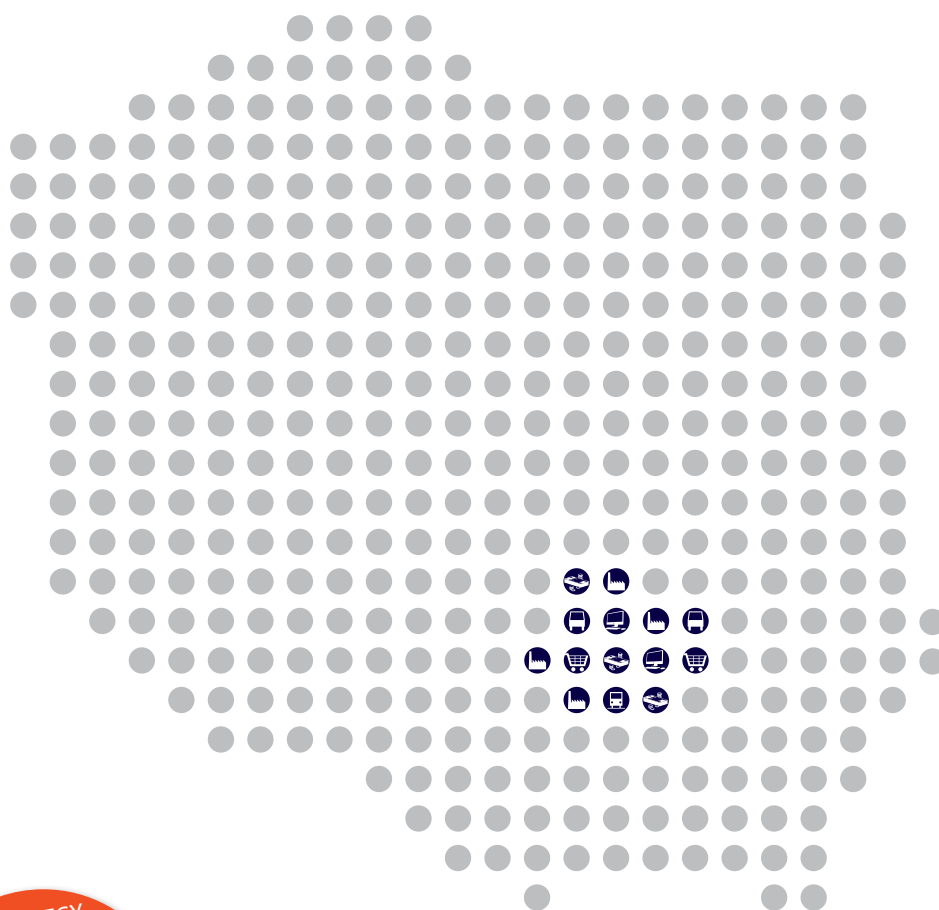


# Przedsiębiorcy w Świętokrzyskiem

FAKTY, LICZBY, PRZYKŁADY



POLSKA KONFEDERACJA  
PRACODAWCÓW PRYWATNYCH  
**LEWIATAN**

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

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 Badań 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.alexandrowicz@gmail.com](mailto:p.a.alexandrowicz@gmail.com). Zostaną one sprawdzone, a ewentualne poprawki naniesione w raportach udostępnionych elektronicznie.

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

Przygotowując sylwetki nagrodzonych przedsiębiorców staraliśmy się zawsze dotrzeć bezpośrednio do osób nagrodzonych przez Kapitułę. Nie w każdym przypadku się to udało, ale w takich sytuacjach laureaci wskazywali osobę, z którą rozmawialiśmy na temat firmy i zwycięzcy/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 978-83-61796-35-0  
Copyright © PKPP Lewiatan

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

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

#### AUTORZY

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

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

**BIZNES. DOBRY WYBÓR ORAZ OPRACOWANIE PUBLIKACJI:** Wydawnictwo Tartak Wyrazów ([www.tartakwyrazow.com.pl](http://www.tartakwyrazow.com.pl)), Magdalena Tokarska-Romańska (redakcja), Krzysztof Machocki, Anna Maria Sobocińska (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 Świętokrzyskiem

RAPORT NA TEMAT WKŁADU PRZEDSIĘBIORCÓW  
W ROZWÓJ WOJEWÓDZTWA ŚWIĘTOKRZYSKIEGO

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.

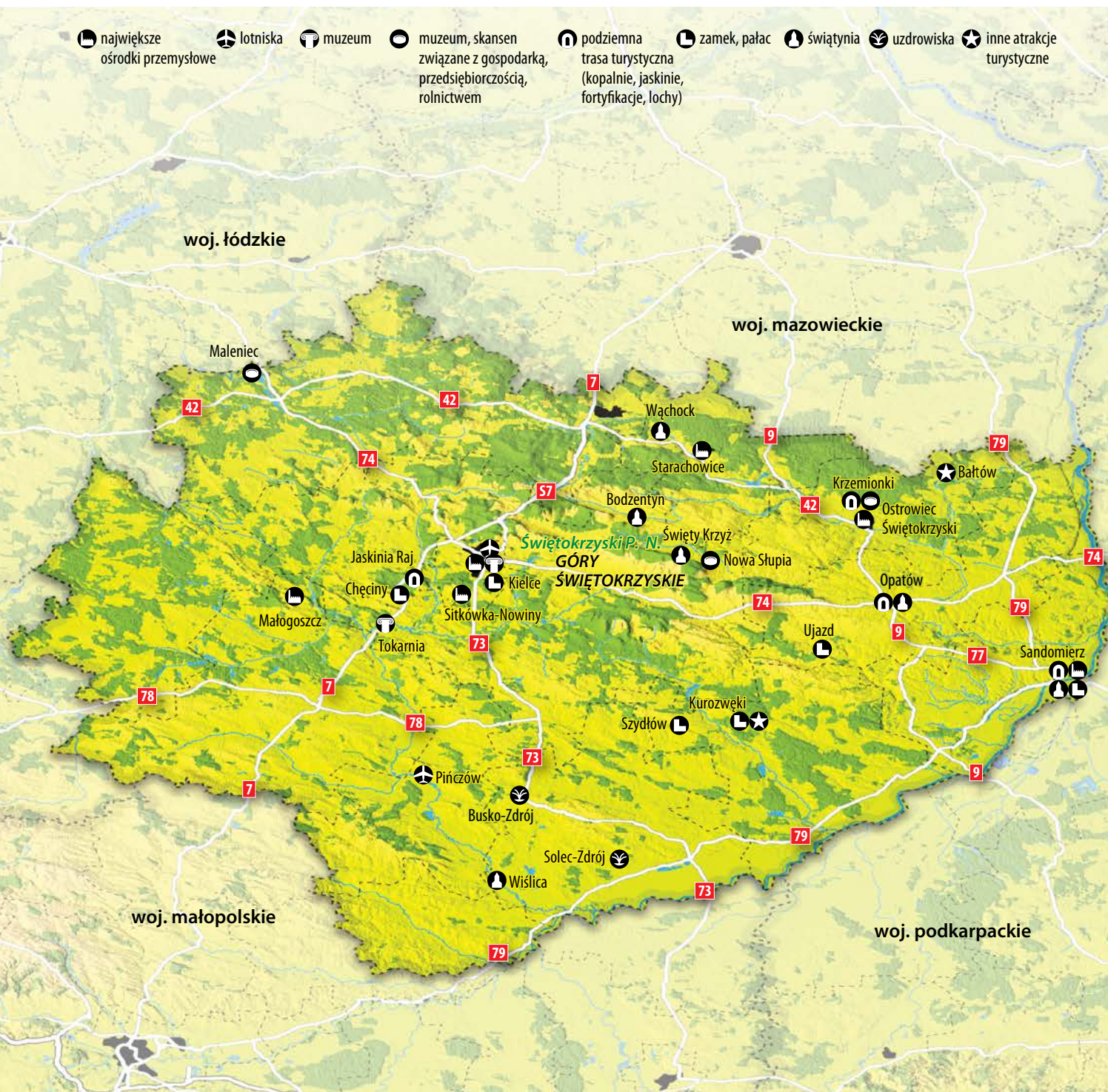
Drugą część tego wydawnictwa stanowią sylwetki laureatów konkursu „Biznes. Dobry wybór”, zorganizowanego przez Polską Konfederację Pracodawców Prywatnych Lewiatan. Wśród nich odnajdą Państwo „twarze biznesu” swojego regionu. Ich dokonania i sukcesy pokazują, że bycie przedsiębiorcą to dobry wybór. Im 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 Świętokrzyskiem



**G**ospodarka to, po pierwsze, przedsiębiorcy. To oni tworzą miejsca pracy, płacą większość podatków, inwestują. Państwo nie mogłoby realizować swoich celów, gdyby nie było biznesu. I choć brzmi to może górnolotnie, jest faktem, że Polska rozwija się dzięki przedsiębiorcom. W województwie świętokrzyskim aktywnych przedsiębiorców jest ponad 50 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 świętokrzyskie na mapie Polski. Przemysł jest umiarkowanie wydajny, natomiast budownictwo ma dobre wyniki. Mamy bardzo rozdrobnione rolnictwo, ale sporo efektywnych specjalistycznych gospodarstw sadowniczych i warzywniczych oraz rozwinięty przemysł spożywczy. Mało jest natomiast spółek z kapitałem zagranicznym. Mamy natomiast wiele atrakcji turystycznych, od zabytków Sandomierza i Opatowa, przez Kielce, po gołoborza w Górach Świętokrzyskich i Parku Jurajskim w Bałtowie. I wszędzie tysiące przedsiębiorczych ludzi.

Ale przedsiębiorczość na tym terenie nie zaczęła się w III Rzeczypospolitej. Przeciwnie, to region o niezwykle silnych tradycjach przemysłowych Zagłębia Staropolskiego. Począwszy od paleolitycznych kopalni hematytu, używanego do produkcji barwnika do malowania ciała, przez neolityczne kopalnie krzemienia i warsztaty krzemieniarskie, gdzie produkowano noże, groty do oszczepów i gła-

zione siekiery, przez starożytne hutnictwo datowane na II-III wiek, na Centralnym Okręgu Przemysłowym II Rzeczypospolitej i jego fabrykach zbrojeniowych kończąc. W II połowie XVI wieku pracowało tu ponad 140 kuźnic. Tu też na początku XVII wieku powstały pierwsze wielkie piece. Wydobywano także rudy miedzi i ołowiu, przetapiano je na metale, odciągano srebro. Produkowano wyroby z me-

Świętokrzyskie w pigułce	Polska	województwo świętokrzyskie
Przyrost naturalny na 1000 ludności	0,3	-1,7
Produkt krajowy brutto na mieszkańca w 2009 roku, w zł	35 210	27 333
Produkcja sprzedana przemysłu na 1 zatrudnionego, w zł	438 819	375 797
Produkcja sprzedana budownictwa na 1 zatrudnionego, w zł	394 783	386 529
Przeciętne wynagrodzenie w sektorze przedsiębiorstw	3 604	3 022
Przeciętna powierzchnia użytków rolnych w gospodarstwie, w ha	6,8	3,9
Podmioty gospodarcze w rejestrze Regon na 10 tys. ludności	1 013	837
Spółki handlowe z udziałem kapitału zagranicznego na 10 tys. ludności	19	5

ZRÓDŁO: GUS, DANE ZA 2011 R.

tali, od gwoździ do szabli, broni palnej i armat. Eksploatowano złoża kamienia, wapieni, marmurów. Zakłady hutnicze i kopalnie zaczęły podupadać dopiero w II połowie XIX wieku, gdy konkurencyjne okazały się nowe technologie stosowane w Zagłębiu Dąbrowskim. Takie są tradycje.

W 1990 roku do Polski powrócił system rynkowy. Mamy od 20 lat bezprecedensowy wzrost gospodarczy, powstały tysiące firm, dziesiątki tysięcy ludzi stały się przedsiębiorcami. Z jakim efektem? Popatrzmy na początek XXI wieku. W latach 2000-2011 wynagrodzenia realne zwiększyły się w Polsce o 32,9 procent, a liczba bezrobotnych zmniejszyła się 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 świętokrzyskim 14 870 zł. W 2009

(ostatnie dostępne dane) – 27 333 zł, czyli był o 84 proc. wyższy. Wzrost bardzo duży, nawet jeżeli uwzględnić ok. 28-procentową inflację w tym czasie. Przedsiębiorcy i firmy mają w tym decydujący udział.

Niektóre wydarzenia gospodarcze regionu w czasach III Rzeczypospolitej przedstawiamy poniżej w kalendarium. Województwo świętokrzyskie nie jest dziś w czołówce gospodarczej Polski, ale jego przedsiębiorcy mają tu wiele powodów do dumy.

Rozwija się rolnictwo i sadownictwo, przemysł metalowy i materiałów budowlanych. Kielce konkurują z Poznaniem o miano najważniejszego ośrodka wystawienniczego w kraju. Kielecki Kolporter stał się jedną z największych firm dystrybucyjnych i handlowych w Polsce, w Kielcach mają też siedzibę firmy miliardera Michała Sołowowa. Choć brakuje kapitału, rozwija się przemysł turystyczny i uzdrowiskowy; mało jest regionów z taką liczbą parków narodowych i krajobrazowych oraz zabytków. Co roku też kilka zagranicznych firm lokuje tu swoje inwestycje, a tysiące innych zakładają i rozwijają polscy przedsiębiorcy. To pokazuje, że panuje

tu duch przedsiębiorczości. Wystarczy spojrzeć, ile firm działa w obszarze telekomunikacji i Informatyki. Ponad 1300! Rozszerza się zasięg szerokopasmowego internetu – dziś ma do niego dostęp 30 procent gospodarstw domowych. Wskaźnik jest niski, ale szybko rośnie. Za tym procesem też 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 świętokrzyskie ma szereg silnych stron:

- dobrze rozwinięte rolnictwo i sadownictwo oraz przemysł rolnospożywczy
- złoża kopalin i wód mineralnych
- tradycje przemysłowe, dobrze rozwinięty przemysł materiałów budowlanych i maszynowy
- silne firmy budowlane, także z udziałem kapitału zagranicznego
- względnie tania siła robocza

Są również słabe strony np. ujemne saldo migracji, zwłaszcza ludzi młodych i dobrze wykształconych, bardzo niskie nakłady inwestycyjne,

ograniczona liczba szkół wyższych, skromne zaplecze badawczo-rozwojowe.

Gdzie zatem są szanse na rozwój gospodarczy? Zapewne w obszarach, które już są mocną stroną województwa: w rosnącym popycie na produkty żywnościowe wysokiej jakości i ekologiczne, w silnym przemyśle materiałów budowlanych i wykończeniowych dla budownictwa oraz metalowym, w walorach turystycznych i uzdrowiskowych (Busko i Solec-Zdrój). Szansą dla przedsiębiorczych jest też ciągle niski udział usług w produkcie krajowym regionu. W rankingu atrakcyjności inwestycyjnej województw Instytutu Badań nad Gospodarką Rynkową świętokrzyskie jest dopiero na 13. miejscu, ale silnym punktem jest bezpieczeństwo powszechne. 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



Sandomierz

## SKARBY I BIZNES

Turystyka jest jedną z największych szans dla ludzi przedsiębiorczych i całego regionu. Według danych GUS zakwaterowanie i gastronomia przynoszą 1,2 proc. wartości dodanej wytworzonej w dużych firmach w województwie świętokrzyskim. Ten wskaźnik zapewne byłby wyższy, gdyby uwzględnić setki małych pensjonatów czy kwatery agroturystycznych. Turyści przyjeżdżają tu przede wszystkim ze względu na unikatowe zabytki – m.in. w Sandomierzu (Stare Miasto), Opatowie i Wiślicy (kolegiaty), Wąchocku (opactwo cystersów) czy Świętym Krzyżu

(sanktuarium benedyktynów). Innymi znakomitymi obiektami, uznanymi przez prezydenta RP za pomnik historii, są częściowo zrekonstruowane kopalnie krzemienia z okresu neolitu w Krzemionkach. Są też obiekty historyczne i turystyczne, których źródła tkwią głęboko w gospodarce i przedsiębiorczości. Znane jest Muzeum Starożytnego Hutnictwa Świętokrzyskiego w Nowej Słupi. Mało kto wie, że kilkadziesiąt kilometrów na zachód znajduje się Maleniec, gdzie w kształcie XIX-wiecznym zachowały się walcownia i gwoździarnia, oraz wieś Stara Kuźnica, gdzie znajduje się jedy-

na w Polsce kuźnica z miechami i młotem, które napędzane są przez czynne koło wodne. Jedną z najnowszych atrakcji, świadcząca o zmyśle przedsiębiorczości, jest Park Jurajski w Bałtowie, bodaj pierwszy w Polsce, gdzie można obejrzeć świetnie wykonane modele prehistorycznych gadów, a także odbyć spływ tratwami, a w zimie pojeździć na nartach. Atrakcją stał się także pałac w Kurozwękach, gdzie Jean Martin Popiel po odzyskaniu rodzinnej własności odrestaurował go, a ponadto urządził m.in. hodowlę bizonów – do oglądania i do... zjedzenia w miejscowej restauracji.

FOT. GRZEGORZ BRODOWSKI

# 20 LAT MINĘŁO

1990

Reforma Balcerowicza. Początki gospodarki rynkowej w Polsce

1990

Krzysztof Klicki z bagażnika sprzedaje „Gazetę Wyborczą” w Kielcach. Dziś jest właścicielem ogólnopolskiej grupy Kolporter SA

1991

Exbud jest jedną z pierwszych pięciu spółek wprowadzonych na giełdę w Warszawie

1995

Denominacja złotego

1995

Do Polski wchodzi koncern cementowy Lafarge, dziś właściciel cementowni Małogoszcz

1998

Bogdan Panhirszy i Mirosław Lubarski zakładają w Busku-Zdroju grupę Polskie Składy Budowlane, czołową firmę handlu hurtowego i detalicznego materiałami budowlanymi

1999

Powstaje województwo świętokrzyskie

1999

Michał Sołowow, kielecki biznesmen, przejmuje upadające Barlineckie Przedsiębiorstwo Przemysłu Drzewnego, dziś czołowego w Europie producenta deski podłogowej. Sołowow kontroluje także m.in. Rovese (dawny Cersanit) i Echo Development; wiele firm rozwinął i sprzedał (m.in. Mitex i Nomi)

2000

Electrabel zostaje inwestorem strategicznym w Elektrowni Połaniec

2000

Skanska przejmuje Exbud

2004

W Bałtowie zostaje otwarty Park Jurajski. Ojcem przedsięwzięcia jest Piotr Lichota, miejscowy biznesmen działający w branży mięsnej i handlowej

2003

Hiszpańska grupa Celsa kupuje Hutę Ostrowiec

2011

Otwarcie kolejnego odcinka drogi szybkiego ruchu S7 na terenie województwa. Kielce mają szybsze połączenie drogowe z Warszawą

# ROZWIJAMY SIĘ

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 wo- jewództwa świętokrzyskiego, aż 84 proc. z nich zgadza się ze stwierdze- niem, że to przedsiębiorcy wytwarzają większość dochodu Polski. W naszym województwie powstaje 2,6 proc. pol- skiego PKB.

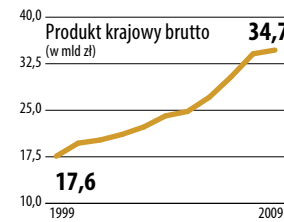
Województwo świętokrzyskie nie jest tak bogate jak Mazowsze z War- szawą, ale nasz dystans do Europy sta- le się zmniejsza. W 2003 roku produkt krajowy w Polsce na głowę mieszkań- ca, liczony według siły nabywczej, wy- nosił mniej niż 50 procent średniej w Unii Europejskiej. W 2011 roku już 65 procent i można być pewnym, że w 2012 roku wskaźnik ten znowu się zwiększy.

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

1. W firmach powstaje trzy czwarte produktu krajowego
2. 84 proc. osób w woj. święto- krzyskiego docenia wkład przedsiębiorców w zamożność kraju
3. Produkt krajowy przypadający na mieszkańca wzrósł o 10 procent w ostatnich trzech latach

## Nasz produkt krajowy wart jest tyle co

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



**97,1** proc.

35 mld zł to równowartość:

**48 939**

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



**128 152**

mieszkań w Kielcach (cena 60-metrowego mieszkania to 271 tys. zł)



**564 625**

samochodów Opel Astra (szafka za 61 450 zł)



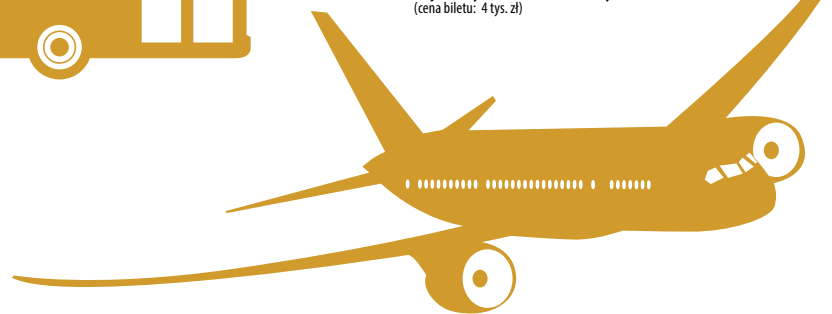
**11 582** mln

butelek piwa (cena butelki: 3 zł)



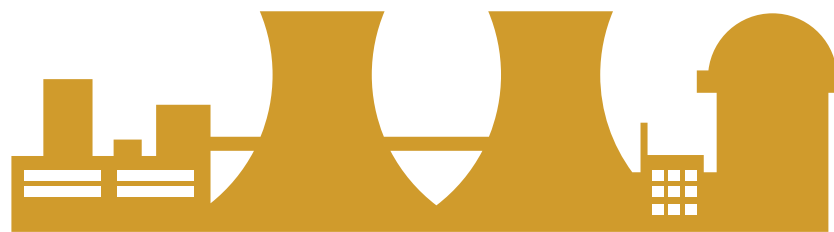
**8 686 750**

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



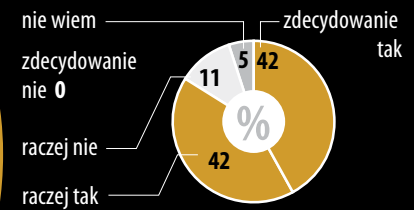
ale mniej niż koszt pierwszej elektrowni atomowej w Polsce, który wyniesie około

**42 mld zł**



ŹRÓDŁO: OBLICZENIA WŁASNE

## Czy przedsiębiorcy wytwarzają większość dochodu Polski?



ŹRÓDŁO: GFK POLONIA DLA PKPP LEWIATAN, 2012

tony złota



(1 tona złota - 172 mln zł)

**i wyniósł 34,7 mld zł w 2009 r.\***

\* DANE DLA WOJ. ŚWIĘTOKRZYSKIEGO

Produkt krajowy na mieszkańca w woj. świętokrzyskim wynosi już	Przedsiębiorcy wypracowują	Świętokrzyski PKB stanowi
<b>27,3</b> tys. zł	<b>3/4</b> całego produktu krajowego	<b>2,6</b> proc. PKB Polski
Mamy na ogół podobny produkt krajowy brutto jak w sąsiednich województwach, ale niższy niż w podobnym regionie na Słowacji (Stredné Slovensko)		
woj. łódzkie <b>32,2</b> tys. zł	woj. mazowieckie <b>56,4</b> tys. zł	woj. lubelskie <b>23,7</b> tys. zł
woj. śląskie <b>37,8</b> tys. zł	podregion kielecki <b>29,5</b> tys. zł	podregion sandomiersko-jedrzejewski <b>23,9</b> tys. zł
Słowacja - Stredné Slovensko <b>40,3</b> tys. zł	woj. małopolskie <b>30,2</b> tys. zł	woj. podkarpackie <b>24,1</b> tys. zł
Wartość dodana, która jest liczbowo zbliżona do PKB, wypracowują przede wszystkim przedsiębiorcy		
rolnictwo, leśnictwo i rybactwo <b>5,1</b>		
przemysł i budownictwo <b>27,4</b>		
handel, naprawa pojazdów, transport i gospodarka magazynowa, zakwaterowanie i gastronomia, informacja i komunikacja <b>28,3</b>		
finanse i ubezpieczenia, obsługa rynku nieruchomości <b>6,5</b>		
pozostałe usługi, m.in. administracja publiczna, obrona narodowa, edukacja, nauka, opieka zdrowotna, kultura <b>23,2</b>		

ŹRÓDŁO: GUS, EUROSTAT

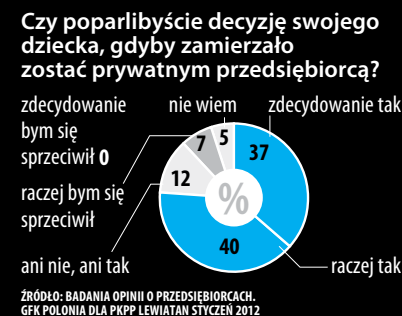
# WSZYSCY JESTEŚMY PRZEDSIĘBIORCAMI

**W**ojewództwo świętokrzyskie ma ogromny potencjał przedsiębiorczości: 4,8 tys. spółek prawa handlowego i 7,1 tys. cywilnych, prawie 83,4 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 wpuści 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. świętokrzyskiego chciałaby, aby ich syn czy córka zostali przedsiębiorcami.

