

Wojciech M. Dyba

*Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu
Instytut Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej*

Wpływ dużych przedsiębiorstw na rozwój regionalny na przykładzie województwa wielkopolskiego

Zarys treści: W pierwszej części artykułu zostały przedstawione trzy koncepcje teoretyczne ukazujące wpływ dużych przedsiębiorstw na rozwój regionalny: efektów mnożnikowych, zakorzenienia oraz społecznej odpowiedzialności biznesu. W drugiej części analizie przestrzennej i pod względem rodzaju działalności zostały poddane największe przedsiębiorstwa w województwie wielkopolskim. Podmioty wyznaczono pod kątem przychodów ze sprzedaży na podstawie ogólnopolskiego rankingu „Lista 500” „Polityki”. W końcowej części artykułu opisany został wpływ największych przedsiębiorstw na rozwój województwa wielkopolskiego na przykładzie Volkswagena Poznań.

Słowa kluczowe: efekty mnożnikowe, zakorzenienie, społeczna odpowiedzialność biznesu, duże przedsiębiorstwa, województwo wielkopolskie

Wstęp

Problematyka wpływu strategicznych inwestorów, szczególnie zagranicznych, na rozwój regionalny i lokalny od wielu lat stanowi istotny przedmiot badań polskiej i zagranicznej geografii ekonomicznej i gospodarki przestrzennej. Lokalizacja, a następnie rozwój dużych przedsiębiorstw w Polsce zmieniły swój dotychczasowy charakter po przemianach politycznych przełomu lat 80. i 90. XX w. Nabrały tempa wraz z możliwościami, jakie w warunkach rynkowych stworzyły procesy globalizacji działalności gospodarczej oraz integracji w ramach Unii Europejskiej. Dziś coraz częściej analizie są poddawane nie tylko uwarunkowania funkcjonowania, ale też skutki działalności największych przedsiębiorstw dla gospodarki miast, gmin i regionów.

Województwo wielkopolskie, w 2011 r. drugie co do powierzchni w kraju (po województwie mazowieckim) i trzecie pod względem PKB na 1 mieszkańca (po mazowieckim i dolnośląskim), jest atrakcyjnym z punktu widzenia położenia geograficznego oraz tradycji przedsiębiorczości miejscem lokalizacji i prowadze-

nia działalności gospodarczej. Na terenie województwa, które według klasyfikacji Dziewońskiego (1967) uznać należy za region jako narzędzie działania, siedzibę mają również przedsiębiorstwa o zasięgu ogólnokrajowym i ponadkrajowym – eksportujące do krajów Unii Europejskiej. Artykuł spełnia trzy podstawowe cele. Po pierwsze zawiera krótkie przedstawienie trzech koncepcji teoretycznych ukazujących wpływ dużych przedsiębiorstw na rozwój regionalny: efektów mnożnikowych, zakorzenienia i społecznej odpowiedzialności biznesu. Koncepcje dobrane zostały w ten sposób, że pierwsza z nich ma podłoże ekonomiczne, druga socjologiczne, trzecia polityczne. Za rozwój regionalny w niniejszej pracy uznawany jest ciąg ukierunkowanych i nieodwracalnych zmian w regionie-systemie, zarówno ilościowych, jak i jakościowych, prowadzących do poprawy warunków gospodarowania oraz życia ludności (por. Chojnicki, Czyż 2004, s. 13, Churski 2008, s. 34). Drugim celem jest analiza miejsca lokalizacji i rodzaju działalności największych przedsiębiorstw w województwie wielkopolskim w 2011 r. Największe przedsiębiorstwa wyznaczone zostały na podstawie przychodów ze sprzedaży według ogólnopolskiego rankingu „Lista 500” „Polityki”. W pracy założono, że przedsiębiorstwa osiągające przychody rzędu kilkuset milionów lub kilku miliardów złotych mają największe szanse, by „zakorzenić się” w regionie i wywołać w nim różnorodne pozytywne efekty mnożnikowe. Trzecim celem artykułu jest ukazanie wpływu dużych przedsiębiorstw na rozwój województwa wielkopolskiego na przykładzie firmy Volkswagen Poznań. Przedsiębiorstwo to jest największym pracodawcą prywatnym w stolicy Wielkopolski i było wielokrotnie nagradzane przez różnorodne instytucje za pozytywne oddziaływanie na rozwój regionu.

Koncepcje dotyczące wpływu dużych przedsiębiorstw na rozwój regionalny

W literaturze naukowej szczególnie trafne wydają się trzy koncepcje teoretyczne ukazujące wpływ dużych przedsiębiorstw na rozwój regionalny. Są to: efekty mnożnikowe, zakorzenienie i społeczna odpowiedzialność biznesu. Poniżej przedstawiony został krótki opis każdej z tych koncepcji.

Efekty mnożnikowe

Efekty mnożnikowe (ang. *multiplier effects*¹) ukazują wpływ dużych inwestycji na rozwój regionalny i lokalny w sensie makroekonomicznym. Według Domańskiego i Gwosdza (2010, s. 29) efekty te powstają w następstwie pojawienia się dużej lub zwiększonej aktywności pewnego przedsiębiorstwa X, gdy „pomnożo-

¹ Pojęcie efektu mnożnikowego lub mnożnika inwestycyjnego w ekonomii keynesowskiej (ang. *Keynesian multiplier effects*) oznacza również sytuację, w której wzrost wydatkowania pieniędzy czy inwestowania (np. przez ludność w gospodarstwach domowych) powoduje bardziej niż proporcjonalny wzrost dochodu narodowego (por. Milewski, Kwiatkowski 2005, s. 379).

ne” zostają zyski i zatrudnienie w innych, powiązanych przedsiębiorstwach na pewnym obszarze. Efekty mnożnikowe należy jednak rozpatrywać szerzej, jako sumę wszystkich bezpośrednich i pośrednich korzyści powstających w wyniku działalności rozpatrywanego przedsiębiorstwa, zaznaczających się nie tylko w miejscu jego lokalizacji, ale także na innych obszarach i w powiązanych sektorach działalności. Analogicznie zamknięcie ważnego przedsiębiorstwa powoduje szereg niekorzyści na poziomie lokalnym i regionalnym, co bywa określane mianem negatywnych efektów mnożnikowych.

Najczęściej rezultaty funkcjonowania dużych przedsiębiorstw w gospodarce regionalnej i lokalnej bywają rozpatrywane dwojako (Stryjakiewicz 2004, s. 24–26; Tobolska 2010, s. 57). Z jednej strony w aspekcie efektów popytowych (zaopatrzeniowych) – wzrostu zapotrzebowania na działalność przedsiębiorstw będących dostawcami surowców, półproduktów i usług. W szczególności rozwijać się może działalność związana z: a) dostarczaniem surowców i półproduktów, b) podwykonawstwem lub *outsourcingiem* (przekazywaniem niektórych funkcji innym podmiotom gospodarczym), c) odbiorem gotowych produktów, d) rozwojem tzw. otoczenia biznesu (instytucji wspierających funkcjonowanie przedsiębiorstw). Elementy te wpływają również na poprawę poziomu produktów, technologii i organizacji produkcji w przedsiębiorstwach kooperujących, które zyski ze zwiększonej liczby zleceń mogą przeznaczyć na inwestycje (B. Domański 2001, s. 444). Z drugiej strony powstają również efekty dochodowe jako skutek zwiększania się siły nabywczej ludności, której wydatkowane wynagrodzenie za pracę przyczynia się do rozwoju przedsiębiorstw ze sfery usług zaspokajających ich potrzeby. Podatki dochodowe i lokalne płacone przez podmioty gospodarcze i pracowników wpływają ponadto na wzrost dochodów państwa oraz samorządów terytorialnych (Wiedermann 2008, s. 98, por. Domański, Gwosdz 2010, s. 29).

