

# Promujemy biznes

**N**aszym celem jest wspieranie rozwoju polskich firm, banków, gmin i miast oraz przekonywanie ich do tego, by same siebie nawzajem wspierały. Pokazujemy najdynamiczniejszych, by dać wzór innym ludziom.

W czasach kryzysu słowo „biznes” nie jest trendy. My jednak je podkreślamy, bo biznes jest bazą cywilizacji i kultury, zamożności i potęgi państw. Bez efektywnych firm, które tworzą realne, przynoszące dochody miejsca pracy, żaden kraj nie odniesie sukcesu. Promujemy biznes na różne sposoby w naszych czasopismach, w Internecie i na konferencjach. Organizujemy kilka konkursów, by pokazać dynamiczne firmy i banki oraz przyjazne im gminy i miasta. Robimy to wszystko bez grosza publicznych dotacji. Tak, by wszyscy byli zadowoleni.

## Metodologia wyceny

Celem Konkursu Gepardy Biznesu jest wyłonienie najdynamiczniej rozwijających się przedsiębiorstw. Wykorzystywana w nim metodologia pokazuje, ile warta byłaby firma, gdyby była notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.

W ciągu trzech lat oszacowaliśmy wartość rynkową kilkunastu tysięcy podmiotów. Do jej obliczania wykorzystujemy wskaźniki C/Z (cena do zysku netto), C/WK (cena do wartości księgowej, czyli cena do sumy funduszy

własnych i zysku netto) i C/PG (cena do przepływów gotówkowych, czyli cena do sumy amortyzacji i zysku netto) dla giełdowych branż z ostatnich dni roboczych marca, które podają nam analitycy z dziennika „Rzeczpospolita”.

Przyjęcie ostatniego dnia roboczego marca jako terminu porównań jest umowne. Tego dnia znane są już wyniki finansowe spółek za lata poprzednie, wyceny spółek powinny więc już je uwzględniać. Wartość rynkowa firmy jest średnią z trzech wycen osiągniętych z wykorzystaniem tych trzech wskaźników. Następnie porównywana jest dynamika średniej wartości rynkowej z kilku lat. Metodologia jest prosta, co jest jej zaletą. Pozwala szybko policzyć wartość tysięcy firm. Jeżeli założymy, że giełda jest racjonalna, oddaje wiernie



Kilka statuetek wręczył podmiotom wyróżnionym w Konkursie Gepardy Biznesu prof. Grzegorz W. Kołodko, były wicepremier i minister finansów. Prezes firmy Krismar, Ludmila Mikheikina, otrzymała również piękną maskotkę geparda. Pierwszy od lewej Jerzy Krajewski, Dyrektor ILB.

wyceny rynkowe. Jej cechą jest to, że podąża za trendami i modami na giełdzie, co promuje niektóre branże.

W trzeciej edycji Konkursu Gepardy Biznesu 2008, którą obecnie podsumowujemy, w okresie marzec 2006 – marzec 2008 inwestorzy giełdowi docenili budownictwo, gdzie wskaźniki w ciągu dwóch lat wzrosły średnio o 39 proc., i branżę materiałów budowlanych – wzrost o 29 proc. Za mniej perspektywiczne uznawali przemysł drzewny i papierniczy, gdzie wskaźniki spadły o 38 proc., informatykę – spadek o 34 proc. i przemysł lekki – spadek o 32 proc.

Ta zmiana nastawienia inwestorów giełdowych przekłada się na zmianę wycen firm. Wysoką pozycję w konkursie zapewnia jednak głównie dynamiczny wzrost zysku netto, wartości księgowej i amortyzacji.

Z analizy rankingów wynika, że inwestorzy giełdowi słusznie stawali na budownictwo. W zestawieniach zestawień jest wiele firm związanych z budownictwem komercyjnym i mieszkaniowym, wielu zarządców nieruchomości i producentów materiałów budowlanych.

W pierwszej edycji Konkursu Gepardy Biznesu był tylko jeden



Wyróżnieni uczestnicy Ogólnopolskiej Konferencji Gepardów Biznesu w Warszawie 1 października 2008 r.

# i jego przyjaciół

finał – ogólnopolski w Warszawie 9 czerwca 2006 r. Wzięło w nim udział ponad 120 osób. W drugiej – zorganizowaliśmy 15 wojewódzkich konferencji i jedną ogólnopolską, w których wzięło udział tysiąc osób. Miały one charakter szkoleniowo-referencyjny. Główne tematy to pozyskanie środków unijnych w nowym okresie rozliczeniowym 2007-2013 oraz źródła informacji o wiarygodności podmiotów gospodarczych. Na konferencjach wyróżnione firmy i banki spółdzielcze po otrzymaniu dyplomów i statuetek mogły zaprezentować siebie i swoje produkty. Kilkadziesiąt firm i kilka banków spółdzielczych przygotowało prezentacje multimedialne.