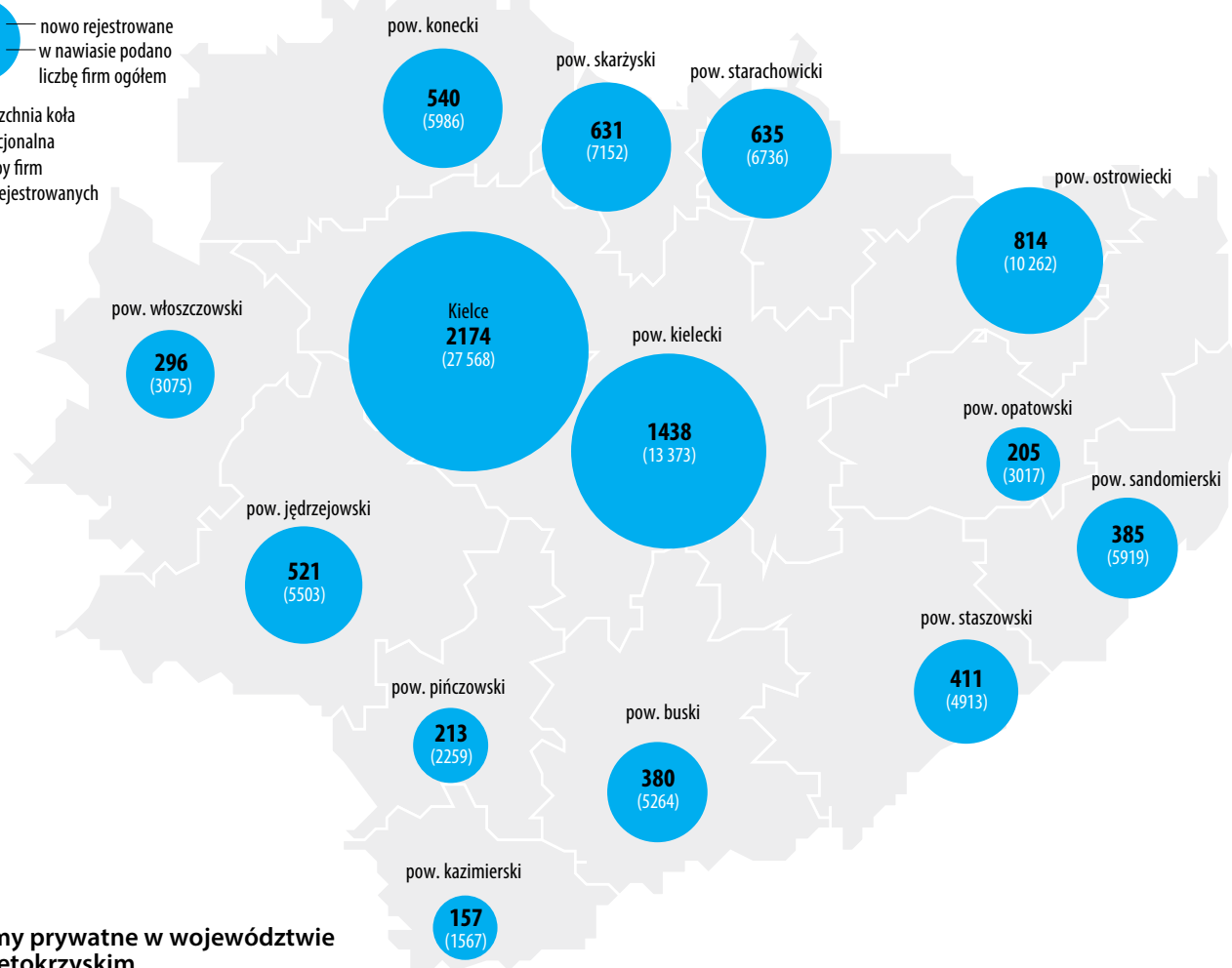


## W naszym województwie codziennie rejestrowane są

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

**213** (2259) – nowo rejestrowane  
w nawiasie podano liczbę firm ogółem

powierzchnia koła proporcjonalna do liczby firm nowo rejestrowanych



**Firmy prywatne w województwie świętokrzyskim**



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

# 34 firmy



**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. świętokrzyskim zarejestrowanych było

# 105 906

podmiotów gospodarczych

W tym:

**3,3** tys. w sektorze publicznym

**102,6** tys. w prywatnym

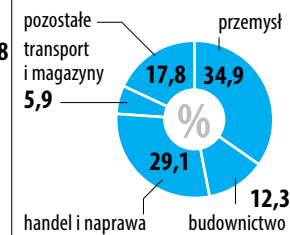
Z badań GUS wynika, że aktywnych firm jest ponad 49 procent. W 2011 r. było ich 51 758, 96 procent z nich to mikrofirmy, najczęściej jedno- i dwuosobowe.

**Firmy aktywne w 2011 r.**  
mikroprzedsiębiorstwa (do 9 pracujących) **49 688**

małe (10-49) **1394\***  
średnie (50-249) **404\***  
duże (powyżej 249) **74\***

Mamy 37 aktywnych firm na 1000 mieszkańców. We wszystkich pracuje 206 516 ludzi, średnio ponad 4 osoby w firmie.

**Struktura pracujących w firmach aktywnych**



Średnio każda firma miała w 2010 roku przychody

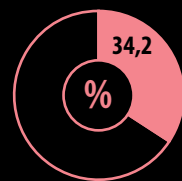
**1,4** mln zł, od **0,4** mln zł w firmach mikro do **292,8** mln zł w dużych przedsiębiorstwach

ŹRÓDŁO: GUS

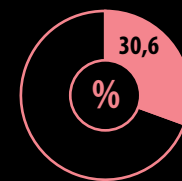
1. Co tydzień w regionie rejestrowanych jest 170 firm
2. Po trzech latach połowa nowych firm w Polsce nadal istnieje i się rozwija
3. W regionie jest 31 razy więcej podmiotów prywatnych niż publicznych

# TYSIĄCE PRZEDSIĘBIORCZYCH KOBIEC

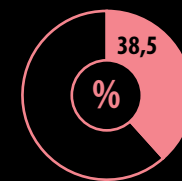
Udział kobiet wśród pracujących na własny rachunek w Polsce



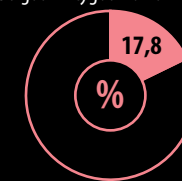
Udział kobiet wśród pracodawców w Polsce\*



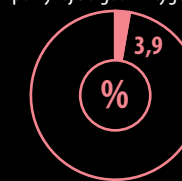
Udział kobiet wśród zakładających firmy w 2010 r.



Procent kobiet pracujących na własny rachunek powyżej 50 godzin tygodniowo



Procent kobiet-pracowników najemnych pracujących powyżej 50 godzin tygodniowo



\* KOBIETY PRACUJĄCE NA WŁASNY RACHUNEK, ZATRUDNIAJĄCE PRACOWNIKÓW

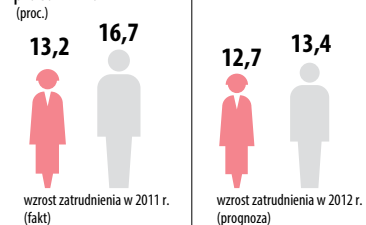
ŹRÓDŁO: GUS, AKTYWNOŚĆ EKONOMICZNA LUDNOŚCI POLSKI, IV KW. 2011; DANE OGÓLNOPOLSKIE

## Kobiet-szefów firm jest

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

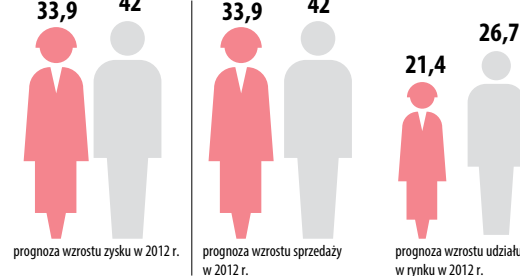
...są ostrożniejsze przy przyjmowaniu nowych pracowników

(proc.)



...ostrożnie oceniają i prognozują wzrost zysków i sprzedaży

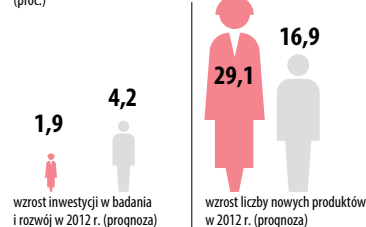
(proc.)



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

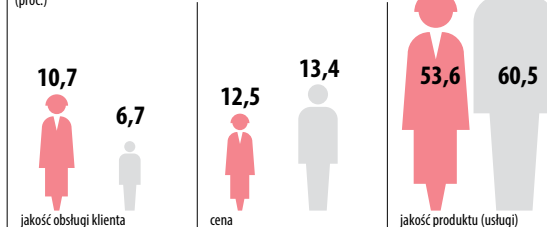
...planują niższe inwestycje w innowacje, nowe technologie, ale zapowiadają więcej nowych produktów

(proc.)



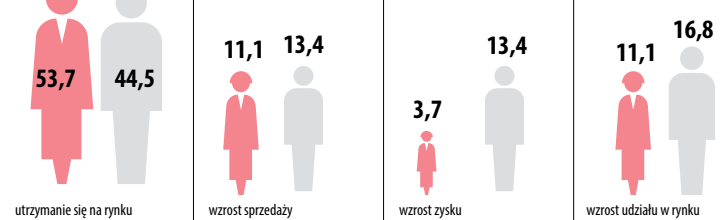
...są też bardziej niż „męskie” zorientowane na jakość obsługi klienta, mniej zaś na jakość produktu lub usług i cenę. Najważniejszy czynnik konkurencyjny w horyzoncie dwóch, trzech lat:

(proc.)



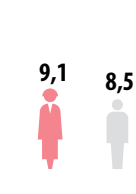
...są bardziej zorientowane na utrzymanie się na rynku, mniej na wzrost zysku, sprzedaży i udziału w rynku. Cel strategiczny:

(proc.)



I korzystają częściej z kredytów

(proc.)



## razy więcej niż pielęgniarek

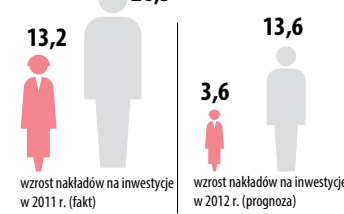
W woj. świętokrzyskim w zakładach opieki zdrowotnej i prywatnych praktykach pracuje 6755 pielęgniarek (GUS, Zdrowie i ochrona zdrowia w 2010 r.). Z kolei z danych Eurostatu i GUS wynika, że na terenie woj. świętokrzyskiego

ponad 16,2 tys. kobiet kieruje przedsiębiorstwami, choćby jednoosobowymi. Podobnie zaskakujące jest porównanie z nauczycielkami. Otóż jest ich na ziemi świętokrzyskiej mniej niż przedsiębiorczych kobiet\*.

\* NAUCZYCIELKI JEST W WOJ. ŚWIĘTOKRZYSKIM PONAD 16 TYS., A PONIEWAŻ W EDUKACJI 3 NA 4 ZATRUDNIONE OSOBY TO KOBIETY, MOŻNA PRZYJĄĆ, ŻE NAUCZYCIELEK JEST OKOŁO 12 TYS. (GUS, OŚWIATA I WYCHOWANIE W ROKU SZKOLNYM 2010/2011).

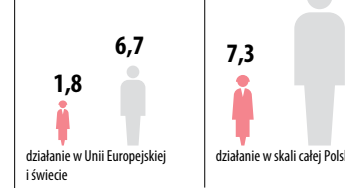
...są również bardziej ostrożne w inwestycjach modernizujących i zwiększających moce produkcyjne

(proc.)



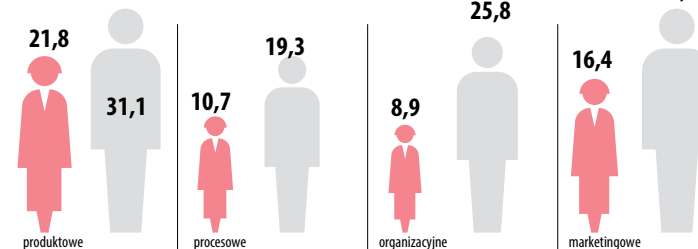
...są mniej zorientowane na ekspansję międzynarodową i ogólnopolską niż „męskie”. Odsetek firm wskazujących jako priorytet biznesowy:

(proc.)



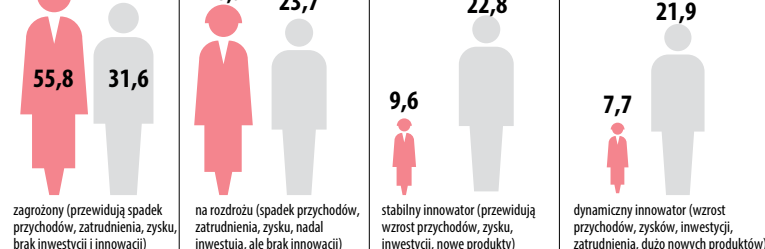
Wprowadzają znacznie mniej innowacji (procent firm, które wdrożyły innowacje w latach 2009-2011)

(proc.)



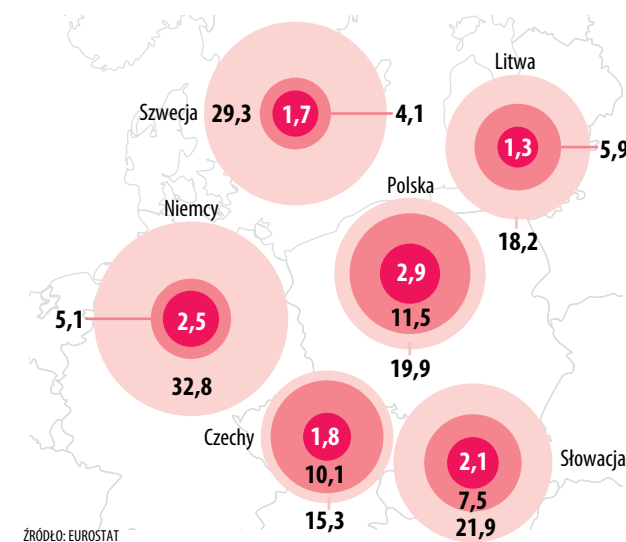
Efekt - wśród firm „kobiecych” więcej jest firm zagrożonych, mniej dynamicznych i innowacyjnych. Podział firm według typów:

(proc.)



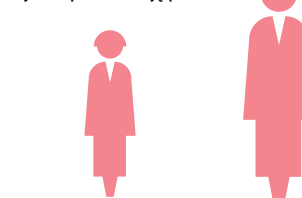
W zestawieniu z naszymi sąsiadami mamy najwyższe odsetki kobiet-pracodawców i pań pracujących na własny rachunek w jednoosobowych firmach.

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



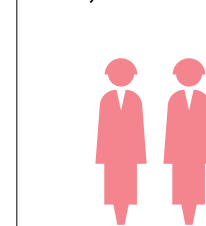
ŹRÓDŁO: EUROSTAT

W 7 świętokrzyskich spółkach giełdowych w zarządzie zasiadają 2 kobiety, jedna pełni funkcję prezesa.



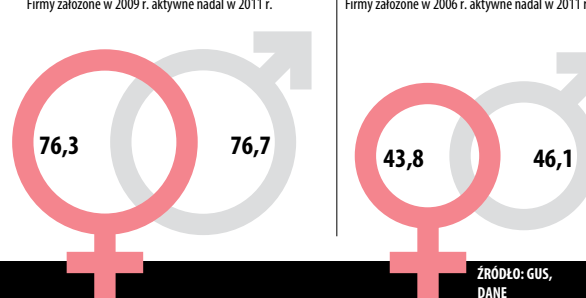
ŹRÓDŁO: GPW - WYLICZENIA WŁASNE

W ich radach nadzorczych zasiadają 2 kobiety.



Wskaźniki przeżywalności dla firm założonych przez kobiety i mężczyzn są podobne

(proc.)



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



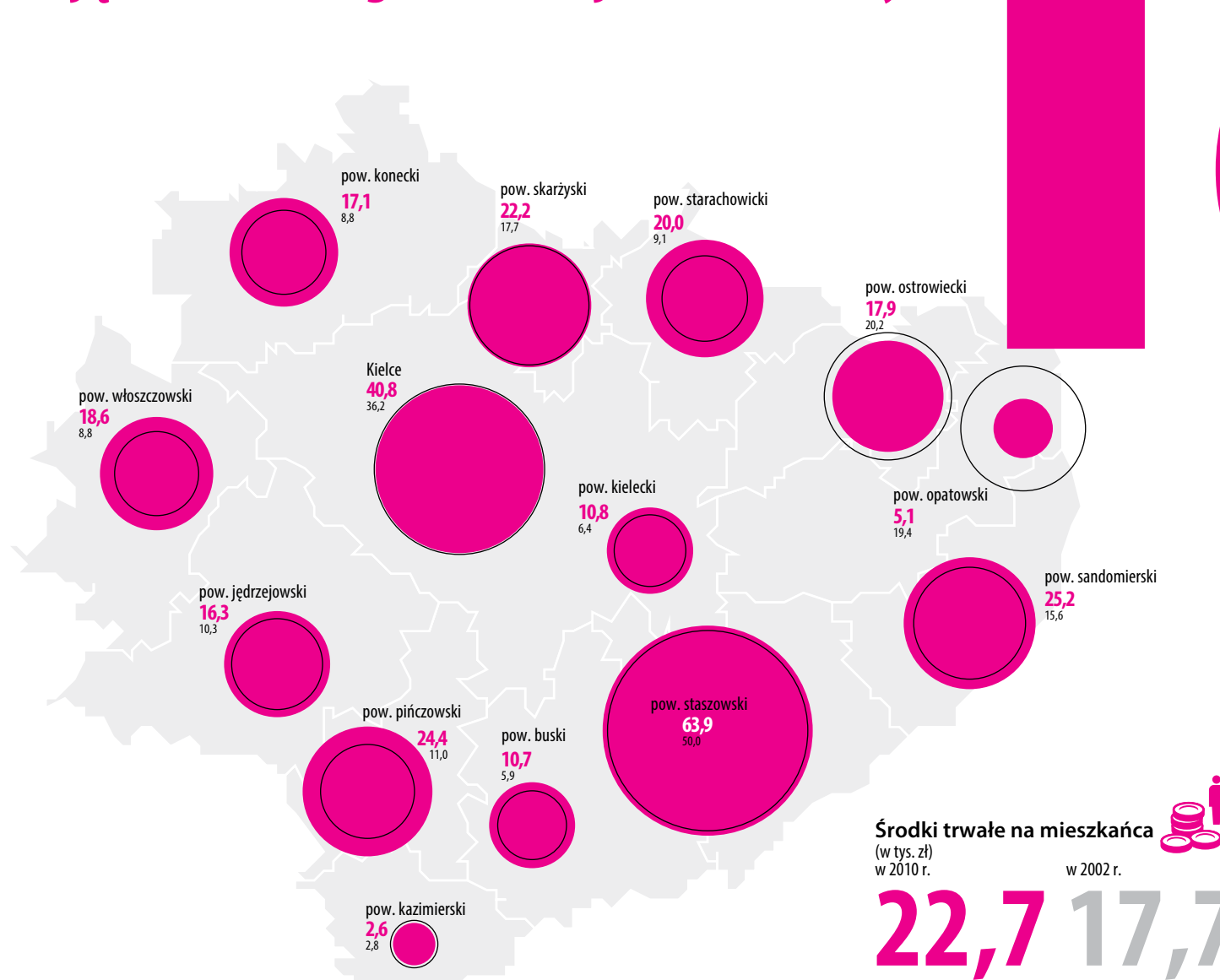
# POMNAŻAMY NASZ MAJĄTEK

**W** województwie świętokrzyskim środki trwałe brutto miały w 2010 roku wartość 65 mld zł. Ponad połowa tego majątku należy do przedsiębiorców i przedsiębiorstw oraz rolników. Pozostała część to drogi, mosty, linie kolejowe, budynki publiczne, szkoły, szpitale, mieszkania.

Pewnie dlatego przedsiębiorców uważa się za zamożnych – tak sądzi 90 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 firm w woj. świętokrzyskim wzrósł o 25 proc. w ciągu 8 lat
2. Wynosi 22,7 tysiąca złotych w przeliczeniu na każdego mieszkańca regionu
3. W woj. świętokrzyskim mamy ponad 4 grosze zysku z każdej złotówki sprzedaży

**Środki trwałe na mieszkańca** (w tys. zł) w 2010 r. **22,7** w 2002 r. **17,7**

**Środki trwałe na mieszkańca w ciągu ośmiu lat wzrosły o 28,2 proc.** **15,7** mld zł

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

Środki trwałe w przedsiębiorstwach* – maszyny, budynki, urządzenia – są warte w naszym województwie <b>28,7</b> mld zł		8 lat wcześniej wartość środków trwałych wynosiła tylko <b>23</b> mld zł	Przez 8 lat wzrosły o: <b>25</b> proc.
* tylko firmy zatrudniające powyżej 9 pracowników			
Ponad <b>5</b> mld zł warte są środki trwałe w rolnictwie	Aktywa trwałe netto tylko w firmach składających bilans i rachunek wyników mają wartość <b>20,1</b> mld zł	Te aktywa to: środki trwałe <b>11,0</b> mld zł	
		w tym: grunty <b>0,8</b> mld zł	
		budynki <b>5,4</b> mld zł	
		urządzenia techniczne i maszyny <b>3,9</b> mld zł	
		środki transportu <b>0,6</b> mld zł	
		pozostałe <b>0,2</b> mld zł	
		środki trwałe w budowie <b>3,1</b> mld zł	
		wartości niematerialne i prawne <b>1,3</b> mld zł	
		długoterminowe aktywa finansowe <b>3,6</b> mld zł	
		pozostałe <b>1,1</b> mld zł	
Aktywa obrotowe mają wartość <b>15,7</b> mld zł	W tym: należności krótkoterminowe <b>6,8</b> mld zł	Kapitały własne to już <b>17</b> mld zł	Można by za nie zbudować <b>11</b> Stadionów Narodowych
	inwestycje finansowe krótkoterminowe <b>4,3</b> mld zł		
	zapasy <b>4,2</b> mld zł		
	pozostałe <b>1,0</b> mld zł		
		Z każdej złotówki kapitału własnego wypracowujemy przychody <b>2,5</b> zł i <b>11</b> groszy zysku netto.	Wskaźnik rentowności obrotu wynosi <b>4,3</b> proc. Mamy więc 4,3 grosza zysku z każdej złotówki sprzedaży.
			ŹRÓDŁO: GUS, DANE ZA 2010 R.