Powstawanie efektów mnożnikowych rozpatrywać można w dwóch etapach (R. Domański 2002, s. 95–98; Stryjakiewicz 2004, s. 24–26). Początkowe efekty mnożnikowe lokalizacji dużego przedsiębiorstwa, w tym transnarodowego, osiąga się w wyniku kształtowania się nowego popytu lokalnego. Popyt ten jest kreowany poprzez: 1) przyciąganie działalności związanych, 2) nowe działalności inwestycyjne: budowlane i infrastrukturalne, 3) rozszerzenie sektora usług działających na rzecz nowego przedsiębiorstwa, 4) nowe możliwości wynalazczości i innowacji. Przyciąganie działalności łączy się z wzajemnymi zależnościami poprzednich i następczych w łańcuchu produkcji. Pierwsze z nich dotyczą budowy sieci powiązań z dostawcami surowców, materiałów i półproduktów. Drugie to sieci powiązań z odbiorcami produktów. Działalność przedsiębiorstw świadczących usługi na rzecz głównego przedsiębiorstwa, a także współpraca z podmiotami otoczenia biznesu lub placówkami badawczo-rozwojowymi, prowadzą z czasem do dodatkowych inwestycji i wtórnych efektów mnożnikowych. Mogą być rozumiane jako wyższe dochody lokalne, większe zróżnicowanie struktury gospodarczej, poprawa wizerunku regionu jako miejsca lokalizacji nowych inwestycji, przyciąganie nowych przedsiębiorstw czy w końcu osiągnięcie nowego poziomu rozwoju lokalnego i regionalnego (por. Domański i in. 2005, Ziolo 2009).

Zakorzenie dużych przedsiębiorstw w regionie w warunkach globalizacji

Szczególnie istotne z punktu widzenia rozwoju regionu jest tworzenie warunków do lokalizacji dużych przedsiębiorstw, w tym o znaczeniu międzynarodowym. Napływ kapitału do miast i regionów traktowany jest często jako wyraz atrakcyjności lub konkurencyjności w gospodarce krajowej lub europejskiej (B. Domański 2001, 2002, s. 197). Przyciąganie inwestycji spoza kraju możliwe jest poprzez proces globalizacji, który w aspekcie ekonomicznym określić można jako integrowanie się rynków krajowych w jeden globalny rynek towarów, usług i kapitału, które stają się coraz bardziej powiązane i współzależne (Matykowski, Tobolska 2006, s. 48). Ten historyczny proces wzrastającej integracji gospodarki światowej, sterowany jest przez działania strategiczne dwóch potężnych aktorów, a mianowicie państwa i korporacje transnarodowe (Schamp 1996, s. 205, cyt. za: Strykiewicz 1999, s. 31). To właśnie korporacje transnarodowe, czyli przedsiębiorstwa mające swoje oddziały zarówno w kraju macierzystym, jak i w licznych, rozsianych po świecie krajach goszczących, są jednocześnie aktorami, beneficjentami i animatorami globalizacji (Kuciński 2011, s. 32). Dla podkreślenia wpływu inwestycji przedsiębiorstw globalnych na rynek lokalny, a zarazem wpływu uwarunkowań lokalnych na przyciąganie przedsiębiorstw globalnych, często przywołuje się termin glocalizacja (ang. *glocalization*). Pojęcie to, będące syntezą pojęć globalizacji i lokalizacji, podkreśla znaczenie oraz miejsce działań lokalnych w procesie globalizacji, jak również znaczenie i miejsce procesów globalnych w strategiach rozwoju lokalnego. W ramach analizy tego procesu bada się z jednej strony przyczyny i konsekwencje lokalizacji przedsiębiorstw na danym terytorium, z drugiej – wskazuje warunki otwarcia danego terytorium i jego integracji z resztą świata (Robertson 1995, za: Chałdyński i in. 2007, s. 33).

Podjęcie działań, które przyciągną inwestycje zewnętrzne, jest sprawą niezwykle istotną z punktu widzenia polityki regionalnej i lokalnej. Strategiczne przedsiębiorstwa wpływają bowiem na wszechstronny rozwój na konkretnym obszarze, szczególnie gdy tworzą różnorodne długotrwałe powiązania gospodarcze z lokalnymi podmiotami gospodarczymi, organizacjami i władzą (Kuciński 2011, Niedziółka 2011, s. 240). W tym kontekście często przywoływaną koncepcją jest zakorzenie się przedsiębiorstw w miejscu lokalizacji (ang. *embeddedness* – tłumaczone również jako umocowanie, wyposażenie). Koncepcja ta głosi, że podmioty gospodarcze są umocowane w konkretnym regionie, środowisku lub otoczeniu, a sukces ich działalności zależy od umiejętności wykreowania i utrzymania relacji z innymi podmiotami i instytucjami funkcjonującymi na danym terenie (Grzeszczak 1999, s. 57, Stachowiak 2011, s. 83). Wynika to z tego, że na transakcje rynkowe wpływ mają nie tylko czynniki tradycyjnej ekonomii, ale też takie czynniki socjologiczne, jak zaufanie i wzajemne zrozumienie podmiotów. Gdy podmiot gospodarczy, szczególnie o znaczeniu strategicznym dla jakiegoś miejsca, zakorzeni się, staje się integralnym elementem miejscowej struktury ekonomicznej i cenną składową organizacji przestrzennej miejscowej gospodarki, i to zarówno w wymiarze lokalnym, jak i regionalnym. Za twórcę idei zakorze-

nienia uważa się Polanyiego (1957), na gruncie socjologii ekonomicznej rozwinął ją Granovetter (1973), w Polsce empiryczne badania nad zakorzenieniem firm międzynarodowych w otoczeniu lokalnym i regionalnym rozpoczęli Stryjakiewicz (2004) i B. Domański (2004).

Działalność dużych przedsiębiorstw w regionie można również odnieść do popularnego w polityce regionalnej dyfuzyjno-absorpcyjnego (polaryzacyjno-dyfuzyjnego) modelu rozwoju. Model ten zakłada, że w ramach polityki regionalnej powinno się tworzyć warunki do rozprzestrzeniania się pozytywnych impulsów rozwojowych z biegunów wzrostu na otaczające obszary (por. Dyba, Stryjakiewicz 2012, s. 41).

Spółeczna odpowiedzialność biznesu

Koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu (ang. *CSR – Corporate Social Responsibility*) powstała w opozycji do tradycyjnego ekonomicznego założenia przypisywanego Friedmanowi głoszącego, że jedynym celem działalności przedsiębiorstw jest maksymalizacja zysku w imię zobowiązań wobec udziałowców. Podkreśla ona, że władza przedsiębiorstwa może i powinna działać również w interesie społecznym, uwzględniając w swoich decyzjach społeczne i środowiskowe skutki podejmowanych działań (Bernatt 2009, s. 27). Respektowanie zasady ma swoje uzasadnienie etyczne-moralne i środowiskowe. Z jednej strony to społeczeństwo nadaje przedsiębiorcy status prawny i przywileje oraz zezwala na wykorzystywanie zasobów środowiska naturalnego. Z drugiej – zachodzi konieczność ochrony przyrody dla przyszłych pokoleń.

