

Małopolska – idealne miejsce dla rozwoju japońskich przedsiębiorstw

Kraków miastem najbardziej przyjaznym dla biznesu

W KPT nauczyliśmy się przyjmować perspektywę firm z Japonii

BUSINESS *in* MAŁOPOLSKA

REGIONALNE WIADOMOŚCI GOSPODARCZE

WRZESIEŃ 2019 | NR 12

JAPONIA

kraj kwitnącej gospodarki



Punkty Informacyjne Funduszy Europejskich w Małopolsce

**Główny Punkt Informacyjny
Funduszy Europejskich w Krakowie:**
ul. Wielicka 72 B, parter
tel. (12) 616 0 616
e-mail: fem@umwm.pl

**Punkt Informacyjny Funduszy
Europejskich w Tarnowie:**
ul. Wałowa 37
tel. (12) 616 03 61 /62 /63
e-mail: fem_tarnow@umwm.pl



**Punkt Informacyjny
Funduszy Europejskich
w Chrzanowie:**
ul. Grunwaldzka 5
tel. (12) 616 03 91 /92 /93
fem_chrzanow@umwm.pl

**Punkt Informacyjny
Funduszy Europejskich
w Nowym Targu:**
al. 1000-lecia 35
tel. (12) 616 03 81 /82 /83
fem_nowytarg@umwm.pl

**Punkt Informacyjny
Funduszy Europejskich
w Nowym Sączu:**
ul. Wazów 3
tel. (12) 616 03 71 /72 /73
fem_nowysacz@umwm.pl

Pełny zakres naszych usług znajdziesz na stronach:

www.funduszeuropejskie.gov.pl
www.fundusze.malopolska.pl
www.rpo.malopolska.pl

Spis treści



FOT. 123RF

(4-6)

Japonia kraj kwitnącej gospodarki



FOT. 123RF

(12-13)

Oferta dla małopolskich przedsiębiorców

(7)
Co napędza Mitsubishi Electric?
– Polacy świetnie „czują” rynek, doskonale się po nim poruszają, a co najważniejsze potrafią konkurować i walczyć o klienta – zaznacza **WOJCIECH WĄSIK**, prezes Mitsubishi Electric Europe w podkrakowskich Balicach

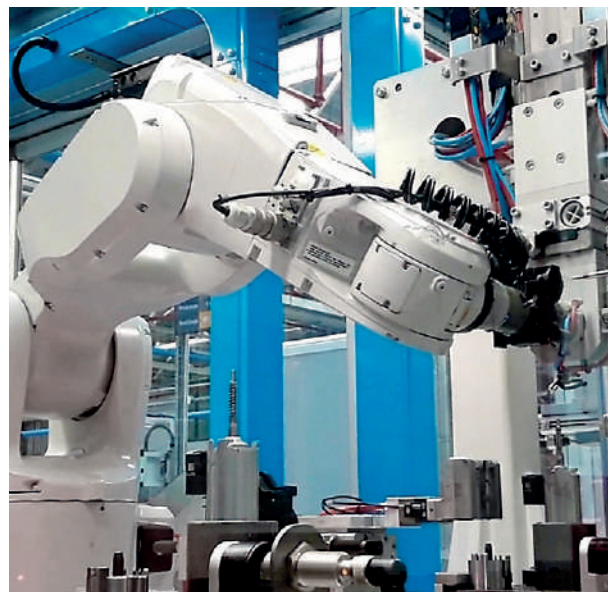
(8)
Praca w rytmie Kaizen
– Kaizen, czyli japońska filozofia nieustannego doskonalenia, to proces, który nigdy się nie kończy – mówi **LESZEK BRZYSKI**, dyrektor zakładu Nidec Motors & Actuators Poland w Niepołomicach

(9)
Miliony silników z serca Europy
– W Polsce czuję się doskonale – podkreśla **KATSUYA HAYASHI**, dyrektor zarządzający Mabuchi Motor Poland. Ceremonię wbiać pierwszej topaty pod nowy zakład poprzedził japoński rytuał „oczyszczenia”. Ma on zapewnić fabryce nie tylko bezpieczne funkcjonowanie, ale także długi i stabilny rozwój

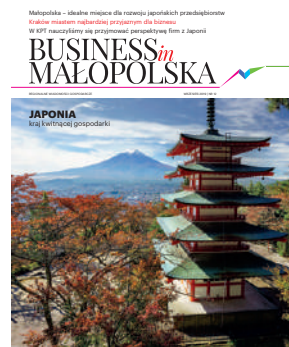
(10-11)
Międzynarodowe wsparcie biznesu.
– Mamy bardzo dobre doświadczenia ze współpracy z japońskimi przedsiębiorcami obecnymi w Małopolsce – mówi **WITOLD KOZŁOWSKI**, marszałek Województwa Małopolskiego

(14-15)
Krakowski Park Technologiczny: Stawiamy na inwestorów z Japonii

(16-17)
Business Park Nad Drwiną. Kraków już od lat zajmuje czołowe miejsca w rankingach miast najbardziej przyjaznych dla biznesu



FOT. NIDEC



Zdjęcie na okładce: 123rf

WYDAWCA

Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego

Departament Nadzoru Właścicielskiego i Gospodarki Zespół Centrum Business in Małopolska
ul. Raclawicka 56, 30-017 Kraków

KOLEGIUM REDAKCYJNE

Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego
Joanna Domańska

Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego SA
Beata Górską-Nieć

Krakowski Park Technologiczny sp. z o.o.
Krzyszyna Sadowska

REDAKCJA

Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego
Andrzej Bańka
redaktor naczelny

Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego
Jacek Lach

Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego
Jerzy Fugas

Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego SA
Jacek Adamczyk

Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego SA
Łukasz Gliński

Krakowski Park Technologiczny sp. z o.o.
Barbara Wityńska-Słacz

Elżbieta Cegła, Marek Długopolski

DRUKARNIA

Leyko sp. z o.o.



JAPONIA kraj kwitnącej gospodarki



– Polska staje się bardzo atrakcyjnym rynkiem dla japońskich przedsiębiorstw – mówi MIKIHICO SHIMIZU, dyrektor generalny polskiego przedstawicielstwa Japan External Trade Organization JETRO

Rozmawiał Marek Długopolski

– Japonia już od wielu lat znajduje się w czołówce najsilniejszych ekonomicznie państw świata. Czy Polska jest atrakcyjnym rynkiem dla japońskiego biznesu, czy jest raczej „ziemią nieznaną”?

– Polska staje się coraz bardziej atrakcyjnym rynkiem dla japońskich przedsiębiorstw. Zwłaszcza 2018 rok był pod tym względem znaczący. Polska gospodarka urosła o 5,1%, a eksport i import osiągnęły najwyższe wartości w historii. Wymiana handlowa z Japonią również była rekordowa. Japonia zajmuje aktualnie 40. pozycję na liście polskiego eksportu i 18. pod względem importu. Wspomnę tylko, że około 60 proc. importu stanowią maszyny i urządzenia mechaniczne, 17,2 proc. pojazdy, 5,4 proc. urządzenia elektryczne, a 3 proc. części samochodowe. Ostatnio dużą popularnością wśród Polaków cieszą się również japońskie restauracje i wyroby spożywcze. Jako JETRO staramy się informować japońskich przedsiębiorców o atrakcyjnych aspektach polskiego rynku. W Japonii, począwszy od Tokio poprzez takie regiony jak np. prefektura Saga, organizujemy specjalne seminaria dla przedsiębiorców. W rezultacie jednego z nich w połowie września do Polski przyjedzie 28 osobowa delegacja biznesowa z prefektury Saga. W planach mają spotkania z polskimi przedsiębiorcami i wizytę w siedzibie jednej z polskich firm.

– Umowa o wolnym handlu między Japonią i Unią Europejską weszła w życie 1 lutego. Jaki może mieć wpływ na nastawienie japońskich przedsiębiorców do inwestowania w Polsce?

– Polska utrzymuje wysoki poziom wzrostu gospodarczego, rośnie popyt krajowy i konsumpcja np. produktów spożywczych. Biorąc to wszystko pod uwagę, możemy się spodziewać, że wraz z umową gospodarczo-handlową między Unią a Japonią pojawi się więcej możliwości współpracy między polskimi i japońskimi firmami. Jedną z takich okazji będzie wizyta w Polsce – 17 i 18 października – 16 japońskich producentów i dostawców z branży spożywczej. Przyjeżdżają do Polski na rozmowy handlowe, w poszukiwaniu nowych partnerów biznesowych. JETRO organizuje dla nich spotkania w Warszawie. Z kolei 13 listopada organizujemy rozmowy handlowe dla japońskich producentów sake. Zainteresowanie japońskich firm Polską rośnie więc zauważalnie. Można się spodziewać, że jeśli ich działalność w Polsce będzie się rozwijać, to powinniśmy pójść za tym konkretne inwestycje. Do biura JETRO w Warszawie zgłaszają się też często firmy produkcyjne np. z branży motoryzacyjnej, zainteresowane otwarciem filii zakładu w Polsce. Spodziewam się, że ten trend się w najbliższym czasie utrzyma.

– Czy są jakieś bariery w handlu między naszymi krajami?

– Wydaje mi się, że myśląc o handlu z Japonią należy wziąć pod uwagę takie bariery jak język, różnice w kulturze biznesowej i odległość między naszymi krajami. Ich przewyższenie zależy w dużej mierze od trafienia na właściwego partnera, z którym będzie można – bez pośpiechu – zbudować relacje oparte na wzajemnym zrozumieniu i zaufaniu. Właśnie dlatego JETRO organizuje spotkania i delegacje biznesowe – to okazja, by poznać przedstawicieli wielu japońskich przedsiębiorstw i spośród nich wyłonić potencjalnego partnera.