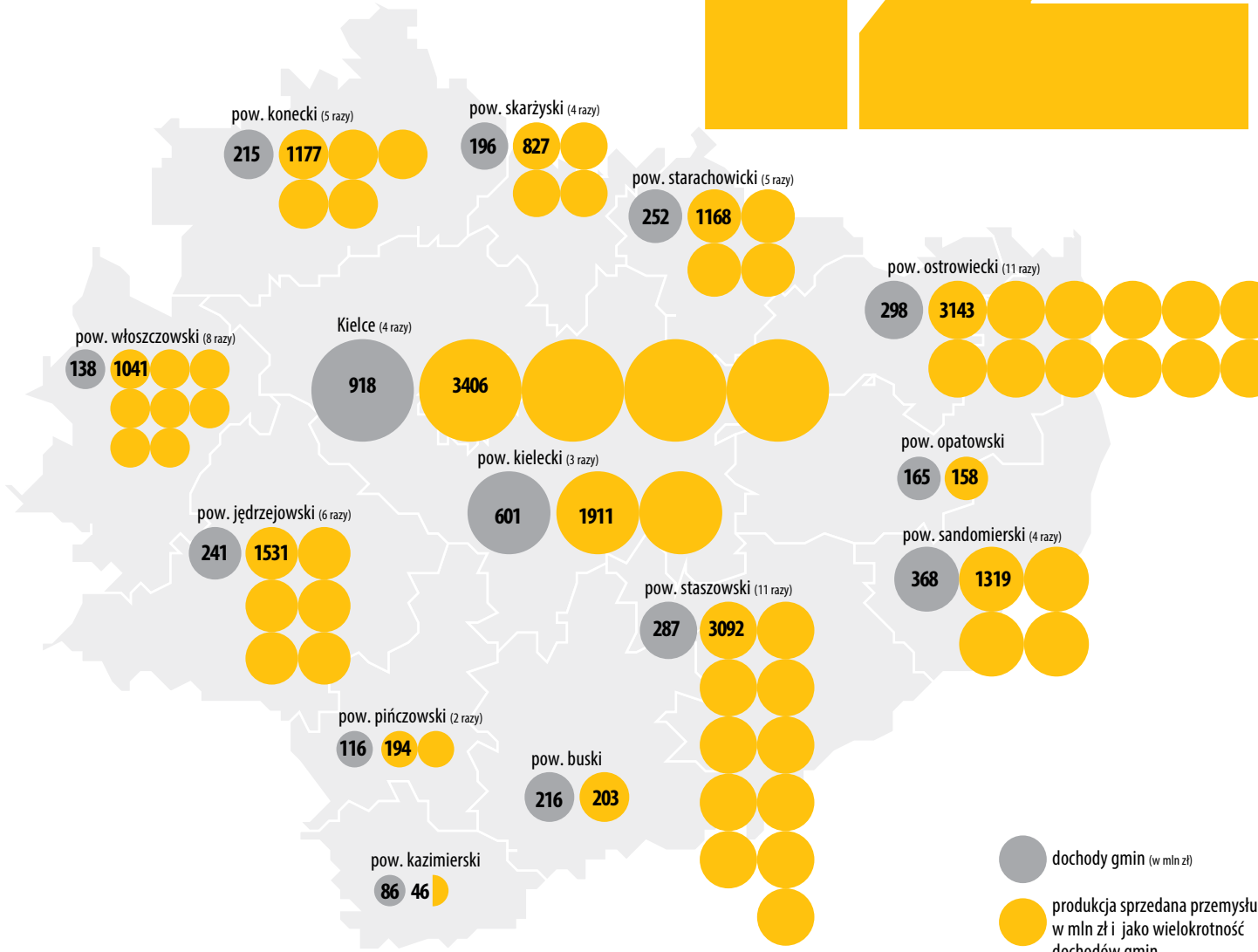
# WIĘKSI NIŻ FIAT I PZU



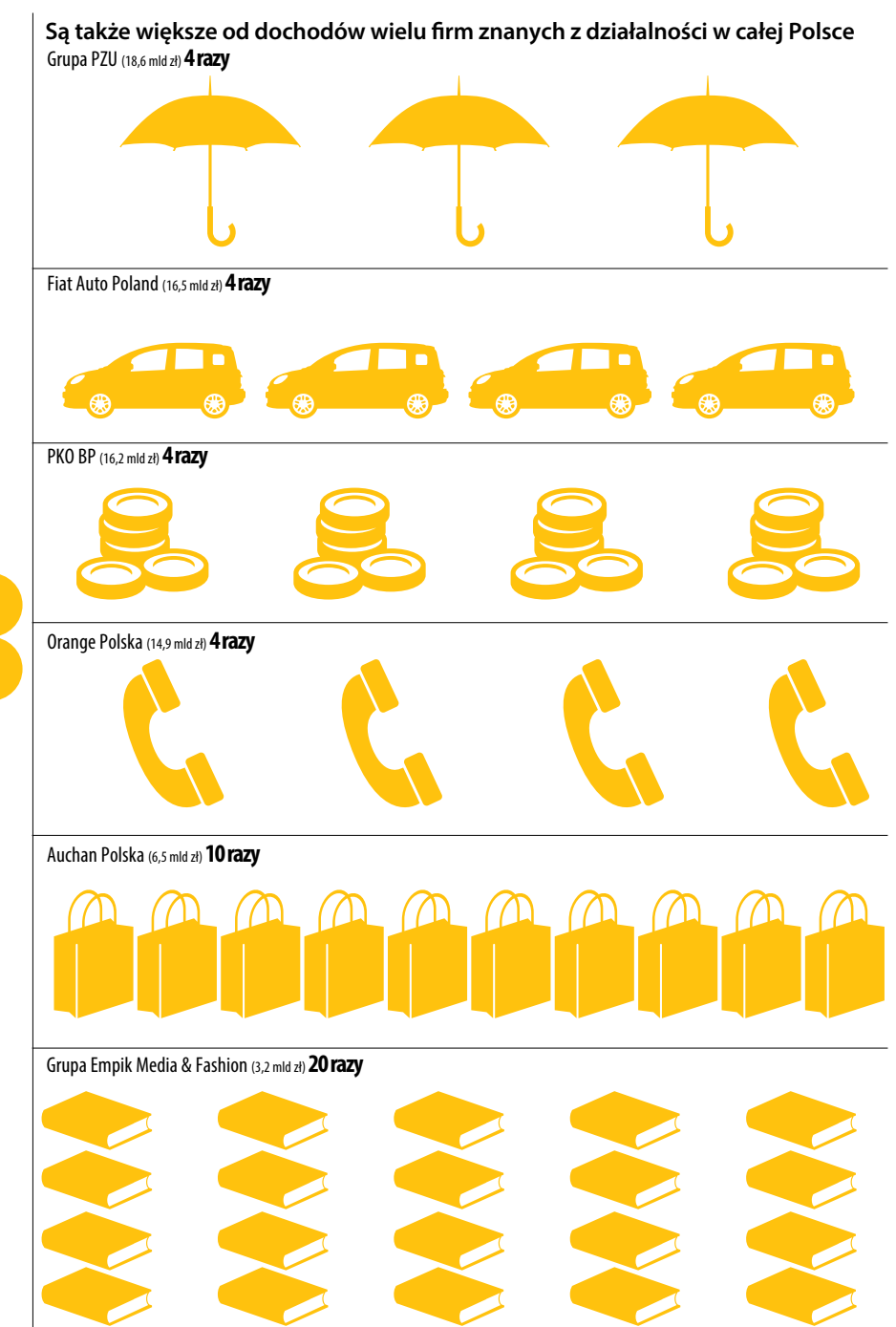
# 12

## Przychody firm w naszym regionie są

W większości powiatów woj. świętokrzyskiego produkcja sprzedana przemysłu jest wielokrotnie większa niż dochody samorządów. Tylko w 2 powiatach mniejsza - tam, gdzie nie ma dużych przedsiębiorstw.



## razy większe niż dochody gmin



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. świętokrzyskim tak właśnie uważa 84 proc. mieszkańców.

Ale też, by pojawiły się przychody i zyski, potrzebna jest praca samych przedsiębiorców. Dużo pracy. Cieszy, że ten wysiłek jest dostrzegany. 65 proc. mieszkańców naszego województwa i dwie trzecie w całej Polsce uważa, że przedsiębiorcy pracują więcej niż inni.

1. Przychody firm w woj. świętokrzyskim wzrosły o 39 procent w ciągu siedmiu lat
2. Blisko 80 procent firm przynosi zyski
3. 84 procent mieszkańców regionu uważa, że jesteśmy pożyteczni dla społeczeństwa

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

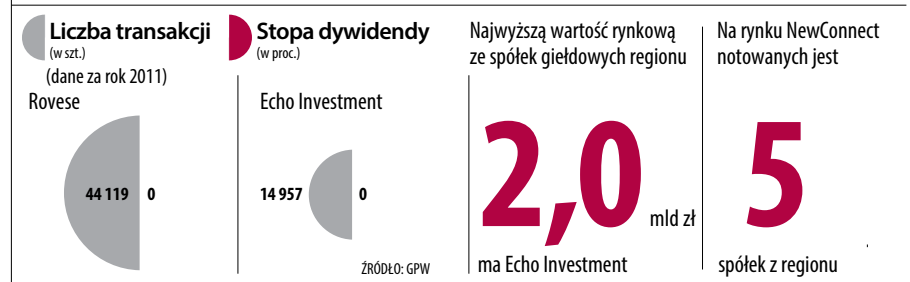
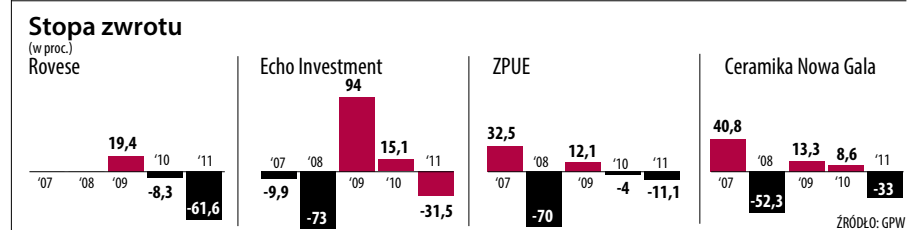
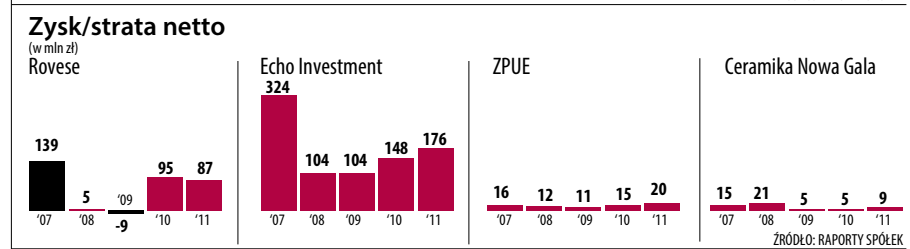
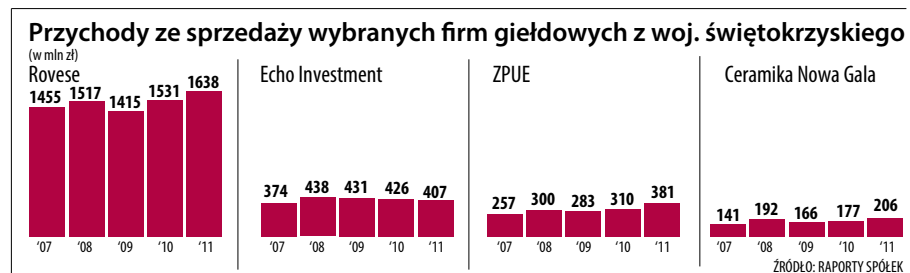
# PAČZKOWANIE KAPITAŁU



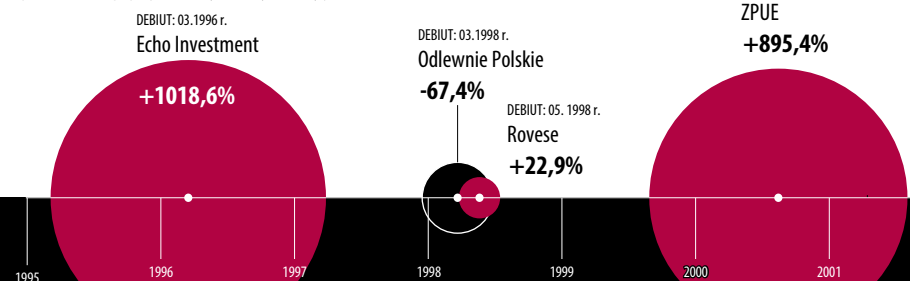
**N**a giełdę zdecydowało się wejść tylko siedem firm z województwa świętokrzyskiego. Ostatnie lata były szczególnie trudne dla firm z sektora budownictwa, materiałów budowlanych i wyposażenia wnętrz, a także z woj. świętokrzyskiego dominują na giełdzie. Nawet jeśli Rovese (dawny Cersanit) czy Ceramika Nowa Gala mają zyski, to ich notowania spadają (patrz wykres notowań). Te spadki to efekt kryzysu w budownictwie, ale i mniejszej skłonności inwestorów do ryzyka. Obroty na giełdzie akcjami świętokrzyskich spółek są niskie. Świetnie trzyma się natomiast inna spółka Michała Sołowowa – deweloper Echo Investment, notująca stały wzrost zysków.

Obok rynku podstawowego na warszawskiej giełdzie istnieje także rynek NewConnect, przeznaczony dla młodych firm działających przede wszystkim w sektorach tzw. nowych technologii. Ich aktywa to głównie walory intelektualne założycieli, pomysły i patenty. W woj. świętokrzyskim jest już pięć spółek notowanych na NewConnect.

## Wartość giełdowa naszych spółek jest



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



1. Od debiutu na giełdzie Echo Investment dało 1019 proc. zysku
2. Wartość giełdowa świętokrzyskich firm to 3,5 mld zł
3. 5 firm z regionu weszło na giełdowy parkiet NewConnect

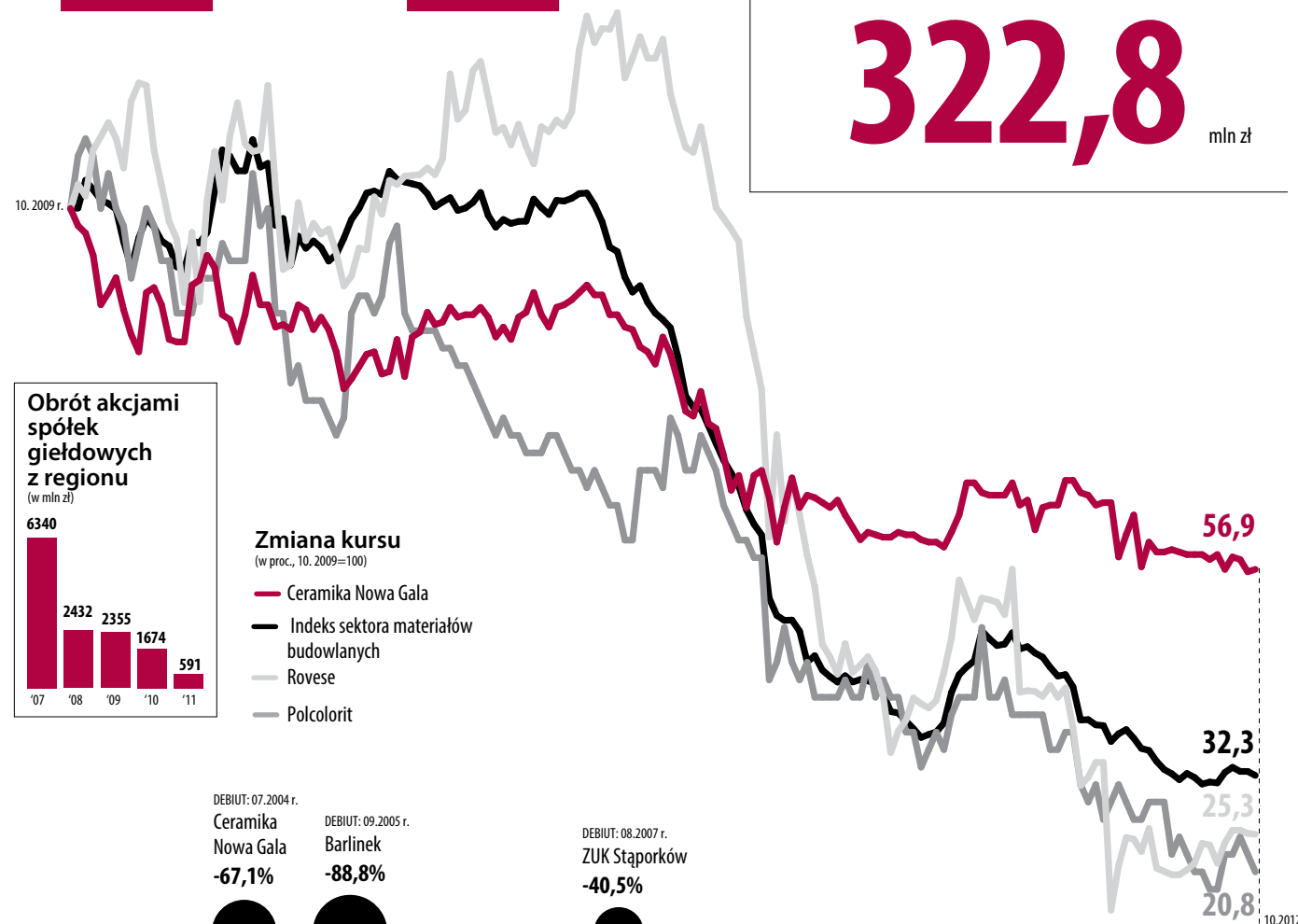
razy większa niż ich kapitał akcyjny

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

**3539,9** mln zł

Tymczasem ich nominalny kapitał akcyjny tylko

**322,8** mln zł

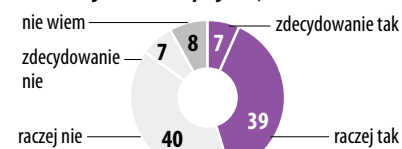


# NAPRZÓD CZYLI INWESTYCJE

Inwestycje są najważniejsze dla rozwoju. Dlatego co roku przedsiębiorcy prywatni inwestują w województwie świętokrzyskim 3–4 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.)



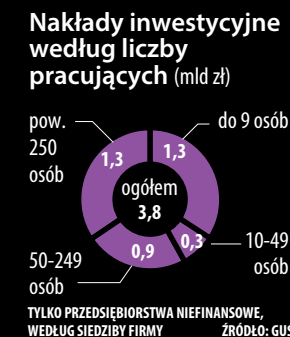
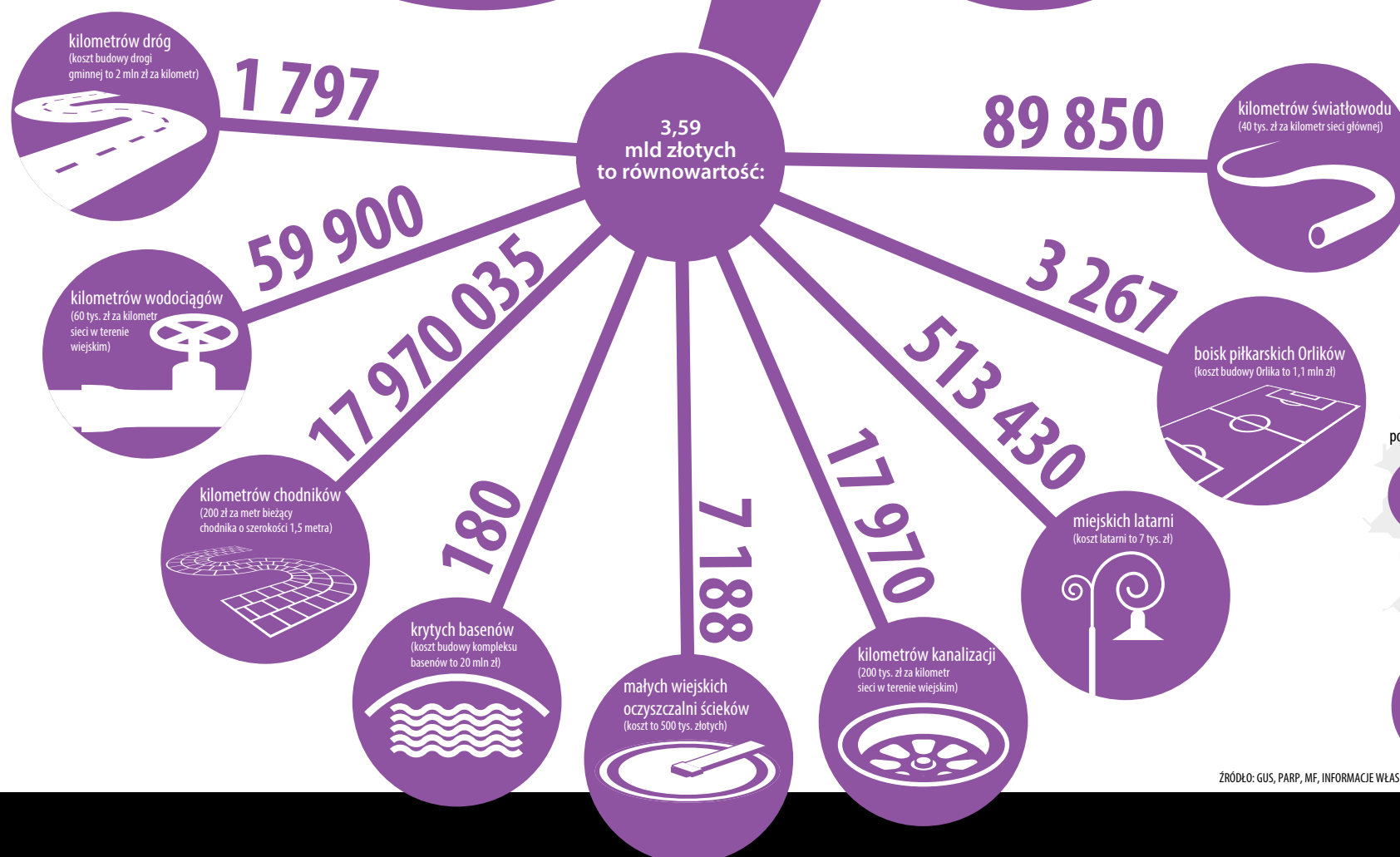
ŹRÓDŁO: GFK POLONIA DLA PKPP LEWIATAN, STYCZEŃ 2012

Mieszkańcy regionu doceniają to zaangażowanie. Jak widać na wykresie powyżej, 46 proc. z nich uważa wręcz, że prywatny przedsiębiorca inwestuje w firmę, ile może, nawet kosztem własnej konsumpcji.