Pierwszą definicję CSR sformułowano 18 lipca 2001 r. w Zielonej Księdze Komisji Europejskiej w sprawie koncepcji społecznej odpowiedzialności. Jest to „koncepcja, według której przedsiębiorstwa dobrowolnie uwzględniają aspekty społeczne i ekologiczne w swoich działaniach handlowych oraz w kontaktach ze swoimi interesariuszami (ang. *stakeholders*) (...). To inaczej ciągłe zobowiązanie biznesu do etycznego zachowania oraz przyczyniania się do rozwoju ekonomicznego, przy równoczesnej poprawie jakości życia siły roboczej (ang. *workforce*) i jej rodzin, jak również lokalnej społeczności i społeczeństwa jako ogółu” (zob. Zielona Księga... 2001). Idea przewodnia CSR stanowi też element normy ISO 26000 uznanej w 2010 r. przez Międzynarodową Organizację Standaryzacyjną (*International Standardization Organization, ISO*). Społeczna odpowiedzialność biznesu jest tam zdefiniowana jako zobowiązanie organizacji do włączania aspektów społecznych i środowiskowych w proces podejmowania decyzji oraz wzięcie odpowiedzialności za wpływ podejmowanych decyzji i aktywności na społeczeństwo i środowisko.

Wśród szczegółowych obszarów, w jakich przedsiębiorstwa odpowiedzialne społecznie powinny podejmować działania, wymienia się: ład korporacyjny, prawa człowieka, zachowania wobec pracowników, ochronę środowiska, dbałość o klienta, uczciwość biznesową i zaangażowanie społeczne (por. www.mg.gov.pl/node/10892). Ostatni z tych elementów jest szczególnie istotny z punktu widzenia rozwoju regionalnego. Koncepcja CSR jest popularna wśród władz pu-

blicznych na różnych poziomach administracji m.in. dlatego, że bez finansowego wsparcia dużych przedsiębiorstw niemożliwe byłyby niektóre inwestycje oraz inicjatywy lokalne i regionalne.

Ranking największych przedsiębiorstw w województwie wielkopolskim i ich struktura działowa

Największe przedsiębiorstwa województwa wielkopolskiego na tle kraju

„Lista 500” magazynu „Polityka” to coroczny, ogólnopolski ranking pięciuset największych polskich przedsiębiorstw² lub całych grup kapitałowych: produkcyjnych, handlowych i usługowych. Tworzony nieprzerwanie od 1993 r., stanowi często cytowane i wiarygodne źródło informacji o przedsiębiorstwach, które uzyskują największe przychody ze sprzedaży (w latach ubiegłych o pozycji w rankingu świadczyły przychody ogółem)³. Ranking przedsiębiorstw tworzony jest na podstawie deklaracji zarządów zainteresowanych przedsiębiorstw i stanowi dobre odzwierciedlenie gospodarki realnej. W momencie złożenia niniejszej pracy do druku trwa zbieranie danych o wynikach finansowych największych przedsiębiorstw w roku 2012, w związku z tym przedstawiona w artykule charakterystyka oparta została na danych z 2011 r., dostępnych na stronie internetowej www.lista500.polityka.pl.

Na „Liście 500” „Polityki” znalazło się 50 przedsiębiorstw z województwa wielkopolskiego, co stanowi 10% przedsiębiorstw z rankingu. Pod tym względem region plasuje się na 3. miejscu w kraju, za województwem mazowieckim (193 podmioty, 38,6%) i śląskim (53 podmioty, 10,6%). Udział liczby największych przedsiębiorstw i ich liczba na 1 mln mieszkańców znacznie przekraczają w województwie wielkopolskim krajową przeciętną (111,5%, drugie miejsce w kraju). Województwo zajmuje też trzecią pozycję w kraju (za województwami mazowieckim i świętokrzyskim) pod względem „nadmiaru” przedsiębiorstw w rankingu „Lista 500” w stosunku do udziału województwa w tworzeniu PKB, mierzonego za pomocą metody ilorazu lokalizacji (tab. 1).

² Choć media często stosują pojęcie firmy w odniesieniu do działalności gospodarczej, w artykule przyjęto na podstawie polskiego prawodawstwa, że podmiotami gospodarczymi na rynku są przedsiębiorstwa, których nazwa własna to firma.

³ W Polsce corocznie sporządzane są również inne rankingi ważnych dla gospodarek regionów przedsiębiorstw. „Diamenty Forbesa” (www.diamentyforbesa.pl) przygotowywane są przez miesięcznik „Forbes”. Jest to zestawienie przedsiębiorstw najszybciej zwiększających swoją rynkową wartość. „Lista 500 najbardziej innowacyjnych przedsiębiorstw” to ranking publikowany corocznie w wydawnictwie „Raport o innowacyjności gospodarki Polski”, przygotowywany przez Instytut Nauk Ekonomicznych Polskiej Akademii Nauk. „Gazele biznesu” (www.gazele.pl) to ranking najdynamiczniej rozwijających się małych i średnich przedsiębiorstw, opracowywany przez Coface Poland.

Tabela 1. Największe przedsiębiorstwa w województwie wielkopolskim na tle innych województw w kraju w 2011 r.

Województwo	PKB		PKB na osobę		Przedsiębiorstwa w rankingu „Lista 500” „Polityki”				IL ¹
	mln zł	w %	zł	PL = 100	liczba	w %	na 1 mln mieszk.	PL = 100	
mazowieckie	315826	22,29	60359	162,71	193	38,60	36,51	281,44	1,73
śląskie	184038	12,99	39677	106,96	53	10,60	11,46	88,30	0,82
wielkopolskie	131885	9,31	38629	104,13	50	10,00	14,47	111,53	1,07
dolnośląskie	120120	8,48	41750	112,55	38	7,60	13,03	100,42	0,90
małopolskie	104089	7,35	31501	84,92	33	6,60	9,86	76,00	0,90
pomorskie	79577	5,62	35597	95,96	24	4,80	10,51	81,01	0,85
kujawsko-pomorskie	64379	4,54	31107	83,86	20	4,00	9,53	73,46	0,88
łódzkie	86765	6,12	34180	92,14	20	4,00	7,89	60,84	0,65
podkarpackie	52512	3,71	24973	67,32	14	2,80	6,58	50,69	0,76
świętokrzyskie	35681	2,52	28134	75,84	14	2,80	10,95	84,43	1,11
lubelskie	54042	3,81	25079	67,61	10	2,00	4,60	35,49	0,52
opolskie	30380	2,14	29498	79,52	9	1,80	8,88	68,41	0,84
podlaskie	32090	2,27	26985	72,74	9	1,80	7,49	57,76	0,79
zachodniopomorskie	54647	3,86	32268	86,99	6	1,20	3,48	26,85	0,31
warmińsko-mazurskie	38871	2,74	27228	73,40	4	0,80	2,75	21,22	0,29
lubuskie	31684	2,24	31348	84,51	3	0,60	2,93	22,60	0,27
Polska	1416586	100,00	37096	100,00	500	100,00	12,97	100,00	1

Objaśnienie: IL – iloraz lokalizacji obliczony jako stosunek udziału liczby przedsiębiorstw województwa w rankingu „Lista 500” „Polityki” i udziału województwa w tworzeniu PKB.

Źródło: opracowanie własne na podstawie Banku Danych Lokalnych GUS (www.stat.gov.pl) oraz „Listy 500” „Polityki” (www.lista500.polityka.pl).

Struktura działalności największych przedsiębiorstw w województwie wielkopolskim

Tabela 2 ukazuje przedsiębiorstwa z województwa wielkopolskiego, które znalazły się na „Liście 500” „Polityki” w roku 2011. Podstawą wydzielenia rankingu były przychody ze sprzedaży.

Analiza największych przedsiębiorstw w województwie wielkopolskim prowadzi do następujących wniosków:

- Wśród 50 największych przedsiębiorstw województwa wielkopolskiego najczęściej reprezentuje przemysł spożywczy (11) oraz handel detaliczny i motoryzację (po 8).

