

... ukraińskie wspomnienia inaczej

[Centrum Handlowe Magnus](#) wybudowany w roku 1912, ogólna powierzchnia: 5000 m², powierzchnia handlowa 4000 m², parking: 30 samochodów, otwarte codziennie (sklepy od 10:00 do 20:00, bistro od 10:00 do 23:00). Miałem przyjemność pracować nad rewitalizacją wraz z Piotrkim Mazurem.

MAGNIT

Ciekawa rosyjska spółka dla której pracowałem, poczytajcie:

[artykuł](#), a tutaj zajawka:

„Nisza to podstawa

Siergiej Nikołajewicz Arutiunian (po ślubie przyjął nazwisko żony: Galicki) urodził się 14 sierpnia 1967 r. w Łazariewskim. Ukończył wydział ekonomii na krasnodarskim uniwersytecie. Nabrawszy doświadczenia w sektorze bankowym, w 1994 r. założył swoją pierwszą firmę – dystrybutora zachodnich kosmetyków Transazję.

Cztery lata później przerzucił się na wielobranżowy handel. W 2000 r. powstała dyskontowa marka Magnit (magnes), która po sześciu latach weszła na moskiewską giełdę. Biznesu nie pokonał ani kryzys gospodarczy, ani ostatnie zachodnie sankcje. Galicki w wywiadzie dla Bloomberg News tłumaczy, że tajemnica jego sukcesu to zagospodarowanie niszy, której istnienia nie domyślali się sowieccy planiści. Przedsiębiorca ubiegł rywali, którzy odgrazali się brutalnymi pogrózkami. W

latach 90. biuro firmy zostało ostrzelane z granatnika przez lokalną mafię, a pod jego drzwiami pewnego dnia wylądował... wieniec pogrzebowy.”

Green Ventures

Kilka ujęć [GREEN VENTURES](#) 2014 w Poczdamie. Na zdjęciach z Adamem Gnabasikiem z PPM.



green-ventures.com
(1)



green-ventures.com (2)



green-ventures.com (3)

Konferencja gospodarcza w Koninie

13 maja wybrałem się na drugi dzień Konferencji „Najnowsze tendencje rozwojowe w obszarze promocji gospodarczej i pozyskiwania inwestorów. Praktyczne implikacje dla Konina”

organizowanej przez Biuro Obsługi Inwestora.

Z jednej strony jako były współpracownik biura chciałem zobaczyć, jak konferencja jest zorganizowana, porozmawiać z uczestnikami ect. Ale także liczyłem na ciekawą dyskusję dotyczącą narzędzi pozyskiwania inwestorów w samorządach.

To na co czekałem, to panel: „Samorząd – kreator kooperacji gospodarczej”. Wystąpienia Grzegorza Siemiński – Zastępcy Prezydenta Miasta Lublin ds. Zarządzania Miastem i Marcina Włodarczyka – Dyrektora Biura Obsługi Inwestora Urzędu Miasta Łódź uważam za bardzo ciekawe. Zgadzam się też z wieloma aspektami wypowiedzi Małgorzaty Waszak – Starosty Konińskiego, czy Marka Waszkowiaka – Wiceprezydenta Konina.

Niemniej zdecydowanie zabrakło mi formy chociażby ożywionej dyskusji, nie mówiąc już o warsztatach. Można napisać, że co wiedziałem to i wiem. Nie chcę napisać, że konferencja była zła, tym bardziej, że nie uczestniczyłem pierwszego dnia. Mój wewnętrzny głos podpowiada mi jednak, „że to taka konferencja na których bywam często, jest miło, ale nie zmieniają przynajmniej mojej rzeczywistości”.

A moderator – dr Mariusz Sagan – Szkoła Główna Handlowa miał także ciekawe a propos i widać, że warsztat mógłby być bardzo interesujący.

Nie widziałem też na sali wielu samorządowców, czy działaczy organizacji pozarządowych...

Reasumując, czegoś mi tutaj zabrakło...

ps. [więcej o konferencji na stronie gospodarczej Konina](#)

Na gorąco...

Na gorąco...

Dzisiaj przy okazji wizyty w Koninie wybrałem się na konsultacje społeczne dotyczące Programu Wspierania Przedsiębiorczości w Koninie na lata 2014 – 2016. Program Operacyjny.