## Promocja lokalnego biznesu

W trzeciej edycji Konkursu Gepardy Biznesu statuetki i dyplomy są wręczane na Konferencjach Lokalnego Biznesu. Zmieniliśmy nazwę konferencji, by podkreślić znacznie lokalnych firm i banków dla gospodarki i rynku pracy.

Banki spółdzielcze startują w konkursach „Najdynamiczniejszy bank spółdzielczy”, „Bank Przyjazny Biznesowi” oraz „Najpiękniejszy bank spółdzielczy” i „Najlepsza kampania marketingowa banku spółdzielczego”.

W pierwszym są oceniane ze względu na dynamikę przychodów, zysku netto i aktywów. W drugim logo promocyjne „Bank Przyjazny Biznesowi” jest przyznawane na podstawie ankiet od klientów biznesowych. Prawo do jego używania ma oddział banku i bank, który zdobędzie średnią minimum 4 punkty na 6 możliwych.

W dwóch ostatnich konkursach zwycięzców wyłaniają kapituły.

Celem konkursów dla gmin, miast i powiatów jest zachęcanie władz samorządowych do wspierania lokalnego biznesu i ochrony miejsc pracy w lokalnych firmach i bankach.

Logo promocyjne „Gmina Przyjazna Biznesowi” jest przyznawane na podstawie ankiet od firm i banków. Prawo do jego używania ma gmina, która zdobędzie średnią minimum 4 punkty na 6 możliwych.

Tytuł Miasto Przyjazne Biznesowi 2009 przysługuje miastom, w których na 10 tys. mieszkańców działają więcej niż 2 firmy, wyróżnione w Konkursie Gepardy Biznesu 2008, a w ankietach od firm uzyskały średnią większą niż 4. Powiaty i starostów oceni kapituła.

Na naszych konferencjach dyplomy i statuetki odbierają prezesi firm i banków oraz prezydenci miast. Często wręczają je marszał-



Na Konferencji Gepardów Biznesu w Warszawie 25 czerwca 2008 r. statuetkę z rąk przedstawiciela Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego odebrał Paolo Cozza, Dyrektor Handlowy Bottari Polska Sp. z o.o. w Ożarowie Mazowieckim, znany z programu telewizyjnego „Europa da się lubić” (po prawej).

kowe województw lub przewodniczący sejmików wojewódzkich.

Konferencje są więc okazją do spotkania i poznania osób, które decydują o rozwoju biznesu na lokalnym rynku.

MICHAŁ ŻABIŃSKI

## Wskaźniki giełdowe do wyliczenia wartości rynkowej firm na koniec marca danego roku

Nazwa branży	2006			2007			2008			Zmiana wskaźników od końca marca 2006 do końca marca 2008**)
	C/Z <sup>*)</sup>	C/WK <sup>*)</sup>	C/PG <sup>*)</sup>	C/Z	C/WK	C/PG	C/Z	C/WK	C/PG	
Handel	29,8	3,1	16,9	32,1	4,4	21,3	17,9	2,8	14,5	-21
Budownictwo	23,0	3,5	19,1	29,9	6,2	27,3	35,8	4,2	27,3	39
Materiały budowlane	18,7	2,5	11,1	44,1	5,1	24,2	27,7	2,8	14,3	29
Przemysł lekki	25,1	5,1	17,8	139,4	3,4	29,9	25,4	1,8	12,3	-32
Przemysł spożywczy	21,7	2,3	12,5	20,7	3,6	12,4	15,1	3,1	9,1	-7
Przemysł chemiczny	16,5	2,0	9,6	44,4	2,9	19,3	10,8	1,8	7,4	-22
Przemysł elektromaszynowy	27,8	2,2	13,5	26,4	3,6	17,6	19,5	2,4	16,7	2
Telekomunikacja	19,1	1,7	5,5	22,2	1,8	5,8	16,9	1,6	4,9	-9
Informatyka	27,2	3,1	17,1	36,2	4,2	23,8	17,6	1,9	12,4	-34
Przemysł drzewny i papierniczy	22,4	2,9	14,0	26,9	4,7	17,5	12,2	2,2	7,9	-38
Media	28,0	5,5	19,3	41,0	5,4	24,3	27,4	3,9	16,8	-14
Inna branża	30,5	1,4	10,9	42,1	2,8	19,4	19,9	2,0	8,0	-7

<sup>\*)</sup> C – cena akcji, Z – zysk netto na jedną akcję, WK – wartość księgową na jedną akcję, a PG = zysk netto + amortyzacja na jedną akcję.

<sup>\*\*)</sup> Średnia zmiana 3 wskaźników (C/Z, C/WK i C/PG) od końca marca 2006 do końca marca 2008 w procentach  
źródło danych: „Rzeczpospolita”