– Ile firm japońskich działa w Polsce? W jakich branżach?

– W Polsce – według danych Ministerstwa Spraw Zagranicznych z 2017 r. – są zarejestrowane 303 firmy. To stawia Polskę na 26 miejscu listy krajów z największą liczbą japońskich przedsiębiorców. Wśród nich 96 to firmy produkcyjne, w Polsce działają też przedsiębiorstwa handlowe i dystrybucyjne.



– Warszawa, Śląsk, Małopolska... Gdzie najczęściej inwestują japońscy przedsiębiorcy?

– Większość japońskich inwestycji skupia się w południowo-zachodniej Polsce. Firmy kierują się wieloma aspektami przy wyborze lokalizacji, ale generalnie starają się obniżyć koszty produkcji. Dlatego przeważnie decydują się na otwarcie działalności w takim miejscu, gdzie można zatrudnić wysoko wykwalifikowanych pracowników w rozsądnej cenie. Ważną jest również możliwość dostawy części i surowców, dlatego istotne stają się koszty logistyczne. Rozbudowa przedsiębiorstwa produkcyjnego zwykle wiąże się z dużymi nakładami finansowymi, stąd przeważnie najpierw na inwestycje decyduje się duże przedsiębiorstwo, a za nim podążają dostawcy. W południowo-zachodniej Polsce mamy duże zagęszczenie japońskich firm, ale wszystko zaczęło się w 1999 r., gdy na Dolnym Śląsku otworzyła swoją siedzibę Toyota Motor Manufacturing Poland Sp. z o.o. Z ostatnich inwestycji warto wspomnieć o Mitsui High Tec, która w lutym 2020 r. ma zakończyć budowę fabryki rdzeni do silników elektrycznych w województwie opolskim. Nie oznacza to jednak, że Japończycy inwestują tylko w tym regionie. Np. producent wyświetlaczy do samochodów (HUD) Nippon Seiki założył spółkę w Polsce centralnej, w województwie łódzkim. W październiku przyszłego roku mają uruchomić produkcję. Sporo jest też inwestycji w Małopolsce. Firmy, które decydują się na inwestycje w tym regionie, biorą też pod uwagę, że japońscy pracownicy będą mogli zamieszkać w Krakowie i stamtąd dojeżdżać do pracy. Stolica Małopolski to bardzo piękne miasto. Nic więc dziwnego, że tak chętnie odwiedzają ją też turyści z Japonii.

– Czy są to tylko duże koncerny, czy także małe i średnie przedsiębiorstwa?

– Ze względu na duże koszty inwestycji zagranicznych, zwykle są to duże przedsiębiorstwa produkcyjne, ale w wypadku firm handlowych zdarzają się również średnie i mniejsze.

– Co sprawia, że japońskie firmy wybierają Polskę? Lokalizacja, bliskość uniijnych rynków, szlaki komunikacyjne, niskie koszty produkcji?

– Wśród firm np. z branży motoryzacyjnej – wszystkie te powody. Chciałbym też dodać, że w Europie przybywa japońskich restauracji. W samej Polsce jest ich już około 500. W związku z rosnącym zainteresowaniem japońską żywnością, by zwiększyć sprzedaż swoich produktów w Europie, niektóre japońskie firmy decydują się więc na uruchomienie lokalnej produkcji, np. Ajinomoto Frozen Foods w 2013 r. powierzyło produkcję mrożonych pierożków gyoza polskiej fabryce Jawo. A już w kwietniu 2015 r. w Częstochowie została otwarta nowa fabryka polsko-japońskiej spółki Ajinomoto Jawo, produkująca 3 rodzaje gyoza. Innym przykładem jest firma Kewpie, która dążąc do ekspansji w Europie w 2016 r. ogłosiła przejęcie polskiego producenta – firmy Mossa. Aktualnie, oprócz majonezu, wytwarzają lokalnie i dystrybuują wiele rodzajów sosów i płynnych przypraw. Tego typu działania mają odmienny charakter niż wcześniejsze inwestycje produkcyjne branży motoryzacyjnej. W obu wypadkach japońskie firmy prowadzą produkcję i sprzedaż pod marką lokalnych przedsiębiorców, rozważając ich wykorzystanie nie tylko na rynku polskim, ale i do ekspansji na Europę.

– Jak japońscy przedsiębiorcy oceniają Polskę, polskich pracowników, etos pracy?

– Polscy pracownicy są uważani za solidnych i dobrze wykwalifikowanych. Szczególnie doceniane są ich zdolności językowe i sprawność manualna.

– Łatwo się porozumieć Polakom i Japończykom? Czym się różni, czy mamy wspólne cechy?

– W Polsce katedry japonistyki działają na pięciu uniwersytetach – w Warszawie, Poznaniu, Krakowie, Toruniu i Łodzi. Świadczy to o tym, jak wiele osób jest zainteresowanych Japonią. Osobiście zauważam, że Polacy i Japończycy są gotowi poświęcić wiele czasu, aby się wzajemnie zrozumieć. Wspomniane wcześniej przykłady inwestycji japońskich też świadczą, że Polacy i Japończycy potrafią pracować razem. Wspólnym celem jest przecież budowanie długoterminowych, opartych na zaufaniu kontaktów biznesowych.

– Czy łatwo się inwestuje w Japonii?

– Nie jest to takie łatwe, jak mogłoby się wydawać. Rynek japoński jest już dojrzały, konkurencja między firmami bardzo silna, a bariera języka japońskiego utrudnia wejście na ten rynek. Z drugiej jednak strony istnieje wiele produktów, usług, technologii itp. obecnych w innych krajach, ale jeszcze nie w Japonii, dlatego zagraniczne firmy często odnoszą tu sukces inwestycyjny. Wśród nich jest wiele firm z Europy. Obecnie w Japonii poszukiwane są innowacyjne produkty i technologie oraz nowe modele biznesowe. Szczególnie oczekiwania są kierowane w stronę inwestycji w branży IT. Wiele japońskich



przedsiębiorstw chce również współpracować z firmami start-upowymi, które z kolei w wejściu na japoński rynek wspiera JETRO.

- Polskie firmy są zainteresowane inwestowaniem w Japonii?

- Inwestycje w Japonii rozważa sporo polskich firm. Podam przykład – w 2018 r., jako JETRO zorganizowaliśmy misję inwestycyjną do Japonii dla firm z Europy Środkowej i Wschodniej (Polska, Czechy, Węgry). Wzięło w niej udział 10 firm, z czego 6 polskich. W tym roku w dniach 24-30 października wysłamy do Tokio kolejnych przedstawicieli firm z Europy Środkowej i Wschodniej, tym razem zajmujących się innowacjami cyfrowymi. W tej chwili planują w niej wziąć udział 3 polskie firmy – są zainteresowane ekspansją na rynku japońskimi, ale najpierw chcą poznać otoczenie biznesowe. Przygotujemy dla nich wizyty w firmach oraz spotkania networkingowe, ułatwiając w ten sposób nawiązywanie kontaktów i poszukiwania partnerów biznesowych.

- Czy polskie firmy mają szansę na utrzymanie się na rynku japońskim? Co trzeba zrobić, by go podbić?

- Jeśli się rozumie rynek japoński, pracuje z właściwym partnerem i wchodzi na rynek w oparciu o przemyślaną strategię – uważam, że tak, istnieje możliwość odniesienia sukcesu. Świadczą o tym choćby rekordowe wyniki obrotów handlowych z Japonią. Dla Polski Japonia jest 40. największym partnerem handlowym w eksporcie i 18. największym partnerem handlowym w imporcie. Wraz z wejściem w życie umowy EPA UE-Japonia zarówno polskie, jak i japońskie firmy są coraz bardziej zainteresowane współpracą biznesową. Ostatnio Krajowa Izba Gospodarcza i regionalne izby przemysłowo-handlowe zorganizowały polsko-japońskie seminaria biznesowe, w których i ja wziąłem udział, opowiadając o możliwościach współpracy biznesowej. Widzę też coraz moc-

JETRO WARSZAWA

JETRO Warszawa realizuje różne projekty i stara się wspierać rozwój biznesu między Polską a Japonią. Oto główne przedsięwzięcia w tym roku:

- ▶ misja Instytutu Badawczego Przedsiębiorstw Produkcyjnych Prefektury Saga w Warszawie (wrzesień);
- ▶ spotkanie branży żywnościowej Europy Środkowo-Wschodniej – wystawa i spotkania handlowe z japońskimi producentami żywności (październik);
- ▶ misja inwestycyjna firm z Europy Środkowo-Wschodniej (w tym trzech firm polskich) do Japonii (październik);
- ▶ wystawa i spotkania handlowe dla producentów japońskiej sake w Warszawie (listopad).

niejsze nastawienie na budowanie silniejszych powiązań w polsko-japońskiej wymianie handlowej.

- Czy kontaktował się Pan np. samorządem województwa małopolskiego, biurem Business in Małopolska, a może to oni kontaktowali się z JETRO?

- Minał dopiero rok, odkąd przybyłem do Polski i wielu regionów jeszcze nie odwiedziłem. Miałem przyjemność spotkać przedstawicieli kilku organizacji promocji gospodarczej i w przyszłości chętnie poznam również Business in Małopolska.

- **Japan External Trade Organization JETRO to...**

- ...organizacja powołana przez rząd japoński w 1958 r. w celu promocji eksportu za granicą. W obecnych czasach działalność JETRO koncentruje się na przyciąganiu zagranicznych inwestycji do Japonii oraz wspieraniu japońskich firm z sektora małych i średnich przedsiębiorstw w ich globalnej działalności eksportowej.