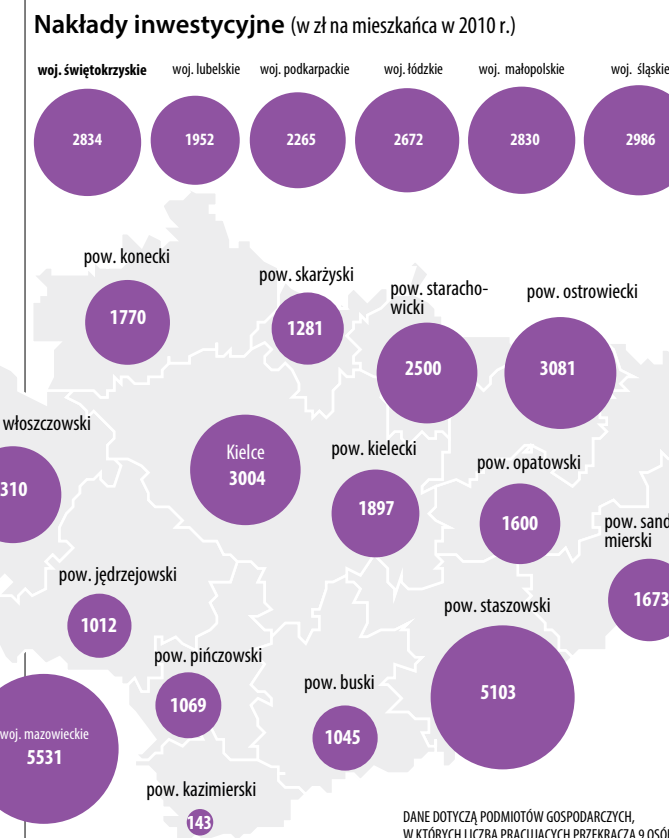
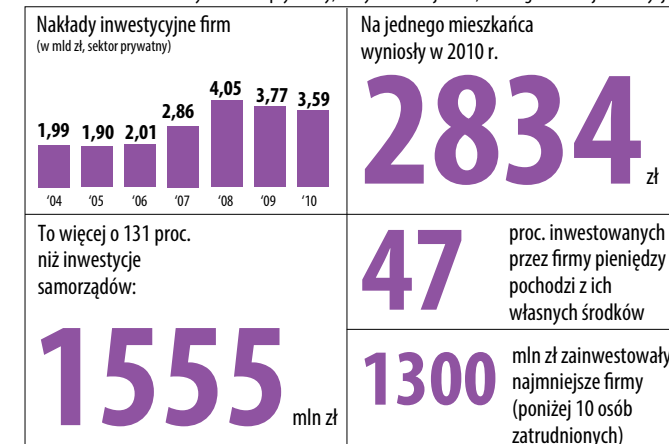
1. Inwestycje biznesu są ponad dwa razy większe niż samorządów
2. 47 proc. inwestycji przedsiębiorcy finansują ze środków własnych
3. Świętokrzyskie mikro-firmy w 2010 r. zainwestowały 1,3 mld zł

# 3,6

## mld złotych zainwestowali w 2010 r. przedsiębiorcy w woj. świętokrzyskim\*



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



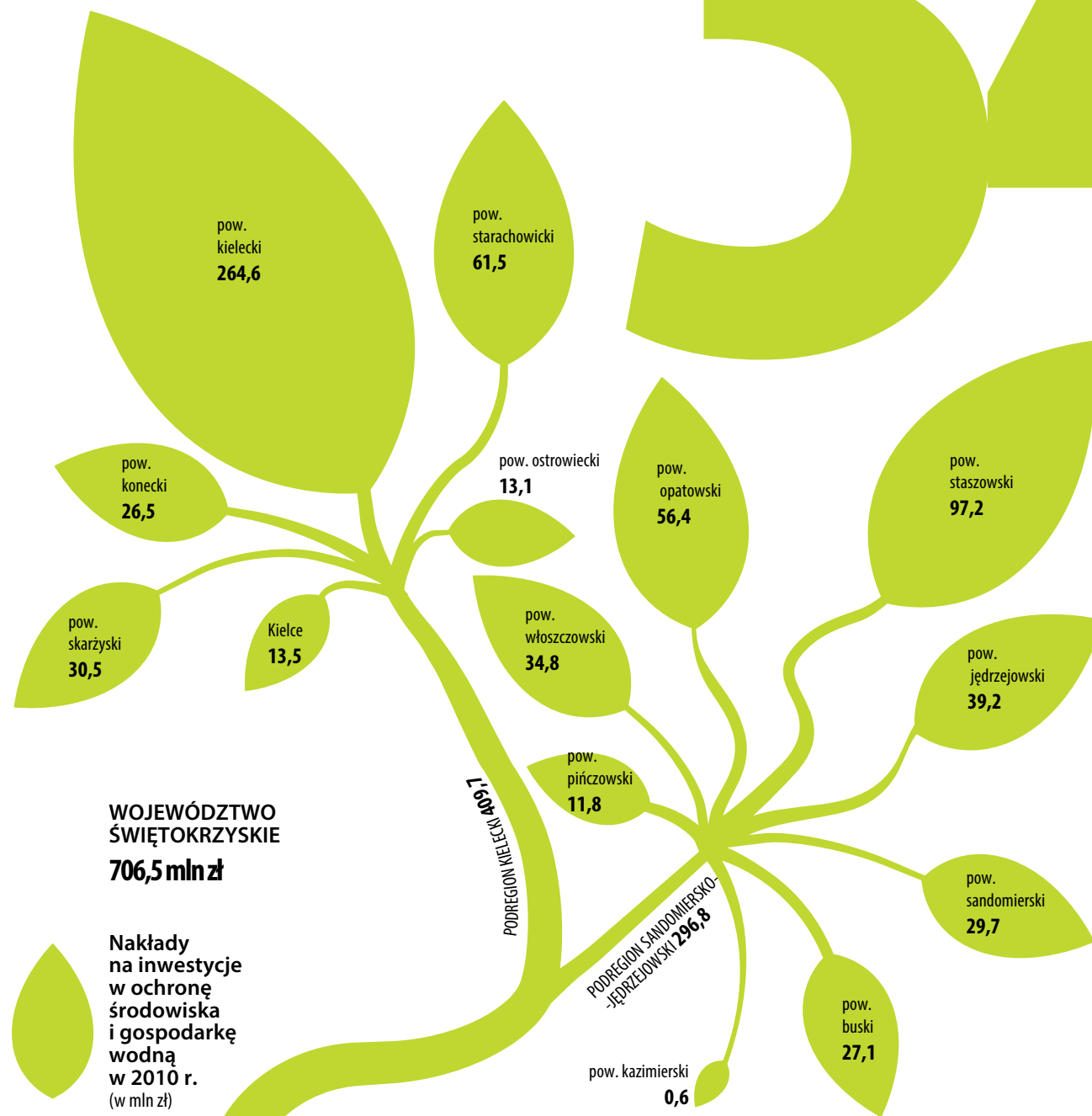
ŹRÓDŁO: GUS, PARP, MF, INFORMACJE WŁASNE

# BUDUJEMY ZIELONĄ POLSKĘ

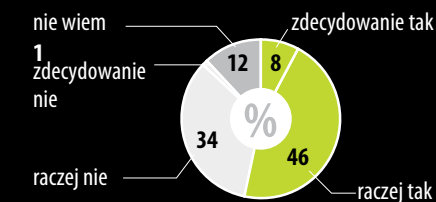
Przedsiębiorcy konstruują i produkują urządzenia chroniące ziemię, wodę i powietrze, budują instalacje zmniejszające zanieczyszczenia. W województwie świętokrzyskim w tym sektorze zarejestrowanych jest ponad 350 firm. Na dodatek to przedsiębiorcy finansują ochronę środowiska. Płacą większość podatków 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, 54 proc. mieszkańców regionu. Zielona Polska powstaje w dużej mierze dzięki przedsiębiorcom.

1. 707 mln zł wyniosły w regionie inwestycje w środowisko i gospodarkę wodną w 2010 r.
2. Przedsiębiorcy woj. świętokrzyskiego sfinansowali 33 proc. z nich
3. Mamy 363 firmy zarejestrowane w tym sektorze

## Inwestycje w ochronę środowiska w



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

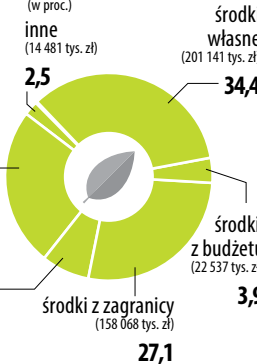


ŹRÓDŁO: GFK POLONIA DLA PKPP LEWIATAN, 2012

## procentach finansowane są w naszym województwie przez przedsiębiorców

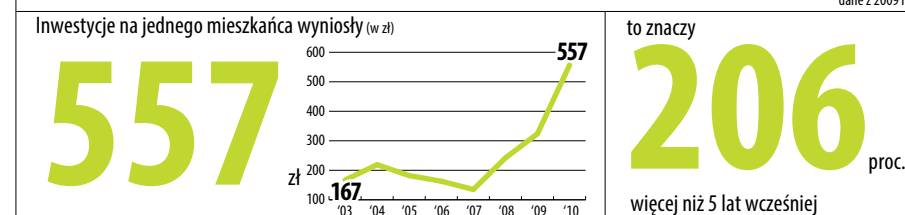
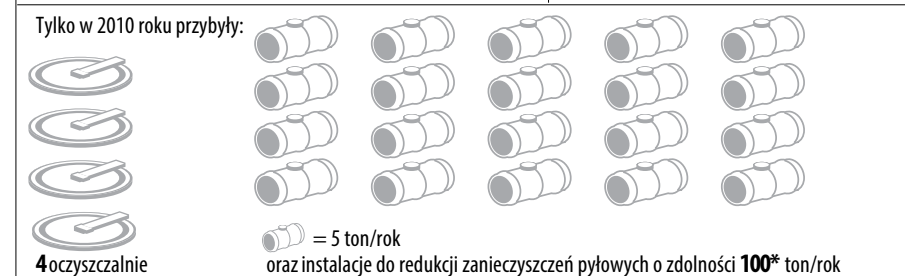
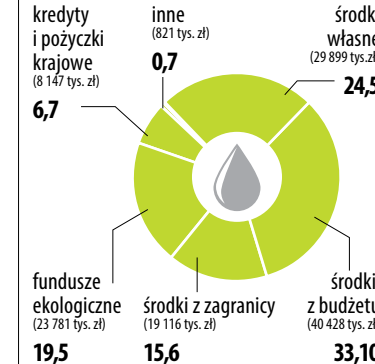
Znaczna część nakładów na ochronę środowiska to środki własne przedsiębiorców

### struktura nakładów



Podobnie jest z nakładami na gospodarkę wodną. Prawie 25 proc. pochodzi od przedsiębiorców

### struktura nakładów



ŹRÓDŁO: GUS

# MIEJSCA PRACY SĄ W PRZEDSIĘBIORSTWACH

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

**31 665**

osób

Głównie to przedsiębiorcy stworzyli w regionie

**14 700**

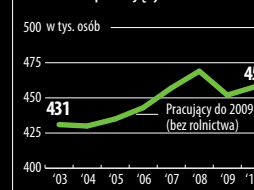
nowych miejsc pracy

Wskaźnik zatrudnienia doszedł już do

**58,5\***

proc.

A liczba pracujących rośnie



W 2011 r. zatrudniliśmy

**6450**

osób niepełnosprawnych

**4211**

absolwentów

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

Większość mieszkańców województwa świętokrzyskiego pracuje w przedsiębiorstwach oraz gospodarstwach rolnych. W sektorze prywatnym takich osób w regionie jest 360 tys. Do tego należy doliczyć ponad 18 tys. pracujących w przedsiębiorstwach publicznych, głównie w przemyśle i transporcie. Dlatego mieszkańcy naszego województwa uważają (89 proc.), że to przedsiębiorcy dają zatrudnienie większości Polaków.

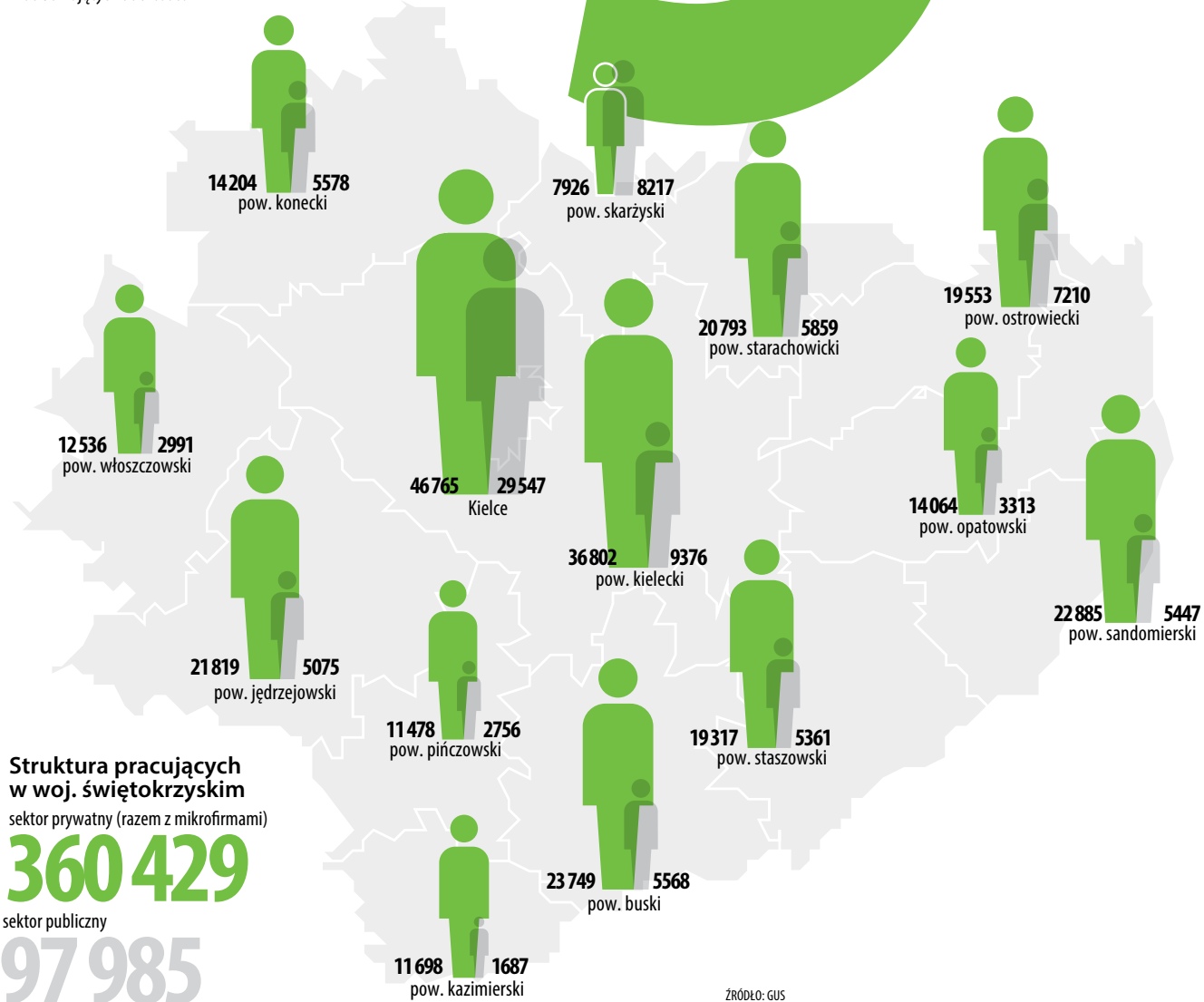
Niestety częściej słyszymy w mediach nie o tworzonych miejscach pracy, lecz o zwolnieniach. Zwolnienie to zawsze trudna decyzja dla przedsiębiorcy, tym trudniejsza, im bardziej uwarunkowana czynnikami zewnętrznymi, na przykład pogorszeniem koniunktury. Dane GUS na temat płac i zatrudnienia wskazują jednak,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

## W regionie na każde 6 osób

### Struktura pracujących w powiatach

sektor prywatny    sektor publiczny

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



### Struktura pracujących w woj. świętokrzyskim

sektor prywatny (razem z mikrofirmami)

**360 429**

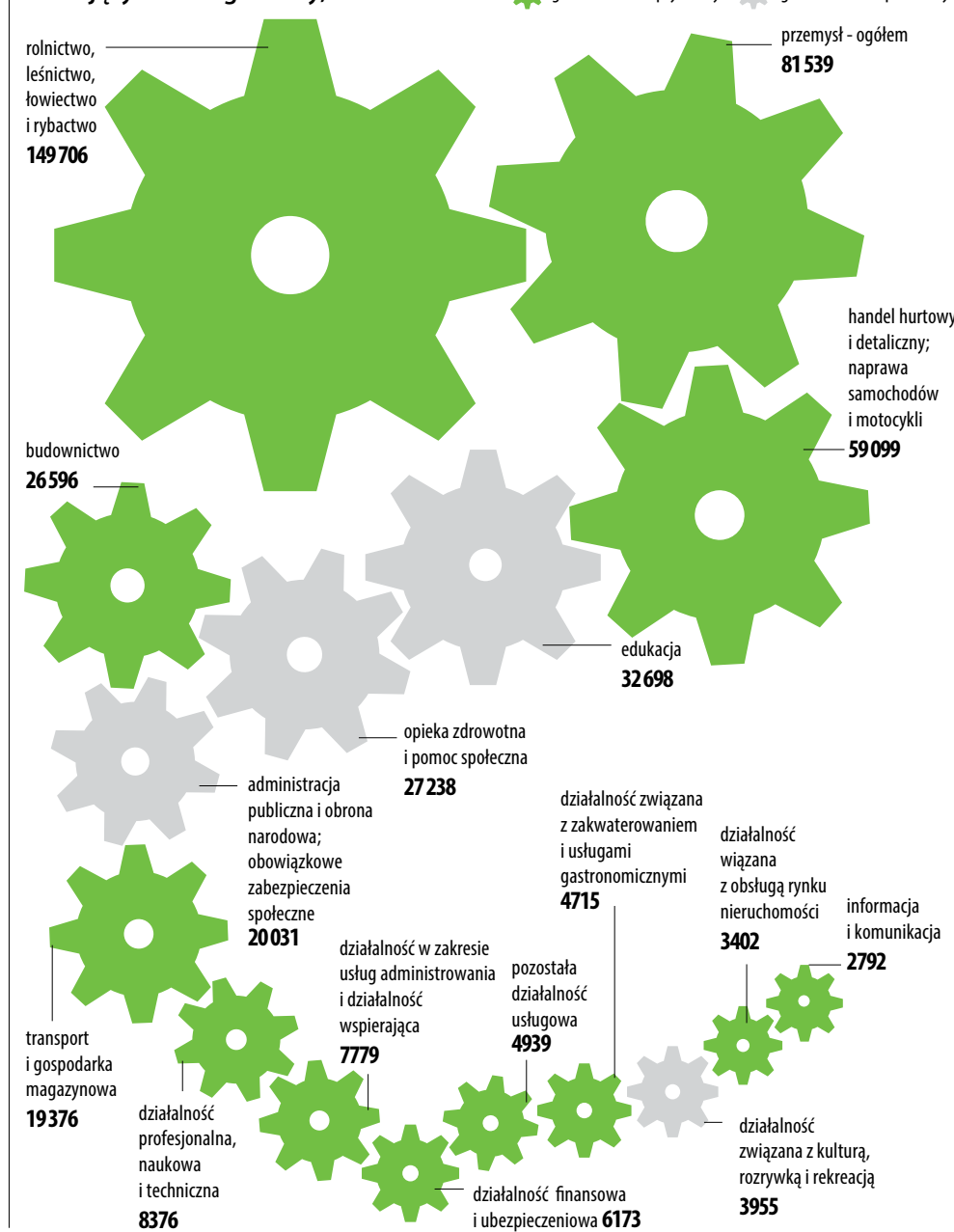
sektor publiczny

**97 985**

ŹRÓDŁO: GUS

## pracuje w firmach i gospodarstwach rolnych

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



ŹRÓDŁO: GUS

- Większość miejsc pracy jest w przedsiębiorstwach
- W sektorze prywatnym pracuje cztery razy więcej ludzi niż w publicznym
- W 2010 roku to głównie przedsiębiorcy stworzyli 14,7 tys. miejsc pracy

# Z NASZYCH PODATKÓW

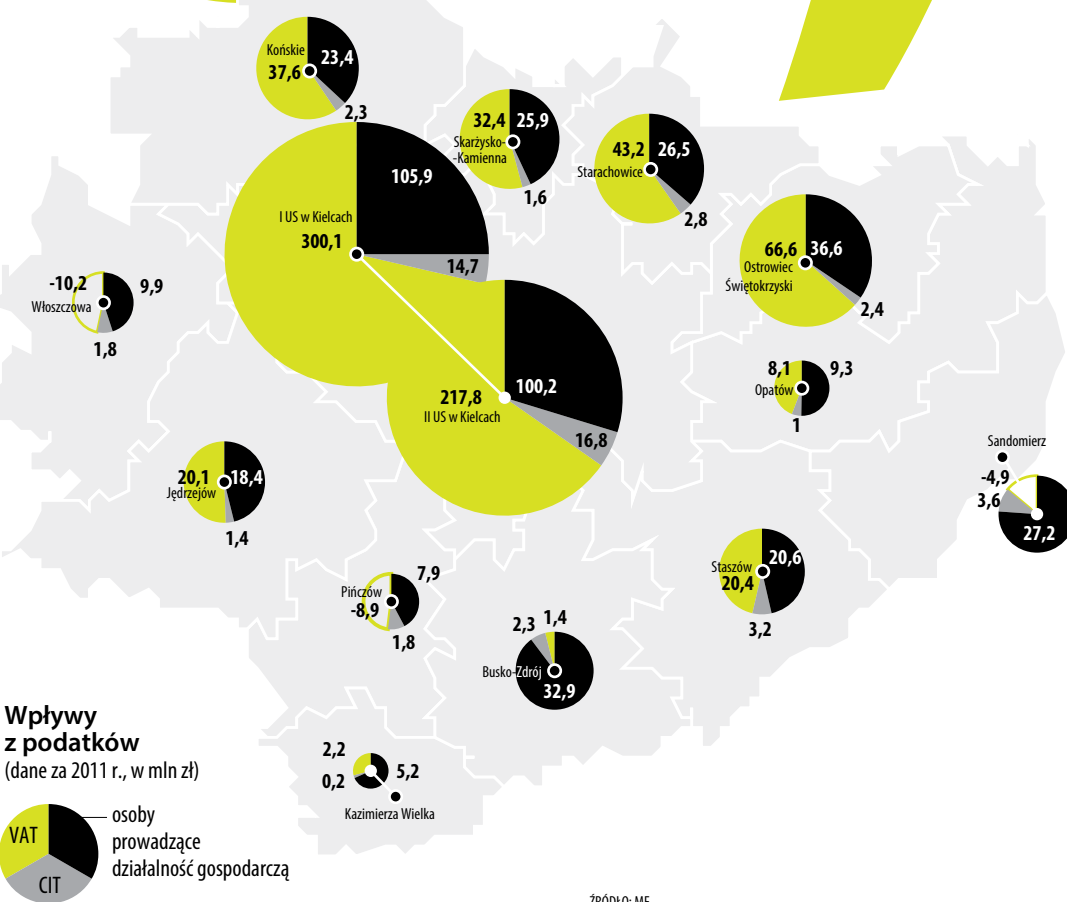
**P**rzedsiębiorcy płacą CIT i VAT. W skali kraju jest to kwota około 160 mld zł. W woj. świętokrzyskim wpływy te są niewielkie, ale to dlatego, że wiele ogólnopolskich firm płaci podatki w Warszawie. Również indywidualny podatek dochodowy PIT w części pochodzi od przedsiębiorców – tak rozliczają się 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.

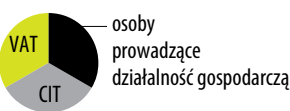
Do tego dochodzą podatki i opłaty lokalne. Przedsiębiorcy płacą w miastach i gminach podatek od nieruchomości i od środków transportowych oraz wnoszą liczne opłaty wynikające z działalności. 64,5 proc. wszystkich wpływów podatkowych budżetu centralnego i samorządów pochodzi od pracodawców, głównie przedsiębiorców.

1. W 2011 roku Izba Skarbowa w Kielcach zebrała 446 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.

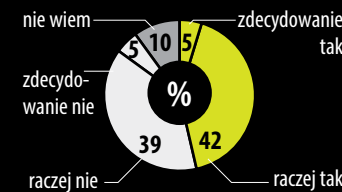


Wpływy z podatków (dane za 2011 r., w mln zł)

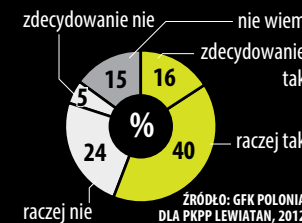


ŹRÓDŁO: MF

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

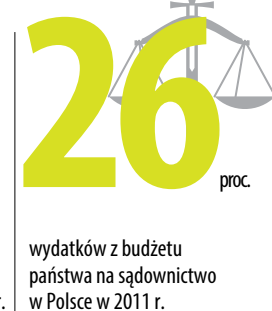


Mieszkańcy woj. świętokrzyskiego doceniają, że podatki od biznesu finansują np. budowę dróg czy administrację

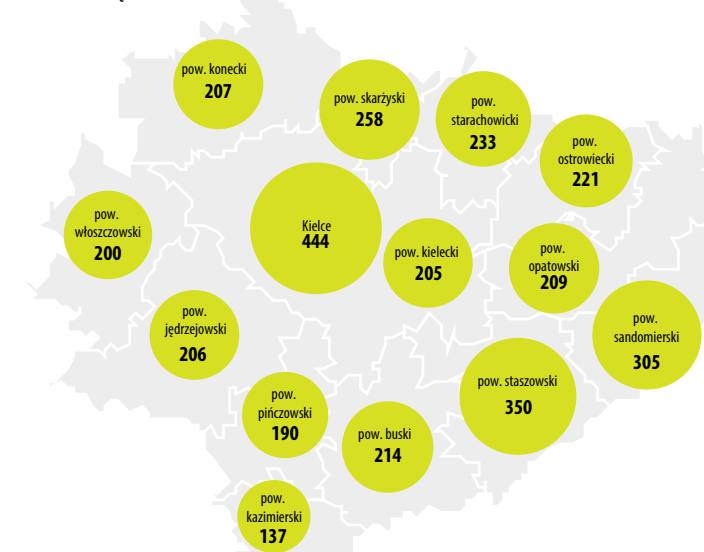


## mld zł podatków CIT i VAT, 1,6 razy więcej, niż kosztuje utrzymanie szpitali w naszym województwie

To równocześnie:



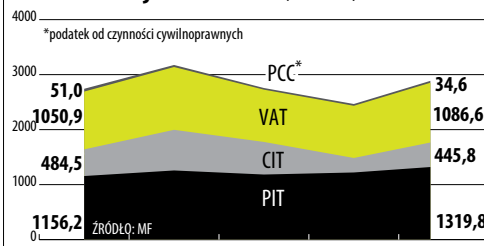
### Podatki płacone przez przedsiębiorców uwzględnione w budżetach samorządów (w zł na osobę)



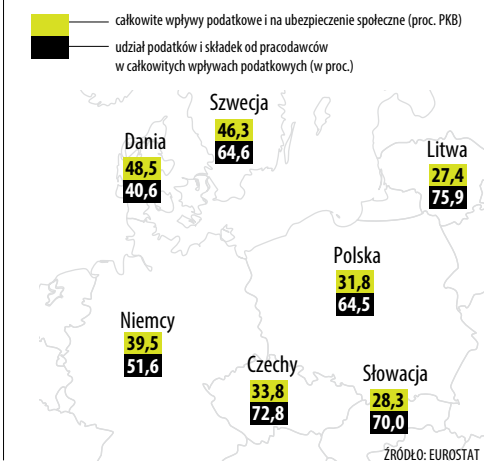
Na budżety samorządowe składają się podatki płacone przez przedsiębiorców, m.in. udział w podatku CIT, podatek od środków transportowych, opłata targowa, podatek od nieruchomości, opłata za zezwolenie na sprzedaż alkoholu, opłata eksploatacyjna. Na mapie uwzględniliśmy tylko część podatków stanowiących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

ŹRÓDŁO: MF, MSW, OBLICZENIA WŁASNE

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



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

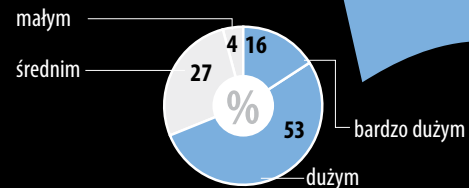






# NAJWIĘKSI I NAJCENNIEJSI

Jakim poważaniem cieszą się właściciele dużych firm?



