

W NUMERZE

TRENDY

**Dobrze,
że Polska została
członkiem UE.....4**

**Bronimy lokalnego
biznesu.....6**

**Na inwestycjach
z OFE nadal
tracimy.....8**

**Promujemy biznes
i jego przyjaciół..... 10**

**Banki spółdzielcze
trzymają się
mocno..... 12**

RAPORTY

Pomorze..... 15

Kujawy.....30

**Pomorze
Zachodnie.....41**

Podlasie.....52

Warmia i Mazury....62

MARKETING

**Zapraszamy do
naszych klubów.....74**

**Program Rabatowy
Tęcza.....75**

Oddajemy w Państwa ręce czwarty numer magazynu „Europejska Firma”. Nazwaliśmy go tak, gdyż słowo „europejska” oznacza też nowoczesna, cywilizowana, kulturalna, ekologiczna. Od 6 lat każda polska firma jest jednocześnie europejska, gdyż nasz kraj jest członkiem Wspólnoty Europejskiej, a przedsiębiorstwa u nas działające muszą spełniać wysokie wymagania dotyczące ekologii, norm bezpieczeństwa, praw konsumentów. Ważnym elementem jest również działanie naszych firm na obszarze chronionym barierami celnymi i administracyjnymi ustanawianymi przez UE. W tym sensie każda firma działająca na tym terytorium jest firmą europejską, a podmioty z innych obszarów celnych są obce, bo konkurencyjne.

W działaniach Komisji Europejskiej można wyraźnie dostrzec takie rozróżnienie. Dba ona o nasze firmy jak o własne. Chroni je clami np. przed produktami z Chin, sprzedawanymi po dumpingowych cenach. Wspiera też rozwój europejskich przedsiębiorstw dotacjami.

W 2002 r. na publicznych spotkaniach przekonywałem do korzyści, jakie polska gospodarka odniesie z akcesji do UE. Wskazywałem na zmianę wizerunku naszego państwa wśród przedsiębiorców i menedżerów zagranicznych firm, co sprawi, że chętniej będą inwestowali w Polsce. Podkreślałem znaczenie zniesienia barier celnych z krajami, do których trafia duża część naszego eksportu, co ułatwi polskim firmom wymianę handlową. Za istotną uważałem również możliwość podjęcia legalnej pracy przez Polaków w wielu krajach Europy Zachodniej, szczególnie że bezrobocie w naszym kraju było wówczas wielkie. Zdawałem sobie sprawę, że UE jest organizacją mocno etatystyczną, że jej biurokraci mają tendencję do narzucania swoich pomysłów samodzielnym państwom, a część ich koncepcji jest niemądra. Korzyści z akcesji Polski do Wspólnoty miały jednak być większe. I tak się stało.

Ingerencje urzędników na rynku z reguły nie są dobre. Globalny krach gospodarczy, z którym mamy do czynienia, pokazuje jednak, że czasami bywają potrzebne. Analizując przyczyny kłopotów amerykańskiej gospodarki, szybko rosnącego tam bezrobocia, zauważyłem, że mają one związek z upadkiem małych i średnich firm handlowych i produkcyjnych, które nie wytrzymały w starciu z wielkimi koncernami i konkurencją z krajów niskokosztowych. Ewidentnie zaszkodziła im ekspansja wielkich sieci handlowych, które nie chcą na swoich półkach produktów lokalnych czy regionalnych firm, lecz wolą te dostarczane przez wielkie koncerny i reklamowane w telewizjach. Małe i średnie firmy handlowe i produkcyjne oraz miejsca pracy w nich niszczone są przez naturalne procesy gospodarcze związane z rozwojem technologii i wzrostem wydajności pracy. Jako liberałowi trudno było mi przekonywać do ingerowania w tę biznesową walkę. Zagrożenia związane z oligarchizacją gospodarki dla społeczeństwa i demokracji są jednak tak wielkie, że gdy je dostrzegłem jesienią 2008 r., zdecydowałem stanąć w obronie lokalnego biznesu. Przyszło mi to dość łatwo, gdyż od 6 lat zabiegam o interesy lokalnych banków spółdzielczych, których klientami są małe i średnie firmy, a od czterech lat wydaję magazyn „Europejski Bank Spółdzielczy”. W październiku 2008 r. ogłosiłem powstanie Instytutu Lokalnego Biznesu. Na razie to bardziej projekt marketingowy niż badawczy. Z jego pomocą chcę przekonywać do ochrony interesów lokalnych firm i banków, głównie po to, by chronić realne miejsca pracy w biznesie. Do swoich koncepcji przekonuję w Internecie na stronach www.ilb.edu.pl, www.ibs.edu.pl, www.europejskafirma.pl, w magazynach „Europejska Firma” i „Europejski Bank Spółdzielczy” oraz na konferencjach. O hamowaniu ekspansji hipermarketów dyskutowałem z prof. Grzegorzem W. Kołodką na naszym III Kongresie Zarządzania Należnościami w grudniu 2008 r.

Mówię o tym również na Konferencjach Lokalnego Biznesu. Zapraszamy na nie przedstawicieli dynamicznych firm, banków, gmin miast i powiatów. Promujemy też przyjaciół biznesu. Słowo „biznes” w czasach kryzysu nie jest dobrze kojarzone. Niesłusznie, bo tylko dynamiczne, dobrze zarządzane firmy i banki mogą wyciągnąć nas z kryzysu, stworzyć realne miejsca pracy i zapewnić zrównoważony rozwój w przyszłości.

Czwarty numer naszego magazynu trafi głównie do najdynamiczniejszych firm, banków spółdzielczych oraz urzędów gmin, miast i powiatów Polski północnej.

JERZY KRAJEWSKI

Europejska Firma

Ogólnopolski Magazyn
Instytutu Lokalnego Biznesu
Nr 1 (4) POLSKA PÓŁNOCNA
MARZEC 2010

Wydawca: ULAN Sp. z o.o.
Adres redakcji i wydawcy:
05-270 Marki
ul. Świerkowa 2a
tel./faks (22) 77 14 200

www.europejskafirma.pl

Red. naczelny: Jerzy Krajewski
e-mail: jerzy.krajewski@ilb.edu.pl
Skład: Jacek Niespodziany
Druk: ArtDruk, Kobyłka
Nakład: 3000 egz.

e-mail: info@europejskafirma.pl