowej i ubezpieczeniowej



3975 zł

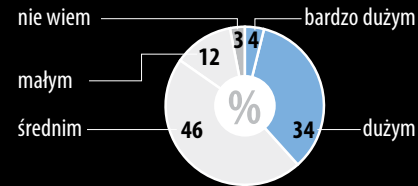
rolnictwie, leśnictwie, łowiectwie i rybactwie



3770 zł

NAJWIĘKSI I NAJCENNIJSI

Jakim poważaniem cieszą się właściciele dużych firm?

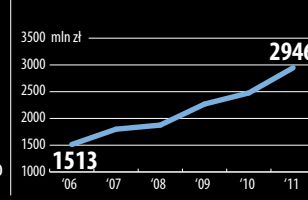


ŹRÓDŁO: GFK POLONIA DLA PKPP LEWIATAN, 2012

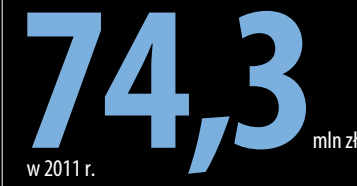
Na liście 500 największych polskich firm



Przychody Mlekovity, lidera w produkcji nabiału, zwiększyły się w ciągu 5 lat dwukrotnie



Największym inwestorem regionu jest Grupa Mlekovita, która wydała na rozwój



ŹRÓDŁO: LISTA 500, „RZECZPOSPOLITA”

Najcenniejszą markę w województwie ma Mlekovita, warta jest



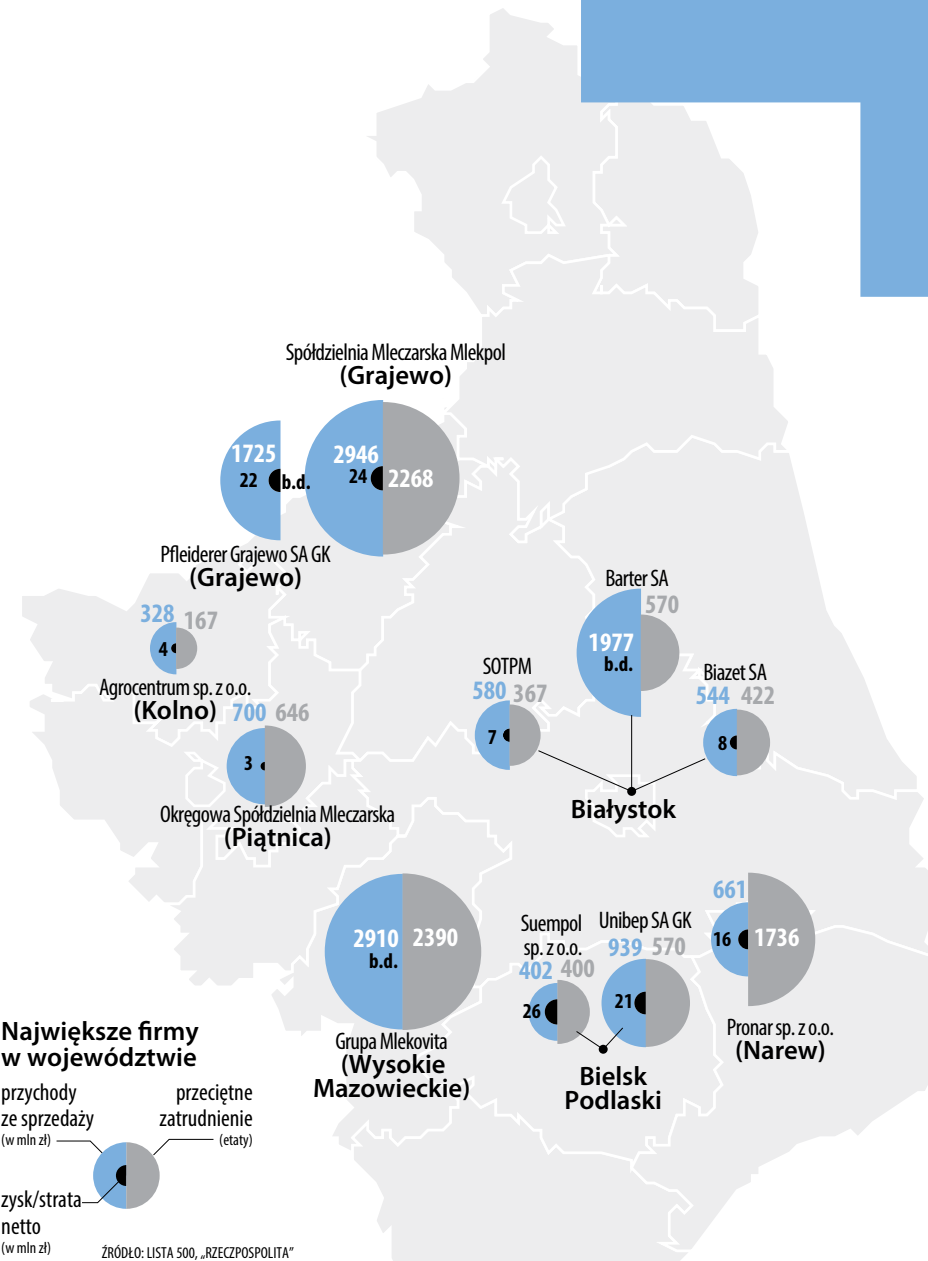
Wartość Mlekovity jest

4

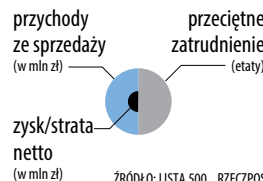
razy większa niż budżet Łomży

Na najnowszej liście wartości firm według „Rzeczpospolitej” Mlekovitę wyceniono na ok. 1 mld zł, a Mlekopol na 0,8 mld zł. Za nimi znalazły się między innymi budowlany Unibep (0,2 mld zł) i maszynowy Pronar (0,3 mld zł). Cieszy fakt, że wśród 43 firm z Podlasia, obecnych na liście 2000 największych w Polsce, tak dużo (17) 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.

Jednak właściciele większych przedsiębiorstw cieszą się poważaniem tylko wśród części mieszkańców regionu (38 proc.), podobnie jak prezesi i dyrektorzy (30 proc.). Jeszcze bardziej martwi, że na społecznej drabinie prestiżu znacznie gorzej od szefów dużych przedsiębiorstw wypadają właściciele warsztatów i małych firm (27 proc.) oraz sklepów (15 proc.). A przecież oni także tworzą produkt krajowy i miejsca pracy.



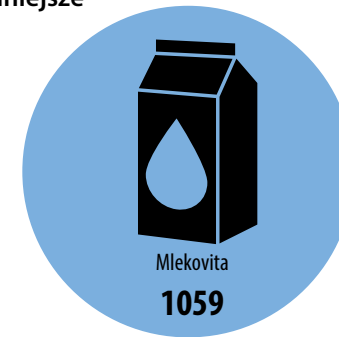
Największe firmy w województwie



ŹRÓDŁO: LISTA 500, „RZECZPOSPOLITA”

1. Mamy 9 firm wśród 500 największych w Polsce
2. Wartość Mlekovity – lidera wartości w regionie – wynosi ok. 1 mld zł
3. 38 proc. mieszkańców Podlasia darzy szacunkiem właścicieli wielkich firm

Najcenniejsze marki (w mln zł)



ŹRÓDŁO: RANKING MAREK, „RZECZPOSPOLITA” 2011

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

Największe przychody ze sprzedaży (w mln zł)



Spółdzielnia Mleczarska Mlekopol

Najwyższa rentowność netto (w proc.)



Elektrociepłownia Białystok

Największe zyski netto (w mln zł)



Elektrociepłownia Białystok

ŹRÓDŁO: LISTA 500, „RZECZPOSPOLITA” 2012

Najwyższe zatrudnienie (w etatach)



Grupa Mlekovita

Najwyższa wydajność (przychody na zatrudnionego, w mln zł)



Contractus

Najwyższy podatek dochodowy (w mln zł)



Pfleiderer Grajewo

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



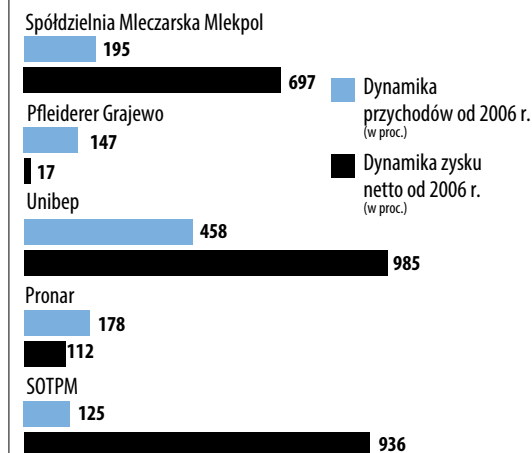
Elektrociepłownia Białystok

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



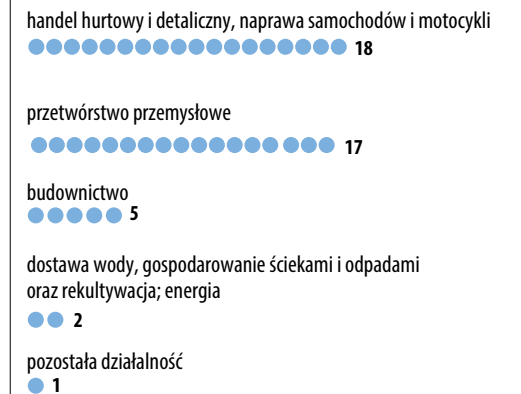
Unibep

Rosną przychody, są zyski



ŹRÓDŁO: LISTA 500, „RZECZPOSPOLITA”

Na Liście 2000 „Rzeczpospolitej” są 43 firmy z woj. podlaskiego z następujących branż:



ŹRÓDŁO: LISTA 2000, „RZECZPOSPOLITA” 2012

JESTEŚMY KONKURENCYJNI

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.