Tabela 2. Podstawowe informacje o największych przedsiębiorstwach województwa wielkopolskiego według przychodów ze sprzedaży w 2011 r.

Lp. na „Liście 500”	Pozycja	Nazwa	Lokalizacja	Przychody ze sprzedaży w tys. zł	Zysk netto w tys. zł	Zatrudnienie	Rodzaj działalności ^x
1	4	Jeronimo Martins Dystrybucja SA*	Kostrzyn	25 285 407	b.d.	36 419	Handel detaliczny
2	15	Grupa Eurocash SA	Komorniki	9 980 596	134 387	6 427	Handel detaliczny
3	16	Volkswagen Poznań Sp. z o.o.*	Poznań	9 822 206	281 362	6 195	Motoryzacyjna
4	17	GK Enea SA*	Poznań	9 690 102	800 456	10 237	Energetyka
5	32	Imperial Tobacco Polska SA**	Tarnowo Podgórne	5 964 314	91 503	841	Przemysł spożywczy
6	42	GK GlaxoSmithKline Pharmaceuticals SA***	Poznań	4 929 105	b.d.	1 609	Farmaceutyka i kosmetyki
7	47	GK Kompania Piwowarska SA***	Poznań	4 725 020	860 574	3 104	Przemysł spożywczy
8	53	Philips Lighting Poland SA*	Piła	4 248 673	174 349	5 018	Przemysł elektrotechniczny
9	54	Grupa Muszkietarów*	Poznań	4 200 000	b.d.	b.d.	Handel detaliczny
10	63	GK PBG SA**	Wysogotowo	3 733 829	206 471	5 200	Budownictwo
11	73	Selgros Sp. z o.o.	Poznań	3 393 240	98 509	4 045	Handel detaliczny
12	93	Żabka Polska Sp. z o.o.	Poznań	2 825 407	b.d.	465	Handel detaliczny
13	112	GK Arctic Paper SA	Poznań	2 527 189	11 610	1 596	Przemysł drzewny i papierniczy
14	140	Skoda Auto Polska SA	Poznań	1 961 120	14 209	105	Motoryzacyjna
15	149	Farmutil HS SA	Śmiłowo	1 788 589	44 301	5 721	Przemysł spożywczy
16	162	Man Bus Sp. z o.o.	Sady	1 664 474	236 998	2 864	Motoryzacyjna
17	168	Grupa Raben**	Gądkki	1 590 703	b.d.	4 706	Transport i logistyka
18	169	Solaris Bus&Coach SA	Bolechowo	1 580 846	b.d.	2 206	Motoryzacyjna
19	185	GK Amica Wronki SA*	Wronki	1 452 027	79 420	1 826	Przemysł elektrotechniczny
20	208	Bridgestone Poznań Sp. z o.o.*	Poznań	1 202 062	1 487	1 327	Motoryzacyjna

Lp. na „Liście 500”	Pozycja na „Liście 500”	Nazwa	Lokalizacja	Przychody ze sprzedaży w tys. zł	Zysk netto w tys. zł	Zatrudnienie	Rodzaj działalności ^x
21	246	Konimpex Sp. z o.o.*	Konin	978 130	27 427	148	Przemysł chemiczny
22	248	GK Komputer SA	Poznań	963 539	22 084	710	Przemysł elektrotechniczny
23	273	Dalgety Agra Polska Sp. z o.o.	Poznań	819 908	18 040	143	Przemysł spożywczy
24	274	PHUP Gniezno Sp. z o.o. Hurtownia Sp. k.	Gniezno	813 740	b.d.	226	Handel detaliczny
25	284	Exide Technologies SA*	Poznań	787 925	13 635	440	Motorzacyjna
26	292	Piotr i Paweł SA*	Poznań	743 192	b.d.	326	Handel detaliczny
27	294	Dino Polska SA	Krotoszyn	736 816	11 643	2 870	Przemysł spożywczy
28	317	Hochland Polska Sp. z o.o.	Kaźmierz	648 091	b.d.	952	Przemysł spożywczy
29	321	GK Collian SA	Opatówek	638 719	19 534	1 465	Przemysł spożywczy
30	328	SKF Polska SA	Poznań	618 725	35 340	802	Przemysł metalowy
31	334	Sun Garden Sp. z o.o.	Malanów	609 056	42 525	1 624	Przemysł drzewny i papierniczy
32	341	Grupa Krotoski-Cichy*	Wysogotowo	599 423	15 905	854	Motorzacyjna
33	350	John Deere Polska Sp. z o.o.*	Suchy Las	583 385	b.d.	37	Przemysł maszynowy
34	354	Trasko-Inwest Sp. z o.o.	Ostrzeszów	574 379	16 420	470	Budownictwo
35	356	Quad Winkowski Sp. z o.o.	Piła	573 351	b.d.	1 551	Usługi
36	358	GK Delko SA	Śrem	568 448	1 121	53	Handel detaliczny
37	386	HJ Heinz Polska SA*	Pudliszki	532 603	b.d.	556	Przemysł spożywczy
38	393	Aesculap Chifa Sp. z o.o.	Nowy Tomyśl	522 539	30 786	1 447	Farmaceutyka i kosmetyki
39	398	Nivea Polska Sp. z o.o.**	Poznań	511 003	74 433	258	Farmaceutyka i kosmetyki
40	400	Wix-Filtron Sp. z o.o.*	Gostyń	509 880	105 706	1 138	Motorzacyjna
41	412	Polcopper Sp. z o.o.	Śmigiel	483 229	19 587	b.d.	Przemysł metalowy
42	417	Fermy Drobiu Woźniak Sp. z o.o.	Żyłice	472 289	15 042	1 177	Przemysł spożywczy
43	426	Sanitec Koło Sp. z o.o.	Koło	459 891	45 650	1 366	Budownictwo

Lp. na „Liście 500”	Pozycja	Nazwa	Lokalizacja	Przychody ze sprzedaży w tys. zł	Zysk netto w tys. zł	Zatrudnienie	Rodzaj działalności ^x
44	445	TFP Sp. z o.o.	Dzieńmierowo	432 640	7 218	577	Przemysł drzewny i papierniczy
45	469	PPHU Petrol-Hawen Sp.j.*	Piła	395 798	1 574	79	Surowce i paliwa
46	481	SM Gostyń	Gostyń	384 201	3 367	481	Przemysł spożywczy
47	489	Kuehne + Nagel Sp. z o.o.*	Gądko	367 828	b.d.	1 459	Transport i logistyka
48	491	Steico Sp. z o.o.	Czarnków	366 722	6 687	782	Budownictwo
49	493	Beiersdorf Manufacturing Poznań Sp. z o.o.	Poznań	363 292	23 555	223	Farmaceutyka i kosmetyki
50	500	Agro-Handel Sp. z o.o.	Mościszki	355 414	7 853	277	Przemysł spożywczy

Objaśnienia: ***złoty listek CSR – społecznej odpowiedzialności biznesu, **5,10,17, 39 – srebrny listek CSR, *biały listek CSR; ^xpodział na rodzaje działalności jest zgodny z podziałem zaproponowanym przez analityków magazynu Polityka

Źródło: opracowanie własne na podstawie „Listy 500” „Polityki” (www.lista500.polityka.pl)