- Czy miał Pan wcześniej kontakty z Polską, z polskimi przedsiębiorcami?

- Tak. W latach 1998-2004 pracowałem w Dusseldorfie, a w latach 2006-2010 w Brukseli. W tym czasie kilkakrotnie odwiedzałem Polskę. Ponadto, w latach 2014-2018, jako dyrektor biura JETRO w Saga, spędziłem trochę czasu z polskimi importerami podczas ich pobytu w Japonii w ramach programu wspierającego eksport sake i japońskiej herbaty.

- Z czym wtedy kojarzyła się Panu Polska?

- Z krajem, który pośród członków Unii Europejskiej wyróżnia szybki rozwój.

- Jak Pan ocenia teraz nasz kraj?

- Polska to bardzo dynamicznie rozwijający się kraj, członek Unii Europejskiej, po którym można oczekiwać dalszego wzrostu. Japończykom dobrze się tu mieszka. To dlatego też rośnie liczba Japończyków interesujących się Polską.

- Czy Reiwa, nowa era w dziejach Japonii, będzie miała znaczenie dla stosunków gospodarczych między naszymi krajami?

- W Japonii, po objęciu tronu przez cesarza Naruhito, rozpoczęła się nowa era Reiwa. Tak się składa, że rok 2019, a więc pierwszy rok ery Reiwa, to jednocześnie setna rocznica nawiązania stosunków dyplomatycznych między Japonią a Polską. Dla Polski i Japonii to również 101 rok wzajemnej współpracy. Mam więc nadzieję, że dla naszych krajów będzie to czas pogłębionej, jeszcze bliższej współpracy.

Co napędza Mitsubishi Electric?

- Dlaczego to takie ważne?
- Im szybciej i sprawniej można przebroić linię produkcyjną, tym większy zysk dla przedsiębiorstwa. Zawsze, a szczególnie teraz, liczy się czas, bo czas to pieniądze, du- że pieniądze. Im linia jest bardziej zrobotyzowana, elastyczna, tym dłużej można z niej korzystać.

- E-F@ctory. Co to takiego?
- To jedna z naszych najnowszych propozycji dla firm. Dzięki e-F@ctory możemy budować w pełni inteligentne przedsiębiorstwa. Rozwiązanie to optymalizuje bowiem produkcję, a to dzięki połączeniu wszystkich urządzeń wykorzystywanych w produkcji, logistyce... W ten sposób połączyliśmy automatykę przemysłową z technologią informatyczną, a to pozwoliło stworzyć produkty nowej generacji.

- Wspomniał Pan, że obecnie „oczkiem w głowie” jest klimatyzacja...

- Nasze urządzenia i rozwiązania dostarczamy praktycznie do wszystkich sektorów gospodarki. Od hoteli, obiektów użyteczności publicznej, po hale sportowe, biurowce, a na domach jednorodzinnych skończywszy. Ostatnio Mitsubishi Electric kupiło włoską Climavenetę, a z nią zupełnie nową technologię. Odpowiada ona teraz za tworzenie systemów klimatyzacji w bardzo dużych obiektach – galeriach handlowych, na stadionach. I to jest to nasze najmłodsze „dziecko”.

- MPL Technology, pierwszy oficjalny dystrybutor automatyki przemysłowej Mitsubishi Electric w Polsce, powstał w 1995 r., a więc blisko 25 lat temu. Jak zmieniła się polska gospodarka w tym czasie?

- To skok wręcz cywilizacyjny. Nie jest łatwo to opisać. Wspomnę tylko, że w tamtych czasach na Targach Poznańskich trzeba było bardzo długo tłumaczyć, czym jest np. sterownik i do czego można go użyć. Dzisiaj w branży nad takimi „problemami” nikt się nie rozwodzi. Wtedy automatyka przemysłowa była nowinką.

- Polski oddział Mitsubishi Electric powstał w 2009 r. Co sprawiło, że ME zdecydowało się ulokować na stałe w Polsce?

- To był długi i bardzo złożony proces. Jednym z najważniejszych czynników powstania Mitsubishi Electric Poland był olbrzymi potencjał rynku, a także odpowiednie kwalifikacje pracowników. Polska jest jednym z największych rynków w Europie Środkowej i Wschodniej. Z punktu zaś widzenia automatyki i klimatyzacji Polska i Czechy, to dwa największe i najbardziej wartościowe rynki. Mitsubishi już wtedy to dostrzegło, uznało, że oparcie rozwoju firmy o te dwa kraje ma sens, że się opłaci. Szefowie



WOJCIECH WASIK, dyrektor Mitsubishi Electric Europe Polish Branch w podkrakowskich Balicach

- Co napędza Mitsubishi Electric w Polsce?

- Automatykacją i klimatyzacją.

- Czym zajmuje się firma w Balicach?

- W Balicach znajduje się centrala firmy oraz magazyn. Mamy tu również trzy „dywizje”. Jedną zajmuje się usługami outsourcingowymi dla innych oddziałów Mitsubishi Electric w Europie, drugą – automatyką, a trzecią – klimatyzacją.

- Która z tych „dywizji” jest „oczkiem w głowie”?

- Wszystkie są niesłychanie ważne. Przyznam jednak, że w tej chwili szczególną uwagę zwracamy na nasze najmłodsze dziecko – klimatyzację.

- Najpierw jednak Mitsubishi Electric oferowało automatykę przemysłową?

- Tak, to prawda. Mitsubishi Electric już od kilkunastu lat dostarcza na rynek najnowocześniejsze produkty i technologie. Od sterowników, napędów serwo, po pulpity operatorskie i roboty przemysłowe. Od drobnych elementów, podzespołów, po wielkie maszyny. Staramy się zaspokoić najbardziej wymagających klientów i najbardziej skomplikowane zamówienia. Pomiędzy nami a zakładem produkcyjnym najczęściej jest jednak firma integracyjna bądź producent maszyn. Niekiedy zdarza się, że współpracujemy również z klientem końcowym.

- Kto jest odbiorcą tych urządzeń?

- W Polsce głównie branża motoryzacyjna i spożywcza. To z naszych urządzeń zbudowanych jest wiele specjalistycznych linii produkcyjnych. One są nie tylko najnowocześniejsze, ale stanowią doskonały przykład tzw. elastycznej automatyzacji. To dzięki nim na jednej zmianie zakład może opuszczać jeden asortyment, a na drugiej inny.

firmy doszli również do wniosku, że aby się rozwijać, trzeba na miejscu zaangażować więcej sił i środków. Na budowę nowej firmy wybrali więc idealny moment. W chwili zakupu przez Mitsubishi Electric w MPL Technology pracowało około 50 osób.

- Dlaczego postawili na Kraków?

- Kraków jest nie tylko pięknym i atrakcyjnym miastem, ale także – z punktu widzenia prowadzenia biznesu i logistyki – idealnie położonym. Wybór lokalizacji podyktowany był też bliskością lotniska i autostrady. W stolicy Małopolski jest też sporo dobrych wyższych uczelni, jest więc zaplecze wykwalifikowanej kadry naukowo-technicznej. Jeżeli ktoś szuka młodych inżynierów, to nie ma lepszego miejsca w Polsce. To dzięki temu Kraków stał się zapleczem technologicznym Mitsubishi Electric dla innych krajów – Czech, Węgier i Słowacji. Lokalizacja firmy w Krakowie to oczywiście także mniejsze koszty, niż gdyby znajdowała się ona w Warszawie. Dla szefów japońskiej firmy znaczenie miał także urok dawnej stolicy Polski, piękne zabytki, architektura, a także oferta kulturalna.

- Czy współpracowali Państwo z samorządem na etapie poszukiwania lokalizacji?

- Nie przypominam sobie, ale mogą nie mieć pełnej wiedzy, by nasza firma korzystała z ułatwień czy pomocy rządowej. Budowana była właściwie od zera, od dwóch osób w małym mieszkaniu. Startowała w nieco innym okresie.

- Mitsubishi Electric, oprócz Krakowa, to...

- ...oddziały w Warszawie, Wrocławiu i Poznaniu, a także w Brnie i Pradze w Czechach, Budapeszcie na Węgrzech i Nitrze na Słowacji. To są firmy, które tworzą Mitsubishi Electric Europe, to są oddziały, za które odpowiadamy z Krakowa.

- Ile osób pracuje dla Mitsubishi Electric?

- Około 250 osób, z czego 150 w Balicach. Większość pracowników, jakieś 96 proc., ma wyższe wykształcenie.

- Nierzadko zdarza się, że Polak zostaje szefem firmy japońskiej w Polsce. Panu jednak Mitsubishi Electric przekazało ster nad przedsiębiorstwem...

- Myślę, że to wyraz zaufania do mnie, ale przede wszystkim do całego polskiego zespołu. Przez pierwszych 10 lat, kiedy szefem firmy był Japończyk, udowodnił mi, że potrafimy się zorganizować, świetnie „czujemy” rynek, doskonale się po nim poruszamy, a co najważniejsze, potrafimy konkurować i walczyć o klienta. Gdy japońscy właściciele uznali, że jesteśmy w stanie odpowiednio zatroszczyć się o ich firmę, przekazali nam stery jej prowadzenia.



Praca w rytmie Kaizen

Rozmawiał Marek Długopolski



LESZEK BRZYSKI, dyrektor zakładu Nidec Motors & Actuators Poland w Niepołomicach

- Kaizen pomaga w pracy?
- Na pewno nie przeszkadza.