Woj. podlaskie z 14-procentowym udziałem eksportu w przychodach ze sprzedaży mieści się poniżej średniej krajowej, ale ma tak znanych eksporterów jak Mlekovita, Sokołów, Mlekpól i Biażet. Wyniki niektórych pokazujemy na mapie. Ich łączne przychody z eksportu stanowią ponad 40 proc. eksportu z regionu i to dzięki niemu powstały i istnieją w nich setki miejsc pracy. W sumie eksporterami jest ponad 350 firm z woj. podlaskiego.

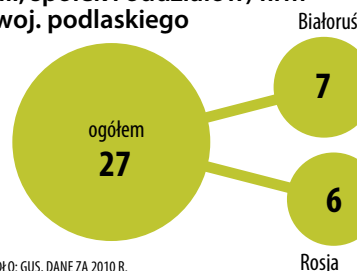
Mieszkańcy naszego regionu na ogół doceniają fakt, że konkurencyjność na rynku globalnym i eksport wzmacniają prestiż kraju. Ze stwierdzeniem, że prywatni przedsiębiorcy budują siłę ekonomiczną Polski na świecie, zgadza się tu 52 proc. osób.

1. Co piąta firma jest eksporterem*
2. Średnio co siódma złotówka sprzedaży pochodzi z eksportu
3. Kierunki eksportu z regionu: Unia Europejska, ale również Ukraina i Daleki Wschód

* Dotyczy firm zatrudniających powyżej dziewięciu osób

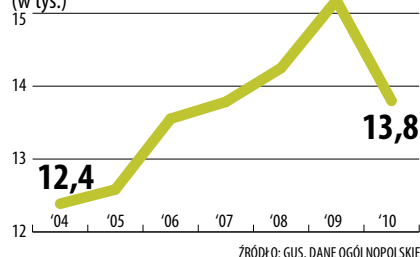
Eksport z Podlasia jest

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



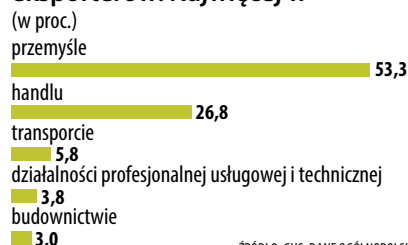
ŹRÓDŁO: GUS, DANE ZA 2010 R.

Liczba firm-eksporterów w Polsce (w tys.)



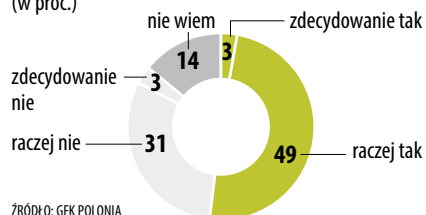
ŹRÓDŁO: GUS, DANE OGÓLNOPOLSKIE

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

W 2011 r. mieliśmy w woj. podlaskim

363

firmy-eksporterów

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

Łączne przychody z eksportu w 2011 r. wyniosły*

5,7

mld zł

Co stanowiło

14,2

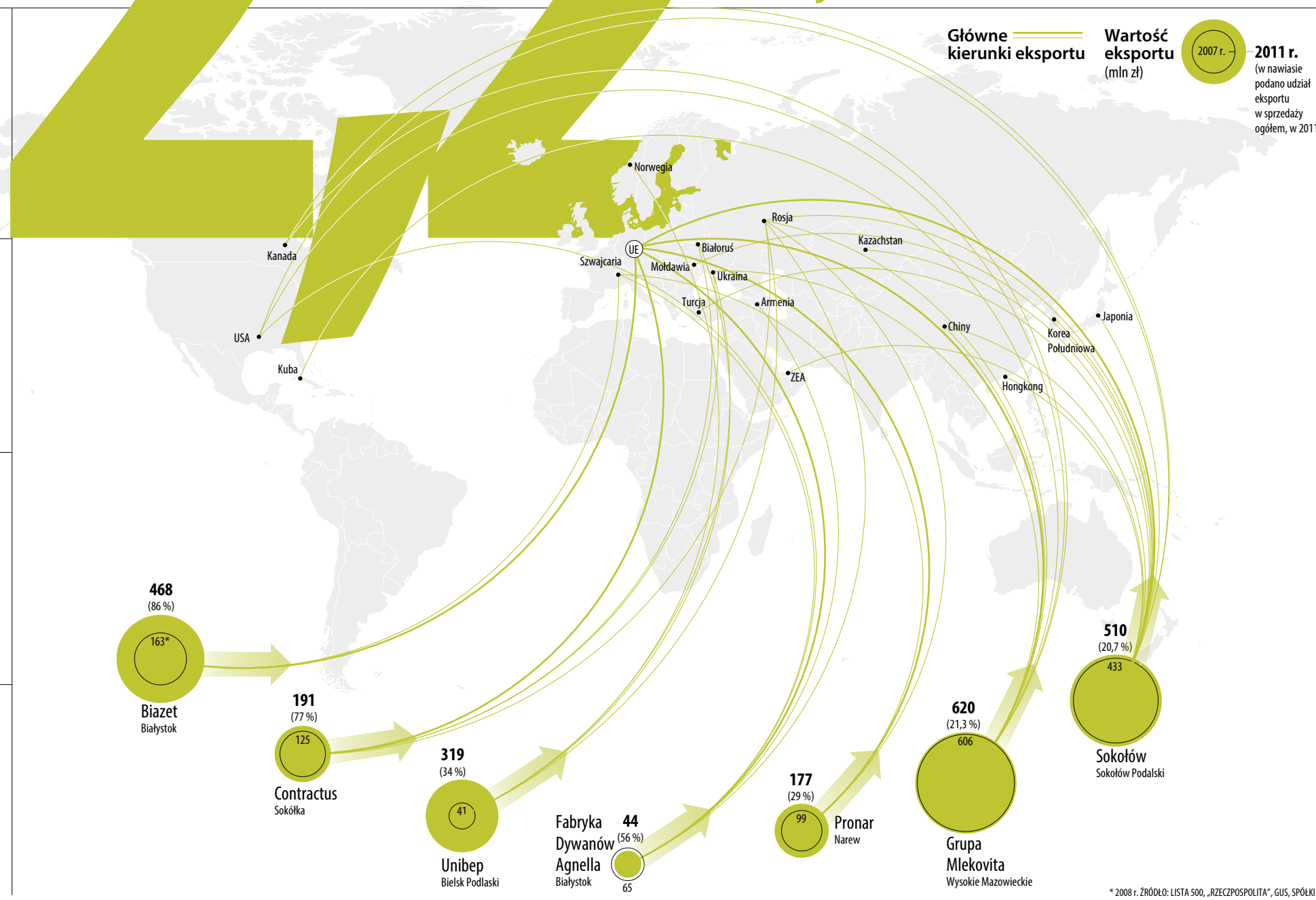
proc. przychodów ogółem

Coraz aktywniej penetrujemy świat

16

naszych firm ma filie i spółki za granicą

razy większy niż eksport warzyw z całej Polski

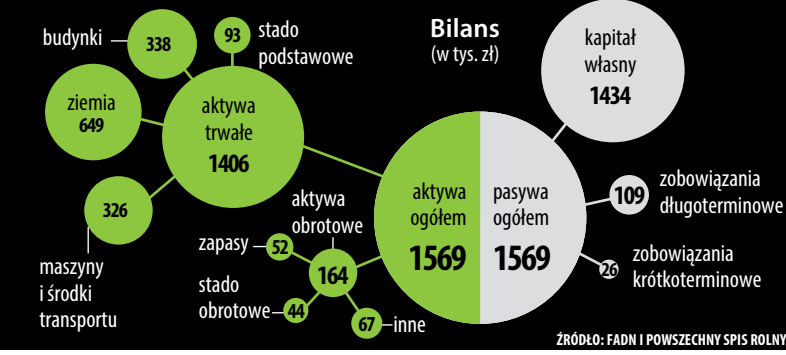


* 2008 r. ŹRÓDŁO: LISTA 500, „RZECZPOSPOLITA”, GUS, SPÓŁKI

ROLNIK

PRAWDZIWI MIKROPRZEDSIĘBIORCA

79



proc. obrotów mikrofirmy z naszego województwa

W woj. podlaskim mamy **103 683** gospodarstwa rolne

Na Podlasiu są 104 tysiące gospodarstw rolnych, w znacznej części bardzo małe i małe. Niektóre z nich nie przynoszą dochodu, bo nie sprzedają swoich produktów. Jednak w naszym regionie mamy też wśród rolników wielu prawdziwych przedsiębiorców.