Na poziomie ogółu zdecydowanie ciekawy dokument, z wieloma dobrymi propozycjami i działaniami. Niemniej wiele elementów wymaga dopracowania, a też są takie z którymi trudno się zgodzić. Niestety w chwaleniu nigdy zbyt dobry nie byłem. Tym samym na początek lista uwag, którą w trakcie zbliżającego się majowego weekendu będę rozwijał i uzupełniał komentarzami.

- Metoda badawcza: ankiety wśród przedsiębiorców = tylko jedna strona medalu od mniejszych firm i tych, którym się chciało odpowiedzieć. Jedna strona medalu, bo też w jakiejś mierze głos już zastany, znany, bez nowego spojrzenia.
- Warsztaty, znów ciekawa forma, ale wiele zależy od uczestników, jak i czasu (jeden dzień, to z pewnością dużo nie jest)
- Dane statystyczne z poziomu GUS, czy baz ewidencji gospodarczej z pewnością nie dają dobrego obrazu. Zwróciłem przede wszystkim uwagę, że nie rozróżniamy wg. wpisów do DG firm z jakimś pomysłem biznesowym, potencjałem, kapitałem, zasobami, pracownikami od DG zakładanej dla samo zatrudnienia (optymalizacja przychodów na poziomie podatkowym lub wymóg zleceniodawcy)
- Pojawiające się ciągle stwierdzenie o niskim stopniu aktywności konińskich przedsiębiorców – nie prawda – jest wielu aktywnych i sprawnych, oni nie koniecznie są zainteresowani staniem u drzwi urzędu miasta, bo rozumieją, że to nie jest instytucja, która im przyda

wartości dodanej. Oczywiście wiele firm może nie wydawać się innowacyjnymi, bo dostosowanymi do lokalnego rynku.

- Potrzebna jest dobra segmentacja przedsiębiorców. wg. wielkości i potencjału. Pojawiło się to w zadaniach, jako współpraca z liderami rynku, ale podział na liderów, duże firmy i resztę też nie ułatwia sprawy. Przedsiębiorcy i potencjalni przedsiębiorcy, którzy z różnych przyczyn zaczynają, to jeden segment – ten właśnie oczekuje wsparcia ze strony miasta. Start-up'y z wizją, Ci co wiedzą co chcą i szukają bardziej profesjonalnego (mam nadzieję, że urzędnicy mi wybaczą) wsparcia. Jednoosobowe często firmy usługowe (instalatorzy, złote ręczki, serwisanci ect)., kiedyś to byli tzw. rzemieślnicy często, firmy rodzinne, handel, firmy produkcyjne, firmy usługowe, itd.
- Coraz lepiej widać (to to jest realizowane w mieście) podział na działania dla obecnego rynku i działania na pozyskanie nowych inwestorów. Bardzo dobrze tu pasuje matryca Ansoff'a. stary biznes (czyli przedsiębiorca) – stary produkt = działania wzmacniające, to co w Koninie działa, stary biznes – nowy produkt = szukanie dla obecnych przedsiębiorców nowych form aktywności, pomysłów i wreszcie nowy biznes (inwestorzy) – stary produkt = czyli inwestorzy, którzy ożywią istniejące w Koninie branże, jak i najbardziej oczekiwane: nowy biznes (inwestorzy) – i nowe produkty (innowacje, nowe branże).
- Kontraktacja. Wiem, że może realizowany obecnie projekt euforii nie wzbudził, ale WG (mam wrażenie) chce za dużo robić samemu. A w Koninie są instytucje otoczeni biznesu. Są NGOsy z zacięciem gospodarczym. Im więcej kontraktacji opartej na realizacji wskaźników, tym będzie efektywnej.
- Poszukiwanie inwestorów. Na przemian się miesza z pojęciem „promocji gospodarczej miasta”. Ja bym, to ustawił w znany z wielu biznesów schemat: „obsługa