- Czym jest ta japońska filozofia?
- Kai oznacza zmianę, a zen - dobrze. To filozofia nieustannego doskonalenia. Kaizen, dzięki ciągłemu wprowadzaniu niewielkich zmian w każdym możliwym aspekcie naszej pracy, zakłada również usprawnianie procesów. I to niezależnie od tego czy mówimy o produkcji, czy też administracji.

- Zmiany na lepsze wciąż są jeszcze możliwe?
- Oczywiście. To proces, który nigdy się nie kończy. Dzięki Kaizen mamy wpływ na to, jak wygląda nasza praca,

jakie jest środowisko, w którym funkcjonujemy. Nawyk poszukiwania nowych rozwiązań pomaga nie tylko w pracy, ale również świetnie sprawdza się poza nią.

- A jak japońska filozofia sprawdza się w podkrakowskich Niepołomicach?
- Zapewniam, że sprawdza się doskonale. Filozofia „odchudzonego” systemu produkcji ukierunkowana na eliminację strat i uzyskanie jak największej wartości dodanej poszczególnych procesów opiera się na zaangażowaniu wszystkich pracowników.

- Na czym to zaangażowanie polega?
- Choćby na tym, że pracownicy regularnie zgłaszają propozycje ulepszeń. Uczestniczą też w takich działaniach, które mają wymierny wpływ na jakość, wydajność, bezpieczeństwo i satysfakcję z wykonywanej pracy.

- I wszystko to tylko dlatego, że pracują w Nidec?
- Tak, ale nie tylko. Najaktywniejszych pracowników oraz najlepsze pomysły nie tylko nagradzamy, ale i promujemy. Wszystkich zaś pracowników zachęcamy do aktywnego uczestnictwa w warsztatach Kaizen. To w trakcie nich pracujemy nad usprawnianiem wszystkich procesów.

- Dlaczego Nidec wybrał Niepołomicę?
- Polska zawsze była postrzegana jako bardzo dobre miejsce do prowadzenia działalności biznesowej. Niepołomicę są zaś jedną z najlepszych możliwych lokalizacji - znajdują się w pobliżu Krakowa, a więc spore liczby uczelni wyższych, blisko stąd do autostrady, na lotnisko. Nie można też zapomnieć o świetnych warunkach inwestycyjnych - obejmujących m.in. odpowiedniej wielkości działkę wraz z infrastrukturą - jakie stworzył Krakowski Park Technologiczny.

- Czy lokalizacja spełniła Wasze oczekiwania?
- Gdyby było inaczej, nie planowalibyśmy w Niepołomicach kolejnych inwestycji.

- A pracownicy?
- Również. Polacy są cenieni za pracowitość, zaangażowanie i kreatywność. Posiadają też bardzo wysokie kompetencje zarówno zawodowe, jak i osobiste.

- Jak układała się współpraca z samorządem, Urzędem Wojewódzkim, biurem Business in Małopolska?
- Wyśmienicie. Lokalne władze zawsze służyły nam radą i pomocą. Wspierały nas też w szybkim i efektywnym załatwianiu wszelkich formalności.

- Co produkuje Nidec w Niepołomicach i dla kogo?
- Nasz zakład produkuje silniki elektryczne mające zastosowanie w branży motoryzacyjnej. Produkowane u nas napędy stosowane są w samochodowych zamknięciach, oknach dachowych, systemach chłodzenia silnika, przekładniach kierowniczych, służą do regulacji siedzeń, systemach sterowania momentem obrotowym w samochodach terenowych... Jeśli w samochodzie coś wymaga ruchu silnika elektrycznego, to z wielkim prawdopodobieństwem będzie to silnik wyprodukowany w Niepołomicach.

- Wasi klienci znajdują się...
- ...w Europie, Ameryce i Azji. Nasze silniki montowane są w samochodach tak znanych marek, jak Ford, Peugeot, Citroen, Audi, Volkswagen, BMW, Fiat, Porsche, a nawet Bentley czy Ferrari.

- Fabryka w Niepołomicach jest już numerem jeden w Europie, czy ma szansę stać się numerem jeden na świecie?

- Celem korporacji Nidec od samego początku jej istnienia, czyli od 1973 roku, jest osiągnięcie pozycji absolutnego lidera rynku silników elektrycznych. Odbyna się to równolegle przez naturalny wzrost produkcji i asortymentu oraz serię przejęć firm o podobnym profilu produkcji na całym świecie. My również mamy aspiracje do bycia numerem 1 na świecie. Zdajemy sobie jednak sprawę, że trudno będzie konkurować z zakładami Nidec w Azji.

- Czy Nidec stworzy w Polsce dział projektowy?
- Nidec już ma swój Dział Badań i Rozwoju w Niepołomicach. W tej chwili tworzy go ponad 30 osób. Zajmują się oni szukaniem nowych rozwiązań, konstruowaniem silniczków elektrycznych szrotkowych, bezszczotkowych i ich walidacją. Mamy też laboratorium - to w nim przeprowadzamy testy elektryczne, klimatyczne, wytrzymałościowe, wibracyjne, antykorozyjne itd. Nasi inżynierowie do dyspozycji mają 4 stanowiska do pomiarów funkcji silnika, kilkanaście zestawów do przeprowadzania testów wytrzymałościowych, tyle samo komór klimatycznych, stół wibracyjny, a nawet komorę solną.

- Największe wyzwanie, które stoi w tej chwili przed Nidec?
- Jest nim czynne uczestnictwo w procesie tzw. elektromobilności, czyli rozwoju elektrycznych jednostek napędowych. Będzie to, a w zasadzie już jest, główna oś rozwoju naszej firmy.

- Ile osób pracuje w Nidec? Czy poszukują Państwo jeszcze pracowników? Jeśli tak, to jakie kwalifikacje muszą spełniać?
- Ostatni rok był dla nas bardzo udany. Zwiększyliśmy zatrudnienie o 30 proc. Obecnie w Nidec Niepołomicach pracuje prawie 1000 osób. Cieszymy się, że tempo wzrostu nie słabnie i ciągle możemy oferować możliwości rozwoju zawodowego nowym pracownikom, zarówno operatorom i magazynierom, jak i inżynierom i specjalistom.

- Jak sprawdzają się Polacy w japońskiej firmie?
- Doskonale. Nasi pracownicy to świetny zespół ludzi, zmotywowanych, otwartych na zmiany, chętnie uczących się nowych technologii i procesów, z pasją realizujących swoje cele zawodowe oraz osobiste.

- Jaka przyszłość rysuje się przed fabryką Nidec w Niepołomicach?
- Bardzo optymistyczna, pełna wyzwań i ciężkiej pracy. Właśnie pracujemy nad projektem rozbudowy zakładu w celu znacznego zwiększenia powierzchni produkcyjnej i badawczo-rozwojowej.

Miliony silników z serca Europy

Rozmawiał Marek Długopolski



KATSUYA HAYASHI, dyrektor zarządzający Mabuchi Motor Poland

- Mabuchi, światowy lider w produkcji najnowocześniejszych silników elektrycznych dla przemysłu motoryzacyjnego, pierwszą europejską fabrykę zbudował w Polsce. Dlaczego?

- Polska to jedno z najlepszych miejsc do inwestowania, do budowy nowego zakładu. Nie ukrywam jednak, że nim podjęliśmy ostateczną decyzję, długo poszukiwaliśmy miejsca, które zapewniłoby firmie nie tylko idealne warunki do rozwoju produkcji, ale także zbliżyłoby Mabuchi do naszych europejskich klientów. I właśnie wychodząc naprzeciwko tym oczekiwaniom, zdecydowaliśmy się na zbudowanie fabryki w Polsce, w sercu Europy. To dzięki temu będziemy mogli zapewnić dostawy do wszystkich krajów Starego Kontynentu w stosunkowo krótkim czasie, a także zminimalizujemy ryzyko związane z problemami w światowej gospodarce, ze współpracą pomiędzy różnymi krajami czy blokami gospodarczymi.

- Co zadecydowało o tym, że japoński gigant wybrał Bochnię?

- Jednym z najważniejszych warunków było bezpieczeństwo. Analizując oferty, od razu odrzuciliśmy wszystkie te kraje, w których sytuacja polityczna była niestabilna oraz takie, w których możliwy był wybuch jakiegoś konfliktu. Uznaliśmy, że Polska jest jednym z najbardziej stabilnych krajów w regionie.

- Równie bezpiecznie jest w Czechach, Austrii...
- To prawda. Jednak w tych krajach w ostatnim czasie powstało sporo fabryk związanych z branżą motoryzacyjną. Chcieliśmy się nieco „odsunąć” od tego rejonu.

- Dlaczego?
- Wszystko po to, aby mieć dostęp do odpowiedniej liczby wykwalifikowanych pracowników. To był kolejny ważny warunek naszej listy oczekiwań.



- Czy na podjęcie ostatecznej decyzji wpływ miała także lokalizacja, blisko autostrady, a więc i potencjalnych klientów?

- Tak, to był niesamowicie ważny czynnik. Bocheńska Strefa Aktywności Gospodarczej, będąca częścią krakowskiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej, to jeden z najatrakcyjniejszych terenów inwestycyjnych w rejonie Krakowa, położony w dodatku bardzo blisko zjazdu z autostrady A4. Aby znaleźć się na niej, wystarczy tylko kilka minut jazdy. Takie miejsce jest bezcenne w dzisiejszych czasach, bowiem oznacza możliwość szybkiego dostarczenia klientom zamówionych części czy produktów. Wielkim plusem strefy była też świetnie przygotowana infrastruktura. Tereny wokół Bochni są dość płaskie, a więc łatwy jest dostęp do energii elektrycznej, gazu, wody...