Efektywność ekonomiczną gospodarstw rolnych bada Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej. Obserwuje ponad 700 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.

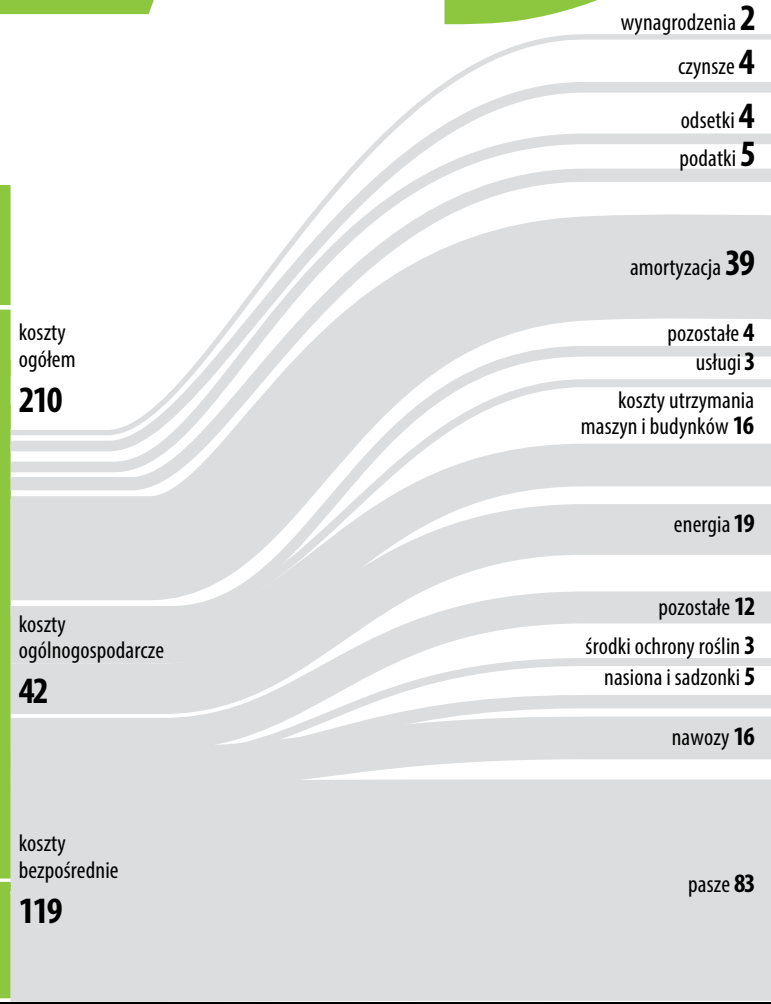
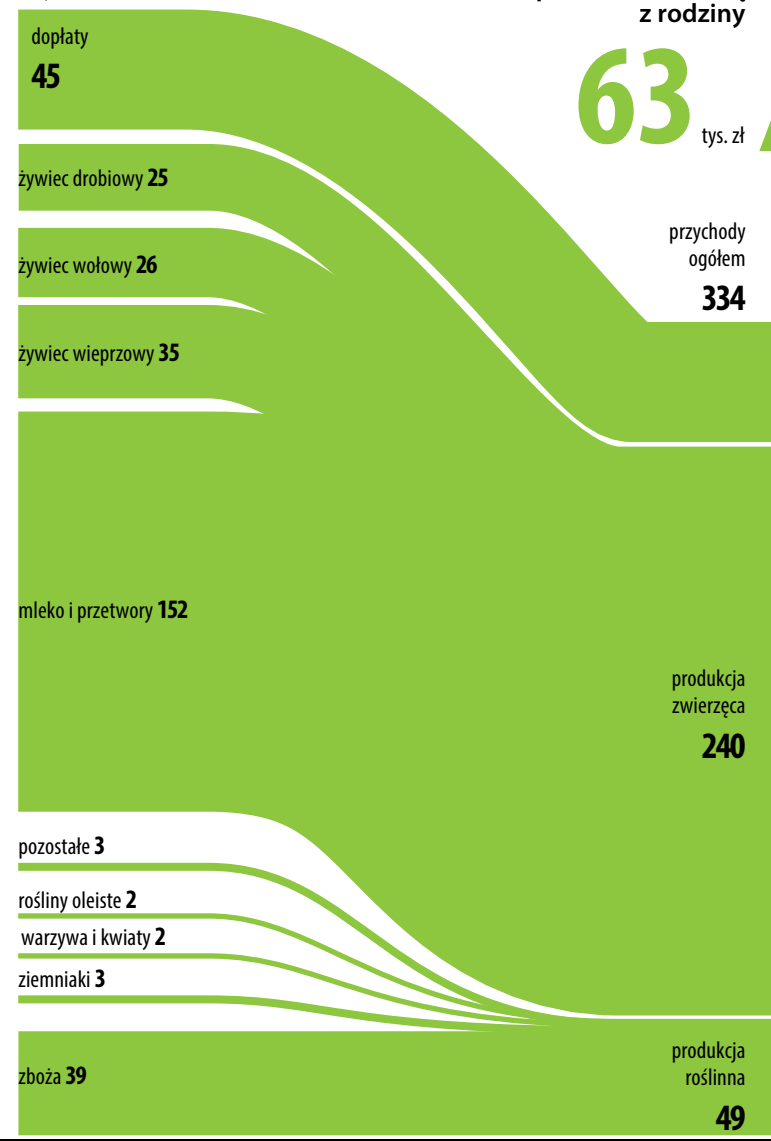
W woj. podlaskim w badaniach tych w 2010 roku uczestniczyło 478 efektywnych ekonomicznie rodzinnych gospodarstw rolnych. To mogą być małe obszarowo gospodarstwa, ale całe pod szkłem, duże sadownicze czy wielkoobszarowe zorientowane na produkcję mięsa, mleka czy zboża. Ilustracja obok pokazuje przeciętne dochody i koszty tych właśnie gospodarstw. Liczby dowodzą, że są to rzeczywiście mikroprzedsiębiorstwa.

Przychody gospodarstwa rolnego to

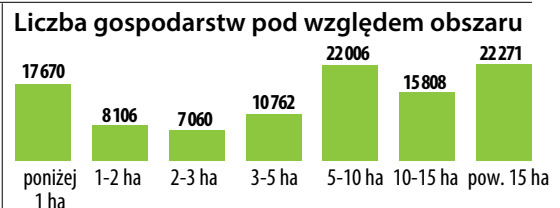
Dochód z rodzinnego gospodarstwa rolnego **123** tys. zł

Dochód na osobę pełnozatrudnioną z rodziny **63** tys. zł

Roczne przychody – koszty (w tys. zł)



Ale tylko 22 271 ma powyżej 15 ha powierzchni



98 proc. użytkowników rolnych to gospodarstwa indywidualne

W 2011 r. rolnicy sprzedali w skupie produkty roślinne za **200** mln zł

a zwierzęce za **3301** mln zł

W przeliczeniu na jednego mieszkańca regionu było to **121** kilogramów żywcza rzeźnego

121 kilogramów żywcza rzeźnego

1491 litrów mleka

Rolnicza firma raportuje, ekonomiści obliczają (badania FADN)

478 gospodarstw w woj. podlaskim – 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 **4717** godzin

Czyli w każdym pracuje, średnio licząc, **1,97** osoby „na pełny etat”

Do tego wykorzystują **241** godzin rocznie pracy najemnej

Czyli zatrudniają, średnio licząc, **0,11** osoby „na pełny etat”

Zatem w takiej rolniczej mikrofirmie pracują w sumie przeciętnie niewiele ponad 2 osoby

Średnio gospodarują na **41,5** ha ziemi własnej i dzierżawionej

Wartość jej produkcji wynosi **290 589** zł

Wartość przychodów przeciętnej mikrofirmy w woj. podlaskim to* **424** tys. zł

- 1,6 mln złotych wynoszą średnio aktywa efektywnego gospodarstwa rolnego w regionie
- Pracują w nim średnio niewiele ponad 2 osoby
- Ich produkcja wyniosła przeciętnie 291 tysięcy złotych

JESTEŚMY INNOWACYJNI

Według badań GUS województwo podlaskie ma podobny odsetek przedsiębiorstw innowacyjnych wśród firm przemysłowych jak w całej Polsce – 17,0 proc. Na najnowszej liście najbardziej innowacyjnych firm „Rzeczpospolitej” z regionu w czołówce jest tylko producent nowoczesnych instalacji gazowych AC SA z Białegostoku (o przedsiębiorstwach z listy z 2011 r. piszemy obok). W sumie przedsiębiorcy w naszym województwie w 2009 r. zainwestowali w innowacje tylko 301 mln zł.

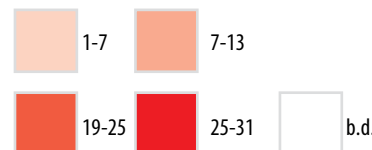
To zdecydowanie za mało. W Polsce nakłady na badania i rozwój jako odsetek PKB (0,74 proc.) są bardzo niskie. A w woj. podlaskim ten wskaźnik wynosi zaledwie 0,21 proc. (87 zł na mieszkańca w 2010 r.). Według Adama Górala, twórcy Asseco, innowacyjność to doskonalenie produktu, a niekoniecznie wymyślenie tego, czego nikt inny nie wymyślił. To daje szansę na sukces polskim kreatywnym przedsiębiorcom, także tym, którzy nie mają wystarczających środków.