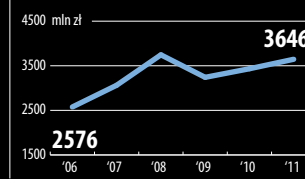
ŹRÓDŁO: GFK POLONIA DLA PKPP LEWIATAN, 2012

Na liście 500 największych polskich firm

# 11

pochodzi z województwa świętokrzyskiego

Przychody Kolportera, największego dystrybutora prasy, zwiększyły się w ciągu 5 lat półtoraraza



Największym inwestorem regionu jest Elektrownia Połaniec SA, obecnie Grupa GDF SUEZ Energia Polska, która wydała na rozwój

# 971

mln zł w 2011 r.

Najcenniejszą markę w województwie ma Cersanit, warta jest

# 266

mln zł

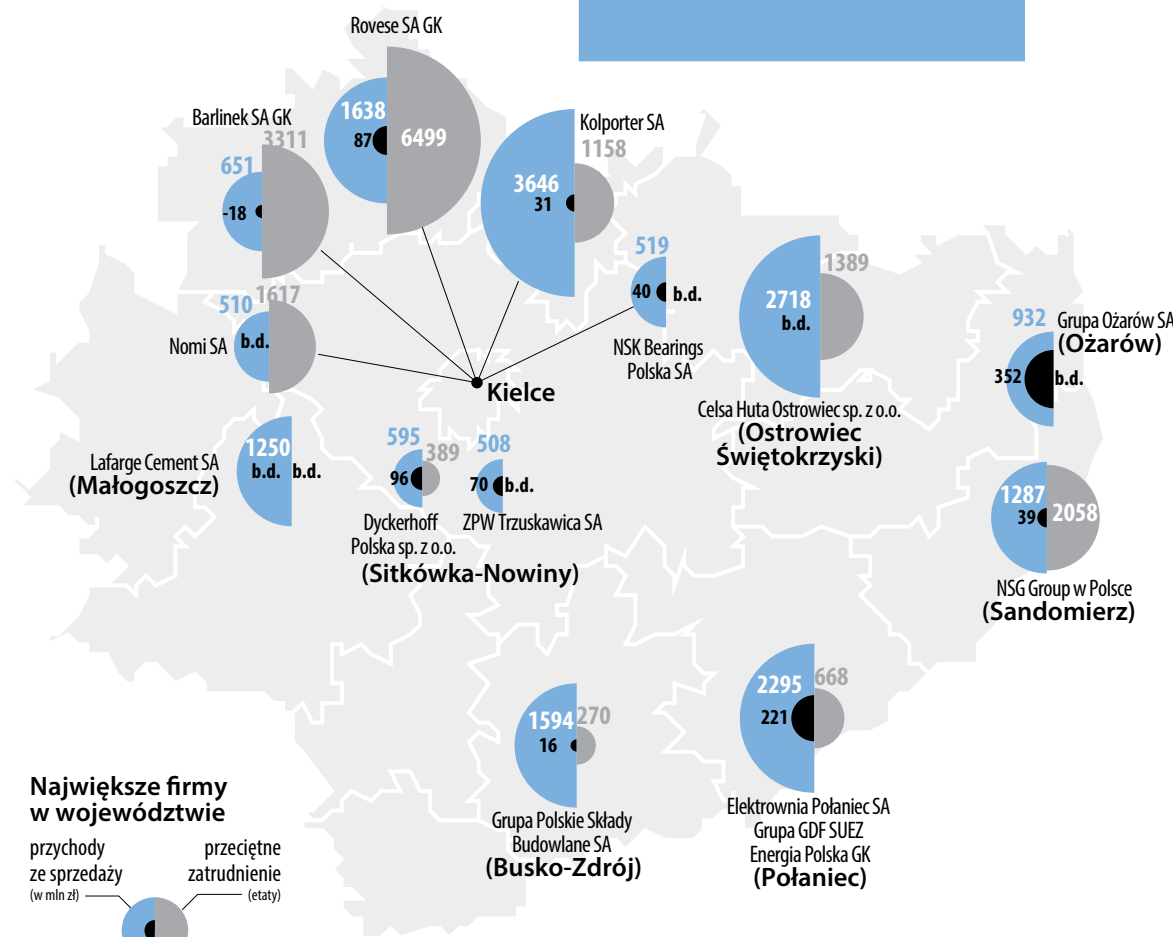
To dwa razy więcej niż budżet Starachowic  
ŹRÓDŁO: LISTA 500, „RZECZPOSPOLITA”

## Wartość Elektrowni Połaniec jest

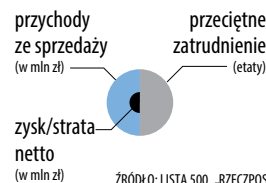
## razy większa niż budżet Kielc

Na najnowszej liście wartości firm według „Rzeczpospolitej” Elektrownię Połaniec wyceniono na 1,8 mld zł, zaś hutniczą Celsę Ostrowiec na ponad 1 miliard. Do granicy miliarda zbliża się Kolporter Krzysztofa Klickiego i Rovese Michała Sołowa. Cieszy fakt, że wśród 44 firm z woj. świętokrzyskiego, obecnych na liście 2000 największych w Polsce, tak dużo (19) jest przedsiębiorstw przemysłowych. Choć usługi tworzą już większość produktu krajowego, przedsiębiorstwa przemysłowe stanowią jednak trwałą podstawę całej gospodarki. Cieszy również stały wzrost zysków i przychodów dużych firm regionu.

W efekcie właściciele większych przedsiębiorstw cieszą się poważaniem wśród mieszkańców regionu (69 proc.), podobnie jak prezesi i dyrektorzy (72 proc.). Martwi, że na społecznej drabinie prestiżu znacznie gorzej od szefów dużych przedsiębiorstw wypadają właściciele warsztatów i małych firm (25 proc.) oraz sklepów (zaledwie 4 proc.). A przecież oni także tworzą produkt krajowy i miejsca pracy.



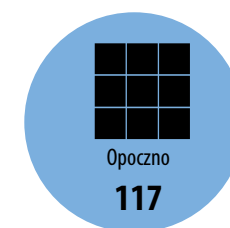
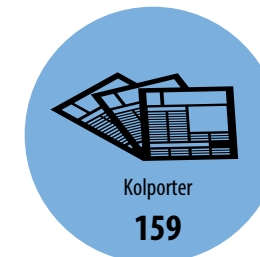
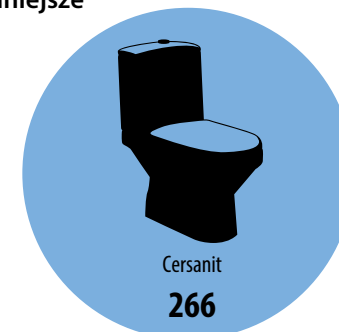
Największe firmy w województwie



ŹRÓDŁO: LISTA 500, „RZECZPOSPOLITA”

- Mamy 11 firm wśród 500 największych w Polsce
- Wartość Elektrowni Połaniec – lidera wartości w regionie – wynosi 1,8 mld zł
- 69 proc. mieszkańców woj. świętokrzyskiego darzy szacunkiem właścicieli dużych firm

Najcenniejsze marki (w mln zł)



ŹRÓDŁO: RANKING MAREK, „RZECZPOSPOLITA” 2011

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

Największe przychody ze sprzedaży (w mln zł)

# 3646

Kolporter

Najwyższa rentowność netto (w proc.)

# 37,8

Grupa Ożarów

Największe zyski netto (w mln zł)

# 352

Grupa Ożarów

Najwyższe zatrudnienie (w etatach)

# 6499

Rovese

ŹRÓDŁO: LISTA 500, „RZECZPOSPOLITA” 2012

Najwyższa wydajność (przychody na zatrudnionego, w mln zł)

# 6

Grupa Polskie Składy Budowlane

Najwyższy podatek dochodowy (w mln zł)

# 55

Elektrownia Połaniec

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

# 330

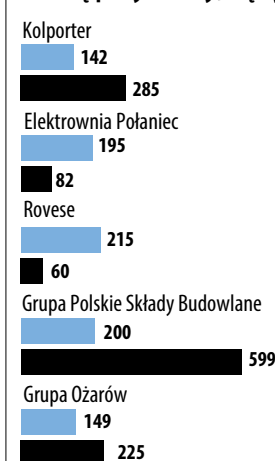
Elektrownia Połaniec

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

# 51,1

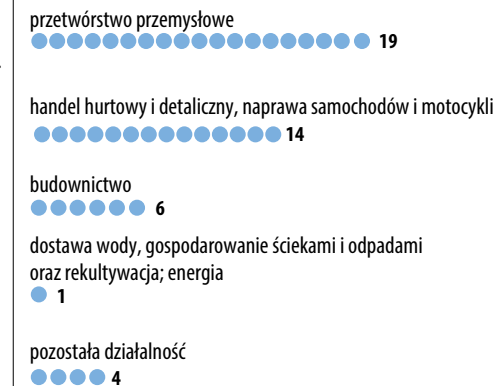
POWH Centrostal

Rosną przychody, są zyski



Dynamika przychodów od 2006 r. (w proc.)  
Dynamika zysku netto od 2006 r. (w proc.)

Na Liście 2000 „Rzeczpospolitej” są 44 firmy z woj. świętokrzyskiego 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 jest dowodem na konkurencyjność poszczególnych przedsiębiorstw i narodowej gospodarki.

Województwo świętokrzyskie z 13-procentowym udziałem eksportu w przychodach ze sprzedaży jest poniżej średniej krajowej, ale ma tak znanych eksporterów jak Rovese (d. Ceranit) czy producent szkła NSG. Wyniki niektórych, także mniejszych, pokazujemy na mapie. Ich łączne przychody z eksportu stanowią ok. 40 proc. eksportu z regionu i to dzięki niemu powstały i istnieją w nich setki miejsc pracy. W sumie eksporterami jest ponad 250 firm z woj. świętokrzyskiego.

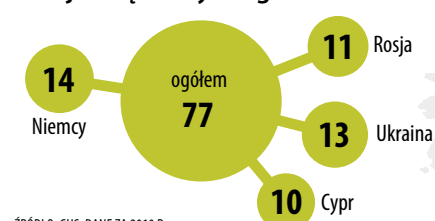
Mieszkańcy naszego regionu doceniają fakt, że konkurencyjność na rynku globalnym i eksport wzmocniają prestiż kraju. Ze stwierdzeniem, że prywatni przedsiębiorcy budują siłę ekonomiczną Polski na świecie, zgadza się tu 69 proc. osób.

1. Co szоста firma jest eksporterem\*
2. Średnio co siódma złotówka sprzedaży pochodzi z eksportu
3. Kierunki eksportu: Unia Europejska, ale również Ukraina i Ameryka Południowa

\* Dotyczy firm zatrudniających powyżej dziesięciu osób

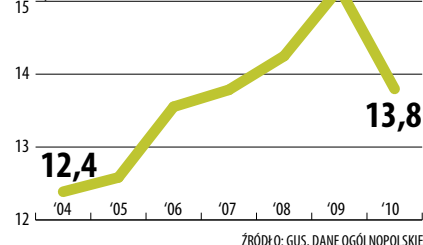
## Eksport z woj. świętokrzyskiego jest

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



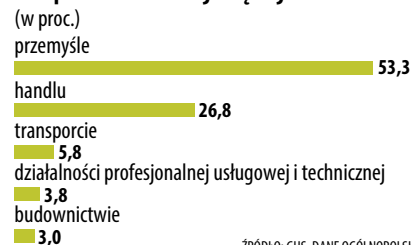
ŹRÓDŁO: GUS, DANE ZA 2010 R.

Liczba firm-eksporterów w Polsce (w tys.)



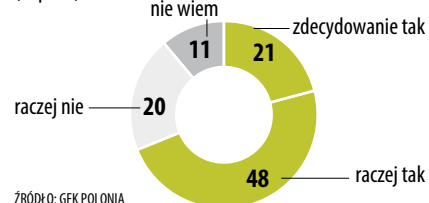
ŹRÓDŁO: GUS, DANE OGÓLNOPOLSKIE

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. świętokrzyskim

# 274

firmy-eksporterów

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

Łączne przychody z eksportu w 2011 r. wyniosły\*

# 6,2

mld zł

Co stanowiło

# 13,4

proc.

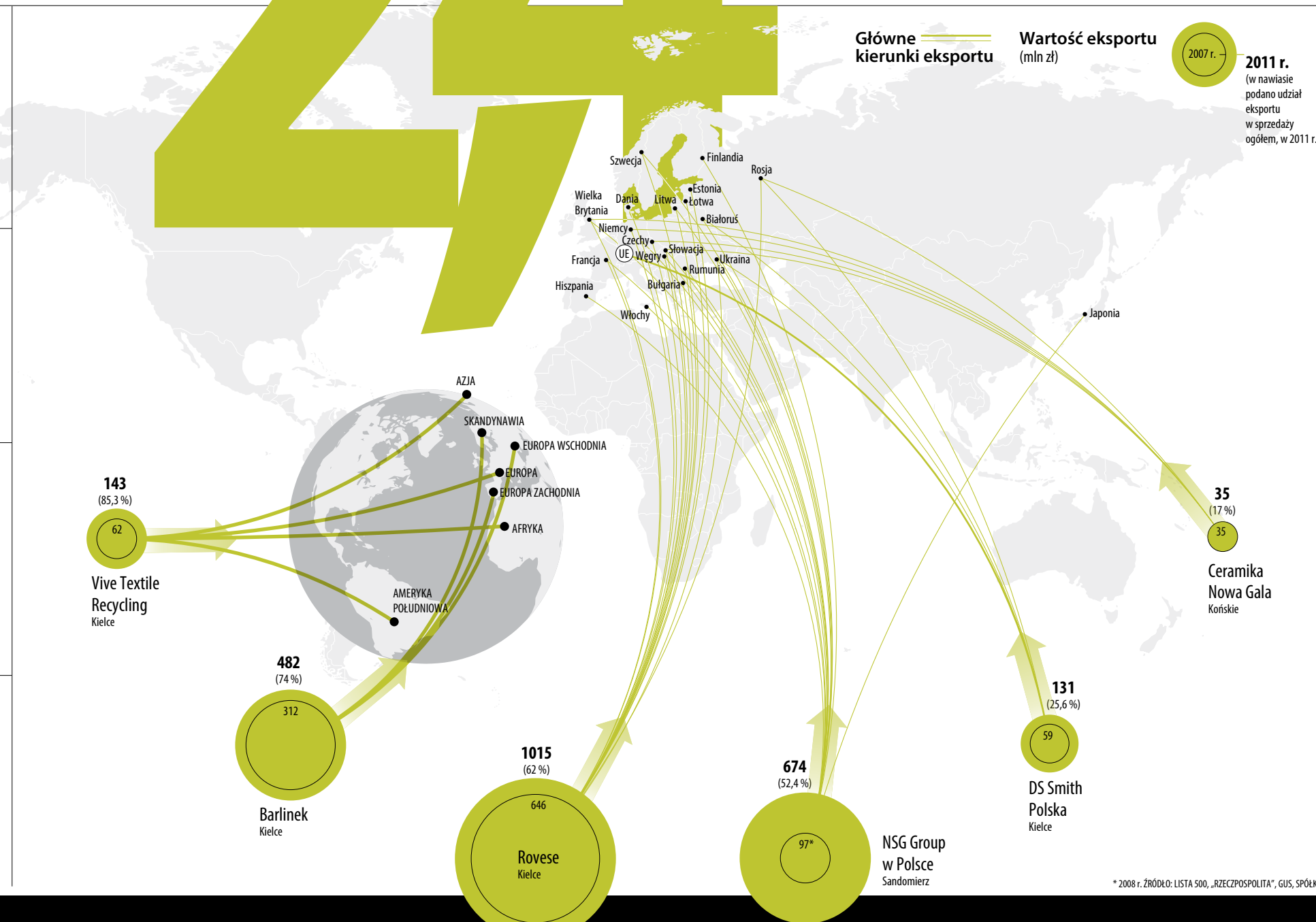
przychodów ogółem

Coraz aktywniej penetrujemy świat

# 34

nasze firmy mają filie i spółki za granicą

## razy większy niż eksport warzyw z całej Polski



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

# ROLNIK

## PRAWDZIWI MIKROPRZEDSIĘBIORCA

W województwie świętokrzyskim jest 141 tys. gospodarstw rolnych, w większości bardzo małych. Część z nich nie przynosi dochodu, bo nie sprzedaje swoich produktów. Nie oznacza to jednak, że nie ma wśród rolników prawdziwych przedsiębiorców.

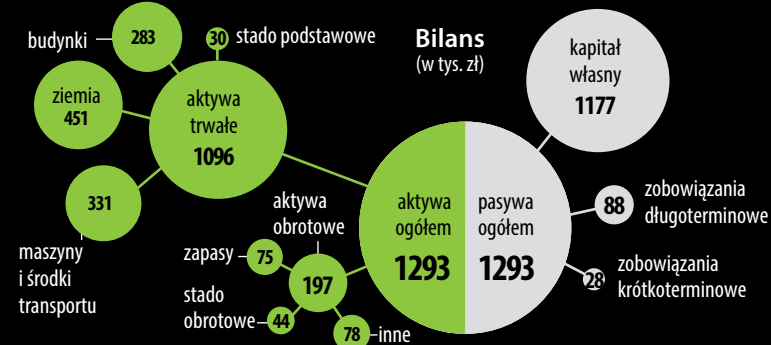
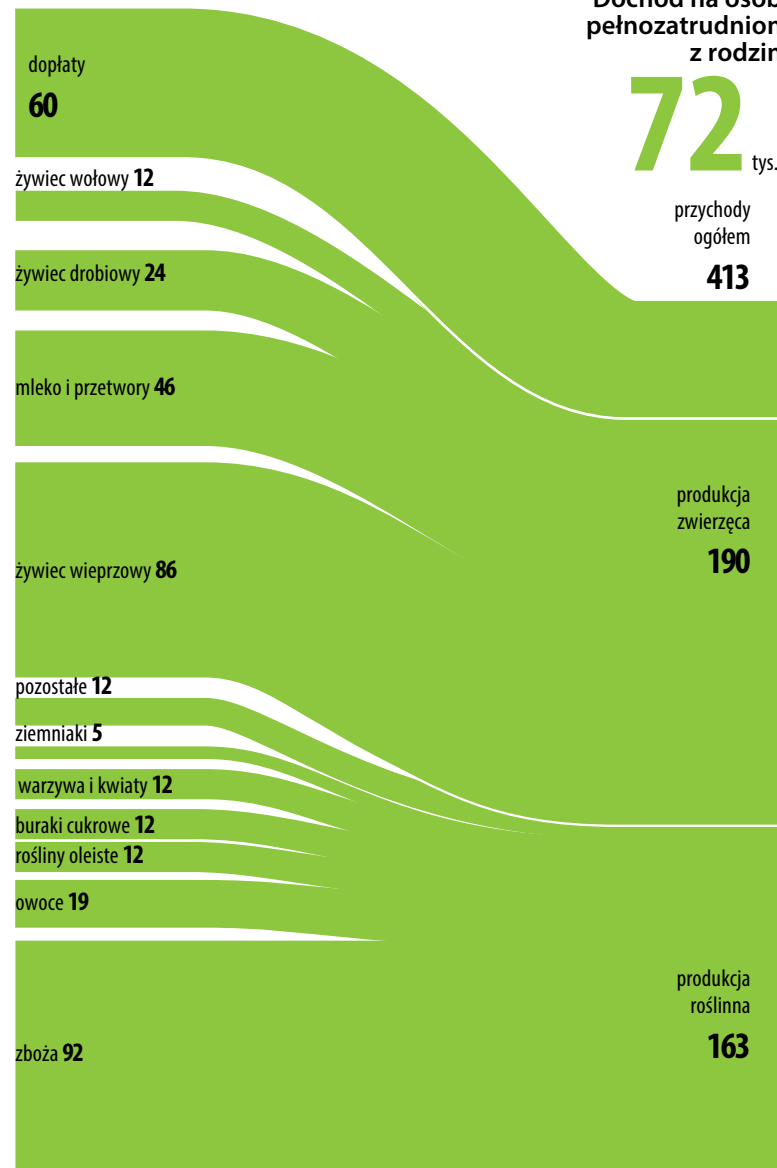
Efektywność ekonomiczną gospodarstw rolnych bada Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej. Obserwuje ponad 700 tys. gospodarstw rolnych w Polsce, a niektóre z nich (ponad 5 tys.) prowadzą rachunkowość rolniczą, dzięki czemu możemy się dowiedzieć, jakie mają przychody i koszty.

W woj. świętokrzyskim w badaniach tych w 2010 roku uczestniczyło 97 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.

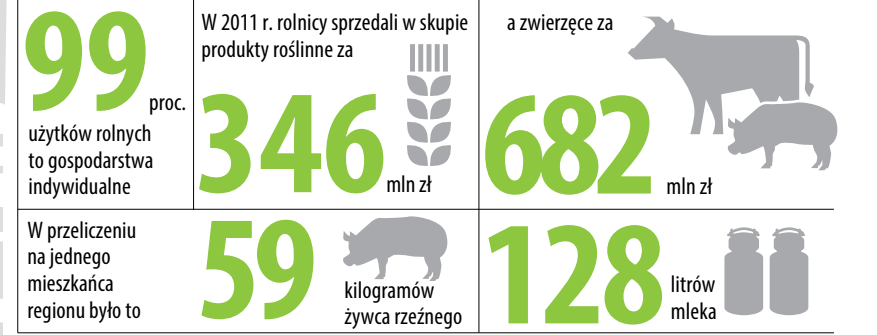
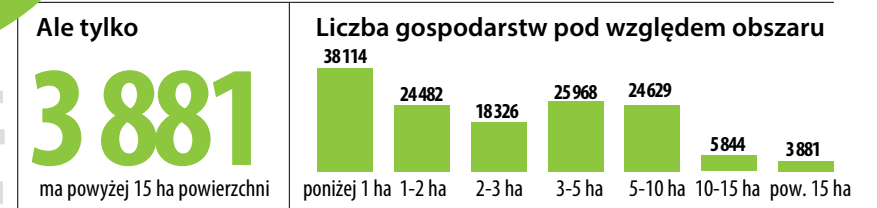
- 1,3 mln złotych wynoszą średnio aktywa efektywnego gospodarstwa rolnego w regionie
- Pracują w nim średnio prawie 3 osoby
- Ich produkcja wyniosła przeciętnie 357 tysięcy złotych

### Przychody gospodarstwa rolnego to

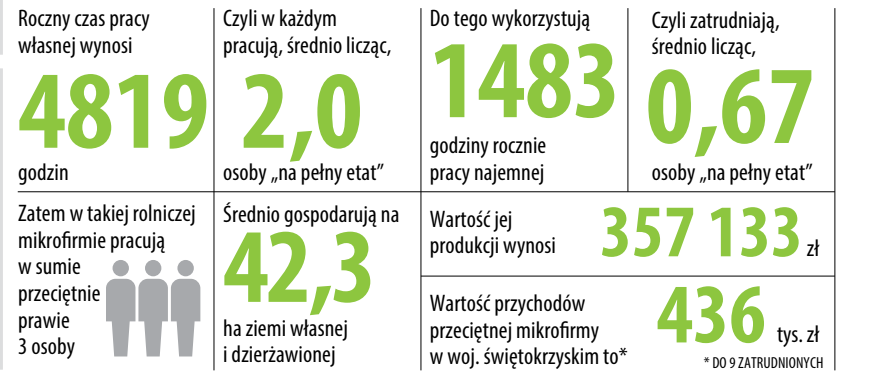
Roczne przychody – koszty  
(w tys. zł)



### proc. obrotów mikrofirmy z naszego województwa



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



# JESTEŚMY INNOWACYJNI

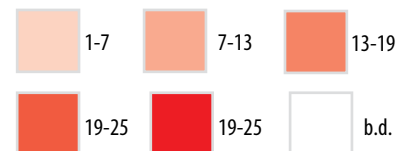
**W**edług badań GUS woj. świętokrzyskie ma dość niski odsetek przedsiębiorstw innowacyjnych wśród firm przemysłowych – 16,5 proc. Na najnowszej liście najbardziej innowacyjnych firm „Rzeczpospolitej” z regionu w czołówce znalazły się tylko Odlewnie Polskie ze Starachowic. Co nie oznacza, że nie ma tu innych innowacji, np. o pomysłach w zakresie marketingu firmy WiR piszemy obok. W sumie jednak, przedsiębiorcy regionu w 2010 r. zainwestowali w innowacje tylko 370 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. świętokrzyskim ten wskaźnik wynosi tylko 0,42 proc. (132 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.