- 11 przedsiębiorstw na 64 reprezentujące przemysł spożywczy na „Liście 500” to wynik ponadprzeciętny w kraju wśród województw. Pamiętać jednak należy, że w klasyfikacji przemysłu według intensywności wykorzystania czynników produkcji działalność tę zalicza się do działu pracochłonnego, reprezentującego niski i średnio niski poziom techniki (klasa I)⁴. Kilka przedsiębiorstw przemysłu spożywczego znajduje się w południowej części regionu odznaczającej się bardziej rolniczym charakterem.
- Wśród 8 przedsiębiorstw handlu detalicznego 5 to podmioty z pierwszej setki rankingu „Lista 500”, znajdujące się w pierwszej piętnastce największych w tej działalności w Polsce. Jest wśród nich największe przedsiębiorstwo handlu detalicznego w Polsce – Jeronimo Martins Dystrybucja SA, właściciel sieci dyskontów „Biedronka”, z siedzibą w Kostrzynie Wielkopolskim⁵.
- Choć motoryzacja to dział rozwijający się poprzez technologie innowacyjne, w przypadku Polski przedsiębiorstwa montują najczęściej gotowe auta, opierając się na know-how pochodzącym z centrów badawczo-rozwojowych z zagranicy. W Wielkopolsce przedsiębiorstwa związane z motoryzacją zlokalizowane są głównie w Poznaniu i aglomeracji poznańskiej (Sady i Wysogotowo w gminie Tarnowo Podgórne, Bolechowo w gminie Czerwonak). Największe przedsiębiorstwo tej branży – Volkswagen Poznań Sp. z o.o., to drugie największe przedsiębiorstwo motoryzacyjne w kraju. Zatrudnia w zakładach w stolicy regionu ponad 6000 osób, co sprawia, że jest to największy pracodawca w mieście.
- W Wielkopolsce siedzibę mają po 4 duże przedsiębiorstwa zajmujące się: budownictwem i materiałami budowlanymi oraz farmaceutykami i kosmetykami, a także po 2 przedsiębiorstwa z działów: elektrotechnicznego oraz drzewno-papierniczego.
- Budownictwo to dział pracochłonny (klasa I), na który standardowy, duży popyt mają gospodarki rozwijające się.
- Przedsiębiorstwa farmaceutyczne to – obok przedsiębiorstw elektrotechnicznych – jedyne przedsiębiorstwa produkcyjne oparte na technologiach innowacyjnych, reprezentujące przemysł wysokiej techniki (klasa V). Właśnie te dziedziny działalności mogą świadczyć o zdolności konkurencyjnej gospodarki regionu. W tej grupie na uwagę zasługuje szóste największe przedsiębiorstwo w województwie – GSK GlaxoSmithKline Pharmaceuticals, producent leków.
- W działalności elektrotechnicznej (klasa IV) szczególnie istotnym dla północnej części województwa przedsiębiorstwem jest Philips Lighting Poland SA, w 2011 r. drugie przedsiębiorstwo w regionie pod względem przychodów z eksportu (wynoszących 3,7 mld zł; 1. miejsce pod tym względem zajął Volkswagen Poznań – 9,6 mld zł, 3. – GlaxoSmithKline – 3,3 mld zł).

⁴ Klasyfikacja i przyporządkowanie przedsiębiorstw do poszczególnych działów gospodarki oparte zostało na pracy Gaczek (2002), która dzieli przemysły według intensywności wykorzystywania czynników produkcji na: (I) pracochłonne, (II) surowcchołonne, (III) standardowe produkcje o bazowej technologii, (IV) produkcje zaawansowane technologicznie opierające się na dostawach komponentów, (V) produkcje oparte na technologiach innowacyjnych.

⁵ W kraju znajduje się już ponad 2000 sklepów tej sieci, w których zatrudnionych jest ponad 36 tys. osób. Jej władze planują otwarcie nowych oddziałów – do końca 2013 r. ma w kraju działać 3000 dyskontów (www.biedronka.pl/str/4/i/1359.php).

- W regionie działają dwa duże przedsiębiorstwa drzewno-papiernicze (klasa II). Ich liczba mogłaby być większa ze względu na tradycje meblarskie, ale w województwie działa wiele mniejszych przedsiębiorstw.
- Pozostałe działalności przemysłowe i usługowe reprezentowane są przez mniejszą liczbę dużych przedsiębiorstw, nie stanowiącą istotnego odsetka wśród przedsiębiorstw z tych działalności na tle kraju. Są to odpowiednio: transport i logistyka oraz przemysł metalowy (po 2 przedsiębiorstwa), a także przemysły: maszynowy, chemiczny, energetyka i ciepłownictwo oraz pozostałe usługi (po 1). W sektorze energetycznym funkcjonuje w kraju mało dużych przedsiębiorstw. GK Enea SA to czwarte największe przedsiębiorstwo w województwie wielkopolskim.
- Nie ma w regionie żadnego z 35 dużych przedsiębiorstw paliwowych, notowanych na „Liście 500”. Na terenie województwa brak również dużych przedsiębiorstw telekomunikacyjnych oraz rozrywkowych – telewizji, prasy, mediów. Tego typu przedsiębiorstwa zlokalizowane są w znacznej większości w stolicy kraju, Warszawie.

Miejsce lokalizacji największych przedsiębiorstw w województwie wielkopolskim

Na rycinach 1 i 2 przedstawiona została lokalizacja największych przedsiębiorstw w regionie. Przestrzenna analiza prowadzi do następujących wniosków:

- Zauważa się koncentrację tych przedsiębiorstw w Poznaniu i okolicach, gdzie zlokalizowanych jest 28 z 50 (56%) największych przedsiębiorstw województwa. 17 z nich, co stanowi 1/3 największych podmiotów regionu, znajduje się w stolicy regionu. Poznań jako jeden z najważniejszych biegunów wzrostu Polski zachodniej przyciąga duże inwestycje znacznie silniej niż mniejsze ośrodki regionalne (Piła – 3 przedsiębiorstwa z 50, Konin – 1, Kalisz i Leszno – brak). Największy udział w podatku CIT od zysków przedsiębiorstw (nie zawsze skorelowanych z wielkością przychodów) trafia jednak do budżetu województwa (w 2011 r. – 14,75%, do gmin odpowiednio 6,71%, a powiatów – 1,4%).⁶
- Największe podmioty województwa wielkopolskiego zlokalizowane są w różnych częściach Poznania i powiatu poznańskiego. Z gmin otaczających stolicę najwięcej siedzib dużych przedsiębiorstw mieści się w gminie Tarnowo Podgórne (4 przedsiębiorstwa) i Kórnik (3); siedziba największego przedsiębiorstwa pod względem przychodów ze sprzedaży (Jeronimo Martins Dystrybucja SA) – znajduje się w Kostrzynie Wielkopolskim⁷.

⁶ Warto jednak zauważyć, że w przypadku województwa mazowieckiego dysproporcja w liczbie przedsiębiorstw między stolicą regionu a resztą województwa jest jeszcze większa: 158 ze 193 przedsiębiorstw w rankingu znajduje się w Warszawie, a dodatkowe kilka w aglomeracji warszawskiej.