1. W innowacje inwestujemy w regionie 0,3–0,4 mld złotych rocznie
2. W przemyśle 17 procent podlaskich firm GUS uznaje za innowacyjne
3. W sferze badań i rozwoju w przedsiębiorstwach regionu pracuje zaledwie 212 osób

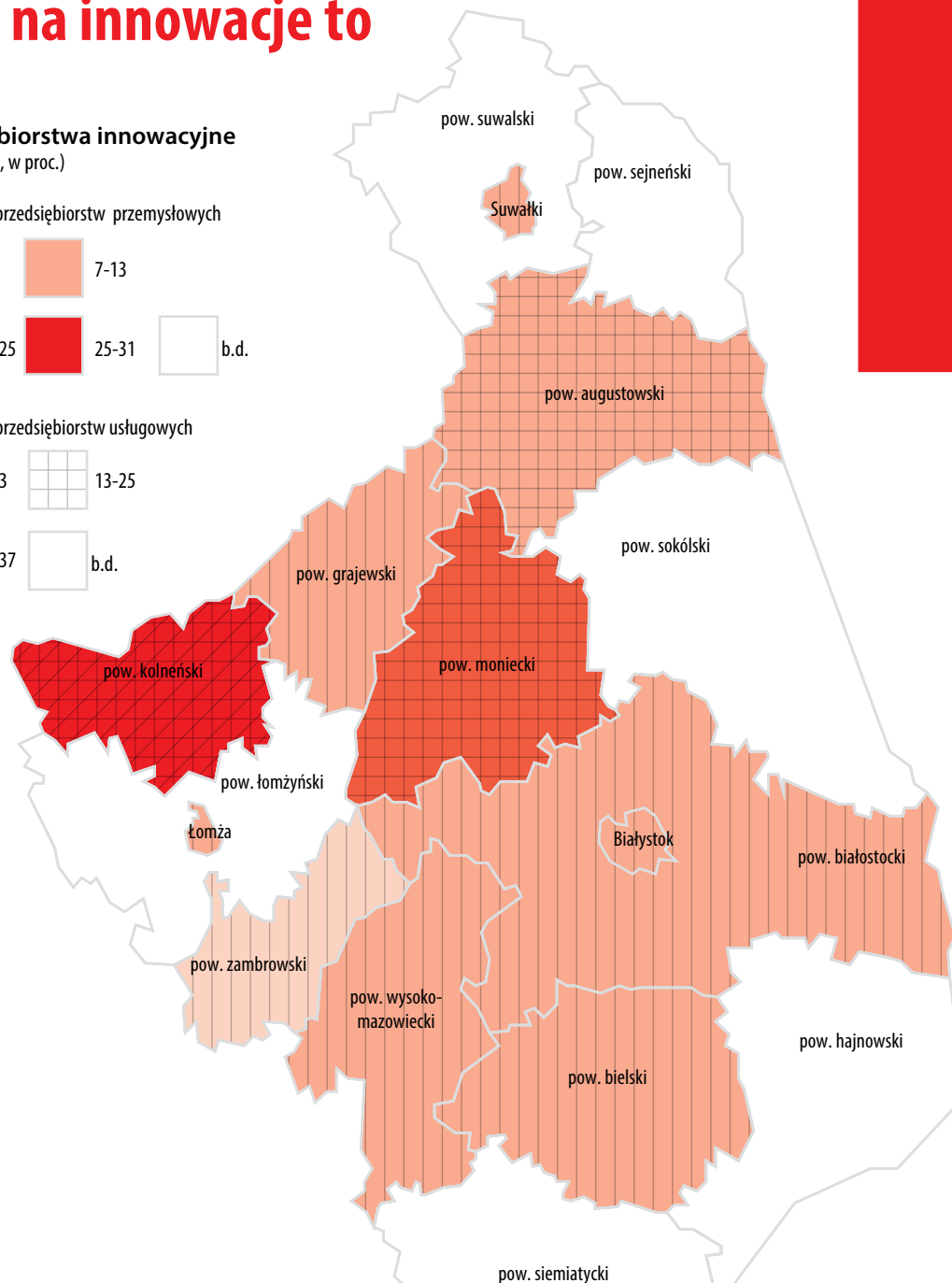
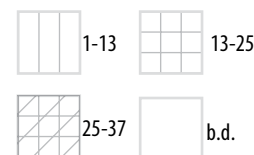
301 mln zł nakładów podlaskich firm na innowacje to

Przedsiębiorstwa innowacyjne (2008-2010 r., w proc.)

wśród ogółu przedsiębiorstw przemysłowych

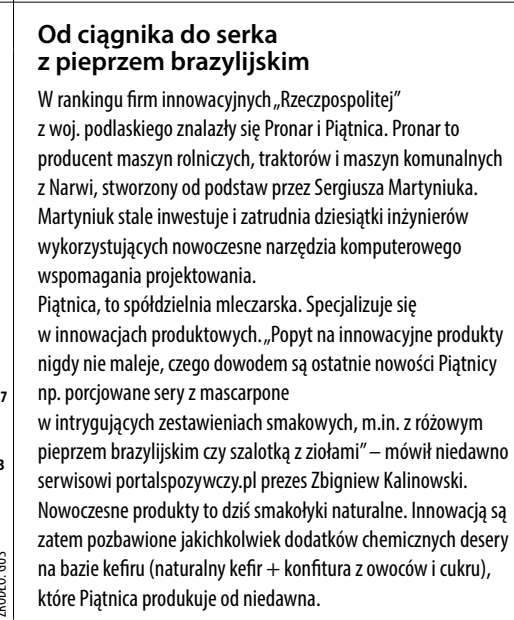
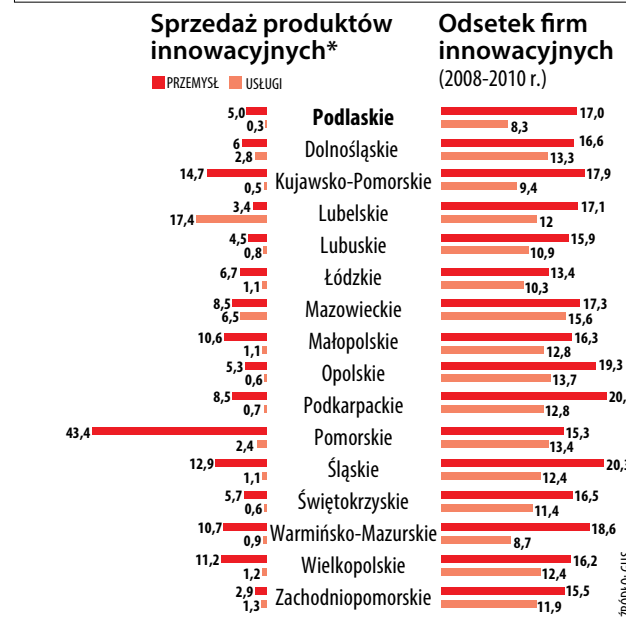
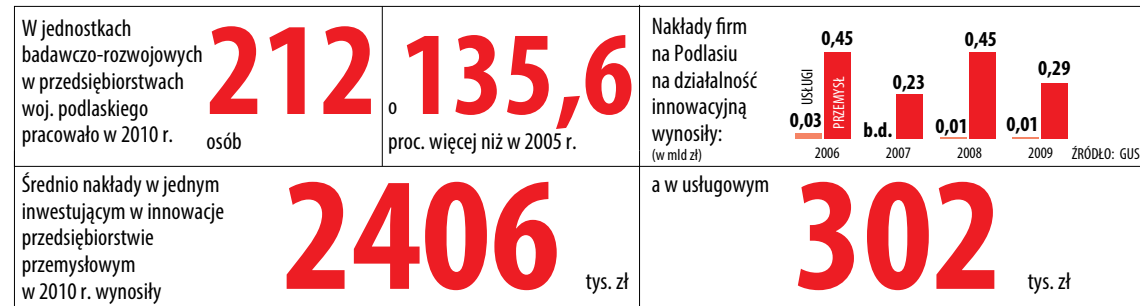


wśród ogółu przedsiębiorstw usługowych



143

tysiące i-Padów 3
(cena: 2100 zł)



Od ciągnika do serka z pieprzem brazylijskim

W rankingu firm innowacyjnych „Rzeczpospolitej” z woj. podlaskiego znalazły się Pronar i Piątница. Pronar to producent maszyn rolniczych, traktorów i maszyn komunalnych z Narwi, stworzony od podstaw przez Sergiusza Martyniuka. Martyniuk stale inwestuje i zatrudnia dziesiątki inżynierów wykorzystujących nowoczesne narzędzia komputerowego wspomagania projektowania. Piątница, to spółdzielnia mleczarska. Specjalizuje się w innowacjach produktowych. „Popyt na innowacyjne produkty nigdy nie maleje, czego dowodem są ostatnie nowości Piątницы np. porcjowane sery z mascarpone w intrygujących zestawieniach smakowych, m.in. z różowym pieprzem brazylijskim czy szalotką z ziołami” – mówił niedawno serwisowi portalspozywczy.pl przez Zbigniew Kalinowski. Nowoczesne produkty to dziś smakołyki naturalne. Innowacją są zatem pozbawione jakichkolwiek dodatków chemicznych desery na bazie kefiru (naturalny kefir + konfitura z owoców i cukru), które Piątница produkuje od niedawna.

