

# POPRAWA WIZERUNKU PRZEDSIĘBIORCÓW

**PROJEKT PKPP LEWIATAN**

- 1 -



KAPITAŁ LUDZKI  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



## **„Poprawa wizerunku przedsiębiorców” – nowy projekt PKPP Lewiatan.**

Celem projektu jest budowanie pozytywnego wizerunku przedsiębiorców. Działania w nim prowadzone są dwutorowo. Po pierwsze, ogólnopolska kampania reklamowa i PR ma za zadanie doprowadzenie do wzrostu wiedzy na temat kluczowego wpływu przedsiębiorców na gospodarkę. Z drugiej strony, przygotowano zestaw działań dla administracji, który ma zwiększyć jej umiejętności i gotowość do współpracy z przedsiębiorcami.

Projekt jest realizowany od 1 sierpnia 2011 roku do 31.07.2013 roku. Jest on współfinansowany ze środków Unii Europejskiej, w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego. Budżet projektu to 3 808 880 zł.

### **Dlaczego poprawiać wizerunek przedsiębiorców?**

Przedsiębiorcy w Polsce, pomimo ogromnego zaangażowania w rozwój kraju, mają zły wizerunek. Zaledwie niecała połowa Polaków lubi przedsiębiorców (48%), uważa ich za osoby uczciwe wobec państwa (46%), które troszczą się o swoich pracowników (43%) (GfK Polonia, 2009). Poprawa wizerunku następuje bardzo powoli: zmiana negatywnych opinii nt. uczciwości, troski i generalnie „lubienia” wynosi 11% (GfK Polonia 2006, 2009). Po 20 latach transformacji przedsiębiorcy nie uzyskali nawet 50% zwolenników.

Negatywne przekonania nt. przedsiębiorców są w większości fałszywe. W rzeczywistości, jak pokazuje badanie Pracujący Polacy 2010 pracownicy deklarują, iż np. pracodawca w terminie reguluje należności wobec pracowników (85,1%+9,2% trudno powiedzieć), urlopy udzielane są w pełnym wymiarze (77,30%+12,5% tr. pow.), dokumentacja czasu pracy prowadzona jest prawidłowo i zawiera rzeczywistą liczbę przepracowanych godzin (77,8%+12,1% tr. pow.), przestrzegane są zasady bhp (88,63%+2,8% tr. pow.), pracownicy są szkoleni na koszt pracodawcy (69,30%+8,6% tr. pow.), praca jest dobrze zorganizowana (84,50%+3,2% tr. pow.). Marginalny jest także odsetek przedsiębiorców łamiących prawo. Na 1,8 mln aktywnych firm Państwowa Inspekcja Pracy czy kontrole skarbowe stwierdzają naruszenia przepisów prawa u poniżej jednego procenta aktywnych firm.

Negatywne nastawienie do przedsiębiorców powoduje, że przyjmują oni postawę zachowawczą i nie są skłonni angażować się lub inicjować działań na rzecz społeczności lokalnej. Brak zachęt i otwartości ze strony administracji utrwała tę sytuację. Tworzy się błędne koło, gdzie każdy tkwi na swojej pozycji, powstrzymuje się od współpracy, a cierpią na tym społeczności lokalne, pracownicy i inne grupy potencjalnych beneficjentów.

### **Jakie działania podejmiemy?**

Zaplanowano działania w trzech grupach:



- diagnoza – kompleksowa, rzetelna analiza regionalna problemów wizerunkowych w każdym województwie
- promocja – konkursy na liderów biznesu w każdym województwie, ogólnopolska kampania promocyjna, wydawnictwa prezentujące wkład biznesu w rozwój każdego województwa
- edukacja – program współpracy z administracją obejmujący wydanie materiałów poradnikowych oraz szkolenia i konferencje, budujące współpracę z biznesem.