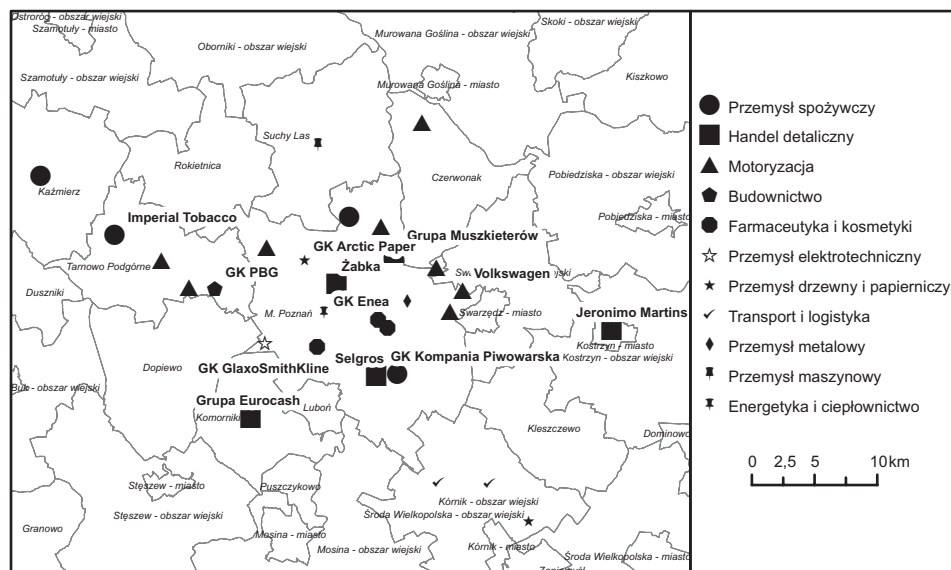
⁷ Ze względu na inne sposoby liczenia przychodów, osobny ranking utworzono dla 100 największych instytucji finansowych w Polsce (banków, przedsiębiorstw ubezpieczeniowych). W przyciąganiu kapitału przewaga stolicy Polski jest przynajmniej – 74 największe podmioty z tego sektora mają siedzibę w Warszawie. Tam też znajduje się centrala dwóch największych polskich



Ryc. 1. Lokalizacja i przychody największych przedsiębiorstw w województwie wielkopolskim w 2011 r.

Źródło: opracowanie własne na podstawie „Listy 500” „Polityki” (www.lista500.polityka.pl).

banków – PKO BP SA i Pekao SA, które łącznie zatrudniają prawie 50 tys. pracowników. W województwie wielkopolskim siedzibę mają zaledwie 2 ze 100 największych w kraju instytucji finansowych (SGB Bank SA i Wielkopolski Bank Spółdzielczy).



Ryc. 2. Lokalizacja i zróżnicowanie rodzajowe największych przedsiębiorstw w Poznaniu i okolicach w 2011 r.

Źródło: opracowanie własne na podstawie „Listy 500” „Polityki” (www.lista500.polityka.pl).

Wpływ dużego przedsiębiorstwa na rozwój regionalny. Przykład Volkswagena Poznań

Duże przedsiębiorstwa a rozwój regionalny

Empiryczna analiza wpływu dużych przedsiębiorstw na rozwój regionalny nie jest zadaniem łatwym, dlatego zagadnienie to nie jest często podejmowane w polskiej literaturze naukowej. Pionierskie w tym zakresie, pogłębione badania przeprowadzone zostały w 2004 r. przez zespół z Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza i Akademii Ekonomicznej w Poznaniu pod kierownictwem T. Strykiewicza oraz w 2005 r. przez zespół kierowany przez B. Domańskiego z Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie. Pierwsze z nich dotyczyły efektów działalności GlaxoSmithKline Pharmaceuticals SA w Poznaniu, drugie wpływu na otoczenie przedsiębiorstw ze Specjalnej Strefy Ekonomicznej Euro-Park Mielec (zob. Strykiewicz 2004, Domański i in. 2005).

Propozycję algorytmu szacowania efektów mnożnikowych przedsiębiorstw w Polsce przedstawił Wiedermann (2008). Autor zaproponował sposób obliczania prawdopodobnej liczby miejsc pracy utworzonych w przedsiębiorstwach współpracujących w wyniku lokalizacji i funkcjonowania dużego przedsiębiorstwa. Na podstawie jego badań dotyczących przemysłu samochodowego w województwie śląskim, a także prac: Domańskiego i Gwosdza, w których część empiryczna opiera się na badaniach ze specjalnej strefy ekonomicznej w Mielcu (2010), oraz

Micka na temat centrów usługowych w Krakowie (2011) przyjąć można, że na 1 miejsce pracy w dużym przedsiębiorstwie produkcyjnym w Polsce przypadają średnio od 1,2 do 1,5 miejsca pracy w przedsiębiorstwach kooperujących i związanych na poziomie regionalnym i ponadregionalnym⁸. Inne szacunki muszą być stosowane do placówek usługowych, ale już samo zatrudnienie w sklepach kilku tysięcy pracowników (w przypadku sklepów sieci Biedronka – ponad 30 tys. osób w całym kraju) jest istotnym elementem regionalnego rynku pracy.

Zakorzenie przedsiębiorstw przedstawiane jest zazwyczaj w formie opisowej, gdyż relacje pomiędzy tymi przedsiębiorstwami a innymi podmiotami często są niemożliwe do skwantyfikowania. Typologii zakorzenia na podstawie zagranicznej i polskiej literatury przedmiotu podjął się Stachowiak (2011). Autor wyróżnia i opisuje zakorzenie strukturalne, kognitywne, kulturowe, polityczne i terytorialne. Ponieważ przypadek każdego przedsiębiorstwa jest inny, bezzasadna wydaje się próba całkowitego określenia zakorzenia dużych przedsiębiorstw w regionie.

Odnosnie do społecznej odpowiedzialności biznesu, wśród władz przedsiębiorstw w trakcie opracowywania rankingu „Lista 500” „Polityki” przeprowadzone zostały ankiety. Jednym z ich celów była ocena zaangażowania społecznego – uświadamiania sobie roli, jaką przedsiębiorstwa mogą i powinny odgrywać w lokalnym i regionalnym otoczeniu. Pozytywnie należy ocenić to, że w województwie wielkopolskim w 2011 r. aż 22 przedsiębiorstwa zostały wyróżnione za działalność w tym zakresie (zob. tab. 2). W jej ramach największe podmioty gospodarcze deklarowały m.in. angażowanie się w rozwijanie programów staży i praktyk, współpracę z placówkami edukacyjnymi i badawczymi, budowanie partnerstwa i współpracy z instytucjami społecznymi i pozarządowymi, a także wspieranie aktywności edukacyjnej oraz kulturalnej. Na szczególne wyróżnienie zasługują dwa przedsiębiorstwa uhonorowane złotym listkiem CSR: GK GlaxoSmithKline Pharmaceuticals i GK Kompania Piwowarska oraz cztery, które uzyskały srebrny listek: Imperial Tobacco Polska, GK PGB, Grupa Raben i Nivea Polska.

Przejawy oddziaływania Volkswagen Poznań na rozwój regionalny

Firma Volkswagen Poznań powstała w 1993 r. jako spółka joint venture pomiędzy niemieckim Volkswagen AG i poznańskim Tarpanem. W 1996 r. Volkswagen Poznań został w 100% spółką-córką koncernu Volkswagen AG, a rok później częścią marki Volkswagen Samochody Użytkowe (te i kolejne informacje dotyczące przedsiębiorstwa pochodzą z danych uzyskanych w poznańskiej siedzibie spółki oraz ze strony internetowej www.volkswagen-poznan.pl). Jest to drugi (obok placówki w Hanowerze) zakład w koncernie produkujący samochody użytkowe. W trzech zakładach produkcyjnych aglomeracji poznańskiej wytwarzane są miejskie samochody dostawcze Caddy oraz Caddy Maxi oraz Transportery T5. W Poznaniu-Antoninku mieści się dział budowy karoserii, dział montażu oraz

⁸ Liczba ta może różnić się w zależności od rodzaju działalności przedsiębiorstwa. Zdaniem amerykańskiego ekonomisty Morettiego (2012), każda praca w przemyśle hi-tech w Stanach Zjednoczonych kreuje aż 5 dodatkowych miejsc pracy w sektorze usług.

lakiernia, w dzielnicy Wilda znajduje się odlewnia, w podpoznańskim Swarzędzu odbywa się produkcja podzespołów spawalniczych, montaż kokpitów oraz mieści się zakład zabudów specjalnych. W Swarzędzu znajduje się również centrum logistyczne Volkswagena oraz park dostawców.