* 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

Cezary Cieślukowski, członek zarządu Województwa Podlaskiego, **Wojciech Winogrodzki**, prezes Podlaskiego Związku Pracodawców, **Wojciech Jarmolowicz**, dyrektor Agencji Prasa Podlaska, **Władysław Prochowicz**, prezes zarządu Radio Białystok SA, **Rafał Rudnicki**, kierownik reklamy, marketingu i promocji TVP SA Oddział w Białymstoku

PATRONI MEDIALNI

Gazeta Współczesna

Polskie Radio Białystok

TVP Białystok

Laureaci z województwa podlaskiego



KRZYSZTOF KOSMOWSKI
P.H. KOSMOS

44



HENRYK OWSIEJEW
MALOW SP. Z O.O.

46



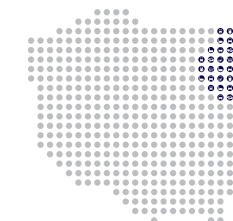
BOGDAN STRĘKOWSKI
PPHU „EWA”
STRĘKOWSKI SP.J.

48



SŁAWOMIR JANUSZ ŻUBRYCKI
PPU PALISANDER SP. Z O.O.

50



Podążanie za marzeniem

Krzysztof Kosmowski działalność gospodarczą rozpoczął jeszcze w czasie studiów na Wydziale Automatyki i Robotyki Politechniki Białostockiej. Wymarzoną niezależność zaczął budować od handlu odzieżą – i tak zostało. Dziś P.H. „KOSMOS” to nie tylko sieć sklepów „Prestige Męski”, ale też „Desire” – marka produkowanych w Białymstoku koszul i dodatków.

Ta przygoda się zaczęła od marzeń: zawsze chciałem prowadzić własną działalność gospodarczą, chciałem mieć choć odrobinę, na ile to możliwe w naszych realiach, niezależności. Chciałem realizować swoje marzenia i plany. I to pragnienie sprawdzenia własnych umiejętności i bycia niezależnym – to podstawa moich osiągnięć – mówi skromnie Krzysztof Kosmowski.

Od dresu do garnituru

Marzenia zaczął realizować od handlu w latach 90. Wybór branży odzieżowej wynikał wówczas bardziej z kalkulacji, niż afektu.

– Wynikało to z bliskości Wschodu, a także z wielkości kapitału, jakim dysponowałem. Nie miałem go dużo, więc najprościej było zacząć z odzieżą – pojechać do Łodzi albo w jej okolice, tam kupić dosłownie torbę czy reklamówkę odzieży, przywieźć tu i sprzedać.

W roku 1995 roku powstał pierwszy obiekt handlowy na osiedlu Piasta w Białymstoku. Tam Kosmowski prowadził handel odzieżą sportową i dzinsową. W pewnym momencie nadarzyła się możliwość sprzedawania koszul garniturowych – zaczął od trzech kartonów. Z czasem zaczęło iść coraz lepiej, Krzysztof Kosmowski zainteresował się tematem i go polubił.

W roku 1998 powstała pierwsza niewielka hurtownia – z samymi koszulami. P.H. „KOSMOS” wówczas sprowadzał towar i rozprowadzał go do sklepów. Z czasem zaczęły powstawać własne punkty sprzedaży – sklepy „Prestige Męski”. Pierwszy w Hajnówce, potem kolejne – w Bielsku Podlaskim, Siemiatyczach, Białymstoku. Specjalizacji i rozwojowi sieci handlowej towarzyszyły też narodziny kolejnego marzenia.

– Zapragnąłem mieć swoją własną markę koszul i markę garniturów. I pozwoli zacząłem się tym interesować, co muszę zrobić, by mieć własne koszule, własne garnitury, mieć wpływ na kształt, na jakość, na wielkość zamówienia. I wszystko wskazywało, że po prostu muszę zacząć je sam produkować. Dla mnie to była jedyna droga rozwoju, pozwalająca realizować to, co chcę realizować – opowiada założyciel i właściciel P.H. „KOSMOS”.

W roku 2008, w ramach konsekwentnego rozwijania koncepcji eleganckich ubiorów dla mężczyzn, powstała marka „Desire”, obejmująca koszule, krawaty, garnitury i dodatki do nich. W roku 2011 firma zmieniła siedzibę na większą, wyposażoną w nowoczesną szwalnię. Tam mieści się do dzisiaj. Tylko w magazynach znajduje się 25 tysięcy sztuk samych

koszul – o dwa rzędy wielkości więcej niż w pierwszej hurtowni P.H. „KOSMOS” 14 lat temu.

Wzrosła też liczba punktów sprzedaży. Na początku roku było ich 12, ale szybko dołączył do nich duży oddział w Olsztynie, który ma się zająć obsługą sieci mniejszych sklepów, planowanych w województwie warmińsko-mazurskim. Krzysztof Kosmowski ma też zamiar rozwijać i unowocześniać centrum produkcyjne w Białymstoku – mimo posiadania potrzebnego ku temu kapitału, przeszkodą jest brak wykwalifikowanej siły roboczej. Krzysztof Kosmowski chciałby móc sam szkolić nowych pracowników, ale przyznaje, że obecnie nie jest to możliwe ze względu na koszty i obciążenia administracyjne.

– Czuję się trochę osaczony przez system. Chciałbym, by państwo traktowało mnie jako przedsiębiorcę trochę bardziej po partnersku, a tak nie jest – wyznaje.

Wśród swoich

Firma stale poszerza swoją ofertę – wzbogaca nie tylko swój asortyment, ale też zakres usług. Jak można się przekonać m.in. na stronie sklepu internetowego www.dessire.pl P.H. „KOSMOS” szyje także odzież na zamówienie, skrojone na miarę garnitury i koszule.

Z kolei drugi sklep internetowy sprzedaje końcówki kolekcji – zarówno firmy PH „KOSMOS”, jak i innych producentów. Od kilku lat pod szyldem „Prestige Korporacja” firma szyje odzież służbową i reklamową – zaufały jej już, między innymi, Białostocka Komunikacja Miejska, Podlaski Związek Pracodawców i Klub Sportowy Ja-



FOT. TWIRAJMUND KLONOWSKI

„ Nie zlecam szycia w Chinach czy Turcji. Wolę to robić tutaj, bo tu się wychowałem. Białystok jest pięknym miastem. Chcę tu działać, zachować to miejsce dla przyszłych pokoleń po to, by mogły korzystać z owoców mojej ciężkiej pracy.

KRZYSZTOF KOSMOWSKI

giellonia Białystok. Współpraca z podlaskim klubem trwa od dwóch lat. – Na początku uszyliśmy partię koszul dla zawodników i pracowników Jagiellonii. W tej chwili w każdym sezonie dostarczamy koszule i krawaty, a także garnitury i marynarki. Mamy też oficjalne pozwolenie na sprzedaż koszul garniturowych i krawatów z logo Jagiellonii. Oczywiście, klub też ma korzyści: marketingowe i wizerunkowe – opowiada prezes. – Zawsze lubiłem Jagiellonię – kiedyś w młodości

grałem tam też w piłkę – i chciałbym, by w Białymstoku była silna drużyna.

W ogóle z Białymstokiem łączy pana Krzysztofa gorące uczucie oraz wiara, że jako przedsiębiorca jest w stanie uczynić swoje otoczenie lepszym miejscem.

– Nie zlecam szycia, a mogę, w Chinach czy Turcji. Wolę to robić tutaj, bo tu się wychowałem, Białystok jest pięknym miastem. Chcę tu działać, zachować to miejsce dla przyszłych pokoleń po to, by mogły ko-

rzystać z owoców mojej ciężkiej pracy – mówi.

Na najbliższą przyszłość planuje się modernizację i rozbudowę szwalni w Białymstoku oraz rozwój sieci handlowej. Firma ma zamiar skupić się także na eksporcie – na razie na Litwę, Białoruś i do Rosji.

Żona czasem narzeka na brak pana Krzysztofa w domu, ale prezes ma też pomoc – 14-letni syn stara się przyglądać i w miarę możliwości pomagać ojcu w pracy. Kosmowski liczy, że kiedyś przekaze firmę i markę dzieciom. Na razie jednak planuje kontynuację swojej, jak to określa, „pracy u podstaw”. Wierzy, że także dzięki jego pracy Białystok stanie się lepszym miejscem. Miejscem, w którym ludzie ubierają się w eleganckie, wysokiej jakości wyroby marki „Desire”.

www.prestigemeski.pl

www.dessire.pl

Pomysł na szafkę

Drewniane stoły czy szafki mogą w rodzinie służyć przez całe pokolenia. Jednak w szkolnym korytarzu, miejskim archiwum, szatni czy w jednostce wojskowej nie przetrwałyby nawet tygodnia. Tam niezbędne są solidniejsze meble.

