

PODLASKI MANAGER

NUMER 168 / CZERWIEC 2015

IPH

MIESIĘCZNIK INFORMACYJNY
IZBY PRZEMYSŁOWO-HANDLOWEJ
W BIAŁYMSTOKU

WITOLD KARCZEWSKI

WYWIAD Z PREZESEM
IZBY PRZEMYSŁOWO-HANDLOWEJ
STR. 4

VADEMECUM
RYNKOW
ZAGRANICZNYCH
START NA
SZEROKI ŚWIAT
STR. 10-11

MOST WSPÓŁPRACY
BIAŁYSTOK-
GRODNO
STR. 13





PODLASKIE CENTRUM TECHNIKI
BIUROWEJ I MEDIALNEJ „BIFAX” Sp. z o.o.

2015

MAJ / CZERWIEC

TOSHIBA
Leading Innovation >>>

ŚWIATA NIE
ZMIENISZ

ZMIENIĆ
KOPIARKE
NA TOSHIBA

e-STUDIO2050c



e-STUDIO287cs



e-STUDIO2551c



Autoryzowana dystrybucja
i profesjonalny serwis



PODLASKIE CENTRUM TECHNIKI
BIUROWEJ I MEDIALNEJ „BIFAX” Sp. z o.o.
15-776 Białystok, ul. Konstytucji 3 Maja 32
tel. 85 66-20-199, 85 65-31-039, fax wew. 30,
e-mail: bifax@bifax.pl

Zaczynamy nowe

Proces zmian, doskonalenia, wprowadzania innowacji jest wyznacznikiem postępu. Musimy się mu poddawać chcąc lepiej wypełniać swoje zadania. Zgodnie z powyższą zasadą Izba Przemysłowo-Handlowa w Białymstoku podjęła decyzję o zmianie wydawnictwa izbowego jakim były Podlaskie Wiadomości Gospodarcze. Przekazujemy Państwu jego udoskonaloną formę, pod zmienionym tytułem - Podlaski Manager. Jest to bardzo sugestywny tytuł - zawiera w swojej wymowie to wszystko, komu i czemu chcemy poświęcić łamy pisma. Naszym celem jest stworzenie miesięcznika, który będzie blisko ludzi biznesu. Podlaskie, mimo nienajlepszej koniunktury wyrażonej w danych statystycznych, ma znakomitych liderów, przywódców, którzy tworzą w naszym regionie doskonale zorganizowane, nowoczesne, dochodowe przedsiębiorstwa. Zajmując swoją osobą pierwszą stronę okładki niniejszego magazynu nie chcę tworzyć wrażenia, że oto należą mi się szczególne względy w tworzeniu podwalin podlaskiego biznesu. Proszę jedynie potraktować to jako zachętę i otwartość na współpracę w tym zakresie z redakcją. Każdego miesiąca będziemy promować podlaskich menedżerów. Pokazywanie ludzi sukcesu, to jak tworzyli swoje biznesy, jak je rozwijali - jest niezwykle ważne - pozwala na budowanie naszej lokalnej dumy. Stanowi dobry wzorzec, zwłaszcza dla młodzieży, która często stoi przed trudnym wyborem decyzji życiowych, nie dostrzegając autentycznych autorytetów, na których mogliby oprzeć swoje plany na przyszłość. W miesięczniku nie zabraknie również treści praktycznych, ważnych z punktu widzenia lokalnej gospodarki. Wywiady, komentarze, analizy, opinie, know-how, słowem wszystko to co przedsiębiorcy lubią najbardziej. Życząc miłej lektury proszę również o Państwa uwagi i spostrzeżenia. Wydawanie regionalnego miesięcznika gospodarczego jest pionierskim wydarzeniem nie mającym swojego odpowiednika. Zapewne będzie wymagało dalszego procesu zmian i doskonalenia. Wierzę, że przy Państwa zaangażowaniu będziemy w stanie to wyzwanie przekuć na sukces, podlaski sukces, nasz wspólny sukces.



Witold Karczewski
Prezes Izby Przemysłowo-Handlowej
w Białymstoku

W tym numerze

PODLASKI MANAGER

Wywiad z prezesem Izby Przemysłowo-Handlowej
Witoldem Karczewskim..... 4-5

TEMAT NUMERU

Podlaski sposób na zgodę w biznesie 6-7

LOBBING GOSPODARCZY

To nie Oni Nas, To My Ich 8-9

WSPARCIE DLA BIZNESU

VADEMECUM Rynków Zagranicznych 10-11

WYRÓŻNIENI W BIZNESIE

Doceniona Podlaska Przedsiębiorczość..... 12

RYNKI ZAGRANICZNE

Most współpracy Białystok-Grodno..... 13

Niech eksport pnie się do góry 14

Sąsiedzkie braterstwo POLSKA-BIAŁORUŚ-UKRAINA 15

Współpraca Transgraniczna podlaskich przedsiębiorstw ... 16-17

WIEDZA W BIZNESIE

5S Hasło - czy pomocne narzędzie w zarządzaniu 18

FELIETON GOSPODARCZY

Przedsiębiorcy skazani na „Badania i rozwój” 19-21

LICZBY W BIZNESIE / CO-GDZIE-KIEDY

..... 22

WYDAWCA:

Izba Przemysłowo - Handlowa
w Białymstoku
ul. Antoniukowska 7,
15-740 Białystok,
tel. 085 652 56 45,
biuro@iph.bialystok.pl

Nakład: 2000 sztuk
ISSN: 1730-338
Miesięcznik bezpłatny

Redaktor Naczelny
Mirosław Leśniewski

Izba Przemysłowo-Handlowa
w Białymstoku
jest członkiem
Krajowej Izby Gospodarczej



KRAJOWA IZBA GOSPODARCZA

Redakcja nie odpowiada za treść reklam, zastrzega sobie prawo do wprowadzania skrótów i zmian w nadesłanych materiałach. Nie zamówionych materiałów redakcja nie zwraca.



Witold Karczewski

HONOROWY AMBASADOR
WOJEWÓDZTWA PODLASKIEGO

Honorowy Ambasador Województwa Podlaskiego Roku 2014, ten prestiżowy tytuł wręczono panu podczas tegorocznej wielkiej gali konkursu Podlaska Marka Roku. Czy to było duże zaskoczenie, czy może spodziewał się pan i oczekiwał na to wyróżnienie?

– Podlaska Marka Roku, to konkurs który promuje produkty, walory, inicjatywy oraz osoby zasłużone dla naszego województwa. Znam dobrze zasady jego funkcjonowania. Izba Przemysłowo-Handlowa w Białymstoku, której mam okazję przewodniczyć, uczestniczy w procesie zgłaszania i oceny nominowanych. Jestem pełen podziwu dla organizatorów, że udało się im zachować to wyróżnienie w tajemnicy. Nie ukrywam, moment wręczenia statuetki był dla mnie wielkim zaskoczeniem i niespodzianką. Oczywiście miłą niespodzianką. Może to zabrzmie próżnie, ale docenienie, nagroda, wyróżnienie, mimo że nie wiąże się z gratyfikacją finansową, zawsze cieszy i mobilizuje do dalszej pracy.

Za co przyznano Panu tytuł Honorowego Ambasadora Województwa Podlaskiego?

– O to należałoby pytać Marszałka Województwa Podlaskiego.

Regulamin jemu powierza decyzję w tej sprawie. Niezależnie od intencji, osobiście traktuje to wyróżnienie nie tyle jako wraz uznania za rzeczy przeszłe, a raczej jako zobowiązanie do działań, które będą służyć i przynosić wartość dodaną dla regionu. Podlasie jest znane z walorów kulturowych, przyrodniczych, kulinarnych. Moją intencją też jest, by nasz region był kojarzony z dobrym klimatem do prowadzenia biznesu, z sukcesami biznesowymi, z dynamicznym rozwojem gospodarczym. Właśnie tak postrzegam Podlasie i tak je przedstawiam innym. Nie mam w tej kwestii żadnych kompleksów, dobrze gdyby wyzbyli się ich również inni.

W regulaminie konkursu czytamy, że Ambasadorem może zostać przedstawiciel różnych sfer życia społecznego: polityki, sportu, kultury i sztuki, edukacji, nauki, działalności społecznej i charytatywnej, osoba powszechnie znana, a jednocześnie należąca do grona osób zaufania społecznego. Nie ma tam mowy o przedsiębiorcach, czy Pańskie wyróżnienie jest precedensem?

– Myślę, że nie. Nie powinniśmy przedsiębiorców traktować jako odrębnej, wydzielonej kategorii społecznej, która się nie mieści w systemie ogólnych wartości. Przeciwnie, przedsiębiorcy to też ludzie, jedni odnoszący większe sukcesy, inni mniejsze, jedni bardziej zaangażowani, inni mniej. Reprezentując środowisko przedsiębiorców, często odnoszę wrażenie, że nasz wizerunek jest nadszarpnięty. To błąd, w naszym wspólnym interesie leży budowanie postaw przedsiębiorczych, zwłaszcza wśród ludzi młodych. Bycie przedsiębiorcą to nie grzech, przeciwnie, to odpowiedzialność, wyzwanie, a czasami również okazja do pomagania innym czy wspierania różnych inicjatyw. Rozejrzyjmy się wokół siebie, spójrzmy na ludzi biznesu z innej perspektywy, zastanówmy się co im zawdzięczamy, czy oprócz tego że prowadzą swoje firmy, wykazują się również wrażliwością społeczną, chęcią do budowania dobra dla ogółu? Jestem przekonany, że na Podlasiu jest bardzo wielu ambasadorów z biznesowym rodowodem.

Czy biznes powinien być w interakcji z politykami, władzami lokalnymi, administracją? Jeśli tak, to jak taka współpraca powinna wyglądać?

– W polskiej młodej demokracji mamy w tym zakresie różne doświadczenia. Były okresy przesadnej zależności jak również przesadnej izolacji. Wbrew pozorom nie był to czas zmarnowany. Różne środowiska po prostu poznawali się nawzajem. Na przestrzeni ostatnich lat zauważam pewną zmianę. Obecnie obie strony dojrzewają do sytuacji, w której widzą wyraźnie swoje role, i co najważniejsze – dostrzegają wzajemną zależność.

Politycy, potrzebują sukcesów gospodarczych, które przekładają się na warunki społeczne, a biznes potrzebuje mądrych polityków, którzy tworzą warunki do rozwoju przedsiębiorczości. Jeśli takie rozumowanie będzie nam przyświecać, to szybko zrozumiemy że mamy wspólny interes, że jedziemy na jednym wózku.

Czy może Pan podać praktyczne przykłady współpracy biznesu i władz naszego regionu?

– Zdecydowanie tak. Przykładem budowania pozytywnych relacji i zrozumienia potrzeby współpracy biznesu i polityki, są powoływane przy różnych strukturach władzy regionalnej czy lokalnej różnego typu ciała doradcze z udziałem przedsiębiorców. Sam osobiście zasiadam w takich gremiach powołanych przez Marszałka Województwa czy Prezydenta Miasta Białegostoku. Innym przykładem może być współpraca związana z obsługą zewnętrznych delegacji, potencjalnych inwestorów czy też kooperantów podlaskich przedsiębiorców. Takie wydarzenia wielokrotnie miały miejsce i bardzo pozytywnie wpływają na promocję naszego regionu, która przy niewielkim zaangażowaniu finansowym może przynieść wymierne efekty. Korzystając z okazji w nawiązaniu do tematu muszę wspomnieć o planowanym wspólnie z Urzędem Marszałkowskim dużym przedsięwzięciu, jakim jest wizyta delegacji radców handlowych ambasad akredytowanych w Polsce. W dniach 18-20 czerwca br. będziemy gościć radców handlowych z ponad 30 krajów. To przedsięwzięcie to ogromne wyzwanie, logistyczne i ekonomiczne. Jednocześnie niezwykle ważne, gdyż w ten sposób możemy pokazać jego atuty, gospodarcze sukcesy, innowacyjne firmy. Musimy zmieniać zafałszowany wizerunek Podlasia, to jest bardzo ważna misja, do wypełnienia której potrzebna jest nam obopólna wola, ale również wspólny, mądry plan współpracy.

Zmiana wizerunku naszego województwa jest napewno ważna, zwłaszcza w kontekście potencjalnego inwestora? Nie można mówić o rozwoju bez inwestycji. Spotyka pan wielu przedsiębiorców, decydentów zarówno w kraju jaki i zagranicą. Jakimi argumentami posłuży się Pan, zwłaszcza teraz jako Honorowy Ambasador Województwa Podlaskiego, by skłonić biznes do inwestowania na Podlasiu?

– Rzeczywiście, woj. podlaskie nie może pochwalić się dużymi, strategicznymi inwestycjami. Wbrew pozorom, ta niekorzystna sytuacja staje się naszym atutem. Tworzy to bowiem uprzywilejowane warunki dla potencjalnych inwestorów. Jesteśmy „głodni” inwestycji do tego stopnia, że wykazujemy ponadprzeciętną przychylność zarówno ze strony władz samorządowych,

środowisk naukowych jak i środowiska przedsiębiorców. Wszystkim nam zależy na inwestorach strategicznych. Ich pojawienie się tworzy wartość dodaną w wielu aspektach. Korzyści ma społeczeństwo, tworzone są nowe miejsca pracy, korzysta lokalny biznes otrzymujący dodatkowe zlecenia w ramach łańcucha powiązań. Ta świadomość tworzy coś, co możemy określić mianem przychylnego klimatu dla inwestycji na Podlasiu. Mamy również świadomość własnych słabości, jak np. nienajlepsza infrastruktura techniczna czy komunikacyjna. Jednak właśnie w wyniku wspomnianej wcześniej współpracy biznesu z decydentami ta rzeczywistość szybko się zmienia. Przełomem jest fakt uzgodnień, których efektem będą inwestycje pozwalające na obsługę ruchu lotniczego w Białymstoku i Suwałkach.

Ze swojej strony zapewniam, że wszyscy potencjalni inwestorzy, którzy przyjadą lub przylecą do naszego województwa, zostaną obsłużeni i przyjęci z życzliwością godną podlaskiej tradycji.



**MIECZYŚLAW
BASZKO**

Marszałek
Województwa
Podlaskiego



Jakie czynniki sprawiły, że zdecydował się pan na przyznanie tytułu Honorowego Ambasadora Województwa Podlaskiego dla Witolda Karczewskiego?