W Volkswagenu Poznań w 2011 r. pracowało łącznie 6195 osób. Zbliżona liczba zatrudnionych utrzymuje się w przedsiębiorstwie od 2004 r. Pracownicy dojeżdżają do pracy nie tylko z Poznania (1/3 pracowników) i gmin powiatu poznańskiego (w Swarzędzu mieszka ok. 1/10 pracowników), ale z obszaru całego województwa wielkopolskiego (ponad 50% pracowników). Jest to możliwe dzięki dogodnemu położeniu zakładów w Poznaniu-Antoninku i Swarzędzu przy drodze krajowej nr 92 i linii kolejowej E20 (trasy na linii Berlin–Warszawa). Pracownicy są zatrudniani na umowę o pracę, co gwarantuje im stałość zatrudnienia i dochodów. Volkswagen na stałe współpracuje z 17 polskimi przedsiębiorstwami zlokalizowanymi w województwie wielkopolskim, które dostarczają firmie części i półprodukty wykorzystywane w procesie produkcji. Tylko w tych zakładach pracuje około 2000 osób. Większość wyprodukowanych aut (fabryki mogą wyprodukować rocznie do 180 tys. sztuk) jest przeznaczana na eksport.

Jak deklarują władze Volkswagena Poznań, od początku swojej obecności w Wielkopolsce przedsiębiorstwo aktywnie wspiera lokalne społeczności, angażując się w liczne inicjatywy mieszkańców Poznania i okolic. Przedsiębiorstwo dofinansowało lub sfinansowało w pobliżu zakładów rozbudowę dróg, przystanków autobusowych, peronu PKP oraz przejścia pod trasą E30, pokryło koszty udrożnienia rowów melioracyjnych w okolicy zakładów, dofinansowuje również projekt oczyszczenia Jeziora Swarzędzkiego. W trosce o rozwój i bezpieczeństwo najmłodszych Wielkopolan zbudowało place zabaw w Poznaniu i Swarzędzu lub dofinansowało ich budowę. W 2008 r. firma przekazała także sprzęt komputerowy ponad 60 organizacjom, szkołom podstawowym i przedszkolom. Volkswagen Poznań współpracuje też z wielkopolskimi organizacjami pożytku publicznego, lokalnymi parafiami oraz klubami i organizacjami sportowymi, m.in. Aeroklubem Poznańskim, Fundacją Wielkopolskie Wioślarstwo, Związkiem Piłki Ręcznej w Polsce. Wspiera finansowo organizację różnorodnych imprez i wydarzeń oraz działalność charytatywną.

Volkswagen Poznań aktywnie współpracuje także z sektorem edukacji. Firma kieruje do studentów i absolwentów poznańskich uczelni wyższych bogatą ofertę staży, praktyk oraz stypendiów. Najlepsi studenci Politechniki Poznańskiej mają szansę na stypendium „Best from the Best” oraz na studia na Politechnice w Cottbus w ramach „Engineer Development Program”. W 2005 r. z inicjatywy Volkswagena Poznań, Starostwa Powiatowego oraz Zespołu Szkół nr 1 w Swarzędzu powstała klasa o profilu monter mechatronik, której uczniowie są młodocianymi pracownikami przedsiębiorstwa. Po zakończeniu kształcenia mają szansę otrzymać dalsze zatrudnienie – w latach 2008–2011 do pracy przyjętych zostało już 58 absolwentów. Od roku szkolnego 2011/2012 współpraca z Zespołem Szkół nr 1 w Swarzędzu została rozszerzona o kolejne klasy o profilu: mechanika oraz elektromechanika pojazdów samochodowych.

Mimo licznych propozycji nowej lokalizacji poznańskich zakładów produkcyjnych, władze Volkswagena deklarują, że w najbliższej przyszłości nie zamierzają przenosić produkcji. Jest to największy pracodawca prywatny Poznania i stąd jego znaczenie dla stolicy Wielkopolski i okolic w najbliższych latach wciąż będzie duże. Liczba pracowników i produkowanych aut zależeć będzie od zapotrzebowania na rynku.

Zakończenie

W pracy przedstawiono zarys trzech różnych koncepcji dotyczących wpływu dużych przedsiębiorstw na rozwój regionalny. Ich dobór był dokonany w taki sposób, by pokazać ekonomiczne, socjologiczne i polityczne przesłanki tego wpływu. Koncepcja efektów mnożnikowych to ciekawa idea ukazująca ekonomiczny wpływ działalności przedsiębiorstwa na region. Pogłębione badania empiryczne w tym zakresie są możliwe dopiero po uzyskaniu dokładnych danych od przedsiębiorstw, co nie zawsze jest sprawą łatwą. Koncepcja zakorzenienia dużych przedsiębiorstw pokazuje, że sukces firm zależy od umiejętności wytworzenia sieci kontaktów i opartej na zaufaniu współpracy z innymi podmiotami działającymi w regionie. Szczególnie niepożądana jest sytuacja, gdy duże przedsiębiorstwa są – jak ujmuje to Grabher (1993, za: Strykiewicz 1999, s. 32) – „katedrami na pustyni”, tzn. gdy nie są powiązane z regionalną strukturą gospodarczą. Społeczna odpowiedzialność biznesu jest koncepcją dopiero od niedawna zyskującą na popularności, podkreślaną szczególnie w strategicznych dokumentach unijnych i polskich instytucji publicznych. Zaangażowanie społeczne – np. wsparcie inicjatyw lokalnych – to tylko jeden, ale istotny element CSR.

Przedstawiona w artykule analiza lokalizacji i rodzajów działalności największych przedsiębiorstw w województwie wielkopolskim dokonana została według stanu na 2011 r. Podkreślić należy, że lista największych przedsiębiorstw według przychodów ze sprzedaży może ulegać zmianom w czasie, co związane jest m.in. z koniunkturą gospodarczą. Wielkość i zasięg przestrzenny efektów mnożnikowych, a także możliwość zakorzenienia zależy od rodzaju działalności gospodarczej oraz rozmiarów i cech przedsiębiorstw. Różny – i nie zawsze pozytywny – może być również ich wpływ na rozwój regionalny. Przedstawione w artykule działania poznańskiego Volkswagena mogą być przykładem pozytywnego oddziaływania na rozwój regionalny województwa wielkopolskiego.

Literatura

- Bernatt M. 2009. Społeczna odpowiedzialność biznesu. Wymiar konstytucyjny i międzynarodowy. Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa.
- Chądzyński A, Nowakowska A., Przygodzki Z. 2007. Region i jego rozwój w warunkach globalizacji. CeDeWu Wydawnictwa Fachowe, Warszawa.