#### Konsultacje z przedsiębiorcami i administracją (diagnoza).

Pierwszym krokiem będzie przygotowanie analizy wizerunku przedsiębiorców w każdym województwie oraz wypracowanie zestawu rekomendacji regionalnych do dalszych działań wizerunkowych i informacyjnych.

W tym celu zostanie przeprowadzonych 80 spotkań z przedstawicielami biznesu i administracji (po pięć w każdym województwie). Łącznie spotkamy z 800 przedsiębiorcami i urzędnikami. Rozmowy te pozwolą na zidentyfikowanie barier we współpracy firm z administracją, poznanie przykładów wspólnych projektów zakończonych sukcesem oraz stanu świadomości wizerunkowej biznesu, a także stopnia zrozumienia warunków działania firm i obszarów, w których współpraca przedsiębiorców z administracją jest konieczna lub może przynieść społecznie korzystne efekty.

#### Promocja pozytywnego wizerunku przedsiębiorców.

Pierwszym krokiem będzie przeprowadzenie w każdym województwie konkursu, który wyłoni liderów lokalnego biznesu, będących symbolem sukcesu ekonomicznego. Zostaną także opracowane szerokie dane statystyczne, obrazujące wkład biznesu w rozwój każdego regionu. Wizerunki nagrodzonych i dane zostaną opisane w wydawnictwach „Wkład biznesu w rozwój województwa”. Ukoronowaniem działań promocyjnych będzie ogólnopolska kampania reklamowa, promująca wybranych liderów i najbardziej obrazowe dane finansowe.

#### ☛ Wybór liderów biznesu – konkursy wojewódzkie

W każdym województwie wyłonimy w konkursie lokalnych przedsiębiorców, będących symbolami biznesowego sukcesu. Głównymi kryteriami wyboru będą: dokonania biznesowe, lokalne zaangażowanie CSR, standardy zarządzania zasobami ludzkimi. Konkurs ma charakter otwarty, kandydaci mogą być zgłaszani przez pracowników, administrację, organizacje pracodawców, mieszkańców, media itd. Nagrodzonych wyłoni kapituła złożona z przedstawicieli administracji, organizacji biznesowych, patronów medialnych i liderów opinii.

Wizerunki niektórych nagrodzonych przedsiębiorców zostaną wykorzystane w ogólnopolskiej kampanii medialnej, promującej pozytywny wizerunek biznesu. Każdy biznesmen wyłoniony



w konkursie zostanie opisany w specjalnym wydawnictwie poświęconym danemu województwu. Obok prezentacji lokalnych liderów biznesu, obejmie ono również ciekawie zaprezentowane dane, obrazujące finansowy wkład przedsiębiorców w rozwój każdego województwa.

#### ➡ Raporty „Wkład przedsiębiorców w rozwój mojego województwa”

Wspomniane powyżej raporty będą dostarczać lokalnej administracji, mediom i mieszkańcom regionu informacji pokazujących, że:

- sukces ekonomiczny można osiągnąć pracą i profesjonalizmem (również na terenie naszego województwa są tacy ludzie)
- przedsiębiorcy działają na rzecz społeczności lokalnej, szczególnie jeżeli mają wsparcie administracji (efekty takich działań są także w naszym regionie)
- wkład finansowy przedsiębiorców jest kluczowy dla funkcjonowania i rozwoju miejsca, w którym żyjemy.

Dane ekonomiczne do raportów zostaną przygotowane przez zespół ekspertów ekonomicznych. Będą one prezentować zebrane dane w sposób ciekawy i obrazowy (np. w przeliczeniu na liczbę szkół, dróg, ochronę zdrowia), pokażą wielkości zatrudnienia w segmencie przedsiębiorców, średnią zarobków, liczbę tworzonych miejsc pracy w każdym roku. Pełne opracowania statyczne zostaną umieszczone na stronie internetowej. Obecnie nie ma tego typu, prostych, przekrojowych opracowań, z których mogłyby korzystać także osoby bez przygotowania ekonomicznego.