W ich produkcji specjalizuje się suwalska firma Malow.

Gdy w latach 80. Henryk Owsiejew, dawny wiceprezydent Suwałk, zakładał państwowy zakład Polam-Suwałki, przedsiębiorstwo produkowało metalowe szafki dla wojska. Trwałe, ale toporne, bez szans, by spodobały się komukolwiek poza najmniej wybrednymi klientami. Firma potrzebowała wszystkiego: nowych technologii, inwestycji i rynku zbytu. W 1989 r. pojawiła się okazja: powstała spółka joint venture z francuską Litrą, pod nazwą Litpol. Inwestycja pozwoliła na podniesienie standardu produkcji i otwarcie na nią rynku francuskiego, na który szła większa część wyrobów. Spółka z Francuzami umożliwiła też dalszy rozwój – wdrażanie nowych technologii i zwiększanie asortymentu. Gdy 10 lat później ruszała Suwalska Specjalna Strefa Ekonomiczna, Owsiejew postanowił przenieść do niej działalność, gdyż Litpol stawiał się za mały na zapotrzebowanie rynku. Tak powstała dzisiejsza firma Malow, należąca w dalszym ciągu do grupy Litpol.

Metalowe potrzeby

Jak mówi prezes, wzrost firmy wymusiło zapotrzebowanie rynku na coraz szerszą gamę mebli metalowych. Czas się zmieniły, ale metalowe szafki czy regały nadal były przydatne. Tyle że w nowych czasach wynikało już nie z po-

trzeby szukania najtańszych rozwiązań, a z konieczności znalezienia takich wyrobów, które wytrzymają naprawdę wiele, niezależnie od warunków.

– Dzięki ulgom inwestycyjnym w specjalnej strefie ekonomicznej mogliśmy poszerzyć ofertę produktów i wkroczyć w zupełnie nowe segmenty rynku. Zaczynaliśmy od prostych wyrobów dla zaplecza socjalnego, z czasem doszły meble dla warsztatów, szpitali, szkół, lokali gastronomicznych, biur i archiwów. Produkty Malow są wszędzie tam, gdzie liczy się niezawodność – mówi Henryk Owsiejew. – Naszą przewagą jest to, że jesteśmy w stanie, jako jedyna firma w Polsce i jedna z niewielu w Europie, szybko zaprojektować, przygotować i wyprodukować meble przystosowane do indywidualnych potrzeb klienta – mówi wieloletni prezes, a dziś właściciel i szef rady nadzorczej firmy.

Jest to możliwe dzięki prężnemu zapleczu produkcyjnemu, zatrudniającemu 30 wysokiej klasy inżynierów. Obecnie zamówienia indywidualne stanowią ponad jedną trzecią produkcji firmy – pozostała część to wyroby katalogowe. Z biegiem lat Malow poszerzył

ofertę o najbardziej zaawansowane produkty w branży, od serii eleganckich metalowych mebli do biur, przez szafy archiwalne z napędem elektrycznym po gotowe, zdalnie sterowane stoiska reklamowe.

Nieustanny rozwój

Główne centrum produkcyjne Malow mieści się na terenie Suwalskiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej. Na trzech zmianach pracuje w nim blisko 500 osób. Mieszczący się tu Dział Konstrukcyjny i Rozwoju Wyrobów w najdrobniejszych szczegółach opracowuje każdy model, zanim trafi on do produkcji. Na podstawie jego projektów programowane są następnie ultraprecyzyjne laserowe wykrawarki i wielotonowe prasy do kształtowania blach i metalowych profili. Przygotowane w ten sposób elementy na miejscu są też montowane i spawane.

Dzięki nowoczesnej technologii lakierowania proszkowego każdy mebel może być w niemal dowolnym kolorze, dobranym na indywidualne życzenie klienta. Technologia zapewnia również trwałość wyrobu oraz jego odporność na warunki środowiskowe.

Od roku 2006 w centrum produkcyjnym trwa proces instalacji nowej, automatycznej linii produkcyjnej, wartości kilkudziesięciu milionów złotych. Wysoka wydajność nie odbywa się jednak kosztem ekologii – fabryka wyposażona jest w mechanizm oczyszczania ścieków i systemy odzy-

Okolo
30
mln euro

wyniesie
sprzedaż
spółki Malow
w 2012 roku



FOT. MALOW

„ Jesteśmy już dużą firmą. Gdy zaczynaliśmy 25 lat temu, zatrudnialiśmy 25 osób. Dziś pracuje dla nas ponad 500, do tego drugie tyle w kooperacji i transporcie. Nie przestajemy się rozwijać.

HENRYK OWSIEJEW

skiwania ciepła, pozwalające do minimum obniżyć wpływ produkcji na środowisko naturalne.

Bardzo silne są też pozagospodarcze związki firmy Malow z Suwałkami. Przedsiębiorstwo bierze udział w licznych przedsięwzięciach charytatywnych i społecznych. – Jesteśmy znaczną firmą i myślę, że jest taka potrzeba i powinność, by podzielić się z innymi, jeśli się ma taką możliwość.

Malow jest trochę filantropem, ale Suwałki to nasz matecznik i mam satysfakcję z tego, że to nie jest żadna Polska B tylko dobra Europa – mówi prezes. Jednak najważniejszym tematem w tej dziedzinie jest sport.

Firma od wielu lat jest sponsorem lokalnego klubu badmintonowego. Suwalski Klub Badmintonowy Litpol-Malow jest 11- mistrzem Polski, a jego zawodnicy regularnie reprezen-

tują Polskę na igrzyskach olimpijskich – w Londynie w barwach Polski grało trzech zawodników SKB: Kamila Augustyn, Adam Cwalina i Michał Łogosz.

Wykupić Francuzów

Od ośmiu lat Malow sp. z o.o. jest firmą o wyłącznie polskim kapitale – Henryk Owsiejew wykupił od Francuzów ich 70 proc. udziałów. – Nie zawsze jest tak, że tylko obcy kapitał nabywa polskie przedsiębiorstwa. Działa to też w drugą stronę – uśmiecha się. – Jesteśmy już dużą firmą. Gdy zaczynaliśmy 25 lat temu, zatrudnialiśmy 25 osób. Dziś pracuje dla nas ponad 500, do tego drugie tyle w kooperacji i transporcie. Nie przestajemy się rozwijać.

Poza centralą w Suwałkach Malow ma w Polsce 80 przedstawicieli handlowych oraz tyle samo w Europie. Duże centrum dystrybucyjne powstało w Bratysławie. Od ośmiu lat działa firma handlowa w Charkowie na Ukrainie, półtora roku temu rozszerzona o pion produkcyjny. Prezes nie ukrywa, że rynki wschodnie interesują przedsiębiorstwo.

– Rynek ukraiński jest jeszcze uśpiony, przypomina nieco polski 15 lat temu, ma więc duży potencjał do zagospodarowania. Mamy też dalsze plany rozwoju produkcji i dystrybucji na Wschodzie.

Kryzys jakby nie dotyczył przedsiębiorstwa. Firma jest w dobrej kondycji finansowej, nie przewiduje zwolnień – wręcz przeciwnie, wdrożenie nowej technologii pozwoli zwiększyć zatrudnienie. W roku 2012 sprzedaż produkcji, której ponad połowa idzie na eksport, wyniesie 30 milionów euro. Na lata przyszłe planowany jest wzrost sprzedaży i wyjście poza Europę. Prezes jest dobrej myśli – niezależnie od koniunktury, nie zmaleje zapotrzebowanie na wysokiej jakości meble. Meble, które nie zawiodą.

www.malow.pl

Folie z rozsądku, makaron z sentymentu

Historia firmy PPHU Ewa sięga 1991 roku, w którym teść obecnego prezesa założył jednoosobową działalność gospodarczą specjalizującą się w produkcji makaronu. Ale to było zbyt nudne dla kolejnego pokolenia, które zaryzykowało i weszło z sukcesem w całkiem nową branżę druku fleksograficznego.

Ewa jest typową firmą rodzinną. W 1996 roku rodzina przeprowadziła małą rewolucję w firmie, a rok później przekształcili się w spółkę jawną. – Teść przekazał swoje udziały córkom, dołączyłem ja i zaczęliśmy się zastanawiać co dalej. Rynek się zmienił, można było rozszerzać niepewną produkcję makaronu na całą Polskę albo zmienić branżę. Postanowiliśmy zaryzykować. Zacząłem się doszkalać w zakresie techniki fleksograficznej – opowiada. Fleksografia to jedna z metod drukarskich, przypominająca nieco druk sprzed czasów Gutenberga: zamiast pojedynczych czcionek zestawianych w całe stronicie tekstu, korzysta z walcowatej formy drukowej, czyli swoistego stempla. Dzięki temu druk fleksograficzny jest tani, a przy tym pozwala na szybkie zadrukowywanie dowolnej niemal powierzchni: folii, papieru czy tektury. W produkcji opakowań na współczesne produkty to metoda niezastąpiona.

Naprawdę od zera

Bez specjalistycznej wiedzy, bez doświadczenia i maszyn, kierując się intuicją, rodzina postanowiła – nie przerywając produkcji makaronu - zacząć coś zupełnie nowego: produkcję folii i ko-

lorowych opakowań z tworzyw sztucznych. – Kupowaliśmy opakowania do naszych makaronów, więc mieliśmy kontakt z producentami i pewne wyobrażenia na temat tej branży. Doszliśmy do wniosku, że to ciekawsze zajęcie niż prosta produkcja makaronów. Nie chciałem się nudzić, więc dostałem, czego chciałem – czasem emocji było aż nadto – śmieje się prezes.

Zaczynali od bardzo starej, sześciokolorowej, używanej niemieckiej maszyny z 1969 roku. Jej plusem była cena, minusów było nieco więcej. Rodzinna firma dokupiła jeszcze krajarkę, maszyny do produkcji torebek i produkcja ruszyła. Po jakimś czasie zatrudnili kilku pierwszych pracowników spoza rodziny, na których pracę otrzymali dofinansowanie z Państwowego Funduszu Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych. – Nie dysponowaliśmy wtedy prawie żadnym kapitałem, te pieniądze wiele dla nas znaczyły. Trzeba było przeszkolić pracowników, do tej pory jestem wdzięczny drukarzowi z Białogostoku, który rok mieszkał tu u nas, w Zambrowie i pomagał zapoznać się z trudną sztuką drukarską. Zaczynaliśmy naprawdę od zera – opowiada Bogdan Strękowski.

Do dziś właściwie cała kadra to ludzie wyszkoleni na miejscu, w tutejszym zakładzie. Wiedza dotycząca fleksodruku nie jest rozpowszechniona, trudno o wykształconych pod tym kątem pracowników. Brakuje odpowiednich szkół, zawód drukarza stał się zawodem niszowym. Zatrudniają na stałe 34 osoby, w tym trzy w zakładzie produkującym makaron. – Do tej pory utrzymujemy produkcję makaronu na rynek lokalny, chyba bardziej z sentymentu niż z rozsądku ekonomicznego – mówi prezes.

Ryzyko się opłaciło

Od początku działalności w nowej dla siebie branży PPHU Ewa poszukiwała klientów ogólnopolskich i zagranicznych, wiedzieli, że szansą jest działalność ponadregionalna. W połowie lat 90. standardy dotyczące opakowań były nieporównywalne z dzisiejszymi. – Dzisiaj z tamtą maszyną nie udałooby nam się nawet zacząć. Zresztą ten rynek zmienił się w Polsce bardzo szybko, musieliśmy starać się podążać za coraz wyższymi standardami. Po kilku latach kupiliśmy maszynę nowszej generacji; jeszcze wciąż nie nową, bo ceny maszyn poligraficznych są ogromne, ale już dokładniejszą, dającą produkt lepszej jakości. Mogliśmy starać się dotrzeć do bardziej wymagających klientów – mówi Bogdan Strękowski.

Tym razem skorzystali z pierwszej fali pieniędzy unijnych. Istniała jeszcze wtedy możliwość dofinansowywania urządzeń używanych. Zwiększyły się moce produkcyjne – i firma



„Zaryzykowaliśmy, ale dzięki inwestycjom w nowe maszyny możemy współpracować z największymi i najbardziej wymagającymi klientami, awansowaliśmy do firm nowej generacji.

BOGDAN STRĘKOWSKI

krok za krokiem szła do przodu. Rozbudowano zakład, obok kupionego jeszcze w latach 90. dawnego budynku straży pożarnej zakładów bawełnianych powstała kolejna hala. A przy tym cały czas w miarę możliwości firma inwestowała w sprzęt, np. nową laminarkę. Maszyna pozwala sklejać

razem kilka warstw folii, a każda może mieć inne właściwości. Dzięki temu powstają dużo bardziej skomplikowane opakowania, takie, do jakich dziś już jesteśmy przyzwyczajeni.

PPHU Ewa oparła się pierwszej fali kryzysu. – 2008 rok to kamień milowy w naszym rozwoju. To czas naszej naj-

większej inwestycji związanej z programem regionalnego rozwoju województwa podlaskiego. Otrzymaliśmy 60 proc. dofinansowania marszałka województwa do zakupu nowej, innowacyjnej maszyny drukarskiej. Znaleźliśmy bank, który nie obawiał się udzielenia nam kredytu. Dzięki temu mamy maszynę-marzenie i możemy realizować wszystko co najlepsze w technice fleksograficznej. Awansowaliśmy do firm nowej generacji – nie kryje zadowolenia prezes Strękowski. – Ta inwestycja sprawiła, że możemy dziś współpracować z największymi i najbardziej wymagającymi klientami, nie ogranicza nas ani technologia, ani jakość.

Znacząco zwiększyła się produkcja, a tym samym przychody spółki. Każdy kolejny rok działania firmy jest lepszy od poprzedniego. Około 90% klientów spółki to producenci żywności, pozostałe 10% należy do branży produktów chemii gospodarczej. Dobra szybko zbywalne są najbardziej odporne na zawirowania światowej gospodarki.

– To nie znaczy, że nie mogłoby być lepiej. Odczuwamy działania konkurencji, nie tylko my inwestowaliśmy w sprzęt. Firm jest dużo, dużo było dofinansowań z programów rozwoju dla tej branży. Teraz trzeba ciąć ceny, czujemy ścisk na rynku. Oprócz tego mocno wahają się ceny samej folii jako produktu przerobu ropy naftowej – rozwiewa idylliczną wizję prezes PPHU Ewa. Jednak niewielkiej firmie z Zambrowa nie powodzi się źle. Swoje produkty sprzedaje w całej Polsce, wysyła je także na Litwę, Łotwę czy Białoruś, planuje rozwijając eksport do Europy Zachodniej. Już zaczyna myśleć o kolejnych inwestycjach w innowacyjne maszyny, a może w nową siedzibę z większą powierzchnią produkcyjną i magazynową. I na pewno nie musi bać się nudy.

www.ewadruk.com

Szalunki na mur beton

Z systemów szalunkowych, nie wiedząc o nich wiele lub zgoła nic, pośrednio czy bezpośrednio korzysta każdy. Wykorzystuje się je w budownictwie jednorodzinym, wielokondygnacyjnym, przy budowie wieżowców i stadionów, mostów i wiaduktów. Wszędzie tam, gdzie jest beton. I wszędzie tam niezbędne są produkty firmy Palisander.

Ujmując rzecz najprościej: budując dom, trzeba też zrobić strop, zazwyczaj ze stali zbrojeniowej i betonu. Beton jest w postaci płynnej, więc wlewa się go w formy, żeby stęzał w odpowiednim kształcie – tłumaczy laikom prezes spółki Palisander Sławomir Janusz Żubrycki.

Kierunek: specjalizacja

Czasami spotyka się jeszcze drewniane formy, jednak technologia poszła do przodu, a za nią oferta firmy Palisander, która proponuje formy głównie stalowe, dzięki czemu mogą być wielokrotnie wykorzystywane. Szybkie w montażu, szybkie w demontażu. Z małych elementów tworzymy różne kształty, formy pod beton, najróżniejsze krzywizny, w zależności od wizji architektów. To kosztowny sprzęt, więc większości firm bardziej opłaca się go wynajmować, niż kupować.

Zajmujemy się wynajmem sprzętu i jego obsługą w trakcie użytkowania – wyjaśnia prezes Żubrycki. Ta pomoc w obsłudze jest w zasadzie wyjściem klientowi naprzeciw, bo ponowne złożenie form, na przykład po przesunięciu w inne miejsce, może czasami sprawiać trudności. – Niewiele firm świadczy usługi wynajmu wraz z montażem, i to nie tylko pierwszym, ale też każdym następnym – mówi

prezes. Profil firmy założonej w 1993 roku jest odpowiedzią na potrzeby klientów. – Słuchaliśmy rynku w okresie przełomu, a jak się słuca uważnie, to trudno potem powiedzieć, że to był pomysł, raczej oczywista decyzja – opowiada Sławomir J. Żubrycki, który z wykształcenia jest inżynierem budowlanym i w tamtym czasie wrócił z trzyletniego kontraktu w Niemczech.

– Szukaliśmy z kolegą pracy po powrocie, w branży nie było dobrych ofert dla wykwalifikowanych pracowników, więc postanowiliśmy założyć własną firmę. Początkowo zajmowaliśmy się wykonawstwem, czyli w zasadzie bylibyśmy klientami naszej firmy w obecnym jej kształcie. W 1997 roku dostrzegliśmy niszę – firmy budowlane miały kłopot z dostępem do szalunków – opowiada prezes. – Postanowiliśmy, że nie rezygnując z wykonawstwa, będziemy też wynajmować szalunki. Działaliśmy dwutorowo do 2001 roku. Wtedy postanowiliśmy na specjalizację w jednej dziedzinie i chyba nam się udało. My-

ślę, że jesteśmy największą polską firmą zajmującą się szalunkami.

Początkowo zakres działalności Palisander ograniczał się do rynku warszawskiego i północnej Polski, obecnie ma już oddziały w Katowicach i Swarzędzu, działa praktycznie w całym kraju. Jego klientami są zarówno duże przedsiębiorstwa budowlane, jak i małe firmy, budujące rocznie kilka domów jednorodzinnych. – Te niewielkie przedsiębiorstwa również wiedzą, że to się opłaca. Dla nas to dobry klient, z którym można współpracować przez lata. Trzeba go tylko do siebie przekonać – tłumaczy prezes.