- A zachęty inwestycyjne, sprawna obsługa? Jak układała się współpraca z samorządem Bochni, Urzędem Marszałkowskim, zespołem Business in Małopolska - na etapie poszukiwania lokalizacji i już podczas budowy zakładu. Czy one również miały jakieś znaczenie na wybór Bochni?

- Dzięki bardzo dobrej współpracy z władzami miasta przygotowania do inwestycji przebiegały szybko i bardzo sprawnie, co również potwierdziło słuszność wyboru tej lokalizacji. Nie było żadnych problemów, które mogłybyśmy nazwać poważnymi. Zawsze były negocjacje. Otrzymaliśmy bardzo dużo wsparcia, i to od wszystkich władz - zarówno od władz Bochni jak i województwa. Wydaje mi się, że wszystkim zależało na tym, abyśmy zbudowali swój zakład na terenie Bocheńskiej Strefy Aktywności Gospodarczej.

- Jakie silniki będzie produkowała fabryka w Bochni?

- W naszym zakładzie będą wytwarzane głównie silniki na potrzeby przemysłu motoryzacyjnego. Będziemy produkować dla wszystkich, a więc dla firm japońskich i europejskich. Na rynek polski, ale także niemiecki, francuski, czeski, słowacki, węgierski...

- Ile osób będzie pracowało w Mabuchi?
- W tym momencie, w naszej firmie pracuje około stu osób. Do 2023 r. powinniśmy zwiększyć zatrudnienie do około 400. Wszystko zależy jednak od klientów, od ich zamówień, potrzeb i wymagań.

- Czy mieli Państwo problemy ze znalezieniem odpowiedniej liczby pracowników?



- Nie. Być może wynikało to z tego, że na razie pracuje u nas około stu osób. Czy te problemy dotkną w przyszłości? Na to pytanie w tej chwili nie odpowiem. Zobaczymy. Myślę jednak, że sobie z tym poradzimy.

- Gdy bocheńskie Mabuchi ruszy pełną parą, co ma nastąpić w 2023 r. jego bramy rocznie będzie opuszczać około 20 milionów silników elektrycznych. To olbrzymia liczba...

- Takie mamy plany. I nie ukrywam, że chcemy je zrealizować w stu procentach. Na rynku europejskim jest bardzo dużo klientów związanych z branżą motoryzacyjną. Każdy z nich potrzebuje silników. W 2023 r. zatrudnienie powinno wynosić 400 osób, a nasze inwestycje sięgną 360 mln zł.

- Czy mają Państwo dodatkowy teren, by rozbudować zakład?

- Z terenem nie ma problemu. Kupiliśmy 9,5 hektara. Na razie wykorzystujemy tylko połowę. Jeśli więc zajdzie tylko taka potrzeba, to mamy miejsce, żeby się rozbudować.

- Czy w Bochni powstanie centrum badawczo-rozwojowe Mabuchi?

- Na razie nie mamy takich planów, skupiamy się bowiem na tym, by rozpocząć produkcję. Gdy będziemy pewni, że taka inwestycja się opłaci, to w Bochni powstanie również centrum badawcze. Mamy wrażenie, że w Europie jest to coś, czego się oczekuje od dużych firm. W ten sposób można bowiem dostosować się do zmian na rynku, do nowych rozwiązań i technologii.

- Kiedy fabryka ruszy pełną parą?

- Decyzja o budowie zapadła w 2016 r. Pierwszą łopatę wbito w ziemię 12 lipca 2017 r. Maszyny i urządzenia stoją już w hali. Mamy skompletowany wykwalifikowany zespół. Pora na uruchomienie produkcji. Na tę masową musimy jeszcze jednak trochę poczekać - do przyszłego roku. W ten sposób Polska stanie się jednym z najważniejszych centrów produkcyjnych Mabuchi, w pełni odpowiadającym na rosnące zapotrzebowanie ze strony europejskiego przemysłu motoryzacyjnego.

- Jak się Panu żyje w Polsce?

- Świetnie się tu czuję, jak u siebie w domu. Łatwo się tu mieszka, jedzenie jest doskonałe. Nie można się też nudzić. Małopolska jest piękna, nie brakuje doskonałej architektury, pięknych zabytków, a także kuszących wydarzeń kulturalnych. To bardzo dobre miejsce do życia.

Międzynarodowe wsparcie biznesu



– Mamy bardzo dobre doświadczenia ze współpracy z japońskimi przedsiębiorcami obecnymi w Małopolsce
– mówi WITOLD KOZŁOWSKI, marszałek Województwa Małopolskiego

Rozmawiała Elżbieta Cegła

– Panie Marszałku, dlaczego akurat Kraj Kwitnącej Wiśni stał się kierunkiem zainteresowania władz Małopolski?

– Staramy się wychodzić naprzeciw oczekiwaniom zgłaszanym przez przedsiębiorców. Mamy doświadczenia z kilku ostatnich lat oraz wnioski płynące ze zrealizowanych projektów, w ramach których nasze działania ukierunkowane były na wsparcie eksporterów oraz promocję potencjału inwestycyjnego. Każdorazowo uczestnicząc w targach, organizując misje czy konferencje lub szkolenia, pytamy przedsiębiorców o ich doświadczenia, preferencje i oczekiwania na przyszłość. Z tego właśnie wnioskujemy, że nasi przedsiębiorcy znakomicie sobie radzą na rynkach w krajach Unii Europejskiej, a wspólnotowe uregulowania prawne niwelują wiele barier. Kolejnym jednak wnioskiem jest to, że równocześnie oczekują wsparcia – informacyjnego, proceduralnego, a także doradztwa wynikającego z różnic kulturowych – na rynkach pozaeuropejskich. Dlatego nasza oferta wsparcia obejmuje obecność na wydarzeniach gospodarczych w takich krajach jak np. Japonia, Kazachstan, Chiny czy Zjednoczone Emiraty Arabskie. Wspomnę tylko, że mamy bardzo dobre doświadczenia w współpracy z japońskimi przedsiębiorcami obecnymi w Małopolsce, a zatem czas na wsparcie polskiej ekspansji i zmniejszenie ujemnego salda obrotów handlowych z Japonią.

– Mógłby Pan opowiedzieć o tych doświadczeniach.

– Oczywiście. W 2017 r. japoński koncern Mabuchi Motor zainwestował w bocheńskiej strefie aktywności gospodarczej. W chwili obecnej spółka Mabuchi Motor Poland buduje fabrykę wytwarzającą części dla przemysłu motoryzacyjnego. Chodzi o produkcję niewielkich silników elektrycznych wykorzystywanych w procesie sterowania. Fabryka w Bochni to pierwszy zakład tej firmy w Europie. Zakład o powierzchni 26 tys. mkw. powinien rozpocząć produkcję do końca 2019 r. Docelowe moce produkcyjne osiągnie w 2023 r., wytwarzając około 16 mln silników rocznie. W Małopolsce obecni są również m.in. Fujitsu czy Mitsubishi Electric. Dlatego czas również na wsparcie naszego eksportu do Japonii i wyeksponowanie naszych marek. Zdaję sobie jednak sprawę, że główną przeszkodą w zwiększaniu wymiany handlowej po naszej stronie jest słabe przygotowanie rodzimych firm do ekspansji na ten rynek oraz brak wyrobionej marki. Problemem utrudniającym dostęp naszych produktów do rynku japońskiego są również słabo rozwinięte kanały dystrybucji oraz niska wiedza konsumentów i przedstawicieli japońskiego biznesu na temat Polski i jej produktów. Dlatego odpowiadając na Pani pytanie, w ramach naszych aktywności przewidzieliśmy tę destynację.

– Jakie są źródła finansowania obecności na wspomnianych przez Pana wydarzeniach gospodarczych?

– Nasze działania w chwili obecnej finansujemy głównie ze środków unijnych, w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Małopolskiego. Oczywiście angażujemy też środki pochodzące z budżetu województwa, gdyż nie wszystko da się sfinansować z budżetu UE.

– Czy to jednostkowe działania, czy samorząd Województwa Małopolskiego przygotował inne jeszcze możliwości wsparcia przedsiębiorców?

– Przygotowaliśmy całą serię kompleksowych działań, których odbiorcami mogą być głównie przedstawiciele mikro, małych i średnich przedsiębiorstw, np. spotkania informacyjne dotyczące zasad wchodzenia na nowe rynki czy możliwość udziału w targach, krajowych lub zagranicznych. Nie wykluczamy też wsparcia dla dużych

firm, ale jest ono ograniczone. Kolejnymi kierunkami naszych działań w najbliższych latach będą m.in. Hongkong – targi Cosmoprof Asia dedykowane branży kosmetycznej, Barcelona – targi Mobile World dedykowane branży nowoczesnych technologii, Dusseldorf – targi ProWein dla branży spożywczo-winiarskiej, a także Hanower, gdzie odbędą się Międzynarodowe Targi Innowacyjnych Technologii Przemysłowych. Szczegółowy wykaz inicjatyw i terminarz wydarzeń, w których mogą uczestniczyć przedsiębiorcy z Małopolski jest dostępny na stronie businessinmalopolska.pl. Mam nadzieję, że działaniami proeksportowymi uda się zainteresować również przedsiębiorców spoza tzw. Krakowskiego Obszaru Metropolitalnego, na terenie którego firmy radzą sobie już całkiem dobrze.

– Powiedział Pan, że ma nadzieję, iż działaniami proeksportowymi uda się zainteresować również przedsiębiorców spoza tzw. Krakowskiego Obszaru Metropolitalnego. Jak zatem wygląda obecnie sytuacja?