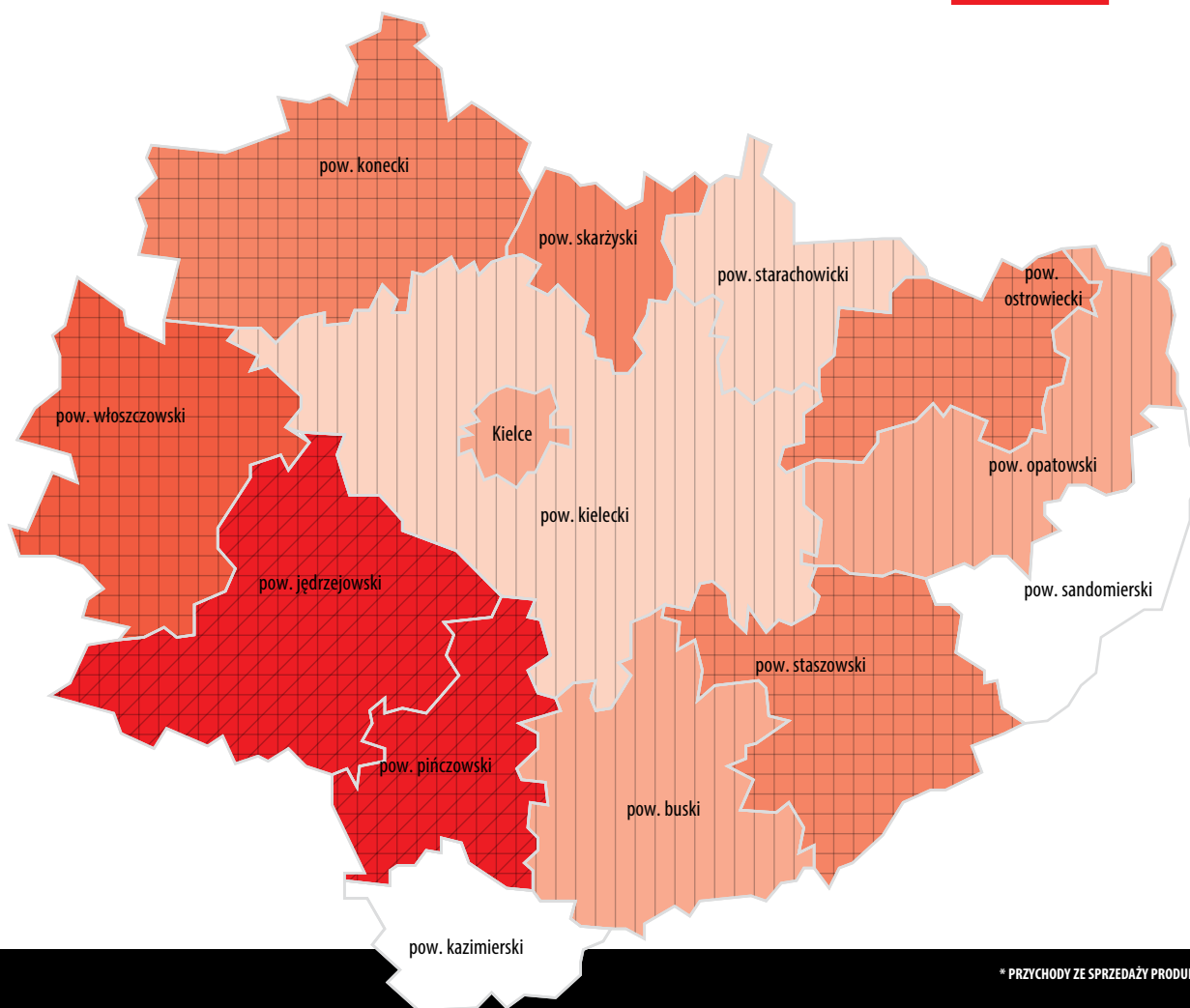
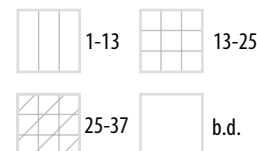
## 370 mln zł nakładów świętokrzyskich firm na innowacje to

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

wśród ogółu przedsiębiorstw przemysłowych



wśród ogółu przedsiębiorstw usługowych



tysięcy i-Padów 3

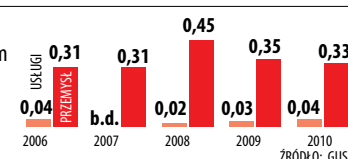
(cena: 2100 zł)



W jednostkach badawczo-rozwojowych w przedsiębiorstwach woj. świętokrzyskiego pracowały w 2010 r.

**364** osoby o **149,3** proc. więcej niż w 2005 r.

Nakłady firm w woj. świętokrzyskim na działalność innowacyjną wyniosły:



Średnio nakłady w jednym inwestującym w innowacje przedsiębiorstwie przemysłowym w 2010 r. wyniosły

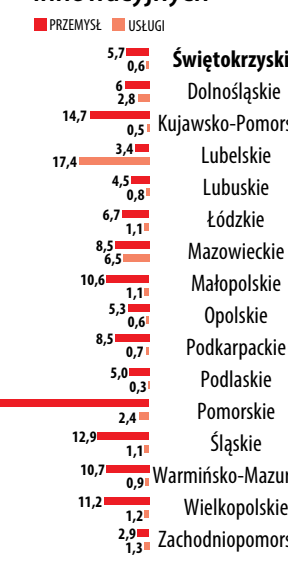
**3081** tys. zł

a w usługowym

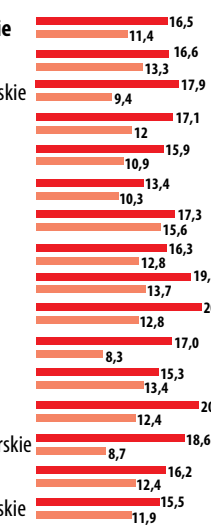
**896** tys. zł

1. W innowacje inwestujemy w regionie ok. 0,4 mld złotych rocznie
2. W przemyśle 16,5 procent świętokrzyskich firm GUS uznaje za innowacyjne
3. W sferze badań i rozwoju w przedsiębiorstwach regionu pracują tylko 364 osoby

### Sprzedaż produktów innowacyjnych\*



### Odsetek firm innowacyjnych (2008-2010 r.)



### Od boczku do sieci slow food

Nagrodzona w konkursie na tytułu lidera innowacji i rozwoju firma WiR Szproch i Pietrusiewicz Zakłady Mięsne z Łopuszna istnieje na polskim rynku od 1994 roku. Systematyczne inwestycje i wprowadzanie najnowszych technologii sprawiły, że WiR w ciągu kilkunastu lat stał się zakładem o europejskich standardach. Firma specjalizuje się nie tylko w wędlinach, lecz także innowacjach marketingowych i organizacyjnych. Sklepy premium, zorganizowane przez WiR pod marką Specyjały świętokrzyskie, oferują od trzech lat to, co najsmaczniejsze w regionie. Jak można przeczytać na stronie internetowej – m.in. miód z Ciemiętnik, dżemy i konfitury z Dankowa i Pińczowa, śliwki szydlowskie, fasolę korczyńską, krówki opatowskie, buncok strzałkowski, chleby z Pińczowa i Kurzelowa, przyprawy ze Złotej Pińczowskiej, jajka od kur zielononóżek ze Słupi Koneckiej. W lodach chłodniczych królują rzecz jasna wędzonki i kiełbasy z Łopuszna.

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



# 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](http://www.wizerunekprzedsiębiorcy.pl). Ostatecznego wyboru dokonywały kapituły wojewódzkie, złożone z przedstawicieli PKPP Lewiatan, regionalnych organizacji biznesowych, administracji lokalnej oraz mediów. Aby trafić do grona laureatów, trzeba było wykazać się 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 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

**Bożentyna Pałka-Koruba**, Wojewoda Świętokrzyski, **Tomasz Tworek**, prezes Świętokrzyskiego Związku Pracodawców Prywatnych, **Karol Kaczmarski**, dyrektor biura Świętokrzyskiego Związku Pracodawców Prywatnych, **Stanisław Wróbel**, redaktor naczelny Echa Dnia, **Joanna Gergont-Woś**, redaktor naczelny Radia Kielce SA, **Marek Mikos**, dyrektor TVP SA Oddział w Kielcach

## PATRONI MEDIALNI

Echo Dnia

Radio Kielce

TVP Kielce

# Laureaci z województwa świętokrzyskiego



44

**MAREK BANASIK**  
PPH POLFOL



46

**ANDRZEJ BRYK**  
CENTROSTAL SA



48

**ZBIGNIEW CZARNIECKI, WOJCIECH GROCHULSKI, WITOLD SKUZA**  
OFICyna POLIGRAFICZNA „APLA” S.J.



50

**KRZYSZTOF GRANICKI, RYSZARD JANIA**  
PILKINGTON POLSKA SP. Z O.O.,  
PILKINGTON IGP SP. Z O.O.,  
PILKINGTON AUTOMOTIVE  
POLAND SP. Z O.O.



52

**ANDRZEJ KAMIONKA**  
KH-KIPPER SP. Z O.O.



54

**BOGDAN PANHIRSZ**  
GRUPA POLSKIE SKŁADY  
BUDOWLANE SA



56

**STANISŁAW RUPNIEWSKI**  
PHT SUPON SP. Z O.O.



58

**TOMASZ TWOREK**  
DORBUD SA

# Biznes przezroczysty i dobrze opakowany

Wrzucając do koszyka w sklepie chleb, chusteczki do nosa, poduszkę czy gazetę, nawet przez chwilę nie myślimy, że ktoś zapakował je w opakowanie z tworzywa sztucznego. Jeśli zakupy robimy w Polsce, jest duża szansa, że tym kimś była firma Polfol z podkieleckiego Masłowa.

Opakowania z polichlorku winylu, polietylenu czy polipropylenu obrosły ostatnio złą sławą, głównie wskutek źle rozumianej ekologii. Powtarza się, że papier rozkłada się pół roku, a torebka z tworzywa trzy stulecia.

– Tylko że ekolodzy raczej nie wspominają, że z rozkładu papieru do gleby trafia mnóstwo agresywnych chemikaliów. Za to torebki z tworzywa to tylko śmieci. Można je podnieść, posegregować i przeznaczyć do ponownego przetworzenia. Choćby na torby na śmieci – mówi Marek Banasik, prezes Polfolu.

## Miliony torebek

Opakowaniami z tworzyw sztucznych zajmuje się od 1991 roku.

– Od początku produkujemy opakowania głównie dla przemysłu spożywczego, ale pakuje się w nie także ubrania, sprzęt RTV czy AGD – wylicza Marek Banasik. Produktów jego firmy nie kupimy pod jego marką, choć każdy polski konsument styka się z nimi praktycznie codziennie. Na stojaku w korytarzu firmy widać dziesiątki rolek folii zadrukowanych znakami znanych marek producentów chemii gospodarczej czy artykułów spożywczych, ale też nieoznaczone torebki

w dziwnych kształtach dla producentów akcesoriów dla przemysłu samochodowego czy montowni sprzętu RTV. Ze wszystkich kolorów najwięcej widać pomarańczowego.

– To idealny kolor w handlu, ludzki mózg dostrzega ten kolor najszybciej, to wynika z badań – zdradza jeden z branżowych sekretów właścicieli i założycieli firmy.

Prezes żartuje, że Polfol jest firmą młodą, bo działa na rynku dopiero od 21 lat. – Zaczynaliśmy od czterech osób i chałupniczej produkcji prostych torebek na ręcznych zgrzewarkach – wspomina Marek Banasik.

Dziś firma w portfolio ma wiele wzorów, rozmiarów i kolorów toreb: małe i duże, grube i cienkie, z plastikowym zamknięciem, uszami lub bez, etui na dokumenty i wielkie torby, w jakie pakuje się kołdry i poduszki. Większość produkcji trafia na rynek polski. Przez kilka lat Polfol dostarczał opakowania do Niemiec, ale sukces polskiej gospodarki ograniczył zasięg jego produktów: Niemcy przenieśli swoją fabrykę do Polski. Na Zachód trafiają

więc już gotowe produkty zapakowane w naszym kraju.

## Foliowy barometr

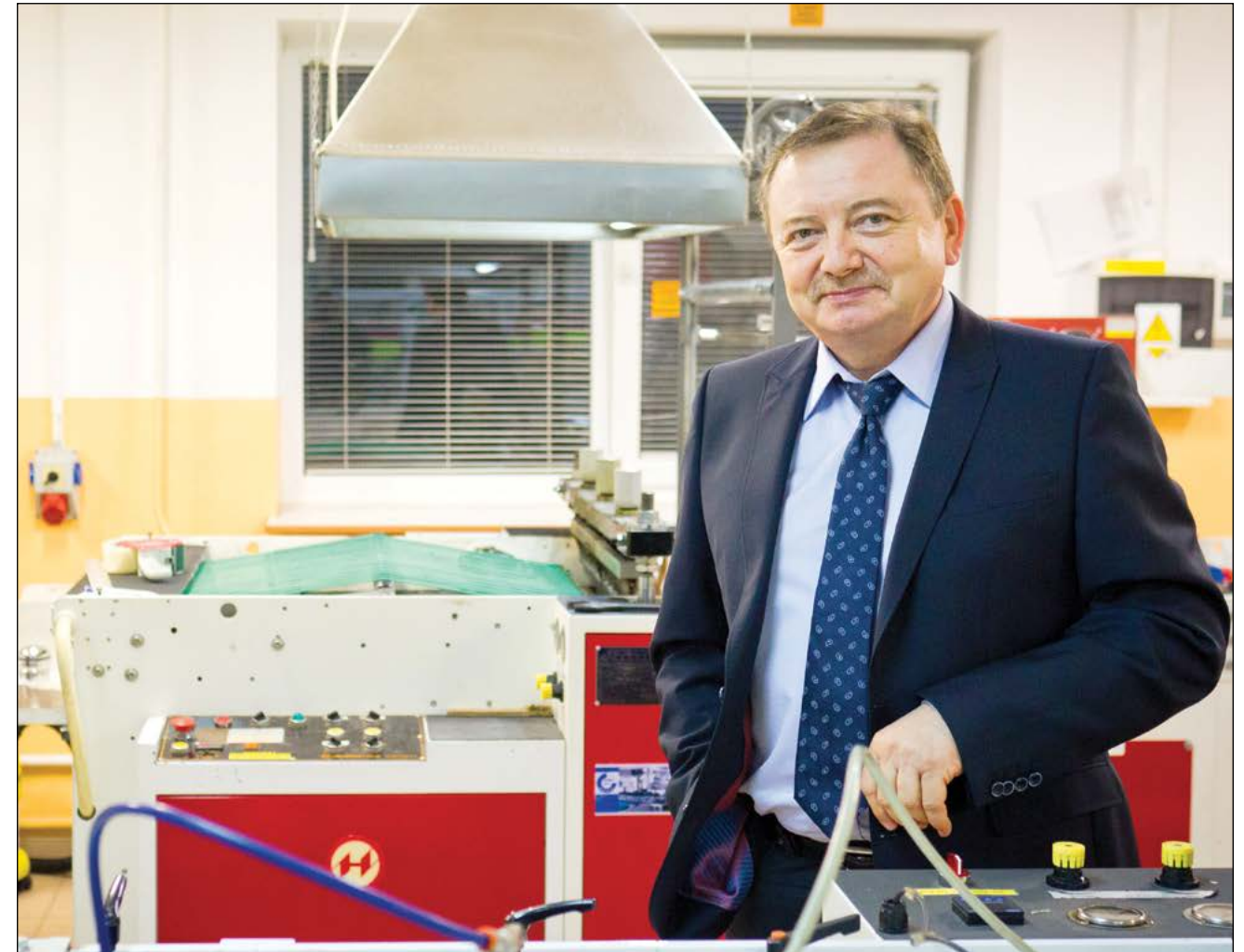
Branża producentów opakowań z tworzyw sztucznych jest swoistym barometrem kryzysu. – Obsługujemy większość sektorów gospodarki, więc od razu widzimy, ile sprzedaje się koszul, ile chleba, a ile elektroniki. W tej chwili chyba nie jest źle, choć oczywiście mocno ograniczają nas koszty ropy naftowej, z której powstaje granulata do produkcji folii – mówi prezes Banasik. Dodaje, że choć koszty pracy i ceny są już w Polsce dość wysokie, nasi producenci nadal są bardzo konkurencyjni na rynku europejskim.

W branży wciąż brakuje także rąk do pracy. – Spora część kadry pracuje z nami już od ponad dekady. To nie jest zawód, który można zdobyć w jeden weekend. Bardzo przydadliby się nam elektromechanicy, operatorzy maszyn, ale w Polsce szkolnictwo zawodowe takich specjalistów nie kształci. Dlatego o pracownikach musimy bardzo dbać – tłumaczy Marek Banasik.

## Jakość i ekologia

Praca w zakładzie trwa całą dobę, na trzy zmiany. Gros procesu produkcyjnego wykonują maszyny, ludzie nadzorują ich pracę, programują je, dostarczają im surowiec i odbierają gotowy produkt. Firma w 2004

21  
lat  
istnieje na rynku  
firma  
Polfol



„ W branży przetrwają najlepsi, więc stale monitorujemy jakość, weryfikujemy standardy, zatrudniamy audytorów. Inwestujemy także w coraz wydajniejsze i szybsze maszyny.

MAREK BANASIK

roku wdrożyła systemy zarządzania jakością i środowiskiem, działa także zgodnie z normami HACCP obowiązującymi producentów z branży spożywczej. – W branży przetrwają najlepsi, dlatego stale monitorujemy

jakość i ekologię, weryfikujemy standardy, zatrudniamy audytorów. Konkurencja mobilizuje nas też do ciągłych inwestycji w coraz wydajniejsze i coraz szybsze maszyny – mówi prezes Polfolu.

Produkty firmy trafiają za granicę głównie jako opakowania produktów innych producentów. Nie znaczy to jednak, że firma z Masłowa, malowniczo położonego na obrzeżach Kielc w samym sercu Gór Świętokrzyskich, nie ma ambicji sięgających daleko poza granice regionu. Obecnie prowadzi zaawansowane rozmowy na temat kooperacji z podobną firmą działającą... na południu Francji. – Tamta firma specjalizuje się w produkcji opakowań izotermicznych, więc mogliśmy się wspólnie uzupełniać. Zobaczmy co z tego wyniknie, perspektywy są – zapewnia prezes Polfolu.

www.polfol.pl

# Stali nie wymyślimy

Mało który monopolista z czasów PRL umiał przystosować się do nowych warunków i przetrwać. Centrostal Kielce, od 17 lat działający jako spółka akcyjna, ma szansę stać się potentatem w dystrybucji wyrobów hutniczych. Już dziś firma radzi sobie lepiej niż przed 1989 rokiem, gdy nie miała żadnej konkurencji.

**M**y nowego gatunku stali nie wymyślimy. Firma może się rozwijać głównie dzięki poszerzaniu oferty o nowe usługi i asortyment – mówi Marcin Bryk, zastępca dyrektora do spraw handlowych w kieleckim Centrostalu. Faktycznie, dla krajowych firm zajmujących się dystrybucją wyrobów hutniczych nastały trudne czasy i konieczne jest szukanie nowych rozwiązań. – W branży budowlanej u głównych odbiorców prętów zbrojeniowych, wyraźnie widać dziś kryzys. Dlatego musimy dbać o jak najszerszą gamę produktów, także dla przemysłu i innych gałęzi gospodarki. Musimy mieć to, czego nie mają inni, więc rozwijamy na przykład rynek stali jakościowej. Nie bazujemy na jednym tylko sektorze, więc dajemy sobie radę w kryzysie – zapewnia.

## Od monopolisty do rynkowego gracza

Kielecki Centrostal powstał w 1948 roku jako lokalny Punkt Sprzedaży Żelaza i Stali, kilka lat później przekształcony w Kieleckie Biuro Sprzedaży Żelaza i Wyrobów Metalowych. Pod koniec lat 50 firma weszła w skład ogólnopolskiego zrzeszenia podobnych przedsiębiorstw, działającego pod marką Centrostal. W warunkach gospodarki nakazowo-rozdzielczej firma miała zapewniony faktyczny monopol w centralnie przy-



Prezes Andrzej Bryk

dzielonym terenie obejmującym województwa kieleckie, radomskie, lubelskie i chełmskie – klientów i tak nigdy nie brakowało. Po 1989 r. w wyniku transformacji gospodarczej nastąpiła całkowita zmiana sposobu funkcjonowania przedsiębiorstwa. W wyniku urynkowania gospodarki powstawało coraz więcej firm konkurencyjnych, zniknęły bariery administracyjne określające zakresy działania. W ciągu kilku miesięcy z pozycji monopolisty Centrostal musiał zacząć walczyć o rynek wyrobów hutniczych – stale zabiegać o klientów. W 1996 roku kielecki Centrostal został sprywatyzowany. Głównym udziałowcem nowej spółki akcyjnej został Andrzej Bryk, do dziś prezes firmy.

Mimo ponad 50. lat doświadczenia w dystrybucji wyrobów hutni-

czych, firmę w nowych czasach trzeba było organizować niemal od podstaw. By przetrwać, musiała zacząć działać na większą skalę niż dotychczas. W krótkim czasie powstały nowe oddziały w Pabianicach, Radomiu, Rzeszowie i Sandomierzu. Spółka zainwestowała również w nowoczesne maszyny do produkcji zbrojeń budowlanych. Dziś tylko ten zakład produkcyjny może przerobić ponad 3 tys. ton stali miesięcznie. Hala wraz z oprzyrządowaniem kosztowała ponad 5,7 mln złotych, z czego połowę dofinansowała Unia Europejska w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego. Centrostal od wielu lat wspiera lub wspiera regionalne kluby sportowe m.in. piłki ręcznej Vive Targi Kielce oraz piłki nożnej Korona Kielce.

## I detal, i hurt

Ofertę wyrobów hutniczych produkcji krajowej firma uzupełnia o import z Włoch, Czech, Słowacji, Niemiec, Hiszpanii. Zarówno w Kielcach, jak i w pozostałych oddziałach, zdecydowana większość wyrobów hutniczych składowana jest w magazynach krytych zapewniających odpowiednią ich jakość.

Główny magazyn usytuowany w przemysłowej dzielnicy Kielc może pomieścić nawet 45 tysięcy ton. Stal magazynowana jest w zależności od asortymentu: rury, pręty ciągnione, kształtowniki zimno-gięte w specjalistycznych regałach, natomiast blachy,

**45**  
tys. ton  
stali  
może pomieścić  
główny  
magazyn  
Centrostalu  
Kielce



Młode pokolenie w firmach prowadzonych przez rodziców jest coraz bardziej aktywne: Marcin Bryk, syn prezesa Andrzeja Bryka, jest dziś zastępcą dyrektora ds. handlowych w Centrostalu

**Stal była, jest i będzie potrzebna. W Polsce buduje się coraz więcej, rozwijają się też firmy produkcyjne, więc rynek nam prędko nie wyschnie. Ale też wymagania klientów dotyczące jakości stale rosną.**

pręty zbrojone w stosach. – Dziś jesteśmy pośrednikiem w obrocie stali dla całego kraju, prowadzimy też sprzedaż detaliczną. Na wolumen naszej sprzedaży składają się klienci detaliczni, małe i średnie firmy oraz kontrakty z dużymi partnerami. Bez względu na wielkość sprzedaży każdy klient jest dla nas bardzo ważny – zapewnia Marcin Bryk, zastępca dyrektora ds. handlowych, a prywatnie syn prezesa.