– Tytuł Honorowego Ambasadora Województwa Podlaskiego jest przyznawany od dekady osobom, które w sposób szczególny swoją działalnością, charyzmą, talentem przyczyniają się do promocji woj. podlaskiego w kraju i za granicą. Charyzmy i temperamentu w promowaniu naszego województwa odmówić Panu Prezesowi nie można! A tak poważnie, to prezes Witold Karczewski wielokrotnie udowodnił, że promocja gospodarcza regionu jest jego oczkiem w głowie. Od lat prowadzona współpraca z partnerami zza wschodniej granicy, inicjowanie rozmaitych spotkań, konferencji, seminariów pozwala podlaskim przedsiębiorcom nie tylko się poznać, ale nawiązać realną współpracę z firmami ze Wschodu. Nie bez znaczenia przy przyznawaniu owego tytułu miała też aktywność społeczna, zaangażowanie w sprawy regionu, aktywny udział w gremiach doradczych – jak choćby w Podlaskiej Radzie Przedsiębiorczości działającej przy Marszałku Województwa Podlaskiego i konsultującej najważniejsze dla województwa dokumenty, m.in. Strategię Rozwoju Województwa Podlaskiego 2020. Ważnym aspektem jest również działalność charytatywna prezesa Karczewskiego: jego wrażliwość na potrzeby innych, zwłaszcza tych słabszych i potrzebujących pomocy oraz wspieranie środowisk polonijnych na Kresach.

PODLASKI SPOSÓB NA ZGODĘ W BIZNESIE

Jeszcze nie tak dawno temu, bo na początku 2014 roku podlascy przedsiębiorcy mieli ograniczone możliwości korzystania z alternatywnych w stosunku do sądów, metod rozwiązywania sporów, takich jak mediacja czy arbitraż. Na Podlasiu co prawda istniały i nadal istnieją oddziały głównych stowarzyszeń mediacyjnych w Polsce oraz regionalne ośrodki mediacyjne, ale ich oferta skierowana jest do szerokiego grona odbiorców. Żaden ośrodek mediacyjny na terenie województwa podlaskiego nie kierował swoich usług wyłącznie do przedsiębiorców. Ci ostatni zaś, jako profesjonaliści mający decydujący wpływ na życie gospodarcze regionu, potrzebowali usług dedykowanych swojemu środowisku, sprofilowanych na problematykę gospodarczą i dostosowanych do swoich potrzeb.

EFEKTYWNE BUDOWANIE ZGODY W BIZNESIE OGÓLNODOSTĘPNE NA PODLASIU

Dzięki działaniom podjętym przez Izbę Przemysłowo-Handlową w Białymstoku, sytuacja na podlaskim rynku alternatywnych metod rozwiązywania sporów gospodarczych uległa zasadniczej zmianie. Zmiana ta jest korzystna dla przedsiębiorców. Przede wszystkim, w drugiej połowie 2014 roku powstało Podlaskie Centrum Arbitrażu i Mediacji – pierwsze regionalne Centrum, które świadczy usługi w zakresie rozwiązywania sporów gospodarczych, tj. przede wszystkim konfliktów powstałych pomiędzy przedsiębiorcami. Warto przypomnieć, że powstanie Centrum było możliwe dzięki inicjatywie Ministerstwa Gospodarki, które przy wsparciu środków europejskich w ramach programu operacyjnego Kapitał Ludzki, rozpoczęło ogólnopolski projekt rozwoju i promocji mediacji i arbitrażu pt.: "Centra Arbitrażu i Mediacji - projekt pilotażowy". W ramach projektu zostały powołane do działania, funkcjonujące według jednolitych zasad, Centra Arbitrażu i Mediacji w 6 wybranych miastach kraju. Działają one przy organizacjach naukowych, społecznych i gospodarczych. Zadaniem utworzonych ośrodków jest upowszechnianie arbitrażowego rozstrzygnięcia sporów oraz mediacji gospodarczych. Wskazany Projekt jest z założenia pilotażowy i ma na celu wypracowanie systemowych rozwiązań, które następnie zostaną upowszechnione w całym kraju.

MEDIATORZY PODLASKIEGO CENTRUM ARBITRAŻU I MEDIACJI

Podlaskie Centrum Arbitrażu i Mediacji, podobnie jak pozostałe Centra, upowszechnia ideę alternatywnych metod rozwiązywania sporów poprzez organizację spotkań i szkoleń z tego zakresu, skierowanych do przedsiębiorców, sędziów, przedstawicieli praktyki prawniczej oraz podmiotów publicznych. Oferuje także prowadzenie profesjonalnych postępowań mediacyjnych w zakresie sporów gospodarczych, dzięki współpracy z 50-cioma specjalistami w tej dziedzinie, którzy w ramach Centrum pełnią funkcję mediatorów. Dzięki podjęciu współpracy z Sądem Rejonowym w Białymstoku związanej z promowaniem idei mediacji, do Podlaskiego Centrum Arbitrażu i Mediacji zaczęły sphywać sądowe postanowienia w sprawie skierowania konkretnych spraw gospodarczych do postępowania mediacyjnego, jako próbę doprowadzenia stron do ugody. Te i inne działania promujące ideę mediacji mają za zadanie przekonać najbardziej zainteresowanych – przedsiębiorców, do wyboru tej właśnie metody rozwiązania każdego sporu gospodarczego - jako najbardziej efektywnego, taniego, szybkiego, poufnego i całkowicie zależnego od inwencji przedsiębiorcy.



SĄD ARBITRAŻOWY TO NASZA PRZYSZŁOŚĆ

Poza sądami polubownymi utworzonymi przy różnych instytucjach (np. Stały Sąd Konsumencki przy Wojewódzkim Inspektoracie Inspekcji Handlowej w Białymstoku), na terenie województwa podlaskiego nie został założony i nie istnieje stały sąd arbitrażowy, w ramach którego przedsiębiorcy mogliby rozstrzygać swoje spory. Do tej pory, podmiot prowadzący działalność gospodarczą, który chciał rozwiązać konflikt w sposób polubowny na drodze postępowania arbitrażowego, był zmuszony do korzystania z usług stałych sądów arbitrażowych znajdujących się m.in. w Warszawie przy: Krajowej Izbie Gospodarczej, czy Polskiej Konfederacji Pracodawców Prywatnych Lewiatan. W związku z tym rozwiązywanie sporów gospodarczych na drodze postępowania mediacyjnego lub arbitrażowego należało na Podlasiu do rzadkości. Przedsiębiorcy chcąc rozwiązać konflikt decydowali się na długie i kosztowne postępowanie sądowe, które średnio w Polsce w 2014 roku trwało 12,6 miesięcy w sądzie rejonowym oraz 13,2 miesiąca w sądzie okręgowym. Także sądy pomimo ilości dużej spraw gospodarczych (tylko do samych sądów rejonowych w Polsce, w 2014 r. wpłynęło 110 865 spraw gospodarczych procesowych) niechętnie korzystały z możliwości skierowania sprawy do mediacji, czyniąc to w zaledwie 1 834 przypadkach w skali całego kraju.

WSCHODNI SĄD ARBITRAŻOWY

Oferta obejmująca świadczenie usług mediacji gospodarcze jest już praktykowana. Pierwsze ugody już zostały zawarte. Dla wypełnienia możliwych form alternatywnych metod rozstrzygania sporów gospodarczych, Izba Przemysłowo-Handlowa w Białymstoku podjęła się inicjatywy związanej z powołaniem jeszcze przed wakacjami Wschodniego Sądu Arbitrażowego przy Izbie Przemysłowo-Handlowej w Białymstoku. W ramach Sądu przedsiębiorcy będą mogli nie tylko skorzystać z mediacji w sprawach gospodarczych, ale także z rozstrzygnięć zapadających w ramach postępowania arbitrażowego, bez konieczności wyjazdu do Warszawy, gdzie takie rozwiązania przedsiębiorcy mogą praktykować już od dawna. Spotkania konsultacyjne związane z powołaniem sądu już się odbyły. Obecnie trwają intensywne prace nad dopracowaniem Regulaminu i powołaniem struktury Sądu, tak aby jeszcze przed wakacjami mógł oficjalnie rozpocząć swoje funkcjonowanie.

ZŁOTA KLAUZULA

Przedsiębiorcy którzy wejdą w spór nie muszą już iść do sądu. Oferowane przez Izbę usługi pozwalają przedsiębiorcom na praktyczne korzystanie z mediacji czy też arbitrażu gospodarczego. Aby tak się stało - warto zadbać o to dużo wcześniej. Najlepiej na etapie spisywania umowy. Wystarczy wpisać odpowiedni paragraf - klauzulę, która wskaże, że ewentualne spory zaistniałe między stronami, będą rozstrzygane w trybie mediacji i arbitrażu.

CZY W TWOICH UMOWACH STOSUJESZ ZŁOTĄ KLAUZULĘ? - MOŻE BYĆ NIEOCENIONA W TRUDNYCH CZASACH



1. „Wszelkie spory wynikające z niniejszej umowy lub pozostające w związku z nią - będą rozwiązywane w trybie postępowania mediacyjnego przez mediatorów Podlaskiego Centrum Arbitrażu i Mediacji (PCAM) działającego przy Izbie Przemysłowo-Handlowej w Białymstoku, w oparciu o Regulamin PCAM. Jeżeli spór nie zostanie rozwiązany zgodnie z Regulaminem PCAM w terminie 30 dni od złożenia wniosku o przeprowadzenie mediacji lub w innym terminie uzgodnionym pisemnie przez strony, każda ze stron może poddać spór pod rozstrzygnięcie do Wschodniego Sądu Arbitrażowego przy Izbie Przemysłowo-Handlowej w Białymstoku”



Jeśli chcesz dowiedzieć się więcej na temat mediacji przyjdź na konferencję

MEDIACJA GOSPODARCZA W BIZNESIE I ADMINISTRACJI

Termin:

8 czerwca 2015 r.
w godzinach 10.00-14.30

Miejsce:

Sąd Rejonowy w Białymstoku,
ul. Mickiewicza 103,
Białymstok

Konferencja adresowana jest do przedsiębiorców, środowiska prawniczego, samorządowców i administracji publicznej. Jej celem jest budowanie świadomości zalet i korzyści z stosowania mediacji jako alternatywnej metody rozstrzygania konfliktów gospodarczych na linii przedsiębiorca- przedsiębiorca jak również przedsiębiorca – podmiot publiczny.

Zgłoś się:

tel.: 85 652 72 69 lub 85 652 56 45;

e-mail: biuro@iph.bialystok.pl

Liczba miejsc ograniczana.

Organizator: Podlaskie Centrum Arbitrażu i Mediacji przy Izbie Przemysłowo-Handlowej w Białymstoku

Patronat merytoryczny: Uniwersytet w Białymstoku oraz Sąd Rejonowy w Białymstoku



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Projekt pn. „Centra Arbitrażu i Mediacji – projekt pilotażowy” jest współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego na podstawie umowy nr POKL.05.03.00-00-016/14

TO NIE ONI NAS TO MY ICH

INTERNACJONALIZACJA, CZYLI OBECNOŚĆ NA ZAGRANICZNYCH RYNKACH, JEST NIEZBĘDNYM WARUNKIEM DALSZEGO ROZWOJU KONKURENCYJNOŚCI POLSKIEJ GOSPODARKI – JEŚLI CHCEMY ODGRYWAĆ ZNACZĄCĄ ROLĘ W EUROPEJSKIEJ I GLOBALNEJ GOSPODARCE, NIE MOŻEMY SKUPIAĆ SIĘ WYŁĄCZNIE NA KRAJOWYM RYNKU – MUSIMY ODWAŻNIEJ WCHODZIĆ NA RYNKI ZAGRANICZNE, TAKŻE POZA UNIJNE

EKSPANSJA ZAGRANICZNA POLSKICH FIRM

Starcie z zagraniczną konkurencją to najlepszy sposób na weryfikację oferty, strategii biznesowej i w konsekwencji, dalszy rozwój firm. Polskie firmy coraz śmielej radzą sobie na zagranicznych rynkach. Według danych NBP, pod koniec 2013 roku stan aktywów polskich podmiotów z tytułu zagranicznych inwestycji bezpośrednich wynosił 50,7 mld euro. – W ostatnich latach coraz częściej możemy słyszeć o ekspansji polskiego biznesu. Firmy z branży surowcowej, spożywczej, IT śmiało wchodzą na zagraniczne rynki podejmując bez kompleksów konkurencyjną walkę. Zakup kanadyjskiej Birchill Exploration przez spółkę Orlenu, udziały PGNiG w norweskich złożach – to tylko niektóre przykłady z ostatnich miesięcy. Cieszy także fakt, że do grona inwestorów dołączają kolejne branże i reprezentujące je duże firmy, takie jak np. PKP Cargo, które finalizuje przejęcie czeskiej spółki Advanced World Transport. To pierwsza w historii tego typu akwizycja zagraniczna przeprowadzona przez podmiot z Grupy PKP i miejmy nadzieję, że stanie się impulsem do kolejnych inwestycji – mówi **Andrzej Arendarski**.

ODWAŻNIE NA PODBÓJ ŚWIATA

Potwierdza to Andrzej Dycha, wiceminister gospodarki, który przekonuje, że polscy przedsiębiorcy coraz lepiej radzą sobie na rynkach zagranicznych, szczególnie Unii Europejskiej. Zwiększa się także zainteresowanie rynkami Dalekiego Wschodu i Azji. Zdaniem Rafała Baniaka, wiceministra Skarbu Państwa, ekspansja zagraniczna to potrzeba chwili, która coraz częściej okazuje się niezbędnym elementem we wzroście wartości przedsiębiorstw. „Spółki z udziałem Skarbu Państwa coraz częściej inwestują zagranicą. Przyczynia się to znacząco do poprawy ich wartości, dywersyfikacji działalności oraz wzrostu zatrudnienia. Łączna szacunkowa wartość inwestycji zagranicznych spółek kluczowych z udziałem Skarbu Państwa to 30 mld zł” – mówi **Rafał Baniak**.

EKSPANSJA NA RYNKI ZAGRANICZNE BUDUJE NASZĄ SIŁĘ

O ile duże przedsiębiorstwa coraz lepiej radzą sobie w działalności międzynarodowej, sektor małych i średnich przedsiębiorstw wciąż koncentruje się na bliskich, bardziej bezpiecznych rynkach lub w ogóle nie myśli o wychodzeniu poza granice. Komisja Europejska od wielu lat zwraca uwagę na fakt, że zbyt mała liczba europejskich MŚP prowadzi działalność zagraniczną. Z przeprowadzonych kilka lat temu na

zlecenie KE badań wynika, że zaledwie 25 proc. MŚP oprócz działalności krajowej prowadzi działalność w przynajmniej jednym innym kraju UE. Tych, które działają poza UE, jest zaledwie 13 proc. Jednocześnie podkreśla się, że firmy prowadzące działalność międzynarodową odnotowują wzrost nawet w trudnych okresach dla gospodarki. Europejskie firmy działające również poza UE należą do najbardziej innowacyjnych i konkurencyjnych.

PROMOCJA WSZĘDZIE OZNACZA TO SAMO

Pozytywną rolę działalności zagranicznej na produktywność i innowacyjność firm podkreślili również autorzy raportu „25+ Jak zapewnić Polsce kolejne 25 lat sukcesu? Od podwykonawcy do kreatora” opublikowanym po V Kongresie Innowacyjnej Gospodarki organizowanym przez Krajową Izbę Gospodarczą. Ich zdaniem, konieczne jest efektywne funkcjonowanie infrastruktury, która wspiera procesy internacjonalizacji. Chodzi m.in. o wsparcie działalności innowacyjnej przedsiębiorstw. Zdaniem KIG, obok wspierania innowacji, konieczne jest zakończenie prac na jednolitą i spójną strategią promocyjną polskiej gospodarki. Podejmowane do tej pory działania przez różne instytucje, choć same w sobie cenne, nie przynoszą efektu synergii.



ANDRZEJ ARENDARSKI
Prezes Krajowej Izby Gospodarczej

„... w najbliższych latach to tzw. rynki wschodzące będą napędzać wzrost światowego PKB”

KOLEJĄ TEŻ MOŻNA ŚMIAŁO PRZEKRACZAĆ GRANICE

Jedną z bardziej aktywnych polskich firm jest największy towarowy przewoźnik kolejowy PKP Cargo. Tylko w ciągu ostatnich kilku miesięcy podpisał umowę nabycia 80 proc. udziałów w czeskiej spółce AWT, jednym z największych prywatnych przewoźników kolejowych w Europie, zawarł współpracę z HZ Cargo, chorwackim narodowym towarowym przewoźnikiem kolejowym i zakupił pozostałą część udziałów w PS Trade Trans, polskim spedytorze kolejowym. „Jesteśmy drugim towarowym przewoźnikiem kolejowym w UE, ale mamy znacznie większe ambicje. Dużą szansą dla nas jest obsługa przewozów w trójkącie trzech mórz – Bałtyckiego, Adriatyckiego i Północnego, poszerzona o usługi około-logistyczne. To nasz kierunek rozwoju, chcemy zmienić się w europejskiego operatora logistycznego. Oczywiście, żeby zrealizować te cele potrzebujemy przede wszystkim stabilności w zakresie kosztu dostępu do infrastruktury, zarówno w Polsce, jak i zagranicą, a także stabilności legislacyjnej i tu widzimy duże pole do współpracy”

– mówi **Łukasz Hadyś**, członek zarządu PKP Cargo ds. finansowych

ŚWIAT NIE KOŃCZY SIĘ NA EUROPIE

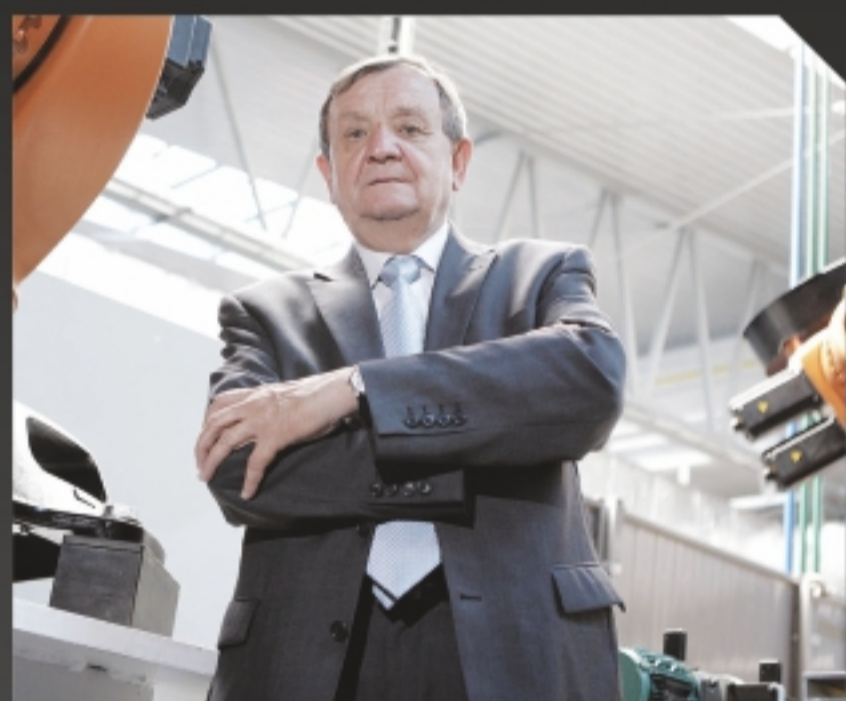
KIG podkreśla, że duży potencjał rozwoju współpracy zagranicznej polskich firm tkwi na rynkach pozaunijnych. „Choć trudniejsze m.in.

z powodu różnic kulturowych i czasem bardziej ryzykowne finansowo, powinny stać się przedmiotem większego zainteresowania ze strony polskich firm. Przede wszystkim dlatego, że w najbliższych latach to tzw. rynki wschodzące będą napędzać wzrost światowego PKB” – mówi Andrzej Arendarski. Prezes KIG, podkreśla pozytywną rolę Ministerstwa Gospodarki, Ministerstwa Spraw Zagranicznych czy Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, które mocno angażują się w programy wsparcia internacjonalizacji polskich firm, także na rynkach trzecich. Krajowa Izba Gospodarcza już od 25 lat aktywnie wspiera nawiązywanie relacji handlowych przez polskie firmy, organizując każdego roku kilkadziesiąt misji handlowych, spotkań B2B oraz wystąpień targowych polskich firm. W działaniach promocyjnych KIG skupia się przede wszystkim na rynkach pozaunijnych. „Zachętą dla sektora MŚP do odważniejszego wchodzenia na zagraniczne rynki mogą być sukcesy polskich dużych firm. – Dobry przykład idzie z góry. Duże polskie przedsiębiorstwa powinny służyć radą i doświadczeniem mniejszym firmom. Warto także pamiętać, że sukcesy większych firm tworzą pozytywny klimat i powiększają zaufanie zagranicznych partnerów do polskiego biznesu. Warto to wykorzystać”

– podkreśla prezes KIG.

Źródło: KIG

PODLASKIE AKCENTY ZAGRANICZNEJ EKSPANSJI



Henryk Owsiejew,
Przewodniczący Rady Nadzorczej
MALOW Sp. z o.o.

"Nieprawdziwe są tezy, że jesteśmy słabi, że nas przejmą, wykupią i będziemy wyrobnikami dla innych. Życie na początku naszego odradzającego się biznesu często pisało takie scenariusze. Teraz role się odwracają, to nie oni nas, ale to my ich przejmujemy. Firma Malow

Sp. z o.o. przejęła zakład szwedzki, mimo wewnętrznego przekonania tamtejszych klientów, o sile własnych marek. Na skutek penetracji rynków zachodnio-europejskich również udaje się nam przejmować produkcję oferowanych tam mebli metalowych do naszego zakładu w Suwałkach. Nie boimy się inwestować za granicą. Pobudowaliśmy zakład produkcyjny w Charkowie na Ukrainie, który mimo trudności powodowanych sytuacją geopolityczną, produkuje i eksportuje wyroby do krajów Europy. Ekspansja jest ryzykowana, jednak na pewnym etapie rozwoju firmy, to ryzyko trzeba podjąć". Chcę również dodać, że 10 lat temu zmieniliśmy większościowy kapitał francuski na kapitał polski."



Katarzyna Rutkowska,
Prezes AC S.A.

Nasza internacjonalizacja przejawia się globalną penetracją rynków zagranicznych. Istniejemy na wszystkich kontynentach. Innowacje i ekspansja zagraniczna są wpisane w DNA naszej firmy. Prowadzimy eksport na ponad 40 rynków. To ponad 60% naszych obrotów. Sprzedajemy nasze instalacje na wielu egzotycznych dla Europejczyka rynkach, m.in. w Tajlandii, Kazachstanie, Malezji, Kambodży, w Indiach. W USA mamy kontrakt na instalację naszych urządzeń w wozach policyjnych w jednym ze stanów. Nasza działalność na rynkach zagranicznych nie sprowadza się do prostej dystrybucji. Konstruujemy i produkujemy zaawansowane systemy samochodowych instalacji gazowych, na które musimy uzyskać odpowiednie homologacje i certyfikaty, często właściwe dla danego rynku. Tworzymy rozbudowane sieci serwisowe. Każdy nowy rynek wiąże się z inwestycjami, jednakże zapewnia wzrost obrotów i dywersyfikację ryzyka. Ciekawy przykład to Peru, gdzie byliśmy pionierami, założyliśmy pierwszą polską spółkę. Rynki zagraniczne cechuje różnorodność, trzeba uwzględniać specyfikę każdego z nich, ale po zdobyciu pierwszego, drugiego, trzeciego - nabraliśmy doświadczeń. Dzisiaj wiemy, że to była dobra droga.



Sławomir Janusz Żubrycki,
Prezes Palisender Sp. z o.o.

Głównym kierunkiem działalności firmy, na którym się koncentrujemy, jest najem systemów szalunkowych. Dostarczamy nasze szalunki na budowy nie tylko na terenie całego kraju, ale też wysyłamy za granicę. Wydawać by się mogło, że tak niszowa dziedzina oraz stosunkowo krótka tradycja tej branży w naszym kraju nie pozwoli rozwinąć skrzydeł. Był nawet taki moment, kiedy zagraniczna konkurencja chciała nas kupić. Jednak upór, ciężka praca, szukanie nowych pomysłów i rozwiązań oraz współpraca z największymi producentami sprawiły, że jesteśmy dziś w gronie liderów tej branży, wynajmujemy szalunki klientom z kilku krajów w Europie i nie mamy kompleksów konkurując z globalnymi koncernami. Szczególnie cieszy mnie to, że pozostaliśmy w 100% polską firmą, a nasze autorskie rozwiązania, szczególnie usługi dodatkowe związane z najmem, wytyczają nowe standardy i kierunki w branży.

VADEMECUM

RYNKÓW ZAGRANICZNYCH

START NA SZEROKI ŚWIAT

18 CZERWCA ZAPRASZAMY PAŃSTWA NA KOLEJNE SPOTKANIE Z SERII VADEMECUM RYNKÓW ZAGRANICZNYCH. JEŻELI SZUKASZ NOWYCH RYNKÓW ZBYTU LUB JESTEŚ ZAINTERESOWANY IMPORTEM Z ZAGRANICY TO VADEMECUM JEST SPOTKANIEM WŁAŚNIE DLA CIEBIE

Celem Vademecum jest zaprezentowanie możliwości współpracy biznesowej z rynkami zagranicznymi. Podczas spotkań przedstawiana jest specyfika prowadzenia biznesu w danym kraju, uwarunkowania prawne, ekonomiczne, możliwości inwestowania oraz „kultura” prowadzenia biznesu. Vademecum prowadzą eksperci zajmujący się na co dzień danym rynkiem, znający jego uwarunkowania oraz specyfikę.

W dotychczasowych spotkaniach wzięło udział ponad 300 przedsiębiorców. W ramach cyklu dotychczas przedstawiliśmy m.in. rynek krajów skandynawskich, Chiny, Hongkong, Tajwan i Singapur, Niemcy, Wielką Brytanię oraz Japonię.

TYM RAZEM TEMATEM SPOTKANIA BĘDZIE RYNEK FRANCUSKI

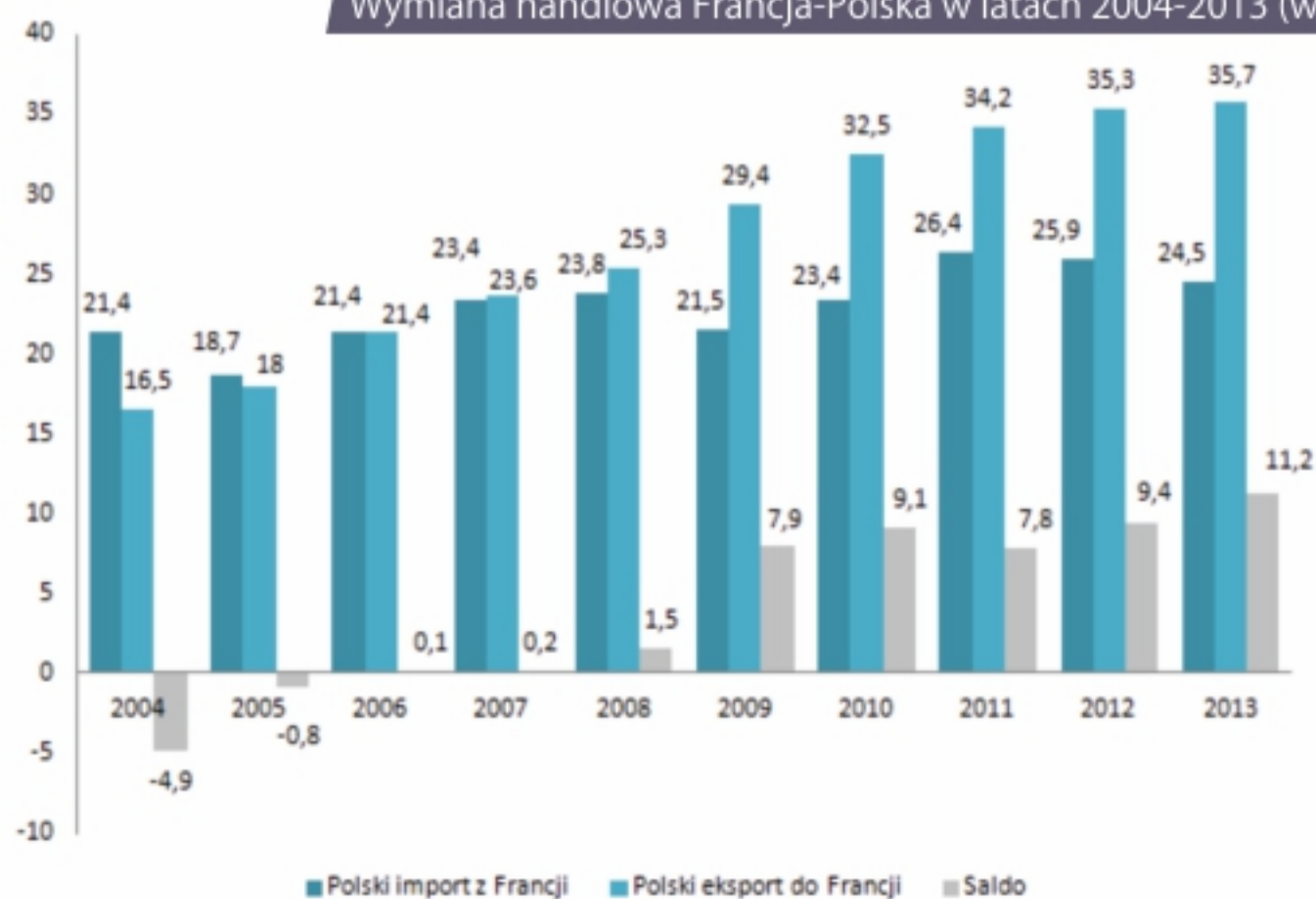
Francja to obecnie jedną z większych gospodarek Europy i szóstą gospodarką świata. Według raportu na temat światowych inwestycji, opublikowanego przez CNUCED (Konferencja Narodów Zjednoczonych ds. Handlu i Rozwoju), w 2013 roku, Francja znalazła się na 4. miejscu (po USA, Chinach i Wielkiej Brytanii) pod względem całkowitej wartości bezpośrednich inwestycji zagranicznych (803 miliardy euro). Francja to również 5 potęga importowa i 6 potęga eksportowa na świecie.



W 2013 roku wartość eksportu do Francji wyniosła 35,7 mld PLN (6% łącznego eksportu Polski). Kraj ten jest czwartym odbiorcą polskiego eksportu (najważniejsze kategorie eksportowe: sprzęt elektryczny, maszyny i urządzenia mechaniczne, pojazdy i części do pojazdów, meble i wyposażenie wnętrz, guma i kauczuk oraz wyroby z nich). Francja jest piątym pod względem wielkości dostawcą Polski (za Niemcami, Rosją, Chinami i Włochami).

Francja to również bogata kultura i wspaniała kuchnia, ale także rozbudowana biurokracja, skomplikowane procedury czy stosunkowo wysokie koszty pracy. O wszystkich zaletach i wadach współpracy gospodarczej z Francją będzie można posłuchać już 18 czerwca na Vademecum rynków zagranicznych poświęconych właśnie Francji organizowanym przez Podlaską Fundację Rozwoju Regionalnego w ramach Enterprise Europe Network we współpracy z Francusko-Polską Izbą Gospodarczą.

Wymiana handlowa Francja-Polska w latach 2004-2013 (w mln PLN)



Enterprise Europe Network oferuje również wsparcie informacyjne i doradcze firmom zainteresowanym skorzystaniem z funduszy UE na lata 2014-2020 (m.in. Horyzont 2020).

W chwili obecnej przedsiębiorcy mogą ubiegać się o środki z konkursu SME Instrument, który jest realizowany w ramach programu Horyzont 2020. Podlaska Fundacja Rozwoju Regionalnego wraz z Regionalnym Punktem Kontaktowym Programów Badawczych przy Politechnice Białostockiej zapraszają Państwa na początku czerwca na spotkanie poświęcone konkursowi SME Instrument. Program zakłada wsparcie podczas całego czasu trwania cyklu innowacji projektu z wyróżnieniem trzech głównych faz, uzupełnionych o usługi coachingu i mentoringu. Działanie jest podzielone na trzy etapy.

Eteap 1

Etap pierwszy w którym można uzyskać dofinansowanie w formie ryczału w wysokości 50 000 EUR polega na przeprowadzeniu badań wykonalności projektu, które mają na celu weryfikację technologiczną, praktyczną oraz finansową wiarygodności projektu. Oceniana jest także innowacyjność pomysłu oraz potencjalny wpływ na dany sektor przemysłu, w którego obszarze projekt ma być realizowany. Spotkanie będzie poświęcone przede wszystkim tzw. Stage 1 czyli pierwszemu etapowi SME Instrument: praktycznym aspektom przygotowania wniosku i aplikacji o fundusze. W spotkaniu udział weźmie również przedstawiciel firmy Pixel Legend, której udało się otrzymać dofinansowanie w ramach Instrumentu dla MŚP i opowie o swoich doświadczeniach.

Eteap 2

Etap drugi kładzie nacisk na działania demonstracyjne, testowanie, prototypowanie, pilotowanie, design, powielanie rynkowe oraz wszelkie działania mające na celu doprowadzenie innowacyjnego projektu (produktu, procesu, usługi itp.) do stanu gotowości do wprowadzenia na rynek.

Eteap 3

Trzeci etap SME Instrument obejmuje wsparcie komercjalizacji projektu i ma na celu poszukiwanie dalszych zastosowań i wdrożeń oraz nowych klientów dla innowacyjnego rozwiązania, a także dalsze finansowanie go poprzez ułatwienie dostępu do publicznego oraz prywatnego kapitału podwyższonego ryzyka. W tej fazie nie ma bezpośredniego dofinansowania, jednakże MŚP mogą skorzystać z innych form wsparcia, takich jak różnego rodzaju usługi oraz dostęp do instrumentów finansowych wspieranych przez program Horizon 2020.

Jeżeli macie innowacyjny pomysł i szukacie dofinansowania swoich rozwiązań począwszy od weryfikacji technologicznej, praktycznej oraz finansowej projektu poprzez testowanie i prototypowanie swojego rozwiązania aż do wdrożenia go na rynek to zapraszamy.

**Szczegółowych informacji udziela pani Anna Wrzesińska,
Podlaska Fundacja Rozwoju Regionalnego
e-mail: wrzesinska@pfrf.pl,
tel. : 85 6537212**



Andrzej Parafiniuk,
Prezes Podlaskiej Fundacji
Rozwoju Regionalnego

Nie świeci garnki lepią – to stwierdzenie chyba najlepiej oddaje nasz cel związany z prowadzeniem Vademecum rynków zagranicznych. Zdajemy sobie sprawę, że współpraca z zagranicznym partnerem budzi obawy. To naturalne, są bariery: komunikacyjne, logistyczne, kulturowe. Dlatego my nie rzucamy na głęboką wodę, ale małymi krokami niejako oswajamy, tych którzy chcą zaistnieć poza granicami kraju. Spotkania jakie organizujemy to nie wszystko, jesteśmy w stanie pomóc w nawiązaniu sprofilowanych kontaktów, zorganizować wyjazd na targi, przygotować spotkanie, dokonać rozeznania rynku pod kątem określonej oferty. Jedyne co trzeba zrobić indywidualnie, to podjąć decyzję o ruszeniu w szeroki świat, do czego serdecznie zachęcam.



**PODLASKA FUNDACJA
ROZWOJU REGIONALNEGO**



Vademecum rynków zagranicznych oraz spotkanie poświęcone SME Instrument organizowane jest w ramach projektu „Enterprise Europe Network Wsparcie dla biznesu w zasięgu ręki” współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej.

DOCENIONA PODLASKA PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ



NAGRODA GOSPODARCZA PREZYDENTA RP DLA PROMOTECHU I MLEKOVITY

W bieżącej edycji konkursu Nagrodę Gospodarczą Prezydenta RP odebrały dwie podlaskie firmy: Promotech i Mlekovita. Gala wręczenia nagród odbyła się podczas targów poznańskich. Uroczystość rozpoczął Prezydent RP słowami: „Nagroda Prezydenta ma być formą wyróżnienia i zachętą do dalszej aktywności, ma być formą także i promocji polskiej przedsiębiorczości. Przede wszystkim w Polsce ale i nie tylko – tak to już jest, że trzeba przedsiębiorczość polską promować w Polsce bo musimy budować postawy społeczne, akceptację dla przedsiębiorczości bo bez tego nie będziemy się dalej rozwijać na miarę naszych potrzeb, naszych oczekiwań, naszych aspiracji”



ASPIRACJE FIRMY PROMOTECH

Firma PROMOTECH rozpoczęła swoją działalność w 1987 roku produkując uchwyty i stoły magnetyczne. Dzisiaj poprzez nieustanny rozwój i wdrażanie zaawansowanych technologii spełnia swoje oczekiwania i aspiracje. Promotech jest producentem profesjonalnych narzędzi, które eksportuje na cały świat. Przemawia za tym fakt, iż ponad 90% wyrobów trafia na rynki niemalże wszystkich krajów świata. Tym nie mniej swój sukces zawdzięcza dzięki świadomemu przestrzeganiu ładu korporacyjnego na rzecz społecznej odpowiedzialności biznesu. Marek Siergiej Prezes Promotech Sp. z o.o. odbierając Nagrodę z rąk Prezydenta powiedział, że „To wyróżnienie to przede wszystkim ogromna duma i zaskoczenie (...) dla nas społeczna odpowiedzialność biznesu to dbałość o otoczenie, o najbliższe otoczenie, o tą naszą matką ojczyznę, którą jest nasza firma; ale też szerzej; o miasto, o województwo”.



TRWAŁY SUKCES SPÓŁDZIELNI MLECZARSKIEJ MLEKOVITA

Nagroda w kategorii „Trwały Sukces” jest dowodem na osiągnięcie przez firmę MLEKOVITA trwałego wzrostu i zrównoważonego rozwoju. Dowody te mają swoje odzwierciedlenie we wskaźnikach ekonomiczno-finansowych firmy. Na sukces firmy składa się nieustanna efektywna praca 14 zakładów produkcyjnych i 29 centrów dystrybucyjnych. Prezes Grupy MLEKOVITA Dariusz Sapiński, odbierając nagrodę, podkreślił, iż „byliśmy w dużo gorszej sytuacji niż kraje zachodnie. Teraz nie ustępujemy z punktu widzenia technicznego i technologicznego naszych zakładów, a jakością nie tylko dorównujemy, ale i przewyższamy jakością zachodnią”. Dzięki istnieniu firmy MLEKOVITA jej otoczenie – dostawcy mleka, firmy transportowe czy dostawcy dodatków spożywczych, opakowań, materiałów pomocniczych – również uczestniczy w budowie trwałego sukcesu polskiej gospodarki. Zdaniem Prezydenta RP: „Trwały sukces bowiem oznacza nie tylko sukces pojedynczej firmy, ale buduje trwały sukces całej polskiej gospodarki.”



KOLEJNE SUKCESY ASTWY

Business Centre Club największa w kraju organizacja indywidualnych pracodawców i prestiżowy Klub przedsiębiorców przyznał Dziesiąty Diament do Złotej Statuetki dla ASTWY. Uroczystość wręczenia nagród odbyła się podczas części oficjalnej Letniej Wielkiej Gali Business Centre Club, 24 stycznia w Teatrze Wielkim - Operze Narodowej. Diamenty są przyznawane firmom i ich szefom od 1991 roku. Otrzymują je przedsiębiorcy, którzy w swojej działalności kierują się nie tylko zyskiem, ale i etyką prowadzenia działalności gospodarczej oraz troską o sprawy państwowe. Przyznawane diamenty mają wielką wartość, ponieważ cementują sukces przedsiębiorstwa. Diamenty mogą otrzymać tylko laureaci Złotej Statuetki Lidera Polskiego Biznesu z poprzednich lat, którzy utrzymali pozycję na rynku – tak jak rozwijające się Przedsiębiorstwo Usługowo-Asenizacyjnego ASTWA Sp. z o.o. zarządzana przez Stanisława Łuniewskiego. Należy podkreślić że BBC przyznaje nagrodę Diament do Złotej Statuetki dla przedsiębiorstwa i jej szefa. Nie jest bowiem łatwo osiągnąć sukces w danym czasie, w danej sytuacji gospodarczej, ale prawdziwą sztuką jest tak zarządzać przedsiębiorstwem - tak szlifować diament, aby błyszczał na ogólnopolskiej arenie przedsiębiorczości.

MOST WSPÓŁPRACY

BIAŁYSTOK - GRODNO

Białoruś, to sąsiad nasz najbliższy. Wszyscy to wiemy i przyjmujemy jak oczywistą oczywistość, która jednak nie powinna nas zwalniać z podtrzymywania oficjalnych kontaktów. Uhonorowaniem tej zasady była zorganizowana w dniu 17 kwietnia br. w naszym regionie oficjalna wizyta władz samorządowych obwodu grodzieńskiego i Miasta Grodna na Białorusi. Delegacji przewodniczył Mer Grodna Mieczysław Bronisławowicz Goj, Wicegubernator Obwodu Grodzieńskiego oraz białoruscy przedsiębiorcy. Gospodarzem polskiej strony był Marszałek Województwa Mieczysław Baszko, a ambasadorem podlaskich przedsiębiorców Prezes Izby Przemysłowo-Handlowej w Białymstoku Witold Karczewski. Program pobytu delegacji rozpoczęto od spotkania z Marszałkiem Województwa Podlaskiego Mieczysławem Baszko i wizytą u Wojewody Podlaskiego Andrzeja Meyera. Miała miejsce również robocza wizyta w firmie SaMASZ Sp. z o.o. Za najważniejszy punkt programu należy uznać spotkanie z delegacją podlaskich przedsiębiorców jakie odbyło się w Konsulacie Generalnym Republiki Białoruś w Białymstoku. Miała ona wydźwięk praktyczny, strona białoruska przyjechała do nas z pakietem konkretnych propozycji.

GOSPODARCZY WYMIAR WSPÓŁPRACY

Bardzo ważnym elementem wizyty oficjalnej delegacji władz samorządowych były rozmowy gospodarcze, które zapoczątkowały budowę mostu współpracy regionu miasta Grodna i przedsiębiorców podlaskich. W spotkaniu uczestniczyli przedsiębiorcy z firm: Contractus Sp. z o.o., SaMASZ Sp. z o.o., TOBO Datzuk Spółka Jawna, P.H Kosmos (Prestige Męski), Jazon Spółka z o.o., KINGA Sp. z o.o. i wspólnicy Sp.K., Malow Sp. z o.o., Meblet Suwałki. Skład firm nie był przypadkowy, nawiązywał do branż, z którymi kooperacją zainteresowana była strona białoruska. Podczas spotkania dyskutowano wokół tematyki związanej z tworzeniem korzystnych warunków pozwalających na rozwój kontaktów samorządowych i gospodarczych partnerów z obu regionów jak również wymieniono doświadczenia i informacje z zakresu promocji potencjału gospodarczego obu regionów. Niezwykle istotnym zakończeniem spotkania była deklaracja stworzenia podwalin do budowy mostu współpracy w obszarach produktów takich jak: meble czy konfekcja odzieżowa w zakresie sprzedaży ich finalnych postaci jak też uszlachetniania po drugiej stronie granicy. Ze strony Prezesa Izby Przemysłowo-Handlowej w Białymstoku padła również deklaracja organizacji rewizyty podlaskiej delegacji w Grodnie. „Zadaniem Izby Przemysłowo-Handlowej w Białymstoku jest nie tylko organizowanie wyłącznie rynku sprzedaży dla podlaskich przedsiębiorców na wschodnie rynki. Dużo ważniejsze jest budowanie świadomości podlaskich przedsiębiorców, odkrycie przez nich samych własnego potencjału i tworzenia dla nich warunków wymiany doświadczeń, zgodnie z ideologią: to nie brak okazji, nie brak potencjału – ale brak wiedzy, pewności, umiejętności oceny ryzyka powstrzymuje biznesmenów od podejmowania decyzji o współpracy z naszym najbliższym sąsiadem jakim jest Białoruś” – podsumował spotkanie Witold Karczewski, Prezes IPH w Białymstoku.