klienta" (inwestora), czyli komórka obsługująca bazy danych, znająca na pamięć tereny inwestycyjne, znające urząd, ma powodować, że proces inwestycyjny jest łatwy i przyjemny, a kontakt z innymi urzędnikami bezbolesny; „sprzedaż”, czyli Ci którzy „poszukują” inwestorów, „łowcy”, „lobbyści”, niemniej trzeba pamiętać, że to też ludzie, którzy monitorują otoczenie zewnętrzne od najbliższych miast, po kraj, Europę, Świat. Non stop w podróży, z telefonem przy uchu, tabletem na kolanach i w gorącej linii z Prezydentem, obsługa klienta i ... trzecim elementem. To „marketing”, czyli promocja. Wg. mnie nie ma potrzeby sztucznego podziału na promocję gospodarczą i inną... . Bo ta inna, to co? Promocja kulturalna? Promocja Prezydenta? Dla mnie sprawa jest prosta. Promocja to promocja. Co za różnica, czy mamy zrobić folder gospodarczy, czy kulturalny, nakręcić taki czy inny film, prowadzić taki czy inny portal społecznościowy?

- Globalizacja. Konin, to nie samotna wyspa. Ma swój region, tutaj jako tako. Aglomeracyjność się pojawia, ale z trudem. Ale dalej Konin leży w Wielkopolsce, z Poznaniem jako metropolią, a na dodatek tylko z Gniezna szybciej dojedziemy do Poznania. Piła, Kalisz, Leszno ect. mają do Poznania dalej. Konin leży w Polsce, w Europie. Słowem Konin musi być otwarty, czerpać z zewnątrz i dawać na zewnątrz.
- Utworzenie funduszu doręczenia, pożyczek? Nie rozumiem po co powielać, to co w województwie istnieje, a nie utworzyć oddziału (jedna osoba) WARP w Koninie, a może cotygodniowy dyżur?
- Kłasy. Głębszy temat. Nie zgadzam się z wieloma stwierdzeniami, założeniami.



Bielewicz. wypowiedź na spotkaniu 24 kwietnia, w tle doradca Prezydenta ds. gospodarczych, Sławek Kurek (czyżby moja wypowiedź przyprawiła go o ból głowy?)

GREEN VENTURES

[GREEN VENTURES](#) jest największym forum partnerstwa Niemiec dla firm technologicznych związanych z środowiskiem i energią i budownictwem energooszczędnym, w 2014 roku odbędzie się po raz 17 w Poczdamie. Od 1998 roku imprezie wzięło udział 4,300 firm z 115 krajów.

W tym roku wybieram się po raz pierwszy, chociaż już miałem okazję uczestniczyć w wydarzeniach organizowanych przez Potsdam Chamber of Commerce and Industry, czyli Poczdamską Izbę Handlową i Przemysłową.

Osobiście bardzo mi się podoba zarówno sprawność izb niemieckich, jak i obowiązek zrzeszania się. To powoduje, że dany region ma zawsze partnera do rozwoju i projektów zwiększających atrakcyjność gospodarczą regionu. Oczywiście nakazy zrzeszania się trącą dawnym systemem, zapewne bardziej to powinien być system zachęt, niemniej regionalne izby mogły by w Polsce odbywać zdecydowanie mocniejszą rolę.

Zachęcam też innych przedsiębiorców, czy firmy chociażby z klastra związanego z Fundacją Taurus do udziału w tym wydarzeniu, gdyż podczas sesji matchmaking (swoistego „swatania” firm) można pozyskać bardzo ciekawych partnerów gospodarczych.

Targowiska przeżytek, czy perspektywa?

Dzisiaj na sekretariacie rewitalizacji sporo rozmawialiśmy o targowiskach miejskich, trochę o handlu. Często słyszę, ale też i czytam tezy o tym jak to sieci handlowe niszczą tę formę, czy też niszczą małe sklepy.

Otóż łatwo pisać takie tezy, szczególnie gdy nie robi się zakupów. Prawda jest dość oczywista. Mnogość towarów pod jednym dachem (supermarket), to wymóg konsumenta. Trudno sobie wyobrazić z perspektywy dzisiejszych doświadczeń, że zamiast pół godziny spędzonej w Biedronce, czy Polomarketach spędzimy dwie godziny kompletując nasze zakupy. Trudno sobie wyobrazić też wycieczkę na targ po świeże owoce gdy na dworze jest -10 stopni zimna, o jakości owoców w tej temperaturze też nie warto pisać.