Firma zatrudnia ponad 200 pracowników. – Stal była, jest i będzie potrzebna, to się nie zmieni. W Polsce buduje się coraz więcej, rozwijają się też firmy produkcyjne, więc rynek nam prędko nie wyschnie. Ale też wymagania klientów dotyczące jakości stale rosną – mówi Marcin Bryk. Dlatego zwiększamy nasze usługi o cięcie blach na gilotynach oraz ich wypalanie za pomocą plazmy, docinanie prętów i kształtow-

ników na piłach taśmowych, gięcie prętów zbrojeniowych, czy dystrybucję tak przygotowanego produktu bezpośrednio do odbiorcy. Centrostal Kielce rozwija własną flotę transportową, ma ciężarówki o ładowności od 1,5 do 24 ton przystosowane do transportu wyrobów hutniczych. – W kryzysie nie możemy sobie pozwolić na stanie w miejscu, dlatego cały czas myślimy nad usprawnieniami organizacyjnymi i innowacjami mającymi na celu spełnienie oczekiwań naszych klientów. W przyszłym roku wprowadzimy też system ocen pracowników, który pomoże nam sprawdzić, co jeszcze można zmienić, byśmy byli firmą jeszcze bardziej konkurencyjną – zapowiada Marcin Bryk.

[www.centrostal-kielce.pl](http://www.centrostal-kielce.pl)



# Zarząd drukuje na trzy zmiany

W Polsce działa wiele tysięcy nowoczesnych drukarni. Przetrwac na tak trudnym rynku mogą tylko najprężniejsi. Kieleckiej spółce Apla pomaga to, że firmę od lat prowadzi trzech przyjaciół.

o 1989 roku państwowy dawniej koncern RSW Prasa-Książka-Ruch oddał swoją kielecką drukarnię w dzierżawę prywatnej firmie. Jednak bardzo szybko uznał, że nawet to mu się nie opłaca i w 1992 r. postanowił wystawić maszyny na sprzedaż. – To były czasy dla odważnych, z kolegami zaryzykowaliśmy i niedawno właśnie minęło 20 lat, odkąd jesteśmy na rynku – wspomina Zbigniew Czarniecki. Koledzy to oprócz niego jeszcze dwóch współwłaściciele i współprezesów Apli: Witold Skuza i Wojciech Grochulski. Od dwóch dekad wspólnie prowadzą firmę.

## Pionierskie początki na powielaczach

Z początku Apla dysponowała jedynie staromodnymi powielaczami offsetowymi. Pozwalały wyłącznie na realizację prostych projektów, ale we wczesnych latach 90. taki sprzęt wystarczał. Drukarnie powstawały jak grzyby po deszczu, więc konkurencja już od samego początku była wielka, ale też i zamówień na wygłodniałym polskim rynku nie brakowało. Trzej wspólnicy do pracy przychodzili o ósmej, a do domów wracali po pierwszej w nocy. – Zaczynaliśmy od zera, dużo zaryzykowaliśmy. Często po opłaceniu czynszu, papieru i farb kończyły się pieniądze,

ale mimo to ryzyko się opłaciło – wspomina Czarniecki. Po ośmiu miesiącach nie wytrzymali tego tempa pracy i musieli zatrudnić pierwszego pracownika. Firma szybko rozrosła się na tyle, że konieczna stała się przeprowadzka do nowej siedziby, dawnego magazynu Domu Książki.

Z czasem pojawiły się nowoczesne maszyny, w tym marki Heidelberg. – Teraz na rynku działa tyle firm, że wybić się można jedynie jakością i solidnością. Dlatego zdecydowaliśmy się na tak dobre maszyny. Czterokolorowy Heidelberg z systemem DI

to mercedes wśród maszyn poligraficznych. Kupiliśmy używaną z Niemiec, w Polsce są tylko dwie maszyny tej klasy, na całym świecie – może ze trzysta. Leasingujemy też nowy sprzęt, choć to wydatek rzędu 500 tysięcy złotych. Ale poradziliśmy sobie bez dofinansowania – mówi Zbigniew Czarniecki.

Firma wyrobiła sobie już u leasingodawców renomę solidnego klienta, więc choć zatrudnia ledwie 12 pracowników, bez trudu uzyskuje finansowanie na uzupełnienie parku maszynowego.

## Druk całą dobę

Mimo widocznego w całej branży poligraficznej nacisku na specjalizację Apla pozostaje firmą uniwersalną, realizuje każde zlecenie na druk offsetowy, od książek i folderów reklamowych po poligraficzną galanterię: wizytówki, kalendarze czy ulotki, małe i duże nakłady. – Takie mydło i powidło, nie mamy jednego głównego klienta, więc nie jesteśmy uzależnieni. Ale współpracujemy też z dużymi, jak

choćby z Poczta Polska, naszym kieleckim centrum targowym czy ze spółkami giełdowymi, jak Barlinek, Cersanit czy GE Bank. A z biegiem lat wyrobiliśmy sobie renomę, wieść niesie, że jak trudny folder, to tylko w Apli – mówi nie bez dumy Czarniecki, który mimo późnej pory właśnie przyszedł do pracy

i przed nocą do domu nie wróci. Praca w drukarni nie jest procesem ciągłym. Gdy jest duże zlecenie, trwa całą dobę, w luźniejszych okresach wystarczy ośmiogodzinna dniówka.

Tylko że w Apli luźniejsze okresy mimo kryzysu się nie zdarzają. Gdy zaczęli w trzech, drukarnia pracowała niemal bez przerwy. Od tego czasu niewiele się zmieniło. – W zasadzie od dwóch dekad pracujemy z kolegami na trzy zmiany, zarząd też. Gdy jeden z nas idzie do domu, drugi z prezesów przychodzi do pracy, i tak dzień po dniu. Wszyscy we trzech jesteśmy

12  
pracowników

zatrudnia  
kielecka  
drukarnia  
Apla



FOT. RADEK PASTERSKI



FOT. ARCHIWUM APPLA



FOT. ARCHIWUM APPLA

Trzech wspólników drukalni Apla (od lewej): Zbigniew Czarniecki, Wojciech Grochulski i Witold Skuza

Teraz można się wybić jedynie jakością i solidnością. Dlatego wspólnicy zdecydowali się na dobre maszyny. Czterokolorowy Heidelberg z systemem DI to mercedes wśród maszyn poligraficznych. W Polsce są tylko dwie maszyny tej klasy, a na świecie może 300.

i pracownikami, i prezesami, szukamy nowych klientów i do tego pracujemy fizycznie – mówi jeden z trzech wspólników.

## Każdy kolejny rok na plusie

Sytuacja finansowa na świecie wpływa na branżę poligraficzną, klientów odbiera jej też internet. Na razie, mimo olbrzymiej konkurencji, Apla każdy rok kończy zyskiem, przed kryzysem trafi-

ła nawet na listę 150 najprężniejszych firm w województwie świętokrzyskim. Drukarni pomaga jednak nie tylko wyrobiona przez lata opinia, ale także kadra świetnych specjalistów. To nie jest praca, do której można przeszkolić człowieka w jeden weekend, więc zespół dobrych pracowników w tym fachu to podstawa.

Jak wspólnicy wytrzymują ze sobą przez te wszystkie lata? Nie zawsze

tak bywa, ale akurat w tym przypadku okazuje się, że wspólny biznes łączy.

– Uzupełniamy się. Zresztą, co tu mówić, każdy z nas ma swoje 33 procent udziałów, mamy kredyty, więc jesteśmy związani także finansowo. Pewnie do końca istnienia firmy zostaniemy już wspólnikami, bo czemu nie, skoro to się sprawdza – uśmiecha się Czarniecki.

[www.apla.net.pl](http://www.apla.net.pl)

# Trzy razy Pilkington

Na terenie istniejącej od dziesięcioleci huty szkła w Sandomierzu działają trzy firmy spod znaku Pilkington. Choć łączy je głównie marka w nazwie, wspólnie czynią z miasta nad Wisłą jeden z najważniejszych ośrodków produkcji szkła i szyb w Europie.

Czasem aż trudno wyobrazić sobie, że jeszcze kilkadziesiąt lat temu gładka tafła szkła kosztowała fortunę. Szkło wytwarzano już w starożytnej Mezopotamii, jednak aż do czasów współczesnych był to proces powolny, wymagający olbrzymich nakładów pracy – i wielkich funduszy.

## 14 milionów szyb rocznie

Mimo usprawnień, aż do XX wieku szkło było towarem drogim. W 1916 roku wynaleziono wprawdzie sposób na tanią produkcję wielkich tafli szkła, ale tzw. szkło ciągnięte nie rozwiązywało podstawowego problemu technologicznego: by uzyskać tafle wolną od nieczystości, bąbli powietrza i zgrubień konieczne było długotrwałe polewanie. Wszystko zmieniło się w latach 50., gdy Alastair Pilkington opatentował technologię float. Zamiast wyciągać wstęgę szkła pionowo z tzw. wanny, szkło wylewa się w procesie ciągłym na powierzchnię roztopionego metalu.

Otrzymana w ten sposób tafła szkła jest niemal idealnie gładka i pozbawiona zgrubień, które deformowały obraz po drugiej stronie szyby wyprodukowanej we wcześniejszej technologii. Dzięki wynalazkowi niewielka rodzinna firma Pilkingtona, założona w 1826 spółka Pilkington Brothers, stała się szklarskim potentatem. Licencję na patent kupowały huty szkła na całym świecie, a pieniądze z paten-

tów firma inwestowała w dalsze badania i nowe zakłady produkcyjne.

W Sandomierzu, dziś centrali wszystkich trzech polskich firm z Pilkingtonem w nazwie, produkcja szkła okiennego na masową skalę ruszyła w latach 60. – W 1975 r. pojawił się w Polsce Fiat i huta szkła zdecydowała o rozpoczęciu produkcji przednich szyb do samochodów. Ten wydział do dzisiaj istnieje, w większości produkcja działa na tych samych maszynach. W latach 80. huta zaczęła myśleć o szkle float i produkcji nowoczesnych szyb dla budownictwa, ale zabrakło funduszy – wspomina Ryszard Jania, dziś prezes Pilkington Automotive Poland.

Koncern Pilkington pojawił się w Sandomierzu na początku lat 90. jako inwestor strategiczny. W 1993 r. powstała spółka Sandoglass, dwa lata później uruchomiła produkcję szkła w technologii float. W 1997 r. powstała nowa spółka – Pilkington Automotive Poland, która przejęła produkcję szyb samochodowych hartowanych i laminowanych. – Ja w firmie pracuję od 1995 roku. Początkowo analizowałem perspektywę rynku. Z wyliczeń wyszło mi, że produkcja szyb samochodowych może się opłacić, że jest sens zakładać spółkę. Z perspektywy tych 15 lat widać, że

rzeczywistość znacznie przerosła moje oszacowania – śmieje się prezes Jania.

Pilkington w Polsce to tak naprawdę trzy osobne firmy. Łączy je marka, wspólny kapitał (właścicielem jest japoński koncern Nippon Sheet Glass) i częściowo technologia produkcji. Kierowany przez Ryszarda Janię Pilkington Automotive Poland (PAP) to specjaliści w produkcji szyb samochodowych dla całej Europy. Szyby ogrzewane, laminowane (kilka warstw szkła przedzielonych folią, by mimo pęknięcia pozostały w jednym kawałku), barwione, hartowane (by rozbiły się na niegroźne kawałeczki zamiast ostrych odłamków) – rocznie zakłady w Sandomierzu opuszcza około 2,3 mln szyb przednich oraz 3,8 mln szyb bocznych i tylnych dla większości

marek samochodów produkowanych na kontynencie. Gdy zakończy się budowa nowego zakładu PAP w Chmielowie, moce produkcyjne wzrosną do ok. 10 mln szyb hartowanych i 4 mln szyb laminowanych przednich rocznie. Już dziś jedna czwarta produkowanych w Europie samochodów wyposażona jest w szy-

by z Polski. – Często dla danego modelu robimy na przykład tylko szyby boczne, więc łatwiej powiedzieć, w ilu nie ma naszych szyb, niż w ilu można je zobaczyć. Choć, prawdę mówiąc, dla kierowcy szyby mają być niewidoczne – żartuje prezes Jania.

## Nowoczesny jak szyba

Zupełnie osobną spółką jest kierowana przez Krzysztofa Granickiego spółka



FOT. SYLWIA CZECH/ARCHIWUM PILKINGTON AUTOMOTIVE POLAND



FOT. ARCHIWUM PILKINGTON

Ryszard Jania, prezes Pilkington Automotive Poland (z lewej) i Krzysztof Granicki, prezes Pilkington Polska i Pilkington IGP

„Pracuję w firmie od 1995 roku. Początkowo analizowałem perspektywę rynku. Z wyliczeń wyszło mi, że produkcja szyb samochodowych może się opłacić, że jest sens zakładać spółkę. Z perspektywy tych 15 lat widać, że rzeczywistość znacznie przerosła moje oszacowania.

**RYSZARD JANIA**

Pilkington Polska, jeden z największych w Europie producentów szkła surowego. W krajowym rynku firma posiada już blisko 30 proc. udziałów, eksportuje też szyby wszelkich typów na rynki wschodnie, do krajów Europy Środkowej, ale też do Skandynawii. Jednym ze sztandarowych produktów zaawansowanych technologii jest oferowane przez firmę szkło Pilkington **Activ™** – samoczyszczące.

Trzecią ze spółek z logo Pilkington w szyldzie jest IGP, producent tzw. szyb zespolonych. To wszelkiego rodzaju produkty szklane dla budownictwa, od prostych szyb okiennych, przez szkło antywłamaniowe, ognio-

trwałe, kulo odporne czy niskoemisyjne. Te ostatnie to coraz popularniejsze szyby wykorzystywane w tzw. zielonym budownictwie, przejrzyste, ale jednocześnie zatrzymujące sporą część ciepła wewnątrz.

Jak zaznacza prezes Ryszard Jania z PAP, rozróżnienie na bezpieczne szyby samochodowe i zwyczajne, wykorzystywane w budownictwie, już dawno przestało być aktualne, bowiem branża idzie bardzo szybko do przodu. – Okna w mieszkaniu też mogą być hartowane czy laminowane. Szyby boczne klejone z dwóch warstw przedzielonych folią niedawno jeszcze były rzadkością,

a wkrótce będą masowo montowane we wszystkich markach samochodów, bo nie tylko są bezpieczniejsze, ale też lepiej tłumią hałas – przewiduje. Coraz częstsze jest też montowanie we wnętrzu szyby instalacji grzewczej, a nawet anten radiowych.

Sam proces produkcji szkła jest wysoce zautomatyzowany i zrobotyzowany, dlatego Pilkington Polska może być potentatem przy zatrudnieniu nieprzekraczającym 250 osób. Jednak nie we wszystkim człowieka mogą wyręczyć maszyny.

– W Pilkington Automotive Poland w samym Sandomierzu zatrudniamy do 1200 osób, praca trwa na trzy zmiany, w systemie czterobrygadowym. Przy czym stereotyp dotyczący hut szkła jest błędny. Tam, gdzie pracują ludzie, na przykład przy klejeniu czy nanoszeniu farby ceramicznej panują idealne warunki. Nie ma mowy o wysokich temperaturach, stałe 21 stopni, wilgotność 50 proc., pracownicy w białych fartuchach – mówi Ryszard Jania. Tak wygląda nowoczesność.

[www.pilkington.com/Europe/Poland/Polish](http://www.pilkington.com/Europe/Poland/Polish)

# Polskie wywrotki w Europie

Mimo braku rodzimej marki samochodów ciężarowych pojazdy z logo polskich producentów spotkać można praktycznie na całym świecie. Olbrzymia w tym zasługa firm specjalizujących się w zabudowie specjalistycznej, wśród których jedną z najbardziej znaczących jest KH-Kipper z podkieleckiego Kajetanowa.

Dla laika ciężarówka to po prostu ciężarówka: silnik, kierownica i trochę przestrzeni ładunkowej, czasem przykrytej plandeką czy blachą. Tysiące takich samochodów zjeżdża z taśm produkcyjnych wielkich koncernów na całym świecie. Seryjnie produkowane samochody do ciężkiej pracy mają zaletę, która dla wielu jest wadą: są uniwersalne, więc idealnie sprawdzają się w sytuacji, gdy pudło, paczkę czy kontener trzeba załadować, przewieźć do miejsca docelowego i rozładować. Jednak wielu użytkowników od swoich maszyn wymaga o wiele więcej: ciężarówki dla branży energetycznej muszą posiadać wysięgniki lub żurawie, do transportu samochodów konieczne są lawety, branża budowlana czy kopalnie potrzebują wywrotek. Takich samochodów nie produkuje się seryjnie, ich wykonaniem zajmują się wyspecjalizowane firmy, takie jak KH-Kipper.

## Piaskarka nie czeka na śnieg

Chyba każdy kilkulatek marzy o własnej wywrotce. Budowa wywrotek dla dużych chłopców przypomina nieco zabawę klockami, jednak jest o wiele bardziej skomplikowana. Z zakładów producentów podwozi do firmy KH-Kipper

dociera ciężarówka w wersji minimalnej: posiada odpowiedni silnik, koła czy kabinę, jednak za nią najczęściej widać ramę pojazdu. Na miejscu projektuje się i przymocowuje do ramy odpowiednio wyprofilowane elementy stalowe, siłowniki i elektronikę. – Firma powstała w 1997, z produkcją ruszyliśmy rok później. W tamtych czasach na polskim rynku brakowało firm oferujących zabudowę specjalistyczną na odpowiednim poziomie, zgodną z nowoczesnymi normami i wymaganiami klientów – mówi Andrzej Kamionka, wiceprezes i dyrektor handlowy firmy.

Założycielem i prezesem jest jego ojciec, Konstanty Kamionka. – Ojciec kończył technikum samochodowe w Radomiu, potem Politechnikę Świętokrzyską, pracował naukowo, zdobywał doświadczenie jako konstruktor w kieleckiej SHL. Wreszcie rozpoczął współpracę z firmą Schmidt, specjalizującą się m.in. w specjalistycznym sprzęcie do odśnieżania, piaskarkach czy pługach – wspomina Andrzej Kamionka. Szwajcarsko-niemiecka firma produ-

kowała sprzęt do zimowego utrzymania dróg, jednak osprzęt często montowała na stałe do podwozia, co w większości wypadków oznaczało, że maszyna przez pół roku mogła tylko stać i czekać na śnieg.

Kamionka senior uznał, że do konstrukcji takich maszyn można wykorzystać zabudowę modułową, pozwalającą latem zamienić piaskarkę na przykład w samochód z wywrotką, skrzynią stałą lub hakową, idealną do wywożenia gruzu lub śmieci. Z współnikami założył firmę KH-Kipper. – Litery pochodzą od nazwisk współników, Kamionka i Harewijn. A kipper to po prostu niemiecka

nazwa wywrotki. Przez to wielu sądzi, że jesteśmy firmą zagraniczną; może łatwiej ją wymówić, ale przecież to nie nazwa jest kluczem do sukcesu – mówi Andrzej Kamionka, który przy produkcji w rodzinnej firmie pracował jeszcze w latach nauki w technikum. Po studiach zaczął pracę już w dziale handlowym.

## Organiczny rozwój

Zaczął się od pojedynczych zleceń i prostych projektów. Za całe zaplecze służyło kilka szlifierek, wciąganie, paru sprawdzonych ludzi i sporo pomysłów. W pierwszym roku powstały ledwie dwa produkty, w kolejnym już 16. – Zaczynaliśmy z bardzo małym kapitałem, to była niemal garażowa robota, ale czasy nam sprzyjały. Do-

80%  
produktów  
firmy  
KH-Kipper  
trafia  
na eksport



Pod względem zatrudnienia jesteśmy już dużą firmą, ale staramy się nadal być równie elastyczni jak w czasach, gdy zaczynaliśmy.

ANDRZEJ KAMIONKA

bry pomysł i ciężka praca wystarczyły, by utrzymać taką dynamikę wzrostu. W styczniu będziemy obchodzić piętnastolecie firmy – mówi Kamionka. W latach 2003-2004 firma uruchomiła produkcję seryjną. W międzyczasie wzbogaciła się o własny dział konstrukcyjny, nawiązała też współ-

pracę ze wszystkimi liczącymi się producentami samochodów oraz zespołami wykorzystywanymi przy zabudowie pojazdów. – Staramy się wybierać polskich kontrahentów, ale często krajowe produkty nie spełniają europejskich wymagań jakościowych. W naszej branży stal wysoko-

wytrzymała musi spełniać najwyższe standardy – przyznaje Kamionka.

Dziś KH-Kipper daje pracę ponad 300 osobom, z czego około 250 to pracownicy produkcyjni zatrudnieni w dwóch zakładach: w Kajetanowie i Skarżysku. Kilkudziesięciu z nich zaczynało pracę w firmie od praktyk studenckich, zorganizowanych dzięki współpracy z Politechniką Świętokrzyską. Głównym produktem firmy są rozmaite rodzaje wywrotek na podwozia dwu-, trzy- albo czteroosiowe, często wyposażone w dodatkowe żurawie, skrzynie stałe lub hakowce. Firma produkuje również rozmaite przyczepy wyposażone w wywrotki lub przeznaczone do przewozu kontenerów, a także naczepy niskopodwoziowe i wywrotki specjalistyczne.

## Klient w kryzysie

Głównym klientem KH-Kipper jest szeroko rozumiana branża budowlana, która obecnie znajduje się w najcięższym od lat kryzysie. – Na szczęście sprzedajemy wiele produktów dla tak wielu branż, że kryzysu niemal nie odczuwamy. Gdy budowlanka zamawia mniej sprzętu, lukę wypełniamy sprzętem dla energetyki czy branży usług komunalnych. Poza tym ok. 80 proc. naszych produktów trafia na eksport – mówi Andrzej Kamionka.

Samochody z logo firmy z Kajetanowa można spotkać na drogach wszystkich krajów UE i w miejscach tak egzotycznych, jak Mongolia, Turkmenistan, kraje Zatoki Perskiej czy Afryki. – Pod względem zatrudnienia jesteśmy już dużą firmą, ale staramy się nadal być równie elastyczni jak w czasach, gdy zaczynaliśmy – mówi Kamionka. Dzięki takiemu podejściu praca w Kajetanowie wro praktycznie na okrągło, a moce produkcyjne firma wykorzystuje niemal w stu procentach.

[www.kh-kipper.pl](http://www.kh-kipper.pl)

# Poskładany może więcej

**Polskie Składy Budowlane to grupa setek małych i średnich sklepów z materiałami budowlanymi, instalatorskimi i wykończeniowymi, które sprzymierzyły się, by przetrwać w konkurencji z wielkimi sieciami handlowymi. Dziś PSB same mogą dyktować warunki: ich udział w krajowym rynku dystrybucji materiałów budowlanych sięga już 14 proc., a wśród hurtowników zajmuje już blisko jedną trzecią.**

**B**ogdan Panhirsz z branżą budowlaną związał się jeszcze na studiach na wydziale inżynierii budownictwa lądowego Politechniki Krakowskiej. Przez lata pracował na różnych stanowiskach dla Budimexu i Naftoprojektu, dwóch największych polskich firm budowlanych tamtych czasów. Gdy zaczynała się w Polsce epoka transformacji, został dyrektorem handlowym w firmie Nida Gips i niemal od zera stworzył tam dział marketingu i sprzedaży.

## Przemysłany plan na nowy biznes

Największy w kraju producent gipsu wprowadzał wtedy na rynek zupełnie nieznaną u nas produkt: płyty gipsowo-kartonowe. Wkrótce ten nowy materiał zawojował rynek, a grupa dystrybutorów i wykonawców, którzy uwierzyli w możliwości płyt g-k, szybko wyrosła na potężne, prężnie działające przedsiębiorstwa. Spora część firm handlowych z branży budowlanej była skłonna skoczyć za Bohdanem Panhirszem w ogień. Gdy więc odchodził z Nidy w 1998 roku, wraz z Mirosławem Lubarskim, dotychczasowym dyrekto-

rem ds. eksportu producenta płyt, postanowili wykorzystać ten kapitał zaufania. Tak powstała firma Panhirsz Sp. z o.o. Zaczęło się od kadry kilkudziesięciu osób, które za swoimi szefami przeszły z Nidy Gips do nowej firmy, zlokalizowanej w Weleczu koło Buska-Zdroju, ledwie 10 kilometrów od siedziby poprzedniego pracodawcy.

Pomysł Bogdana Panhirsza na biznes wydawał się prosty, choć w Polsce przed nim niewielu szło tą drogą. W naszym kraju podówczas działało około 10 tysięcy sklepów i hurtowni budowlanych, nowe powstawały jak grzyby po deszczu, a nic nie wskazywało, by boom budowlany miał się prędko skończyć. Jednak niewielki sklep z artykułami budowlanymi musi negocjować z producentami ceny tak samo jak wielka sieć handlowa z siedzibą na drugim końcu świata. Tylko że rodzinna firma zatrudniająca pięć osób i działająca na rynku obejmującym ledwie gminę czy powiat nigdy nie wynegocjuje takich samych warunków jak zagraniczny gigant. Chyba że sprzymierzy się z podobnymi sobie firmami z sąsiedztwa. W pierwszym roku udziałowcami nowej spółki

zostało 60 firm zajmujących się sprzedażą artykułów budowlanych w całej Polsce. Do 2000 z Polskimi Składami Budowlanymi, bo taką nazwę wkrótce przyjęło przedsiębiorstwo, współpracowało już blisko 190 firm.