KOMENTARZE



Kinga Lesisz,
Prezes Zarządu Kinga Sp. z o.o.
i Wspólnicy Spółka Komandytowa,
producent bielizny damskiej.

„Zależy nam na współpracy handlowej z Białorusią, szczególnie, że jest naszym najbliższym sąsiadem. Dzięki spotkaniu, które miało miejsce w Konsulacie Generalnym dowiedzieliśmy się, że Region miasta Grodno ma duży potencjał i wiele do zaoferowania. Nasza firma jest innowacyjnym przedsiębiorstwem, a nasze produkty charakteryzuje doskonała jakość. Powinniśmy wspólnie wykorzystać nasze atuty i możliwości. Trzeba nawiązywać kontakty, analizować wzajemne możliwości i propozycje współpracy. Wiemy, że Grodno, podobnie jak Białystok ma duże doświadczenia w produkcji konfekcji odzieżowej, co już tworzy bazę do rozważenia możliwości podjęcia współpracy.”



Bożena Datzuk,
współwłaściciel firmy TOBO,
producent mebli biurowych.

„Posiadamy potencjał i know-how w produkcji mebli biurowych, są one naszą specjalizacją. Właśnie te atuty i możliwości możemy rozwijać, możemy wychodzić na nowe rynki zbytu, możemy – jak najbardziej – pod warunkiem że ekonomicznie stanie się to opłacalne dla obu stron. Wejście na wschodni rynek niejednokrotnie wiąże się z wypracowaniem oferty produktowej dostosowanej do wschodniego odbiorcy. Gotowe produkty dedykowane na wschodni rynek są specyficzne – odbiorca jest zróżnicowany, nierzadko są to produkty luksusowe, klasy premium – powstaje pytanie: ile możemy zarobić, ile musimy zainwestować i na ile wyceniane jest ryzyko tej współpracy. Mamy dobre doświadczenia ze współpracą z rynkiem łotewskim. Teraz na poważnie zastanawiamy się nad rynkiem białoruskim.”



Krzysztof Kosmowski,
właściciel firmy Prestige Męski,
autor i designer marek takich
jak: Desire, Victorio

„Cudze chwalicie – swojego nie znacie – na Podlasiu, w Białymstoku jesteśmy w stanie prowadzić biznes z sukcesem. Mamy świetne warunki gospodarcze, wsparcie organizacji okołobiznesowych, brakuje nam tylko umiejętności logistycznych w kształtowaniu biznesu i rozwijaniu kontaktów z zagranicą. Powinniśmy udoskonalać własne firmy, pracować nad logistyką, na siłę nie próbować wchodzić na zachodnie rynki – do wschodnich partnerów jest nam bliżej, działamy w podobnym mentalnym duchu – powinniśmy uczyć nasze dzieci języka rosyjskiego, tak aby potrafiły przejmować nowoczesne innowacyjne biznesy zgodnie z ideologią – cudze chwalicie – swego nie znacie”.

NIECH SIĘ EKSPORT PNIĘ DO GÓRY

EKSPORT POLSKICH FIRM W OSTATNIEJ DEKADZIE JEST NIEWĄTPLIWIE OGROMNYM SUKCESEM NASZEJ GOSPODARKI. UDZIAŁ POLSKI W OBROTACH ŚWIATOWEGO HANDLU ZWIĘKSYŁ SIĘ W TYM CZASIE DWU I PÓLKROTNIE. UTRZYMANIE TEGO TRENDU JEST WAŻNYM ZADANIEM, NA REALIZACJI KTÓREGO POWINNO ZALEŻEĆ NAM WSZYSTKIM. SWÓJ WKŁAD W TYM ZAKRESIE ZAMIERZA WNIĘŚ BANK ZACHODNI WBK ROZPOCZYNAJĄC CYKL KONFERENCJI POŚWIĘCONYCH PROWADZENIU BIZNESU NA RYNKACH ZAGRANICZNYCH. PIERWSZE, INAUGURACYJNE SPOTKANIE TEMU POŚWIĘCONE MIAŁO MIEJSCE W MAJU I ODBYŁO SIĘ W BIAŁYMSTOKU

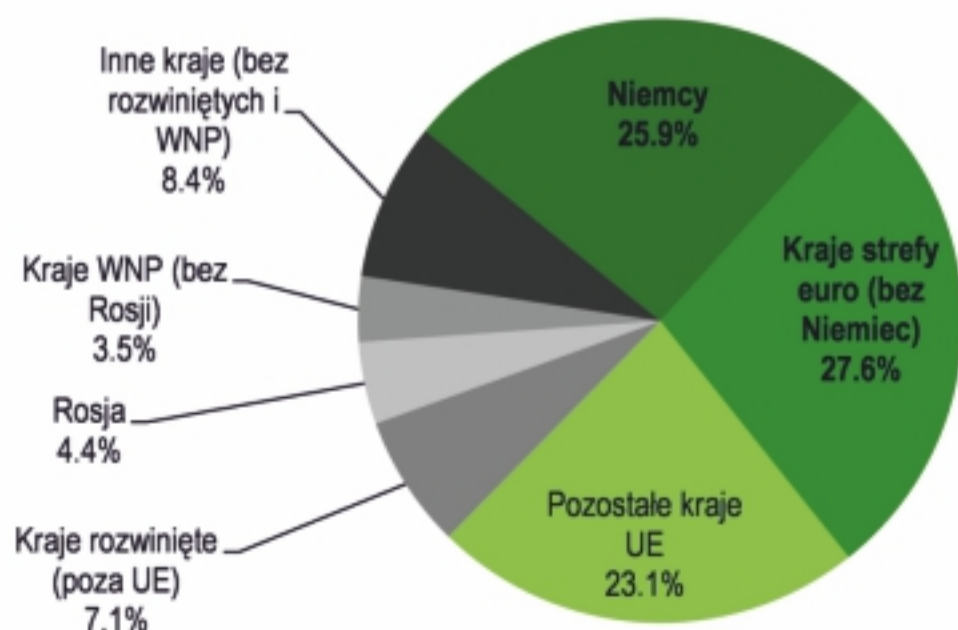
DLACZEGO EKSPORT JEST TAK WAŻNY DLA GOSPODARKI?

Nic tak nie weryfikuje kondycji gospodarki, jak jej zdolność do wprowadzania swojej oferty na rynki zagraniczne. Eksport w rozumieniu biznesu to wyższa szkoła jazdy. Świadczy on nie tylko o potencjale technologicznym, innowacyjnym, ale również organizacyjnym czy logistycznym przedsiębiorstw. Wnosi przy tym, w formie mechanizmu zwrotnego, czynnik dynamicznego postępu wynikającego z konieczności modyfikowania i doskonalenia oferty stosownie do zróżnicowanych potrzeb odbiorców, wykazujących różne preferencje i wymogi w zależności od kraju pochodzenia. Wzrost eksportu był jednym z głównych motorów napędowych polskiej gospodarki od początku lat 90. Ten słuszny kierunek udaje się nam utrzymywać, jednak, dynamika wzrostów ma to do siebie, że nie może trwać w nieskończoność. Umiejętne sterowanie tym procesem, jego stymulowanie, może w dalszym ciągu windować polską gospodarkę do grona liderów. Czy tak się stanie?

OD PODWYKONAWSTWA DO WŁASNYCH MAREK

Skąd się biorą sukcesy polskiego eksportu? Odpowiedź jest dosyć ponura. Polskim produktom sprzyjała ich konkurencyjność cenowa wynikająca z niższych kosztów pracy. Polskie firmy zwiększały produkcję m.in. kosztem Chin, dzięki malejącym różnicom w kosztach pracy. Nie pobijemy Chińczyków w eksporcie, dynamika ich wzrostu jest dużo większa, ale paradoksalnie działa to na korzyść polskiego eksportu. Zawrotne tempo rozwój gospodarczego Chin przejawia się wzrostem kosztów pracy. Polska jest akceptowalną alternatywą wstrzeliwującą się w parametr korzystnej relacji ceny do jakości. Są to czynniki globalne, wynikające z szerokokorozumianego otoczenia zewnętrznego. Tymczasem najistotniejsza w tym procesie wydaje się być nasza reakcja. Rzeczywiście, w okresie odbudowy gospodarki wolnorynkowej przyjęliśmy rolę podwykonawców. Jednak na niej nie poprzestaliśmy. Może niektórzy chcieliby nas zaszufłakować na tej pozycji, ale nie dajemy się. Wiele firm rolę podwykonawcy traktuje jako etap przejściowy. Obecnie sukcesywnie wprowadzają własne produkty, sprzedawane pod własnymi markami, które zyskują odbiorców na całym świecie. Nie jest to zjawisko powszechne, ale trend jak najbardziej optymistyczny, tworzący podstawę do utrzymania wysokiej dynamiki eksportu na następną dekadę.

Struktura geograficzna polskiego eksportu w I półroczu 2014 r.



NASZE EKSPORTOWE KIERUNKI

Ponad 75% polskiego eksportu trafia do krajów Unii Europejskiej, w tym do Niemiec około 25%. Spora część tego eksportu to dobra pośrednie, półprodukty, m.in. dla niemieckiego przemysłu. Dynamika naszego eksportu jest mocno powiązana z tempem wzrostu gospodarczego Niemiec. Tak duże uzależnienie od gospodarek UE z jednej strony może budzić obawy, związane z dużym wpływem kryzysu światowego jaki rozsiał się na kontynencie europejskim, natomiast z drugiej strony cieszy, ponieważ jest realizowany na rzecz wymagającego rynku, który dyktuje światowe trendy. To uzależnienie od rynku europejskiego było dla polskich eksporterów bardzo ważną i potrzebną lekcją. Dzięki tej nauce coraz śmieiej odnajdujemy się na innych rynkach. Mimo, iż Europa nadal jest naszym najważniejszym partnerem, rozpoczęła się ekspansja na nowe obiecujące rynki: kraje arabskie, Azja, Afryka. Ich zdobywanie staje się faktem. Nie pozostajemy bierni, potrafimy wychodzić obroną ręką z sytuacji kryzysowych. Całkowite załamanie sprzedaży żywności do Rosji po wprowadzeniu sankcji zostało w połowie skompensowane mocnym wzrostem sprzedaży do innych krajów. Obserwowana jest również transformacja technologiczna i stopniowy wzrost udziału produktów o wyższym stopniu przetworzenia. Cały świat staje przed nami otworem. Dalszy dynamiczny rozwój eksportu jest możliwy. Tworzy niepowtarzalną szansę na przeskokowanie luki rozwojowej i awansowanie Polski do grupy krajów najbogatszych.

Wykorzystano materiały z prezentacji Banku Zachodniego WBK

TADEUSZ MOŻEJKO

Dyrektor Centrum
Bankowości
Korporacyjnej
w Białymstoku



Program Rozwoju Eksportu ma pomóc w zwiększeniu efektywności polskiego biznesu aby stał się bardziej konkurencyjny na rynkach światowych. Dlatego ważne jest aby polscy przedsiębiorcy zainteresowani ekspansją zagraniczną stawiali na innowacyjność, wdrażali nowoczesne i proekologiczne technologie, które mogą zbudować przewagę konkurencyjną produktów polskiego pochodzenia. Ponadto istotnym elementem jest skuteczność w zdobywaniu partnerów handlowych, nowych rynków oraz dążenie do powszechnej rozpoznawalności tworzonej przez przedsiębiorców marki. Przedsiębiorcy mogą liczyć na przydatną, rzetelną wiedzę przekazywaną przez najlepszych ekspertów. Przygotowane przez Bank Zachodni WBK oraz partnerów biznesowych: Google, PwC, KUKE oraz firmę Bisnode praktyczne narzędzia finansowe, technologiczne oraz konsultingowe są w stanie ułatwić rozpoznanie rynków, przygotowanie się do ekspansji oraz jej realizację. Ma to na celu pokazanie, iż zdobycie nowych rynków i rozpoczęcie działalności eksportowej, nie musi być przedsięwzięciem trudnym, pracochłonnym i niebezpiecznym. Dodatkową formą pomocy skierowaną do inwestorów zainteresowanych zagraniczną ekspansją jest portal informacyjny SantanderTrade.com. Firmy będące klientami BZ WBK i posiadające profil na wspomnianym portalu mogą zadawać szereg pytań dotyczących handlu zagranicznego nowych kontrahentów. Jest to portal skierowany zarówno do importerów, eksporterów, jak i firm planujących bezpośrednio inwestycje zagraniczne. Dodatkowo, w ramach Programu, zapraszam Państwa do aktywnego uczestnictwa w konferencjach, misjach handlowych i misjach wirtualnych.

SĄSIEDZKIE BRATERSTWO

POLSKA – BIAŁORUŚ – UKRAINA

„Ze wschodnimi sąsiadami – jacy by nie byli – trzeba żyć dobrze, a umieć z nimi współpracować, handlować – to jest kunszt, prawdziwy majstersztyk podlaskiego biznesu” – tymi słowami Witold Karczewski Prezes IPH otworzył spotkanie „Współpraca Handlowo Gospodarcza na linii Polska-Białoruś-Ukraina”, jakie miało miejsce 22 maja 2015 r. w Izbie Przemysłowo-Handlowej w Białymstoku. Było to kolejne spotkanie promujące rynki zagraniczne.

NA WYCIĄgniĘCIE RĘKI

Wschodnie rynki – tak bardzo upragniony kierunek ekspansji podlaskich firm, nadal pozostają niespenetrowane w wielu obszarach. Wynika to nie z braku potencjału polskich inwestorów, czy nasycenia rynku, ale najzwyczajniej w świecie z mitów i nieudowodnionych obaw mentalnych podlaskich przedsiębiorców. Czy ukraińskie i białoruskie rynki będące w zasięgu ręki podlaskich przedsiębiorców są nadal nieosiągalne? A może czas wyciągnąć po nie ręce? Obawy wynikają głównie z mitów, a mity można obalić faktami. Co do zasady „myślenie ma przyszłość”, myśląc o gospodarczej przyszłości o obszarach inwestycyjnych wschodnich rynków, może warto przemyśleć co jest faktem, a co mitem w biznesie z Białorusią i Ukrainą?

MITY I FAKTY WSPÓŁPRACY ZE WSCHODEM

- 1 problemy w uzyskiwaniu zwrotu podatku VAT(mit) / na Białorusi rejestrując działalność w małej miejscowości podatek ten ma stawkę 0% (fakt)
- 2 powtarzające przypadki niewywiązywania się ukraińskich kontrahentów z zawartych kontraktów z polskimi firmami (mit) / w każdym biznesie ryzyko niewypłacalności kontrahenta istnieje (fakt)
- 3 zmienność i brak spójności ukraińskich przepisów prawnych z przepisami UE (fakt i mit) / istnieje kraj o stabilnym systemie prawnym (mit)
- 4 niedostateczne wsparcie inwestorów przez władze lokalne (mit) / tworzone są liczne zachęty dla inwestorów zagranicznych w szczególności w postaci preferencji podatkowych (fakt)

CZY Z KORUPCJI SIĘ WYRASTA?