- Chojnicki Z., Czyż T. 2004. Główne aspekty regionalnego rozwoju społeczno-gospodarczego. [W:] J.J. Parysek (red.), *Rozwój regionalny i lokalny w Polsce w latach 1989–2002*. Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań, s. 13–24.
- Churski P. 2008. Czynniki rozwoju regionalnego i polityka regionalna w Polsce w okresie integracji z Unią Europejską. Wydawnictwo Naukowe UAM, Poznań.
- Domański B. 2001. Kapitał zagraniczny w przemyśle Polski. Prawidłowości rozmieszczenia, uwarunkowania i skutki. *Inst. Geogr. i Gospod. Przestrz. UJ, Kraków*.
- Domański B. 2002. Problemy metod badań inwestycji zagranicznych w układach przestrzennych. *Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań*, s. 197–206.
- Domański B. 2004. Local and regional embeddedness of foreign industrial investors in Poland. [W:] M. Paszkowski (red.), *Effectiveness, geographical space, quality of life. Prace Geograficzne*, 114: 37–54.
- Domański B., Gwosdz K. 2010. Multiplier effects in local and regional development. *Questiones Geographicae* 29(2): 27–37.
- Domański B., Gwosdz K., Huculak M., Wiedermann K. 2005. Oddziaływanie SSE Euro-Park Mielec na otoczenie lokalne. Powiązania firm i efekty mnożnikowe. [W:] *Dziesięć lat doświadczeń pierwszej polskiej specjalnej strefy ekonomicznej Mielec 1995–2005*. Instytut Geografii i Gospodarki Przestrzennej UJ, ARP o. Mielec, Kraków.
- Domański R. 2002. *Gospodarka przestrzenna*. PWE, Warszawa.
- Dyba W.M., Strykiewicz T. 2012. Zróżnicowanie poziomu rozwoju społeczno-gospodarczego gmin województwa wielkopolskiego w świetle realizacji polityki intraregionalnej. *Biuletyn Instytutu Geografii Społeczno-Ekonomicznej i Gospodarki Przestrzennej UAM. Seria Rozwój Regionalny i Polityka Regionalna*. Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań.
- Dziwioński K. 1967. Teoria rozwoju ekonomicznego. *Przegląd Geograficzny*, 39, 1: 33–50.
- Gaczek W.M. 2002. Struktura innowacyjności przemysłu Poznania i Wielkopolski jako czynnik konkurencyjności regionu. [W:] K. Szótek (red.), *Aglomeracja miejska i jej znaczenie dla konkurencyjności miast i regionów*. Biblioteka Regionalistyki, Wrocław, s. 15–32.
- Grabher G. (red.) 1993. *The embedded firm: On the socioeconomics of industrial networks*. Routledge, London.
- Granovetter M. 1973. The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78, 6: 1360–1380.
- Grzeszczak J. 1999. Bieguny wzrostu a formy przestrzeni spolaryzowanej. *Prace Geograficzne*, 173.
- Kuciński K. 2011. Polska na globalnym rynku lokalizacji. [W:] K. Kuciński (red.), *Glokalizacja*. Wyd. Diffin, Warszawa, s. 29–43.
- Matykowski R., Tobolska A. 2006. Działalność przemysłowa w warunkach wzrastającej internacjonalizacji i globalizacji na przykładzie wybranych produktów. [W:] Z. Ziolo, T. Rachwał (red.), *Międzynarodowe uwarunkowania rozwoju przemysłu*. Prace Komisji Geografii Przemysłu PTG, 8: 47–59.
- Micek G. 2011. Estimating multiplier effects on the local scale. *Acta Universitatis Lodziensis. Folia Oeconomica*, 252.
- Milewski R., Kwiatkowski E. 2005. *Podstawy ekonomii*. Wyd. Nauk. PWN, Warszawa.
- Moretti E. 2012. *The new geography of jobs*. Houghton Mifflin Harcourt Publishing Company, New York.
- Niedziółka M. 2011. Lokalne implikacje globalizacji. [W:] K. Kuciński (red.), *Glokalizacja*. Wyd. Diffin, Warszawa, s. 234–257.
- Polanyi K. 1957. *The Economy as Instituted Process*. [W:] K. Polanyi, C.M. Arensberg, H.W. Pearson (red.), *Trade and Market in the Early Empires*. Collier Macmillan London, s. 243–270.
- Rachwał T., Wiederman K. 2008. Multiplier effects in regional development: the case of the motor vehicle industry in Silesian voivodeship (Poland). *Questiones Geographicae*, 27B/1: 68–80.
- Robertson R. 1995. Globalization: Time-space and Homogeneity-heterogeneity. [W:] M. Featherstone i in. (red.), *Global Modernities*. Sage, London, s. 25–44.
- Rudzki R., Piechola I. 2013. „Firmy z listkiem” społecznej odpowiedzialności biznesu na „Liście 500” „Polityki”. *Polityka*, 17/18.
- Schamp E.W. 1996. Globalisierung von Produktionsnetzen und Standortsystemen. *Geogr. Zeitschrift*, 84, 3–4: 205–219.
- Stachowiak K. 2011. Rola koncepcji zakorzenienia w geograficznych badaniach nad globalizacją. *Podstawowe idee i koncepcje w geografii*, t. 5, s. 83–99.

- Stryjakiewicz T. 1999. Adaptacja przestrzenna przemysłu w Polsce w warunkach transformacji. Wyd. Nauk. UAM, Poznań.
- Stryjakiewicz T. (red.) 2004. Wpływ inwestorów zagranicznych na rozwój regionalny i lokalny na przykładzie GlaxoSmithKline Pharmaceuticals S.A. w Poznaniu. Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań.
- Tobolska A. 2010. Miejsce inwestora zagranicznego w przestrzeni lokalnej i regionalnej na przykładzie Sweedwood w Chlastawie. Bogucki Wydawnictwo Naukowe, Poznań.
- Wiedermann K. 2008. Koncepcja efektów mnożnikowych w wyznaczaniu wpływu przedsiębiorstw na otoczenie społeczno-gospodarcze. [W:] Z. Ziolo, T. Rachwał (red.), Prace Komisji Geografii Przemysłu PTG 11: 98–106.
- Ziolo Z. 2009. Procesy kształtowania się światowych korporacji i ich wpływ na otoczenie. [W:] Z. Ziolo, T. Rachwał (red.), Prace Komisji Geografii Przemysłu PTG 12: 11–32.

Źródła internetowe

- Centrum Prasowe Sieci Jeronimo Martins Dystrybucja SA (www.biedronka.pl/str/4/i/1359.php).
- Główny Urząd Statystyczny (www.stat.gov.pl).
- Lista 500 Polityki (www.lista500.polityka.pl).
- Strona internetowa Volkswagena Poznań (www.volkswagen-poznan.pl).
- Strony rządowe poświęcone Społecznej Odpowiedzialności Biznesu (Przedsiębiorstw) (www.csr.gov.pl, www.mg.gov.pl/node/10892).
- Zielona Księga Komisji Europejskiej na temat społecznej odpowiedzialności biznesu (www.ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=331&langId=en).

The impact of large enterprises on regional development – the case of Wielkopolska voivodeship

Abstract: The issue of the impact of strategic investors, particularly foreign, on regional and local development, in the last few years has become an important subject of studies in economic geography and spatial management. However, it is not easy to assess plainly the results of localization of large companies: the data are difficult to get and interpret. The aim of the article is to: 1) shortly explain three concepts explaining impact of large companies on regional development: multiplier effects, embeddedness and corporate social responsibility (CSR), 2) analyze in a spatial and branch context the largest companies (in terms of sales' revenues) in Wielkopolska voivodeship in 2011 (the list is based on the ranking "Lista 500" "Polityki"), 3) describe an example of impact of large company – Volkswagen Poznań on regional development. The analysis showed that among the 50 largest companies in Wielkopolska voivodeship the most represent food industry (11) and retail and automotive sector (8 each). The research proved that the largest companies concentrate in the center of the region – in Poznan agglomeration, where 28 out of 50 largest enterprises (56%) are located. It was observed that 22 of the investigated enterprises were awarded for declaring activities in the field of corporate social responsibility, which comprises various actions aimed at improving local community life. The empirical example of Volkswagen demonstrated ways in which large company can contribute to the regional development.

Key words: multiplier effects, embeddedness, corporate social responsibility, large enterprises, Wielkopolska voivodeship