– Z danych Małopolskiego Obserwatorium Rozwoju Regionalnego wynika, iż w Małopolsce, w działalności związanej z handlem zagranicznym angażowały się przede wszystkim firmy z Krakowa, generując około 26% regionalnego eksportu i około 45% importu. Znaczącą rolę odegrały ponadto dwa powiaty: krakowski i wielicki z eksportem powyżej 1 mld euro. Wartość 400 mln euro przekroczyły powiaty: oświęcimski, myślenicki i olkuski, a 300 mln euro powiat bocheński oraz miasta Tamów i Nowy Sącz. Z powyższych danych jasno wynika, iż aby prowadzić zrównoważony rozwój całego regionu, konieczne jest zróżnicowanie natężenia pomocy i form wsparcia dla przedsiębiorców w poszczególnych częściach województwa. Dlatego planując np. szkolenia czy spotkania infor-

Witold Kozłowski:
– Wartość eksportu powiatów krakowskiego i wielickiego przekroczyła po 1 mld euro, oświęcimskiego, myślenickiego i olkuskiego – 400 mln euro, a bocheńskiego oraz miast Tarnów i Nowy Sącz – 300 mln euro

macyjne dla firm, uwzględniamy ich przeprowadzenie w różnych częściach województwa. Również lokalnie, poza Krakowem, funkcjonują Punkty Informacyjne o Funduszach Europejskich zlokalizowane w Nowym Targu, Chrzanowie, Nowym Sączu czy Tarnowie, które świadczą usługi bezpłatnie. Chciałbym, aby przedsiębiorcy z pozostałych części Małopolski mieli taki sam dostęp do światowych rynków zbytu. Poprzez takie działania, jak wspominałem, staramy się im to ułatwiać.

– Z jakiej oferty Województwa Małopolskiego związanej ze wsparciem eksportu mogą jeszcze korzystać przedsiębiorcy?

– Muszę podkreślić, że możliwości jest naprawdę wiele. Przedsiębiorcy mogą np. korzystać z usług Centrum Bu-

siness in Małopolska, którego zadaniem jest wsparcie informacyjno-doradcze przedsiębiorców. Ponadto, firmom nastawionym na eksport oferujemy bezpłatną usługę wyszukiwania zagranicznych partnerów handlowych. Wystarczy wejść na stronę businessinmalopolska.pl wypełnić i wysłać tzw. kartę eksportera, która jest dostępna w zakładce dla eksportera. Wiadomość o zgłoszeniu jest odczytywana przez pracownika CeBiM i analizowana. To dzięki temu przedsiębiorca w ciągu kilku dni otrzymuje potrzebne informacje i bazę kontaktów do przedsiębiorców zainteresowanych współpracą, w obszarze, jaki wcześniej wskazał w karcie. Przedsiębiorcom nastawionym na nawiązywanie nowych kontaktów handlowych dedykujemy również możliwość udziału w krajowych wydarzeniach targowych. Już za kilka dni, bo od 8 do 9 października, organizujemy przestrzeń wystawienniczą na Międzynarodowych Targach Materiałów, Technologii i Wyrobów Kompozytowych Kompozyt-EXPO w Krakowie. W 2020 r. zaplanowaliśmy wykupienie powierzchni wystawienniczej dla przedsiębiorców na Międzynarodowych Targach Metod i Narzędzi do Virtualizacji Procesów w Sosnowcu, targach RenExpo Poland w Warszawie dedykowanych odnawialnym źródłom energii, efektywności energetycznej i budownictwu energooszczędnemu oraz targach Horeca w Krakowie – dedykowanych branży spożywczej oraz gastronomicznej. Nasze plany obejmują już także rok 2021, kiedy to planujemy obecność na Polagra Food, czyli Międzynarodowych Targach Wyrobów Spożywczych w Poznaniu oraz IT Future EXPO, które są targami innowacji technologii informatycznych i odbywają się w Warszawie. Wszystkich Państwa zainteresowanych udziałem w tych targach na stoisku Małopolski zapraszam po szczegóły na stronę innovacyjna.malopolska.pl



Oferta dla małopolskich przedsiębiorców

MassBio CRO/CMO,
Boston, wrzesień 2020

Spring Fair,
Birmingham, luty 2022

BioTrinity,
Londyn, kwiecień 2020

BioTrinity,
Londyn, kwiecień 2021

Mobile World Congress,
Barcelona, luty/marzec 2020

BATIMAT,
Paryż, listopad 2021

ProWein,
Dusseldorf, marzec 2021

Biotech in Europe Investor Forum for Global Partnering,
Bazylea, wrzesień 2020

Biotech in Europe Investor Forum for Global Partnering,
Bazylea, wrzesień 2021

Hannover Messe,
Hanower, kwiecień 2020

Hannover Messe
Hanower, kwiecień 2021

New Mobility World
Hanower, wrzesień 2020

New Mobility Worl
Hanower, wrzesień 2021

Forum Ekonomiczne,
Krynica-Zdrój, wrzesień 2020

GITEX Technology Week,
Dubaj, październik 2021

WorldBuild/KazBuild,
Almaty, 4-6 wrzesień 2019

Cosmoprof Asia,
Hong Kong, 13-15 listopad 2019

Bio Asia International Conference
Japonia, marzec 2020

Wyjazd z wykorzystaniem dobrych praktyk PAIH,
Korea Płd., Japonia, listopad 2020

Bio Asia International Conference,
Japonia, marzec 2021

Wyjazd z wykorzystaniem dobrych praktyk PAIH,
Korea Płd., Japonia, listopad 2021

Boston

Birmingham

Londyn

Paryż

Barcelona

Dusseldorf

Hanower

Krynica-Zdrój

Bazylea

Almaty

Dubaj

Hong Kong

Japonia

Stawiamy na inwestorów z Japonii

Lech Wałęsa w 1980 roku, powróciwszy do Polski po wizycie w Kraju Kwitnącej Wiśni, chciał w naszym kraju budować drugą Japonię. Tak duże wrażenie zrobiła na ówczesnym prezydencie znakomicie zorganizowana i dynamicznie rozwijająca się gospodarka. Od wielu lat Japonia pozostaje w czołówce najsilniejszych ekonomicznie państw świata, a pozostawanie pod wrażeniem sukcesu gospodarczego tego kraju jest do dziś udziałem wielu osób udających się do Japonii w celach biznesowych.

Kryzys po japońsku

Mimo, że eksperci ekonomiczni uważają, że japoński „cud gospodarczy” zakończył się w latach dziewięćdziesiątych XX wieku, gdy japońskie firmy musiały podzielić się rynkiem z „Tygrysami ze wschodu”, Japonia wciąż pozostaje czwartą gospodarką świata pod względem PKB oraz piątą pod względem parytetu siły nabywczej.

Nie jeden kraj marzy, by przez kryzysy gospodarcze przechodzić tak jak Japonia. Kryzys po japońsku przyniósł wprawdzie deflację i wzrost bezrobocia. Jednak

czym jest wzrost bezrobocia z 2 do 5 punktów procentowych wobec problemów trwających gospodarki wielu krajów. W Japonii nie odnotowano załamania gospodarki, lecz jedynie spowolnienie wzrostu. Przyczyną tego stanu rzeczy może być fakt, że japońscy przedsiębiorcy nie poddali się kryzysowi, ponieważ siłę swoich firm zbudowali na innowacjach organizacyjnych i procesowych, lojalności pracowników wobec firmy oraz podkreślanym na każdym kroku profesjonalizmie w tworzeniu każdego, choćby najniższego stanowiska pracy.

Jeśli chcielibyśmy szukać jakiegoś podobieństwa pomiędzy Polakami i Japończykami, to wspólne cechy można odnaleźć właśnie w kwestii przywiązania do miejsca pracy i niechęci do zmian w tym obszarze życia. Szczególnie widać to u Małopolan, którzy lubią o sobie mówić, że „my jesteśmy krzakami a nie ptaki”, czyli cenimy sobie zakorzenienie i tradycję. Tę cechę Polaków doceniają zagraniczne firmy, które mogą mieć pewność, że jeśli stworzą dobre warunki pracy, zyskają w naszym regionie lojalnych i oddanych pracowników.

Uczymy się od japońskich klientów

Krakowski Park Technologiczny nauczył się przyjmować perspektywę japońskich firm, dzięki doświadczeniom w obsłudze przedsiębiorstw, które podjęły decyzję o ulokowaniu swoich fabryk w Małopolsce.

Japończycy oczekują od partnerów biznesowych pełnego profesjonalizmu, skrupulatności, przywiązania do szczegółów, a nade wszystko wywiązywania się ze zobowiązań. To brzmi bardzo ogólnie, ale każde z tych określeń nabiera mocniejszego znaczenia w przypadku współpracy z japońskimi firmami. Zbudowanie atmosfery partnerstwa i absolutnego zaufania potrafi przesądzić o decyzji ulokowania inwestycji. Przekonaliśmy się o tym, wprowadzając pierwszą japońską firmę do krakowskiej specjalnej strefy ekonomicznej.

Zainwestowali w Małopolsce

Pierwszą firmą, z jaką podjęliśmy współpracę w 2007 roku, był koncern Nidec, który stworzył w Polsce swoją spółkę pod nazwą Nidec Motors & Actuators.

Japoński producent silników i napędów elektrycznych dla sektora motoryzacyjnego rozpoczął działalność w Polsce w 2006 r., przejmując część działalności od Valeo. Produkcja była początkowo prowadzona w Zielonkach koło Krakowa. Kolejnym krokiem prorozwojowym firmy było wybudowanie nowego zakładu w krakowskiej specjalnej strefie ekonomicznej w Niepołomicach. KPT wydał zezwolenie na tę inwestycję 7 kwietnia 2008 roku, a już rok później braliśmy udział w uroczystości otwarcia nowego zakładu. Pierwsze deklaracje spółki zakładały poniesienie nakładów inwestycyjnych na poziomie 56 mln zł oraz utworzenie 500 nowych miejsc pracy. Po 11 latach działalności, w Niepołomicach rzeczywiste nakłady wyniosły ponad 280 mln zł, a pracę znalazło tam około 600 osób.