Mitem, którego niestety, nie obala nieistniejący fakt i który jest jednym z najistotniejszych problemów w prowadzeniu działalności gospodarczej na Ukrainie – jest korupcja. Przybiera ona szeroką skalę, która w kraju nad Dnieprem

▶ STAŻE DLA STUDENTÓW POLSKIEGO POCHODZENIA W PODLASKICH FIRMACH

To że Podlasie kształci dobrych fachowców wiadomo nie od dziś. To że młodzi, zdolni Polacy emigrują na drugą stronę Wisły, na drugą stronę granicy – też nie jest nowością. Co zrobić aby kierunkiem emigracji młodych, zdolnych studentów polskiego pochodzenia zza wschodnie granicy było Podlasie?

Odpowiedź jest prosta: nie być biernym, ale aktywnym i działać!

Działaj: jesteś przedsiębiorcą i funkcjonujesz w obszarach: ekonomia, elektronika, elektrotechnika, logistyka, automatyka i robotyka, informatyka, budownictwo, budowa maszyn i mechatronika?

Nie ponosząc żadnych kosztów, przyjmując studenta polskiego pochodzenia na jednomiesięczny staż w okresie od czerwca – października 2015 będziesz miał wpływ na kształtowanie zawodowej drogi młodego człowieka jednocześnie osiągając biznesowy cel: zdobędziesz kontakty – tak istotne w relacjach biznesowych we wchodzeniu na obce rynki: Białorusi, Litwy, Łotwy, Mołdawii, Rosji czy Ukrainy.

Program realizowany jest przez Fundację SEMPER POLONIA oraz Krajową Izbę Gospodarczą.

▶ Więcej informacji: Biuro IPH Białystok, tel. 85 652 - 56 - 45

jest najwyższa w całej Europie. Ale bądźmy pozytywnej myśli, jak podkreślił biorący udział w spotkaniu Andrzej Drozd Wiceprezes Polsko-Ukraińskiej Izby Gospodarczej „korupcja jest i będzie, ale Ukraina się zmienia, nie tak szybko jakbyśmy chcieli, ale zmiany są zauważalne”. Dla firm, które nie miały doświadczeń we współpracy z Ukrainą, wejście na ten rynek jest jak pójście na żywioł – wiąże się z ryzykiem – tak jak w każdym biznesie, wynikającym głównie z inflacji, biurokracji, korupcji. I tak jak w każdym biznesie – trzymając się zasady: kto nie „ryzykuje ten nie zyskuje”, rynek ukraiński ma niezliczone obszary biznesowe czekające na zagranicznych inwestorów. „Obszarom tym należy się najpierw dokładnie przyjrzeć a potem penetrować” – radzi Andrzej Drozd.

PARTNERSTWO PONAD WSZYSTKO – „WRÓCIŁEM – BOGATSZY O DOŚWIADCZENIA BOGATSZY O ZYSKI”

Ukraina jest bogatym krajem w czarnoziemi i może być źródłem bogactwa dla biznesmenów umiejących odnaleźć ukraiński kawałek ziemi, by zasadzić w nim polskie ziarenko własnego biznesu, by potem zbierać plony i wracać na wieloletnie zbiory. Jak być żniwiarzem w takich biogospodarczych warunkach?

„Z jednej strony to my uczyliśmy się Ukrainy ale z drugiej mieliśmy okazję uczyć Ukrainę standardów europejskich. Nie było to łatwe, musieliśmy zrozumieć jak to funkcjonuje po ich stronie, pokazać jak to funkcjonuje po naszej stronie i znaleźć rozwiązanie, które będzie dla obu stron satysfakcjonujące i to było przepustką sukcesu naszych projektów na Ukrainie. Sukces ten był duży ponieważ wygrywalimy projekty, które do tej pory były zarezerwowane dla administracji czy służb mundurowych. Odnosiliśmy sukces dzięki partnerstwu” – twierdzi Sebastian Rynkiewicz – wiceprezes Tomas Consulting

DO BIAŁORUSI BLIŻEJ NIŻ DO UKRAINY

Białoruś to kraj z przetartymi szlakami wymiany handlowej. Rynek białoruski nie napawa takimi obawami jak rynek ukraiński. Dlaczego tak jest? Wynika to z większego zaufania do białoruskich partnerów niż ukraińskich. Przynosi to wymierne efekty – na Białorusi działa ponad 360 przedsiębiorstw z udziałem polskiego kapitału, a wśród nich chociażby podlaski UNIBEP. W odróżnieniu od współpracy z Ukrainą podlascy przedsiębiorcy już mają doświadczenie w handlu z Białorusią, które zbudowane zostało na wzajemnym zaufaniu i partnerstwie właśnie. Biorący udział w spotkaniu, Konsul Generalny Republiki Białoruś w Białymstoku Aleksandr Berebenya, podkreślił, że Białoruś stawia na inwestorów, wiele krajów już ma tutaj inwestycje, pojawiają się inwestorzy z dużym kapitałem. Firmy z Podlasia również są mile widziane, atutem dla nich jest bliskość granic i bliskość kulturowa. Myśląc o ekspansji międzynarodowej, warto pomyśleć o najbliższym sąsiedzie.

Obszary inwestycyjne czekające na inwestorów na Ukrainie:

- energetyka,
- branża rolno-spożywcza
- rolnictwo
- budownictwo
- dobra konsumpcyjne
- sektor usług

Obszary inwestycyjne czekające na inwestorów na Białorusi:

- farmaceutyka, biotechnologie
- rolnictwo
- transport, logistyka
- IT
- technologie energooszczędne

Zgodnie z zasadą: „Nie należy bać się nieznanego, należy dążyć do poznania”. Białoruś jak i Ukraina poprzez właśnie takie spotkania, jak to, które miało miejsce w Izbie Przemysłowo-Handlowej w Białymstoku otworzyły drzwi dla podlaskich biznesmenów. Teraz należy tylko ostrożnie zajrzeć, podjąć decyzję o wejściu, następnie nie bać się wejść, wziąć to po co się przyszło i zachować kluczyk na inwestycyjną przyszłość.

WSPÓŁPRACA TRANSGRANICZNA

PODLASKICH PRZEDSIĘBIORSTW

Podlaskie przedsiębiorstwa poszukując nowych rynków zbytu, ale także dążąc do uzyskiwania konkurencyjnych źródeł zaopatrzenia wzmacniających ich konkurencyjność, mogą brać pod uwagę wykorzystanie przygranicznego położenia i potencjału pobliskiego rynku białoruskiego. Białostocka Fundacja Kształcenia Kadr, wraz z partnerami z Białorusi i Ukrainy, przeprowadziła badania na temat stanu i perspektyw rozwoju współpracy transgranicznej na wschodniej granicy Polski. Łącznie zebrano opinie 400 przedsiębiorców po obu stronach granicy. Firmy dostrzegają możliwości poprawy swojej konkurencyjności dzięki nawiązywaniu współpracy transgranicznej, szczególnie poprzez: posiadanie branżowych i międzynarodowych certyfikatów, dostęp do zasobów, obniżenie poziomu kosztów całkowitych, czy większą gęstość i zasięg posiadanej sieci dystrybucji. Firmy dostrzegają także możliwości wykorzystania współpracy z partnerami po drugiej stronie granicy do: częstszego od innych wprowadzania na rynek nowych wyrobów, rozbudowania nieznanych dotychczas potrzeb, promocji sprzedaży, zapewnienia odmienności oferowanych produktów, wzmocnienia reklamy, zapewnienia klientom dogodnego dostępu do produktów, obniżenia ceny usług posprzedażnych. W badaniu ujawniła się pozytywna opinia przedsiębiorców na temat możliwości wpływu współpracy transgranicznej nie tylko na ich własne firmy, ale i na rozwój regionu. Świadczą o tym wysokie odsetki wskazań na oczekiwania pozytywnych skutków współpracy transgranicznej w takich aspektach jak: wzrost konkurencyjności regionu (83%), lepsza promocja regionu (87%), wymiana wiedzy i doświadczeń (86%), czy możliwości pozyskania dodatkowych środków finansowych (82%).

ZAWSZE MOŻE BYĆ LEPIEJ

Z pozytywnymi opiniami o korzyściach współpracy transgranicznej nie idą w parze dane o obecnym stanie współpracy w podlaskich firmach. Dotychczas przedsiębiorstwa w bardzo ograniczonym zakresie prowadzą współpracę transgraniczną z przedsiębiorstwami z obwodu grodzieńskiego. Można uznać, że nie wykorzystują w pełni swojego potencjału współpracy zarówno w przypadku sprzedaży, jak i zaopatrzenia na tym rynku transgranicznym. Spośród 100 przedsiębiorstw prowadzących działalność na terenie podregionu białostocko-suwalskiego,

objętych badaniem ankietowym, większość nie wykorzystuje relacji międzynarodowych. Tylko co czwarty respondent prowadzi eksport bezpośredni swoich produktów, zaś co piąty zajmuje się importem bezpośrednim. Nieco mniej, bo 16% badanych przedsiębiorstw eksportuje pośrednio, zaś import z pośrednictwem innych podmiotów jest stosowany przez 15% badanych. Spośród badanych firm 13 ma strony internetowe w językach obcych. Co dziesiąty respondent (9,0%) wskazał na posiadanie odpowiednich certyfikatów, zezwoleń, czy dopuszczeń do obrotu na rynkach zagranicznych. Tylko niewielka część firm działa na rynku obwodu grodzieńskiego. Najwięcej – 7% badanych – realizuje eksport bezpośredni, zaś 3% wykorzystuje eksport pośredni. Łącznie podobna liczba – 10% przedsiębiorstw – prowadzi import. Przy czym połowa z nich wskazała na import bezpośredni, a druga część na pośredni. Jedynie 2% podmiotów ma odpowiednie certyfikaty i zezwolenia dotyczące rynku białoruskiego, kolejne 2% zatrudnia zagranicznych pracowników z tego obwodu. Po jednej odpowiedzi udzielono odnośnie kooperacji produkcyjnej z partnerem z Białorusi, zakupu licencji / technologii oraz strony internetowej w języku obcym.

MOŻLIWOŚCI JEST WIELE

Rynek białoruski nie tylko nie jest jak dotychczas ważnym rynkiem ekspansji podlaskich przedsiębiorstw, ale także nie jest rynkiem pozyskiwania konkurencyjnego zaopatrzenia. Na rynku transgranicznym pozyskuje niezbędne materiały jedynie 3% badanych firm. Natomiast zaopatrzenie tzn. inwestycyjne, rozumiane jako zakup maszyn, urządzeń czy technologii, w obwodzie grodzieńskim dokonywane było jedynie przez 2% przedsiębiorców. O możliwościach przyszłego rozwoju relacji handlowych z Białorusią może jednak świadczyć fakt, że część badanych firm współpracuje z podmiotami znajdującymi się po drugiej stronie granicy. Współpraca ta jednak występuje bardzo rzadko. Jeśli już to najczęściej wskazywano na współpracę z firmami zajmującymi się podobnym rodzajem działalności (9%). Zaledwie 3% ankietowanych wyróżniło kontakty z dostawcami, zaś po jednym podmiocie wskazało na relacje z firmami konsultingowymi, czy ze stowarzyszeniami branżowymi. Godne uwagi jest odnotowanie faktu, że 5% respondentów wskazało na współpracę z uczelniami wyższymi na Białorusi.

KONTAKTY BYŁY, SĄ I BĘDĄ NAJWAŻNIEJSZE

Na podstawie powyższych wyników badań trzeba stwierdzić, że większość badanych przedsiębiorstw z województwa podlaskiego nie wykorzystuje położenia transgranicznego w swoich strategiach działania. W niewielkim zakresie stosują różne formy internacjonalizacji, nawet te bardzo proste i dość łatwe do wprowadzenia. Rynek transgraniczny nie jest istotny zarówno jeśli chodzi o sprzedaż, jak i o zaopatrzenie. Potencjał współpracy transgranicznej i w tym obszarze nie jest przez firmy z regionu wykorzystany. Wśród trudności, jakie mogą stanąć na drodze współpracy transgranicznej przedsiębiorstw wskazywano przede wszystkim słabo rozwinięty system informacji (według 70%). Trudność stanowić może też ograniczona aktywność ze strony urzędów i ich pracowników w kwestii nawiązywania współpracy z podmiotami z zagranicy (69%). Również często wskazywano na możliwość wystąpienia utrudnień jakimi są niestabilność przepisów, a także skomplikowane procedury uzyskania środków pomocowych (po 69% odpowiedzi respondentów). Problemem może być również nieprecyzyjność, czy też brak spójności przepisów, a także skomplikowana procedura zawierania umów (po 67%). Wielu badanych wskazało na brak odpowiednich przepisów i norm prawnych oraz niską liczbę ofert współpracy (64%). Dwie trzecie badanych stwierdziło, że problemem jest mała liczba przejść granicznych, jak również ich ograniczona przepustowość (61%).

WSPARCIE ADMINISTRACYJNE JEST NIEODZOWNE

Przedsiębiorcy opowiadają się za rozwojem współpracy transgranicznej przedsiębiorstw. Wynikają z tego szerokie potrzeby w zakresie wsparcia współpracy transgranicznej. Dwie trzecie respondentów uznało, że głównym zadaniem władz lokalnych powinny być działania informacyjne, a także uproszczenie procedur administracyjnych oraz zmniejszenie skutków różnic w systemach prawnych po obu stronach granicy. Średnio po 44% przedsiębiorców stanęło na stanowisku, że zadaniem samorządu lokalnego w procesie rozwoju współpracy transgranicznej powinno być tworzenie infrastruktury oraz wspieranie potrzeb finansowych związanych ze współpracą transgraniczną. Respondenci docenili znaczenie podnoszenia świadomości przedsiębiorców. Prawie dwie trzecie firm oczekuje od władz wsparcia w zakresie organizacji targów, wystaw dla firm krajowych na terenie transgranicznym, a nieco ponad połowa organizacji targów i wystaw organizowanych w regionie dla firm z obszaru transgranicznego. Podobnie po około 45% firm oczekuje wsparcia w obszarze promowania gospodarki/przedsiębiorstw po drugiej stronie granicy oraz pomocy w nawiązywaniu kontaktów czy poszukiwaniu partnerów.

Można podsumować, iż w opiniach przedsiębiorców we współpracy transgranicznej kryje się jeszcze znaczący potencjał rozwoju.

Do jego lepszego wykorzystania potrzebna jest jednak wspierająca aktywność władz publicznych, szczególnie samorządowych.

Dr hab. Bogusław Plawgo, prof. UwB,
Białostocka Fundacja Kształcenia Kadr
Dr Magdalena Klimczuk-Kochańska,
Białostocka Fundacja Kształcenia Kadr

Centrum Obsługi Inwestorów i Eksporterów (COIE) w Białymstoku

działające w strukturach Urzędu Marszałkowskiego
Województwa Podlaskiego
zaprasza na bezpłatną

konferencję biznesową o tematyce multisektorowej:
promującej potencjał eksportowy, innowacyjny
i inwestycyjny województwa podlaskiego w sektorach
wysokiej dynamiki wzrostu: maszynowy, jachtowy,
drzewny, w tym budownictwo domów drewnianych.



MOTORY WZROSTU GOSPODARCZEGO PODLASIA

PROGRAM KONFERENCJI OBEJMUJE:

- prezentacje istniejących grup i struktur w sektorze maszynowym, jachtowym, drzewnym
- case study na przykładzie podlaskich przedsiębiorstw
- wystąpienia radców handlowych wybranych krajów
- wystawa ofert firm sektorowych biorących udział w konferencji

Konferencja odbędzie się w dniu 15 czerwca 2015 roku,
w godzinach 9.00-16.00
w Białostockim Parku Naukowo-Technologicznym
ul. Żurawia 71, Białystok

Ze względów organizacyjnych prosimy o potwierdzenie obecności
do dnia 12.06.2015 roku pisemnie na adres e-mail: biuro@iph.bialystok.pl
lub telefonicznie pod numerem 85 652 72 69 lub 85 652 56 45



Projekt jest współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego
w ramach Poddziałania 6.2.1 „Wsparcie dla sieci Centrów Obsługi Inwestorów i Eksporterów”
Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka 2007-2013

5S

HASŁO -CZY POMOCNE NARZĘDZIE W ZARZĄDZANIU?

Istnieje taki etap rozwoju, na którym każda firma powinna lub zaczyna poszukiwać skutecznych sposobów i metod poprawy swego funkcjonowania. Przyczyny tego są różne: dynamiczny rozwój, nowy Klient, świadomość konieczności podniesienia poziomu jakości, albo głód wiedzy, która innym pomaga funkcjonować więc i my chcemy z niej skorzystać. Wówczas pojawia się odwieczne pytanie: od czego zacząć? Co zrobić, aby właściwie rozpocząć ścieżkę poprawy funkcjonowania firmy, poprawy jakości, uzyskiwania oszczędności?

■ ZACZYNAMY OD POCZĄTKU

Odpowiedź jest prosta: najlepiej zacząć od podstaw. Tak jak zaczynaliśmy naszą edukację szkolną - małymi krokami, klasa po klasie, stopień po stopniu budując naszą mądrość przez doświadczenie wypracowane przez innych i sprawdzone na własnym terenie. Więc co jest tym właściwym początkiem? 5S, choć już w wielu firmach sprawdzono, iż dodatkowe szóste S jeszcze wydatniej pomaga w dążeniu do poprawy funkcjonowania, 5S to swoisty fundament doskonałości. To narzędzie które wymaga i uczy dyscypliny. Zrozumienie co to jest to 5 czy 6S to klucz do właściwego wdrożenia i czerpania korzyści z wdrożenia.

■ CZYM JEST 5S?

Trzeba wiedzieć, że 5S nie jest tzw. „house-keeping’iem” czyli „Perfekcyjną Panią domu” w wydaniu firmowym. To znacznie więcej. 5S to:

Praca zespołowa ponieważ angażuje wszystkich i dzięki temu pomaga budować zespół.

Metodą organizacji budującą kulturę, która podtrzymuje bezpieczne, dobrze zorganizowane i wysoce wydajne miejsce pracy.

Narzędzie wizualizacji służące uwidacznianiu marnotrawstwa. Czyni widocznymi odchylenia od standardu dzięki czemu szybciej eliminuje się przyczyny problemów.

Podstawa budowania kultury wysokiej jakości. Wdrażamy i utrzymujemy standardy. Kolejny krok to usprawnianie standardów czyli wnoszenie ich na wyższy poziom.

Powszechność. Nie ma miejsca, które się wyłamuje ponieważ od razu jest widoczne.

Miernik jakości zarządzania. Jest to narzędzie, które od razu pokazuje czy postępuje się wg ustalonych standardów a standard to podstawa dobrego funkcjonowania.

Jest trudniejsze niż się wydaje ponieważ wymaga i uczy dyscypliny. Poniekąd sukces wdrożenia zależy od pewnej maksymy: „Maszeruj albo giń”.

■ OD CZEGO ZACZAĆ?

Jak zacząć wdrażać 5S? Od lekcji wiedzy i doświadczenia ze źródła, które to już zrobiło.

- 1 Najlepiej zaprosić kogoś z doświadczeniem, aby nie trzeba było odkrywać „praw fizyki”. Organizacja jeśli chce się rozwijać to musi się uczyć. Nauka trwa długo, dlatego też na samym początku szybciej, taniej i skuteczniej jest skorzystać z trenera-wdrożeniowca z zewnątrz.
- 2 Kolejny krok to zaplanować gdzie chcemy rozpocząć i najważniejsze dlaczego tam. Najskuteczniejszą metodą uczenia jest nauka przez pracę, dlatego warsztat praktyczny połączony z dawką wiedzy teoretycznej najlepiej uderza do głowy i w obszar.
- 3 Przeprowadzić warsztat w miejscu modelowym nie zapominając, że miejsce w którym odbędą się działania ma swojego właściciela i ludzi którzy tam pracują. Jeśli działań nie przeprowadzą właściciele i użytkownicy obszaru to fiasko jest murowane. Przejdź przez pierwsze trzy eSy (cztery łącznie z Bezpieczeństwem).
 - a.0S – Safety – Bezpieczeństwo przede wszystkim – zadbaj o bezpieczne miejsce pracy.
 - b.1S – Selekcja – usunąć to co niepotrzebne. Jeśli są wątpliwości to odstawić rzeczy w miejsce zwane RED TAG, które należy utworzyć.
 - c.2S – Systematyka – znaleźć właściwe miejsce dla używanych rzeczy. W myśl zasady „miejsce na wszystko, wszystko na swoim miejscu”
 - d.3S – Sprzątanie – do czysta. Ma być widoczne, gdzie i w jaki sposób pojawia się problem.
- 4 Po warsztacie opracować standardy wizualne, ale i audytowe. Część pracy już jest wykonana przy drugim eSie, ale to był początek. Kluczem jest wizualizacja i myślenie kolorami.
- 5 Opracować plan wdrożenia na poszczególnych obszarach organizacji i rozpocząć jego wdrażanie.
- 6 Rozpocząć audytowanie i pozytywne pobudzanie do rywalizacji służącej podnoszeniu poziomu jakości wykonywanej pracy. Podnoszenie poziomu standardów pracy spowoduje usprawnienie działania firmy na praktycznie całym froncie.
- 7 Porównywanie z innymi – benchmark. Podczas całego procesu wdrożenia pierwszej fazy dobrze jest współpracować z zewnętrznym źródłem aby nie odkrywać prawd odkrytych. Natomiast dalsza współpraca jest niezbędna aby mieć możliwość zadawania pytań jak inni radzą sobie w podobnych tematach, wizytować miejsca warte podpatrywania.

Siła 5S jest nie do przecenienia. Warto jest podjąć wysiłek i czerpać całymi garściami z korzyści jakie niesie ze sobą 5S. Nie jest to „moda”, ale narzędzie wspomagające pracę niezbędne w każdym czasie i w każdej firmie bez względu na branżę i specyfikę. Na koniec jeszcze jedno. Jeżeli ktoś zapyta jak dokładnie wygląda droga dojścia do 5S odpowiem słowami Joana Manuela Serrata: „Nie ma drogi – budujemy ją, kiedy ruszamy w podróż” – i do podróży pod moją opieką zapraszam.



Sławek Dobrzański
www.usprawniaj.pl

PRZEDSIĘBIORCY SKAZANI NA „BADANIA I ROZWÓJ”



„Badania i rozwój” to stwierdzenie przedsiębiorcy zaczynają odmieniać przez wszystkie przypadki. Wszystko za przyczyną nowej unijnej mody. Polska przystępując do UE, zmuszona została do przyjęcia retoryki wizji określonej wspólnie dla wszystkich państw członkowskich. Ma ona również, a może nawet przede wszystkim, odniesienie do przedsiębiorczości. Unia nieustannie poszukuje pomysłu na rozwój gospodarczy. Praktykuje w tym względzie podejście systemowe. Przejawia się ono tym, że oto najpierw wielkie umysły określają priorytety i cele, następnie tworzą założenia i teorie by ostatecznie przedstawić gotowe rozwiązania w postaci programów wdrożeniowych. Zgodnie z tymi założeniami, obecna perspektywa 2014-2020 finansowa programów pomocowych UE, ma ociekać badaniami i rozwojem.

POWTÓRKA Z ROZRYWKI

Do unijnej metodologii kreowania rozwoju mieliśmy czas przywyknąć. Poprzednia perspektywa finansowa 2007-2013 również miała swoje hasło przewodnie, były nim „innowacje”. No i zaczęło się. Aby uzyskać dotację, firmy były „zmuszane” do udawadniania, że celem ich istnienia jest bycie innowacyjnym. Innowacyjne były technologie, procesy, produkty. Wykazaliśmy jej istnienie w skali przedsiębiorstwa, regionu, kraju a nawet świata. Czy to oznaczało, że dokonaliśmy ogromnego skoku cywilizacyjnego, że poprzednio myślenie przedsiębiorcy planującego nowe inwestycje, było pozbawione pierwiastka innowacyjności? Otóż nie, wszystko rozchodziło się o definicję innowacyjności, a w zasadzie o jej brak. Przedsiębiorcy wykazali się tutaj jasnością umysłu, jeśli coś miało być innowacyjne, to było. Rozwiązań, zależnie od potrzeby było wiele. Były opinie o innowacyjności pisane na zamówienie, były raporty wskazujące na datę wdrożenia danego modelu maszyny na rynek, były słowotwórcze opisy udowadniające, że takie, czy inne rozwiązanie jest innowacyjnym podejściem.

DLACZEGO MAMY POSTAWIĆ NA B+R?

Bo w unijnej gospodarce nie jest najlepiej, a przynajmniej tak dobrze jak byśmy chcieli. Dlaczego? – bo w niedostatecznym

stopniu stawiamy na badania i rozwój. W opracowanej przez Komisję Europejską strategii Europa 2020, rekomendowane są zalecenia, by na inwestycje w badania i rozwój przeznaczane było 3% PKB całej UE. Polska ma na tym polu ogromne braki. Szacuje się, że w naszym kraju nakłady przedsiębiorstw prywatnych na B+R w relacji do PKB, wynoszą około 0,4%. Mimo, że w okresie ostatnich pięciu lat wzrosły one niemalże dwukrotnie, to i tak do unijnego progu dzieli nas ogromny dystans. Wnioski? Według unijnych urzędników, tak dalej być nie może, jeśli polscy przedsiębiorcy chcą unijnych dotacji – muszą przestawić myślenie w kierunku badań i rozwój.

JAK TO ŁATWO POWIEDZIEĆ

Wdrożyć w życie badania i rozwój – jak to łatwo powiedzieć. Pytanie jak to zrobić, skoro większość firm nie ma na tym polu żadnych doświadczeń? Sytuację dodatkowo komplikuje, brak jednoznacznej definicji, czym są owe badania i rozwój. Czyżbyśmy mieli powtórkę z rozrywki, w której sami sobie musimy dointerpretować to określenie, tak jak to miało miejsce w przypadku innowacji? Sytuacja wygląda na dużo bardziej skomplikowaną. Badania i rozwój to nic innego jak wyższy stopień wtajemniczenia procesu innowacji. Przy czym za nie wystarczające w tym wypadku uznaje się jedynie stwierdzenie poparte takim czy innym dokumentem, że jesteśmy

innowacyjni. W przypadku działań z zakresu badań i rozwoju mówimy o pewnym procesie, ukierunkowanym na wypracowanie innowacyjnych rozwiązań i doprowadzenie ich do takiego stanu, w którym mogą być podane komercjalizacji. W praktyce oznacza to tworzenie w przedsiębiorstwach ośrodków badawczo-rozwojowych, odpowiedzialnych za poszukiwanie mniej lub bardziej nowatorskich rozwiązań, którymi można zaskoczyć konkurencję.

ZASKOCZYĆ KONKURENCJĘ

Zaskoczyć konkurencję – to stwierdzenie, brzmi dużo lepiej niż B+R i jest powszechnie praktykowane. Każdy kto prowadzi działalność gospodarczą, koncentruje swoją uwagę na tym, jak być o krok przed konkurencją, jak zaskoczyć klienta swoją nowatorską ofertą. Proza dnia codziennego bycia w biznesie. Jeśli fakt potrzeby zaskoczenia konkurencji zdefiniujemy jako planowe działanie, na które jesteśmy w stanie przeznaczyć określony budżet i zaangażować zespół ekspertów, to jesteśmy w domu. Warto wspomnieć, że ośrodki badawczo-rozwojowe w poprzednim systemie były często praktykowane. Wiele większych zakładów produkcyjnych miało wydzielone działy B+R. Słowem kluczem wydaje się tutaj być stwierdzenie „większe”. Duże zakłady posiadają wymagany potencjał do tego by myśleć o badaniach i rozwoju systemowo. Tak było wcześniej i tak jest teraz, czego przykładem mogą być profesjonalne działy B+R w podlaskich firmach jak np. Mlekovita czy AC. Dużo trudniej tak rozumiane badania i rozwój zaaplikować w małych firmach, które jak wiemy, głównie tworzą strukturę polskiej gospodarki. MSP też są postępowe,

też myślą jak udoskonalić to co jest, jak zaskoczyć konkurencję, stosują jednak inne rozwiązania, odpowiadające ich możliwościom. Bazują tutaj na własnej inwencji i kreatywności zaczerpniętej z obserwacji i znajomości własnego otoczenia w którym działają. Ograniczają przy tym budżety do minimum, najczęściej uznając wydatki związane z poszukiwaniem nowych rozwiązań w bieżące koszty działalności. Jest to między innymi jedna z przyczyn, dla których statystyczne wydatki na B+R są w polskich firmach tak niskie – często są ponoszone ale sporadycznie wykazywane. Swój przyczynek w tym zakresie mają przepisy podatkowe, które z uwagi na swoją zawziętość, kreatywne bywają tylko z nazwy.

POLAK POTRAFI

Może wcale nie jest tak źle z polską kreatywnością. Tu i ówdzie słyszymy, że ktoś zdobył nagrodę za innowacyjny produkt. Studenci z PB swoim łazikiem podbijają kosmos, śmiało próbują swoich sił tworząc bolid. Potrafimy zaskoczyć, zadziwić innych. Polscy wytwórcy właśnie przechodzą transformację. Stawiają kolejny krok w swoim rozwoju. Początkowo pełnili głównie rolę podwykonawców, potem podpatrywali innych i produkowali podobne wyroby, dzisiaj coraz częściej wdrażają własne, autorskie produkty. Niema w tym nic nadzwyczajnego. Normalna kolej rzeczy. Tak powstają wynalazki, czasami duże, czasami małe. Czy jest to zatem doskonały czas by wystartować z programem wsparcia B+R? Przedsiębiorcy nie przyjmują tego pomysłu z entuzjazmem. Dlaczego? Urzędnicy chcą dotować B+R na swoich warunkach, według własnego konceptu związanego z podejściem systemowym. Takie podejście nie do

CZAS SIĘ DOGADAĆ

badanie, testy, ślepa próba, założenia, udawadnianie tezy, sprzężenie zwrotne, odchylenie standardowe, błąd statystyczny – takim językiem mówią naukowcy

wynik, efekt, zainteresowanie rynku, komercjalizacja, wydajność technologiczna, efekt skali, hit rynkowy, próg rentowności – takim językiem mówią przedsiębiorcy

końca odpowiada przedsiębiorcom, zwłaszcza z sektora MSP. Intencją twórców programów pomocowych jest wdrażanie B+R z wykorzystaniem zaplecza naukowego. Zlecenie prac badawczych dla naukowców podlaskim firmom wychodzi słabo. Przymuszanie do takich działań rodzi pytanie, czy nie będzie to miało jedynie charakteru fikcji.

MARIAŻ NAUKI Z BIZNESEM

Projekty unijne z obszaru B+R sprowadzają się do dofinansowania działań badawczych za jakie uważa się np. zlecenie części badań w formie podwykonawstwa jednostkom naukowym. Współpraca biznesu z nauką kuleje. Wiemy o tym od dawna. Co gorsza, nie mamy pomysłu jak to zmienić. Obie strony obwiniają się nawzajem. Przedsiębiorcy narzekają, na brak praktycznego podejścia, naukowcy na zbyt szerokie definiowanie zakresu badawczego. Aby zmienić ten stan rzeczy należałoby przede wszystkim zacząć od wzajemnego poznania się. Przedsiębiorcy muszą wiedzieć jakimi badaniami zajmują się naukowcy, jakie mają możliwości, jak wyposażone laboratoria. Naukowcy również mają swoją rolę do odegrania w formułowaniu realnych ofert, komunikacji nie z poziomu wielkiej nauki ale praktycznego efektu. Programy UE z zakresu B+R są dostępne, nie są one jednak łatwe. Mimo, że stanowią pewien czynnik presji, który „przymusza” do budowania wzajemnych relacji nauki z biznesem, nie powinniśmy jej opierać na wcześniej nabytych stereotypach, a rozpocząć organiczną pracę w naprawie procesu komunikacji. Tym bardziej, że nie mamy czasu na wzajemne urazy, pierwsze programy już ruszyły.

DOTACJE NA B+R TO NIE FIKCJA, TO JUŻ SIĘ DZIEJE

Pierwszy ruszył ogólnopolski Program Operacyjny Inteligentny Rozwój (POIR) zarządzany przez NCBiR. Od 4 maja do 31 grudnia br. w trybie ciągłym już trwa nabór wniosków w ramach Działania 1.1 „Projekty B+R przedsiębiorstw”, Poddziałania 1.1.1 „Badania przemysłowe i prace rozwojowe realizowane przez przedsiębiorstwa”. Budżet konkursu wynosi 1,6 mld zł. O dofinansowanie w ramach konkursu mogą ubiegać się wyłącznie podmioty spełniające kryteria mikro, małego lub średniego przedsiębiorcy. W IV kwartale br. zgodnie z zapowiedziami do konkursu w ramach działania 1.1. będą mogły również przystąpić firmy duże. W bieżącym roku mają również zostać odpalone inne projekty zarządzane przez NCBiR, mające na celu rozwój programów B+R. Zgodnie z harmonogramem we wrześniu uaktywniony ma zostać również Regionalny Program Operacyjny Województwa Podlaskiego (RPOWP), w którym w ramach działania 1.2 Wspieranie transferu wiedzy, innowacji, technologii i komercjalizacji wyników B+R oraz rozwój działalności B+R w przedsiębiorstwach. Będzie to kontynuacja działania tzw. „bonu na badania”. Jak widzimy B+R idą na pierwszy ogień, czy wykorzystamy tę okazję zależy od nas.

W TYM SZALEŃSTWIE JEST METODA

Trącająca trochę ironią metodologia wdrażania B+R może budzić obawy z zakresu celowości, możliwości wykorzystania zabudżetowanych w programach wsparcia dużych środków. Czy rzeczywiście jesteśmy w stanie przestawić się na myślenie w kategoriach badań i rozwoju? Zapewne nie od razu. Takie odgórne naciski i teza, że inni wiedzą lepiej co dla nas jest lepsze budzą pewne rozdrażnienie. Barania i Rozwój traktujemy jako nowomowę unijnej nomenklatury. Podobne skojarzenia budziły w nas zapisy dotyczące „innowacji” forsowane w poprzednim rozdaniu funduszy UE. Dzisiaj z perspektywy tego okresu, możemy powiedzieć, że w części przyniosły one skutek. Dzisiaj nikt nie kwestionuje, że musimy być innowacyjni, być na czasie, sięgać po najnowsze technologie. Nie jesteśmy i zapewne nie chcemy być postrzegani jako kraj trzeciego świata, upatrujący swoją przewagę jedynie w niskich kosztach pracy. Zostaliśmy zmuszeni do postawienia na innowacje i mimo, że niekoniecznie nam się to podobało - podporządkowaliśmy się tej doktrynie. W biznesie tak jak w życiu, terażniejszość nie istnieje. Jest przeszłość i przyszłość. Próbuje się nam wmówić, że myśląc o przyszłości powinniśmy postawić na badania i rozwój. Czy faktycznie tak jest? Możemy krytykować, czy nawet bojkotować ten pomysł. Narzekać, powtarzać stwierdzenia, że to nie działa, jest za trudne. Jednak, czy nam się to podoba czy nie, nowoczesny świat zmierza tą drogą. Od nas zależy czy podejmiemy rękawice. Pracy rzeczywiście jest wiele. Musimy nadrobić zmarnowany czas i budować doświadczenia we współpracy przedsiębiorców z naukowcami pamiętając, że nowoczesne przedsiębiorstwo jest skazane na „badania i rozwój”.



Mirosław
Leśniewski

PODLASKI BIZNES w liczbach



259

MIESZKANIA oddane do użytkowania w woj. podlaskim

13,4%

STOPA BEZROBOCIA w woj. podlaskim (03'2015)



do 47 KRAJÓW białostocka firma AC sprzedaje instalacje gazowe

171,2 mln l skup mleka w woj. podlaskim (03'2015)

CO-GDZIE-KIEDY w podlaskim biznesie

CO	GDZIE	KIEDY	ORGANIZATOR / ZGŁOSZENIA
Konferencja: „Mediacja gospodarcza w biznesie i administracji”	Sąd Rejonowy w Białymstoku, ul. Mickiewicza 103	8.06.2015	Izba Przemysłowo-Handlowa Białymstoku
Info Day - Horyzont 2020	Białystok	09.06.2015	Podlaska Fundacja Rozwoju Regionalnego i Regionalny Punkt Kontaktowy Programów Badawczych UE
Gięda kooperacyjna: EU- China Event	Mediolan w ramach EXPO 2015	9-10.06.2015	Podlaska Fundacja Rozwoju Regionalnego
Spotkanie Koperacyjne:Horyzont 2020 Badania, Rozwój i Innowacje	Ostrawa, Republika Czeska	11.06.2015	Podlaska Fundacja Rozwoju Regionalnego
Gięda kooperacyjna: Creativity and innovation in The Agro-food sector	Mediolan w ramach EXPO 2015	12.06.2015	Podlaska Fundacja Rozwoju Regionalnego
Konferencja: „Motory wzrostu gospodarczego Podlasia”	Białostocki Park Naukowo Technologiczny, ul. Żurawia 71	15.06.2015	Izba Przemysłowo-Handlowa Białymstoku na zlecenie Centrum Obsługi Inwestorów i Eksporterów w Białymstoku
Szkolenie: Fundusze Unijne obiecanki a rzeczywistość. Co zrobić aby firma mogła się rozwijać?	Hajnówka	16.06.2015	Podlaska Fundacja Rozwoju Regionalnego
Gięda kooperacyjna: Region Business Days	Luksemburg	17-18.06.2015	Podlaska Fundacja Rozwoju Regionalnego
Warsztaty: Vademecum rynków zagranicznych- Francja	Białystok	18.06.2015	Podlaska Fundacja Rozwoju Regionalnego
Wizyta studyjna: Klub Radców Handlowych	Suwałki - Grajewo - Augustów Białystok - Bielsk Podlaski	18-20.06.2015	Izba Przemysłowo-Handlowa w Białymstoku
Targi Business to Business „wpływ eksportu na rozwój regionu”	Białystok	20-06.2015	Suwalska Specjalna Strefa Ekonomiczna
Gięda kooperacyjna: EU - Japa Event	Mediolan w ramach EXPO 2015	10-11.07.2015	Podlaska Fundacja Rozwoju Regionalnego
Doroczny Koncert Izby	Białystok	04.09.2015	Izba Przemysłowo-Handlowa w Białymstoku
Wschodni Kongres Gospodarczy	Białystok	24-25.09.2015	Grupa PTWP SA



Kancelaria Księgowo-Audytorska „BUCHALTERIA”

Spółka z o.o. Spółka Doradztwa Podatkowego

Sąd Rejonowy w Białymstoku KRS nr 0000008530; NIP 542-030-13-89

Kapitał zakładowy: 130 000 zł

Kancelaria Księgowo-Audytorska „BUCHALTERIA” Spółka z o.o. Spółka Doradztwa Podatkowego na rynku firm audytorskich działa od 1990 r. Jest wpisana:

- na listę podmiotów uprawnionych do badania sprawozdań finansowych prowadzonych przez Krajową Radę Biegłych Rewidentów - pod numerem **297**;
- do rejestru osób prawnych uprawnionych do wykonywania doradztwa podatkowego prowadzonych przez Krajową Radę Doradców Podatkowych pod numerem **423**.

Kancelaria Księgowo-Audytorska „BUCHALTERIA”, jest jedną z niewielu tego typu firm w kraju, uprawnioną zarówno do prowadzenia audytu sprawozdań finansowych i wykonywania doradztwa podatkowego. Swoją markę na rynku firm audytorskich buduje od ponad 25 lat, posiada bogate doświadczenie, poparte specjalistyczną wiedzą w tych dziedzinach.

Skomplikowane otoczenie gospodarcze, niejasność przepisów prawnych i związane z tym zagrożenia, ryzyka i różne pułapki podatkowe, poważnie utrudniają prowadzenie firmy, budowanie jej wartości, zagrażają jej bezpieczeństwu i wywołują ujemne skutki często trudne do odwrócenia.

Zatrudnieni w **Kancelarii Księgowo-Audytorskiej „BUCHALTERIA” biegli rewidenci i doradcy podatkowi**, poprzez fachowe doradztwo podatkowe, rachunkowe i ekonomiczno-finansowe, są w stanie nie tylko skutecznie zagrożeniom tym przeciwdziałać i zapobiegać przed różnorodnymi „wpadkami”, ale też wzmacniać stabilizację finansową firmy.

Naszą mocną stroną, oprócz profesjonalnego badania sprawozdań finansowych firm różnych branż, wspomaganego programem informatycznym zwiększającym wiarygodność badania, jest doradztwo podatkowe, które oprócz rozwiązywania bieżących problemów podatkowych, jest ukierunkowane także, na udział w postępowaniach kontrolnych i podatkowych, przeglądy podatkowe, rozwiązywanie problemów związanych z zagadnieniami cen transferowych.

Oferujemy również bardzo specjalistyczne usługi wyceny przedsiębiorstw i udziałów spółek, kompleksowe usługi wspólnie ze współpracującymi z nami kancelariami prawnymi, związane z różnorodnymi procesami przekształceń, tj. przy podejmowaniu przez Klienta ważnych decyzji strategicznych.

Specjalizujemy się także w usługowym prowadzeniu ksiąg rachunkowych dla firm praktycznie z każdej branży, przy wykorzystywaniu nowoczesnych i bezpiecznych rozwiązań informatycznych, ułatwiających i przyspieszających kontakt z klientem.

Kancelaria Księgowo-Audytorska „BUCHALTERIA” Sp. z o.o. Spółka Doradztwa Podatkowego - jest członkiem Izby Przemysłowo Handlowej w Białymstoku oraz członkiem wspierającym Stowarzyszenie Księgowych w Polsce, Sygnatariuszem Kodeksu Zawodowej Etyki w Rachunkowości.

www.buchalteria.eu



HAMILTON POLAND

RZECZOZNAWSTWO I BADANIA LABORATORYJNE

ODDZIAŁ SOKÓŁKA

INSPEKCJE LABORATORIUM DORADZTWO

KONTROLA PALIW STAŁYCH, BIOPALIW STAŁYCH I SUROWCA DRZEWNEGO, PALIW CIEKŁYCH I PŁYNNYCH

- Usługi inspekcyjne, w tym między innymi pobieranie próbek biopaliw stałych/biomasy; węgla łącznie z ich przygotowywaniem z hałd, terminali przeladunkowych, wagonów
- Specjalistyczne i podstawowe badania laboratoryjne
- System Uwierzytelniania Biomasy na cele energetyczne



BADANIA ŚRODOWISKA

- Pobór prób
- Catoroczny monitoring kąpielisk i wód basenowych
- Badania ścieków, gleb, wód powierzchniowych i podziemnych, osadów ściekowych i gruntów, odpadów
- Kompleksowy monitoring składowisk odpadów
- Opracowania i dokumentacja



BADANIA ŻYWNOCI I PASZ

- Analizy chemiczne, w tym GMO, Alergeny, Identyfikacja gatunków mięsa i wiele innych
- Badania sensoryczne
- Badania konsumenckie
- Badania mikrobiologiczne



AK 011



AB 079

J.S. Hamilton Poland S.A. O/Sokółka

ul. Wodna 5, 16-100 Sokółka

Tel. +48 85 711 99 00,

E-mail: sokolka@hamilton.com.pl

DOŚWIADCZENIE | WIARYGODNOŚĆ | DOKŁADNOŚĆ | INNOWACYJNOŚĆ