Dziś akcjonariuszy jest już ponad 300. Małe firmy rodzinne, spółki akcyjne, nawet spółdzielnie z tradycjami sięgającymi początków XX wieku. Jedne zatrudniają ledwie kilka osób, inne – setki, wiele prowadzi sprzedaż w jednym niewielkim sklepie o powierzchni zbliżonej do niewielkiego mieszkania, inne to całe sieci handlowe, prężnie działające w tym czy innym regionie Polski. W sumie Grupa PSB zrzesza firmy dające zatrudnienie ponad 10 tysiącom osób. Około 70 proc. firm zajmuje się handlem, jedna czwarta to producenci i dostawcy towarów, które trafiają na półki sklepów sieci.

## Jaki kryzys?

Firma do niedawna schodziła z drogi zagranicznym sieciom handlowym, zajmującym ten sam sektor rynku. One budowały kolejne sklepy wielkopowierzchniowe w wielkich miastach, PSB skupiały się na reszcie kraju: miastach gminnych czy powiatowych. Firma dynamicznie powiększała swoją ofertę handlową. Początkowo były to głównie towary związane z technologią tzw. suchej zabudowy, w tym podstawowe produkty chemii budowlanej czy konieczne do wykonywania sufitów podwieszanych. Dziś w sklepach z logo PSB można dostać wszystko, co jest potrzebne przy remoncie czy budowie domu. Od narzędzi po bato-



rie i od kabin natryskowych po kleje do tapet. Samych tylko artykułów pomocnych przy wykańczaniu łazienek jest ponad 500. Najbardziej podstawowe produkty (gwoździe, siatkę stalową czy zaprawy murarskie) PSB oferuje pod własną marką, jednak większość produktów pochodzi od dostawców, z którymi grupa negocjuje dla swoich członków atrakcyjne ceny.

Poza współpracą w ramach grupy, obejmującej dziś ponad 420 składów budowlanych, PSB od niedawna otwierają także sklepy pod szyldem PSB-Mrówka, oferujące głównie asortyment z grupy „dom i ogród”. Mrówek jest już 131, co roku powstają nowe. Przybywa też wielkopowierzchniowych hurtowni budowlanych otwiera-

” **W 2011 roku przychody wszystkich składów będących akcjonariuszami Grupy PSB przekroczyły 5 miliardów złotych.**

**BOGDAN PANHIRSZ**

nych pod szyldem PSB-Profi, nakierowanych przede wszystkim na potrzeby małych i średnich firm budowlanych działających w naszym kraju.

Dzięki podejściu „MSP dla MSP” przychody wszystkich składów będących akcjonariuszami Grupy przekroczyły w ubiegłym roku 5 miliardów złotych (wzrost o 7 proc. w porównaniu z rokiem poprzednim). Sama centrala Grupy osiągnęła przychody

w wysokości ponad półtora miliarda złotych, i to mimo największego od lat kryzysu w branży budowlanej. To o jedną piątą więcej niż rok wcześniej. Gdy kilka lat temu jeden z portali biznesowych zapytał Bogdana Panhirsza, gdzie widzi siebie za pięć lat, bez wahania odpowiedział, że ma nadzieję, że na tym samym miejscu. Chyba nie w tym dziwnego.

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

# Na bezpieczeństwie się nie oszczędza

W ostatnich 20 latach w sprawach bezpieczeństwa i higieny pracy w Polsce zmieniło się niemal wszystko. Spora w tym zasługa przedsiębiorstw takich jak kielecki SUPON – firmy wyjątkowej pod wieloma względami.

## Wyjątek pierwszy: historia

Patrząc na polskie firmy, które odniosły sukces, można mieć wrażenie, że polska gospodarka w całości powstała w 1989 roku – lub krótko po nim. Przedsiębiorstw, które swoją działalność prowadziły już wcześniej i przetrwały trudny czas transformacji, jest naprawdę niewiele. A tych, które do dziś zajmują się tym, czym zajmowały się wiele dziesięcioleci temu, jeszcze mniej. Jednym z nich jest SUPON, działający w tej samej branży od 1958 roku.

Firma powstała jako ogólnopolska centrala zrzeszająca producentów i dystrybutorów wszystkiego, co dotyczyło bezpieczeństwa. Sprzęt dla straży pożarnych, kaski i ubiory ochronne, systemy zabezpieczeń antywłamaniowych, osprzęt przeciwpożarowy, odzież i obuwie dla robotników itd. Po 1981 roku firmę podzielono, a poszczególne zakłady w całym kraju zaczęły działać na własny rachunek. Większość sprywatyzowano – dziś utworzyły wspólną platformę zakupową GRUPA SUPON.

## Wyjątek drugi: prywatyzacja

Wśród nich wyróżnia się dawny kielecki oddział firmy. W przeciwieństwie do wielu innych nie odziedziczył po poprzednich czasach gotowych linii

produkcyjnych ani zakładu z setkami maszyn i pracowników. Zajmował się głównie handlem i dystrybucją wszelkiego rodzaju sprzętu ochronnego. W nowych warunkach, gdy nawet jednoosobowa firma miała dostęp do towaru zarezerwowanego dawniej dla państwowego giganta, los przedsiębiorstwa wydawał się przesądzony. Pracownicy jednak postanowili walczyć. Mieli atuty, bo kielecki SUPON od zawsze stawiał na jakość produktów i usług. – Szeffuję firmie od 1991 roku, zaczynałem jeszcze w przedsiębiorstwie państwowym, ale już wtedy wielu kontrahentów nie mogło uwierzyć, że nie jesteśmy firmą prywatną. Do dziś nie tolerujemy zamówień, w których jedynym kryterium jest niska cena. W ochronie PPOŻ można albo dobrze, albo tanio – mówi prezes zarządu Stanisław Rupniewski. Gdy w 2000 roku zakład miał zostać sprywatyzowany, pracownicy zdecydowali się go wykupić od Skarbu Państwa. Wzięli własną spółkę w leasing na 10 lat, spłacili ją po sześciu. To był jedyny rok, w którym firma wypłaciła udziałowcom dywidendę. Od tego czasu wszystkie zarobione pieniądze inwestuje w dalszy rozwój.

– Jesteśmy następcą prawnym dawnego przedsiębiorstwa SUPON, więc istniejemy od 55 lat, ale huczniej świętowaliśmy dziesięciolecie prywa-

tyzacji bezpośredniej, bo to była najtrudniejsza ścieżka, a nam się udało. Do dziś udziały w firmie ma zarząd i kadra kierownicza, dzięki temu wszyscy są zainteresowani jej rozwojem. Nie pracujemy dla właściciela, lecz dla siebie – mówi Stanisław Rupniewski.

Od 12 lat spółka rozwija się wyjątkowo dynamicznie, stała się strategicznym dostawcą usług i towarów w branży BHP, PPOŻ i ochrony mienia w Polsce. Dwa lata temu kielecki SUPON przejął dawny oddział w Katowicach, specjalizujący się w bezpieczeństwie branży górniczej. Dziś traktuje go jako odskocznię do dalszego poszerzania swoich możliwości.

## Wyjątek trzeci: dwie stare nogi, dwie nowe

W nowe tysiąclecie SUPON wkroczył z nadziejami, ale też przywiązany do jednej tylko formy działalności. Jednak w sytuacji, gdy nawet w supermarketach można kupić gaśnice czy odzież ochronną, z samej tylko sprzedaży sprzętu trudno by było wyżyć. Dlatego zarząd spółki postanowił rozszerzyć zakres działalności. Dziś firma stoi pewnie na trzech nogach.

Pierwszą jest tradycyjna działalność: sprzedaż wszelkiego rodzaju osprzętu BHP, a także sprzętu ochrony przeciwpożarowej, gaśniczego, armatury, węży itd. Druga noga już wyróżnia firmę na tle konkurencji: to usługi przeciwpożarowe, od serwisu gaśnic po montaż i serwis systemów gaśniczych. Trzecią nogę stanowią instalacje antywłamaniowe, telewizja



Prezes zarządu SUPON Stanisław Rupniewski (z lewej) i wiceprezes Zygmunt Tarnowski

„ W grupie SUPON przeważają pracownicy o wysokich kwalifikacjach, świadomi, że to, co mają w głowach, jest najcenniejszym towarem. O sukcesie decyduje praca zespołowa, skuteczna komunikacja wewnętrzna oraz ciągłe doskonalenie wiedzy.

STANISŁAW RUPNIEWSKI

przemysłowa oraz monitoring – wylicza Rupniewski. Wspomina jeszcze o czwartej nodze – szkoleniach z bezpieczeństwa i higieny pracy oraz ochrony PPOŻ.

Żartuje, że SUPON jest trochę jak samochód. – Tak jak auto ma cztery koła, tak firma działa na czterech za-

sadach. Pierwsza: najważniejsi są pracownicy – wykwalifikowani i doświadczeni. W tej branży konieczne są specjalistyczne uprawnienia, a zdobyć i utrzymać pracownika o odpowiednich kwalifikacjach nie jest łatwo. Firma zatrudnia już ponad 80 osób, przy większych pracach daje również pracę podwykonawcom. Druga zasada to

dobry produkt i usługa, trzecia zaś – uczciwość i rzetelność w biznesie. – Byle jaki produkt wcisną klientowi raz, więcej nie wróci. A w wielu przypadkach podpisujemy wieloletnie umowy serwisowe, więc kiepska jakość uderzyłaby w nas samych – mówi Stanisław Rupniewski.

Czwarta zasada to dzielenie się zyskiem z potrzebującymi. Dlatego SUPON wspiera fundacje, domy dziecka i rodziny w trudnej sytuacji życiowej.

Dzięki takiej filozofii prowadzenia biznesu SUPON z pewnością daleko zajdzie.

[www.supon.kielce.pl](http://www.supon.kielce.pl)  
[www.supon.com.pl](http://www.supon.com.pl)

# Specjaliści od trudnych inwestycji

**W obecnych czasach, gdy wiele firm budowlanych stoi na skraju bankructwa z powodu kryzysu, kielecki Dorbud idzie pod prąd. Działalność spółki koncentruje się na rynkach budownictwa ogólnego użyteczności publicznej, budownictwa mieszkaniowego oraz realizacji obiektów o charakterze przemysłowym na terenie kraju.**

**K**ierowany przez Tomasza Tworek Dorbud specjalizuje się w dużych zleceniach od samorządów, instytucji naukowych czy administracji publicznej. To skomplikowane inwestycje, planowane na wiele lat naprzód, więc także odporne na kryzys – co tłumaczy strategię firmy.

## Sukcesy w trzech wymiarach

W ciągu 20 lat swojego funkcjonowania Dorbud stał się dużą, rozpoznawalną firmą i prężnie działającym przedsiębiorstwem. W latach boomu budowlanego, gdy spora część branży starała się wybudować jak najwięcej, kielecka firma stawiała na jakość.

W przypadku budynków użytku publicznego wymagania są o wiele większe niż w budownictwie mieszkaniowym. Skala wyzwań dla wykonawcy jest o wiele poważniejsza, ale zupełnie inne są też stawki i satysfakcja. Strategia skupienia się na większych, wyjątkowych projektach okazała się skuteczna, a każda kolejna inwestycja budowała pozycję rynkową firmy i miano rzetelnego oraz solidnego partnera.

Aby się o tym przekonać, wystarczy spojrzeć na listę inwestycji. Spółka

zrealizowała wiele ciekawych projektów, m.in. Zakład Medycyny Nuklearnej z Ośrodkiem PET dla Świętokrzyskiego Centrum Onkologii; Inkubator Technologiczny i Centrum Technologiczne dla Kieleckiego Parku Technologicznego czy ENERGIS, energooszczędny, „inteligentny” budynek dydaktyczno – laboratoryjny Politechniki Świętokrzyskiej.

W ostatnich latach firma rozszerzyła swą działalność o budownictwo inżynieryjne; pierwsze istotne zlecenie to budowana metodą mikrotunelingu magistrali wodociągowej we Wrocławiu. Kolejne to projekt, przebudowa i rozbudowa oczyszczalni ścieków w Nowym Tomysłu. Poza standardowymi zleceniami, rozbudowami i modernizacjami budynków użyteczności publicznej, firma zajmuje się również renowacją obiektów budowlanych wpisanych do Krajowego Rejestru Zabytków.

Dorbud może pochwalić się również licznymi nagrodami, którymi został wyróżniony za świadczenie wy-

sokiej jakości usług. Firma tworzy miejsca pracy w dość ciężko doświadczonym bezrobociem województwie świętokrzyskim (wyróżnienia dla Lidera Regionu i Superlidera Regionu), działa prężnie nie tylko na lokalnym rynku, ale praktycznie w całej Polsce (nagroda Skrzydła), a z czasem wyrosła na jedno z największych przedsiębiorstw w województwie (dwukrotnie wyróżnienie w plebiscycie Złota Setka dla największych firm województwa świętokrzyskiego). Ostatnio polska edycja miesięcznika biznesowego „Forbes” wyróżniła firmę Diamentami Forbesa za „kontynuowany wzrost wartości firmy”.

## Ambitne zadania

Konsekwentnie budowana marka specjalistów od trudnych inwestycji procentuje. Obecnie trwają prace przy dużych realizacjach, takich jak Akademia Sztuk Plastycznych w Warszawie, Starostwo Powiatowe w Kielcach, Centrum Edukacji i Sportu w Mysiadle (podwarszawska gmina Lesznówola), a także przy projekcie nowej siedziby ambasady Indii w Warszawie, nowoczesnego i niezwykłego budynku, przeznaczonego do wyjątkowych zadań.

Dorbud to nie tylko usługi budowlane, to także działalność deweloperska. Firma ma na swoim koncie kilka udanych realizacji. Bardzo śmiało są

20 lat  
istnieje

na rynku  
kielecka  
firma  
Dorbud



działania firmy również w zakresie budownictwa mieszkaniowego, gdzie powstająca na malowniczym wzgórzu inwestycja „Nowy Bocianek” wyróżnia się na tle innych.

## Mecenas

Nie mniej znanym obliczem firmy jest jej udział w działaniach artystycznych. Tomasz Tworek wraz z żoną są założycielami Fundacji Nowa Przestrzeń Sztuki, która sprawuje opiekę nad licznymi wydarzeniami kulturalnymi w całym województwie i poza jego granicami. To za ich sprawą co roku jesteśmy świadkami oryginalnych wydarzeń Przestrzeni Publicznej na Placu Artystów w Kielcach, w ramach których swoje prace prezentują znani artyści. W 2010 roku za działania wspierające sztukę Dorbud uzyskał tytuł Mecenasa Roku i brązową statuetkę Atamana przyznaną przez Centrum Rzeźby Polskiej w Orońsku.

Dorbud od czterech lat wydaje limitowaną serię kalendarzy artystycznych, których autorami są polscy twórcy. Tegoroczna edycja autorstwa „Łodzi Kaliskiej” to intrygująca historia „artystki” znanej pod pseudonimem Jan Kochanowski.

W tej firmie sztuka i biznes wzajemnie się przenikają. Każda własna inwestycja firmy to połączenie nowatorskiego pomysłu z ciekawą koncepcją architektoniczną i klasą wykonania. Obok takich realizacji nie przechodzi się obojętnie, a efekty inspirują do kolejnych wyzwań.

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

” W latach boomu budowlanego Dorbud stawiał nie na ilość, jak wiele innych firm, lecz na jakość, wybierając ambitne inwestycje o wysokim pułapie wymagań. To procentuje dziś – każda taka realizacja jest reklamą możliwości przedsiębiorstwa.

**TOMASZ TWOREK**

# Poprawa wizerunku przedsiębiorców – projekt PKPP Lewiatan

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

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

## Konsultacje z przedsiębiorcami

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

## Konkurs „Biznes. Dobry wybór”

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

## Raporty „Przedsiębiorcy w województwie”

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

## Kampania reklamowa

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

## „Efektywna współpraca administracja-biznes”

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

## Warsztaty dla administracji samorządowej

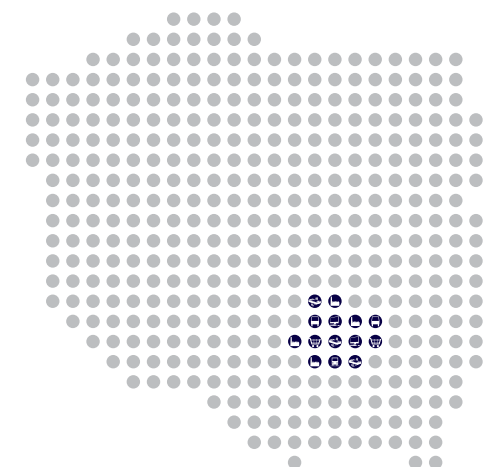
Rekomendacje staną się także podstawą warsztatów dla samorządowców w każdym województwie. Program spotkań obejmie m.in. prezentację dobrych praktyk, sesję porad eksperckich

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

## Konferencje finałowe

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

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



Z n a m i z a w s z e n a b i e ż ą c o !

**RK** **RADIO**  
**KIELCE**  
101,4 MHz

*Słuchasz: Wiesz*

[www.radio.kielce.pl](http://www.radio.kielce.pl)

[www.projektpraca.eu](http://www.projektpraca.eu)



ŚWIĘTOKRZYSKI  
PORTAL SPORTOWY

Portal „Echa Dnia” jedyny w regionie całości poświęcony sportowi. 10 serwisów specjalnych a w nich wszystkie dyscypliny sportu. Zapowiedzi, relacje, kulisy, galerie zdjęć, video. Wszystko, co chcesz wiedzieć o sporcie na

[www.echodnia.eu/sport](http://www.echodnia.eu/sport)



KULTURA

Kulturalny serwis „Echa Dnia”. Zapowiedzi wszystkich imprez w regionie, relacje na bieżąco, filmy, galerie zdjęć, recenzje, życie gwiazd, Świętokrzyska Lista Przebojów.

[www.echodnia.eu/kultura](http://www.echodnia.eu/kultura)



Jedzenie & zabawa

Jedyny taki w naszym regionie serwis, a w nim szczegółowe informacje o wszystkich restauracjach i zajazdach, barach i jadalniach, pubach i dyskotekach, pizzeriach, domach weselnych, kawiarniach i cukierniach, hotelach, fast foodach.

[www.echodnia.eu/jedzenieizabawa](http://www.echodnia.eu/jedzenieizabawa)



Portal „Echa Dnia” jedyny, największy w regionie katalog usług medycznych oraz kosmetycznych. Tu znajdziesz adresy, telefony i inne przydatne informacje. Jak żyć zdrowo, zachować urodę poradzą specjaliści. Nowinki z wielu dziedzin medycyny oraz kosmetyki i fryzjerstwa.

[www.echodnia.eu/zdrowieuroda](http://www.echodnia.eu/zdrowieuroda)

Chcesz sprzedać lub kupić samochód?



Skorzystaj z najnowszego serwisu internetowego „Echa Dnia”, w którym znajdziesz oferty kupna i sprzedaży samochodów, części i akcesoriów samochodowych. Ogłoszenia z Twojego regionu i z całej Polski.

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

Prowadzisz własną firmę?



Znajdź swoich klientów i partnerów, i pozwól im się znaleźć. Wiesz, gdzie szukać klientów? Jak do nich dotrzeć? Poinformować o ofercie i promocjach. Specjalnie dla Ciebie i Twojej firmy nowy serwis internetowy „Echa Dnia”.

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





Deregulacja

Innowacyjność



Reformy



Polska Konfederacja  
Pracodawców Prywatnych  
Lewiatan

GŁOS  
BIZNESU



Rozwój

Efektywność



www.pkpplewiatan.pl



Odpowiedzialność



Konsultacje społeczne



1. W 2011 roku Izba Skarbowa w Kielcach zebrała 446 mln zł podatku od zysku CIT  
2. Dwie trzecie podatków w Polsce płacą przedsiębiorcy  
3. Jesteśmy najważniejszym źródłem dochodów dla samorządów

1. 4,2 mld złotych wynagrodzeń wypłaciły firmy z naszego regionu swoim pracownikom\*  
2. Najlepiej płacimy energetykom – brutto ponad 5 tys. zł miesięcznie  
3. 90 procent pracowników szanuje swojego pracodawcę

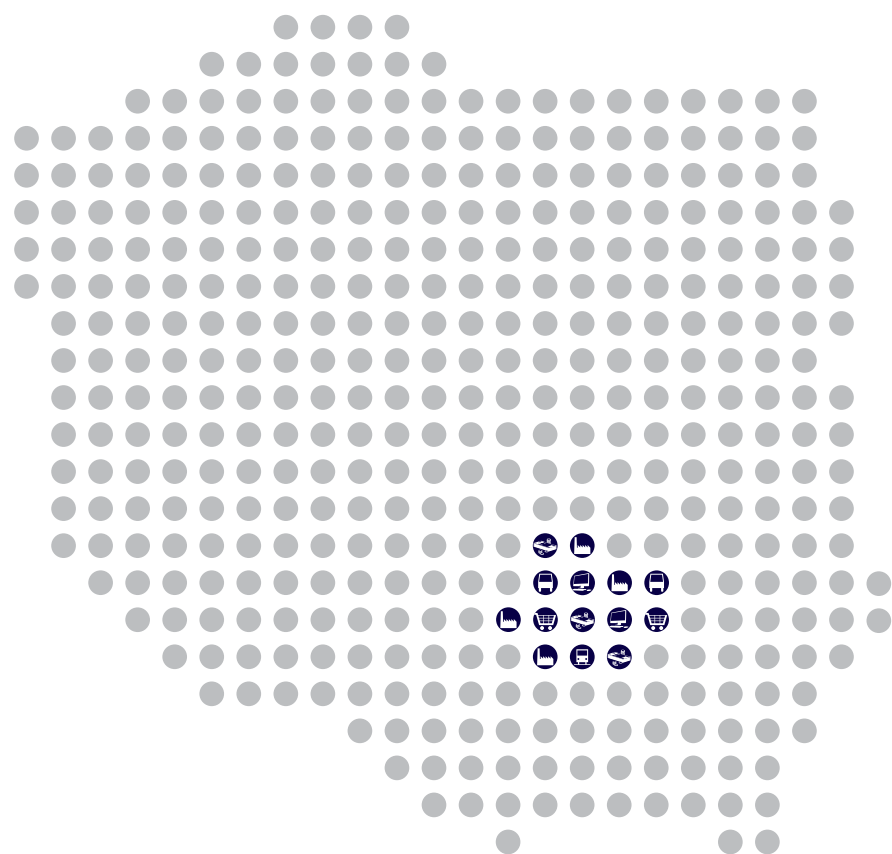
1. Mamy 11 firm wśród 500 największych w Polsce  
2. Wartość Elektrowni Połaniec – lidera wartości w regionie – wynosi 1,8 mld zł  
3. 69 proc. mieszkańców woj. świętokrzyskiego darzy szacunkiem właścicieli dużych firm

1. 26 proc. firm konsultuje z pracownikami kierunki swojego rozwoju  
2. Trzy czwarte przedsiębiorców zawsze wypłaca wynagrodzenia na czas  
3. 75 proc. firm ma znany pracownikom kodeks etyczny

1. W innowacje inwestujemy w regionie ok. 0,4 mld złotych rocznie  
2. W przemyśle 16,5 procent świętokrzyskich firm GUS uznaje za innowacyjne  
3. W sferze badań i rozwoju w przedsiębiorstwach regionu pracują tylko 364 osoby

1. Co szósta firma jest eksporterem\*  
2. Średnio co siódma złotówka sprzedaży pochodzi z eksportu  
3. Kierunki eksportu: Unia Europejska, ale również Ukraina i Ameryka Południowa

1. 1,3 mln złotych wynoszą średnio aktywa efektywnego gospodarstwa rolnego w regionie  
2. Pracują w nim średnio prawie 3 osoby  
3. Ich produkcja wyniosła przeciętnie 357 tysięcy złotych



# Spis treści

Wstęp . . . . . 5

## **RAPORT „PRZEDSIĘBIORCY W ŚWIĘTOKRZYSKIEM”**

Przedsiębiorcy w Świętokrzyskiem . . . . . 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 świętokrzyskiego . . . . . 43

O projekcie „Poprawa wizerunku przedsiębiorców”. . . . . 60



UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



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

Publikacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

EGZEMPLARZ BEZPŁATNY