

Biznesmeni i politycy

**Najlepszym lekarstwem na kryzys są innowacje,
nowe produkty i dobra logistyka w zarządzaniu
– twierdzi prof. Anton Stasch, przewodniczący Rady
Naukowej Europejskiego Klubu Biznesu.**

MAREK MISIAK

Innowacji jest w Polsce, niestety, jak na lekarstwo. Lepsza sytuacja jest w Niemczech i w niektórych innych najbardziej rozwiniętych krajach UE. Rekomendowana przez Strategię Lizbońską strategia innowacyjna napotyka jednak w różnych krajach ograniczenia. Mówiono o tym na spotkaniu dwudziestoosobowej delegacji Europejskiego Klubu Biznesu na temat „Drog wyjścia z kryzysu”.

Spotkanie było poświęcone – cytując tekst otrzymany wraz zaproszeniem: „(...) zacieśnieniu współpracy pomiędzy Parlamentem Europejskim a organizacjami pozarządowymi, mające na celu gospodarczą i społeczną integrację Europy, jak również zintensyfikowanie działań zmierzających do wyjścia z kryzysu gospodarczego oraz złagodzenie jego skutków dla najsłabszych grup społecznych.” O pozytywnej roli współpracy z klubem mówili zaproszeni na to spotkanie eurodeputowani: Jacek Protasiewicz i Tadeusz Zwiefka.

Zbigniew Roch, prezes Europejskiego Klubu Biznesu, przypomniał, jak klub zaczynał działalność w swojej obecnej siedzibie, w zamku w Oedheim koło Stuttgartu, miejscu spotkania. Polski Klub Biznesu jest częścią składową Europejskiego Klubu Biznesu – organizacji o charakterze *non-profit*, promującej rozwój stosunków społeczno-gospodarczych w Europie ponad podziałami państwowymi i politycznymi. Mówił o tym prezes tego klubu – Ryszard Kowerski.

W spotkaniu uczestniczyli właściciele i osoby zarządzające firmami z sukcesem wprowadzającymi innowacje. Oto dwa przykłady. Pier-

wszym jest „Tubądzin Management Group” – prywatne wielozakładowe przedsiębiorstwo wytwarzające płytki ceramiczne. Ta firma rodzinna, startująca ponad dwadzieścia lat temu niemal od zera, jest obecnie zupełnie pokaznym przedsiębiorstwem z produkcją i sprzedażą około pięćdziesięciu milionów płytek rocznie. Ma ok. 15 procent udziału w rynku krajowym i znaczący udział na rynkach zagranicznych, nie tylko europejskim. Ciekaw-

► W Polsce są duże możliwości nie tylko obrony przed kryzysem, ale także wykorzystania go do przyszłej ekspansji. Bastionem jednego i drugiego mogą i powinny być organizacje pozarządowe.

wostką jest przejęcie przez tę firmę kilka lat temu przedsiębiorstwa niemieckiego z ponadstoosobową załogą i o podobnym profilu branżowym. Źródłem sukcesu polskiego właściciela, Andrzeja Wodzyńskiego, są nowe technologie i nowoczesna logistyka zarządzania.

Drugi przykład – „Paula” - firma produkcyjno-handlowa. Wprowadziła ona na rynek nowy produkt – płatki stanowiące wzbogacony kondensat warzyw i owoców. Adam Radaś, właściciel firmy także zaczynał kiedyś w Polsce od zera. Obecnie zatrudnia kilkaset osób. Dzięki zastosowanym technologiom kondensat proszkowy nie traci właściwości odżywczych, a jednocześnie jest odporny na zanieczyszczenia, łatwy do

transportu i w postaci kruchych płatków (chipsów) – atrakcyjny w spożyciu. Zakupem licencji na ten produkt są zainteresowane największe firmy światowe, w tym w Stanach Zjednoczonych.

Co przeszkadza obu firmom w zmaganiu się z kryzysem? Przede wszystkim regulacje rynku pracy, przy czym w Niemczech mogą one utrudniać rozwój firmy jeszcze bardziej niż w Polsce. Takie są doświadczenia „Tubądzina” związane z zarządzanym przez niego zakładem w Niemczech. To samo dotyczy podatków. Niemieckie podatki są jeszcze bardziej zawiłe od polskich. Powszechnym wrogiem biznesu jest biurokracja.

Przykładem odporności na kryzys i politykę są także niektóre inne polskie przedsiębiorstwa. Jest nim Fundusz Wczasów Pracowniczych. Przedsiębiorstwo to zarządza w Polsce zupełnie sporym majątkiem i skutecznie broni się przed kryzysem z wielu powodów. Po pierwsze – krajowy popyt na usługi turystyczne jest względnie stabilny. Na zagranicznym popyt na usługi dodatkowo wpływa

osłabienie złotego – inaczej niż w przypadku innych polskich firm wywozujących i przywozujących towary z zagranicy. Firma stara się rozszerzyć swoją ofertę sprzedaży zarówno na rynku krajowym, jak i zagranicznym.

Ogólna refleksja ze spotkania jest taka, że w Polsce są duże możliwości nie tylko obrony przed kryzysem, ale także wykorzystania go do przyszłej ekspansji. Bastionem jednego i drugiego mogą i powinny być organizacje pozarządowe, w tym kluby biznesu i stowarzyszenia użytku publicznego. Powinny one ze sobą współdziałać. To, co najbardziej przeszkadza, nie tylko w Polsce, to cykliczność polityczna. Organizacje pozarządowe mogą być dobrą odtrutką na tę dolegliwość.