Nie musimy dodawać, że z ogromną radością powitaliśmy firmę Nidec Motors & Actuators w krakowskiej specjalnej strefie ekonomicznej. Była to pierwsza japońska firma, którą mieliśmy przyjemność wprowadzać



FOT. MABUCHI

do strefy. To doświadczenie pokazało, że Małopolska powinna prowadzić aktywną politykę promocyjną na rynku japońskim. Warto także zauważyć niezwykle dynamiczny rozwój Grupy Nidec na rynku globalnym. Firma ta - powołana przez charyzmatycznego lidera: Pana Shigenobu Nagamori i jego trzech kolegów - obecnie zatrudnia 130 tys. osób w kilkudziesięciu krajach. Obecność tak znanej firmy o światowej renomie, stanowi ogromną korzyść dla gospodarki Małopolski nie tylko ze względu na wysokość nakładów inwestycyjnych oraz powstanie nowych miejsc pracy. Nie do przecenienia jest także efekt promocyjny oferty inwestycyjnej Małopolski wśród japońskich firm. Wciąż mamy nadzieję na kolejne inwestycje tego przedsiębiorstwa w regionie.

Dość długo czekaliśmy na kolejnego inwestora z Japonii. W 2017 roku do klubu firm działających w Krakowskim Parku Technologicznym dołączyła kolejna spółka z branży motoryzacyjnej - Mabuchi Motor Poland - powołana przez japoński koncern Mabuchi Motor dla potrzeb realizacji inwestycji w Polsce.

Docelowo, Mabuchi Motor Poland zainwestuje w Bochni około 360 mln zł oraz utworzy 400 nowych miejsc pracy. Zakład, który powstaje w naszej podstrefie, będzie pierwszym zakładem Mabuchi w Europie. Obecnie na ukończeniu jest pierwszy etap inwestycji realizowanej w oparciu o wydane przez KPT zezwolenie, w ramach którego Mabuchi zadeklarowało poniesienie na-

Jeśli chcielibyśmy szukać jakiegoś podobieństwa pomiędzy Polakami i Japończykami, to wspólne cechy można odnaleźć właśnie w kwestii przywiązania do miejsca pracy i niechęci do zmian w tym obszarze życia. Tę cechę Polaków doceniają zagraniczne firmy, które mogą mieć pewność, że jeśli stworzą dobre warunki pracy, zyskają w naszym regionie lojalnych i oddanych pracowników

kładów inwestycyjnych w wysokości 113 mln zł oraz utworzenie 253 nowych miejsc pracy. W efekcie inwestycji powstanie nowy zakład produkcyjny wytwarzający części dla przemysłu motoryzacyjnego, w tym części do silników elektrycznych i spalinowych, elementy elektroniczne, wyposażenie elektryczne i elektroniczne do pojazdów silnikowych, łożyska, koła zębate i elementy napędowe. Obsługa tej firmy i przeprowadzenie jej przez cały proces decyzyjny były zarówno dla KPT, jak i gminy Bochnia fascynującym, a zarazem wymagającym doświadczeniem. Z tym większą radością przyjęliśmy pozytywną dla Małopolski decyzję inwestora.

Czekamy na kolejnych inwestorów

Na kolejnych inwestorów z Japonii czeka bardzo dobrze przygotowany zespół w KPT wspierany przez ekspertów z Polskiej Agencji Handlu i Inwestycji. Czekają także w pełni uzbrojone tereny inwestycyjne i otwarcie na współpracę małopolscy samorządowcy. A najważniejsze, że japońskich - znakomicie zorganizowanych firm oczekują w Małopolsce bardzo dobrzy - nie mniej lojalni niż w Japonii - pracownicy.



Krystyna Sadowska
dyrektorka działu obsługi inwestora
w Krakowskim Parku Technologicznym



Business Park Nad Drwiną

Kraków od lat zajmuje czołowe miejsca w rankingach miast najbardziej przyjaznych dla biznesu. W raporcie zaprezentowanym przez Financial Times – fDi Magazine „European Cities and Regions of the future 2018/2019” w kategorii „Business Friendliness” Kraków znalazł się w pierwszej dziesiątce

W prestiżowym zestawieniu Tholons Services Globalization City Index 2018, Kraków zajął szóstą pozycję, a w najnowszym rankingu Forbes 2019 r. stolica Małopolski zdobyła drugie miejsce w kategorii „Miasto przyjazne dla biznesu, wśród miast liczących powyżej 300 tysięcy mieszkańców”.

Prężnie działający sektor nowoczesnych usług dla biznesu, dynamicznie rozwijające się środowisko startupowe, rosnące zainteresowanie zagranicznych inwestorów – to wszystko potwierdza, że Małopolska i Kraków to doskonałe miejsca do prowadzenia biznesu.

Nasz region dysponuje również wykwalifikowanymi kadrami – w Krakowie są 23 uczelnie wyższe, z 12 ty-

siącami pracowników naukowych i około 150 tysiącami studentów oraz ponad 100 jednostkami i instytucjami naukowo-badawczymi. Oferuje też profesjonalne i kompleksowe wsparcie inwestorów.

Atrakcyjność lokalizacyjna miasta i regionu z siatką międzynarodowych szlaków tranzytowych oraz rozwinięta infrastruktura transportowa – to kolejne mocne argumenty dla przedsiębiorców, którzy poszukują dobrej lokalizacji dla prowadzenia działalności, nowych inwestycji, baz logistycznych i magazynowych.

Jak podaje raport „Marketbeat”, w pierwszym kwartale 2019 r. na krajowy rynek dostarczono 506 tys. mkw. nowoczesnej powierzchni magazynowej, dzięki czemu jej całkowite zasoby wzrosły do 16,3 mln mkw. Wciąż też widoczny jest duży potencjał rozwoju rynku magazynowego w Polsce.

Wychodząc naprzeciw potrzebom i trendom rynku, Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego nieustannie rozwija swoją ofertę. Obok wsparcia przedsiębiorców na poziomie merytorycznym i finansowym, zapewnia także nowoczesne i funkcjonalne zaplecze logistyczne do prowadzenia biznesu.

Na terenie Krakowa posiada trzy kompleksy nieruchomości: Business Park Zakopiańska, Business Park Nad Drwiną i Business Park Kordylewskiego, o łącznej powierzchni ponad 50 ha. Oferta nieruchomości Małopolskiej Agencji Rozwoju Regionalnego to doskonała propozycja dla firm poszukujących baz magazynowych, parków produkcyjnych oraz centrów logistycznych wraz z biurami.

Przy ul. Nad Drwiną, na ponad 22 ha byłych terenów wojskowych, znajduje się kompleks obiektów magazynowo-produkcyjnych wraz z biurami i zapleczem socjalnym o łącznej powierzchni 53 790 mkw. Dla działających tu firm udostępniono funkcjonalne parkingi, place manewrowe i miejsca rozładunku towarów.

Rozwinięte zaplecze logistyczne i możliwość adaptacji przestrzeni do indywidualnych potrzeb firm, gwarantuje znakomite warunki dla działalności krajowych i zagranicznych przedsiębiorców, w szczególności w obszarze usług transportowych, produkcji oraz działalności przemysłowej. Hale magazynowe kompleksu Nad Drwiną są przystosowane do składowania i magazynowania różnego typu surowców i materiałów.

Niewątpliwym atutem jest lokalizacja kompleksu w centrum przemysłowym i logistyczno-magazynowym miasta. W odległości 200 m od wschodniej obwodnicy miasta (część trasy ekspresowej S7); około 2,5 km. do autostrady A4. W bezpośrednim sąsiedztwie znajduje się Urząd Celny.

Marce MARR na rynku nieruchomości zaufało już ponad 60 firm. Atrakcyjność oferty i profesjonalizm działań potwierdza dotychczasowa współpraca z takimi firmami jak m.in. Fideltronik SA, Drukarnia „Grafkarton” Sp. z o.o., Drukarnia Wydawnicza im. W.L. Anczyca SA, Illochroma Haoneng Poland Sp. z o.o., Excellent SA, MS Boat Stefan Surowiecki.

Zapraszamy do Business Parków
Małopolskiej Agencji Rozwoju Regionalnego

Business Park Nad Drwiną

POWIERZCHNIE DO WYNAJĘCIA

1583
m²

powierzchni produkcyjno-usługowej
z zapleczem biurowym

1790
m²

powierzchni biurowej

172
m²

powierzchni socjalno-biurowej

204
m²

powierzchni magazynowo-biurowej



Business Park Nad Drwiną

ul. Nad Drwiną 10; 30-741 Kraków

tel./faks: +48 12 653 55 33, +48 12 653 53 66

business.park@marr.pl
businessparkdrwina@marr.pl

marr.pl

Krynica-Zdrój – gospodarczym sercem Europy

Kilka tysięcy gości z kilkudziesięciu krajów świata. Premierzy i ministrowie. Szefowie oraz właściciele wielkich firm. Sesje plenarne i blisko 200 paneli dyskusyjnych – tak wyglądało XXIX Forum Ekonomiczne w Krynicy-Zdroju. Przez trzy dni – od 3 do 5 września – uroczyste uzdrowisko było nieoficjalną gospodarczą i polityczną stolicą zarówno Polski, jak i Europy.