Wszystko dla klienta

Firma Palisander pracowała przy budowie autostrady A1, pomogła w budowie niejednego mostu i wiaduktu, była obecna przy wielu inwestycjach związanych z dużymi obiektami handlowymi. – Przy budowie Galerii Słonecznej w Radomiu, której powierzchnia wynosi 100 tys. mkw. dostarczyliśmy na budowę 130 ciężarówek sprzętu szalunkowego. Budowa mostu to przeciętnie 7–8 ciężarówek – wylicza Sławomir J. Żubrycki.

Na polskim rynku szalunkowym w tej chwili są cztery duże podmioty – producenci szalunków z Niemiec, Austrii, USA i Hiszpanii – którzy również wynajmują swoje produkty. Palisander jest największą polską firmą w tej branży,

130
ciężarówek
sprzętu
szalun-
kowego

wyjechało
na budowę
Galerii
Słonecznej
w Radomiu



FOT. PALISANDER

„**Żeby zapewnić realizację projektu, potrzebne są oczywiście kapitał, sprzęt i całe zaplecze, ale choćby były ze złota, i tak liczą się ludzie. To ludzie tworzą firmę.**

SŁAWOMIR JANUSZ ŻUBRYCKI

ale na rynek wchodzi też mniejsze. – Konkurencja jest, ale my się od niej różnimy. Nie produkujemy sami, możemy wybierać spośród oferty wielu różnych producentów, których w Polsce nie ma. Chcemy być taką firmą, w której klient ma ofertę najszerzą z możliwych. Możemy dobrać towar pod każdym względem – ceny, jakości, materiału, przeznaczenia. Jeste-

śmy elastyczni – nie kryje dumy szef firmy Palisander.

Serce firmy

Spółka zatrudnia ponad 100 osób: w magazynach, zakładzie konserwacyjno-naprawczym, w dziale ofertowym, handlowym. I w logistyce, bo wychodząc naprzeciw klientowi, podjęto decyzję o wzięciu na własne

barki także transportu. Jest też oczywiście dział techniczny, złożony z wysoko wykwalifikowanych inżynierów, z uprawnieniami, którzy jeżdżą na budowy, koordynują i doradzają, oraz dział projektowy, dopasowujący produkty do planów architektonicznych. – A zaczęło się od dwóch osób – wspomina prezes. – Tak gwałtowny wzrost zatrudnienia nastąpił w ostatnich czterech latach.

Żeby zapewnić realizację projektu, potrzebne są oczywiście kapitał, sprzęt i całe zaplecze, ale choćby były ze złota, i tak liczą się ludzie. – To ludzie tworzą firmę – wyjaśnia Sławomir J. Żubrycki. Stara się dbać o rozwój swojej załogi, korzystając z pomocy programów wspierania zasobów ludzkich. Wie, ile może dać pracownikowi, a więc także i firmie, taka inwestycja w odkrywanie nowych możliwości. Starannie dobiera kursy, nie tylko ściśle związane z branżą, ale również te z zakresu komunikacji, reagowania na sytuacje stresowe czy rozwiązywania konfliktów.

– Raz w roku organizujemy taki firmowy wyjazd na sadzenie lasów. Ognisko, kiełbaski, leśnicy się cieszą, szykują sadzonki. Taka ekipa jak nasza w ciągu paru godzin jest w stanie obsadzić całkiem spory areał. To lepsze niż zakładowa wycieczka na grzyby albo impreza integracyjna z wyszynkiem. Ludzie uczą się być ze sobą, kiedy coś razem robią poza pracą. Fajnie, jeśli jest to coś dobrego – opowiada prezes. – Społeczny wymiar biznesu to nie jest nowość. Zawsze tak było, tylko lata komunizmu zdewaluowały to pojęcie i sprawiły, że działania na rzecz otoczenia kojarzyły się wyłącznie z obowiązkowym czynem społecznym. A w prowadzeniu firmy ważne jest, żeby ludziom chciało się przychodzić do pracy.

www.palisander.com.pl

Poprawa wizerunku przedsiębiorców – projekt PKPP Lewiatan

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

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

Konsultacje z przedsiębiorcami

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

Konkurs „Biznes. Dobry wybór”

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

Raporty „Przedsiębiorcy w województwie”

Opracowanie to trzymają Państwo w rękach. Powstało 17 raportów – dla każdego województwa oraz raport ogólnopolski. Wersje elektroniczne dostępne są na stronie projektu www.wizerunekprzedsiębiorcow.pl.

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

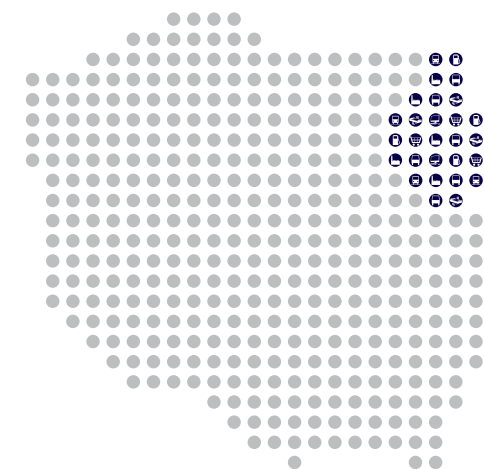
Rekomendacje staną się także podstawą warsztatów dla samorządowców w każdym województwie. Program spotkań obejmie m.in. prezentację dobrych praktyk, sesję porad eksperckich

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.



STREFA BIZNESU



TWÓJ LOKALNY
PORTAL GOSPODARCZY

www.podlaskie.strefabiznesu.pl

 Polskie
Radio
Białystok



www.radio.bialystok.pl

wiadomości • muzyka • ale jazda • reportaż • sport

Jesteśmy wszędzie!

TVP BIAŁYSTOK

Telewizja Polska S.A. Oddział w Białymstoku

ul. Włókiennicza 16a, 15-464 Białystok

Reklama i Marketing: tel. 85 743 52 52

Obiektów: tel. 85 743 50 50

Sekretariat: tel. 85 664 81 00

www.tvp.pl/bialystok



Deregulacja

Innowacyjność



Reformy



lewiatan@pkpplewiatan.pl



Polska Konfederacja
Pracodawców Prywatnych
Lewiatan

**GŁOS
BIZNESU**



Efektywność



Rozwój



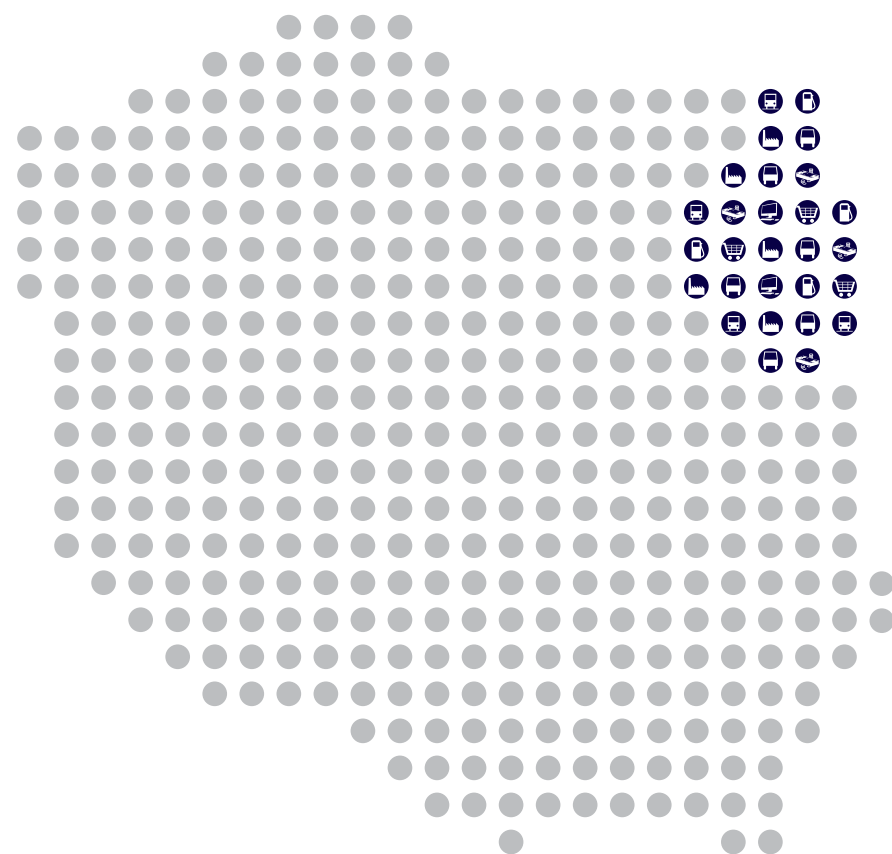
www.pkpplewiatan.pl



Odpowiedzialność



Konsultacje społeczne



Spis treści

Wstęp 5

RAPORT „PRZEDSIĘBIORCY W PODLASKIEM”

Przedsiębiorcy w Podlaskiem	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 podlaskiego	43
O projekcie „Poprawa wizerunku przedsiębiorców”.	52



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

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

EGZEMPLARZ BEZPŁATNY