Rynek Wildecki – wycinek
fotografii z serwisu
lepszypoznan.pl

Ale też trzeba sobie uzmysłwić, że targi miejskie bardzo dobrze funkcjonują w wielu krajach pomimo bardzo rozwiniętego handlu „nowoczesnego”.

Prawda jest taka, że klienci we Francji uwielbiają cotygodniowe targi. Właśnie, to jest ich urok. Targ jest najczęściej raz w tygodniu w wielu miejscowościach, czy dzielnicach. To powoduje, że jest on realnym wydarzeniem.

Jak radzą sobie sprzedawcy? Prosto. Mają grafik targów w swoim

regionie, które po prostu odwiedzają. To wymaga lepszej organizacją, determinacji. Ale asortymentu, który różni się od standardowego. Targ = święto.

Inną sprawą jest jednakże o to, że w krajach o cieplejszym od nas klimacie, ta forma sprzedaży po prostu jest bardziej atrakcyjna. W Polsce zdarza mi się robić zakupu na targach, uwielbiam czas sprzedaży truskawek na przykład, ale praktycznie nie robię tego zimą.

Ale targ, to także okazja do sprzedaży staroci! Targ, to okazja dla sprzedawców całej masy różnych ubrań. W miejscowościach turystycznych oczywiście mamy też sporo atrakcji dla turystów.

Moje motto: „Nie narzekajmy, dostrzegajmy zmiany, podpatrujmy innych, zmieniajmy nasze dzielnice na atrakcyjniejsze”.

Mikorzyn – walka o inwestora

[Tutaj link](#) do reportażu przygotowanego przez TVWielkopolska ze spotkania, którego byłem inicjatorem i organizatorem. Z udziałem (wywiadami) Prezesa Krzysztofa Świtalskiego z [Fundacji Taurus](#), Prezesa Pawła Prokopa z [Fundacji Inicjatyw Menedżerskich](#). Romana Jankowskiego Kierownika Wydziału Działalności Gospodarczej i Rozwoju Konina.

MIPIM 2014 – słów kilka



MIPIM 2014 – jeden z salonów

Statystyki Targów MIPIM 2014, to:

- 383 stoisk
- 19.400 mkw netto powierzchni
- 21.000 zarejestrowanych uczestników
- w tym 430 dziennikarzy
- 7.600 zarejestrowanych firm
- łącznie 2.225 wystawców
- z 93 krajów

... w tym wiele wystawców i zwiedzających z Polski, kilka dużych miast, województwa (w tym Wielkopolskie), czy Konin w którego delegacji uczestniczyłem.

MIPIM, to prestiżowa impreza (ale też i kosztowna) na której głównie przedstawia się projekty inwestycyjne i poszukuje sposobów (inwestorów) ich finansowania. Oczywiście, to także możliwość podpatrzenia ciekawych projektów, wielu rozmów, czy udziału w towarzyszących warsztatach, biznesowych lunchach, wystąpieniach ect.

Wielu moich rozmówców twierdzi, że po prostu na MIPIM należy bywać. Ale też spotykam się z pytaniami o efektywność tego rodzaju targów.

Dla mnie kluczowymi wydają się dwa aspekty:

- aktywność spotkań pojawiających się w sposób spontaniczny na targach – wieczorem powinniśmy czuć „pozytywne zmęczenie”, korzystać z okazji, poleceń
- efektywne wykorzystanie bazy danych on-line zarówno przed targami, jak i po nich

Z punktu widzenia efektywności dla JST, z pewnością to

niepowtarzalna okazja benchmarku do innych miast z wielu państw..., pewnym mankamentem jest z pewnością, to że gro stanowią miasta bardzo duże – metropolie.

Same prezentacje projektów mają zróżnicowaną formę. Większość stanowią makiety. Ich zaletą jest to, że zwracają uwagę, przyciągają wzrok, a zwiedzający po prostu się zatrzymują. Ten afekt znacznie trudniej uzyskać za pomocą prezentacji obecnych na wielkich ekranach LCD. Mi osobiście podobały się dotykowe ekrany, prezentujące często w formacie 3D projekty, które można było przybliżać, oddalać, zmieniać położenie, warstwy – jak to w tego typu aplikacjach dotykowych.