Głównym partnerem Forum Ekonomicznego w Krynicy-Zdroju było Województwo Małopolskie. - Współczesny świat potrzebuje rozmowy, potrzebuje dialogu. Forum Ekonomiczne, to miejsce istotnej debaty o problemach i wyzwaniach stojących przed Europą, również problemach globalnych – tak Witold Kozłowski, marszałek Województwa Małopolskiego mówił podczas otwarcia Forum Ekonomicznego, największej tego typu konferencji w Europie Środkowo-Wschodniej. Jej tematem przewodnim było stwier-

dzenie: „Europa jutra. Silna czyli jaka?”. Ina to pytanie, kluczowe dla istnienia Starego Kontynentu, starali się odpowiedzieć politycy i przedsiębiorcy, samorządowcy i ludzie kultury. Warto wspomnieć, że w tym roku krynickie Forum gościło ponad 5 tysięcy osób, a więc najwięcej w swojej 29 letniej historii.

Na małopolskich stoiskach dyskutowano jednak nie tylko o globalnej gospodarce i wielkiej polityce, ale także o historii, bezpieczeństwie, komunikacji i kulturze, prezentując jednocześnie wielki potencjał naszego regionu.

Forum odbywa się w Krynicy-Zdroju od 1992 r. Jego pomysłodawcą jest Zygmunt Berdychowski, natomiast organizatorem Fundacja Instytut Studiów Wschodnich. Nadrzędna misją Forum Ekonomicznego jest „tworzenie korzystnego klimatu dla rozwoju współpracy politycznej i gospodarczej w Europie”. Za rok piękny jubileusz – XXX już Forum Ekonomiczne.



Małopolska na targach branży budowlanej w Kazachstanie

W dniach 4-6 września br. w Ałmaty, byłej stolicy Kazachstanu, na terenie kompleksu wystawienniczego Atakent miały miejsce jedno z największych targów w kraju – KazBuild 2019. Podczas tegorocznej, XXVI edycji tego wydarzenia, zaprezentowany został potencjał gospodarczy Województwa Małopolskiego oraz rodzimych firm z branży budowlanej.

Targi KazBuild są najważniejszą wystawą targową materiałów budowlanych i wykończeniowych w Azji Środkowej. W tym roku, jak podsumowali organizatorzy, zaprezentowało się przeszło 250 firm z 22 krajów świata. Na specjalnie zaaranżowanej przez Małopolską Agencję Rozwoju Regionalnego SA przestrzeni promocyjnej odbyło się wiele spotkań i rozmów B2B, a innowacyjna strefa VR zachęcała do odwiedzenia stoiska.

Targi były szansą dla małopolskich firm do nawiązania bezpośrednich relacji biznesowych z zagranic-

nymi partnerami handlowymi. Z Małopolski w targach udział wzięli: ATT Sp. z o.o. oferująca elementy ze stali nierdzewnej, ES-SYSTEM SA, TM Technologie Sp. z o.o. oraz Norlys Sp. z o.o. z branży oświetleniowej, GÓR-STAL Sp. z o.o. producent warstwowych płyt oraz paneli termoizolacyjnych, MedApp SA dostawca rozwiązań mobilnych dla branży medycznej, SMAY Sp. z o.o. lider branży wentylacyjnej oraz ZET Transport Sp. z o.o. zajmująca się krajową i międzynarodową spedycją.

Udział w targach zrealizowany został w ramach projektu pn. „Power up your Business in Małopolska 2” realizowanego przez Małopolską Agencję Rozwoju Regionalnego SA, Krakowski Park Technologiczny oraz Województwo Małopolskie ze środków Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Małopolskiego na lata 2014-2020.





KRAKOWSKI
PARK
TECHNOLOGICZNY



Polska
Strefa Inwestycji

MAŁOPOLSKA. TUTAJ SIĘ INWESTUJE

- cała Małopolska strefą inwestycji
- preferencje dla małych i średnich przedsiębiorstw
- zwolnienia podatkowe do 55%
- specjalne warunki dla inwestorów w Chrzanowie, Gorlicach, Jędrzejowie, Nowym Sączu, Nowym Targu, Tarnowie, Zakopanem
- doradztwo i opieka poinwestycyjna

**Krakowski Park Technologiczny
zaprasza wszystkich przedsiębiorców!**

KONTAKT:

strefa@kpt.krakow.pl

tel. 12 640 19 49

WWW.KPT.KRAKOW.PL

PUNKTY INFORMACYJNE

marr

Małopolska Agencja
Rozwoju Regionalnego SA

Małopolskiej Agencji
Rozwoju Regionalnego SA

Kraków

ul. Kordylewskiego 11, 31-542 Kraków
tel. 12 617 99 42, 12 617 99 43, 12 617 99 46

Bochnia

ul. Świętego Leonarda 31/15, 32-700 Bochnia
tel. 12 617 99 85, 785 056 879

Miechów

ul. Piłsudskiego 5, 32-200 Miechów
tel. 12 617 99 86, 785 056 875

Myślenice

ul. Klakurki 2a/b, 32-400 Myślenice
tel. 12 617 99 87, 602 278 182

Proszowice

ul. Krakowska 18a, 32-100 Proszowice
tel. 12 617 99 88, 785 056 877

Wieliczka

ul. Adama Asnyka 6c/5, 32-020 Wieliczka
tel. 12 617 99 89, 785 056 878

Tarnów

ul. Słoneczna 28-30, 33-100 Tarnów
tel. 785 056 870; 785056871

Brzesko

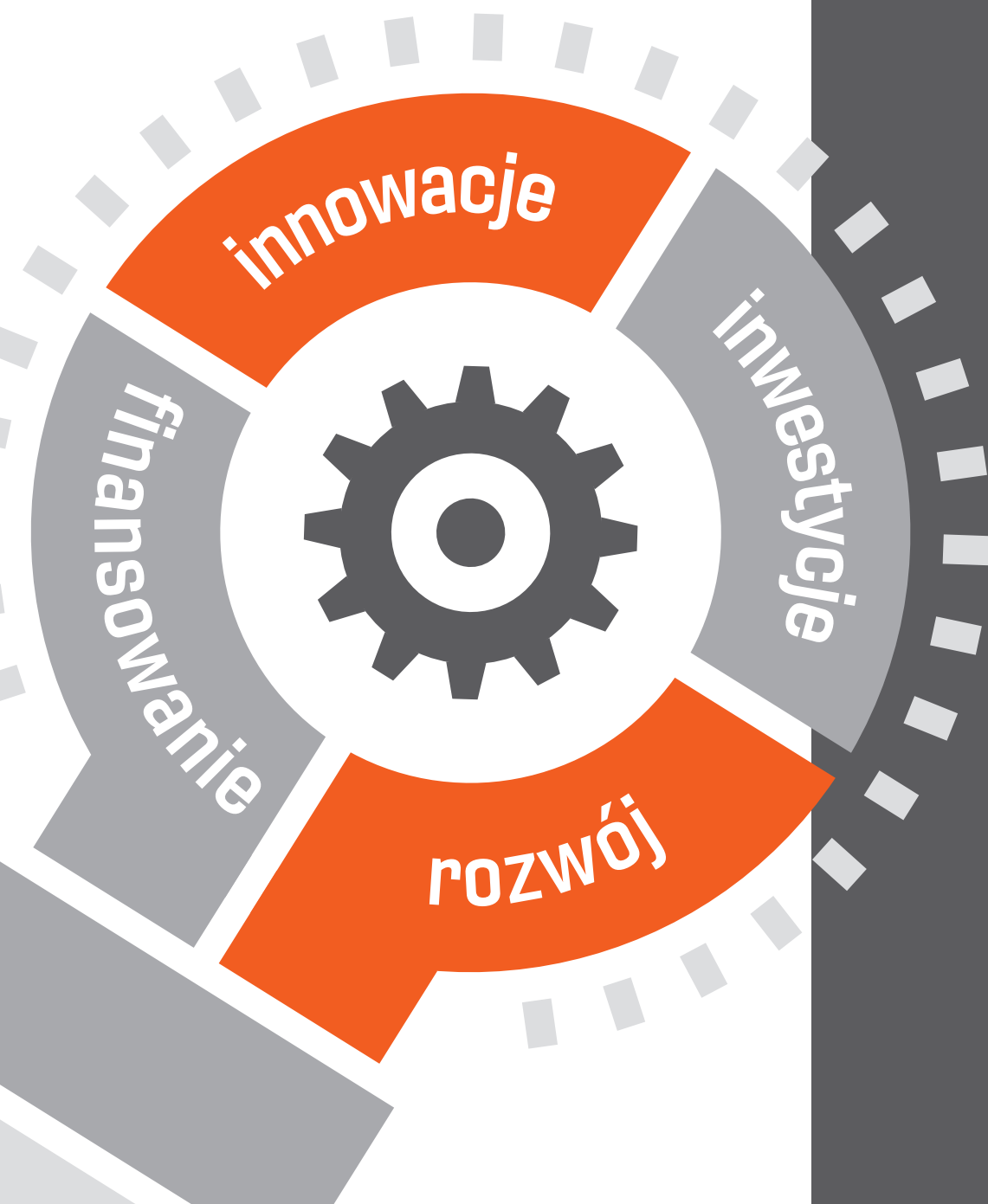
Plac Kupiecki 8, 32-800 Brzesko
tel. 785 056 873; 12 617 99 83

Dąbrowa Tarnowska

ul. Szpitalna 1, 33-200 Dąbrowa Tarnowska
tel. 785 056 874; 12 617 99 84

Wadowice

Plac Jana Pawła II nr 8, 32-600 Wadowice
tel. 785 059 106



www.marr.pl 

marr@marr.pl 