Każdy raport zostanie zaprezentowany w regionalnych mediach, na stronie internetowej oraz otrzymają go urzędy, lokalni liderzy opinii i organizacje pracodawców.

#### ➡ Kampania reklamowa

Najbardziej spektakularnym elementem projektu będzie ogólnopolska kampania medialna, promująca pozytywny wizerunek przedsiębiorców. Będzie ona miała szerokie dotarcie, wykorzystując media lokalne i ogólnopolskie, Internet oraz nośniki niestandardowe.

Koncepcja kampanii oparta zostanie na prezentacji wybranych przedsiębiorców, wyróżnionych w konkursach, uzupełnionych o obrazowe dane nt. wkładu finansowego firm w rozwój Polski i województw.

### **Współpraca administracja-biznes**

Grupa działań mająca za zadanie poprawę współpracy administracji z biznesem obejmie opracowanie poradnika dla urzędów, szkolenia z zakresu jego treści oraz wspólne wojewódzkie konferencje, budujące relacje obu sektorów.

- 4 -



KAPITAŁ LUDZKI  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



### ➡ Poradnik „Budowanie współpracy administracja-biznes”

Jego celem jest dostarczenie praktycznych porad i rozwiązań związanych z budowaniem współpracy administracji z biznesem. Poradnik otrzymają urzędy i organizacje pracodawców w całym kraju. Znajdą się w nim:

- zasady budowania programów społecznych i angażowania do nich biznesu
- zasady definiowania celów społecznych i ich prezentacji, dostosowanych do wymogów korporacyjnych i celów biznesowych
- zasady budowania relacji administracji z biznesem w zakresie realizacji celów społecznych
- sposoby współdziałania na rzecz promocji projektów społecznych
- zasady budowania pozytywnego wizerunku przedsiębiorców wśród mieszkańców.

### ➡ Spotkania warsztatowe dla administracji lokalnej

Porady zawarte w poradnikach będą również podstawą spotkań warsztatowych (w każdym województwie) dla najbardziej zainteresowanym urzędów.

Program spotkania obejmie: prezentację zasad zawartych w poradniku, prezentację case’ów, warsztat dotyczący specyfikacji problemów lokalnych, które mogą być rozwiązywane wspólnie z biznesem, warsztat strategiczny opracowujący przykładową strategię działań w wybranym obszarze oraz sesję porad eksperckich.

### ➡ Konferencje finałowe

Zwieńczeniem działań skierowanych do przedsiębiorców i administracji będą podsumowujące konferencje wojewódzkie. Wezmą w nich udział: przedsiębiorcy (w tym zwycięzcy konkursów), przedstawiciele administracji, liderzy opinii i reprezentanci organizacji pracodawców. Ich celem będzie prezentacja wyników całego projektu, zebranie informacji zwrotnej od biznesu i administracji oraz stworzenie możliwości zbudowania osobistych relacji pomiędzy uczestnikami. Mamy nadzieję, że konferencje staną się również początkiem dalszych, samodzielnych już działań, zainicjowanych dzięki projektowi.

Bliższych informacji na temat projektu udziela:

Kuba Giedrojc, PKPP Lewiatan

e-mail: [kgiedrojc@pkpplewiatan.pl](mailto:kgiedrojc@pkpplewiatan.pl)

tel. (22) 55 99 903



2011

**Konsultacje z przedsiębiorcami  
i administracją**  
09.2011 – 03.2012

2012

**Wybór liderów biznesu  
(konkursy)**  
01-08.2012

**Raporty „Wkład  
przedsiębiorców...”**  
09-12.2012

**Kampania  
reklamowa**  
02-03.2013

**Poradnik  
„Budowanie...”**  
11-12.2012

**Szkolenia dla  
administracji**  
11.2012-01.2013

**Konferencje  
finalowe**  
04-05.2013

2013

- 6 -



**KAPITAŁ LUDZKI**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**UNIA EUROPEJSKA**  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego