

Raport 2013

Sektor MSP na Pomorzu w warunkach
spowolnienia tempa wzrostu gospodarczego



Pomorskie
Obserwatorium
Gospodarcze

Sektor MSP na Pomorzu w warunkach spowolnienia tempa wzrostu gospodarczego

Raport z badania sektora MSP w województwie pomorskim
ze szczególnym uwzględnieniem przedsiębiorstw
w powiecie kościerskim

Autorzy

Piotr Dominiak, Julita Wasilczuk, Krzysztof Zięba, Nelly Daszkiewicz, Aneta Sobiechowska-Ziegert

Redakcja, opracowanie graficzne, skład i druk

OFICyna DRUKARSKA Jacek Chmielewski

ul. Sokołowska 12a, 01-142 Warszawa

tel. (22) 632-83-52, (22) 631-30-50

fax (22) 631-49-40

info@oficyna-drukarska.pl, www.oficyna-drukarska.pl

Copyright © by Agencja Rozwoju Pomorza S.A.
Gdańsk 2013

Publikacja dystrybuowana bezpłatnie

ISBN 978-83-63016-15-9



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Publikacja została sfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego
Projekt „Razem dla rozwoju kościerskich przedsiębiorstw – partnerstwo lokalne na rzecz rozwoju przedsiębiorczości
w kontekście zarządzania zmianą gospodarczą”

Spis treści

PRZEDMOWA	5
WSTĘP	7
SEKTOR MSP W POLSCE I NA POMORZU 2008–2012	9
1. Sytuacja makroekonomiczna w Polsce w latach 2008–2012	9
2. Sektor MSP w Polsce i w województwie pomorskim w latach 2008–2012	10
3. Podsumowanie	16
FUNKCJONOWANIE SEKTORA MSP W WOJEWÓDZTWIE POMORSKIM	17
1. Charakterystyka próby badawczej	17
2. Cele badanych firm, planowane zmiany w zakresie zatrudnienia i sprzedaży	19
3. Bariery rozwoju firm	20
4. Wybrane aspekty działalności badanych firm	21
4.1. Aspekty finansowe	21
4.2. Działania podjęte i planowane	22
4.3. Elementy zarządzania wiedzą w MSP	25
4.4. Wykorzystanie Internetu	27
5. Przedsiębiorczość rodzinna w pomorskich MSP	27
6. Zmiany krótkookresowe w badanych firmach (2009–2012)	30
6.1. Zmiany w zatrudnieniu	30
6.2. Cele badanych firm, plany dotyczące sprzedaży i zatrudnienia	31
6.3. Zmiany w postrzeganiu barier	32
6.4. Zmiany w zakresie źródeł finansowania	33
6.5. Zmiany w zakresie planowanych i podejmowanych działań	35
7. Instytucjonalne otoczenie pomorskich MSP	36
7.1. Postrzeganie instytucji otoczenia biznesu	36
7.2. Relacje przedsiębiorców z otoczeniem	38
7.3. Ocena relacji badanych przedsiębiorców z urzędami i instytucjami	39
7.4. Zaufanie w środowisku przedsiębiorców	40
8. Wpływ otoczenia ekonomicznego na badanie firmy	43
8.1. Wpływ sytuacji makroekonomicznej	43
8.2. Wpływ EURO 2012 na poprawę sytuacji w firmie	44
9. Wnioski	44
POMORSKIE MIKROPRZEDSIĘBIORSTWA – CHARAKTERYSTYKA, DETERMINANTY FUNKCJONOWANIA I ROZWOJU ...	47
1. Charakterystyka badanej próby	47
2. Cele badanych mikroprzedsiębiorstw i plany dotyczące sprzedaży i zatrudnienia	48
3. Bariery rozwoju	52
4. Wybrane aspekty działalności wybranych mikroprzedsiębiorstw	54

4.1. Aspekty finansowe	54
4.2. Działania innowacyjne i inwestycyjne	57
4.3. Wykorzystanie Internetu w pomorskich mikrofirmach	59
4.4. Mikrofirmy rodzinne w wybranych powiatach województwa pomorskiego	59
5. Instytucjonalne otoczenie mikroprzedsiębiorstwa	62
6. Wpływ sytuacji makroekonomicznej na mikroprzedsiębiorstwa	69
7. Wnioski	72
8. Rekomendacje	73
MIKROPRZEDSIĘBIORSTWA W POWIECIE KOŚCIERSKIM	74
1. Powiat kościerski – ogólna charakterystyka gospodarki	74
2. Mikroprzedsiębiorstwa w powiecie kościerskim	85
2.1. Charakterystyka próby badawczej	85
2.2. Profil przeciętnego właściciela mikroprzedsiębiorstwa w powiecie kościerskim	87
2.3. Cele i plany dotyczące sprzedaży i zatrudnienia	89
2.4. Bariery rozwoju	92
2.5. Wybrane aspekty działalności badanych mikrofirm	92
2.6. Mikrofirmy rodzinne w powiecie kościerskim	97
2.7. Instytucjonalne otoczenie mikroprzedsiębiorstw	101
2.8. Wpływ oceny sytuacji makroekonomicznej na mikroprzedsiębiorstwa w powiecie kościerskim	107
3. Samozatrudnienie w powiecie kościerskim	109
3.1. Charakterystyka próby badawczej	109
3.2. Cel prowadzonej działalności i plany w zakresie zatrudnienia	112
3.3. Wybrane aspekty działalności gospodarczej badanych respondentów	112
3.4. Analiza otoczenia instytucjonalnego	114
4. Wnioski i rekomendacje dotyczące mikroprzedsiębiorstw w powiecie kościerskim	118
5. Rekomendacje pod adresem władz lokalnych powiatu kościerskiego	119
Spis rysunków	120
Spis tabel	123
Bibliografia	126



Raport 2013

Przedmowa



Mieczysław Struk,
Marszałek
Województwa Pomorskiego

Sektor małych i średnich przedsiębiorstw odgrywa zasadniczą rolę w rozwoju i konkurencyjności gospodarki regionu. Co istotne, jest ważnym obszarem działań innowacyjnych i zapewnia zatrudnienie ponad połowie mieszkańców regionu.

Dane pokazują, że wciąż powstają nowe firmy, co świadczy o dużym przedsiębiorczym potencjale Pomorza. Tym istotniejsze dla władz lokalnych jest podejmowanie działań wspierających rozwój przedsiębiorczości.

Aby stworzyć w regionie korzystne warunki dla rozwoju firm niezbędna jest wiedza na temat tego sektora, której cennym źródłem są wyniki badania Pomorskiego Obserwatorium Gospodarczego realizowanego od kilku lat.

Dobra diagnoza pomorskich przedsiębiorstw służy nie tylko lokalnym samorządom, ale wielu krajowym instytucjom mającym wpływ na kreowanie działań w obszarze gospodarki. Mam nadzieję, że kolejne edycje będą uzupełniać obraz przemian tego sektora.



Łukasz Żelewski,
Prezes Zarządu Agencji
Rozwoju Pomorza S.A.

Niniejszy raport jest efektem realizacji kolejnej edycji badania mikro, małych i średnich przedsiębiorstw, będącego kontynuacją badania panelowego – Pomorskie Obserwatorium Gospodarcze. Realizacja tak dużego przedsięwzięcia była możliwa dzięki wykorzystaniu Funduszy Europejskich.

Celem badań jest zebranie informacji o pomorskich przedsiębiorstwach oraz monitorowanie zachodzących w nich zmian. W tym roku posłużyły one dodatkowo jako tło dla analizy sytuacji mikroprzedsiębiorstw powiatu kościerskiego.

Badanie zostało przeprowadzone w ramach projektu „Razem dla rozwoju kościerskich przedsiębiorstw – partnerstwo lokalne na rzecz rozwoju przedsiębiorczości w kontekście zarządzania zmianą gospodarczą”. Autorem raportu jest zespół badawczy pod kierownictwem prof. dr. hab. Piotra Dominiaka z Wydziału Zarządzania i Ekonomii Politechniki Gdańskiej.



Prof. dr hab. Piotr Dominiak

Dzięki unikatowej metodologii pozwalającej na powrót do tej samej grupy przedsiębiorstw, w raporcie, podobnie jak w latach poprzednich, znalazły się porównania zmian, które zaszły w działalności firm m.in. w obszarze inwestycji, eksportu, zysków i przychodów, postrzegania sytuacji gospodarczej oraz planów na przyszłość. Najcenniejsze wnioski dotyczą zatrudnienia, które w pierwszym spojrzeniu wydaje się nie ulegać zmianom, jednak po bliższej analizie ukazują duże rotacje pracowników w ramach istniejących miejsc pracy.

Badania prowadzone były w okresie spowolnienia gospodarczego i podobnie jak w roku 2010, ukazały pogarszające się nastroje przedsiębiorców. Istotne jest, że znacznie gorzej oceniali oni sytuację gospodarczą niż sytuację własnych przedsiębiorstw, w których w dalszym ciągu planowany jest rozwój i wzrost przychodów.

Nowością w raporcie są analizy otoczenia instytucjonalnego biznesu i działalności firm rodzinnych oraz dyskutowany w ostatnim czasie problem zaufania przedsiębiorców do siebie nawzajem i instytucji otoczenia biznesu. Wyniki badań przedsiębiorstw z województwa pomorskiego stanowią tło dla analiz działalności przedsiębiorstw kościerskich, które pomimo trudnych warunków do rozwoju przedsiębiorczości w powiecie okazały się posiadać duży potencjał rozwojowy.



Raport 2013

Wstęp

Niniejszy raport zawiera analizę wyników badań przeprowadzonych pod koniec 2012 roku. Badania te były w znacznej mierze kontynuacją Pomorskiego Obserwatorium Gospodarczego (POG), realizowanego w latach 2006, 2008 i 2009.

Raport składa się z trzech części. Pierwsza obejmuje wyniki badań grupy małych i średnich przedsiębiorstw (MSP) z województwa pomorskiego. Druga – wyniki badań mikroprzedsiębiorstw z wybranych powiatów naszego województwa. Trzecia – to analiza wyników badania mikroprzedsiębiorstw z powiatu kościerskiego.

Dwie pierwsze części można uznać za kolejną czwartą edycję POG. Stanowią one wartość samą w sobie, a jednocześnie są tłem dla głównego celu, jakim jest szczegółowa analiza stanu mikroprzedsiębiorstw w powiecie kościerskim.

Metodologia zastosowana w badaniach przeprowadzonych wśród MSP i pomorskich mikrofirm pozwoliła na zachowanie unikatowości Pomorskiego Obserwatorium Gospodarczego. Składają się na nią dwa elementy. Pierwszy to konsekwentne powracanie w kolejnych edycjach badań do tej samej grupy przedsiębiorstw. Drugi polega na porównywaniu w czasie sytuacji w poszczególnych firmach. Takie podejście pozwala na uchwycenie wielu zmian, których nie można obserwować, jeżeli próba byłaby w kolejnych latach inna, a także gdyby analiza ograniczała się do porównań jedynie wyników dla całej badanej grupy. Przykładem walorów stosowanego podejścia jest m.in. analizowany w raporcie problem zatrudnienia. Proste porównanie stanu zatrudnienia badanych MSP w roku 2009 i w roku 2012 wykazuje, że praktycznie nie nastąpiły żadne zmiany. Ale dzięki zastosowanej metodologii można było stwierdzić, że w tym czasie większość firm albo zwiększyła, albo zmniejszyła liczbę pracowników. Zlikwidowano ponad 3 tysiące miejsc pracy w jednych firmach i stworzono podobną liczbę (o jedno więcej) nowych miejsc pracy w innych. Pod pozorną stabilizacją poziomu zatrudnienia kryły się zatem bardzo poważne jego zmiany. Innym przykładem jest możliwość porównywania deklarowanych planów i zamierzeń z ich realizacją.

Badań opartych na takiej metodologii prowadzi się bardzo mało, w Polsce obecnie – według wiedzy autorów raportu – nie ma ich w ogóle.

Celem Pomorskiego Obserwatorium Gospodarczego jest ocena stanu i kondycji sektora MSP w regionie. Jednak każda edycja POG (poza pierwszą) koncentrowała się na wybranych problemach. W POG II nacisk położono na ocenę zmian w zatrudnieniu i ocenę zdolności kreowania nowych miejsc pracy przez ten sektor. W POG III skupiono się na analizie zachowań badanych firm w warunkach pogarszającej się koniunktury. W obecnych badaniach nowością są problemy otoczenia instytucjonalnego biznesu oraz firmy rodzinne.

Po raz pierwszy przeanalizowano opinie przedsiębiorców dotyczące ich kontaktów z władzami lokalnymi, z instytucjami i organizacjami takimi jak: urzędy skarbowe, urzędy pracy, ZUS itd. Pytano o ocenę kompetencji ich pracowników, uciążliwość procedur biurokratycznych itp. Przedsiębiorcy byli proszeni również o ocenę poziomu ich wzajemnego zaufania. Są to kwestie ważne dla rozwoju biznesu, a ich znajomość powinna pozwolić na kreowanie lepszej polityki gospodarczej na szczeblach regionalnym i lokalnych i na efektywniejsze jej realizowanie. Wielu ekspertów uważa te problemy za kluczowe dla tworzenia bardziej innowacyjnej i konkurencyjnej gospodarki: „Nie brakuje nam maszyn i urządzeń, ani technologii, ani wiedzy o rynkach. Brakuje nam zaufania i dialogu, które są podstawą do łączenia potencjału, pozostającego obecnie w rozdrobieniu. Na przeszkodzie stoją: zachowawczość, wybiórcza aktywność i brak wiary w to, że się uda. Przez to jesteśmy mało konse-

kwentni w dążeniu do trudnych celów, wybieramy raczej bezpieczne drogi, które dają mierzalne sukcesy w krótkim czasie, i wolimy robić to, co potrafimy robić sami własnymi siłami, utrzymując tym samym *status quo*¹.

Z obecnych badań wynika, że na Pomorzu poziom zaufania nie powinien stanowić bariery rozwojowej, ale większość przedsiębiorców nie najlepiej ocenia stan komunikacji pomiędzy nimi a otoczeniem (m.in. z władzami lokalnymi i instytucjami wspierania biznesu). Choć ogólna ocena tego otoczenia wypadła zaskakująco pozytywnie.

Obok analizy otoczenia instytucjonalnego, drugim nowym elementem badanym była przedsiębiorczość rodzinna. Wśród badanych mikroprzedsiębiorstw było takich firm sporo. Wyniki badań nie potwierdziły stereotypu firmy rodzinnej jako mniej ekspansywnej, ale trzeba podkreślić, że znaczna ich część to podmioty młode, prowadzone przez pierwsze pokolenia właścicieli.

Niniejsze badania prowadzone były w warunkach jeszcze słabszej koniunktury niż w 2009 roku. Jej stan wyraźnie widać w prezentowanych wynikach. Charakterystyczne jednak, że właściciele firm, zarówno mikro, jak małych i średnich, znacznie gorzej oceniali sytuację makroekonomiczną niż sytuację własnych przedsiębiorstw. W wielu ich wypowiedziach trudno zauważyć dominację pesymizmu – większość planuje rozwój, wzrost przychodów. Kontrast pomiędzy atmosferą kreowaną przez media, a osiąganymi wynikami oraz zamierzeniami badanych przedsiębiorców jest duży, z tym, że w porównaniu z 2009 rokiem nastroje przedsiębiorców i ich oczekiwania co do przyszłości są wyraźnie gorsze.

Zasadnicza część raportu poświęcona jest badaniom mikroprzedsiębiorstw w powiecie kościerskim. Jest to powiat stosunkowo słabo rozwinięty, o niskim poziomie aktywności ekonomicznej ludności, wysokiej stopie bezrobocia, niewielkiej gęstości firm. Rozwój przedsiębiorczości jest dla tego obszaru absolutnie kluczową sprawą.

Pozytywnym zaskoczeniem było, że mimo trudnych warunków właściciele działających tam mikroprzedsiębiorstw okazali się, w świetle badań, grupą aktywną, wychodzącą poza lokalny rynek, mającą ambitne plany rozwojowe. Darzą się większym niż ich koledzy z innych powiatów zaufaniem. Lepiej oceniają większość działających na ich terenie instytucji. Skarżą się co prawda na brak troski władz lokalnych o rozwój przedsiębiorczości, ale wyniki wskazują, że istnieją dobre podstawy do tego, by przy większej aktywności i komunikatywności tych władz sytuacja uległa poprawie.

Zaufanie i niezłe oceny otoczenia instytucjonalnego dają szansę, przy wsparciu instytucji samorządowych, na rozwijanie współpracy pomiędzy przedsiębiorcami, tworzenie sieci firm oraz klastrów.

Raport wskazuje na konieczność skutecznego promowania działań przedsiębiorczych w powiecie kościerskim, w tym zakładania własnych firm. Bez tego wychodzenie z obecnego opóźnienia rozwojowego nie będzie możliwe, a tworzenie odpowiedniej liczby miejsc pracy dla młodych mieszkańców powiatu mało prawdopodobne.

¹ Luk Palmen – *Uwarunkowania kulturowe proinnowacyjnej transformacji polskich małych i średnich przedsiębiorstw*, w: *Kultura organizacyjna kluczem do innowacyjności i konkurencyjności przedsiębiorstw*. Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk, 2012, s.16.



Sektor MSP w Polsce i na Pomorzu 2008–2012

1. Sytuacja makroekonomiczna w Polsce w latach 2008–2012

Poprzednie badania MSP na Pomorzu (POG III) przeprowadzone były w 2009 roku, gdy sytuacja makroekonomiczna w świecie i w Polsce była inna niż obecnie. Kryzys, który rozpoczął się w wielu gospodarkach w 2008 roku, w Polsce przyjął postać silnego spowolnienia, stanowiącego szok po bardzo dobrym rezultacie, jaki gospodarka osiągnęła w 2008 roku (Tabela 1). Miało to duży wpływ na przedsiębiorców. Spadł popyt na polski eksport, zahamowana została działalność części inwestorów zagranicznych, sektor bankowy zaostrzył znacznie wymogi wobec kredytobiorców. Bezrobocie zaczęło rosnąć. Natomiast zagrożenie wzrostu inflacji nie było duże. Media, a także część polityków, snuli pesymistyczne prognozy.

W latach 2010–2011 wzrost PKB ponownie przyspieszył, choć bezrobocie utrzymywało się na wysokim poziomie. Wzrosła jednocześnie inflacja (2011).

W końcu 2012 roku tempo wzrostu gospodarczego było wyraźnie wolniejsze, wzrastało bezrobocie, co przy spadającej inflacji stwarzało poważniejsze niż w poprzednich latach zagrożenie recesją. Wskaźniki koniunktury

w przemyśle, budownictwie i w handlu (publikowane przez GUS) wyraźnie pogarszały się przez cały miniony rok.

Prognozy na 2013 rok publikowane w mediach były jeszcze mniej optymistyczne niż w 2009 roku. Nadal wysokie były realne stopy procentowe (poważniejszy ich spadek nastąpił dopiero w pierwszym kwartale 2013 r.).

Diagnozy i prognozy opozycji (zarówno z prawej, jak i z lewej strony sceny politycznej) rysowały w czarnych barwach zarówno stan obecny, jak i najbliższą przyszłość polskiej gospodarki. Mimo że realny obraz gospodarczy, wynikający z analizy wskaźników makroekonomicznych (Tabela 1), nie był tak pesymistyczny, to z pewnością atmosfera dla aktywności gospodarczej, szczególnie zaś dla działań rozwojowych nie była najlepsza.

Cały okres 2008–2012 charakteryzował się generalnie słabszą niż w poprzednich latach koniunkturą, sporą zmiennością tempa wzrostu gospodarczego (Rysunek 1), wysokim poziomem bezrobocia (Rysunek 2) i zmienną (na dość niskim poziomie) stopą inflacji (Rysunek 1). Częste „aktualizacje” i nietrafność ogromnej części prognoz gospodarczych powodowały wzrost niepewności co do przyszłego kształtowania się otoczenia makroekonomicznego, tak w kraju, jak i przede wszystkim w krajach strefy euro, będących głównymi partnerami handlowymi Polski.

Tabela 1. Podstawowe wskaźniki makroekonomiczne Polski 2008–2013

	2008	2009	2010	2011	2012	2013****
Stopa wzrostu PKB	5,1	1,6	3,9	4,3	2,0	1,5–2,2
Stopa inflacji (HICP)*	3,3	3,8	2,9	4,5	2,2	2,1
Stopa bezrobocia na koniec roku**	9,5	12,1	12,4	12,5	13,4	13–14,0
Kurs PLN/euro na koniec roku***	4,17	4,11	3,96	4,42	4,09	

* grudzień/grudzień

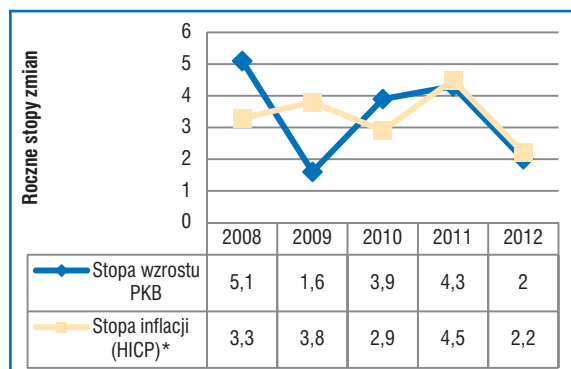
** bezrobocie rejestrowane wg GUS

*** kurs NBP w ostatnim dniu notowań

**** prognozy ze stycznia 2013

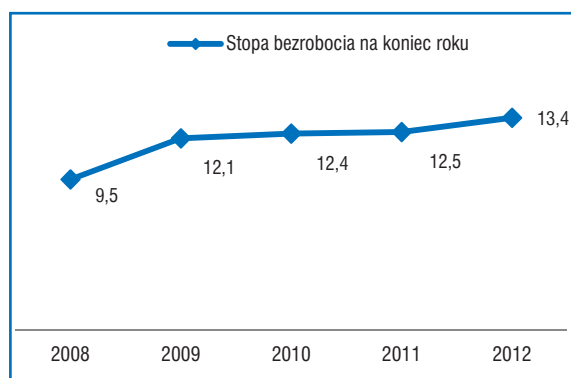
Źródło: Wskaźniki makroekonomiczne oraz Sytuacja społeczno-gospodarcza Polski. GUS, www.stat.gov.pl (03.2013)

Rysunek 1. Roczne stopy wzrostu PKB i inflacji w Polsce w latach 2008–2012



Źródło: www.stat.gov.pl (03.2013)

Rysunek 2. Stopa bezrobocia rejestrowanego na koniec roku w Polsce w latach 2008–2012



Źródło: www.stat.gov.pl (03.2013)

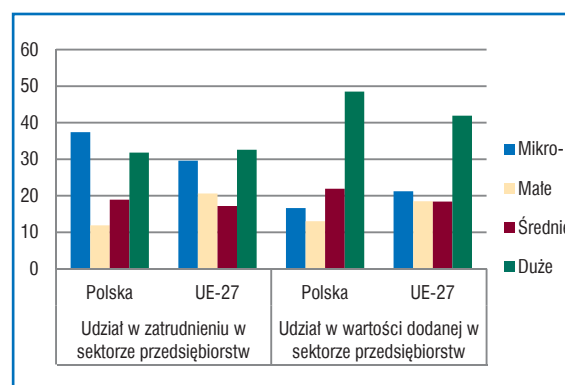
2. Sektor MSP w Polsce i w województwie pomorskim w latach 2008–2012

Sektor MSP odgrywa w polskiej gospodarce sporą rolę, jednak jest ona relatywnie mniejsza w porównaniu ze średnią w Unii Europejskiej.

Udział sektora MSP w tworzeniu PKB wynosi w Polsce ok. 47–48% (wg danych GUS) i podlega w ostatnich kilku latach niewielkim wahaniom. Wg danych GUS udział w zatrudnieniu w sektorze przedsiębiorstw wynosi 60,3% (wśród pracujących w sektorze przedsiębiorstw – 69,9%). Obliczone wg ujednoliconej metodologii dane publikowane przez Eurostat różnią się (jeśli chodzi o informacje dotyczące sektora MSP) dość znacznie (p. Tabela 2). Wynika z nich,

że struktura populacji przedsiębiorstw w Polsce jest wyraźnie odmienna od struktury w całej UE jeśli chodzi o udział mikroprzedsiębiorstw (większy w Polsce o 3,5 p.p.) i udział firm małych (mniejszy w Polsce o 3,5 p.p.). Mikroprzedsiębiorstwa zatrudniają w Polsce relatywnie dużo więcej pracowników (udział większy aż o 7,8 p.p.) natomiast ich udział w wartości dodanej całego sektora przedsiębiorstw jest mniejszy aż o 4,6 p.p. (Rysunek 3). Świadczy to wyraźnie o niższej produktywności mikrofirm w naszej gospodarce w porównaniu ze średnią w UE.

Rysunek 3. Udział sektora MSP w gospodarce w Polsce na tle UE-27 w 2011 roku



Źródło: opracowanie własne na podstawie SBA Fact Sheet 2012 Poland, EU, 2012

Profil polskiego sektora MSP różni się nadal od profilu średniego dla całej UE (p. Rysunek 5). Relatywnie jest u nas więcej samozatrudnionych. Wśród pracujących jest ich 18%, podczas gdy w UE-27 odsetek ten jest o 4 p.p. niższy (p. Rysunek 4). Dość powszechnie eksperci uznają to za pozytywny przejaw przedsiębiorczości. Jednakże trzeba uwzględnić, że część z tych osób została zmuszona do rozpoczęcia działalności gospodarczej na własną rękę przez dotychczasowych pracodawców i nadal dla nich pracuje, tyle że na innych zasadach. W istocie nie są to samodzielne podmioty gospodarcze. Zjawisko to, którego rzeczywista skala jest trudna do oszacowania, tłumaczy częściowo większy udział mikrofirm w całej populacji przedsiębiorstw. Trudno zatem jednoznacznie pozytywnie ocenić ten wskaźnik jako przejaw przedsiębiorczości mogącej dynamizować rozwój gospodarczy.

Z drugiej strony badania przeprowadzone w ramach tzw. Eurobarometru pokazały, że Polacy charakteryzują się dużą skłonnością do samozatrudnienia (8. miejsce

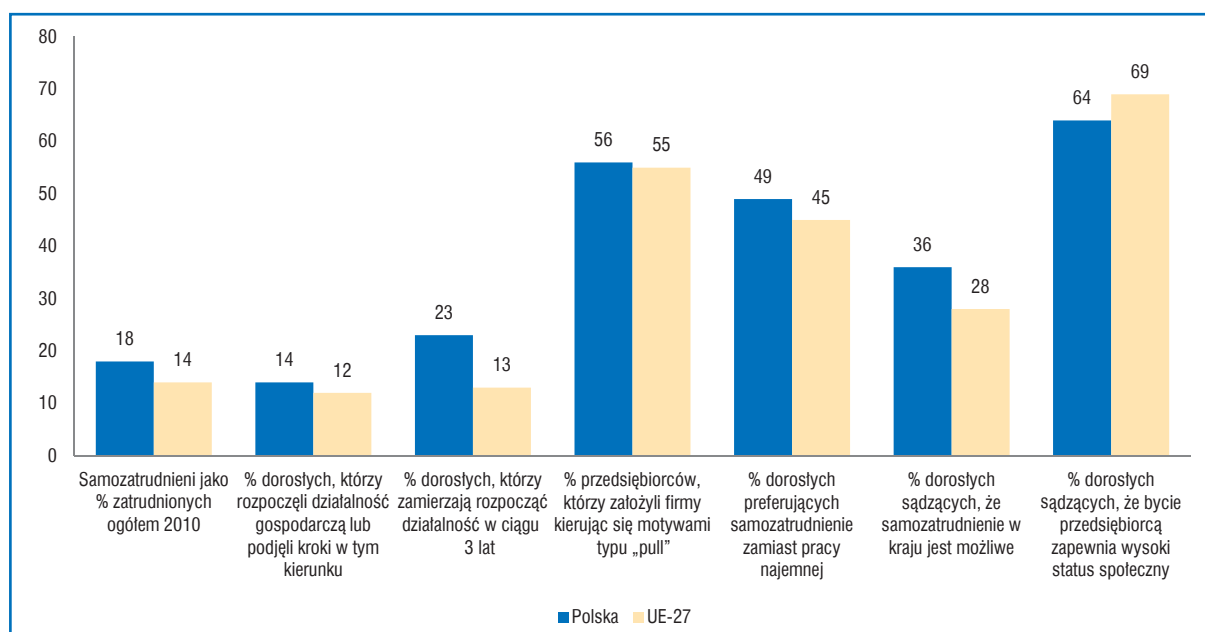
Raport 2013

Tabela 2. Sektor MSP w gospodarce Polski i w UE w 2011 r.

Przedsiębiorstwa wg klas wielkości	Udział w liczbie przedsiębiorstw		Udział w zatrudnieniu w sektorze przedsiębiorstw		Udział w wartości dodanej w sektorze przedsiębiorstw	
	Polska	UE-27	Polska	UE-27	Polska	UE-27
Mikro	95,7	92,2	37,4	29,6	16,6	21,2
Małe	3,0	6,5	11,9	20,6	13,0	18,5
Średnie	1,1	1,1	18,9	17,2	21,9	18,4
Razem MSP	99,8	99,8	68,2	67,4	51,5	58,1
Duże	0,2	0,2	31,8	32,6	48,5	41,9
Razem	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Źródło: SBA Fact Sheet 2012 Poland, EU, 2012

Rysunek 4. Przedsiębiorczość w Polsce na tle UE-27



Źródło: opracowanie własne na podstawie SBA Fact Sheet 2012 Poland, EU, 2012

w UE-27), bo na pytanie, jaki typ aktywności gospodarczej wybraliby, aż 49% wskazało na samozatrudnienie.

Również z porównania wyników badań dotyczących zachowań przedsiębiorczych Polaków z ostatnich lat z zachowaniami przeciętnymi dla obywateli UE wyłania się pozytywny obraz mieszkańców naszego kraju (Rysunek 4). Polacy, w świetle tych danych, okazują się nacją przedsiębiorczą, niebojącą się podejmowania działalności

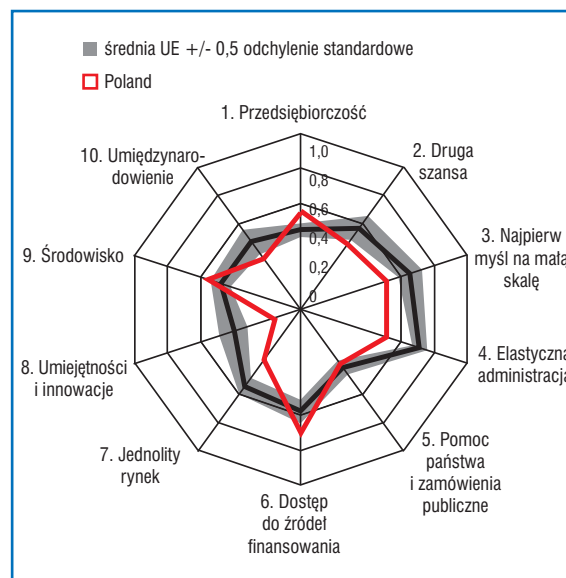
gospodarczej na własne ryzyko. Trzeba wszakże pamiętać, że postawy takie, choć dotyczą relatywnie większej części dorosłych niż w wielu innych krajach, to nie są charakterystyczne dla większości społeczeństwa.

Lepsze wskaźniki osiągamy także w zakresie dostępu do finansowania (choć przecież wielu polskich przedsiębiorców uznaje ten element za ważną barierę rozwoju) oraz środowiska. W pozostałych elementach nasz profil jest

gorszy od unijnego. Szczególnie istotne są słabsze wyniki w zakresie kwalifikacji i innowacyjności oraz internacjonalizacji (p. Rysunek 5). Słabą aktywność polskich MSP w sektorach wysokich technologii potwierdza też najnowszy raport UE¹.

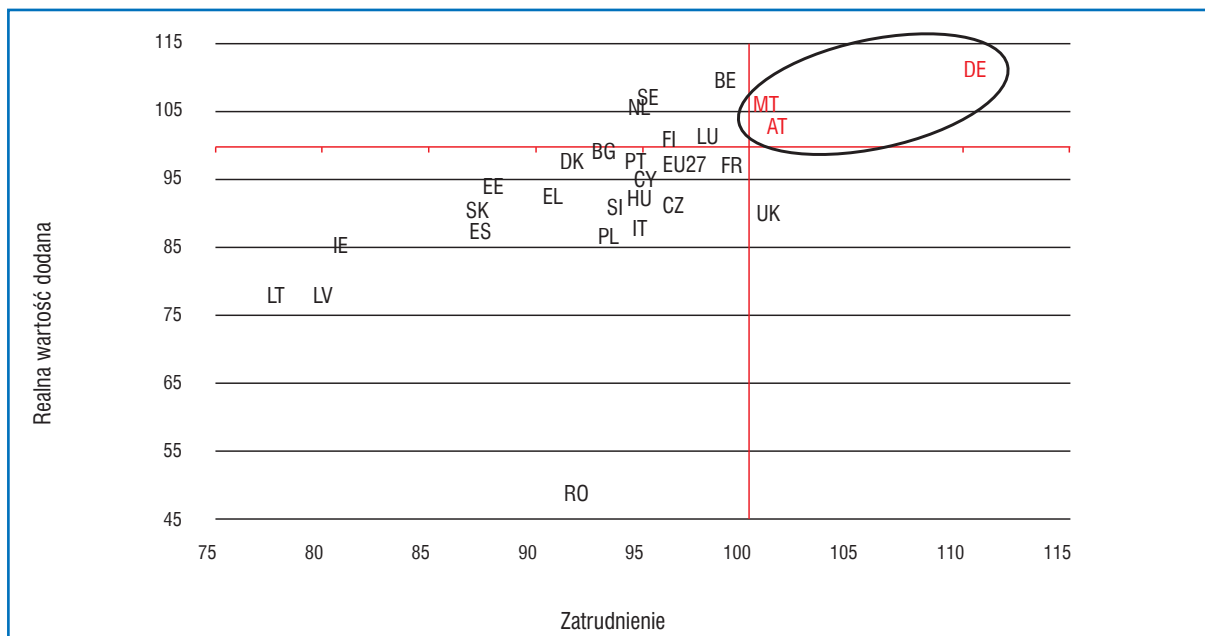
Obserwując zmiany, jakie nastąpiły w ostatnich kilku latach, nie można stwierdzić, że MSP w Polsce są, jak często się to określa, „lokomotywą rozwoju gospodarczego”. Należy raczej stwierdzić, że w latach 2008–2011 sektor ten nie zwiększył swego udziału w tworzeniu PKB ani w zatrudnieniu ogółem (p. Rysunek 6) i na tle analogicznych sektorów w innych krajach UE jego działalność w tym okresie nie wygląda najlepiej. Raport dotyczący sytuacji w sektorze MSP przygotowany na zlecenie UE przez grupę Ecorys² wskazuje, że dynamika rozwoju MSP w Polsce była niższa niż w większości krajów UE-27, zarówno jeśli chodzi o zatrudnienie, jak i przede wszystkim, o wytworzoną w tym sektorze realną wartość dodaną (Rysunek 6). Wg powyższego raportu obie te wielkości (zatrudnienie i wartość dodana) były w Polsce w 2011 roku niższe niż w roku 2008.

Rysunek 5. Profil polskiego sektora MSP wg SBA Fact Sheet 2012



Źródło: Arkusz informacyjny SBA 2012 Polska, EU 2012

Rysunek 6. Wartość dodana i zatrudnienie w MSP w krajach UE w 2011 roku (2008=100)

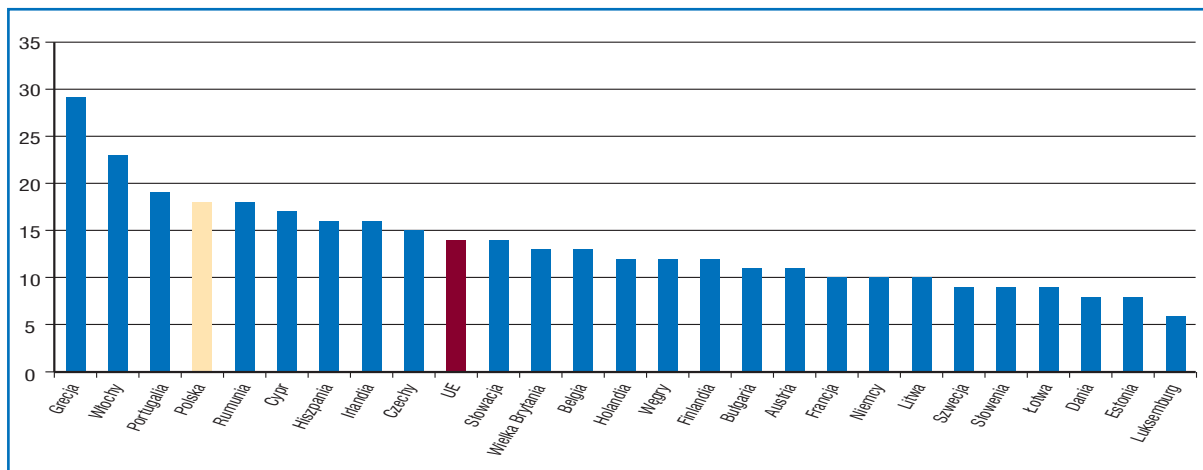


Źródło: Are EU SMEs recovering from the crisis? Annual Report on EU SMEs 2010–2011. Ecorys, Rotterdam, Cambridge, 2011

¹ Annual report on small and medium-sized enterprises in the UE 2011/12. Ecorys, Rotterdam, 2012.

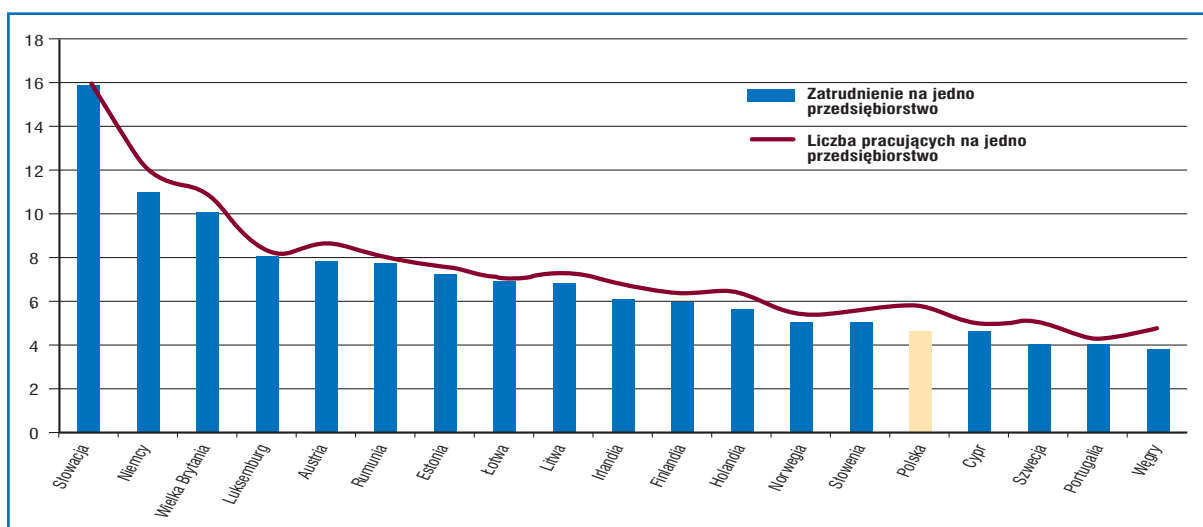
² Are EU SMEs recovering from the crisis? Annual Report on EU SMEs 2010–2011. Ecorys, Rotterdam, Cambridge, 2011.

Rysunek 7. Udział samozatrudnionych w całkowitej liczbie pracujących w Polsce i w UE-27 w 2010 roku



Źródło: Raport o stanie sektora MSP w Polsce w latach 2010–2011. PARP 2012, s. 27

Rysunek 8. Liczba zatrudnionych oraz liczba pracujących na jedno przedsiębiorstwo w Polsce i w UE w 2009 roku



Źródło: Raport o stanie sektora MSP w Polsce w latach 2010–2011. PARP 2012, s. 31

Większy niż w krajach UE udział mikroprzedsiębiorstw w całej populacji firm w Polsce oraz bardzo wysoki udział osób samozatrudnionych (4. miejsce w UE-27 – p. Rysunek 7) sprawia, że poziom zatrudnienia w przeciętnej polskiej firmie jest niski (Rysunek 8), chociaż nie odbiega znacznie od średniej dla całej UE-27 (na Rysunku 8 nie są uwzględnione wszystkie kraje). To sprawia, że ogromna część polskich przedsiębiorstw, charakteryzuje się niższą skłonnością do inwestowania³,

³ Skłonność ta zazwyczaj wzrasta wraz z wielkością przedsiębiorstwa. (p. np. Raport o stanie sektora MSP w Polsce w latach 2010–2011. PARP 2012.

niższą skłonnością do wprowadzania innowacji – można zatem ocenić, że prawdopodobieństwo ich rozwoju jest mniejsze.

W całej Unii Europejskiej okres po 2008 roku był dla sektora MSP bardzo trudny. Nastąpił niewielki spadek liczby aktywnych przedsiębiorstw (w sektorach niefinansowych o około -2,1%) oraz spadek liczby zatrudnionych (-2,7% w 2009 i -0,9% w 2010 roku). W konsekwencji spadła średnia wielkość firmy (Tabela 3). Pozornie zmiany te nie wydają się duże, ale jednak biorąc pod uwagę wielkość populacji przedsiębiorstw (prawie 21 mln), spadek średniego zatrudnienia o 0,06

osoby oznaczał zmniejszenie liczby zatrudnionych w całym sektorze o około 823 000⁴.

Tabela 3. Średnia wielkość zatrudnienia w przedsiębiorstwach wg klas wielkości w UE 2008–2010 (sektory niefinansowe)

Klasa wielkości	2008	2010
MSP	4,27	4,21
mikro	2,03	2,02
małe	19,9	19,3
średnie	117,0	100,1

Źródło: obliczenia własne na podst.: Are EU SMEs recovering from the crisis? Annual Report on EU SMEs 2010–2011. Ecorys, Rotterdam, Cambridge, 2011

Nadal trudno ustalić faktyczną liczbę przedsiębiorstw w Polsce⁵. Rejestr REGON, choć stale uaktualniany (poważna jego weryfikacja dotyczyła 2011 roku), zawiera mnóstwo „martwych dusz”. Również dostępne dane dotyczące przedsiębiorstw aktywnych są mało precyzyjne. Wystarczy porównać informacje publikowane przez GUS i Eurostat. Wg polskiego urzędu w 2009 roku było 1,673 mln aktywnych przedsiębiorstw (Tabela 4); natomiast Eurostat (SBA Fact Sheet) podaje liczbę 1,425 mln. Różnica wynosi zatem prawie 250 tysięcy, czyli niemal tyle, ile jest zarejestrowanych podmiotów gospodarczych w województwie pomorskim.

W ostatnich dwóch latach (2011–2012) struktura podmiotów gospodarczych wg klas wielkości nie zmieniła się, zarówno w skali gospodarki narodowej, jak i na Pomorzu (Tabela 5).

Tabela 4. Liczba podmiotów gospodarczych w Polsce i w województwie pomorskim

	2008	2009	2010	2011	2012
Polska – liczba zarejestrowanych podmiotów gospodarczych	3 757 093	3 742 673	3 909 802	3 869 897*	3 975 334
Polska – liczba podmiotów aktywnych	1 788 336	1 673 527	1 726 663	b.d.	b.d.
Pomorze – liczba zarejestrowanych podmiotów gospodarczych		249 262	260 202	258 197	265 033

Źródło: dane 2011–2012: Zmiany strukturalne grup podmiotów gospodarki narodowej w rejestrze REGON 2012. GUS, Warszawa 2013; dane dotyczące liczby przedsiębiorstw aktywnych za lata 2008–2010 na podst. GUS: Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2009 r., Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2010 r.

* spadek liczby wynikał częściowo z aktualizacji rejestru REGON (wykreślenie osób zmarłych i podmiotów wykreślonych z KRS)

Tabela 5. Liczba podmiotów gospodarczych w Polsce i na Pomorzu 2011–2012

	Polska		Województwo pomorskie	
	2011	2012	2011	2012
Liczba podmiotów zatrudniających 0–9 pracowników	3 674 970	3 794 489	245 882	253 573
Liczba podmiotów zatrudniających 10–49 pracowników	160 851	146 489	10 208	9 277
Liczba podmiotów zatrudniających 50–249 pracowników	29 340	29 787	1 860	1 945
Liczba podmiotów zatrudniających 250–999 pracowników	3 922	3 779	206	196
Liczba podmiotów zatrudniających 1000 i więcej pracowników	814	790	41	42

Źródło: Zmiany strukturalne grup podmiotów gospodarki narodowej w rejestrze REGON, 2012. GUS, Warszawa 2013

⁴ Are EU SMEs recovering from the crisis? Annual Report on EU SMEs 2010–2011. Ecorys, Rotterdam, Cambridge, 2011, s. 2.

⁵ O tym, że Polska dysponuje mniejszym zasobem danych dotyczących działalności MSP świadczy dobitnie fakt bardzo skromnego zakresu informacji odnośnie do tego sektora w zasobach Eurostatu, szczególnie w SBS (Structural Business Statistics).

Raport 2013

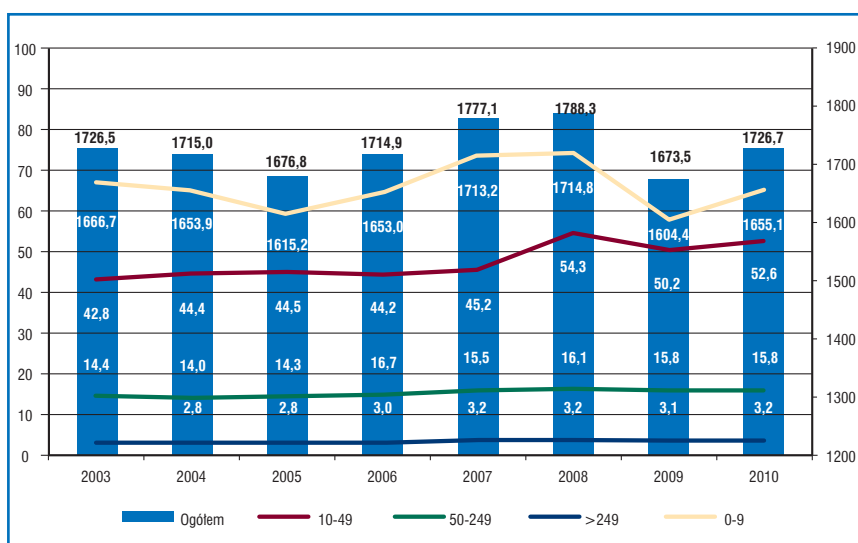
Liczba aktywnych podmiotów gospodarczych ogółem w Polsce także praktycznie pozostaje na niemal niezmiennym poziomie od 2003 roku (Rysunek 9). Oznacza to, że przy wzroście liczby podmiotów zarejestrowanych, zmalał istotnie współczynnik firm aktywnych. W ciągu tego okresu (p. Rysunek 9) można zauważyć, że wahania liczby aktywnych podmiotów maleją wraz z przechodzeniem od

grup firm najmniejszych (mikro) do coraz większych. Jest to zjawisko normalne, ponieważ wahania te dotyczą bezwzględnej liczebności poszczególnych grup, a ta gwałtownie maleje wraz z przechodzeniem od grupy mikro, poprzez przedsiębiorstwa małe, średnie, aż do dużych.

Obserwacja zmian w liczbie przedsiębiorstw nowo rejestrowanych i wyrejestrowanych jest utrudniona, ponieważ istnieją spore rozbieżności

(p. Tabela 6) pomiędzy danymi podawanymi przez rozmaite źródła, choć powołujące się na te same rejestry. Z danych podawanych przez PARP wynika, że liczba nowo zarejestrowanych podmiotów w systemie REGON rosła szybko w latach 2008–2010 (o około 60 000 rocznie), po czym w 2011 roku nastąpił spadek o ponad 55 000. Dane podawane przez GUS na lata 2011–2012, publikowane w styczniu 2013 roku nie są porównywalne z danymi PARP. Dla roku 2011 różnica wynosi ponad 60 000 nowo zarejestrowanych podmiotów.

Rysunek 9. Liczba przedsiębiorstw aktywnych w Polsce wg klas wielkości w latach 2003–2010



Źródło: Raport o stanie sektora MSP w Polsce w latach 2010–2011. PARP 2012, s. 23

Tabela 6. Liczba nowo zarejestrowanych i wyrejestrowanych z rejestru REGON podmiotów gospodarczych oraz podmiotów z zawieszoną działalnością gospodarczą w Polsce i w województwie pomorskim

	2008	2009	2010	2011	2012
Nowo zarejestrowane					
Polska	317 954 340 600**	349 656 402 788**	402 005 465 680**	346 087 408 008**	358 367
woj. pomorskie	24 480	25 099	27 486	24 829	25 261
Wyrejestrowane					
Polska	264 111**	383 440**	268 712**	383 617* 419 397**	252 313
woj. pomorskie				26 659*	18 496
Zawieszone					
Polska				254 219	353 958
woj. pomorskie				22 295	29 836

Źródło: Bank Danych Lokalnych www.stat.gov.pl 03.2013 oraz Zmiany strukturalne grup podmiotów gospodarki narodowej w rejestrze REGON, 2012. GUS, Warszawa 2013

* wzrost liczby wynikał częściowo z aktualizacji rejestru REGON (wykreślenie osób zmarłych i podmiotów wykreślonych z KRS)

** dane z Raportu o stanie sektora MSP w Polsce w latach 2010–2011. PARP 2012

Z informacji PARP wynika, że w latach 2008–2010 liczba firm nowo zarejestrowanych przewyższała w każdym roku liczbę firm wyrejestrowywanych. W 2011 roku sytuacja się zmieniła, ale trudno ocenić, na ile był to efekt słabszej koniunktury, na ile natomiast skutek „wyczyszczenia” przez GUS rejestru REGON na podstawie aktów zgonu i KRS. Obie instytucje odnotowały jednak w tym roku spadek liczby podmiotów nowo zarejestrowanych, wzrost liczby wyrejestrowanych i ujemny bilans w rejestrze.

W publikacji GUS ze stycznia 2013 roku⁶ (p. Tabela 6) wynika, że w 2012 roku ponownie więcej firm zarejestrowano niż wyrejestrowano (o 106 000 w Polsce, o blisko 7 000 więcej na Pomorzu), mimo ewidentnie słabszej koniunktury. Natomiast zdecydowanie wzrosła w latach 2011–2012 liczba firm zawieszonych. Wzrost ten wynosił w Polsce prawie 100 000 podmiotów (na Pomorzu – prawie 7 000). Można domniemywać, że część przedsiębiorców, nie chcąc wyrejestrowywać swych firm, postanowiło przeczekać gorszą koniunkturę, z zamiarem wznowienia działalności (unikając ponoszenia kosztów stałych w okresie bezczynności oraz ponownego przechodzenia, nadal dość uciążliwej w ich mniemaniu, procedury rejestracyjnej), gdy sytuacja makroekonomiczna lub w regionie poprawi się i perspektywy rozwoju działalności będą bardziej optymistyczne.

Badania przeprowadzone w 2012 roku na zlecenie Banku PeKaO⁷, w ramach których oszacowano Ogólny Wskaźnik Koniunktury Mikro i Małych Firm oraz jego zmiany w stosunku do 2 poprzednich lat, przyniosły jednoznaczny obraz (Tabela 7). Wszystkie częściowe wskaźniki były niższe w 2012 roku niż w 2011, te zaś (poza jednym wyjątkiem) niższe w porównaniu z 2010 rokiem. Oznacza to generalne pogarszanie się nastrojów wśród przedsiębiorców z tych dwóch grup (mikro i małych firm) w tych latach. Pogarszały się zarówno wskaźniki dotyczące ocen minionych 12 miesięcy, jak i oczekiwań na następne 12 miesięcy (Tabela 7), za każdym razem kształtując się poniżej 100. Poziom poniżej 100, która to wartość jest neutralną, oznacza, że dane zjawisko jest oceniane negatywnie (nastąpiło pogorszenie w odniesieniu do minionego okresu lub nastąpi pogorszenie w okresie przyszłym).

⁶ Zmiany strukturalne grup podmiotów gospodarki narodowej w rejestrze REGON, 2012. GUS, Warszawa 2013.

⁷ Raport o sytuacji mikro i małych firm w roku 2012. Bank PeKaO, Warszawa, 2012.

Tabela 7. Ogólny Wskaźnik Koniunktury Mikro i Małych Firm

Rodzaj wskaźnika	2010	2011	2012
minione 12 miesięcy	89,1	88,7	87,6
kolejne 12 miesięcy	96,4	94,6	91,5
wskaźnik średni	92,7	91,7	89,5

Źródło: Raport o sytuacji mikro i małych firm w roku 2012. Bank PeKaO, Warszawa, 2012, s. 45

Autorzy wspomnianego raportu zwracają uwagę, że obniżenie Ogólnego Wskaźnika Koniunktury Mikro i Małych Firm był głównie spowodowany bardzo niskimi ocenami dwóch czynników: ogólnej sytuacji gospodarczej i sytuacji branży, w której dana firma działa. Wskaźniki częściowe dotyczące sytuacji samych firm obniżyły się w znacznie mniejszym stopniu. Takie różnice w ocenach sytuacji makroekonomicznej, branżowej i własnej firmy odnotowane zostały także w niniejszym opracowaniu we wszystkich badanych grupach.

Podkreślić trzeba, że w badaniu Banku PeKaO, województwo pomorskie charakteryzowało się najwyższym (choć też poniżej 100) Ogólnym Wskaźnikiem Koniunktury (najniższy był w województwie łódzkim)⁸.

3. Podsumowanie

Zarówno analiza danych makroekonomicznych, jak i niepełnych jeszcze informacji dotyczących kondycji sektora MSP w 2012 roku wskazują, że rok ten był wyraźniej trudniejszy niż lata poprzednie dla działalności gospodarczej w Polsce i na Pomorzu. Ponadto na funkcjonowaniu gospodarki (w tym i MSP) z pewnością ważyły istotnie prognozy makroekonomiczne na rok 2013 i atmosfera pesymizmu kreowana przez znaczną część mediów i polityków.

Mimo to w 2012 roku liczba nowo zarejestrowanych podmiotów w rejestrze REGON była wyższa od liczby podmiotów wyrejestrowanych (w Polsce i na Pomorzu). Równoległe wzrosła liczba MSP, które w 2012 roku zawiesiły działalność.

Sytuacja MSP na Pomorzu, w porównaniu do innych województw była w 2012 roku nieco lepsza (a raczej mniej gorsza) niż w 2011 roku, szczególnie jeśli chodzi o nastroje i nastawienie do przyszłości.

⁸ jw. s. 46.



Funkcjonowanie sektora MSP w województwie pomorskim

1. Charakterystyka próby badawczej

Dobór próby

Niniejsze badania prowadzono wśród przedsiębiorców, którzy zostali po raz pierwszy przebadani w roku 2006 w ramach projektu Pomorskie Obserwatorium Gospodarcze (POG I). Należące do nich firmy zaliczały się generalnie do grupy małych i średnich firm. W rzeczywistości do próby trafiło w roku 2006 110 przedsiębiorstw mikro (5,1%) i 5 firm dużych (0,2%). W roku 2009 do bazy wyjściowej 2 132 przedsiębiorstw dołączono dodatkowo 100 firm nowych. Przedsiębiorstwa nowe w liczbie 100 zostały dobrane spośród firm zarejestrowanych w rejestrze REGON, jako powstałe w latach 2005–2008, z wyłączeniem firm mikro. Po zweryfikowaniu w 2009 roku baz danych utworzonych na podstawie badań, okazało się że część firm nowych funkcjonowało dłużej niż od 2005 roku, jednak z punktu widzenia obecnego badania nie ma to większego znaczenia. Firmy te zostały dołączone do bazy adresowej, na podstawie której firma ankietarska przeprowadziła badania.

Bazę wyjściową dla przeprowadzenia badań w 2012 roku stanowiły więc 2 132 adresy przedsiębiorstw przebadanych po raz pierwszy w 2006 roku oraz 100 adresów firm nowych, dołączonych do badań w 2009 roku. Z całej próby 2 232 firm, 963 firmy odmówiły udziału w badaniu – kategorycznie bądź w danym momencie. W badaniach ustalono także, że 62 firmy przestały istnieć. Ostatecznie firma ankietarska przeprowadziła 713 ankiet, przy czym w toku weryfikacji odrzucono 18 ankiet, jako niespełniające wymogów (przebadana firma inna niż w bazie, lub przebadana powtórnie). Do analizy zaakceptowano 695 ankiet. Na tej podstawie dokonano oceny stanu sektora w roku 2012.

Rozkład powodów niezrealizowanych wywiadów w poszczególnych badaniach przedstawia Tabela 8.

Konstrukcja wszystkich czterech ankiet, dla każdego badania (POG I, POG II, POG III i POG IV) zakładała możliwość dokonywania porównań w czasie, które pozwoliłyby określić zmiany, jakie zachodziły w poszczególnych firmach. Ostatecznie zdecydowano się na przeprowadzenie porównań krótkookresowych zmiany w firmach oraz

Tabela 8. Rozkład wyników badań w poszczególnych edycjach POG wraz z przyczynami niezrealizowania wywiadów

	POG I 2006		POG II 2008		POG III 2009		POG IV 2012	
	Liczba	%	Liczba	%	Liczba	%	Liczba	%
Liczba przebadanych firm	2 132		772	36,3%	982	44%	695	31%
Odmowa			1 008	47,3%	501	22%	963	43%
Firma nie istnieje			28	1,3%	144	6%	62	3%
Brak osoby kompetentnej			155	7,2%	397	18%	410	18%
Firma ankietująca nie dotarła do przedsiębiorstwa			157	7,3%	0	0%	53	2%
Inne przyczyny			0	0%	106	5%	9	0%
Odrzucone ankiety podczas weryfikacji			12	0,6%	2	0%	18	1%
Firmy nowe	0		0	0	100	4,5%	22	1%
Suma	2 132		2 132	100%	2 232	100%	2 232	100%

w postrzeganiu sytuacji gospodarczej w 441 przedsiębiorstwach.

Wszystkie badania zostały przeprowadzone metodą ankiety-wywiadu, opierając się na kwestionariuszu badawczym przez firmę ankieterską z właścicielami przedsiębiorstw lub z osobami biorącymi aktywny udział w procesie zarządzania firmą. W roku 2012 kwestionariusz zawierał 54 pytania, częściowo nawiązujące do przeprowadzonych badań w latach poprzednich.

Zatrudnienie

Ponad połowa przebadanych firm to firmy małe (z wyłączeniem mikro – 56%). Udział firm średnich był zdecydowanie wyższy niż wskazywałby na to rozkład wielkości firm w Polsce, i wynosił 23% (Tabela 9). W chwili obecnej, 16,7% badanych to firmy mikro, a wraz z samozatrudnionymi 17,3%. Dodatkowo część badanych firm (1%) przestała należeć do sektora MSP, ponieważ ich zatrudnienie przekroczyło 250 osób (największa z nich zatrudniała 470 osób). Dwie z przebadanych firm nikogo nie zatrudniają.

Tabela 9. Udział firm w badaniu według grup wielkości

grupa wielkości	liczba firm	udział
0	4	0,6%
1–9	116	16,7%
10–49	388	55,8%
50–249	158	22,7%
250 i więcej	7	1,0%
brak odp.	22	3,2%
suma	695	100%

Przebadane firmy zatrudniają łącznie ponad 28 000 osób na pełen etat. Dodatkowo 3 893 osoby są zaangażowane w ich funkcjonowanie na podstawie innych form zatrudnienia. Średnie zatrudnienie w firmach, które podały tę wielkość, wyniosło 41,68 (jeżeli doliczyć jeszcze inne formy zatrudnienia, łączne przeciętne zaangażowanie w firmach wyniosło: 47,96) (Tabela 10).

Tabela 10. Zatrudnienie w badanych firmach

	liczba zatrudnionych	średnie zatrudnienie*
pełen etat	28 051	41,68
w tym 50+	7 613	11,35
50+ zatrudnieni w ostatnich 2 latach	991	1,50
inne formy	3 893	5,85
w tym 50+	774	1,17
ogółem	31 944	47,96

* średnie zatrudnienie obliczono jako stosunek liczby zatrudnionych w danym wariantcie do liczby firm, które podały liczbę zatrudnionych w danym wariantcie n=666

Bardzo ważną informacją w dobie obaw o zatrudnienie dla osób w wieku 50+ jest fakt wysokiego zatrudnienia właśnie tej grupy osób w badanych przedsiębiorstwach. Ponad jedna czwarta zatrudnionych to osoby w tym wieku (27,1%). Co więcej, 13% z nich zostało zatrudnionych w ostatnich dwóch latach.

Struktura wiekowa badanych firm była dość zróżnicowana (Tabela 11). Niemal połowa badanych firm została założona w ostatniej dekadzie XX wieku. Spory udział w badanej próbie (niemal 19%) miały firmy założone w okresie zbliżającej się (1987 r.) i rozpoczynającej się (1991 r.) transformacji ustrojowej. Najmniejszy udział w próbie miały firmy relatywnie nowe, założone po 2006 roku. Wynika to ze specyfiki badań Pomorskiego Obserwatorium Gospodarczego.

Tabela 11. Wiek badanych firm

Rok założenia	liczba firm	udział
przed 1982	69	9,93%
1982–1986	23	3,31%
1987–1991	130	18,71%
1992–1996	172	24,75%
1997–2001	170	24,46%
2002–2006	118	16,98%
2007–2011	13	1,87%
Suma	695	100,00%

2. Cele badanych firm, planowane zmiany w zakresie zatrudnienia i sprzedaży

Głównym celem badanych firm był rozwój, wskazany przez ponad połowę z nich (57,4%). We wszystkich dotychczasowych badaniach POG przedsiębiorcy wskazywali przede wszystkim ten cel (w POG II takich wskazań było ponad 70%, w POG III wskazało na ten cel 58% firm⁹). Analiza zmian celów poszczególnych firm została przeprowadzona w punkcie 6.1. 37,1% przedsiębiorców nie chce wprowadzać żadnych zmian (Tabela 12). Pozostałe cele, tak jak i w poprzednich badaniach, były wskazywane sporadycznie.

Tabela 12. Główny cel firmy na najbliższe dwa lata

cel	% badanych firm
rozwijać firmę	57,4%
utrzymać status quo	37,1%
zmienić profil	1,2%
ograniczyć działalność	1,9%
likwidacja	1,0%
inny	0,1%
brak odpowiedzi	1,3%
suma	100%

Przedsiębiorcy, którzy wskazali rozwój jako główny cel, zostali poproszeni o wyjaśnienie, czym dla nich jest rozwój. **Rozwój jest rozumiany głównie jako wzrost przychodów** (86,2%), ale także jako poszerzenie rynków zbytu (65,4%). Jedynie 33,1% wskazało na wzrost zatrudnienia jako główny cel (Tabela 13 – *odpowiadali tylko przedsiębiorcy, dla których rozwój jest głównym celem*).

Mniej niż połowa przedsiębiorców planuje zwiększyć sprzedaż w nadchodzącym roku (48,6%) (Tabela 14). 41,3% zamierza utrzymać dotychczasowy poziom sprzedaży, jedynie nieliczni planują ją zmniejszyć (5,6%).

Przedsiębiorcy w przeważającej większości chcą utrzymać zatrudnienie na dotychczasowym poziomie (71,5%) (Tabela 15). Jednak niemal 20% zamierza zwiększyć

Tabela 13. Rozumienie rozwoju przez respondentów

rozumienie rozwoju	% przypadków (N=399)
wzrost przychodów	86,2%
poszerzenie rynków zbytu	65,4%
zmiany technologiczne	35,1%
wzrost zatrudnienia	33,1%
inne	2,3%
brak	0,8%

Tabela 14. Planowane zmiany sprzedaży

planowane zmiany sprzedaży	% badanych firm
zmniejszenie wielkości sprzedaży	5,6%
utrzymanie wielkości sprzedaży	41,3%
zwiększenie wielkości sprzedaży	48,6%
brak	4,5%
suma	100,0%

Tabela 15. Przewidywania dotyczące zmian w zatrudnieniu

zmiany zatrudnienia	% badanych firm
zmniejszenie zatrudnienia	7,2%
utrzymanie zatrudnienia na obecnym poziomie	71,5%
zwiększenie zatrudnienia	19,3%
brak	2,0%
suma	100,0%

zatrudnienie (19,3%). Jedynie 7,2% chce jego zmniejszenia.

Gdyby założyć, że plany badanych przedsiębiorców deklarujących wzrost zatrudnienia się sprawdzą, powstałoby 1 326 miejsc pracy, a ubyło 748 (o tyle przedsiębiorcy planują zatrudnienie zmniejszyć). Nastąpiłby więc wzrost zatrudnienia netto o 578 miejsc.

Zwiększanie zatrudnienia to konieczność poszukiwania nowych pracowników. Przedsiębiorcy nie mają

⁹ Wyniki te nie uwzględniają faktu, że w każdym przypadku była badana inna liczba firm.

jednak z tym problemem, jedynie 3,7% przyznaje, że znalezienie pracownika niewykwalifikowanego jest problemem, 16,7% ma kłopot ze znalezieniem pracowników fizycznych wykwalifikowanych, a 2,9% – pracowników umysłowych nietechnicznych.

3. Bariery rozwoju firm

Podobnie jak w poprzednich edycjach badania POG, bariery rozwoju MSP podzielono na zewnętrzne i wewnętrzne. Wiele badań przeprowadzonych w okresie recesji lub spowolnienia gospodarczego (z lat 1991–92 i 2008) potwierdza, iż najbardziej wzrasta odczuwanie bariery finansowej i popytu. Jednocześnie odczuwanie tych barier słabnie w okresie dobrej koniunktury.

Wyniki badań w kolejnych edycjach POG również pokazują, że odczuwanie barier rozwoju MSP jest związane z poziomem i zmianami koniunktury. O ile w badaniu POG II z 2006 roku, czyli w okresie bardzo dobrej koniunktury, przedsiębiorcy dość słabo odczuwali bariery rozwoju,

tak w badaniu POG III przeprowadzonym w 2009 roku po kryzysie finansowym ich odczuwalność bardzo wzrosła i nadal pozostaje wysoka, co pokazują wyniki badań przeprowadzonych w roku 2012.

Wśród zewnętrznych barier rozwoju najwięcej respondentów (62%) wskazało na niekorzystną politykę podatkową. Do barier silnie odczuwalnych zaliczyć należy niewystarczający popyt (57%) i rosnącą konkurencję krajową (62%), zmienność i niejasność przepisów (58%) oraz konkurencję nielegalnych przedsiębiorstw (47%). 42% respondentów ma problemy z uzyskaniem należności. Do słabiej odczuwalnych barier zaliczyć należy trudności z uzyskaniem kredytu (28%) i rosnącą konkurencję zagraniczną (31%) (Tabela 16 – *respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź*).

Wśród wewnętrznych barier rozwoju 49% respondentów wskazało na brak środków finansowych. Na wysokie koszty produkcji wskazało 53% respondentów, a 42% na niską płynność. Najmniej, 31% respondentów, wskazało na nadmierne zadłużenie (Tabela 17 – *respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź*).

Tabela 16. Zewnętrzne bariery rozwoju

	Stanowi barierę	Nie stanowi bariery	Nie wiem	Brak odpowiedzi
Niewystarczający popyt	57,41%	34,68%	6,04%	1,87%
Rosnąca konkurencja krajowa	62,45%	32,95%	2,45%	2,16%
Rosnąca konkurencja zagraniczna	31,22%	58,71%	5,76%	4,32%
Konkurencja nielegalnych przedsiębiorstw	47,19%	41,87%	8,35%	2,59%
Trudności z uzyskaniem kredytu	27,77%	60,43%	6,91%	4,89%
Niekorzystna polityka podatkowa	62,16%	32,37%	3,88%	1,58%
Uzyskanie należności	42,73%	49,64%	5,18%	2,45%
Zmienność, niejasność przepisów	58,42%	34,68%	3,45%	3,45%

Tabela 17. Wewnętrzne bariery rozwoju

	Stanowi barierę	Nie stanowi bariery	Nie wiem	Brak odpowiedzi
Brak środków finansowych	49,21%	47,05%	2,16%	1,58%
Wysokie koszty produkcji	53,38%	31,65%	7,63%	7,34%
Nadmierne zadłużenie	31,80%	60,00%	5,04%	3,17%
Niska płynność	42,16%	50,50%	4,03%	3,31%

4. Wybrane aspekty działalności badanych firm

4.1. Aspekty finansowe

Finansowanie działalności

Jak już wyjaśniono, bariera finansowa należy do uniwersalnych barier rozwoju firm sektora MSP. Jednym z powodów takiego stanu rzeczy jest ich ograniczony dostęp do kapitału obcego. Dzieje się tak z uwagi na m.in. wymogi banków, brak wiedzy w zakresie możliwości finansowania działalności czy brak dostępu do rynków kapitałowych. Dlatego też MSP w znacznym stopniu finansują swoją działalność kapitałem własnym lub z zysków. Wyniki przeprowadzonych badań potwierdzają tę prawidłowość. **85% respondentów podaje zysk, a 48% kapitał własny jako źródła finansowania** (Tabela 18 – respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź).

Tabela 18. Źródła finansowania działalności przedsiębiorstw

	% badanych firm
zyski	85,47%
kapitał właścicieli	48,49%
kredyty bankowe	50,50%
leasing	26,19%
dotacje z UE (np. SPO WKP, ZPORR, RPO, PO KL)	23,31%
factoring	3,31%
venture capital	0,43%
fundusze pożyczkowe	3,31%
inne	4,89%
brak odp.	4,03%

Wynik finansowy firm w poszczególnych latach

W latach 2010–2011 badane MSP w około 75% przypadków osiągnęły zysk. Przewidywania na rok 2012 były nieco mniej optymistyczne, choć nadal 62,59% badanych MSP spodziewa się osiągnąć zysk. Ten spadek optymizmu jest spowodowany ciągle niekorzystną sytuacją gospodarczą i był obserwowany w każdym kolejnym badaniu POG (Tabela 19).

Wielkość przychodów firm w 2011 roku

Pytanie dotyczące wielkości przychodów zadano przedsiębiorcom po raz drugi. Przedsiębiorcy zawsze niechętnie odpowiadają na tego typu pytania. Ale tym razem jeszcze większa grupa przedsiębiorców odmówiła udzielenia odpowiedzi (77%). W związku z tym informacje te nie mogą być podstawą do jakiegokolwiek pogłębionej analizy. Spośród firm, które udzieliły odpowiedzi, najczęściej osiągnęło przychód mieszczący się w przedziale 1 mln – 5 mln złotych (Tabela 20 – respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź).

Tabela 20. Wartość przychodu badanych firm

Wartości	% badanych firm
0–5 000 000	11,80%
> 5 000 000–10 000 000	3,88%
> 10 000 000–15 000 000	1,87%
> 15 000 000–20 000 000	1,29%
> 20 000 000–50 000 000	2,01%
powyżej 50 000 000	2,16%
brak odpowiedzi	76,98%

Tabela 19. Wynik finansowy netto w latach 2010–2011 i prognoza na rok 2012

	wysoka strata	niewielka strata	wynik zerowy	niewielki zysk	znaczący zysk	brak odp.
2010	1,44%	6,33%	6,19%	51,08%	24,03%	10,94%
2011	1,29%	6,47%	6,47%	50,94%	24,03%	10,79%
2012	1,58%	4,75%	6,19%	42,59%	20,00%	24,89%

4.2. Działania podjęte i planowane

Działalność eksportowa

26% badanych MSP zadeklarowało, że ich firma obecnie eksportuje. 56% przedsiębiorstw nie eksportuje i nie zamierza eksportować w najbliższych dwóch latach. Mimo iż prawie 15% respondentów nie udzieliło odpowiedzi na temat działalności eksportowej swoich firm, można uznać, że udział eksporterów wśród badanych MSP jest zbliżony do udziału eksporterów wśród MSP w krajach UE i nieco poniżej średniej w kraju. W Polsce udział eksporterów wśród MSP wynosi 30% (co z kolei plasuje nasz kraj nieco powyżej średniej UE)¹⁰.

Natomiast według najnowszego badania *Internationalisation of European SMEs*¹¹, którego celem było przedstawienie kompleksowego i uaktualnionego obrazu internacjonalizacji europejskich MSP, ponad 40% europejskich MSP jest zaangażowanych w jakikolwiek rodzaj aktywności międzynarodowej¹². Nadal jednak to import i eksport są najpowszechniejszymi formami internacjonalizacji. 26% MSP w krajach UE27 to eksporterzy, 30% to importerzy, 7% jest zaangażowanych we współpracę technologiczną z firmą zagraniczną, 7% to podwykonawcy firmy zagranicznej, 7% posiada podwykonawcę zagranicą, a 2% jest zaangażowanych w bezpośrednie inwestycje zagraniczne (Tabela 21).

Pytanie o przyczyny nieeksportowania zadano tylko tym firmom, które nie eksportują i nie zamierzają eksportować w najbliższych dwóch latach. Najwięcej z nich wskazało na specyfikę produktu (53%). Druga z kolei odpowiedź – popyt na rynku krajowym jest wystarczający – uzyskała 19% wskazań. Ponadto, często produkt przeznaczony jest na rynek lokalny do natychmiastowej konsumpcji i nie może być, właśnie z uwagi na swoją specyfikę, eksportowany (Tabela 22 – *odpowiedzi udzielały tylko firmy nieeksportujące (n=390); respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź*).

¹⁰ Raport o Stanie Małych i Średnich przedsiębiorstw, PARP, Warszawa, 2011, s. 33.

¹¹ *Internationalisation of European SMEs. Final Report*, European Commission, Brussels, 2012.

¹² W przeciwieństwie do przywoływanego w poprzednich edycjach badań POG raportu SME Observatory Survey brano tym razem pod uwagę wszystkie możliwe formy zaangażowania MSP w działalność międzynarodową jak: eksport, import, bezpośrednie inwestycje zagraniczne, podwykonawstwo i kooperację (Raport SME Observatory skupiał się tylko na eksporcie).

Tabela 21. Działalność eksportowa badanych MSP

	% badanych firm
eksportuje obecnie	25,76%
eksportowała wcześniej, obecnie nie eksportuje	1,44%
nie eksportuje, ale zamierza eksportować w najbliższych 2 latach	1,73%
nie eksportuje i nie zamierza eksportować w najbliższych 2 latach	56,12%
brak	14,96%
suma	100,00%

Tabela 22. Przyczyny, dla których MSP nie eksportują

Przyczyny	% przypadków (n=390)
specyfika produktu	53,33%
popyt na rynku krajowym jest wystarczający	19,23%
brak kontaktów zagranicznych	6,92%
brak wiedzy na temat eksportu	4,62%
niesprzyjająca koniunktura na rynku zagranicznym	4,10%
niekorzystny kurs walutowy	3,59%
wygórowane wymagania środowiskowe i społeczne kontrahentów	1,79%
brak wsparcia	1,79%
brak wykwalifikowanej kadry w firmie	0,77%
inne	12,56%
brak odpowiedzi	15,13%

Z kolei eksporterów zapytano o zmiany wartości eksportu w latach 2011–2012. Blisko 40% respondentów stwierdziło, że wartość eksportu wzrosła, 21% – że spadła, a dla 36% eksporterów nie zmieniła się (Tabela 23 – *odpowiedzi udzielały tylko firmy, które eksportują*). Uzyskany wynik może skłaniać do ostrożnie optymistycznego wniosku, iż eksport badanych firm nie zależy (lub nie tylko zależy) od niekorzystnych zmian koniunktury na zagranicznych rynkach. Być może istotną rolę odgrywają tu takie czynniki, jak „umocowanie” firmy na rynku, realizowana strategia czy podjęta kooperacja.

Raport 2013

Tabela 23. Zmiana wartości eksportu w latach 2011–2012

zmiana wartości	% przypadków (n=179)
wzrosła	39,66%
nie zmieniła się	35,75%
zmaląa	21,23%
brak odp.	3,35%
suma	100,00%

Eksporterom zadano również pytanie o rolę, jaką pełni eksport w ich działalności. Dla 27% z nich jest podstawą działalności i rozwoju. W świetle wielu badań przeprowadzonych w różnych krajach można uznać, iż wśród badanych eksporterów przeważają tzw. aktywni eksporterzy, których eksport oparty jest na silnych podstawach, np. kooperacja, stabilne rynki zbytu. Tylko dla 11% odgrywa marginalną rolę, co z kolei może sugerować, iż niewiele firm „eksperymentuje” z eksportem (Tabela 24 – *odpowiedzi udzielały tylko firmy, które eksportują*).

Tabela 24. Rola eksportu w firmie

Rola eksportu	% przypadków (n=179)
jest uzupełnieniem działalności na rynku krajowym	58,10%
jest podstawą jej działalności i rozwoju	27,37%
odgrywa marginalną rolę	10,61%
inną	2,23%
brak	1,68%
suma	100,00%

Eksporterów zapytano również o przyczyny/motywy podjęcia działalności eksportowej. **55% respondentów twierdzi, iż rozpoczęcie eksportu było elementem planowanej ekspansji i rozwoju** (Tabela 25 – *odpowiadali tylko eksporterzy; respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź*). Ponieważ eksportują często te firmy, których celem jest rozwój, a eksport ścieżką jego realizacji można oczekiwać, iż w tej grupie MSP mamy do czynienia z czynnikami internacjonalizacji typu *pull*, które skupiają się wokół

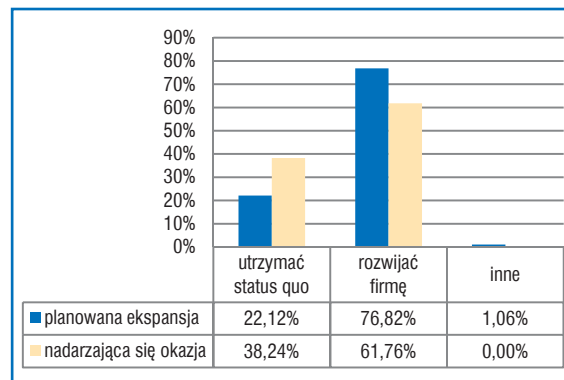
możliwości osiągnięcia wyższego zysku na rynkach międzynarodowych. Motywy te na ogół dotyczą produktów, które na rynku krajowym przynoszą zysk. Natomiast 35% badanych MSP wskazało na tzw. czynnik szans (*chance factor*), który związany jest z wykorzystaniem właściwych warunków na rynkach zagranicznych, czyli z wykorzystaniem nadarzających się przypadkowych okazji.

Tabela 25. Motywy podjęcia eksportu

Motywy podjęcia eksportu	% przypadków (n=189)
planowanej ekspansji i rozwoju	55,03%
nadarzającej się okazji	35,98%
inne	5,29%
brak odp.	3,70%
suma	100,00%

Uzyskane wyniki badań wskazują na zależność pomiędzy celami firmy a motywami podjęcia działalności eksportowej – 77% eksporterów, którzy rozpoczęli eksport w wyniku planowanej ekspansji i rozwoju, zamierza rozwijać firmę. Natomiast spośród eksporterów, którzy rozpoczęli eksport w wyniku nadarzającej się okazji, firmę zamierza rozwijać 62% (Rysunek 10). Odsetek ten jest zbliżony do udziału firm planujących rozwój w całej badanej próbie.

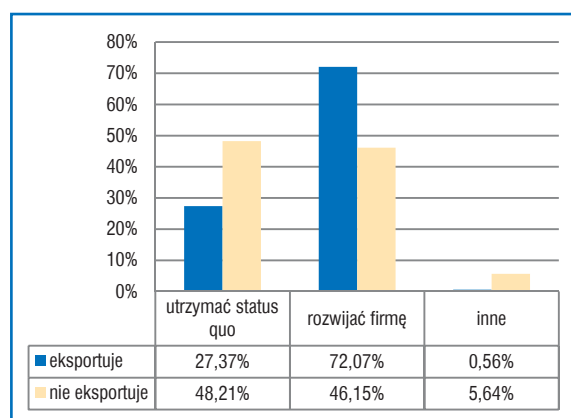
Rysunek 10. Cele firmy a motyw podjęcia działalności eksportowej



Wyniki badań pokazują, że ogół eksporterów częściej niż pozostałe MSP zamierza rozwijać firmę. Wśród eksporterów na cel w postaci rozwoju wskazało 72% re-

spondentów, podczas gdy wśród nieeksporterów firmę zamierza rozwijać 46% przedsiębiorców (Rysunek 11).

Rysunek 11. Relacja pomiędzy głównym celem a działalnością eksportową

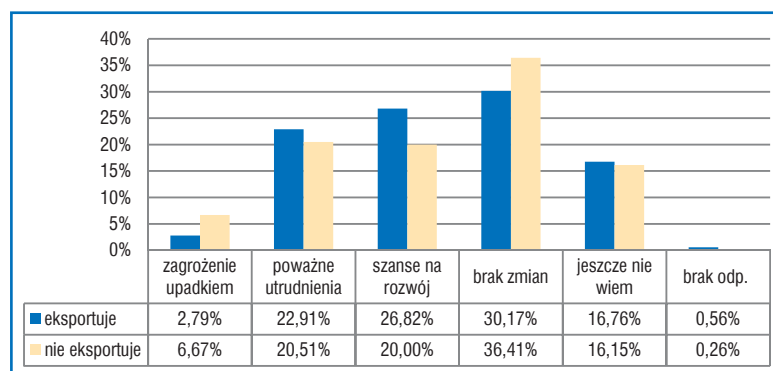


Ponadto eksporterzy nieco bardziej optymistycznie niż pozostałe MSP postrzegają wpływ obecnej sytuacji na firmę. Więcej eksporterów (o 7 punktów procentowych) uważa, że obecna sytuacja niesie dla ich firmy szanse na rozwój (Rysunek 12).

Przedsiębiorców zapytano następnie czy oczekują wsparcia w zakresie eksportu. Odpowiedzi twierdzące udzieliło 61% respondentów.

Wśród oczekiwania dotyczących wspierania eksportu przedsiębiorcy wskazali w pierwszej kolejności na ulgi podatkowe (46%) i dofinansowanie udziału w targach (42%). Następnie wskazano na oczekiwania wsparcia w zakresie przedstawiania ofert współpracy (39%) i w zakresie przygotowywania wniosków o dofinansowanie (37%). 31% respondentów uważa, iż promocja regionu może wspierać eksport, a 22% oczekuje usług informacyjnych i doradczych.

Rysunek 12. Postrzeganie wpływu obecnej sytuacji gospodarczej dla firmy



(Tabela 26 – odpowiadały firmy, które oczekują wsparcia; respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź).

Tabela 26. Rodzaj oczekiwanego wsparcia eksportu

Tak, w zakresie:	% przypadków (n=123)
ulg podatkowych	45,53%
dofinansowania udziału w targach	42,28%
przedstawiania ofert współpracy	39,02%
przygotowywania wniosków o dofinansowanie	36,59%
promocji regionu	30,89%
usług informacyjnych i doradczych	21,95%
inne	4,88%
brak odpowiedzi	11,38%

Działania podjęte i plany na najbliższy rok

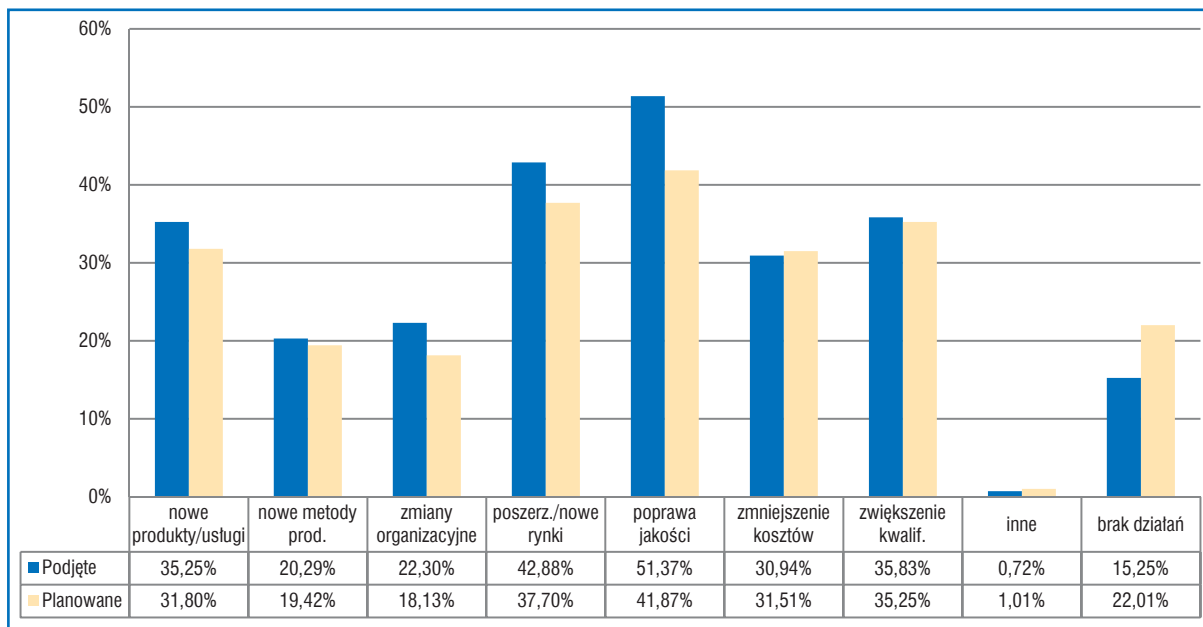
Chcąc sprostać wymogom zmieniającego się otoczenia i działań konkurencji, przedsiębiorstwa podejmują różne działania o charakterze innowacyjnym. Do działań innowacyjnych zalicza się nie tylko innowacje techniczne, lecz także innowacje produktowe, organizacyjne lub procesowe. Za innowację uważa się również działania ekspansywne przedsiębiorstw, jak poszerzenie lub zdobycie nowych rynków. Ponadto można mówić o działaniach innowacyjnych skierowanych do wewnątrz przedsiębiorstwa, do których zalicza się poprawę jakości, zmniejszenie kosztów produkcji bądź zwiększanie kwalifikacji pracowników.

Najwięcej badanych MSP (51%) podjęło działania w zakresie poprawy jakości produktów (usług). 43%

respondentów zadeklarowało poszerzenie lub zdobycie nowych rynków zbytu, 36% podnoszenie kwalifikacji pracowników, a wprowadzenie nowych produktów lub usług 36%. W dalszej kolejności respondenci wskazywali zmniejszenie kosztów produkcji (31%) oraz wprowadzenie zmian organizacyjnych (22%). 15% respondentów nie podejmowało żadnych działań innowacyjnych (Rysunek 13).

W najbliższym roku przedsiębiorcy zamierzają podjąć nieco

Rysunek 13. Działania podjęte w ciągu ostatnich dwóch lat i planowane na najbliższy rok



mniej działań. Największe różnice występują w kategorii poprawa jakości produktów (10 punktów procentowych), a 22% respondentów nie zamierza podejmować żadnych działań (o 7 punktów procentowych więcej).

Ponad 50% badanych MSP poniosło wydatki na zakup maszyn i urządzeń (Tabela 27 – *respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź*). Tak wysoki wynik nie jest jednak zaskakujący, gdyż ta kategoria dóbr charakteryzuje się dość intensywnym zużyciem, co wzmacnia popyt w zakresie inwestycji odtworzeniowych. 41,2% respondentów zakupiło środki transportu. Zakupu lub modernizacji budynków i budowli dokonało ponad 28,5% respondentów. Najrzadszą kategorią są wydatki na zakup gruntu. Dotyczy ona 11% przebadanych MSP.

Tabela 27. Wydatki inwestycyjne badanych firm

rodzaj wydatków	% badanych firm
maszyn, urządzeń technicznych i narzędzi	51,2%
środków transportu	41,2%
budynków i budowli	28,5%
nie, nie ponieśliśmy wydatków na wymienione cele	26,2%
zakup gruntów	10,5%
brak odp.	3,9%

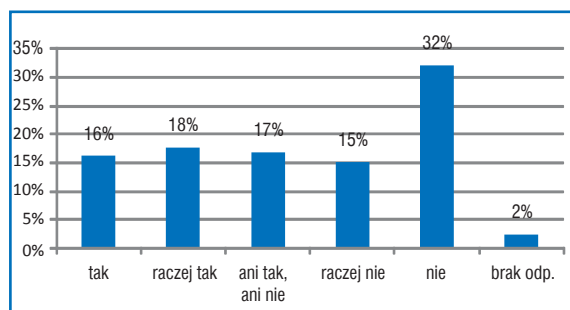
4.3. Elementy zarządzania wiedzą w MSP

Zarządzanie wiedzą w firmach z sektora MSP jest tym elementem ich funkcjonowania, który w bardzo dużym stopniu jest uzależniony od szeregu determinant. Należą do nich między innymi rozmiar firmy, branża w jakiej działają, znajomość koncepcji zarządzania wiedzą i świadomość korzyści z jej wykorzystywania, kultura organizacyjna oraz poziom zaufania.

W celu zebrania informacji na temat skali pozyskiwania, wykorzystywania i generowania wiedzy zewnętrznej przez pomorskie MSP, respondentom zadano sześć pytań zamkniętych, z odpowiedziami opartymi na pięciostopniowej skali Likerta.

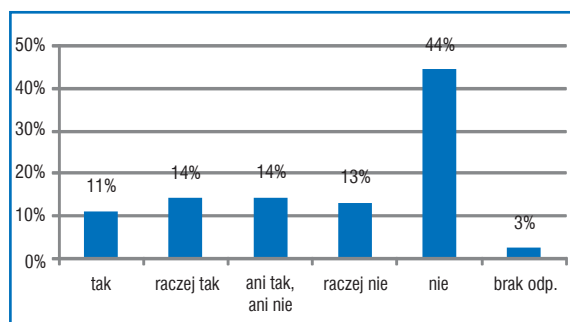
Pierwszym obszarem badania było pozyskiwanie wiedzy na temat potrzeb klientów za pomocą badań rynkowych. Jak pokazuje Rysunek 14, zdecydowanie twierdzącej odpowiedzi na to pytanie udzieliło 16% badanych – stwierdzili oni, że często przeprowadzają takie badania. Odpowiedzi przeczące (w wariancie „nie” oraz „raczej nie”) udzieliła niemal połowa badanych (47%).

Otrzymane rezultaty z pozoru nie są zaskakujące, bowiem sumaryczny odsetek odpowiedzi twierdzących (34%) koresponduje z odsetkiem firm, które zatrudniają specjalistę od marketingu (36%). Jednak bardziej dogłębna analiza pokazuje, że relacja między zatrudnianiem specjalistów od marketingu a prowadzeniem badań ryn-

Rysunek 14. Częstość przeprowadzania badań rynkowych

kowych nie jest wcale oczywista. Spośród firm, które prowadzą badania rynkowe, tylko 51% zatrudnia taką osobę. Z drugiej strony firmy, które w ogóle nie prowadzą takich badań, w 13% przypadków zatrudniają specjalistów od marketingu.

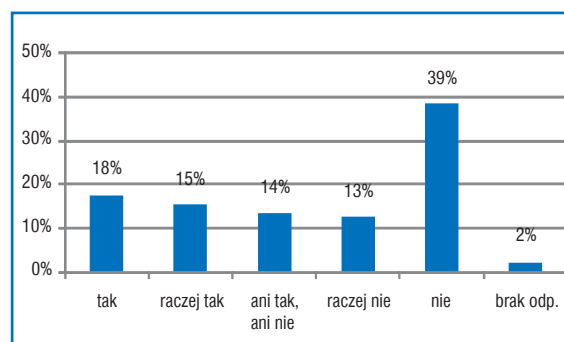
Pozyskiwanie wiedzy zewnętrznej często odbywa się na drodze zakupu licencji. Jest to sposób nie tylko na pozyskiwanie wiedzy i informacji, ponieważ licencje mogą służyć również wdrażaniu nowych, konkurencyjnych technologii. W świetle powtarzających się doniesień o niskiej innowacyjności polskiej gospodarki, warto przyjrzeć się temu, jak wiele spośród pomorskich MSP korzysta z zakupu licencji (Rysunek 15).

Rysunek 15. Częstość zakupu licencji

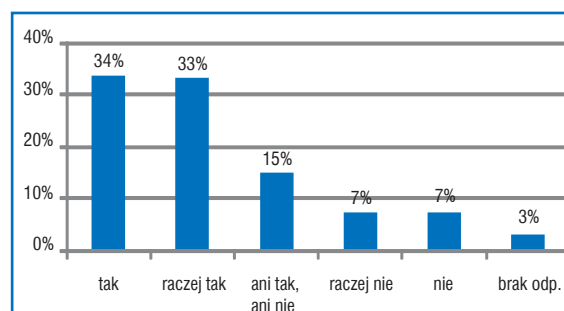
Jak widać, łącznie ok. 25% badanych firm przyznaje się do częstego zakupu licencji (opcja „tak” i „raczej tak”), co należy ocenić jako odsetek relatywnie wysoki. Do jednoznacznej interpretacji otrzymanych wyników brakuje informacji o charakterze jakościowym, trudno bowiem wyrokować o skali innowacyjności czy istotności wpływu zakupu licencji na rozwój firm, jeśli brak jest informacji na temat przedmiotu licencji.

Rozkład odpowiedzi na pytanie o to, czy badana firma stworzyła nowe usługi lub produkty we współpracy z innymi podmiotami, jest podobny do rozkładów otrzy-

mywanych w poprzednich pytaniach. Jak widać (Rysunek 16), odpowiedzi negatywne stanowią ponad 50%.

Rysunek 16. Stworzone nowe produkty, usługi lub procesy we współpracy z innymi podmiotami

Zupełnie inny obraz uzyskano w przypadku pytania o to, na ile badani przedsiębiorcy dobrze orientują się w zasobach wiedzy, informacjach i technologiach posiadanych przez konkurentów. Przekonanie o dobrym rozeznaniu dotyczącym konkurencji było już wcześniej artykułowane przez pomorskich przedsiębiorców z sektora MSP przy okazji przeprowadzania badań Pomorskiego Obserwatorium Gospodarczego (Rysunek 17).

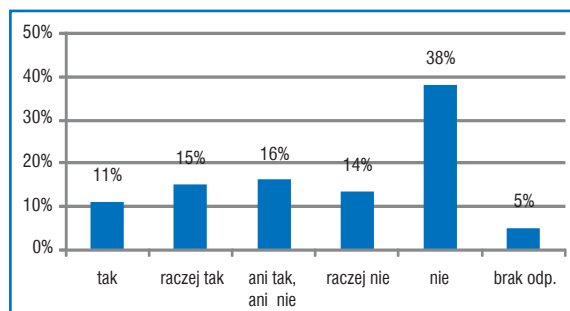
Rysunek 17. Orientacja w informacjach, wiedzy i technologiach konkurentów

Trzy czwarte badanych respondentów stwierdziło, że ma dobre rozeznanie w przedmiotowej kwestii. Odsetek tych, którzy tego rozeznania nie mają, wyniósł 14%. Uzyskane wyniki należałoby uznać za optymistyczne, jednak trzeba pamiętać, że sformułowane opinie mają charakter subiektywny, a co za tym idzie, wydźwięk zebranych odpowiedzi może być nadmiernie optymistyczny.

Około 26% badanych firm stało się dostawcą informacji, wiedzy lub technologii dla innych firm, co ozna-

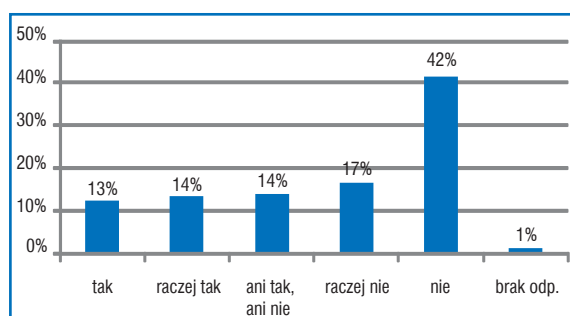
cza, że nieco ponad jedna czwarta pomorskich MSP jest obdarzona zdolnością do generowania szeroko rozumianej wiedzy na zewnątrz (Rysunek 18).

Rysunek 18. Firma jako dostawca informacji, wiedzy i technologii



W świetle uzyskanych wyników można też powiedzieć, że dla ponad jednej czwartej badanych firm źródłem informacji o możliwości wprowadzenia nowych produktów na rynek są firmy doradcze i inne podmioty zewnętrzne – tak publiczne, jak i prywatne (Rysunek 19).

Rysunek 19. Zewnętrzne firmy jako źródło informacji



4.4. Wykorzystanie Internetu

Wykorzystanie Internetu w pomorskich firmach z sektora MSP odróżnia się nieco od sposobu jego wykorzystania wśród mikrofirm. Sposób, w jaki z Internetu i jego produktów korzystają pomorskie MSP, jawi się jako bardziej uporządkowany i skupiony na wybranych zastosowaniach. **86% badanych MSP miało własną stronę internetową, co jest odsetkiem zdecydowanie większym niż w przypadku mikrofirm. Równie popularne w obu grupach są produkty firmy Google, do korzystania z nich przyznaje się 36% badanych MSP.** Kolejnym wskazaniem były branżowe fora internetowe, na których udziela się 21% respondentów. Na

relatywnie wysokiej pozycji plasuje się Facebook, z którego korzysta 14% badanych. Zdaje się to potwierdzać istotność roli, jaką ten serwis społecznościowy odgrywa w zakresie zaznaczania obecności firm w cyberprzestrzeni. Dla kontrastu warto wspomnieć o polskim serwisie Nasza Klasa, który uzyskał wynik dziesięciokrotnie niższy (1,4%).

6% respondentów zadeklarowało korzystanie z platformy aukcyjnej Allegro, a 7% – ze sklepów internetowych. Widać tu wyraźnie mniejsze zaangażowanie firm z sektora MSP w handel internetowy, niż miało to miejsce w przypadku mikrofirm. Niezależnie od tego, czy potraktować sklepy internetowe i Allegro jako potencjalnych dostawców towarów, czy jako kanał dystrybucji własnych produktów, wydaje się, że jest tu spory i dotąd niewykorzystany potencjał rozwojowy dla pomorskich MSP.

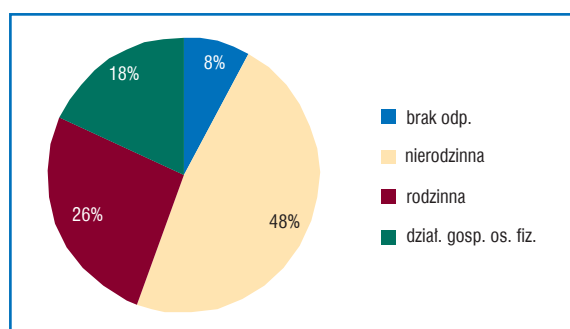
Jeśli przyjrzeć się sposobom, w jaki Internet jest wykorzystywany do komunikacji z kontrahentami oraz wewnątrz badanych firm, to daje się tu zauważyć dominację tradycyjnych, raczej statycznych form. Niemal wszystkie badane firmy (97%) wykorzystują w tym celu tradycyjne e-maile. Trzynastoprocentową popularnością cieszy się aplikacja Skype. Poza tym firmy wykorzystują również wspomnianego wcześniej Facebooka (7%) oraz komunikatory typu Gadu-Gadu (6%). Zupełnie marginalnie wykorzystywane są systemy współdzielenia i synchronizacji dokumentów, oferowane w ramach Google Docs oraz Dropbox. Równie niewykorzystanym narzędziem pozostaje Twitter, który mógłby doskonale się spisywać w funkcji dynamicznego powiadamiania pracowników i kontrahentów. Jak więc widać, także i w tej dziedzinie pomorskie MSP mają przestrzeń do dalszego rozwoju.

5. Przedsiębiorczość rodzinna w pomorskich MSP

W ramach przeprowadzonych badań przeanalizowano również aspekty związane z rodzinnym charakterem pomorskich MSP. Zgodnie z często używanym w badaniu firm rodzinnych podejściem metodycznym, kryterium uznania danej firmy za rodzinną było oparte na subiektywnym samoocenie: jeśli właściciel sam ocenia, że jego firma ma charakter rodzinny, to firma ta zostaje tak właśnie sklasyfikowana w badaniu. **W badanej próbie zidentyfikowano 184 firmy rodzinne (zgodnie z przyjętą zasadą kwalifikacji do tej grupy), co stanowi 26% próby.** Niemal połowa (48%) badanych firm nie ma charakteru rodzinnego

i nie jest prowadzona jako działalność gospodarcza osób fizycznych, 18% jest prowadzonych w takiej formie i jednocześnie nie uważa się za firmę rodzinną. 8% respondentów odmówiło odpowiedzi na pytanie o charakter prowadzonej firmy (Rysunek 20).

Rysunek 20. Firmy rodzinne i nierodzinne w badanej próbie



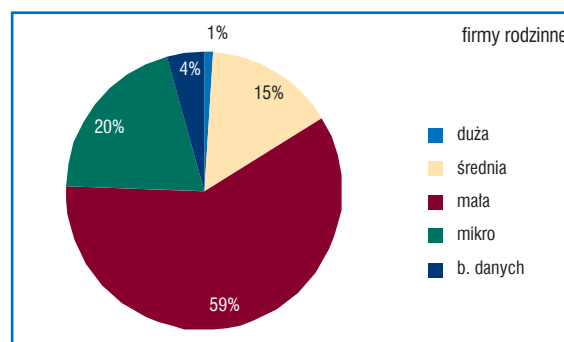
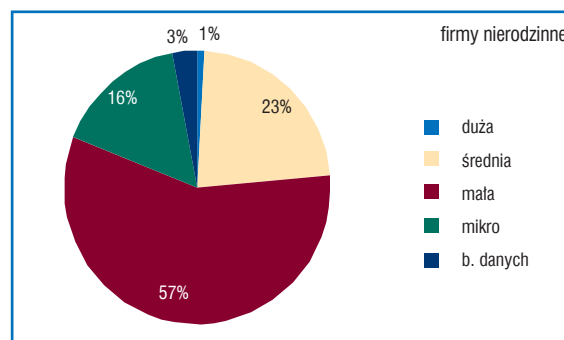
Struktura wielkości badanych firm rodzinnych nie jest diametralnie różna od struktury wielkości firm nierodzinnych, co pokazuje Rysunek 21 – porównawczym badaniem struktury wielkości objęto tylko te firmy, których rodzinny lub nierodzinny charakter został jednoznacznie określony ($n=640$). Udziały poszczególnych klas wielkości są dość zbliżone, jednak występujące różnice warto podkreślić. W grupie firm rodzinnych częściej niż wśród ich nierodzinnych odpowiedników występują firmy mikro i małe, rzadziej zaś – firmy średnie. Odnotowane różnice są statystycznie istotne i stanowią potwierdzenie, że cecha rodzinności stanowi czynnik ograniczający wzrost firmy. Taki wniosek jest często formułowany w światowych badaniach dotyczących rodzinności firm.

Postrzeganie rodzinnego charakteru firmy przez właścicieli mogło być trojaki:

1. firma jest firmą rodzinną, bo większościowe udziały w niej należą do rodziny – takie uzasadnienie wskazało 75% firm rodzinnych;
2. firma jest firmą rodzinną, bo są w niej zatrudnione osoby z rodziny – odsetek wskazań tej opcji wyniósł 37%;
3. firma jest firmą rodzinną, bo w jej prowadzeniu pomagają członkowie rodziny (np. dzieci) – takie uzasadnienie rodzinności wybrało 24% przedstawicieli firm rodzinnych.

Powyższe udziały nie sumują się do 100%, ponieważ firmy mogły wybrać więcej niż jedno uzasadnienie. Uzasadnienie oparte na własności udziałów jest najbardziej

Rysunek 21. Struktura wielkości firm rodzinnych i nierodzinnych



istotne w tym sensie, że 54% firm uważających się za rodzinne uznało ten czynnik jako jedyny wyznacznik rodzinności. Fakt zatrudnienia członków rodziny jako jedyny czynnik definiujący rodzinną firmę wybrało 13% firm rodzinnych, a fakt zaangażowania członków rodziny do pomocy w prowadzeniu firmy był wyłącznym powodem uznania firmy za rodzinną jedynie dla 6%. 9% firm rodzinnych wskazało wszystkie trzy uzasadnienia (Tabela 28 – odpowiadały tylko firmy rodzinne).

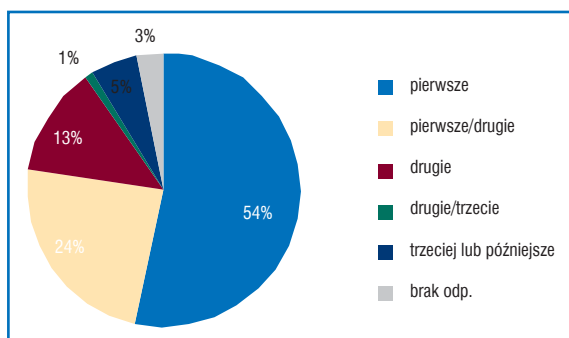
Tabela 28. Uzasadnienie rodzinnego charakteru firmy

Uzasadnienie rodzinnego charakteru			% badanych firm rodzinnych (n=184)
udziały	zatrudnienie	pomoc	
tak	tak	tak	9%
tak	tak	nie	9%
tak	nie	tak	3%
tak	nie	nie	54%
nie	tak	tak	6%
nie	tak	nie	13%
nie	nie	tak	6%

Jednym z kryteriów stosowanych w literaturze do definiowania firm rodzinnych bywa transfer międzypokoleniowy. Wadą tej grupy definicji jest ich ekskluzywność, bowiem ograniczają pojęcie firm rodzinnych do tych, które z sukcesem ukończyły co najmniej jeden proces sukcesji. To sprawiło, że wspomniane kryterium nie zostało ujęte w przeprowadzonych badaniach jako element definiujący firmy rodzinne. Problem przekazywania firmy z pokolenia na pokolenie jest jednak bardzo istotny, stąd też stał się on przedmiotem badania.

Jak pokazuje Rysunek 22, **większość badanych firm rodzinnych (54%) to firmy prowadzone przez pierwsze pokolenie i proces sukcesji jeszcze się nie rozpoczął**. Co więcej, nie jest też jakoś szczególnie intensywnie planowany – w tej grupie firm rodzinnych 29% badanych przyznaje się do posiadania planu sukcesji (czy to formalnego, istniejącego w formie pisemnej, czy też – znacznie częściej – nieformalnego). Dokładnie taki sam odsetek (29%) mających plan sukcesji występuje w całej badanej grupie firm rodzinnych, zatem firmy prowadzone przez pierwsze pokolenie nie wyróżniają się na tle pozostałych¹³.

Rysunek 22. Pokolenie sprawujące kontrolę nad firmą



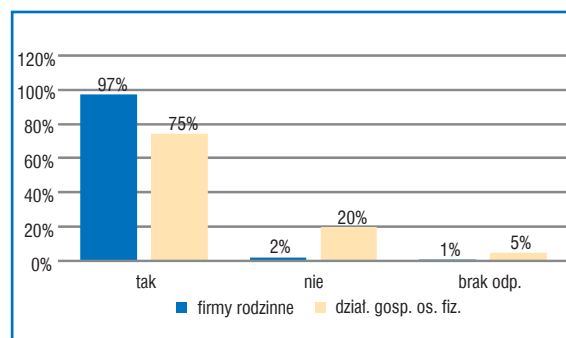
Drugą najliczniejszą grupą firm rodzinnych są te, które pozostają pod mieszaną kontrolą pierwszego i drugiego pokolenia. Stanowią one niemal co czwartą firmę rodzinną (24%). Biorąc pod uwagę, że międzypokoleniowy transfer własności i zarządzania w firmie jest zawsze momentem szczególnego zagrożenia dla jej istnienia, tę grupę firm warto byłoby obserwować, by móc określić, w jakim stopniu pomorskie MSP są w stanie z powo-

¹³ W poszczególnych grupach firm rodzinnych, wyróżnionych ze względu na to, które pokolenie kontroluje firmę, odsetek mających plan sukcesji jest właściwie taki sam. Zaobserwowane różnice, z powodu bardzo małych licznosci w niektórych grupach, nie mogą być uznane za istotne.

nieć przejść przez proces sukcesji. 13% badanych firm rodzinnych stanowiły firmy prowadzone przez drugie pokolenie, a firmy znajdujące się pod kontrolą trzeciego lub późniejszego pokolenia – 5%.

Typową cechą dla firm rodzinnych jest bardzo silne uwikłanie rodziny we własność i zarządzanie firmą. Wyniki badań w pełni potwierdzają ten pogląd, co pokazuje Rysunek 23. Osobą podejmującą kluczowe decyzje w firmie jest w 97% przypadków firm rodzinnych sam właściciel lub osoba z jego rodziny. Taki odsetek należy ocenić jako wysoki nie ze względu na jego obiektywną bliskość do 100%, ale na tle analogicznych odpowiedzi formułowanych przez osoby prowadzące jednoosobową działalność gospodarczą i nieuznające swej działalności za rodzinną. W tej dość specyficznej formie prowadzenia działalności osoba właściciela wydaje się postacią dominującą i można domniemywać, że podejmowanie kluczowych decyzji będzie stanowić jego wyłączne prerogatywy. Tymczasem jedynie 75% właścicieli przedsiębiorstw z tej grupy przyznało, że jest osobą podejmującą kluczowe decyzje w firmie, a w 20% przypadków był to ktoś inny.

Rysunek 23. Podejmowanie kluczowych decyzji w firmie



W firmach rodzinnych nie tylko kluczowe decyzje są podejmowane przez rodzinę, ale także całe grono osób pełniących kierownicze stanowiska (np. zarząd firmy) jest często zdominowane przez członków rodziny. W badanej grupie firm rodzinnych jest tak w 84% przypadków; co więcej, w dwóch trzecich firm rodzinnych w gronie osób zajmujących kierownicze stanowiska nie ma nikogo spoza rodziny.

Założyciel firmy rodzinnej pełni w niej zazwyczaj ważną rolę nawet, gdy kontrola nad nią jest już sprawowana przez kolejne pokolenie. Wśród firm kontrolowanych przez drugie pokolenie tylko 25% odpowiedziało, że założyciel nie pełni już żadnej roli w firmie i nie jest zaangażowany w jej działalność. W grupie firm znajdujących się

pod mieszaną kontrolą (pierwsze/drugie pokolenie) tylko w jednym przypadku padła taka odpowiedź, co stanowiło 3% tej grupy. Założyciel zachował pozycję właściciela w ponad połowie przypadków (54%) firm kontrolowanych przez drugie pokolenie, w grupie firm pod mieszaną kontrolą był nim w 93% przypadków (Tabela 29 – *odpowiadały tylko firmy rodzinne będące pod kontrolą mieszaną I i II pokolenia oraz pod kontrolą II pokolenia; respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź*).

Tabela 29. Zaangażowanie założyciela firmy

Założyciel jest zaangażowany w działalność firmy jako:	Firmy rodzinne pod kontrolą mieszaną (I/II pokolenie) (n=43)	Firmy rodzinne pod kontrolą drugiego pokolenia (n=24)
w ogóle nie jest zaangażowany	3%	25%
jako właściciel	93%	54%
jako osoba podejmująca kluczowe decyzje	23%	16%
jako mentor i doradca	7%	29%

W miarę przejmowania kontroli przez kolejne pokolenie wyraźnie spada znaczenie założyciela jako osoby podejmującej kluczowe z punktu widzenia firmy decyzje, równie wyraźnie rośnie za to jego rola jako konsultanta, doradcy i mentora dla zarządzających firmą.

Chęć utrzymania rodzinnego charakteru firmy jest dość znaczna: w grupie firm rodzinnych 59% respondentów deklaruje, że firma pozostanie w rękach rodziny po odejściu z niej osoby obecnie podejmującej kluczowe dla niej decyzje. 25% twierdzi, że decyzja jeszcze nie zapadła, a tylko 4% już zdecydowało, że firma nie pozostanie w rękach rodziny. **W 55% przypadków osoba, która zastąpi tego, kto obecnie podejmuje kluczowe decyzje, będzie na pewno członkiem rodziny, tylko w trzech przypadkach (1,6%) zdecydowano, że będzie to ktoś spoza niej.** Wśród firm rodzinnych powszechne jest przekonanie o tym, że rodzinność firmy jest jej zaletą. Wiadomo, że funkcjonowanie firmy rodzinnej powoduje dwukierunkowe przenoszenie napięć i konfliktów – z gruntu rodzinnego na biznesowy i *vice versa*. Obiektywny ogląd musiałby uwzględniać ten fakt. Jednak przedstawiciele badanych firm rodzinnych w większości nie zauważają tego mankamentu. Na pytanie, czy konflikty między członkami rodziny ograniczają możliwości rozwoju firmy, dwie trzecie badanych udzieliło odpowiedzi

przeczącej, podczas gdy przeciwnego zdania było 22% respondentów z tej grupy.

6. Zmiany krótkookresowe w badanych firmach (2009–2012)

Zmiany krótkookresowe w badanych MSP zostały przeanalizowane na podstawie porównania odpowiedzi na tak samo zadane pytania, w obecnych badaniach i w badaniach POG III z 2009 roku. Porównaniem objęto wszystkie firmy, które uczestniczyły w obu badaniach, było ich 441.

6.1. Zmiany w zatrudnieniu

Zmiany w zatrudnieniu pomiędzy rokiem 2009 (POG III) a 2012 (POG IV) możliwe były do zaobserwowania jedynie dla 418 przedsiębiorstw, które podały liczbę pracowników dla obu tych lat.

W 2009 roku ta grupa MSP zatrudniała 17 504 pracowników. Trzy lata później ich liczba wzrosła zaledwie o 1 osobę. Nie znaczy to jednak, że w tym okresie nie nastąpiły istotne zmiany w zatrudnieniu. Na ten efekt netto (+1) złożyła się likwidacja 3032 miejsc pracy w 224 firmach i przyrost miejsc pracy o 3033 w 164 firmach. **Tzw. obrót miejsc pracy (suma ubytków i przyrostów miejsc pracy do początkowego stanu zatrudnienia) wyniósł 35%, czyli był wysoki.** Średni ubytek miejsc pracy w przedsiębiorstwach, które zredukowały zatrudnienie, wyniósł 13,5 etatu. Jednak najwięcej firm (108) zmniejszyło zatrudnienie w przedziale od 1 do 5 etatów. Bardzo znaczną redukcję, powyżej 50 etatów w firmie, zaobserwowano w 13 przypadkach.

Natomiast średni przyrost miejsc pracy w firmach, które zwiększyły liczbę pracowników, był większy i wyniósł 18,5 etatu. Największe wzrosty zatrudnienia, powyżej 50 etatów w każdym przypadku, zanotowano w 32 przedsiębiorstwach.

Analiza zmian zatrudnienia w latach 2009–2012 oraz planów, jakie w tym zakresie mieli przedsiębiorcy, wskazuje na dużą rozbieżność tych drugich od rzeczywistości. Jedynie 17% przedsiębiorców zrealizowało plany: 5% zaplanowało spadek i go zrealizowało, 5% nie chciało zmian i 7% planowało wzrost i go osiągnęło. Najwięcej niezrealizowanych planów dotyczyło tych przedsiębiorców, którzy nie planowali żadnych zmian, tymczasem 39% zmniejszyło zatrudnienie, a 27% je zwiększyło (Tabela 30).

Tabela 30. Zmiany zatrudnienia

rzeczywiste zmiany zatrudnienia	zatrudnienie	plany dotyczące zatrudnienia w 2009 roku				suma końcowa
		zmniejszenie	bez zmian	wzrost	brak odp.	
spadło		5%	39%	6%	1%	51%
bez zmian		0%	5%	1%	0%	7%
wzrosło		2%	27%	7%	1%	37%
brak odp.		0%	3%	1%	0%	5%
suma końcowa		8%	74%	16%	2%	100%

8% planowało zmniejszenie zatrudnienia, 51% rzeczywiście je zmniejszyło. Różnica pomiędzy planami a wzrostem zatrudnienia, jest bardziej korzystna, plany wzrostowe firm to 16%, rzeczywisty wzrost to 37%.

6.2. Cele badanych firm, plany dotyczące sprzedaży i zatrudnienia

Dla ponad połowy badanych firm głównym celem był rozwój (59%), pozostałe najczęściej wskazały utrzymanie dotychczasowej sytuacji w firmie (37%). Inne cele w postaci: zmiany profilu, ograniczenia działalności czy likwidacji były wskazywane sporadycznie, dlatego też te odpowiedzi zostały zagregowane (3%).

Badane przedsiębiorstwa (441) nie zmieniły w sposób istotnych głównych celów swej działalności. Firmy deklarowały w większości chęć rozwoju (59% w 2009 i 56% w 2012) lub pozostania bez zmian (37% v. 38%) (Tabela 31). Likwidację firmy rozważa tylko 1% przedsiębiorców.

Tabela 31. Cele badanych firm w 2009 roku i 2012

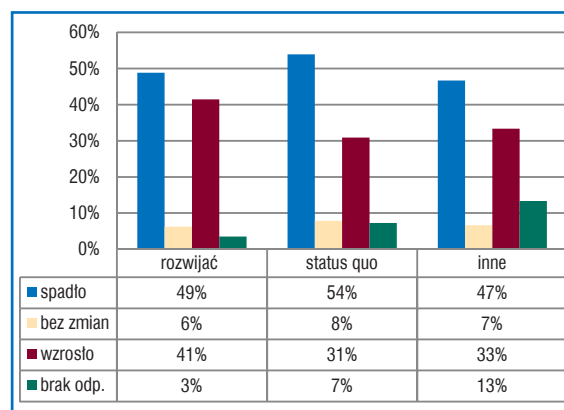
cel	% badanych firm 2009	% badanych firm 2012
rozwijać firmę	59%	56%
utrzymać status quo	37%	38%
zmienić profil	1%	2%
ograniczyć działalność	1%	2%
likwidacja	1%	1%
brak odpowiedzi	1%	0%
suma	100%	100%

Trudno powiedzieć, czy wybór celu miał wpływ na działalność przedsiębiorstwa. Analiza relacji pomiędzy wyborem celu w 2009 roku a zmianami zatrudnienia w latach 2009–2012 wskazuje na słabą zależność. Firmy, które planowały rozwijać się, jedynie w 41% zwiększyły zatrudnienie (Rysunek 24). Oczywiście rozwój nie może być utożsamiany ze wzrostem zatrudnienia (patrz punkt 2.), a spadek zatrudnienia też nie zawsze jest synonimem braku rozwoju. Warto jednak odnotować, że 49% firm, które zamierzały w 2009 roku rozwijać się, zmniejszyło zatrudnienie.

Z drugiej strony, spośród firm, które nie przewidywały zmian, 31% zwiększyło zatrudnienie, a 54% z nich – zmniejszyło, co wskazuje na brak (w dużej większości przypadków) związków pomiędzy zakładanymi celami a zmianami zatrudnienia.

Patrząc na całą badaną próbę, widać, że nie ma dużych zmian we wskazaniach celów w działalności firm. Analiza sytuacji w poszczególnych firmach ujawnia większą rozbieżność pomiędzy celami deklarowanymi w 2009 i 2012 roku. Cele deklarowane w POG III pokrywają się

Rysunek 24. Główny cel firmy w 2009 roku a zmiany zatrudnienia w latach 2009–2012



z celami deklarowanymi w obecnym badaniu w 51% przypadków (35% chce firmy rozwijać, 16% utrzymać dotychczasową aktywność w firmie) (Tabela 32).

Niemal połowa przedsiębiorców planuje zwiększyć sprzedaż w nadchodzącym roku (49%) (Tabela 33). W roku 2009 ci sami przedsiębiorcy patrzyli w przyszłość mniej optymistycznie; zwiększenie sprzedaży planowało jedynie 39%, czyli o 10 punktów procentowych mniej niż w chwili obecnej. Taka sama różnica wystąpiła w odpowiedziach dotyczących utrzymania sprzedaży na tym samym poziomie, przy czym to w roku 2009 było ich o 10 pkt procentowych więcej. **Analiza ta wskazuje na wzrost optymizmu badanych przedsiębiorców.** Tym bardziej że w chwili obecnej nastąpiła większa zmiana planów pomiędzy: „utrzymać bez zmian” w 2009 a „wzrost” w 2012 (23,4%) niż „wzrost” w 2009 a „utrzymać bez zmian” w 2012 (13,6%).

Podobnie jak w przypadku planów dotyczących sprzedaży, tak i plany dotyczące zatrudnienia niewiele się zmieniły, jeżeli patrzymy na całą badaną próbę 441 firm (Tabela 34). O trzy punkty procentowe zwiększyła się liczba firm, które chcą zwiększyć zatrudnienie w kolejnym roku (2009 – 16%; 2012 – 19%). Spowodowało to zmniejszenie

liczby tych, którzy z kolei nie chcieliby wprowadzać żadnych zmian. Jednak utrzymania dotychczasowych planów chce jedynie 60% przedsiębiorców. Pozostali zamierzają swoje plany skorygować. Ta zmiana jednak dotyczy przedsiębiorców, którzy w 2009 chcieli zwiększać zatrudnienie, teraz zamierzają je utrzymać na niezmiennym poziomie oraz tych, którzy chcieli je w 2009 utrzymać na niezmiennym poziomie, a teraz zamierzają zwiększać.

Warto jednak podkreślić, że wcześniejsze porównania planów i ich realizacji (punkt 6.1) wskazują na brak korelacji pomiędzy zamierzeniami a faktycznymi zmianami. Stąd też niewielkie różnice planów z roku 2009 i z roku 2012 nie oznaczają, że należy spodziewać się takich samych efektów realizacyjnych, jakie miały miejsce po 2009 roku, ani takich, jakie wynikają z planów obecnych.

6.3. Zmiany w postrzeganiu barier

Uzyskane wyniki badań MSP pokazują, iż postrzeganie zewnętrznych barier rozwoju zmieniło się w porównaniu do roku 2009. Silniej odczuwają one barierę rosnącej konkurencji krajowej (o 9 punktów procentowych) i konku-

Tabela 32. Cele przedsiębiorców w 2009 i 2012 roku

		2009 rok					
		główny cel	rozwijać	status quo	inne	brak odp.	suma
2012 rok	rozwijać		35%	19%	2%	0%	56%
	status quo		20%	16%	1%	0%	38%
	inne		3%	1%	0%	0%	5%
	brak odp.		0%	1%	0%	0%	2%
	suma		59%	37%	3%	1%	100%

Tabela 33. Planowane zmiany sprzedaży

		2009 rok					
		spadek	bez zmian	wzrost	brak odp.	suma	
2012 rok	spadek		0,7%	2,5%	2,5%	0,0%	5,7%
	bez zmian		4,1%	21,8%	13,6%	1,4%	40,8%
	wzrost		2,5%	23,4%	21,8%	0,9%	48,5%
	brak odp.		0,2%	3,2%	1,6%	0,0%	5,0%
	suma		7,5%	50,8%	39,5%	2,3%	100,0%

Tabela 34. Przewidywania dotyczące zmian w zatrudnieniu

plany dot. zatrudnienia		2009				
		spadek	bez zmian	wzrost	brak odp.	suma
2012	spadek	2%	6%	1%	0%	8%
	bez zmian	5%	54%	10%	2%	71%
	wzrost	1%	13%	4%	0%	19%
	brak odp.	0%	1%	0%	0%	2%
	suma	8%	74%	16%	2%	100%

rencji nielegalnych przedsiębiorstw (także o 9 punktów procentowych). Natomiast o 5 punktów procentowych mniej przedsiębiorców skarży się na zmienność i niejasność przepisów. Odczuwanie bariery niewystarczającego popytu nadal jest silne, jednak pozostało na tym samym poziomie co w poprzedniej edycji badania POG III (Rysunek 25 – respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź).

Biorąc pod uwagę całość uzyskanych wyników badań w zakresie zmian postrzegania barier rozwoju, można wnioskować o bardziej pesymistycznym postrzeganiu warunków gospodarowania niż miało to miejsce w 2009 roku (łączna suma wskazań na istotne bariery wzrosła).

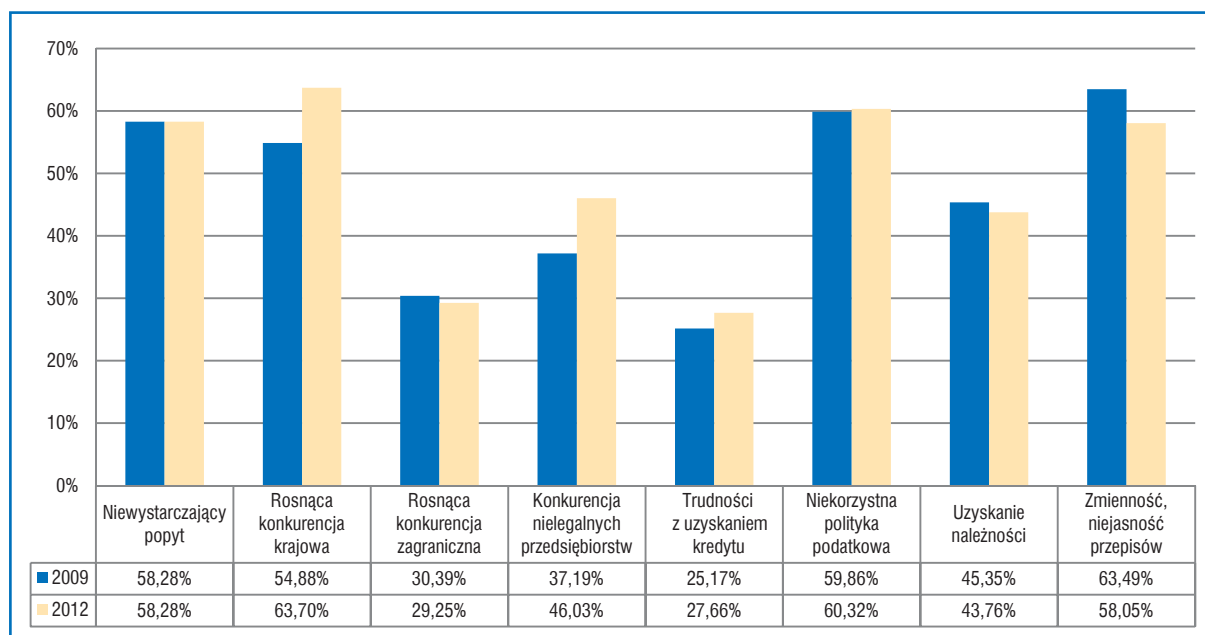
Zaskakujące są wyniki dotyczące barier wewnętrznych (Rysunek 26 – respondenci mogli wskazać więcej niż

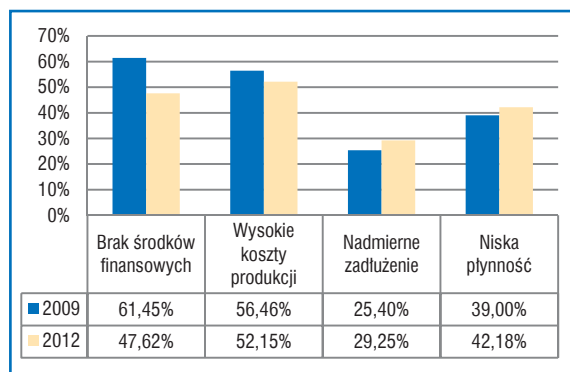
jedną odpowiedź). Dwie bariery wskazywane były częściej niż w 2009 roku, dwie rzadziej, przy czym na brak środków finansowych wskazało aż o 14 punktów procentowych mniej respondentów. Kontrastuje to z postrzeganym obrazem barier zewnętrznych, ale trudno na tej podstawie wyciągać głębsze wnioski.

6.4. Zmiany w zakresie źródeł finansowania

51% badanych MSP korzysta z kredytów bankowych. W tej właśnie kategorii nastąpił wzrost wykorzystania w stosunku do badań POG III (o 12 punktów procentowych). Fakt ten można w pewnym stopniu wytłumaczyć

Rysunek 25. Zmiany w postrzeganiu zewnętrznych barier rozwoju



Rysunek 26. Zmiany w postrzeganiu wewnętrznych barier rozwoju

„poluzowaniem” polityki kredytowej banków wobec przedsiębiorstw. Natomiast nadal stopień wykorzystania leasingu, factoringu i venture capital jest bardzo niski. Na problem ten zwracano uwagę w raportach z badań POG II i POG III. Istotny wzrost nastąpił w kategorii dotacje z UE (o 10 punktów procentowych), co należy uznać za bardzo pozytywną zmianę (Rysunek 27 – respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź).

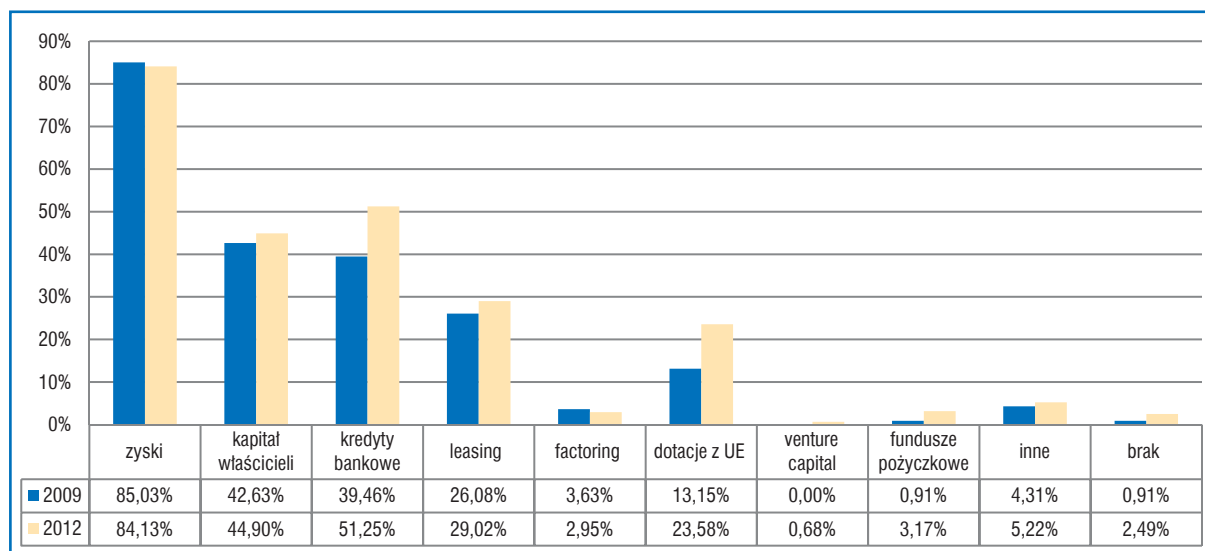
18% badanych przedsiębiorstw nie wiedziało czy trudno jest uzyskać kredyt, ponieważ nie starało się o niego. Udział tej grupy jest o 12 punktów procentowych niższy niż w poprzedniej edycji POG. Zmalała również liczba przedsiębiorstw doświadczających trudności w uzyskaniu kredytu (o 4 punkty procentowe). Jednocześnie więcej

przedsiębiorców (o 12 punktów procentowych) twierdzi, że nie miało trudności z uzyskaniem kredytu. Wynik ten może być związany ze wspomnianą już zwiększoną akcją kredytową banków. W poprzedniej edycji POG, na skutek kryzysu finansowego banki ograniczyły akcję kredytową, co powodowało większe trudności w uzyskaniu kredytu, jak i spadek zainteresowania kredytami wśród przedsiębiorców (Tabela 35).

Tabela 35. Trudności z uzyskaniem kredytu bankowego

Czy trudno jest uzyskać kredyt bankowy:	2009 (% badanych firm)	2012 (% badanych firm)
nie wiem, nie staraliśmy się o kredyt	29,48%	17,69%
nie	56,01%	67,35%
tak	13,83%	9,52%
brak odp.	0,68%	5,44%

Przedsiębiorców, którzy mieli problem z uzyskaniem kredytu, zapytano o przyczyny trudności. W porównaniu do wyników uzyskanych w poprzednim badaniu mniej respondentów (o 14 punktów procentowych) uważa, że koszty kredytu są zbyt wysokie. Zmalała również liczba tych, którym brakowało wymaganych zabezpieczeń oraz tych, którzy wskazali na zbyt trudne i skomplikowane procedury biurokratyczne. Liczba firm, które stwierdziły, że

Rysunek 27. Źródła finansowania w 2009 i 2012 roku

brakowało im zdolności kredytowej, pozostała w zasadzie bez zmian (Tabela 36 – *odpowiadali tylko przedsiębiorcy, którzy doświadczyli trudności z uzyskaniem kredytu bankowego; respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź*).

Tabela 36. Powody, dla których uzyskanie kredytu bankowego jest trudne

	2009 liczba przypadków (n=61)	2012 liczba przypadków (n=42)
brakuje nam zdolności kredytowej	13	12
brakuje nam wymaganych zabezpieczeń	24	13
procedury biurokratyczne są zbyt trudne i skomplikowane	29	21
koszty kredytu są zbyt wysokie	26	12
z innych powodów	7	8

6.5. Zmiany w zakresie planowanych i podejmowanych działań

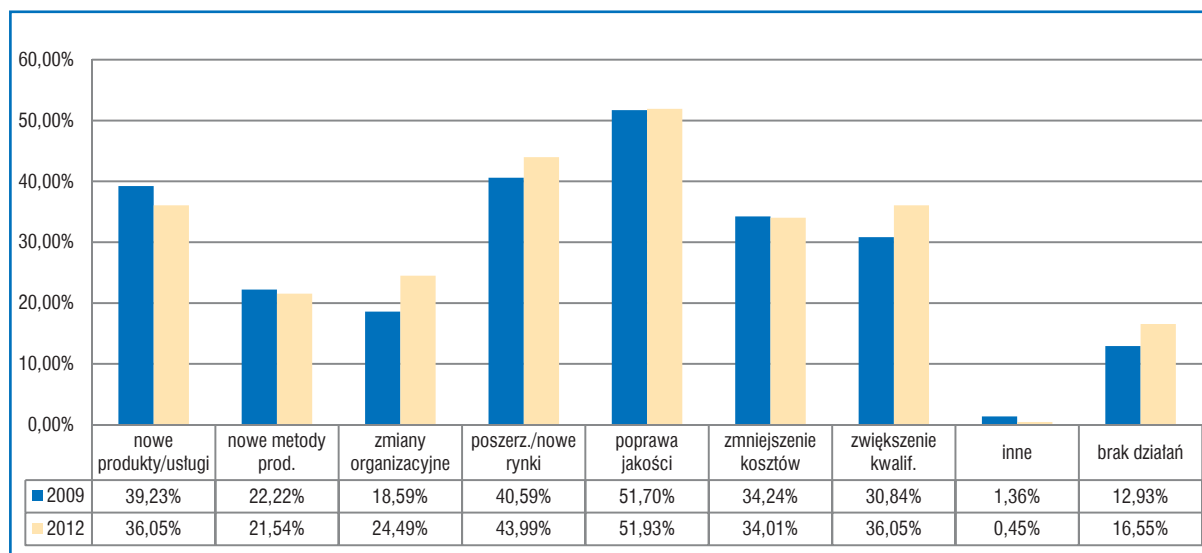
Porównując działania podjęte w ciągu dwóch lat poprzedzających badania POG III i badania z 2012, nie za-

obserwowano istotnych różnic. W roku 2012 więcej firm wskazało na podejmowanie działań w kategorii zmiany organizacyjne (o 6 punktów procentowych), nowe rynki zbytu (o 3 punkty procentowe) i zwiększanie kwalifikacji zatrudnionych (o 6 punktów procentowych). Z drugiej strony, więcej firm nie podejmowało żadnych działań (o 4 punkty procentowe). Ponadto mniej przedsiębiorców w roku 2012 (o 3 punkty procentowe) wprowadziło nowe produkty lub usługi (Rysunek 28 – *respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź*).

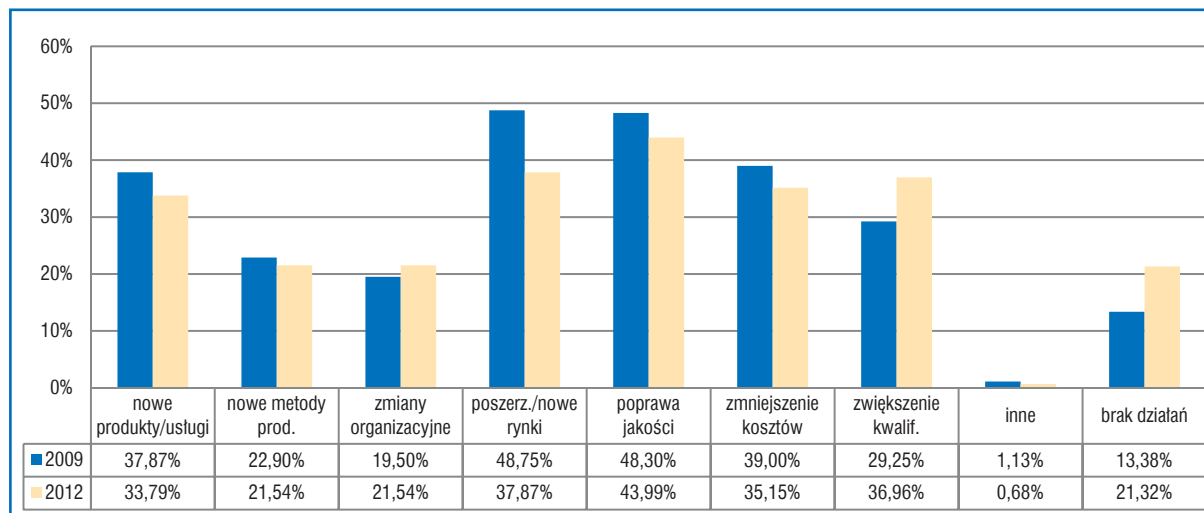
Natomiast porównując plany przedsiębiorców na najbliższy rok z lat 2009 i 2012 można zaobserwować większą ostrożność respondentów w podejmowaniu nowych działań w przyszłości w większości kategorii. W roku 2012 więcej firm deklaruje podjęcie działań jedynie w zakresie podnoszenia kwalifikacji zatrudnionych (Rysunek 29 – *respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź*).

Postawa taka może wynikać z wahań koniunktury w ostatnich latach oraz związanej z nimi niepewności odnośnie do sytuacji gospodarczej w przyszłości. Przedsiębiorcy podejmują bowiem różne działania w zależności od postrzegania (optymistycznego lub pesymistycznego) przyszłości, a zwłaszcza przewidywań dotyczących przyszłego popytu. Można się zatem spodziewać, że przedsiębiorcy chętniej podejmą działania innowacyjne dopiero w chwili zdecydowanego wejścia gospodarki w fazę ożywienia.

Rysunek 28. Działania podjęte w ciągu ostatnich dwóch lat



Rysunek 29. Działania planowane na najbliższy rok



W porównaniu do badania w ramach POG III w 2009 roku, MSP rzadziej ponosiły wydatki inwestycyjne we wszystkich badanych kategoriach z wyjątkiem wydatków na grunty (5 punktów procentowych więcej MSP poniosło wydatki na zakup gruntów w 2012 roku) (Tabela 37 – respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź). Wynik ten może skłaniać do ostrożnego wniosku, iż podobnie jak w przypadku opisanych wyżej działań, przedsiębiorcy odkładają wydatki do czasu poprawy sytuacji gospodarczej. Natomiast zwiększony zakup gruntów może świadczyć o wykorzystywaniu okazji w postaci niższych obecnie cen gruntów pod przyszłe inwestycje, które zostaną podjęte w chwili, gdy nastąpi poprawa sytuacji gospodarczej.

Tabela 37. Porównanie wydatków inwestycyjnych badanych firm w latach 2009 i 2012

Wydatki na	2009	2012
budynki i budowle	35,37%	29,02%
grunty	6,12%	10,88%
maszyny, urządzenia techniczne i narzędzia	67,12%	49,89%
środki transportu	43,31%	41,95%
nie poniesiono wydatków	18,59%	26,98%
brak odpowiedzi	0,91%	3,17%

7. Instytucjonalne otoczenie pomorskich MSP

7.1. Postrzeganie instytucji otoczenia biznesu

Przedsiębiorcy jako najbardziej uciążliwe biurokratycznie uznali rozliczenia podatkowe oraz sprawozdawczość GUS (Rysunek 29). To drugie jest zaskakującym wynikiem, okazało się bowiem, że nawet sprawozdawczość ZUS nie jest dla nich takim dużym problemem. Trudno wnioskować na temat uciążliwości w zakresie uzyskiwania pozwoleń na budowę, środków unijnych oraz procedur sądowych, bowiem jedna trzecia przedsiębiorców nie miała z nimi styczności.

Przedsiębiorcy raczej pozytywnie (36,9%) lub neutralnie (43,5%) oceniają przygotowanie pracowników instytucji lokalnych. Negatywnych i bardzo negatywnych ocen było jedynie 9,2% (Tabela 38).

Przypisując wagi od 50 do 150 (przy założeniu, że 100 jest wartością neutralną) przeciętna wartość udzielonych odpowiedzi (liczona tylko dla tych przedsiębiorców, którzy się wypowiedzieli w tym temacie), wynosi 107. Oznacza to pozytywną ocenę pracowników instytucji.

Ponad połowa przedsiębiorców nie odczuwa troski władz lokalnych nakierowanej na wspieranie przedsiębiorczości (52,5%). Jedynie 21% zauważa taką troskę (7,2% – rozumianą jako sprzyjający klimat dla działalności, 13,8% – rozumianą jako sporadyczne przejawy) (Tabela 39).

Raport 2013

Rysunek 30. Ocena biurokratycznej uciążliwości wybranych obszarów działalności

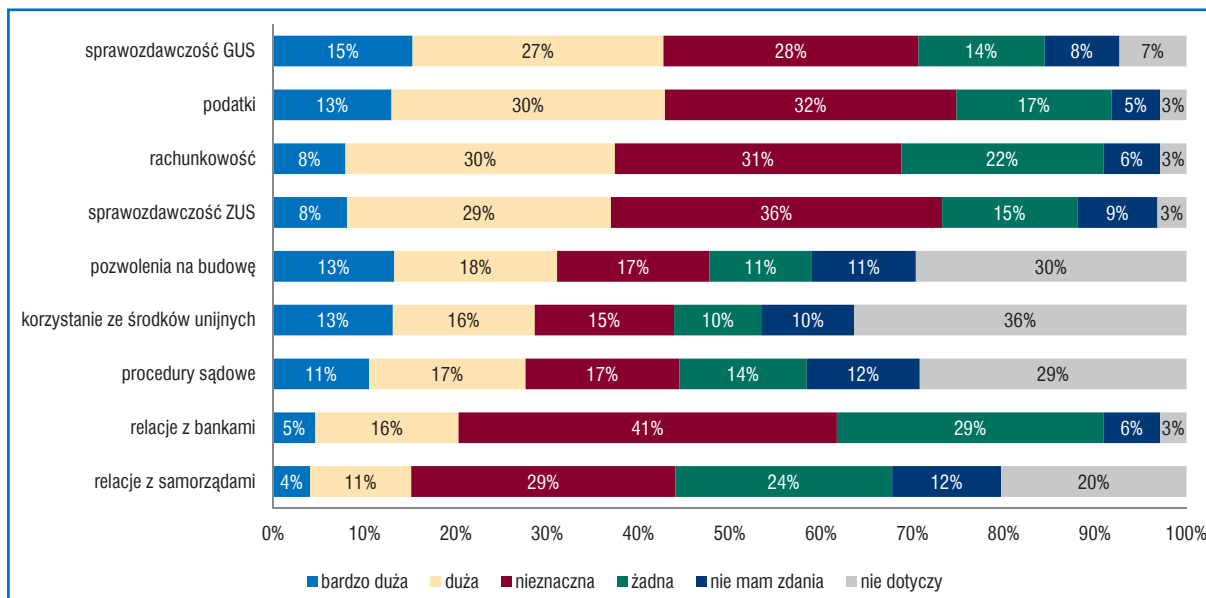


Tabela 38. Ocena przygotowania merytorycznego pracowników instytucji lokalnych do współpracy z przedsiębiorcami

ocena przygotowania	% badanych firm
bardzo pozytywnie	2,2%
pozytywnie	34,7%
neutralnie	43,5%
negatywnie	8,6%
bardzo negatywnie	0,6%
nie wiem	10,5%
suma	100,0%

Tabela 39. Odczucia dotyczące troski władz lokalnych

Czy odczuwa Pan/Pani troskę władz lokalnych dotyczącą działalności przedsiębiorców	% badanych firm
tak, sprzyjający klimat	7,2%
tak, sporadyczne przejawy	13,8%
trudno powiedzieć	26,5%
nie	52,5%
suma	100,0%

Spośród badanych właścicieli MSP ponad 30% oceniło, że przedsiębiorcy nie angażują się w działania na rzecz kształtowania warunków sprzyjających rozwojowi działalności gospodarczej. Przeciwną opinię wyraziło 34,4%. Przy czym zdecydowana większość uważa, że przedsiębiorcy muszą sami o to zabiegać (Tabela 40). Sporadycznie ich inicjatywy nie spotykają się z przyjaznym przyjęciem (7,8%). Z drugiej strony przedsiębiorcy przyznali, że nie są zainteresowani w angażowanie się w takie działania (30,4%).

Tabela 40. Włączanie się przedsiębiorców w działania na rzecz kształtowania warunków sprzyjających rozwojowi działalności gospodarczej

	% badanych firm
tak, mają do tego duże możliwości	6,6%
tak, ale muszą o to zabiegać	27,8%
nie, nie są zainteresowani	30,4%
nie, ich inicjatywy nie spotykają się z przyjaznym przyjęciem ze strony władz lokalnych	7,8%
nie wiem	27,4%
suma	100,0%

7.2. Relacje przedsiębiorców z otoczeniem

W powszechnej opinii funkcjonuje przekonanie o opóźnieniu płatności, natomiast niemal jedna czwarta pytaných przedsiębiorców w ogóle z takimi praktykami się nie spotkała. Odmienne doświadczenie w tej kwestii ma aż 42% przedsiębiorców (Rysunek 31). Niemal równie powszechnie wskazywaną praktyką było obniżanie cen poniżej kosztów (36%). Kolejne dwie nieuczciwe praktyki konkurentów to wykorzystywanie pozycji monopolisty oraz wykorzystywanie znajomości (po około 25%). Liczba wskazań na korupcję jest mniejsza niż można byłoby oczekiwać, znając rozpowszechnione poglądy na ten temat. Jednak fakt, że co szósty przedsiębiorca się z nią zetknął, świadczy o wadze problemu.

W opinii przedsiębiorców społeczność lokalna postrzega ich jako osoby zaradne i tworzące miejsca pracy (odpowiednio: 47,2% i 41,4%) (Tabela 41 – respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź). Jedynie jedna czwarta przedsiębiorców sądzi, że są uważani za osoby przyczyniające się do rozwoju regionu (25,8%). Niemal tyle samo uważa, że otoczenie widzi ich jako osoby realizujące własne cele (24,6%). Na zdecydowanie negatywny obraz – nieuczciwość – wskazało 8,1%. Można z pewnym stopniem pewności stwierdzić, że te odpowiedzi wskazują także, jak przedsiębiorcy postrzegają samych siebie. Jeżeli przyjąć takie założenie, trochę niepokoi niska liczba wskazań na rolę przedsiębiorcy

Tabela 41. Postrzeganie przedsiębiorcy w społeczności lokalnej

postrzeganie przedsiębiorcy	% badanych firm
osoba zaradna	47,2%
osoba tworząca miejsca pracy	41,4%
osoba przyczyniająca się do rozwoju regionu	25,8%
osoba realizująca własne materialne cele	24,6%
neutralnie (ani pozytywnie, ani negatywnie)	15,1%
osoba nieuczciwa	8,1%
nie wiem	9,4%

w regionie, tym bardziej że ankietowane firmy należały do raczej większych.

Przedsiębiorców zapytano o znajomość terminu: społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR) i okazało się, że większość z nich go nie zna (74,7%). Pozostali przedsiębiorcy wskazywali raczej na aspekty marketingowo-strategiczne niż na aspekty społeczne – CSR (Tabela 42 – respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź). Świadczy to o ogromnym braku świadomości w tej dziedzinie. Jednocześnie wskazuje konieczność podjęcia działań edukacyjnych przez władze lokalne, stowarzyszenia przedsiębiorców i organizacje pozarządowe.

Rysunek 31. Nieuczciwe praktyki konkurentów

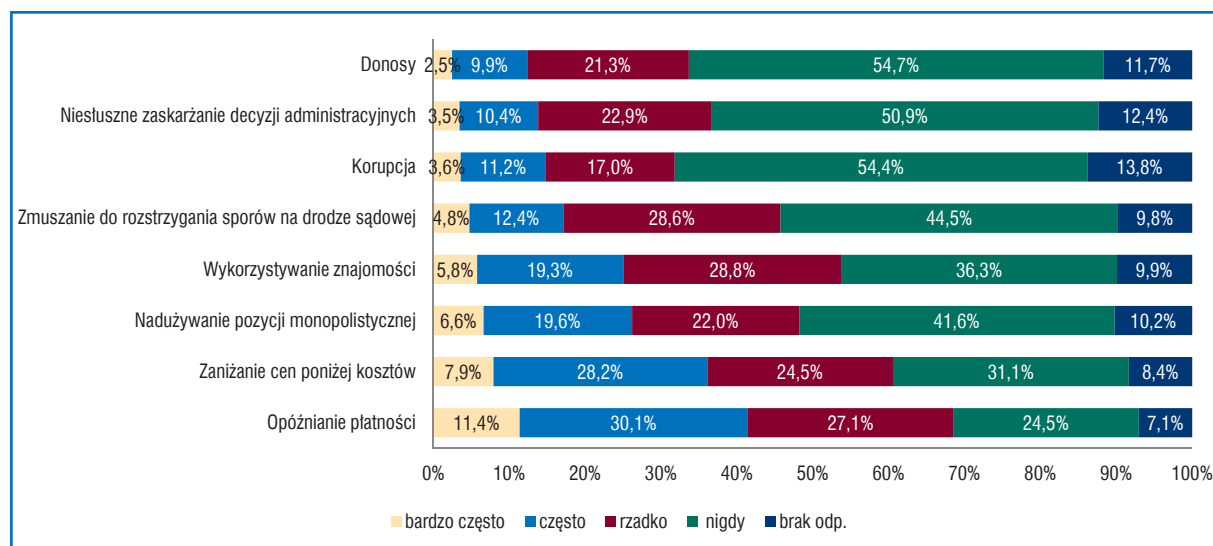


Tabela 42. Znajomość terminu: społeczna odpowiedzialność biznesu

Czy znany jest Pani/Panu termin społeczna odpowiedzialność biznesu lub skrót CSR?	% badanych firm
nie znam	74,7%
znam, są to działania z obszaru marketingu, PR i filantropii	8,8%
znam, jest to długoterminowa inwestycja	7,0%
znam, jest to sposób na wyróżnienie firmy na rynku	6,6%
znam, jest to strategia biznesowa zwiększająca konkurencyjność przedsiębiorstwa	5,2%
znam, jest to narzędzie służące wyłącznie do poprawy wizerunku firmy	4,2%
znam, jest to nieuzasadniony koszt	3,3%
znam, jest to sposób na przyciągnięcie i zatrzymanie utalentowanych pracowników	3,9%
znam, jest to modna koncepcja, niemająca przełożenia na realia biznesowe	2,7%
brak odpowiedzi	3,02%

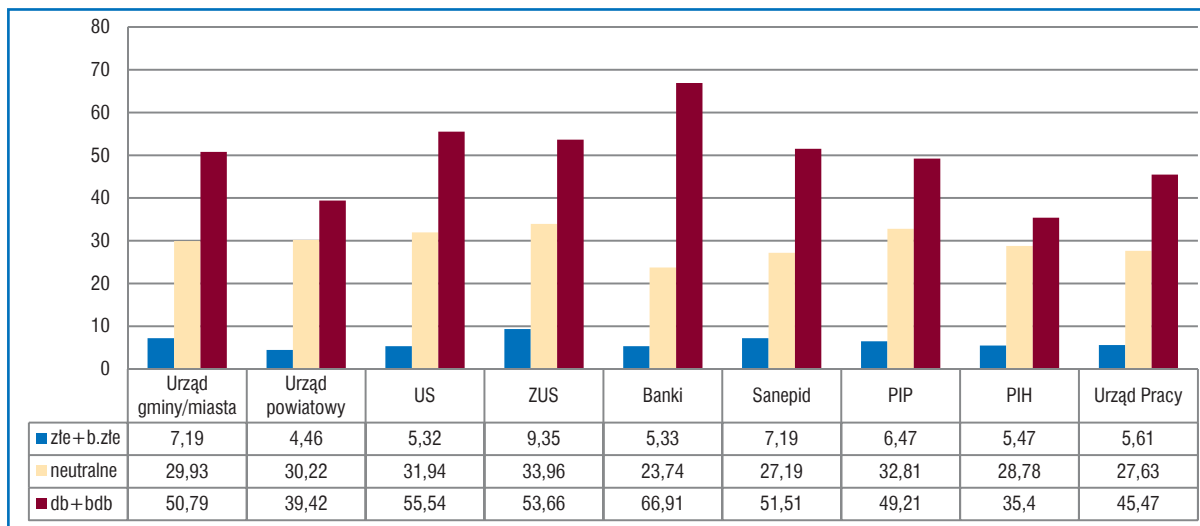
7.3. Ocena relacji badanych przedsiębiorców z urzędami i instytucjami

Zaskakująco pozytywnie wyglądają wyniki oceny relacji własnych przedsiębiorców z pracownikami wybranych instytucji. W badaniach pytano o instytucje i urzędy, z któ-

rymi przedsiębiorcy mają dość częste kontakty i na które często narzekają. Okazało się jednak, że w przypadku każdej z instytucji, o które pytano, przewaga opinii pozytywnych nad negatywnymi była bardzo wyraźna. **Zdecydowanie najlepiej wypadły oceny relacji z pracownikami banków**, co w tym zestawieniu nie dziwi. Banki różnią się bowiem zasadniczo od pozostałych instytucji z listy, ponieważ do banków przedsiębiorcy przychodzą dobrowolnie oraz mogą dowolnie wybierać bank, z którego usług skorzystają. W związku z tym to banki muszą zabiegać o względy przedsiębiorców, którzy są dla nich cennymi klientami. Do spotykania się z pracownikami pozostałych instytucji przedsiębiorca jest zmuszony obowiązującymi przepisami. Nie muszą oni, choć powinni, starać się o pozyskanie przychylności przedsiębiorców. Mimo to badani właściciele MSP bardzo rzadko wyrażali negatywne opinie o relacjach z nimi. Ponad połowa przedsiębiorców oceniła jako dobre lub bardzo dobre relacje z pracownikami urzędów skarbowych, ZUS, sanepidu, urzędów gminnych lub miejskich. Pracownicy ZUS zebrali też, co prawda, najwięcej ocen złych, ale stanowiły one ledwie nieco ponad 9% ogółu. Najrzadziej jako pozytywne oceniali przedsiębiorcy relacje z pracownikami Państwowej Inspekcji Handlu, ale i w tym przypadku liczba ocen negatywnych była bardzo niska (Rysunek 32).

Z wyników badań rysuje się generalnie bardzo pozytywny obraz instytucji, z którymi stykają się w swojej codziennej działalności przedsiębiorcy. To bardzo ważne, że właściciele MSP nie traktują relacji z nimi jako przeszkód w funkcjonowaniu przedsiębiorstw.

Rysunek 32. Ocena własnych relacji przedsiębiorców z pracownikami instytucji



7.4. Zaufanie w środowisku przedsiębiorców

Zaufanie jest bardzo ważną składową, niektórzy twierdzą, że najważniejszą, kapitału społecznego. Ten zaś odgrywa i odgrywać będzie coraz większą rolę w rozwoju gospodarczym. Poziom tego kapitału jest jedną z determinant rozwoju przedsiębiorczości w skali makroekonomicznej, ale także w skali regionalnej i lokalnej. Ma ogromny wpływ na współpracę pomiędzy przedsiębiorcami, powstawanie różnego typu sieci (w tym klastrów), relacje przedsiębiorców z władzami lokalnymi, kreowanie i realizowanie regionalnej i lokalnej polityki gospodarczej.

Rolę zaufania w życiu społeczeństw badało i bada wielu przedstawicieli nauk społecznych, głównie socjologów. Jest to problematyka, której poświęcono ogromną liczbę publikacji¹⁴.

Zaufaniu poświęca się sporo miejsca w badaniach European Social Survey¹⁵, a w Polsce w „Diagnozie społecznej”¹⁶.

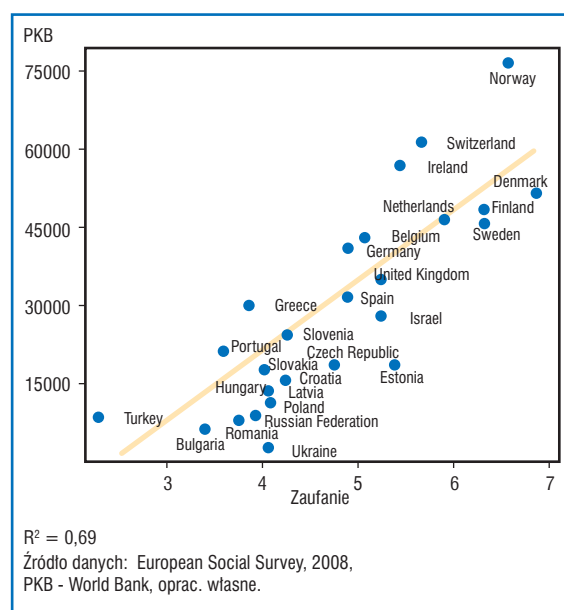
W nauce funkcjonuje wiele definicji i typów zaufania¹⁷. W niniejszych badaniach pytano respondentów jedynie o ich opinie dotyczące postrzeganego przez nich poziomu zaufania wzajemnego przedsiębiorców (*Jak ocenia Pan/Pani poziom zaufania przedsiębiorców do siebie nawzajem np. przy zawieraniu umów, regulowaniu płatności, dostarczaniu towaru?*) oraz zaufania do ich własnych partnerów biznesowych (*Jakim zaufaniem darzy Pan/Pani swoich partnerów biznesowych?*). Grupie właścicieli MSP w województwie pomorskim zadano także pytanie dotyczące postrzeganych przez nich zmian poziomu zaufania w Polsce (*Jak zmienia się poziom zaufania w relacjach gospodarczych w Polsce?*). Wyniki w tym zakresie nie mogą być bezpośrednio porównywalne z wynikami prezentowanymi w European Social Survey i w Diagnozie społecznej 2011. Pytania w tych badaniach były odmiennie sformułowane, przyjęto także inną skalę ocen (5-stopniową),

podczas gdy w ESS stosuje się skalę 10-stopniową. Niemniej można porównać generalny obraz sytuacji w zakresie zaufania wynikający z tych różnych badań.

Analiza wyników badań przeprowadzonych w ramach Diagnozy społecznej w 2011 roku¹⁸ wskazuje, że tylko kilka grup zawodowych obdarza zaufaniem innych na poziomie ponad 20%. Odsetek ufających innym rośnie wraz z poziomem wykształcenia.

Istnieje także dość wyraźna korelacja pomiędzy poziomem rozwoju gospodarczego (mierzonego wielkością PKB per capita) a poziomem zaufania (Rysunek 33).

Rysunek 33. Relacja pomiędzy poziomem zaufania a poziomem PKB per capita 2008



Źródło: Diagnoza społeczna 2011. Warunki i jakość życia Polaków. Red. J. Czapiński, T. Panek. Warszawa, Rada Monitoringu Społecznego, 30.09.2011, s. 28

Panuje dość powszechna zgoda, że poziom zaufania jest silnie zdeterminowany kulturowo. Francis Fukuyama¹⁹ wyróżnił kultury zaufania i kultury nieufności i cynizmu. Do tych pierwszych zaliczał społeczeństwa żyjące w Norwegii, Szwecji, Holandii, Japonii, USA, Niemczech,

¹⁴ Wśród wybitnych autorów wystarczy wymienić Roberta Putmana, Jamesa Colemana, Francis Fukuyamę, Diego Gambetta, Anthony Giddensa, Eric Uslaner, w tym także Polaków: Zygmunta Baumana i Piotra Sztompkę.

¹⁵ <http://www.europeansocialsurvey.org/>

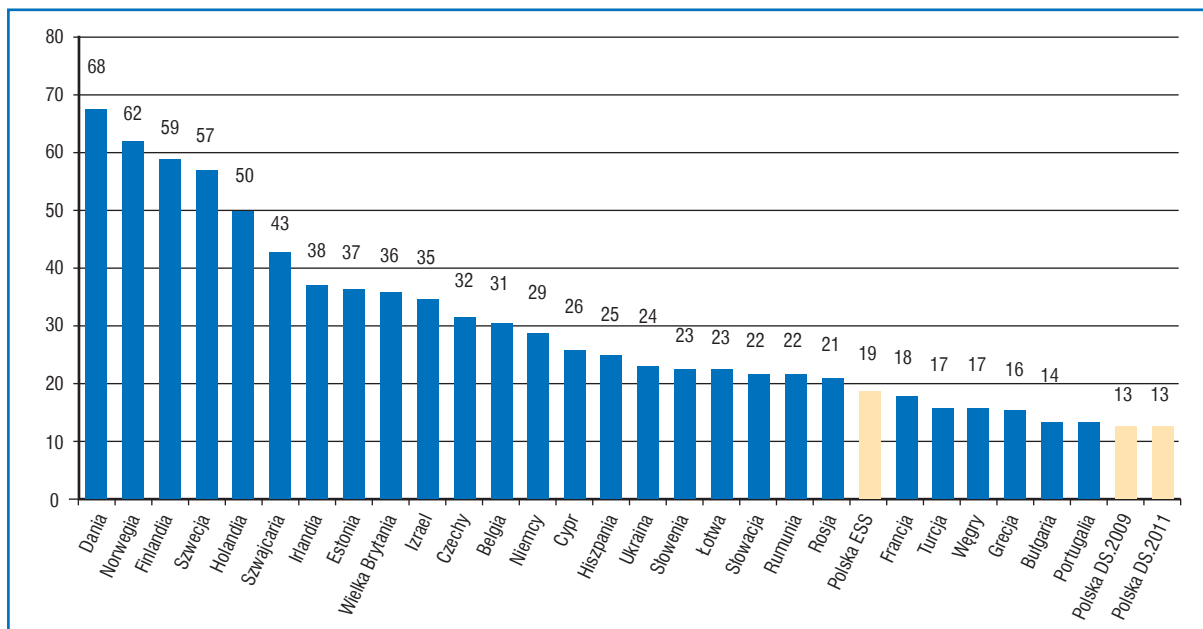
¹⁶ Diagnoza społeczna 2011. Warunki i jakość życia Polaków. Red. J. Czapiński, T. Panek. Warszawa, Rada Monitoringu Społecznego, 30.09.2011.

¹⁷ p. np. E.M. Uslaner – Zaufanie strategiczne i zaufanie normatywne. W: Socjologia codzienności. Red. P. Sztompka i M. Bogunia-Borowska. Wydawnictwo Znak, Kraków 2008, P. Sztompka – Zaufanie. Wydawnictwo Znak, Kraków 2007.

¹⁸ Diagnoza społeczna 2011. Warunki i jakość życia Polaków. Red. J. Czapiński, T. Panek. Warszawa, Rada Monitoringu Społecznego, 30.09.2011, s. 268.

¹⁹ F. Fukuyama – Zaufanie: kapitał społeczny a droga do dobrobytu. PWN, Warszawa–Wrocław, 1995.

Rysunek 34. Odsetek osób powyżej 16 roku życia ufających innym ludziom wg ESS 2008 i badań Diagnozy społecznej 2009–2012



Źródło: Diagnoza społeczna 2011. Warunki i jakość życia Polaków. Red. J. Czapiński, T. Panek. Warszawa, Rada Monitoringu Społecznego, 30.09.2011 s. 286

do drugiej grupy – mieszkańców Brazylii, Nigerii, Włoch, Francji, Rosji. Piotr Sztompka do tej ostatniej zaliczył także Polaków²⁰. Potwierdzają to w dużym stopniu przytoczone poniżej wyniki ESS z 2008 roku i z 2010 roku (Rysunek 34; Rysunek 35).

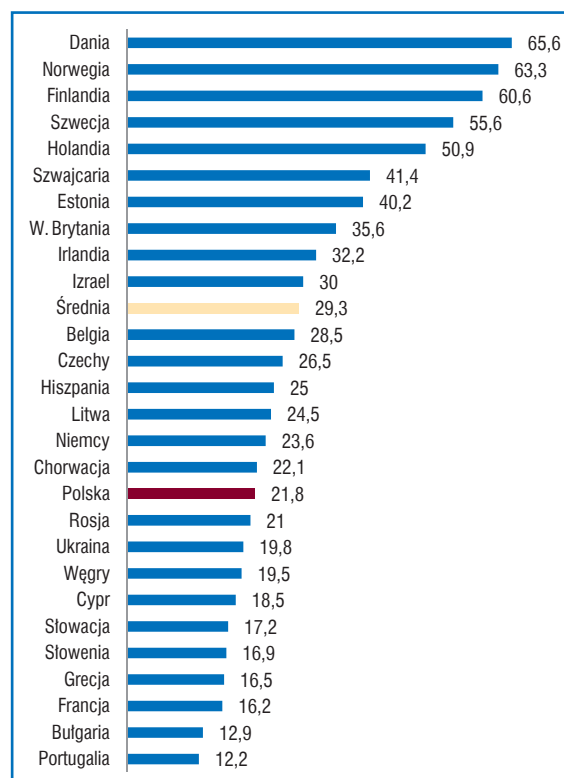
Poziom uogólnionego zaufania jest w Polsce bardzo niski (w badaniach Diagnozy społecznej z 2009 roku i z 2011 roku wypadamy nawet gorzej niż w badaniach ESS), jeden z najniższych w Europie, oceniany w 2008 roku nawet niżej niż w Rosji, a w 2010 tylko minimalnie wyżej niż nasz wielki wschodni sąsiad. Co prawda w ESS 2010 wynik Polski nieco się poprawił, wyższy o 3 pkt jest wskaźnik zaufania, w rankingu awansowaliśmy z 21. miejsca na 17. Wciąż jesteśmy jednak wyraźnie poniżej średniej dla wszystkich uwzględnionych w ESS 27 krajów.

Dla interpretacji wyników badań pomorskich z 2012 roku odnośnie do zaufania, przydatne jest przypomnienie rozróżnienia wprowadzonego przez Erica Uslanera pomiędzy „zaufaniem normatywnym” a „zaufaniem strategicznym”²¹. W pewnym uproszczeniu, pierwsze dotyczy zaufania „do ludzi w ogóle”, drugie – zaufania

²⁰ P. Sztompka – Zaufanie. Wydawnictwo Znak, Kraków 2007, s. 378.

²¹ E.M. Uslaner – Zaufanie strategiczne i zaufanie normatywne. W: Socjologia codzienności. Red. P. Sztompka i M. Bogunia-Borowska. Wydawnictwo Znak, Kraków 2008.

Rysunek 35. Odsetek osób powyżej 16. roku życia ufających innym ludziom wg ESS 2010



Źródło: obliczenia własne na podstawie ESS 2010

do konkretnej osoby (osób) z konkretnego powodu²². Badania ESS i Diagnozy społecznej odnosiły się do zaufania normatywnego. W niniejszych badaniach pytaliśmy o ocenę zaufania „w ogóle”, ale dotyczyło ono jednego tylko środowiska (przedsiębiorców) i dodatkowo jeszcze w pytaniu wskazano konkretne sytuacje (podpisywanie umów, płatności, dostawy towaru), których zaufanie dotyczyło.

Pytanie o zaufanie do własnych partnerów biznesowych było już zdecydowanie związane z zaufaniem strategicznym.

Różnica wyników ESS, Diagnozy społecznej i prezentowanych tu badań wynikać może zatem stąd, że odnoszą się one do innego typu zaufania. Usłaner zwraca uwagę, że zaufanie normatywne jest stabilne, nie zmienia się szybko. Oparte jest bowiem na normach moralnych, zdeterminowane jest m.in. przez wartości przekazane nam przez rodziców. Zaufanie strategiczne jest bardziej kruche. Zmienia się pod wpływem naszych doświadczeń. Usłaner przypomina także, że w przypadku tego zaufania, jego przeciwieństwem nie jest nieufność, ale brak zaufania²³. To ważne podkreślenie, ponieważ zaufanie strategiczne jest w biznesie związane z redukcją kosztów transakcyjnych.

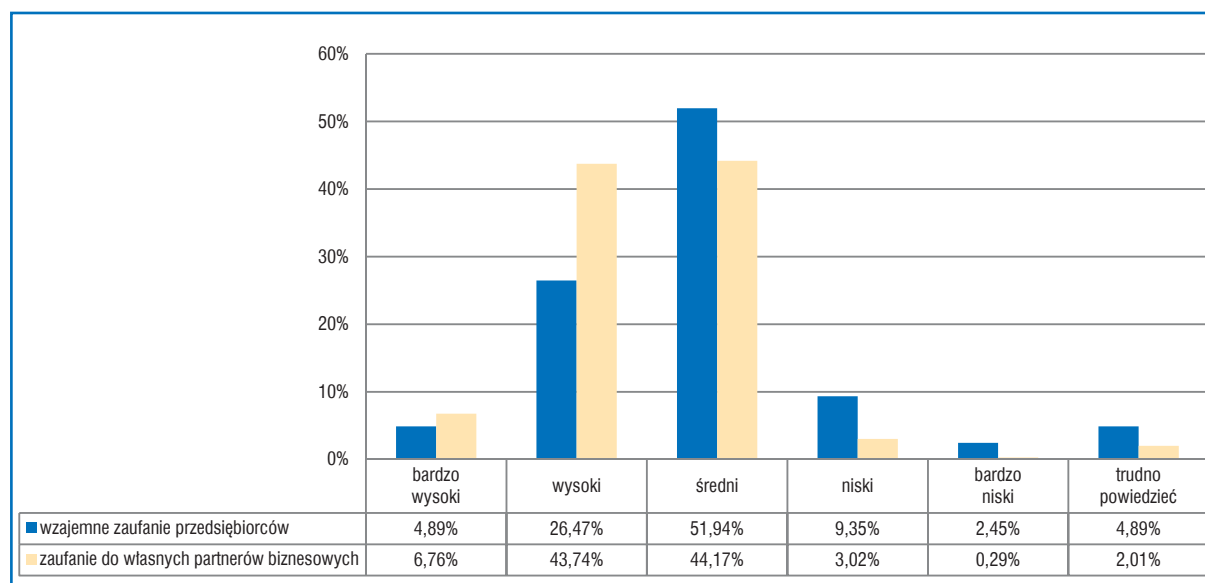
Brak zaufania wiąże się ze zdobywaniem większej ilości informacji o partnerach, ale głównie informacji pozytywnych. Nieufność skłania do poszukiwania nie tylko informacji pozytywnych, ale i negatywnych, co powoduje wzrost kosztów transakcyjnych.

Podsumowując, zaufanie strategiczne dotyczy oczekiwań ludzi odnośnie do tego, jak inni będą zachowywać się w stosunku do nich. Natomiast zaufanie normatywne odnosi się do tego, jak ludzie powinni się zachowywać.

A zatem wyniki ESS, Diagnozy społecznej (wskazujące na niski poziom zaufania wzajemnego Polaków) i niniejszych badań (wskazujące na dość wysoki poziom tego zaufania wśród przedsiębiorców i partnerów biznesowych), choć bardzo odmienne, nie są sprzeczne. Odnoszą się bowiem do innych typów zaufania.

Za optymistyczne należy uznać to, że poziom zaufania pomorskich przedsiębiorców do swoich partnerów w biznesie jest wyższy niż ich ocena wzajemnego zaufania przedsiębiorców w ogóle (Rysunek 36). Oznacza to, że ich osobiste doświadczenia pozwoliły im zbudować wokół siebie lepszy klimat zaufania. I choć większość badań (m.in. ESS²⁴, program Putnama, Do-

Rysunek 36. Ocena poziomu wzajemnego zaufania przedsiębiorców i zaufania do własnych partnerów biznesowych przez właścicieli MSP w województwie pomorskim



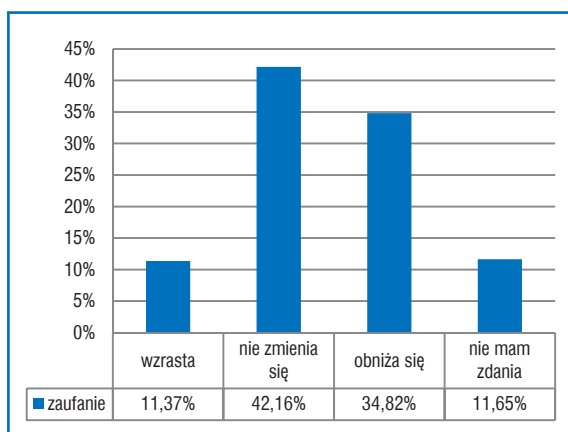
²² jw. s. 189.

²³ jw. s. 190.

²⁴ <http://www.europeansocialsurvey.org/>

gan, Giddens²⁵) wskazuje, że poziom zaufania różnego typu – od ogólnego (do wszystkich i wszystkiego) do adresowanego wąsko (do konkretnych grup ludzi w konkretnych sytuacjach) obniża się właściwie we wszystkich krajach na świecie, to nie oznacza to, iż w regionalnych lub lokalnych społecznościach poziom zaufania strategicznego też będzie miał taką tendencję. Widać jednak (Rysunek 37), że **ponad 1/3 przedsiębiorców pomorskich ocenia, że poziom wzajemnego zaufania w ich środowisku obniża się**. Przeciwnego zdania jest tylko nieco ponad 11% badanych.

Rysunek 37. Ocena zmiany wzajemnego poziomu zaufania w relacjach gospodarczych w Polsce przez właścicieli MSP w województwie pomorskim



Z całą pewnością zaufanie w tych regionalnych i lokalnych społecznościach (a w nich funkcjonują przede wszystkim właściciele MSP), jest i będzie kształtowane z jednej strony przez obniżający się poziom zaufania normatywnego i ogólnego, z drugiej przez osobiste doświadczenia ludzi i ich umiejętności budowania dobrych relacji z bliskim otoczeniem. Z pewnością łatwiej jest budować takie relacje w społecznościach charakteryzujących się „kulturą zaufania” niż „kulturą nieufności”. W tej drugiej sytuacji budowanie dobrych relacji (w tym obniżanie kosztów transakcyjnych) wymaga większego wysiłku wszystkich zainteresowanych, większego wsparcia instytucjonalnego i więcej czasu. **Na podstawie przeprowadzonych badań wydaje się, że na szczęście środowisko właścicieli MSP w woje-**

²⁵ P. Sztompka – Zaufanie. Wydawnictwo Znak, Kraków 2007, s. 379–380.

wództwie pomorskim bliższe jest „kulturze zaufania” niż „kulturze nieufności”, a rozwój gospodarczy będzie sprzyjał budowaniu tej pierwszej.

8. Wpływ otoczenia ekonomicznego na badane firmy

8.1. Wpływ sytuacji makroekonomicznej

W badaniu sprawdzono, w jaki sposób oceniają wpływ obecnej sytuacji ekonomicznej na funkcjonowanie MSP. **Pomimo pogarszającej się oceny sytuacji makroekonomicznej, jedynie 5% respondentów uważa, że sytuacja ta stwarza zagrożenie upadłością ich firmy.** Ponad 22% odczuwa, że powoduje poważne utrudnienia w ich funkcjonowaniu. Z kolei 21% badanych przedsiębiorców jest zdania, że obecna sytuacja stanowi szansę na rozwój. Dalszych 34% respondentów uważa, że obecna sytuacja nie powoduje żadnych zmian w firmie, a 15% jeszcze nie wie, co niesie dla ich firmy spowolnienie gospodarcze (Tabela 43).

Tabela 43. Ocena wpływu sytuacji gospodarczej na funkcjonowanie firmy

ocena wpływu	% badanych firm
zagrożenie upadkiem	5,04%
poważne utrudnienia w funkcjonowaniu	22,16%
szanse na rozwój	21,29%
brak zmian	34,53%
jeszcze nie wiem	15,40%
brak odpowiedzi	1,58%

Zapytano również badanych przedsiębiorców, jakie konsekwencje rodzi dla ich firm obecna sytuacja gospodarcza. Najwięcej (26% respondentów) wskazało na konieczność ograniczenia lub rezygnacji z inwestycji. Z kolei 24% firm ograniczyło lub zamierza ograniczyć zatrudnienie. Na poważne zagrożenie dla istnienia firmy wskazało ponad 9% respondentów. Konieczność obniżenia wynagrodzeń zadeklarowało blisko 14% respondentów, a konieczność negocjowania umów kredytowych – 7%.

Sprawdzono też, jak przedsiębiorcy postrzegają zmianę sytuacji gospodarczej oraz zmianę sytuacji w ich firmie w ostatnim roku. I tak **67% respondentów uważa, że sytuacja gospodarcza w kraju pogorszyła. W odniesieniu do własnej firmy uważa tak 25% przedsiębiorców**, a 56% jest zdania, że sytuacja w firmie nie uległa zmianie w ostatnim roku. Przedsiębiorcy gorzej oceniają zmiany w gospodarce niż we własnych firmach (Tabela 44), co wynika także między innymi z badań PeKaO SA.

Tabela 44. Zmiany sytuacji gospodarczej w kraju oraz w firmie w ostatnim roku

	sytuacja w kraju	sytuacja w firmie
zdecydowanie się pogorszyła	13,53%	4,32%
pogorszyła się	52,37%	20,43%
nie uległa zmianie	28,35%	55,54%
raczej się poprawiła	3,74%	15,54%
zdecydowanie się poprawiła	0,43%	2,45%
brak odpowiedzi	1,58%	1,73%

8.2. Wpływ EURO 2012 na poprawę sytuacji w firmie

Zdecydowanie większość przedsiębiorców nie odczuła poprawy sytuacji w firmie w związku z organizacją EURO 2012 (90,2%) (Tabela 45). Jedynie

Tabela 45. Mistrzostwa Europy – EURO 2012 a poprawa sytuacji w firmie

	% badanych firm
nie przyczyniły się do poprawy	90,2%
tak, pośrednio, poprzez poprawę infrastruktury	3,0%
tak, w sposób bezpośredni, poprzez zwiększenie sprzedaży	2,3%
tak, w inny sposób	0,6%
nie, przyczyniły się do pogorszenia	1,4%
brak odp.	2,5%
suma	100,0%

3% wskazało na poprawę infrastruktury jako pośredni wpływ na firmę oraz 2,3% jako bezpośrednio zwiększenie sprzedaży.

Kilku przedsiębiorców (10 osób) wskazało na negatywny wpływ EURO 2012 na sytuację ich firm. Wskazywali oni przede wszystkim na bałagan i prace przygotowawcze, które odbiły się negatywnie na liczbie klientów, mających utrudnione możliwości dostania się do firmy.

9. Wnioski

Przedsiębiorcy pomorscy oceniali sytuację makroekonomiczną w 2012 roku, jako wyraźnie trudniejszą niż w 2009 roku.

Ocena sytuacji własnych firm była zdecydowanie lepsza niż ocena sytuacji makro.

Pomimo pogarszającej się (w porównaniu do 2009 roku) oceny sytuacji makroekonomicznej, jedynie 5% respondentów uważało, że sytuacja ta grozi upadłością ich firmy, a 22% oceniało, że powoduje poważne utrudnienia w ich funkcjonowaniu. Pozostali oceniali, że sytuacja makroekonomiczna nie wpłynie na ich firmy (34%) lub że stanowi szansę na ich rozwój (21%).

Postrzeżenie i odczuwanie barier rozwoju przez przedsiębiorców jest zawsze, na co wskazują wszystkie badania, w tym kolejne edycje POG, związane z ocenami koniunktury gospodarczej. Stąd, zgodnie z oczekiwaniami wzrosły wyraźnie liczby wskazań na istotność barier zewnętrznych i wewnętrznych. Wśród tych pierwszych za najważniejsze właściciele MSP uznali rosnącą krajową konkurencję, niewystarczający popyt i niekorzystną politykę podatkową. Natomiast wśród barier wewnętrznych – wysokie koszty produkcji i brak środków finansowych.

Ważnym sygnałem słabnącej koniunktury jest fakt, że w latach 2010–2011 mniej firm niż w okresie 2007–2008 poniosło wydatki inwestycyjne, odnotowano także słabszą działalność innowacyjną. Potwierdzeniem tego sygnału jest też fakt, że mniej niż połowa firm przewiduje na najbliższy rok wzrost sprzedaży.

Natomiast tylko 7,2% przebadanych MSP w najbliższych 2 latach przewiduje spadek liczby pracowników, a wzrost zatrudnienia planuje – 19,3%. Stabilną liczbę pracowników zamierza utrzymać 71,5% MSP.

86,1% zatrudnionych w przebadanych MSP to pracownicy zatrudnieni na pełnych etatach.

Celem większości firm jest nadal (podobnie jak w badaniach POG w poprzednich latach) rozwój (deklaruje tak 57,4% badanych MSP). Rozwój ten rozumiany jest przede wszystkim jako wzrost sprzedaży, następnie jako poszerzenie rynków zbytu. Wzrost zatrudnienia wymienia się w kontekście rozwoju przedsiębiorstw w dalszej kolejności. Wynika stąd, że wspieranie rozwoju istniejących przedsiębiorstw, nawet jeśli będzie skuteczne, nie przełoży się automatycznie na wzrost zatrudnienia. Przedsiębiorcy wskazując na rozwój rozumiany jako wzrost sprzedaży i udziałów w rynkach, dążą przy tym do ograniczenia wzrostu kosztów produkcji (w tym kosztów pracy), postrzegając je jako istotne bariery rozwoju.

Ważną konkluzją z tych badań jest stwierdzenie braku korelacji pomiędzy deklarowanymi zamierzeniami/planami a rzeczywistymi zmianami w firmach, zarówno jeśli chodzi o wielkość sprzedaży, jak i wielkość zatrudnienia. Oznacza to, że opieranie prognoz na informacjach uzyskanych z takich badań jest ryzykowne. Trzeba jednakże podkreślić, że analiza relacji pomiędzy planami a ich realizacją za lata 2010–2011 wskazuje, że faktyczne rezultaty działalności firm były lepsze, niż ich przewidywania z roku 2009.

Całkowite zatrudnienie w badanej grupie MSP praktycznie nie zmieniło się (wzrosło o 1 osobę) w latach 2009–2012. Jednak dzięki możliwości obserwowania zmian w każdym z przedsiębiorstw okazało się, że w tym okresie część firm (224) zwolniła 3032 pracowników, natomiast 164 firmy zwiększyły zatrudnienie o 3033 osoby. A zatem pod pozorną stabilnością zatrudnienia krył się wysoki, wynoszący 35% obrót miejsc pracy.

Wciąż głównymi źródłami finansowania MSP są zyski i kapitały własne. Jednak zwraca uwagę wyraźny wzrost firm korzystających z kredytów bankowych (ponad połowa badanych MSP w 2012). Relatywnie dużo MSP (23,3%) wskazuje, że korzysta z rozmaitych funduszy unijnych.

Wyniki pokazują także, że poprawił się dostęp do kredytów bankowych. Jest to zapewne częściowo rezultatem pewnego poluzowania polityki banków (choć zmiany w tym zakresie przyspieszyły dopiero pod koniec 2012 roku), ale również nie najgorszej sytuacji finansowej znacznej grupy firm.

Równolegle zaobserwowano jednak wzrost liczby wskazań na brak środków finansowych.

Większość (63%) badanych firm przewidywała, że osiągnie zysk w 2012 roku. Był to odsetek niższy od odsetka firm, które osiągnęły zysk w okresie 2010–2011 (75%).

Interesujące jest, że eksporterzy częściej niż firmy nieeksportujące postrzegali obecną sytuację gospodarczą, jako dającą im szansę na rozwój (27% wobec 20%).

W świetle powszechnej opinii o niskiej innowacyjności polskiej gospodarki, odsetek firm (25%), które często kupowały licencje, należy ocenić jako wysoki.

Okolo 26% badanych firm stało się dostawcą informacji, wiedzy lub technologii dla innych firm, co oznacza, że nieco ponad jedna czwarta pomorskich MSP jest obdarzona zdolnością do generowania szeroko rozumianej wiedzy na zewnątrz.

Skala wykorzystania Internetu w działalności badanych firm różni się pomiędzy poszczególnymi klasami wielkości. Pomorskie MSP niemal w stu procentach korzystają z tego medium.

Opierając się na przyjętym kryterium definicyjnym firm rodzinnych, w badanej próbie zidentyfikowano 26% firm rodzinnych.

Pomorskie firmy rodzinne są generalnie mniejsze niż ich nierodzinne odpowiedniki, co potwierdza opinię, że cecha rodzinności jest czynnikiem raczej hamującym wzrost firmy niż mu sprzyjającym.

Większość badanych firm rodzinnych (54%) jest prowadzona przez pierwsze pokolenie. W 97% przypadków firm rodzinnych odpowiedzialność w zakresie podejmowania kluczowych dla firm decyzji spoczywa na właścicielu lub osobie z jego rodziny.

Pomorskie MSP bardzo rzadko zajmują się planowaniem procesu sukcesji. Można to częściowo przypisać ogólnej niechęci do tworzenia sformalizowanych planów w firmach należących do tego sektora. W pewnej mierze jest to jednak związane z odkładaniem planów w zakresie sukcesji na później.

Ocena otoczenia instytucjonalnego biznesu w województwie pomorskim wypadła lepiej niż można było oczekiwać na podstawie potocznych opinii²⁶.

Do pozytywnych stron zaliczyć należy:

1. Ocenę przez przedsiębiorców ich relacji z pracownikami urzędów i instytucji, z którymi się stykają. Pozytywnie oceniają także kompetencje tych pracowników. W przypadku wszystkich instytucji i urzędów, o które pytano w tych badaniach, oceny bardzo dobre i dobre przeważały nad ocenami złymi i bardzo złymi;

²⁶ Wnioski odnośnie do otoczenia instytucjonalnego dotyczą zarówno MSP, jak i pomorskich mikroprzedsiębiorstw (tej i następnej części raportu).

2. Zaskakująco optymistyczne wyniki badań odnośnie do poziomu zaufania w środowisku przedsiębiorców. We wszystkich badanych grupach (MSP, mikro na Pomorzu, mikro w powiecie kościerskim) oceny tego poziomu są wysokie, szczególnie poziomu zaufania wobec własnych partnerów biznesowych. Stanowi to dobrą podstawę do rozwoju kapitału społecznego w regionie i na poziomie mniejszych społeczności lokalnych;
3. Korespondujące z wynikami dotyczącymi oceny poziomu zaufania wyniki dotyczące nieuczciwych praktyk konkurentów i partnerów biznesowych. Wyrażna większość respondentów stwierdziła, że nie spotkała się z nimi nigdy bądź stykała się rzadko.

Negatywne strony, to:

1. Dominujące poczucie braku troski władz lokalnych wobec przedsiębiorców, mimo dość pozytywnej oceny wystawianej pracownikom administracji publicznej;

2. Bardzo słaba znajomość instytucji wspierania biznesu (ogromna większość respondentów nie potrafiła wymienić żadnej);
3. Dominująca nieświadomość co do istnienia i treści społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR);
4. Najczęściej spotykane przez przedsiębiorców nieuczciwe praktyki: opóźnienia płatności, заниżanie cen poniżej kosztów i wykorzystywanie znajomości dla osiągnięcia własnych korzyści.

Jako neutralne (choć w porównaniu do rozpowsechnionych opinii – pozytywne) można uznać oceny uciążliwości procedur biurokratycznych związanych z różnymi obszarami funkcjonowania firm. W przypadku MSP jako najbardziej uciążliwe oceniono procedury podatkowe, sprawozdawczość GUS i ZUS oraz procedury związane z pozwoleniami na budowę; taka sama kolejność występowała w przypadku firm mikro. Jednak w obu grupach wskazania na dużą i bardzo dużą uciążliwość były rzadsze niż wskazania na uciążliwość niewielką i żadną.



Pomorskie mikroprzedsiębiorstwa – charakterystyka, determinanty funkcjonowania i rozwoju

1. Charakterystyka badanej próby

Dobór próby

Badaniami mikroprzedsiębiorstw w województwie pomorskim objęto firmy, które zostały pierwotnie przebadane w 2009 roku w ramach POG III. W obecnych badaniach powrócono do 290 firm z 1005 przebadanych. Powrót do tej samej próby badawczej pozwolił na określenie zmian, jakie w tych firmach zaszły w latach 2009–2012, przede wszystkim zmian w zatrudnieniu. Dobór firm opierał się wówczas na trzech kryteriach:

- nie mogły powstać wcześniej niż w 2005 roku;
- musiały zatrudniać przynajmniej jedną osobę;
- zostały dobrane z dziewięciu powiatów: po trzy z grupy powiatów o wysokim bezrobociu (malborski, nowodworski, sztumski); niskim bezrobociu (wejherowski, kartuski, pucki) oraz powiatach trójmiejskich (Gdańsk, Gdynia, Sopot).

Rozkład wywiadów w poszczególnych grupach powiatów nie był równomierny, co wynikało z niższej liczby firm w powiatach o wysokim bezrobociu. Miało to swoje odbicie w strukturze respondentów 2012 roku (Tabela 46).

Tabela 46. Rozkład wywiadów w poszczególnych grupach powiatów w 2009 i 2012 roku

Grupa	liczba 2009	udział grupy powiatów	liczba 2013	udział grupy powiatów
trójmiejskie	436	43,4%	130	45,2%
niskie bezrobocie	409	40,6%	123	42,4%
wysokie bezrobocie	160	16,0%	36	12,4%
suma	1005	100%	290	100%

Wyniki uzyskane w 2012 roku zostały skonfrontowane z wynikami badań przeprowadzonych w 2009 roku. Przy porównaniach brano pod uwagę odpowiedzi tylko tych przedsiębiorców, którzy uczestniczyli w obu badaniach (w 2009 r. i w 2012 roku).

Podstawowa działalność

W próbie badanej w 2012 roku znalazło się 5% firm przemysłowych, 17% handlowych, 59% usługowych oraz 18% budowlanych. Ten rozkład firm nie pokrywa się z rozkładem mikroprzedsiębiorstw w Polsce z 2009 roku według branż, z którego wynika, że 10,7% to firmy przemysłowe, 15,5% to budownictwo, 38% handel i pozostałe 35,9% to usługi²⁷. W przypadku przebadanych mikroprzedsiębiorstw pomorskich wystąpiła zatem nadreprezentacja firm usługowych i budowlanych.

Wiek przebadanych mikroprzedsiębiorstw

Największą grupę stanowiły firmy założone w 2007 i 2008 roku (odpowiednio 31% i 29%), najmniejszą te najmłodsze, założone w 2009 roku (10%) (Tabela 47).

Tabela 47. Rozkład wieku przebadanych firm

Rok założenia	udział
2005	17%
2006	14%
2007	29%
2008	31%
2009	10%
Suma	100%

²⁷ Zadura-Lichota P.; Tarnawa A. red., Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2010–2011, PARR, Warszawa 2012.

Forma prawna przebadanych mikroprzedsiębiorstw

W sześciu przypadkach firmy zmieniły formę prawną, jednak cały czas przeważają osoby fizyczne prowadzące działalność jednoosobowo (83%). Pozostałe firmy to spółki cywilne (9,3%), spółki z o.o. (2%), komandytowe (0,06%) i spółdzielnie (0,06%).

Zasięg geograficzny

Mikroprzedsiębiorstwa funkcjonują przede wszystkim na rynkach lokalnych we wszystkich krajach UE. Również objęte niniejszym badaniem mikroprzedsiębiorstwa prowadzą działalność przede wszystkim na rynkach lokalnym (35%) i wojewódzkim (28%). Działalność w skali ogólnopolskiej prowadzi 21% przebadanych mikroprzedsiębiorstw, a na rynku międzynarodowym funkcjonuje 16% firm (Tabela 48). Warto w tym miejscu przywołać wyniki przedstawione w raporcie *Internationalisation of European SMEs*²⁸, według którego udział eksporterów wśród europejskich mikroprzedsiębiorstw wynosi 24%, a zinternacjonalizowanych jest 43% mikroprzedsiębiorstw (internacjonalizacja oprócz eksportu obejmuje również inne formy ekspansji międzynarodowej, jak import, kooperacja, inwestycje zagraniczne, podwykonawstwo)²⁹. Z kolei według raportu banku PeKaO SA³⁰ udział eksporterów wśród polskich mikroprzedsiębiorstw wynosi 11%, a dla województwa pomorskiego 14%. A zatem wyniki badań banku PeKaO SA są zbliżone do uzyskanych w niniejszym badaniu pomorskich mikroprzedsiębiorstw.

Tabela 48. Geograficzny zasięg działalności firmy

Zasięg geograficzny	% firm
lokalny	35,2%
wojewódzki	27,6%
ogólnopolski	21,0%
międzynarodowy	16,2%
suma	100%

²⁸ Internationalisation of European SMEs, Final Report, European Commission, Brussels, 2010.

²⁹ Wyniki dla UE27 oraz 6 krajów nienależących do UE (Chorwacja, Islandia, Liechtenstein, FYROM, Norwegia i Turcja).

³⁰ Raport o sytuacji mikro i małych firm w roku 2012, PeKaO SA, 2013.

2. Cele badanych mikroprzedsiębiorstw i plany dotyczące sprzedaży i zatrudnienia

Cele badanych firm

Mimo wyraźnego pogorszenia koniunktury i gorszych nastrojów, tak jak w badaniach POG, mikroprzedsiębiorcy przede wszystkim chcą rozwijać swoje firmy (66,2%). Choć ich udział w badanej populacji jest wyraźnie niższy w porównaniu do 2009 roku (80,7%), co zapewne wynika z większej niepewności i z bardziej pesymistycznych prognoz makroekonomicznych na rok 2013. 25% badanych zamierza utrzymać status quo (Rysunek 38). Dla bardzo niewielu mikroprzedsiębiorców celem jest zmiana profilu (3%), ograniczenie działalności (3%) czy też jej likwidacja (2%).

Spośród wszystkich przebadanych mikroprzedsiębiorstw, 67,6% chce utrzymać dotychczasowe cele (58,6% rozwój, 9% utrzymanie dotychczasowej działalności) (Tabela 49). Najwięcej zmian pojawiło się wśród tych, które w 2009 roku wskazały na rozwój, a w tej chwili zamierzają utrzymać status quo (15,2%). Z kolei przedsiębiorcy, którzy właśnie status quo zamierzali utrzymać w 2009 roku, a w tej chwili myślą o rozwoju firmy stanowią 5,9% całej przebadanej populacji.

Jeżeli porównać charakter zmian głównego celu, to okazuje się, że więcej mikroprzedsiębiorstw decyduje

Rysunek 38. Rozkład celów w przebadanych mikroprzedsiębiorstwach

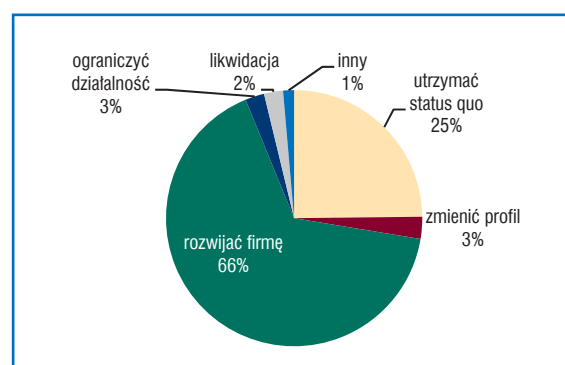


Tabela 49. Rozkład wskazań na główny cel firmy w 2009 i w 2012 roku – zmiany celu

		2009			suma końcowa
2012	cel firmy	rozwijać firmę	status quo	pozostałe	
	rozwijać firmę	58,6%	5,9%	1,6%	66,10%
	status quo	15,2%	9,0%	0,7%	24,90%
	pozostałe	6,9%	2,1%	0,0%	9,00%
	suma końcowa	80,7%	17,0%	2,3%	100,0%

się na zmianę z rozwoju na inne (status quo i pozostałe): łącznie 16,1%; niż ze status quo i pozostałych na rozwój: 7,5%.

Mikroprzedsiębiorcy, którzy wskazali rozwój jako cel funkcjonowania firmy, postrzegają go przede wszystkim jako wzrost przychodów (75,5%), poszerzenie rynków (62%), wzrost zatrudnienia (53,7%) i tylko 24,5% jako zmiany technologiczne (Tabela 50 – odpowiadali tylko przedsiębiorcy, którzy wskazali rozwój jako cel funkcjonowania swojej firmy; respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź). Takie podejście do rozwoju firmy jest dość typowe. Podobnie było w poprzednich badaniach POG. Także wyniki innych badań (np. Lewiatan) potwierdzają takie rozumienie rozwoju przez przedsiębiorców.

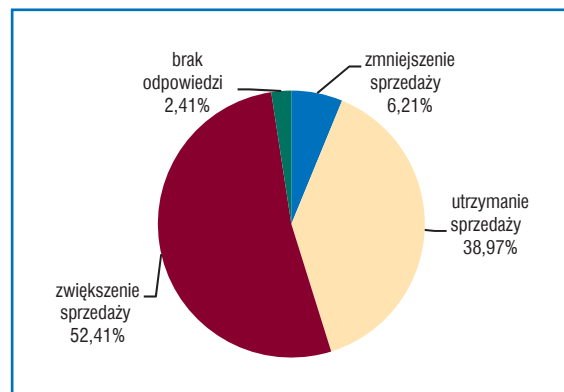
Tabela 50. Rozumienie rozwoju przez mikroprzedsiębiorców, którzy go wskazali jako główny cel

rozwój oznacza:	mikroprzedsiębiorcy, którzy wskazali rozwój jako cel (n=192)
wzrost przychodów	75,5%
poszerzenie rynków	62,0%
wzrost zatrudnienia	53,7%
zmiany technologiczne	24,5%
inne	2,01%

Przewidywania dotyczące sprzedaży

Niewiele ponad połowa przedsiębiorców przewiduje zwiększenie sprzedaży (52,4%), a niemal 40% zamierza ją utrzymać na niezmiennym poziomie (38,97%) (Rysunek 39).

Rysunek 39. Przewidywania dotyczące zmian w sprzedaży



Najczęściej przedsiębiorcy przewidują zwiększenie sprzedaży do 20%, rzadko wskazując przyrosty przekraczające 40%. Biorąc pod uwagę stan i prognozy koniunktury, przewidywane zmiany sprzedaży świadczą o sporym optymizmie pomorskich mikroprzedsiębiorców (Tabela 51 – odpowiadali tylko przedsiębiorcy, którzy wskazali na planowany wzrost sprzedaży).

Tabela 51. Wskazania dotyczące wartości procentowych wzrostu sprzedaży

Wariant „zwiększenie sprzedaży” w %	% przypadków (n=152)
0–10	20,39%
11–20	28,95%
21–30	17,11%
31–40	0,66%
41–50	5,26%
powyżej 50	5,26%
brak	22,37%

Zatrudnienie w badanych firmach

Całkowite zatrudnienie w badanych firmach wyniosło 635 osób i spadło o 39 osób, co stanowi 5,8% wielkości zatrudnienia w 2009 roku. Jest to spadek poważny. Tym bardziej, że złożyła się nań redukcja miejsc pracy aż w 52,4% mikroprzedsiębiorstwach, podczas gdy wzrost liczby pracowników zanotowano w 20% firm (Tabela 52). Trzeba jednak zwrócić uwagę, że średni ubytek miejsc pracy w 152 firmach, które zredukowały zatrudnienie, wyniósł 1,8 etatu, natomiast średni wzrost liczby miejsc pracy w 59 firmach, które zwiększyły zatrudnienie, był wyraźnie

Tabela 52. Zmiany w wielkości zatrudnienia w badanych mikroprzedsiębiorstwach

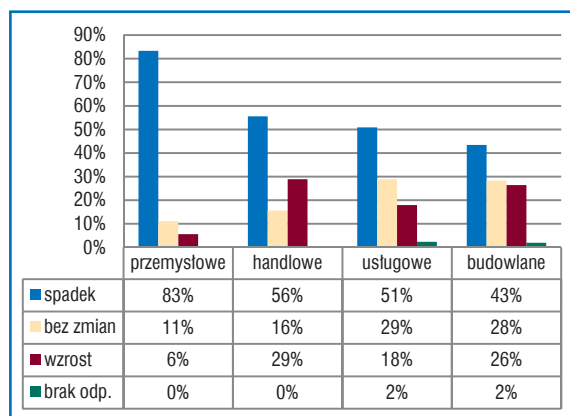
	firmy, w których zatrudnienie spadło	firmy, w których zatrudnienie pozostało na tym samym poziomie	firmy, w których zatrudnienie wzrosło	brak danych	łącznie
liczba i udział firm	152 (52,4%)	74 (25,5%)	59 (20,3%)	5 (1,7%)	290 (100%)
wielkość zmian zatrudnienia	-273	0	234	–	-39 (-5,8%)

większy i wyniósł prawie 4 etaty. Ten ostatni wynik można uznać za bardzo dobry, biorąc pod uwagę znacznie trudniejsze niż w 2009 roku warunki gospodarowania.

W 2012 roku jedna mikrofirma zatrudniała przeciętnie 2,23 osoby, czyli nieco mniej w porównaniu z 2009 rokiem, kiedy to dla badanej grupy firm średnia wynosiła 2,37. Wielkość ta odbiega nieco w górę od średniego zatrudnienia w mikrofirmach w Polsce, gdzie jest ona szacowana na 2,1 osoby³¹.

Analiza zmian zatrudnienia w zależności od branży wskazuje na największy udział mikroprzedsiębiorstw, które odnotowały spadek zatrudnienia w branży przemysłowej (83%), w dalszej kolejności w handlu (56%), usługach (51%) oraz budownictwie (43%) (Rysunek 40). Z kolei **wzrost zatrudnienia odnotowały przede wszystkim mikroprzedsiębiorstwa handlowe (29%) i budowlane (26%), w najmniejszym stopniu przemysłowe (6%).**

Warto także podkreślić, że w chwili obecnej 87 przebadanych mikrofirm nikogo nie zatrudnia (30%).

Rysunek 40. Zmiany zatrudnienia w zależności od branży (odsetek firm, w których zatrudnienie zmieniło się w porównaniu z 2009 rokiem)

³¹ Tarnawa, Zadura-Lichota (red.), 2012 op.cit.

W 2009 roku takich firm było 5, dwie z nich do roku 2012 zwiększyły zatrudnienie, a trzy pozostały na tym samym, zerowym poziomie zatrudnienia. Największy spadek w tej grupie przedsiębiorstw to 7 osób, jednak dla niemal połowy badanych (42 mikroprzedsiębiorstwa) był to spadek zatrudnienia o jedną osobę. Z drugiej natomiast strony 13 z nich przestało należeć do grupy mikro, zwiększając zatrudnienie powyżej 9 osób (4,5%) (Tabela 53).

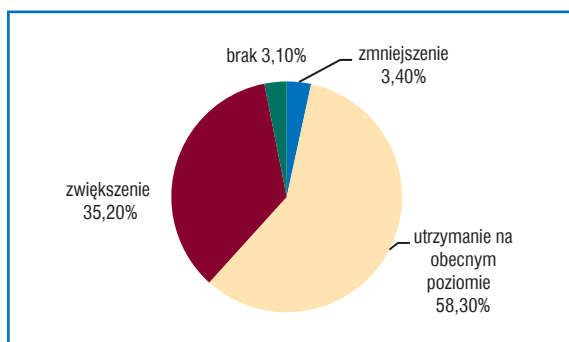
Tabela 53. Obecne zatrudnienie w badanych firmach

Liczba zatrudnionych w firmie	Liczba firm (n)	Udział w grupach wielkości
0	87	30,0%
1	89	63,8%
2	36	
3	25	
4	9	
5	12	
6	7	
7	3	4,5%
8	2	
9	2	
10	3	
11	3	
12	3	
14	1	1,7%
16	1	
30	1	
47	1	100,0%
brak danych	5	
suma końcowa	290	

Przewidywania dotyczące zmian w zatrudnieniu

Niemal 60% przedsiębiorców nie przewiduje zmian w zatrudnieniu (Rysunek 41). Udział spodziewających się jego zwiększenia jest niższy niż w przypadku zwiększenia sprzedaży i wynosi 35,2%. Kilku (3,4%) przedsiębiorców zadeklarowało zmniejszenie zatrudnienia. Jest to odsetek niższy w porównaniu do przedsiębiorców przewidujących zmniejszenie sprzedaży. Podsumowując można powiedzieć, że generalnie **planowane zmiany zatrudnienia są mniejsze niż w zakresie sprzedaży**.

Rysunek 41. Przewidywania dotyczące zatrudnienia



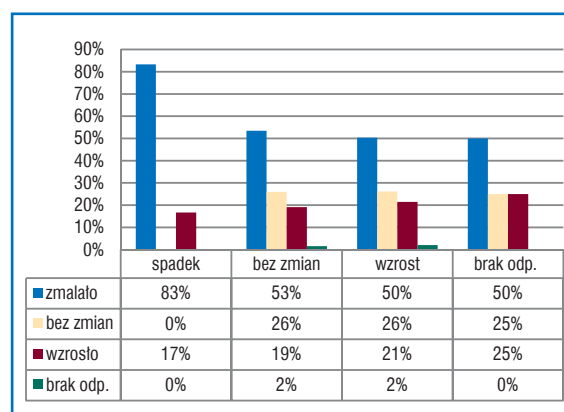
Przeanalizowano relację pomiędzy przewidywaniami dotyczącymi zmian zatrudnienia w 2009 roku a jego rzeczywistymi zmianami w latach 2009–2012. W tabeli poniżej przedstawiono licznosci oraz udziały firm dla poszczególnych sytuacji (Tabela 54). Kolorem szarym zaznaczono zgodność pomiędzy przewidywaniami w 2009 roku a rzeczywistością w roku w 2012. Mikroprzedsiębiorstw, które trafnie przewidziały (zrealizowały swoje plany), było łącznie 24,4% (1,7% to spadek zatrudnienia; 11,7% bez zmian i 11% wzrost).

Analizując zmiany zatrudnienia (2009–2012) w zależności od przewidywań (2009) widać wyraźnie, że **tam**

gdzie przewidywano spadek zatrudnienia, w 83% te przewidywania spełniły się (Rysunek 42).

W pozostałych przypadkach realizacja przewidywań była na poziomie 26% (bez zmian) i 21% (wzrost). W przypadku mikroprzedsiębiorców, którzy przewidywali utrzymanie poziomu zatrudnienia lub jego wzrost, spadło ono w połowie z nich, a wzrosło w około 20%.

Rysunek 42. Zależności pomiędzy planami dotyczącymi zatrudnienia w 2009 roku (kolumny) a rzeczywistymi zmianami zatrudnienia w latach 2009–2012 (wiersze)



Może to świadczyć o dużej zależności mikroprzedsiębiorstw od otoczenia zewnętrznego – aż w 80% firm sprawdziły się przewidywania/plany dotyczące zmniejszenia zatrudnienia, bardziej ambitne zamierzenia zostały zrealizowane przez znacznie mniejszy odsetek przedsiębiorców. Co więcej, niezależnie od przewidywań przedsiębiorców (bez zmian, wzrost zatrudnienia) rzeczywiste zmiany zatrudnienia przebiegały w taki sam sposób.

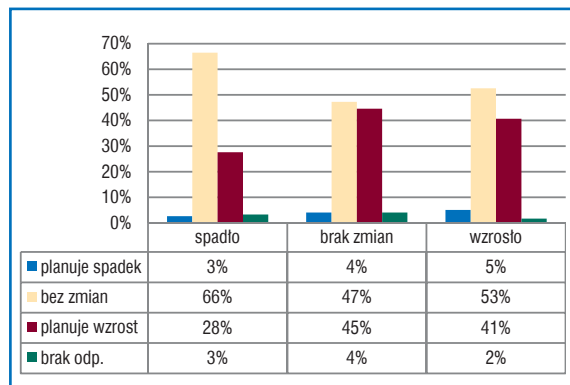
Przeprowadzona analiza tego, co było, pozwala jedynie w ograniczonym stopniu wyciągać wnioski na temat tego, co będzie. Jednak warto przyrzeć się, jakie

Tabela 54. Przewidywania dotyczące zmian w zatrudnieniu w 2009 roku a rzeczywiste zmiany w latach 2009–2012

		rzeczywiste zmiany 2009–2012				suma końcowa
		zmalało	bez zmian	wzrosło	brak odp.	
przewidywania w 2009	spadek	5 (1,7%)	0 (0%)	1 (0,3%)	0 (0%)	6 (2,1%)
	bez zmian	70 (24,1%)	34 (11,7%)	25 (8,6%)	2 (0,7%)	131 (45,2%)
	wzrost	75 (25,9%)	39 (13,4%)	32 (11,0%)	3 (1,0%)	149 (51,4%)
	brak odp.	2 (0,7%)	1 (0,3%)	1 (0,3%)	0 (0%)	4 (1,4%)
	suma końcowa	152 (52,4%)	74 (25,5%)	59 (20,3%)	5 (1,7%)	290 (100%)

mają plany dotyczące zmian w zatrudnieniu przedsiębiorcy w zależności od tego, co się w obszarze zatrudnienia zmieniło w latach 2009–2012. Otóż mikroprzedsiębiorstwa, w których zatrudnienie zmalało, w 66% nie planują żadnych zmian w najbliższym, 2013 roku, a w 28% zamierzają zatrudnienie zwiększyć. Jedynie 3% planuje dalej je obniżyć (Rysunek 43). Z kolei mikroprzedsiębiorstwa, w których zatrudnienie pozostało niezmienione, chcą je pozostawić na niezmienionym poziomie (47%), prawie w takiej samej liczbie przypadków podnieść (45%), a jedynie w 4% obniżyć. Ostatnia grupa firm to te, w których zatrudnienie wzrosło. Ten trend chce kontynuować 41%, kolejnych 53% zamierza niczego nie zmieniać, a 5% obniżyć. Trudno tu dostrzec jakiegokolwiek prawidłowości pomiędzy tym, co było i tym, co firmy zamierzają.

Rysunek 43. Plany dotyczące zatrudnienia na najbliższy rok (wiersze) w zależności od zmian w zatrudnieniu w latach 2009–2012 (kolumny)



3. Bariery rozwoju

Podobnie jak w poprzednich edycjach badania POG, bariery rozwoju mikroprzedsiębiorstw podzielono na zewnętrzne i wewnętrzne. Wiele badań przeprowadzonych w okresie recesji lub spowolnienia gospodarczego (z lat 1991–92 i 2008) potwierdza, iż najbardziej wzrasta odczuwanie barier finansowej i popytu zwłaszcza w grupie mikroprzedsiębiorstw. Jednocześnie odczuwanie to słabnie w okresie dobrej koniunktury.

Wyniki obecnych badań również potwierdzają dużą wrażliwość mikroprzedsiębiorstw na zmiany koniunktury. O ile w badaniu POG II z 2006 roku, czyli w okresie bardzo dobrej koniunktury, mikroprzedsiębiorcy dość słabo odczuwali bariery rozwoju, tak w badaniu POG III przeprowadzonym w 2009 roku, gdy koniunktura była już gorsza, ich odczuwalność bardzo wzrosła. W 2012 roku liczba wskazań na różne zjawiska stanowiące w opinii przedsiębiorców bariery rozwoju ich firm jeszcze wzrosła. Jest to szczególnie zauważalne w przypadku barier wewnętrznych.

Wśród zewnętrznych barier rozwoju najczęściej respondentów (75%) wskazało na niekorzystną politykę podatkową. Do barier silnie odczuwalnych zaliczyć należy niewystarczający popyt (65%) i rosnącą konkurencję krajową (51%), zmienność i niejasność przepisów (59%) oraz konkurencję nielegalnych przedsiębiorstw (54%). 45% respondentów ma problemy z uzyskaniem należności. Do słabiej odczuwalnych barier zaliczyć należy trudności z uzyskaniem kredytu (27%) i rosnącą konkurencję zagraniczną (14%) (Tabela 55 – respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź).

Tabela 55. Zewnętrzne bariery rozwoju

	stanowi barierę	nie stanowi bariery	nie wiem	brak odpowiedzi
niewystarczający popyt	65,17%	32,76%	0,34%	1,72%
rosnąca konkurencja krajowa	51,03%	48,28%	0,34%	0,34%
rosnąca konkurencja zagraniczna	14,48%	83,10%	1,03%	1,38%
konkurencja nielegalnych przedsiębiorstw	54,48%	41,72%	2,76%	1,03%
trudności z uzyskaniem kredytu	26,55%	65,52%	1,72%	6,21%
niekorzystna polityka podatkowa	74,83%	23,45%	1,03%	0,69%
uzyskanie należności	43,10%	56,21%	0,34%	0,34%
zmienność, niejasność przepisów	59,31%	37,59%	1,72%	1,38%

Raport 2013

Wśród wewnętrznych barier rozwoju aż 80% respondentów wskazało na brak środków finansowych. Mimo spowolnienia gospodarczego i częstego wskazywania na tę barierę w czasach dekonjunktury, wynik ten należy uznać za wyjątkowo wysoki. Na wysokie koszty produkcji wskazało 49% respondentów, a 47% na niską płynność. Najmniej (27%) respondentów wskazało na nadmierne zadłużenie (Tabela 56 – respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź).

Tabela 56. Wewnętrzne bariery rozwoju

	stanowi barierę	nie stanowi bariery	nie wiem	brak odpowiedzi
brak środków finansowych	80,34%	18,28%	1,38%	0,00%
wysokie koszty produkcji	48,62%	45,52%	0,69%	5,17%
nadmierne zadłużenie	26,90%	67,24%	0,00%	5,86%
niska płynność	47,93%	50,00%	0,69%	1,38%

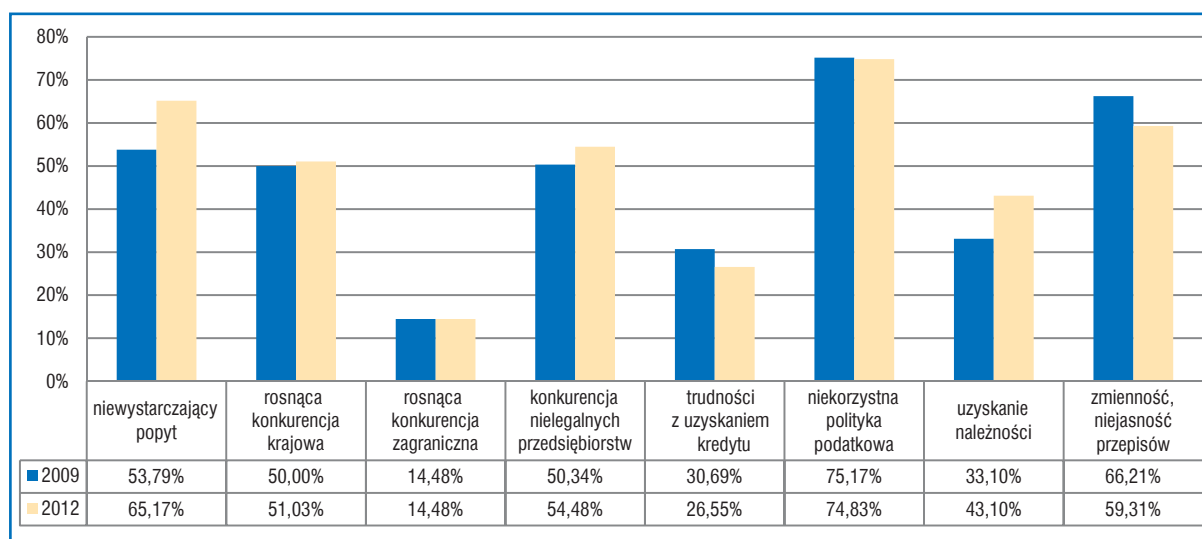
Ponadto 34 respondentów wybrało odpowiedź „inne bariery”. Respondenci wymienili tu wysokie koszty zatrudnienia, biurokrację, słabą kondycję klientów, konkurencję ze strony hipermarketów, obecną sytuację go-

spodarczą, trudności w pozyskaniu wykwalifikowanych pracowników, politykę rządu w zakresie dotacji unijnych, nierzetelność kontrahentów, biurokrację, wahania kursów walut, brak surowca, politykę banków i pogodę.

Uzyskane wyniki badań mikroprzedsiębiorców pokazują, iż hierarchia postrzeganych zewnętrznych barier rozwoju jest podobna do roku 2009. Przedsiębiorcy silniej (o 11 punktów procentowych) odczuwają barierę popytu, co w warunkach pogorszenia konjunktury i spadku popytu nie może dziwić. Konsumenci, podobnie jak przedsiębiorstwa, prawdopodobnie odkładają część wydatków do czasu zdecydowanej poprawy sytuacji gospodarczej. Według wielu prognoz rok 2013 będzie charakteryzować się wolnym tempem wzrostu konsumpcji. Pogarszająca się sytuacja na rynku pracy, ujemne realne tempo wzrostu płac, słabnąca siła przetargowa pracowników oraz rosnące obawy przed utratą pracy niekorzystnie wpływają na nastroje konsumentów i zniechęcają do zakupów³².

Trudniej też jest uzyskać należności (wzrost liczby wskazań o 10 punktów procentowe). Z drugiej strony, słabiej (o ponad 4 punkty procentowych) przedsiębiorcy odczuwają barierę dostępu do kredytu. Badanie poprzedniej edycji POG III przeprowadzono w okresie, kiedy banki zaostrzyły politykę kredytową, co wówczas było następstwem kryzysu finansowego. Natomiast obecnie polityka banków jest znacznie mniej restrykcyjna, co poprawia dostęp mikroprzedsiębiorstw do kredytu (Rysunek 44).

Rysunek 44. Zmiany w postrzeganiu zewnętrznych barier rozwoju

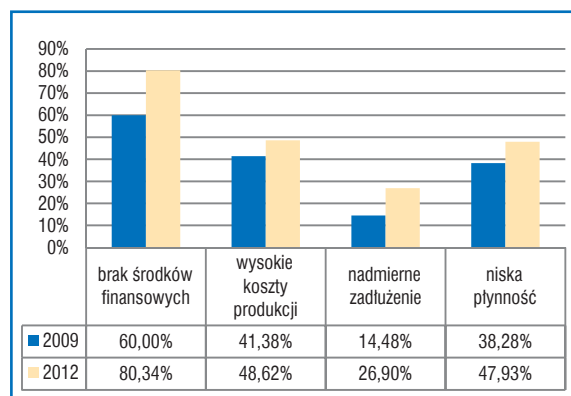


³² Raport o sytuacji mikro i małych firm w roku 2012, PeKaO SA, 2013, s. 15.

Natomiast znacznie silniej niż w roku 2009 badani mikroprzedsiębiorcy odczuwają wewnętrzne bariery rozwoju (Rysunek 45). Najbardziej wzrosła odczuwalność bariery finansowej (o 20 punktów procentowych). Można to do pewnego stopnia wytłumaczyć kilkuletnim funkcjonowaniem przedsiębiorstw w warunkach niepewności, co wywołuje wzrost pesymizmu wśród przedsiębiorców.

Niemal we wszystkich badaniach firm w Polsce wymieniane są te same bariery rozwoju, choć różnią się częstości ich wskazywania przez respondentów (zależy to też często od sposobu formułowania pytań i tzw. kafeterii zawartych w kwestionariuszach badawczych). I tak np. w przywołanym już wcześniej raporcie PeKaO SA trzema najistotniejszymi barierami rozwojowymi w opinii właścicieli mikro i małych firm okazały się koszty pracy, wysokość podatków oraz obciążenia biurokratyczne związane z prowadzeniem działalności gospodarczej. Ponadto problemem dla firm były także: konkurencja ze strony innych przedsiębiorstw, przepisy prawne oraz popyt na produkty lub usługi firmy.

Rysunek 45. Zmiany w postrzeganiu wewnętrznych barier rozwoju



4. Wybrane aspekty działalności wybranych mikroprzedsiębiorstw

4.1. Aspekty finansowe

Źródła finansowania pomorskich mikrofirm

Na przestrzeni lat 2009–2012 daje się zauważyć pewną ewolucję, jeśli chodzi o źródła finansowania. W przypadku firm niewielkich, a więc przede wszystkim

mikrofirm, dominującymi źródłami finansowania są zawsze kapitały własne. Prawdopodobnie ta powtarza się zarówno w 2009 roku, jak i w 2012, jednak mimo utrzymującego się prymatu finansowania kapitałem własnym, widoczne są istotne zmiany w strukturze finansowania. **W badanym okresie wzrosła rola zysków jako źródła finansowania (o 14 pkt proc.) i w podobnym stopniu (o 12 pkt proc.) zmniejszyła się w tym zakresie rola kapitału właścicieli.** Zmianę taką należy ocenić pozytywnie, świadczyć to może o zwiększeniu się rentowności firm i ich większej zdolności do generowania dodatknych przepływów gotówkowych. Nie przełożyło się to jednak na większą aktywność inwestycyjną badanych firm (mniej firm poniosło jakiegokolwiek wydatki na inwestycje). Jednocześnie **widoczny jest istotny wzrost wykorzystania najpopularniejszych form finansowania kapitałem obcym: kredytów bankowych (o 9 pkt proc.) i leasingu (o 11 pkt proc.).** Jest to potwierdzenie, że dostęp do kredytów jest obecnie rzadziej postrzegany jako bariera rozwoju przedsiębiorstw (Tabela 57).

Także w przypadku pozostałych źródeł widoczny jest wzrost w każdej badanej kategorii, choć wzrosty te nie są już tak spektakularne, jak w poprzednio wspomnianych kategoriach. **Na uwagę zasługuje niestabilna popularność finansowania działalności z funduszy strukturalnych UE, skala wykorzystania tych funduszy w badanej próbie utrzymuje się na poziomie nieco przekraczającym 5%.**

Tabela 57. Zmiany w wykorzystaniu źródeł finansowania działalności badanych przedsiębiorstw

Źródło:	2009	2012
zyski	60,34%	74,48%
kapitał właścicieli (udziałowców)	57,24%	45,52%
kredyty bankowe	21,38%	29,31%
leasing	12,41%	23,10%
faktoring	1,03%	2,41%
pożyczki (np. z PFP, Fundusz Mikro)	2,76%	4,48%
fundusze strukturalne UE	5,17%	5,86%
z innych źródeł	4,14%	5,17%
brak odp.	1,72%	3,10%

Raport 2013

W badanym okresie wykorzystanie kredytów bankowych do finansowania działalności badanych firm wzrosło o niemal 8 punktów procentowych. Powody tego stanu rzeczy są następujące:

1. Badane firmy w większym stopniu zaczęły starać się o uzyskanie kredytu – w 2009 roku tylko połowa badanych miała jakieś (pozytywne lub negatywne) doświadczenia związane z próbą uzyskania kredytu. W 2012 roku odsetek ten spadł o 14 pkt proc., czyli niemal o jedną trzecią;
2. Uzyskanie kredytu stało się łatwiejsze dla badanych firm. Mimo że znacząco więcej próbowało go uzyskać, odsetek badanych, którzy mieli trudności z jego uzyskaniem, pozostał na stałym poziomie 22% (Tabela 58 – *odpowiadali przedsiębiorcy deklarujący trudności w uzyskaniu kredytu bankowego*). Należy to raczej wiązać z lepszą kondycją badanych firm, ich większą sprawnością w pokonywaniu trudności formalnych lub łagodniejszą polityką banków, niż z akcentowanym w ostatnich czasach złagodzeniem polityki monetarnej przez Radę Polityki Pieniężnej, wyrażającym się znaczącym spadkiem stóp procentowych NBP.

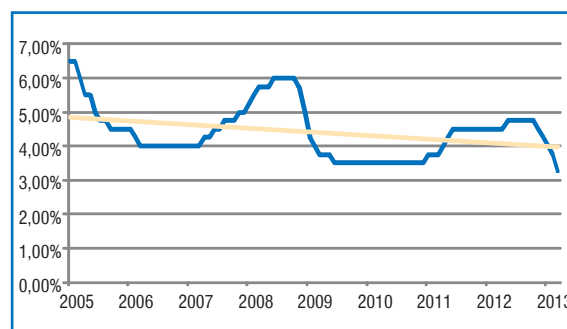
Tabela 58. Trudności w uzyskaniu kredytu bankowego

Czy trudno jest Pana(i) firmie uzyskać kredyt bankowy?	2010	2012
nie wiem, nie staraliśmy się o kredyty	48%	34%
nie	28%	43%
tak	22%	22%
brak odp.	2%	1%

Stopa referencyjna NBP ma oczywiście znaczenie dla kształtowania się rynkowych stóp procentowych, te zaś mają wpływ nie tylko na koszt kredytu, ale i na określenie zdolności kredytowej potencjalnego kredytobiorcy. Choć, jak widać z wykresu, w okresie działalności badanych firm, czyli od roku 2005, generalny trend zmian stopy referencyjnej jest spadkowy, to tendencja spadkowa nie jest stała, a w badanym okresie (od 2009 roku) stopa procentowa częściej rosta niż malała (Rysunek 46). Obecnie stopy procentowe są na historycznie niskim poziomie, jednak spadek stopy referencyjnej z poziomu 4,75% do rekordowo

niskiego poziomu 3,25% dokonał się na przestrzeni kilku miesięcy – od początku listopada 2012 do początku marca 2013 i nie można oczekiwać, że spadek ten miał wpływ na uzyskane wyniki badań. Wpływ niskiego poziomu stóp procentowych na podmioty gospodarcze uwidoczni się dopiero po kilku, a nawet kilkunastu miesiącach od ich obniżenia.

Rysunek 46. Stopa referencyjna NBP



Źródło: obliczenia własne na podstawie danych NBP

Pomimo wzrostu roli kredytu bankowego jako źródła finansowania działalności w badanej grupie pomorskich mikrofirm, stały odsetek respondentów określa uzyskanie kredytu jako trudne. Najczęściej wymieniane powody, dla których kredyt jest trudno osiągalny, zamieszczono w tabeli. Badani niezmiennie wskazują na wysokie koszty kredytu (ok. 40% wskazań) oraz trudne i skomplikowane procedury biurokratyczne, które towarzyszą uzyskaniu kredytu (ok. 38%). Interesująca zmiana zaszła w odniesieniu do wskazań dotyczących braku zdolności kredytowej i wymaganych zabezpieczeń. Ta pierwsza przeszkoda straciła nieco na znaczeniu, natomiast brak wymaganych zabezpieczeń jest przeszkodą w uzyskaniu kredytu dla niemal 60% tych, którzy doświadczają trudności w tym zakresie. Jest to bardzo znaczący wzrost z poprzedniego poziomu nieznacznie przekraczającego 30% wskazań. W pewnej mierze zmianę tę można tłumaczyć zmianą kompozycji badanej próby. Spośród 63 mikrofirm mających trudności z uzyskaniem kredytu w 2012 roku, 26 (czyli ok. 40%) to firmy, które w 2009 roku nie starały się o kredyt i nie miały żadnych doświadczeń z tym związanych (Tabela 59 – *respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź; poziomem odniesienia dla podanych udziałów odpowiedzi – tym, co stanowi 100% – jest grupa firm mająca trudności z uzyskaniem kredytu w danym roku objętym badaniem*). To właśnie głównie te firmy uskarżają się obecnie na brak wymaganych zabezpieczeń (70% ze wspomnianych 26 firm wskazało na tę przeszkodę). Można

zatem powiedzieć, że poziom wymaganych zabezpieczeń jest zaskakująco wysoki dla tych, którzy nie mają wcześniejszych doświadczeń kredytowych i dla nich właśnie stanowi najistotniejszą barierę.

Tabela 59. Trudności z uzyskaniem kredytu bankowego

Powody trudności	Rok 2009 (n=65)	Rok 2012 (n=63)
brakuje nam zdolności kredytowej	46,15%	38,10%
brakuje nam wymaganych zabezpieczeń	32,31%	57,14%
procedury biurowe są zbyt trudne i skomplikowane	38,46%	38,10%
koszty kredytu są zbyt wysokie	40,00%	41,27%
z innych powodów	15,38%	6,35%

Wyniki finansowe pomorskich mikrofirm

Jeśli chodzi o wyniki finansowe uzyskiwane przez badane mikrofirmy, to można je uznać za dość zadowalające. W latach 2010–2011 straty wykazywało odpowiednio 15% i 11% respondentów, przy czym wysokie straty zgłosiło ok. 2 do 3% badanych. Niemal podwoiła się liczba firm wykazujących wynik zerowy (wzrost z 5% w 2010 roku do 9% w 2011 roku). Odsetek firm mających zyski – zarówno niewielkie, jak i duże – jest stały i wynosi 76% w obu badanych latach. Zmniejszenie się udziału firm mających niewielki zysk i wzrost udziału tych, które miały znaczący zysk, jest czysto symboliczne; zmiana ta bowiem wyniosła jeden

punkt procentowy. Podobnie jak w badaniach Pomorskiego Obserwatorium Gospodarczego, także i tutaj podstawą do oceny, czy zysk był niewielki, czy znaczący, była subiektywna opinia badanego. Rozkład uzyskanych wyników przedstawia Rysunek 47.

Oczekiwania mikrofirm dotyczące wyniku finansowego za rok 2012 są zbliżone do wyników uzyskiwanych przez firmy w poprzednich latach. Największa zmiana dotyczy grupy firm, które spodziewają się niewielkiego zysku – jest ona mniejsza o ok. 10 pkt proc. Jednocześnie o tyle punktów procentowych rośnie odsetek firm, które zdecydowały się nie udzielać odpowiedzi. Za ponad połowę tego wzrostu odpowiedzialne są właśnie firmy, które w poprzednich latach miały niewielki zysk. Rosnący odsetek firm, które odmawiają odpowiedzi na pytanie o ich prognozę finansową, może świadczyć o niechęci respondentów do spekulowania na ten temat.

Dane zebrane w toku trzeciej edycji Pomorskiego Obserwatorium Gospodarczego oraz w niniejszym badaniu pozwalają określić, na ile prognozy formułowane przez pomorskie mikrofirmy, a dotyczące osiągniętych wyników finansowych, są trafne (Tabela 60). W ramach POG III pozyskano dane opisujące przewidywania pomorskich mikrofirm na rok 2010. Pozwalają one podzielić badane obecnie firmy na sześć grup, zgodnie z kategoriami zamieszczonymi w pierwszej kolumnie tabeli. Trafności prognoz, wyrażające się odsetkiem firm, których przewidywania okazały się słuszne, w stosunku do liczności w danej kategorii prognozy, zostały zamieszczone w tabeli w wyróżnionych polach. Z uwagi na znikome liczności pierwszych trzech kategorii, rozważania dotyczące trafności formułowanych prognoz skupiają się na trzech pozostałych.

Rysunek 47. Wyniki finansowe uzyskane w latach 2010–2011 oraz prognozowane na rok 2012

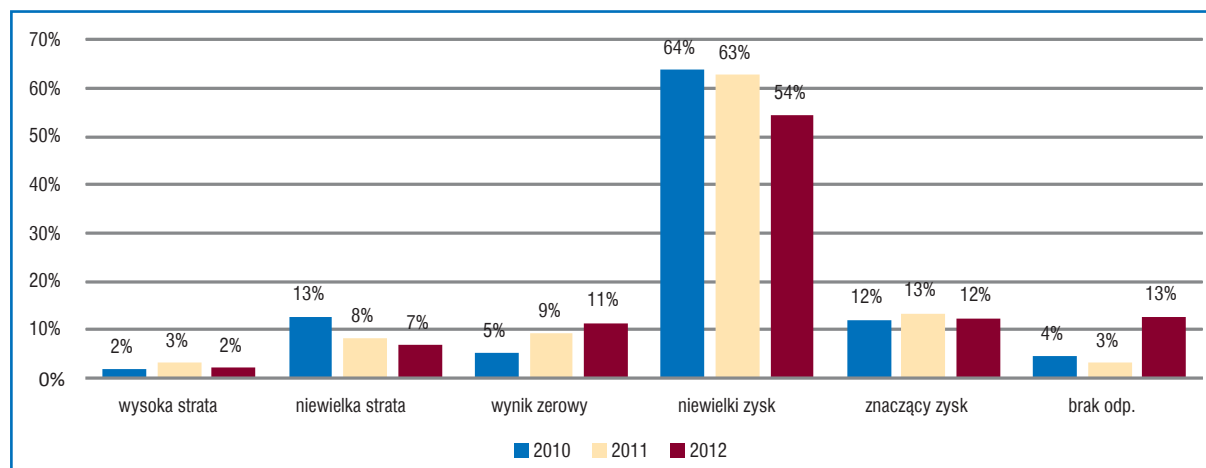


Tabela 60. Wyniki finansowe pomorskich mikrofirm – prognozy i ich realizacja

Prognoza na 2010	Wynik finansowy faktycznie osiągnięty w 2010 roku						suma:
	wysoka strata	niewielka strata	wynik zerowy	niewielki zysk	znaczący zysk	brak odp.	
wysoka strata	0%	100%	0%	0%	0%	0%	100% (n=1)
niewielka strata	0%	40%	0%	20%	20%	20%	100% (n=5)
wynik zerowy	0%	20%	20%	60%	0%	0%	100% (n=5)
niewielki zysk	2%	12%	3%	67%	11%	3%	100% (n=123)
znaczący zysk	1%	11%	6%	59%	20%	3%	100% (n=99)
brak odp.	2%	12%	7%	70%	0%	9%	100% (n=57)

Najtrafniejsze okazały się przewidywania w firmach, gdzie oczekiwano uzyskania niewielkich zysków, bowiem potwierdziły się one aż w 67%. W grupie firm oczekujących wysokich zysków trafność prognoz wyniosła 20%, a niemal 60% z nich zadowolono się niewielkim zyskiem³³.

W bieżących badaniach udało się uzyskać znacznie większy odsetek udzielonych odpowiedzi niż w badaniach POG III. W tych ostatnich badaniach odpowiedzi odmówiło 57 mikrofirm, zaś w obecnych odmowa wystąpiła zaledwie w 13 przypadkach. Ponieważ w POG III udział firm przewidyujących straty lub zerowy wynik finansowy był na bardzo niskim poziomie, nieprzekraczającym 4% badanej próby, można było podejrzewać, że relatywnie wysoki odsetek firm odmawiających odpowiedzi (niemal 20%) jest wynikiem tego, że firmy spodziewające się słabych wyników finansowych nie chcą tego ujawnić ankieterom.

Obecne badania nie przesądzą o tym, czy tak w istocie było, czy też nie. Widać jednak wyraźnie, że w grupie mikrofirm, które odmówiły w 2009 odpowiedzi na to pytanie, faktycznie osiągnięte wyniki finansowe nie są złe. Co prawda żadna z tych firm nie osiągnęła w 2010 wysokich zysków, ale 70% z nich deklaruje osiągnięcie nie-

wielkiego zysku. Dla porównania, zyskowe firmy stanowiły odpowiednio 78% i 79% tych firm, które prognozowały w 2009 roku niewielki zysk i znaczący zysk. Co jeszcze ważniejsze, **w grupie mikrofirm, które w POG III odmówiły odpowiedzi, odsetek tych, które faktycznie zanotowały wysoką stratę i niewielką stratę, jest niemal dokładnie taki sam, jak w obu grupach prognozujących w ramach POG III zyski. Jest istotnym spostrzeżeniem, że odmowa udzielenia odpowiedzi w badaniach nie może być utożsamiana z domniemanymi stratami.**

4.2. Działania innowacyjne i inwestycyjne

Chcąc sprostać wymogom zmieniającego się otoczenia i działań konkurencji, przedsiębiorstwa podejmują różne działania o charakterze innowacyjnym. Mogą to być innowacje produktowe, organizacyjne lub procesowe. Za innowację uważa się również działania ekspansywne przedsiębiorstw, jak poszerzenie lub zdobycie nowych rynków. Ponadto można mówić o działaniach innowacyjnych skierowanych do wewnątrz przedsiębiorstwa, do których zalicza się poprawę jakości, zmniejszenie kosztów produkcji bądź zwiększanie kwalifikacji pracowników.

Najwięcej badanych mikroprzedsiębiorstw (65%) podjęło działania w zakresie poprawy jakości produktów (usług). 49% respondentów zadeklarowało poszerzenie lub zdobycie nowych rynków zbytu, 44% podnoszenie kwalifikacji pracowników, a wprowadzenie nowych produktów lub usług 42%. W dalszej kolejności respondenci wskazywali zmniejszenie kosztów produkcji (28%) oraz wprowadzenie zmian organizacyjnych (27%). 12% respondentów nie podejmowało żadnych działań innowacyjnych (Rysunek 48).

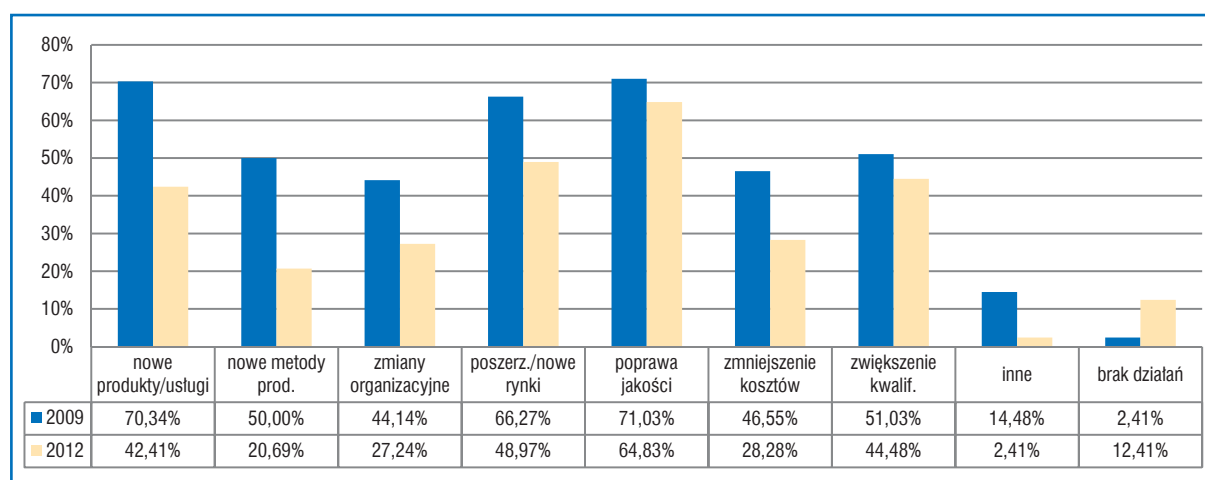
³³ Oczywistym mankamentem przyjętej metody badania (subiektywnego określenia wielkości zysku bądź straty) jest brak możliwości dokładnej weryfikacji trafności prognozy. Może to mieć istotne znaczenie dla uzyskiwanych rezultatów, ponieważ subiektywne oceny zebrane w dwóch różnych okresach mogą się różnić nie tylko ze względu na faktyczną zmianę badanej wielkości (w tym przypadku zysku lub straty), ale też ze względu na zmianę nastawienia. I tak np. oczekujący wysokich zysków być może faktycznie je osiągnęli, ale z perspektywy czasu obecnie oceniają ten poziom (zgodny z ich ówczesnymi oczekiwaniami) nie jako wysoki zysk, lecz jako niewielki. Tak uzyskane rozbieżności mówią nie tyle o nietrafności prognozy, ile o zmienności percepcji. W tym badaniu nie sposób jest oddzielić wpływ zmienności percepcji od trafności prognozy.

Podobnie przedstawiają się wyniki w zakresie działań planowanych na najbliższy rok. Nieco więcej respondentów planuje podjęcie działań w zakresie poszerzenia lub zdobycia nowych rynków (o 9 pkt procentowych więcej). Ponad 13% nie planuje żadnych działań (Rysunek 49).

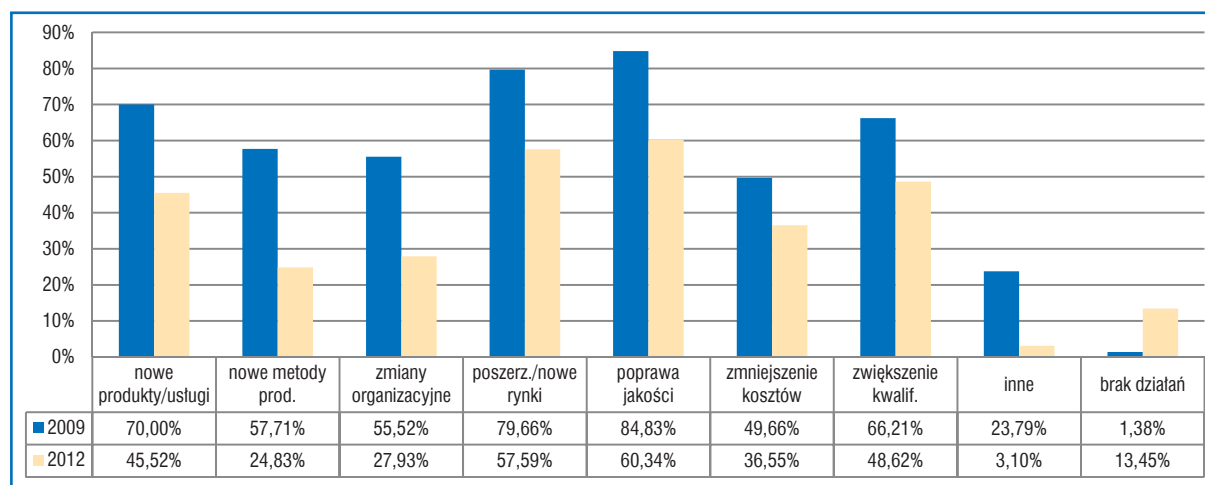
W porównaniu do poprzednich badań POG III przeprowadzonych w 2009 roku, mikroprzedsiębiorcy w roku 2012 zarówno podejmowali mniej działań w ciągu dwóch ostatnich lat poprzedzających badania, jak i planują mniej działań w ciągu najbliższego roku w każdej kategorii (Rysunek 48 i 49 – *respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź*). Różnice te należy uznać za znaczące. Takie zachowanie przedsiębiorców świadczy

z pewnością o ich większej ostrożności, wynikającej z wahań koniunktury w ostatnich latach oraz związanej z nimi niepewności odnośnie do sytuacji gospodarczej w przyszłości. Przedsiębiorcy podejmują bowiem różne działania w zależności od postrzegania (optymistycznego lub pesymistycznego) przyszłości, a zwłaszcza przewidywań dotyczących przyszłego popytu. Można się zatem spodziewać, że przedsiębiorcy będą chętniej podejmować działania innowacyjne dopiero w chwili zdecydowanego wejścia gospodarki w fazę ożywienia. Również z przywoływanych już wcześniej badań banku PeKaO SA wynika, że spowolnienie gospodarcze przekłada się negatywnie na perspektywy prowadzenia firmy w 2013 roku³⁴.

Rysunek 48. Działania podjęte przez badane mikroprzedsiębiorstwo w ciągu ostatnich dwóch lat



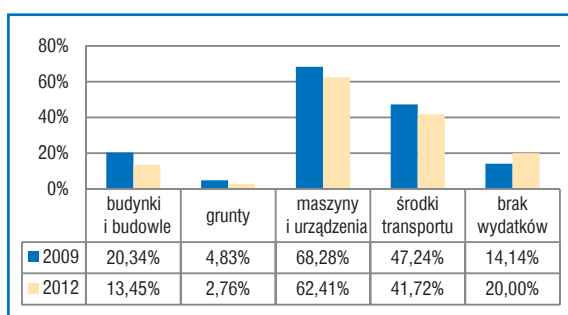
Rysunek 49. Działania planowane przez badane mikroprzedsiębiorstwo na najbliższy rok



³⁴ Raport o sytuacji mikro i małych firm w roku 2012, PeKaO SA.

Wśród badanych mikroprzedsiębiorstw najwięcej, bo 62% poniosło wydatki inwestycyjne w kategorii zakup i modernizacja maszyn i urządzeń. 42% respondentów zakupiło środki transportu. Zakupu lub modernizacji budynków i budowli dokonało ponad 13% respondentów. Najrzadszą kategorią są wydatki na zakup gruntu. Dotyczy ona niespełna 3% przebadanych mikroprzedsiębiorstw (Rysunek 50 – *respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź*).

Rysunek 50. Wydatki badanych mikroprzedsiębiorstw na zakup lub modernizację w ostatnich 2 latach (% badanych firm)



W porównaniu do badania w ramach POG III w 2009 roku, mniej mikroprzedsiębiorców dokonało wydatków na zakupy we wszystkich kategoriach, co podobnie jak w przypadku opisanych wyżej działań, może świadczyć o odkładaniu wydatków do czasu poprawy sytuacji gospodarczej.

Również według raportu banku PeKaO SA w roku 2013 roku znacznie gorzej przedstawia się planowana aktywność inwestycyjna mikro i małych firm w okresie kolejnych 12 miesięcy (w grupie mikroprzedsiębiorstw o 11 punktów mniej)³⁵.

4.3. Wykorzystanie Internetu w pomorskich mikrofirmach

Wykorzystanie Internetu w pomorskich mikrofirmach jest dość powszechne. W badanej grupie 16,2% firm nie wykorzystywało żadnych produktów internetowych takich, jak portale, strony i aplikacje internetowe. Pozostałe 83,8% korzysta z Internetu, używając średnio trzech produktów internetowych. Wśród nich zdecydowanie dominują produkty oferowane przez firmę Google – wskazało na nie

³⁵ Ibidem, s. 65.

aż 66% badanych firm. To o jedenaście punktów procentowych więcej niż w przypadku własnej strony internetowej; korzystanie z niej zadeklarowało 55%. W rankingu popularności trzecie miejsce miały branżowe fora internetowe (33,8%), które mogą służyć badanym zarówno jako źródło specjalistycznej wiedzy, jak kanał dostępu do klientów i dawać możliwość tworzenia korzystnego wizerunku firmy.

Pomorskie mikrofirmy wykorzystują Internet również jako kanał sprzedażowo-zakupowy. Świadczy o tym dość częste korzystanie z platformy aukcyjnej Allegro oraz sklepów internetowych – łącznie korzysta z nich 39% respondentów. Dodatkowo 2,8% badanych korzysta z konkurencyjnego wobec Allegro serwisu Ebay, jednak w porównaniu do tego pierwszego, liczba użytkowników Ebaya jest niemal 10 razy mniejsza. 11,7% badanych wykorzystuje Internet jako źródło wiedzy na temat kształtowania się cen, używając do tego celu tzw. porównywarek cen, jak Skąpiec, Geneo czy Nokaut.

Znaczną popularnością cieszy aplikacja Skype (18,3%), która pozwala firmom obniżyć koszty związane z telekomunikacją. Do bezpośredniej komunikacji wykorzystywane są też komunikatory internetowe takiej jak Gadu-Gadu czy ICQ, z których korzysta 11,7% badanych firm. Do zaznaczenia swojej obecności w cyberprzestrzeni i komunikowania się z otoczeniem w mniej bezpośredni sposób używane są konta na Facebooku (17,9%) oraz własne społeczności (np. własne forum) – 8,3% badanych, 7,6% firm występuje też na Naszej Klasie. Marginalne znaczenie w tym zakresie ma Twitter – jedynie 2,4% badanych przyznaje się do jego używania, oraz firmowe blogi – 3,1%.

W czterech przypadkach na pięć (78,7%) respondenci, którzy nie korzystają z produktów internetowych, twierdzą, że nie mają takiej potrzeby. Inne bariery, takie jak brak wiedzy, nieznanomość dostępnych produktów czy bariera kosztowa, występują na skalę marginalną. Można zatem powiedzieć, że użytkowanie produktów internetowych przez pomorskie mikrofirmy jest ograniczone jedynie postrzeganiem przez nie użytecznością tych produktów.

4.4. Mikrofirmy rodzinne w wybranych powiatach województwa pomorskiego

W badanej próbie nieco ponad jedna trzecia (36,5%) firm określiła się jako firmy rodzinne. Najczęściej wymienianym powodem samopozostania firmy

jako rodzinnej jest to, że w jej prowadzeniu pomagają członkowie rodziny (np. dzieci), powód ten wymieniło 21,4% badanych. Niemal równie powszechnie wymienianym powodem uznawania własnej firmy za rodzinną jest fakt zatrudniania w niej osób z rodziny, co dotyczy 16,9% badanych firm. Relatywnie rzadko wymienianym powodem uznawania firmy za rodzinną jest dziedziczenie; dotyczyło to średnio co dwudziestej badanej firmy. Jest to uzasadnione z jednej strony cechami demograficznymi polskich firm (są one wciąż relatywnie dość młode), z drugiej strony niewątpliwym dodatkowym wpływem na uzyskanie takich wyników ma dobór próby, w której nie występują firmy starsze niż ośmioletnie³⁶.

Rodzinność firmy w świetle wyników badań empirycznych jest zazwyczaj uważana raczej za obciążenie. Firmy rodzinne są mniej ekspansywne, mniej innowacyjne, często osiągają niższy wzrost, są też zagrożone konfliktami na styku firma–rodzina, gdzie relacje rodzinne i towarzyskie mogą stać w sprzeczności z relacjami czysto biznesowymi, a wybór poszczególnych osób na stanowiska menedżerskie jest często dokonywany nie na podstawie kompetencji i zdolności, ale na podstawie miejsca zajmowanego w hierarchii rodzinnej. Oczywiście, ten potencjalnie negatywny wpływ rodzinności może być tym większy, im większa jest sama firma. Z drugiej strony, rodzinność firmy ma też swoje atuty, wśród których warto wymienić relatywnie wysokie zaufanie do współpracowników, będących członkami rodziny. Ma to szczególne znaczenie w przypadku polskich realiów, w których ogólny poziom zaufania w społeczeństwie jest raczej niski.

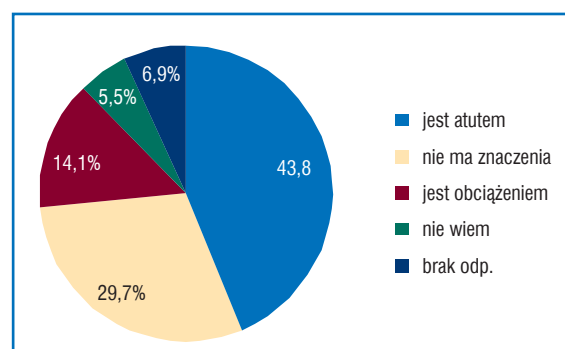
Postrzeganie tego waloru, jakim jest rodzinność firmy, wśród badanych mikrofirm zdaje się potwierdzać powyższe stwierdzenia. Niemal połowa badanych postrzega rodzinność jako atut (43,8%), podczas gdy jest ona uznawana za obciążenie przez 14,1% respondentów. Niespełna trzydziści procent (29,7%) uważa, że rodzinny charakter przedsięwzięcia nie ma znaczenia – nie stanowi ani obciążenia, ani nie daje żadnych korzyści. Średnio, co dziesiąty respondent albo nie miał sprecyzowanej opinii

³⁶ Wiek mikrofirmy nie musi przesądzać o tym, czy jest ona w sensie faktycznym odziedziczona. W przypadku działalności gospodarczej osoby fizycznej (a taka forma zdecydowanie dominuje wśród mikrofirm) nie istnieje możliwość odziedziczenia *stricte* samej działalności. Można odziedziczyć składniki majątkowe firmy, ale spadkobierca jest zmuszony założyć własną działalność. Zatem nawet bardzo młoda firma może być *de facto* odziedziczona, choć *de jure* nie można jej tak określić.

w tym zakresie (5,5%), albo nie chciał odpowiedzieć na tak postawione pytanie (6,9%) (Rysunek 51). Wielkość badanych mikrofirm sugeruje, że konflikty – szczególnie dotyczące stanowisk menedżerskich – najprawdopodobniej tam nie występują, innowacyjność i tempo wzrostu są relatywnie niskie i wynika to raczej ze specyfiki działalności niż rodzinności firm, zatem negatywne oddziaływanie rodzinnego charakteru badanych firm nie powinno być zbyt silne.

Zresztą, **jeśli porównać rozkład celów firmy deklarowanych przez właścicieli firm rodzinnych i nierodzinnych, to w rozkładzie tym nie uwidaczniają się żadne statystycznie istotne różnice** – firmy rodzinne nie jawią się tutaj jako mniej ekspansywne. Nie ma statystycznie istotnych różnic między osiąganymi przez firmy rodzinne i nierodzinne wynikami finansowymi w ostatnich trzech latach. Podobnie jest w przypadku przewidywanych zmian w zakresie sprzedaży w najbliższym roku oraz planów dotyczących zmiany zatrudnienia – **firmy rodzinne nie różnią się w statystycznie istotny sposób od firm nierodzinnych**. Różnic takich nie obserwuje się także w odniesieniu do wielkości firm mierzonej zatrudnieniem, działań o charakterze inwestycyjnym, podejmowanych w ostatnich dwóch latach, liczbie źródeł finansowania działalności oraz – co ciekawe – także w odniesieniu do poziomu zaufania, jakim badani przedsiębiorcy darzą swoich partnerów biznesowych. To ostatnie spostrzeżenie jest o tyle zaskakujące, iż można by oczekiwać, że przedsiębiorcy tworząc firmę rodzinną chcą m.in. móc darzyć swoich współpracowników większym zaufaniem z racji tego, że mają oni związki z rodziną. To może z kolei sygnalizować relatywnie niski poziom zaufania do osób spoza rodziny. Wyniki badań pomorskich mikrofirm rodzinnych nie potwierdzają jednak tej koncepcji.

Rysunek 51. Rodzinność firmy



Jednak postrzeganie rodzinności w kategoriach atutu lub obciążenia jest w istotny sposób uzależnione od tego, czy osoba oceniająca sama reprezentuje firmę rodzinną, czy też nie. Właściciele firm rodzinnych niemal sześć razy częściej uznają rodzinność firmy za jej aut niż za obciążenie, zaś właściciele firm nierodzinnych postrzegają rodzinność tylko dwa razy częściej pozytywnie niż negatywnie. Może to oznaczać, że **w znacznej mierze rodzinność firmy jest kreowana w świadomy sposób przez tych właścicieli, którzy postrzegają ją pozytywnie. Innymi słowy, zatrudnianie osób z rodziny może być świadomym działaniem mającym na celu nadanie określonego charakteru prowadzonej firmie** (Tabela 61).

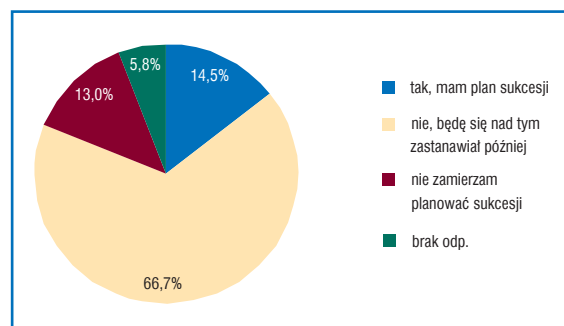
Tabela 61. Postrzeganie rodzinności firmy przez właścicieli firm rodzinnych i nierodzinnych

Rodzinność firmy:	Firmy nierodzinne	Firmy rodzinne	Ogółem:
jest atutem	35%	58%	44%
nie ma znaczenia	31%	27%	30%
jest obciążeniem	16%	10%	14%
nie wiem	8%	2%	6%
brak odp.	10%	2%	7%
suma:	100%	100%	100%

Kwestia przyszłości badanych firm pozostaje w znacznej mierze sprawą nadal nierozstrzygniętą przez właścicieli. **Zdecydowana większość, stanowiąca niemal dwie trzecie respondentów (63,8%), nie podjęła jeszcze decyzji o przyszłych losach firmy i zamierza rozważyć tę kwestię w przyszłości.** Niespełna jedna czwarta badanych (23,8%) zdecydowała już, że zamierza przekazać swoją firmę następnemu pokoleniu. Ci, którzy mają sprecyzowane plany zakończenia swojej działalności i nie zamierzają jej przekazać swoim następcom, najczęściej planują zamknięcie firmy (6,2%). Niecałe pięć procent badanych (4,5%) planuje sprzedaż swojej firmy w momencie swojego odejścia z niej.

Co ciekawe, **nawet w przypadku firm, których właściciele podjęli już decyzję o przekazaniu ich w ręce kolejnego pokolenia, dwie trzecie z nich nie rozpoczęło jeszcze procesu planowania sukcesji.** Plan taki ma 14,5% spośród właścicieli chcących przekazać swoją firmę, a niewiele mniej, bo 13% z nich nie zamierza w ogóle planować sukcesji (Rysunek 52).

Rysunek 52. Rozpoczęcie sukcesji



W świetle tych danych należy stwierdzić, że kwestia sukcesji może być w przyszłości istotnym problemem w pomorskich mikrofirmach. Nawet jeśli przyjąć, że badane firmy są relatywnie młode, to odsetek tych, których właściciele nie mają żadnych planów odnośnie do przyszłych losów firmy, trzeba ocenić jako znaczny. Proces sukcesji charakteryzuje się dużą rozciągłością w czasie, wymaga bowiem wyznaczenia sukcesora spośród ewentualnego grona potencjalnych kandydatów i konsekwentnego przygotowywania go do objęcia funkcji właściciela/menedżera w przyszłości. Zaplanowanie procesu sukcesji powinno zatem nastąpić z dużym wyprzedzeniem w stosunku do faktycznego przekazania firmy. **Takich firm, gdzie zapadła decyzja o przekazaniu w ręce kolejnego pokolenia, a plan sukcesji został stworzony (co nie oznacza, że jest on już realizowany), jest mniej niż 3,5% badanej próby.**

Nawet starannie zaplanowany proces sukcesji nie gwarantuje udanego transferu międzypokoleniowego. W przypadku braku jakichkolwiek planów sukcesji lub pośpiesznego ich stworzenia, o sukces tego transferu może być jeszcze trudniej. W związku z tym nasuwają się dwa istotne pytania badawcze, które powinny zostać postawione w przyszłych badaniach pomorskich mikrofirm:

1. Jakie są powody, dla których właściciele mikrofirm nie mają sprecyzowanych planów odnośnie do ich przyszłości? Czy wyjaśnieniem jest tutaj przekonanie, że los firmy jest tak dalece niepewny, że nie ma sensu tworzyć długookresowych planów z nią związanych? Czy skala niepewności związanej w wyborze przyszłej ścieżki kariery zawodowej następnych jest zbyt duża, by móc czynić jakieś plany w tym względzie?

2. Co decyduje o tym, że tak niewiele firm chcących dokonać sukcesji, planuje ten proces? Czy przeszkodą w tworzeniu takich planów jest brak przekonania o jego potrzebie, brak umiejętności jego stworzenia, czy też może ogólna niechęć przedsiębiorców do tworzenia planów, nie tylko w zakresie sukcesji, ale i innych obszarów funkcjonowania firmy?³⁷

5. Instytucjonalne otoczenie mikroprzedsiębiorstwa

Bardzo istotnym elementem klimatu przedsiębiorczego jest postrzeganie przedsiębiorców przez społeczność lokalną. Przedsiębiorcom zadano pytanie, jak są postrzegani przez współmieszkańców. Przedsiębiorcy mogli wybierać wśród sześciu wariantów odpowiedzi i wykorzystali tę możliwość dokonując 600 wskazań.

Generalnie **przedsiębiorcy nie czują się źle oceniani. Jedyne jednoznacznie negatywne określenie przedsiębiorcy, czyli nieuczciwość, było wskazane tylko przez 12% przedsiębiorców** (Rysunek 53). Fakt, że przedsiębiorcy wskazywali raczej na pozytywne aspekty swojej działalności oznacza, że dobrze się czują w swoich społecznościach.

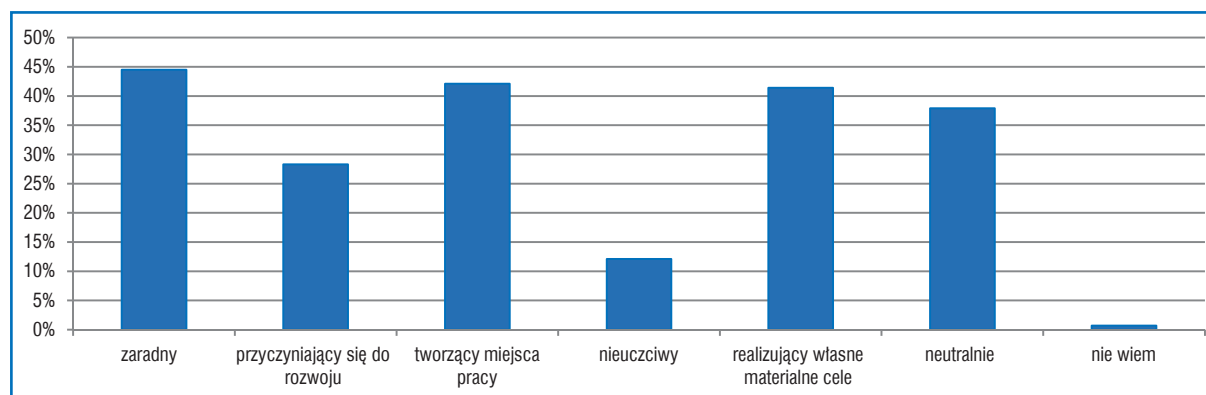
Kierując się chęcią sprawdzenia różnic w postrzeganiu przedsiębiorców w poszczególnych powiatach, do-

konano analizy odpowiedzi na te pytania dla każdej z grup powiatów (o niskim bezrobociu, wysokim bezrobociu oraz trójmiejskich) (Rysunek 54). W powiatach o wysokim bezrobociu przedsiębiorcy rzadziej dokonali wskazań na zaradność, za to częściej na pozostałe charakterystyki. Znamienne jest duża różnica pomiędzy wskazaniami przedsiębiorców z poszczególnych grup powiatów na wariant: przedsiębiorca jako osoba tworząca miejsca pracy (23,5% wskazań w powiatach o wysokim bezrobociu, 19,3% w powiatach o niskim bezrobociu i 20,2% w powiatach trójmiejskich).

Przedsiębiorcy dobrze oceniają przygotowanie pracowników instytucji lokalnych do pełnienia swoich obowiązków. Jedynie 15,1% oceniło to przygotowanie negatywnie, natomiast 29% pozytywnie i 52% neutralnie (zsumowano odpowiedzi skrajnie negatywne i pozytywne) (Tabela 62). Generalnie jakość usług świadczonych przez administrację lokalną jest w Polsce oceniana wysoko, chociaż w badaniach przeprowadzonych przez PBS dla PeKaO SA w roku 2012 wyniki wskazują na obniżenie jej ocen³⁸. W województwie pomorskim jakość ta jest oceniana najwyższej w całej Polsce, osiągając wskaźnik 105 (gdzie 100 to wartość neutralna). Wskaźnik ten został także obliczony na podstawie wyników niniejszych badań i przyjął taką samą wartość jak w badaniach PBS dla PeKaO SA³⁹.

Odczucia badanych przedsiębiorców dotyczące lokalnych warunków związanych z opłatami i podatkami już takie optymistyczne nie są. 30,35% postrzega te opłaty

Rysunek 53. Samopostreżenie przedsiębiorców w społeczności lokalnej

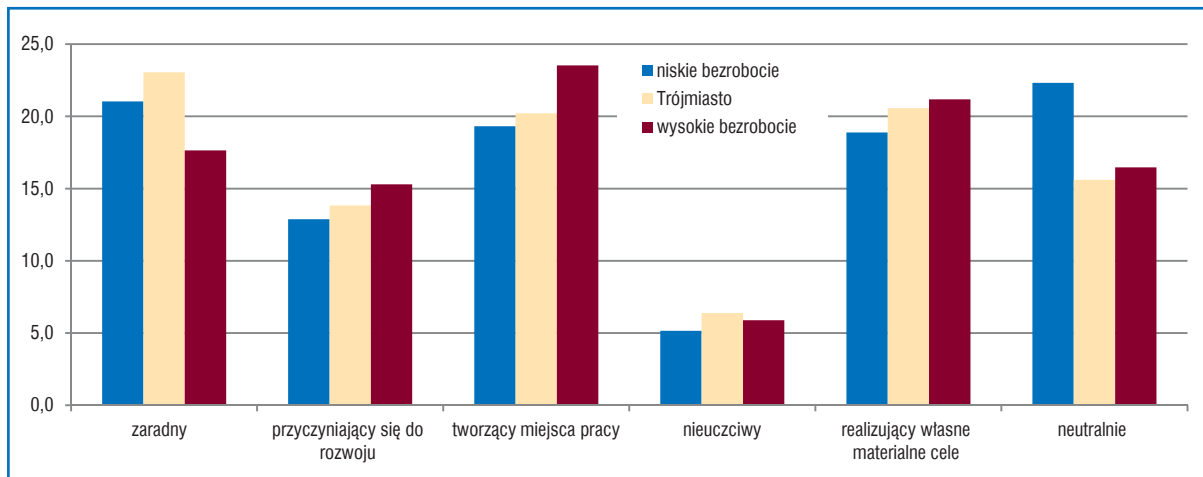


³⁷ W mikro i małych firmach brak np. biznesplanu jest często spotykany. Przedsiębiorcy często twierdzą, że plan taki mają „w głowie”, a ci, którzy mają go w formie pisemnej, często deklarują, że stworzyli go na potrzeby zewnętrznych interesariuszy firmy, np. instytucji finansujących.

³⁸ Raport o sytuacji mikro i małych firm w roku 2012, PeKaO SA.

³⁹ Odpowiedziom przypisano wartości od 50 do 150 według pięciostopniowej skali, traktując 100 jako wskaźnik dla odpowiedzi neutralnych.

Rysunek 54. Samopostzeżenie przedsiębiorców przez społeczności lokalne w trzech grupach powiatów



jako zdecydowanie lub raczej wyższe niż w innych powiatach, 39,6% jako takie same (Tabela 63). Niemal jedna trzecia przedsiębiorców nie potrafiła się jednak ustosunkować do tego pytania (27,59%)

Tabela 62. Ocena jakości świadczenia usług przez administrację lokalną

ocena	% badanych firm
bardzo negatywna	1,7%
negatywna	13,4%
neutralna	52,1%
pozytywna	27,6%
bardzo pozytywna	1,4%
nie wiem	3,8%
suma	100,0%

Tabela 63. Wysokość podatków i opłat lokalnych w powiecie w stosunku do innych powiatów – opinie przedsiębiorców

wysokość podatków i opłat lokalnych	% badanych firm
zdecydowanie wyższa	11,3%
raczej wyższa	19,0%
ani wyższa, ani niższa	39,7%
raczej niższa	2,4%
nie wiem	27,6%
suma	100%

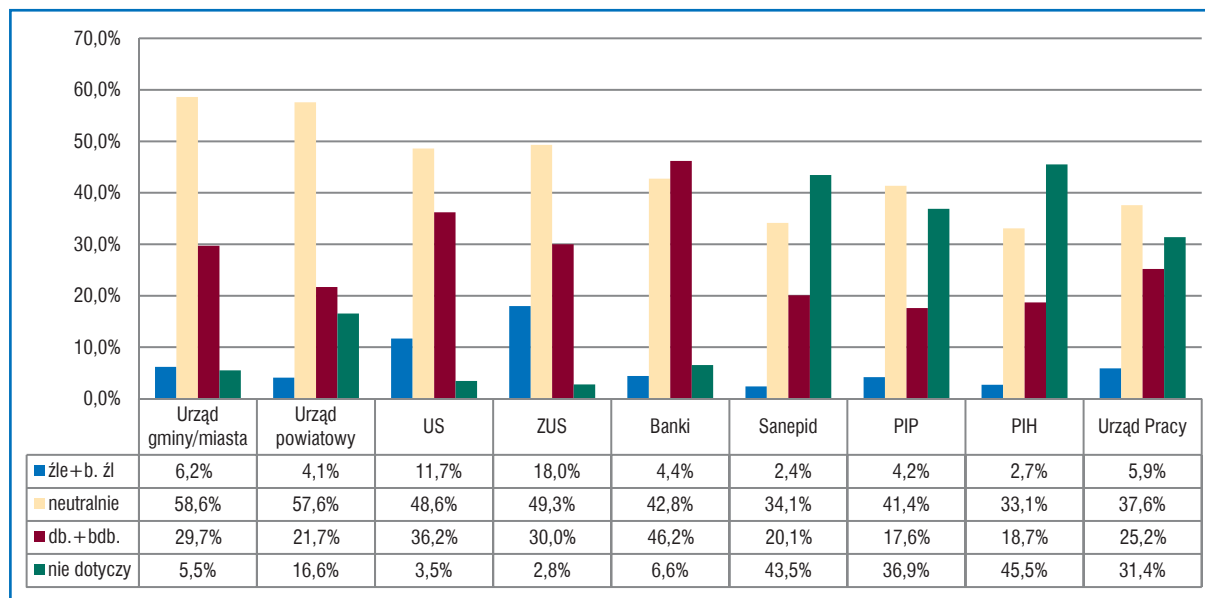
W opiniach mikroprzedsiębiorców na temat ich relacji z pracownikami różnych instytucji i urzędów dominują oceny neutralne. Oceny dobre i bardzo dobre wyraźnie przeważają nad ocenami złymi i bardzo złymi.

Najwyżej oceniono relacje z pracownikami banków. Tak, jak wspomniano w pierwszej części raportu (poświęconego MSP), wynika to z pewnością z faktu, że z jednej strony banki muszą zabiegać o pozyskanie klientów, z drugiej zaś – przedsiębiorcy mogą wybierać bank, który im najlepiej odpowiada. W tym przypadku kontakty nie są więc wymuszone (jak w przypadkach pozostałych instytucji na liście), lecz całkowicie dobrowolne. Na drugim miejscu, jeśli chodzi o odsetek ocen pozytywnych, uplasowały się urzędy skarbowe, na 3–4 – ZUS i urzędy administracji samorządowej (gmin i miast). Najmniej ocen pozytywnych (17,6%) zebrała PIP i PIH (18,7%), co nie może dziwić, bo kontakty z tymi instytucjami związane są z czynnościami kontrolnymi, niebudzącymi nigdy sympatii kontrolowanych.

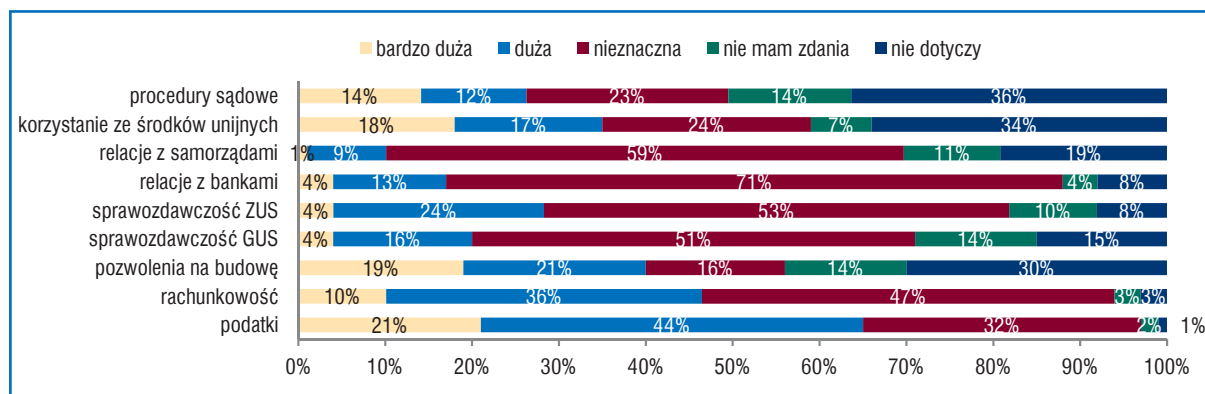
Najwięcej ocen negatywnych przyznano ZUS (aż 18%), urzędowi skarbowym (11,7%). Pozostałe instytucje i urzędy zebrały bardzo mało ocen złych (Rysunek 55).

Porównanie ocen tej grupy z ocenami właścicieli MSP wskazuje na bardzo duże rozbieżności, przede wszystkim w odsetkach ocen dobrych i bardzo dobrych. W przypadku mikroprzedsiębiorców żadna instytucja i urząd nie otrzymały większości ocen pozytywnych, co miało miejsce aż w 5 przypadkach w grupie właścicieli MSP. Rozpiętość jest zadziwiająca, ale trudno ją interpretować na podstawie zebranych w wyniku przeprowadzonych badań informacji.

Rysunek 55. Ocena relacji z pracownikami instytucji



Rysunek 56. Ocena biurokratycznej uciążliwości wg obszarów



Uciążliwość

Najbardziej uciążliwa jest wg mikroprzedsiębiorców biurokracja związana z podatkami (sądzi tak prawie 2/3 z nich), rachunkowością (46%) oraz pozwoleniami na budowę (40%). Jako nieznaczną oceniono uciążliwość związaną ze sprawozdawczością ZUS (53%), GUS (51%), a przede wszystkim wynikającą z kontaktów z bankami (71%) (Rysunek 56).

Tutaj także odnotowano znaczne różnice w ocenach pomiędzy mikroprzedsiębiorcami a właścicielami MSP. Ci drudzy za najbardziej uciążliwe uznali obowiązki sprawozdawcze dla urzędów skarbowych (43%), GUS

(42%), ZUS (37%) i związane z rachunkowością (38%). Jednocześnie 36% (najwięcej) z nich uznało, że to sprawozdawczość ZUS-owska jest najmniej uciążliwa. Należy przypuszczać, że **rozbieżne oceny dotyczące uciążliwości biurokratycznej wynikają zapewne ze skali działalności gospodarczej, wielkości zatrudnienia, formy prawnej firmy, a także prawdopodobnie z doświadczenia właścicieli lub ich pracowników.**

Nieuczciwe praktyki

Właściciele mikrofirm znacznie rzadziej niż właściciele MSP stykali się z nieuczciwymi praktykami

konkurentów lub partnerów biznesowych. Najczęściej wskazywali na opóźnienia płatności i zaniżanie cen poniżej kosztów (po 47%) oraz wykorzystywanie znajomości dla osiągnięcia własnych korzyści (38%). Wbrew rozpozszerechnionym opiniom rzadko wskazywano na problem korupcji (65% nie zetknęło się z nim), zmuszania do rozstrzygnięcia sporów w sądach (64%) i na donosy (54% nie spotkało się z nimi) (Rysunek 57).

Te wyniki wskazywałyby na znacznie lepszy, niż można byłoby się spodziewać, obraz pomorskiego środowiska mikroprzedsiębiorstw.

Respondenci zdecydowanie nie potwierdzają, jakoby władze lokalne stworzyły sprzyjający klimat dla działalności przedsiębiorczej (75%) (Tabela 64). Ciekawej informacji dostarcza brak wskazań na wariant odpowiedzi: *trudno powiedzieć*. Każdy mikroprzedsiębiorca potrafił się ustosunkować do tego tematu. Jedynie 5,52% przyznaje, że odczuwa sprzyjający klimat, kolejne 17,9% spotyka się sporadycznie z troską władz.

Tabela 64. Troska władz lokalnych – odczucia przedsiębiorców

troska władz lokalnych	% badanych firm
tak, stworzono sprzyjający klimat	5,5%
tak, spotykam się sporadycznie	17,9%
trudno powiedzieć	0%
nie	75,3%
brak odp.	1,3%
suma	100%

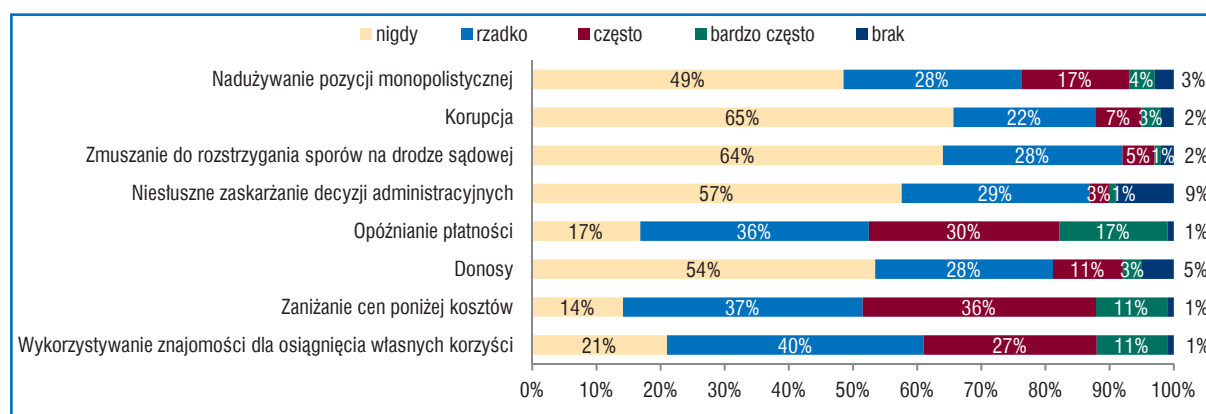
Konstruując kwestionariusz, spodziewano się tak niekorzystnego dla władz lokalnych rozkładu odpowiedzi. Postanowiono sprawdzić, jakie jest zaangażowanie samych przedsiębiorców. **Zapytano więc, czy przedsiębiorcy włączają się w działania na rzecz tworzenia odpowiedniego klimatu dla swoich działań. Jedynie 4,1% respondentów uważa, że przedsiębiorcy mają duże możliwości w tym zakresie**, 29%, że muszą o to zabiegać (Tabela 65). Ponadto w 29,7% uważają, że przedsiębiorcy nie są zainteresowani włączaniem się w takie praktyki.

Angażowanie się przedsiębiorców w dużym stopniu zależy może od powiatu. Z pewnością w powiatach trójmiejskich przedsiębiorcy nie mają lub też nie czują takich możliwości angażowania się w działalność na rzecz lo-

Tabela 65. Włączanie się przedsiębiorców w działania na rzecz ich samych.

Czy przedsiębiorcy włączają się w działania na rzecz tworzenia odpowiedniego klimatu:	% badanych firm
tak, mają duże możliwości	4,1%
tak, ale muszą o to zabiegać	29,0%
nie, nie są zainteresowani	29,7%
nie, ich inicjatywy nie spotykają się z przyjaznym przyjęciem	21,7%
nie wiem	13,1%
brak odp.	2,4%
suma	100,0%

Rysunek 57. Nieuczciwe praktyki konkurentów i partnerów



kalnej społeczności, jak w przypadku małych społeczności. Potwierdzają to wyniki przeprowadzonych badań – w trójmiejskich powiatach przedsiębiorcy nie są zainteresowani angażowaniem się w tego typu przedsięwzięcia, co więcej w dużo większym stopniu odczuwają brak przyjaznego przyjęcia takich działań (Rysunek 58). Niemal 70% przedsiębiorców z tych powiatów właśnie taki wariant odpowiedzi wybrało.

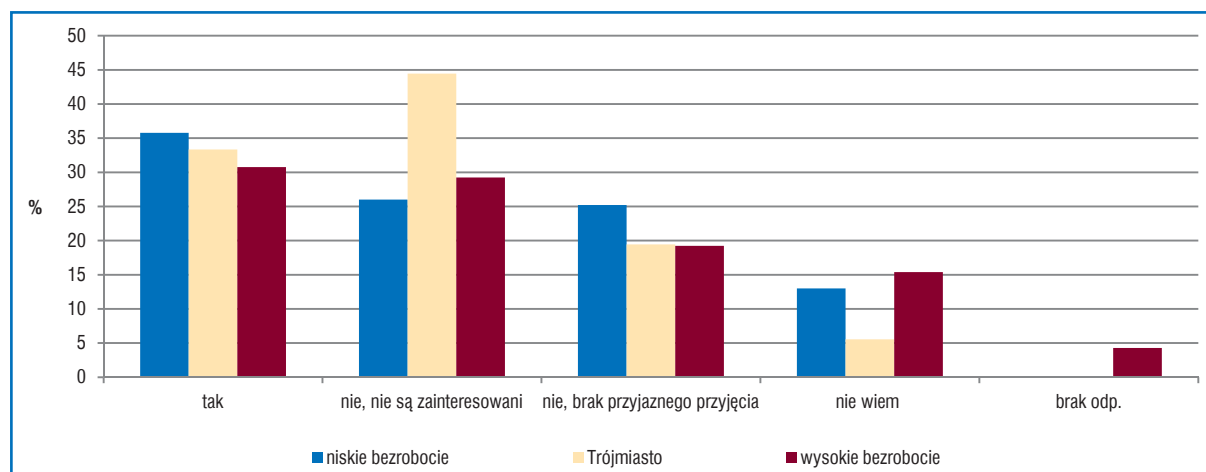
Dość zaskakujące jest, że mikroprzedsiębiorcy wskazali, iż najbardziej oczekują od władz lokalnych rozwijania instytucji wspierania biznesu (Tabela 66 – *respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź*). Zaskoczenie wynika stąd, iż znajomość już istniejących, naprawdę dość licznych tego typu jednostek, jest wśród przedsiębiorców znikoma. Należałoby przeanalizować, czy ich oferta nie jest w ogóle znana potencjalnym adresatom, czy też różni się z ich oczekiwaniami. Z pewnością jest to problem do dyskusji pomiędzy władzami lokalnymi a przedsiębiorcami. Tym bardziej że właśnie dyskusji, konsultacji, roboczych kontaktów wyraźnie przedsiębiorcom brakuje. Drugą kwestią, wskazywaną w badaniach jako bardzo istotna jest edukacja. **Koordinacja pomiędzy kierunkami kształcenia ponadgimnazjalnego a rynkiem pracy jest nieodzowna.** Trzeba wszakże zwrócić uwagę, że badani przedsiębiorcy nie wskazywali, by mieli w swych firmach jakieś poważniejsze kłopoty z znalezieniem odpowiednio wykształconych pracowników. Jeżeli jednak firmy miały w tym zakresie jakieś kłopoty, to rzeczywiście dotyczyły one wykwalifikowanych robotników, a więc osób mających wykształcenie zawodowe (na poziomie ponadpodstawowym lub ponadgimnazjalnym).

Trzeci obszar oczekiwanego wsparcia to pomoc w zakresie nawiązywania kontaktów z partnerami spoza powiatu. Tworzenie przez władze lokalne różnorodnych okazji i platform komunikowania się przedsiębiorców z wła-

Tabela 66. Działania, które zdaniem badanych powinny być podejmowane przez władze lokalne na rzecz poprawy sytuacji przedsiębiorstw z powiatu

sugerowane działanie:	Mikrofirmy % wskazań
rozwijanie instytucji wspierających przedsiębiorców	73,45%
realizacja stałej współpracy z przedsiębiorcami, konsultowanie różnych kwestii gospodarczych i społecznych	70,00%
współpraca władz z przedsiębiorcami przy nawiązywaniu relacji zewnętrznych	68,28%
praktyczna nauka zawodu w szkołach ponadgimnazjalnych	66,90%
stworzenie platformy współpracy pomiędzy przedsiębiorcami a szkołami ponadgimnazjalnymi w powiecie	65,86%
poprawa infrastruktury technicznej (uzbrojenie terenów inwestycyjnych w media)	61,38%
stworzenie lepszej oferty terenów i budynków dla przedsiębiorców	59,31%
poprawa połączeń komunikacyjnych	52,41%
zwiększenie promocji powiatu	50,69%
inne	5,52%

Rysunek 58. Zaangażowanie przedsiębiorców w działania na rzecz ich samych w zależności od grupy powiatów



Raport 2013

snego terenu z potencjalnymi partnerami z zewnątrz wydaje się możliwe i jeśli faktycznie przedsiębiorcy czują, że kontakty takie mogłyby pomóc w rozwoju ich firm, to efekty takich działań mogą być znaczne.

Podobnie jak w pozostałych badanych grupach, zaskakuje bardzo niski odsetek właścicieli mikrofirm znających jakiegokolwiek instytucje wsparcia biznesu, działające na ich terenie. Jak już wspomniano wyżej, kontrastuje to z oczekiwaniami wobec władz lokalnych, by instytucje takie tworzyć. Tym bardziej że z wielu sygnałów wiadomo, że w sporej części z nich nie ma długich kolejek oczekujących na pomoc przedsiębiorców (Rysunek 59).

O ile relatywnie spora rozpoznawalność ARP jako instytucji wsparcia jest zrozumiała, to pierwsza pozycja urzędów pracy może cieszyć ich pracowników, jednak pewną niespodzianką jest, że przedsiębiorcy postrzegają je

jako najbardziej znane jednostki tego typu (Tabela 67 – *respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź*). Tym bardziej że nie wskazują oni na większe kłopoty z pozyskiwaniem pracowników.

Ponad ¾ badanych oczekuje uproszczenia procedur administracyjnych i prawnych. Z drugiej strony (p. dalsza część raportu o biurokracji), jedynie w przypadku podatków większość z tych przedsiębiorców oceniła, że biurokracja z nimi związana jest uciążliwa lub bardzo uciążliwa (Tabela 68 – *respondenci mogli wskazać więcej niż*

Rysunek 59. Znajomość instytucji wsparcia biznesu na własnym terenie

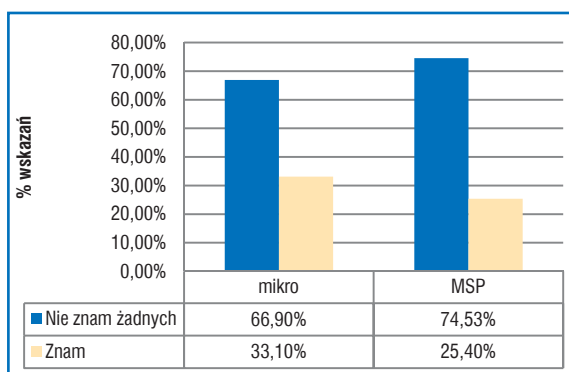


Tabela 68. Rodzaj oczekiwanego wsparcia

Oczekiwane wsparcie	% badanych firm
uproszczenia procedur administracyjnych i prawnych	77,24%
dotacji na rozwój	67,59%
dotacji inwestycyjnych	55,52%
ułatwień w kontaktach z inwestorami	52,07%
usług szkoleniowych	44,83%
usług doradczych	42,76%
wsparcia w postaci biura w parku technologicznym, inkubatorze przedsiębiorczości	30,34%
wsparcia dla inicjatyw klastrowych, klubów biznesu itp.	22,07%
dotacji na rozpoczęcie działalności	20,69%
nie oczekuję wsparcia	5,86%

Tabela 67. Instytucje wsparcia biznesu znane przedsiębiorcom działające na ich terenie

Instytucje wspierające biznes znane przedsiębiorcom	mikro (n=290)	Instytucje wspierające biznes znane przedsiębiorcom	MSP (n=695)
Urząd Pracy	5,86%	Urząd Pracy	6,91%
ARP	5,86%	ARP	6,04%
Urząd Gminy/Urząd Marszałkowski	3,45%	Izby gospodarcze	2,59%
Inkubatory przedsiębiorczości	1,72%	Inkubator przedsiębiorczości	2,01%
Pomorski Fundusz Pożyczkowy	1,72%	Fundusz pożyczkowy	0,72%
Zrzeszenie Kaszubsko-Pomorskie	0,34%	Inne	14,82%
Izby handlowe	0,34%		
Inne	20,00%		

jedną odpowiedź). W innych przypadkach wskazań tego typu było znacznie mniej.

Dwa kolejne w rankingu rodzaje wsparcia związane są z dotacjami na rozwój i inwestycje. Nie ma w tym niczego dziwnego, nie mniej trzeba zaznaczyć, że zamiar/chęć/dążenie rozwijania własnej działalności opierając się na środkach bezzwrotne nie jest przejawem rokującej dobre na przyszłość przedsiębiorczości.

Niespełna połowa dostrzega potrzebę korzystania z usług szkoleniowych i doradczych, co przy relatywnie niskim poziomie wykształcenia tej grupy nie świadczy najlepiej o większości jej członków.

Bardzo mało (22%) badanych oczekuje pomocy w zakresie tworzenia rozmaitych sieci współpracy (klastrow, klubów biznesu itp.). Być może wynika to z małej świadomości potencjalnych korzyści, jakie tego typu inicjatywy mogłyby przynieść. A przecież przy relatywnie wysokim poziomie wzajemnego zaufania i charakterze oczekiwań wobec współpracy z władzami lokalnymi (komunikacja, konsultacje itp.) tworzenie powiązań sieciowych w środowisku przedsiębiorców miałyby spore szanse powodzenia.

Zaufanie

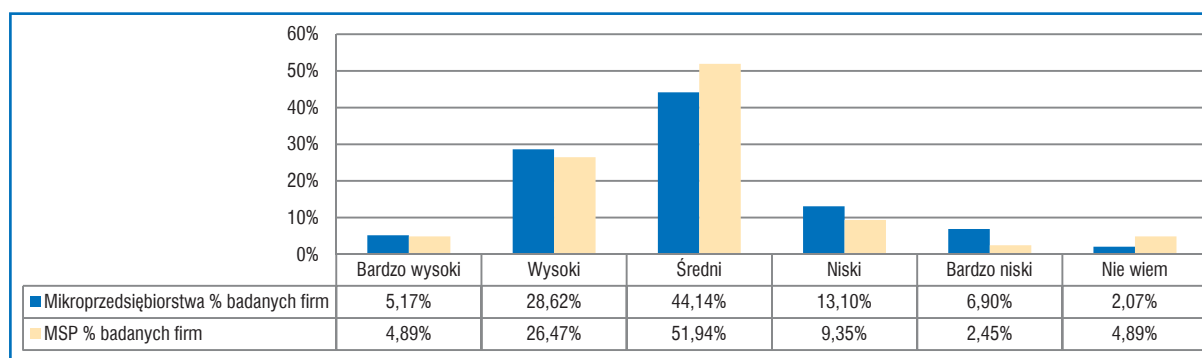
Nieco ponad 1/3 właścicieli mikroprzedsiębiorstw ocenia, że poziom zaufania wzajemnego przedsiębiorców jest bardzo wysoki lub wysoki. 44% z nich sądzi, że ten poziom jest średni, a 20% uważa, że jest niski lub bardzo

niski. Zdecydowanie wyżej oceniają oni poziom własnego zaufania do swych partnerów biznesowych. Ponad 53% obdarza ich zaufaniem wysokim lub bardzo wysokim, a tylko nieco ponad 4% – niskim lub bardzo niskim (Rysunek 60).

Oceny zaufania mikroprzedsiębiorców różnią się nieco od wyrażanych przez właścicieli MSP. Ci pierwsi są w swych ocenach bardziej zdecydowani. W przypadku wzajemnego zaufania przedsiębiorców wskazywali oni częściej na bardzo wysoki i wysoki poziom zaufania, ale też wyraźnie częściej na poziom niski i bardzo niski. Mniejsze różnice występują w przypadku zaufania do własnych partnerów biznesowych. **Tak jak w pozostałych badanych grupach (właściciele małych i średnich przedsiębiorstw, właściciele mikrofirm w powiecie kościerskim) wyraźnie widać, że przedsiębiorcy bardziej ufają swoim własnym partnerom, niż oceniają poziom ogólnego wzajemnego zaufania w swoim środowisku.**

Podobnie jak wśród właścicieli MSP, mikroprzedsiębiorcy z Pomorza charakteryzują się znacznie wyższym poziomem zaufania, niż wskazują na to wyniki badań „Diagnoza społeczna 2011”⁴⁰ czy też European Social Survey 2010⁴¹ (badania te obejmowały przedstawicieli wszystkich grup społeczno-zawodowych) (Rysunek 61). Warto tu przypomnieć, że badania te oceniały poziom zaufania ogólnego i mierzyły go według innej skali. Niemniej **wysoki poziom zaufania w środowisku pomorskich mikroprzedsiębiorców stanowi bardzo istotny pozytywny element, będący ważną składową kapitału społecznego.**

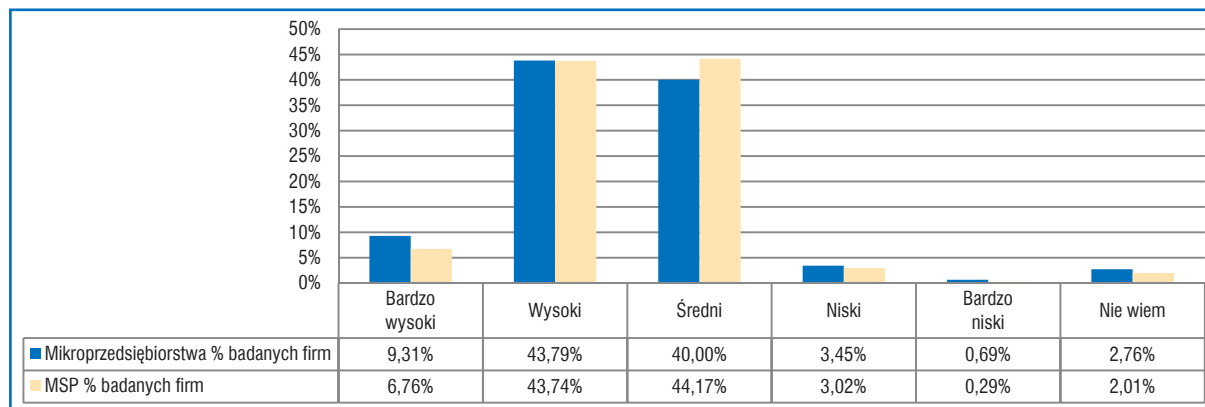
Rysunek 60. Ocena wzajemnego zaufania przedsiębiorców



⁴⁰ Diagnoza społeczna 2011. Warunki i jakość życia Polaków. Red. J. Czapiński, T. Panek. Warszawa, Rada Monitoringu Społecznego, 30.09.2011.

⁴¹ <http://www.europeansocialsurvey.org/>

Rysunek 61. Ocena poziomu zaufania do swoich partnerów biznesowych

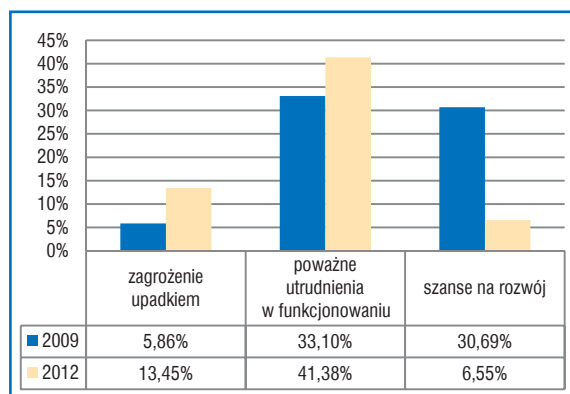


6. Wpływ sytuacji makroekonomicznej na mikroprzedsiębiorstwa

Również w badaniu pomorskich mikroprzedsiębiorstw sprawdzono, na ile wzrost pesymizmu wśród przedsiębiorców oznacza też realne zagrożenie upadłością bądź też utrudnienia w funkcjonowaniu mikroprzedsiębiorstwa.

Uzyskane wyniki prowadzą do wniosku, że obecna sytuacja makroekonomiczna powoduje poważne utrudnienia w funkcjonowaniu firm. Ponad 13% respondentów uważa, że ich firma jest zagrożona upadłością, a ponad 41% odczuwa poważne utrudnienia w jej funkcjonowaniu. Tylko 7% badanych przedsiębiorców jest zdania, że obecna sytuacja stanowi szansę na rozwój (Rysunek 62). Z kolei 36% respondentów uważa, że obecna sytuacja nie spowoduje żadnych zmian w firmie, a ponad 3% jeszcze nie wie co niesie dla ich firmy spowolnienie gospodarcze.

Rysunek 62. Ogólny wpływ obecnej sytuacji gospodarczej na funkcjonowanie firmy



duże żadnych zmian w firmie, a ponad 3% jeszcze nie wie co niesie dla ich firmy spowolnienie gospodarcze.

W porównaniu do roku 2009 przedsiębiorcy zdecydowanie gorzej oceniają wpływ sytuacji gospodarczej na rozwój firmy. O 8 punktów procentowych więcej przedsiębiorców twierdzi, że ich firma jest zagrożona upadkiem, a poważne utrudnienia w funkcjonowaniu widzi o 12 punktów procentowych więcej respondentów. Co więcej, tylko niespełna 7% mikroprzedsiębiorców upatruje w obecnej sytuacji szans na rozwój. W poprzedniej edycji POG szans na rozwój upatrywało 31% respondentów.

Zapytano również badanych przedsiębiorców, jakie konsekwencje niesie dla nich obecna sytuacja gospodarcza. Aż 46% respondentów wskazało na konieczność ograniczenia lub rezygnacji z inwestycji. Z kolei 27% firm utraciło lub uważa, że może utracić kluczowych klientów, zaś aż 26% ograniczyło lub zamierza ograniczyć zatrudnienie. Na poważne zagrożenie dla istnienia firmy wskazało ponad 26% respondentów. Konieczność obniżenia wynagrodzeń zadeklarowało blisko 22% respondentów, a konieczność negocjowania umowy kredytowej 12%. Ponadto 10% respondentów musiało lub będzie zmuszonych negocjować umowę inne formy zadłużenia.

W świetle przedstawionych wyników badań można uznać, że zmiana sytuacji gospodarczej wpływa niekorzystnie na mikroprzedsiębiorstwa, powodując konieczność wprowadzania zmian w różnych obszarach funkcjonowania. **W porównaniu do roku 2009 wpływ sytuacji gospodarczej jest obecnie bardziej negatywny. Pogorszenie nastąpiło we wszystkich wymienionych kategoriach, przy czym najsilniej w kategorii ograniczenia lub rezygnacja**

z inwestycji, poważne zagrożenie dla istnienia firmy oraz konieczność zmniejszenia zatrudnienia. Najmniejsze zmiany dotyczą eksportu (Tabela 69).

Tabela 69. Wpływ obecnej sytuacji gospodarczej na firmę

Obecna sytuacja gospodarcza powoduje	2009	2012	Zmiana (p. proc.)
konieczność zmniejszenia zatrudnienia	14,14%	26,21%	+12,07
konieczność obniżenia wynagrodzeń	13,79%	21,72%	+7,93
konieczność negocjowania umowy kredytowej	9,66%	12,07%	+2,41
konieczność negocjowania innych form zadłużenia	5,52%	10,34%	+4,82
ograniczenia lub rezygnację z inwestycji	26,55%	45,52%	+18,97
ograniczenia lub rezygnację z eksportu	4,14%	6,21%	+1,98
ograniczenia lub rezygnację z importu	4,14%	8,62%	+4,48
utrata kluczowych klientów	20,00%	27,24%	+7,24
poważne zagrożenie dla istnienia firmy	11,72%	26,21%	+14,49

Postrzeganie sytuacji gospodarczej

W dalszej części badania postanowiono sprawdzić, jak przedsiębiorcy postrzegają zmianę sytuacji gospodarczej oraz zmianę sytuacji w ich firmie w ostatnim roku. I tak ponad 70% respondentów uważa, że sytuacja gospodarcza w kraju pogorszyła. W przypadku własnych firm myśli tak ponad 33% przedsiębiorców, a 48% uważa, że sytuacja w firmie nie uległa zmianie w ostatnim roku. Uzyskane wyniki pokazują, iż przedsiębiorcy gorzej oceniają zmiany w gospodarce niż we własnych firmach, choć w obu przypadkach widać znaczny pesymizm respondentów (Tabela 70 oraz Tabela 71).

Podobny rozdźwięk pomiędzy oceną wyników ekonomicznych firm i słabszą oceną ogólnej sytuacji gospodarczej został wykazany w badaniu banku PeKaO SA⁴². Również w badaniach PeKaO SA wykazano pogorszenie nastrojów właścicieli mikro i małych przedsiębiorstw w 2012 roku – ogólny wskaźnik koniunktury mikro i małych firm obniżył

⁴² Raport o sytuacji mikro i małych firm w roku 2012, PeKaO SA, 2013.

Tabela 70. Ocena sytuacji gospodarczej kraju w ostatnim roku

Sytuacja gospodarcza w kraju w ostatnim roku	2012
zdecydowanie się pogorszyła	20,34%
pogorszyła się	50,34%
nie uległa zmianie	23,79%
raczej się poprawiła	5,17%
zdecydowanie się poprawiła	0,34%

Tabela 71. Sytuacja gospodarcza w firmie w ostatnim roku

Czy sytuacja gospodarcza w Pana/Pani firmie w ostatnim roku:	2012
zdecydowanie się pogorszyła	3,79%
pogorszyła się	28,97%
nie uległa zmianie	47,93%
raczej się poprawiła	16,21%
zdecydowanie się poprawiła	3,10%

się o -2 punkty w porównaniu do poprzedniego roku i w trzecim badaniu Banku PeKaO S.A. osiągnął swoje najniższe wartości. Właściciele mikro i małych firm zasygnalizowali zatem dalsze pogorszenie się warunków prowadzenia działalności gospodarczej w ciągu ostatniego roku i nie oczekują znaczącej poprawy w kolejnych 12 miesiącach.

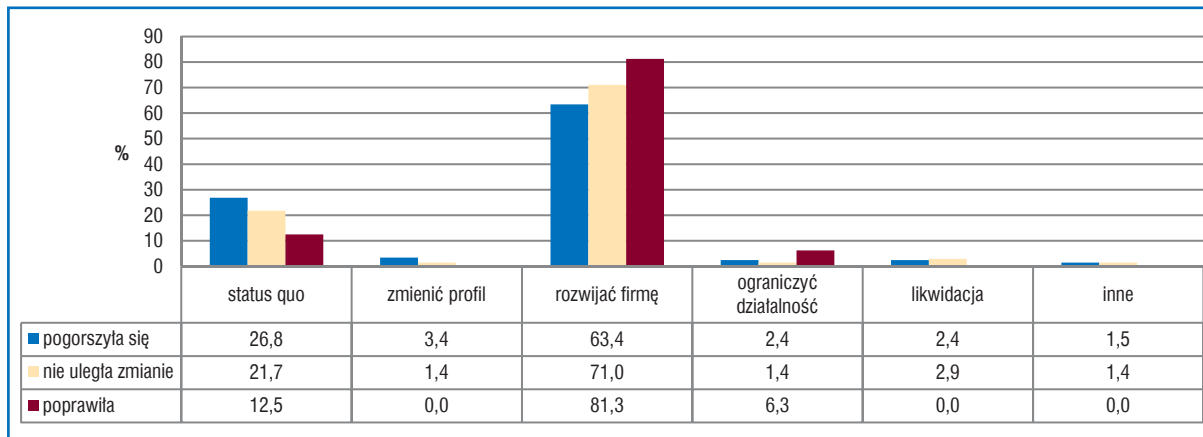
Wpływ postrzegania sytuacji gospodarczej na deklarowane cele firmy

Wyniki badań wskazują na zależność między postrzeganiem sytuacji gospodarczej a celami firmy. 81% przedsiębiorców, którzy twierdzą, że sytuacja się poprawiła, zamierza ją rozwijać. Ten sam zamiar rozwoju firmy zadeklarowało 63% przedsiębiorców, którzy uważają, że sytuacja się pogorszyła. Z kolei spośród firm, które twierdzą, że sytuacja się pogorszyła, 27% zamierza utrzymać status quo, a spośród tych, które uważają, że się poprawiła, status quo zamierza utrzymać 12% mikroprzedsiębiorstw (Rysunek 63).

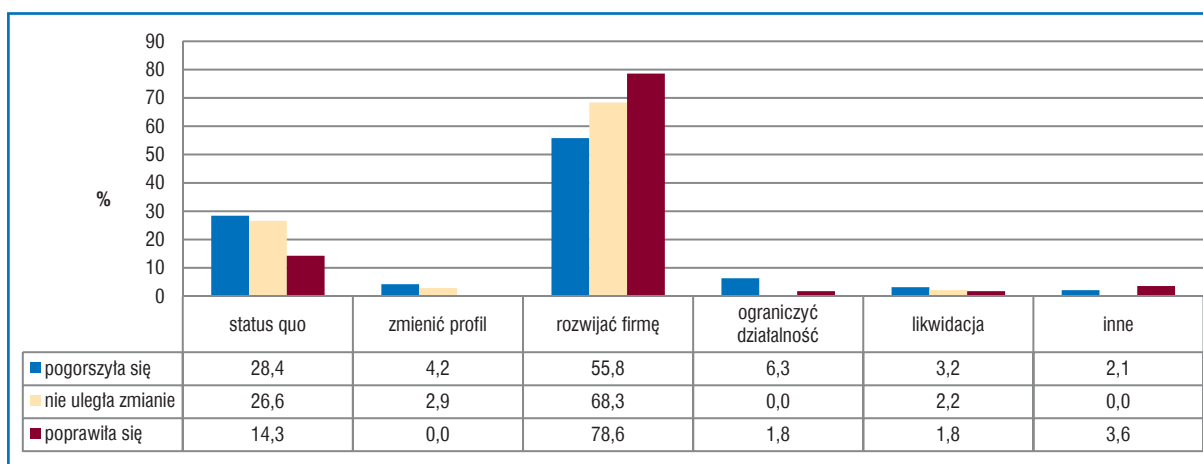
Widoczna jest również zależność między postrzeganiem sytuacji w firmie a jej celami. 79% przedsiębiorców, którzy twierdzą, że sytuacja się poprawiła, zamierza rozwijać firmę. Wśród tych, którzy uważają, że sytuacja w firmie się pogorszyła, jest ich 55% (Rysunek 64).

Raport 2013

Rysunek 63. Postrzeganie sytuacji gospodarczej a cele firmy



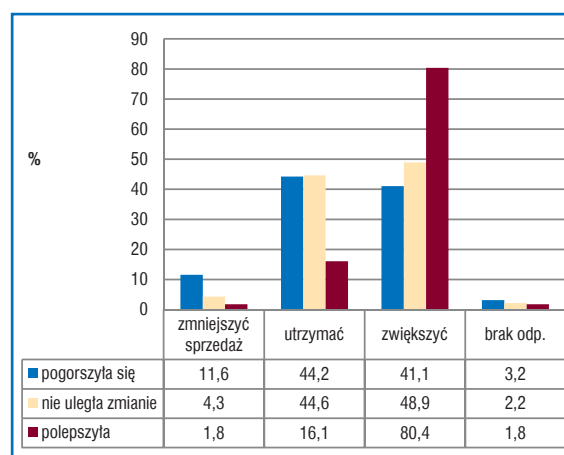
Rysunek 64. Postrzeganie sytuacji w firmie a cele firmy

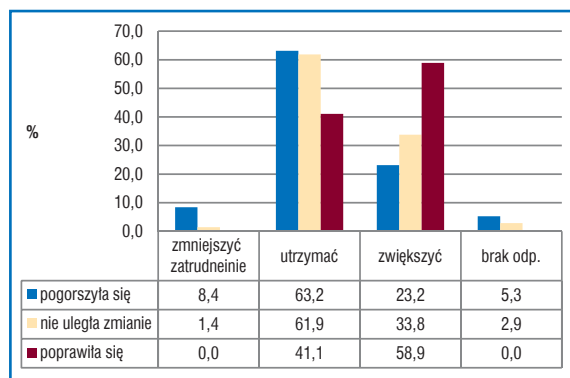


Wyniki badań wskazują także na zależność między postrzeganiem sytuacji w firmie a sformułowanymi przez nią przewidywaniami dotyczącymi sprzedaży. 80% przedsiębiorców uważających, że sytuacja się poprawiła, zamierza też zwiększać sprzedaż. Zamiar taki ma tylko 40% tych przedsiębiorców, którzy postrzegają sytuację w firmie jako gorszą (Rysunek 65).

Podobnie, wyniki badań prowadzą do wniosku, iż istnieje zależność między postrzeganiem sytuacji w firmie a jej przewidywaniami dotyczącymi zatrudnienia. Zwiększyć zatrudnienie zamierza 59% przedsiębiorców, którzy uważają, że sytuacja gospodarcza poprawiła się i tylko 23% tych, którzy uważają, że się pogorszyła. Żaden z przedsiębiorców, którzy oceniają, że sytuacja się poprawiła, nie zamierza zmniejszyć zatrudnienia (Rysunek 66).

Rysunek 65. Postrzeganie sytuacji w firmie a przewidywania dotyczące sprzedaży



Rysunek 66. Postrzeganie sytuacji w firmie a przewidywania dotyczące zatrudnienia

7. Wnioski

Właściciele mikrofirm, podobnie jak właściciele małych i średnich przedsiębiorstw, oceniali wyraźnie gorzej niż w 2009 roku sytuację makroekonomiczną.

Respondenci oceniali sytuację własnych firm lepiej niż ogólną sytuację gospodarczą w kraju.

W grupie mikrofirm więcej było wskazań na istotność większości barier niż w grupie MSP. Mikrofirmy częściej postrzegały też jako ograniczenie bariery wewnętrzne niż zewnętrzne. Na pierwszym miejscu wśród barier zewnętrznych wskazywano niekorzystną politykę podatkową, a na kolejnych – niewystarczający popyt i zmienność oraz niejasność przepisów. Wśród barier wewnętrznych na miejscu pierwszym zdecydowanie był brak środków finansowych (istotny wzrost w stosunku do 2009 roku), a dalej wysokie koszty produkcji i niska płynność.

W porównaniu do okresu 2007–2008, mniej spośród badanych mikrofirm poniosło w latach 2010–2011 wydatki inwestycyjne i odnotowało działalność innowacyjną.

Zaledwie 3,4% mikrofirm w najbliższych 2 latach przewiduje spadek liczby pracowników, a wzrost zatrudnienia planuje 35,2% przedsiębiorstw mikro. Stabilną liczbę pracowników przewiduje utrzymać niemal 60% mikrofirm.

Całkowite zatrudnienie w badanej grupie spadło w okresie 2009–2012 o 39 osób. Stanowiło to 5,8% zatrudnionych, można więc uznać ów spadek za znaczny.

152 mikrofirmy (52,4%) zmniejszyły zatrudnienie łącznie o 273 osób, zaś wzrost zatrudnienia, łącznie o 234 osoby, zanotowano w 152 firmach (20%). Obrót miejsc pracy w tej grupie był zatem ogromny i wyniósł prawie 80%.

Celem większości firm jest nadal (podobnie jak w badaniach POG w poprzednich latach) rozwój. Deklaruje tak 2/3 mikroprzedsiębiorstw. Podobnie jak w przypadku MSP, rozwój ten rozumiany jest przede wszystkim jako wzrost sprzedaży i poszerzenie rynków zbytu. Nie należy więc spodziewać się, że skuteczne wspieranie rozwoju mikroprzedsiębiorstw musi przełożyć się na wzrost liczby miejsc pracy. Wzrost zatrudnienia nie jest bowiem priorytetem dla pomorskich mikroprzedsiębiorców, zwłaszcza że postrzegają oni wysokie koszty produkcji (w tym zatrudnienia) jako ważną barierę rozwoju i zapewne będą się starali w miarę możliwości zmniejszać te koszty.

W odniesieniu do tej grupy, tak jak wśród badanych MSP, stwierdzono brak korelacji pomiędzy deklarowanymi zamierzeniami/planami a rzeczywistymi zmianami w firmach. Stąd bardzo ryzykowne byłoby prognozowanie na tej podstawie przyszłych zmian w tej grupie przedsiębiorstw. Za optymistyczny można uznać fakt, że rzeczywiste rezultaty działalności firm były zazwyczaj lepsze niż dotyczące ich przewidywania z roku 2009.

Ponadto pomorskie mikrofirmy wykazały się dużą trafnością przewidywań co do zmniejszania zatrudnienia. W firmach, gdzie przewidywano spadek zatrudnienia, w 83% te przewidywania spełniły się.

Głównymi źródłami finansowania mikrofirm są zyski i kapitały własne. Więcej mikrofirm korzystało z kredytu bankowego w porównaniu do 2009 roku. Natomiast znacznie rzadziej niż MSP mikroprzedsiębiorstwa korzystały z funduszy unijnych (6% wobec 23,3% dla MSP).

W badanej próbie ponad 36% firm to firmy rodzinne.

Rodzinność firmy jest postrzegana zdecydowanie pozytywnie przez przedsiębiorców, będących właścicielami mikrofirm. Postrzeganie to zależy od tego, czy respondent sam prowadzi firmę rodzinną (bardziej pozytywnie), czy też nie (mniejszy odsetek ocen pozytywnych, ale i tak bardzo znacząco przeważają one nad ocenami negatywnymi).

Typowe cechy firm rodzinnych przypisywane im w literaturze (mniejsza ekspansywność, niższa innowacyjność, słabszy wzrost – mierzony zarówno wielkością sprzedaży, jak i wielkością zatrudnienia, ograniczone zaufanie do kontrahentów zewnętrznych, bardziej konserwatywny wybór metod finansowania) nie odróżniają mikrofirm rodzinnych od nierodzinnych w obrębie badanej próby (zarówno w przypadku Kościerzyny, jak i innych powiatów). Możliwym wyjaśnieniem jest tu wielkość badanych firm, która ogranicza możliwość niekorzystnego oddziaływania rodzinnego cha-

rakteru firmy. Ponadto badane firmy są relatywnie młode, co może sprawiać, że potencjalne negatywne oddziaływanie rodzinności jeszcze się w pełni nie objawiło.

8. Rekomendacje

Kolejne badania kondycji sektora MSP potwierdzają słuszność rekomendacji formułowanych w trzech poprzednich edycjach POG.

W warunkach słabnącej koniunktury i silnych ograniczeń wydatków publicznych (z budżetu centralnego i budżetów samorządowych) polityka gospodarcza tym bardziej powinna być selektywna. Stanowi to duże wyzwanie dla władz politycznych wszystkich szczebli, ponieważ nasila się wtedy presja na ochronę istniejących podmiotów gospodarczych. Jednak rozproszenie środków na protekcję bardzo dużej liczby firm nie przyniesie z pewnością dobrych rezultatów.

Polityka wobec sektora MSP powinna być skoncentrowana na dwóch kierunkach:

1. promowaniu i ułatwianiu powstawania nowych przedsiębiorstw;
2. wspieraniu firm, mających największy potencjał rozwojowy.

Następująca zawsze w okresach słabej koniunktury naturalna selekcja podmiotów gospodarczych jest zjawiskiem normalnym. Eliminacja firm słabszych, opartych na gorszych pomysłach, słabo zarządzanych, niepotrafiących się dostosować do zmieniającego się otoczenia, otwiera przestrzeń dla przedsiębiorstw ekonomicznie sprawniejszych i dla podmiotów nowo powstających.

Badania potwierdziły, że nawet w bardzo trudnych warunkach są przedsiębiorcy, którzy chcą i potrafią rozszerzać rynki zbytu, zwiększać przychody i zatrudnienie. Takich przypadków jest zawsze mniejszość, ale to one decydują o kondycji całej gospodarki. Zadaniem władz regionalnych i lokalnych jest wyselekcjonowanie takich firm, dotarcie do nich i udzielenie im wsparcia (nie zawsze i niekoniecznie finansowego).

Wybór przedsiębiorstw rokujących szanse na wzrost jest zadaniem trudnym. Podtrzymujemy propozycje wykorzystania w tym celu „kwalifikatora”, którego zasady przedstawione zostały w raporcie POG III, jako narzędzia wspomagającego procesy decyzyjne instytucji oferujących wsparcie dla biznesu.

Warto przypomnieć, że takie podejście do polityki gospodarczej wobec sektora MSP jest zgodne z zaleceniami UE przyjętymi w 2000 roku w Bolonii.



Mikroprzedsiębiorstwa w powiecie kościerskim

1. Powiat kościerski – ogólna charakterystyka gospodarki

Powiat kościerski zajmuje w województwie pomorskim siódme miejsce⁴³ pod względem powierzchni i czternaste pod względem liczby ludności. Oznacza to, że **charakteryzuje się stosunkowo niską gęstością zaludnienia – 61 osób/km² (średnia wojewódzka jest ponad dwukrotnie wyższa), co daje mu 15. pozycję** (Tabela 72). Jednocześnie jest to obszar, na którym **notuje się ponaddwukrotnie wyższy niż przeciętnie w województwie przyrost naturalny, który w 2011 roku wyniósł 5,3‰** (średnia wojewódzka wynosiła 2,5‰). Pod tym względem pozycja powiatu kościerskiego jest bardzo wysoka – 5.

Struktura wieku ludności zamieszkującej powiat kościerski różni się od przeciętnej struktury na Pomorzu. **Udział ludności w wieku przedprodukcyjnym jest w powiecie kościerskim wyższy od średniego aż o 3,5 punkta procentowego, natomiast udziały pozostałych grup wiekowych są niższe: ludności w wieku produkcyjnym o 1,2 punkty procentowe, a ludności w wieku po produkcyjnym o 2,3 punkty procentowe.** Od strony demograficznej sytuacja powiatu jest zatem, patrząc w przyszłość, relatywnie korzystniejsza.

Natomiast wyraźnie gorzej wygląda aktywność zawodowa ludności (Rysunek 68). Udział pracujących w powiecie kościerskim w ogóle pracujących w całym województwie wynosił 2,5% i był niższy od udziału w ludności ogółem o 0,6 punktu procentowego, co jest różnicą, na tym poziomie udziałów znaczną. **Równocześnie liczba bezrobotnych w stosunku do ludności w wieku produkcyjnym wynosiła 9,1%, wobec średniej na Pomorzu – 7,3%.** Udział bezrobotnych z powiatu kościerskiego w całkowitej liczbie bezrobotnych był wyraźnie wyższy (3,8%) od udziału w liczbie pracujących (2,5%). Należy zatem ocenić, że posiadane w powiecie zasoby ludzkie nie są dobrze wykorzystywane (Tabela 73, Rysunek 69). Istnieją tu spore rezerwy pod tym względem.

Problem można próbować rozwiązywać w dwojaki sposób:

1. Podejmować działania promujące tworzenie miejsc pracy na terenie powiatu;
2. Poprawiać dostępność komunikacyjną, która pozwoli większej liczbie mieszkańców na dojazd do pracy na terenie innych powiatów, przede wszystkim położonych na wschód od Kościerzyny (tj. powiatu gdańskiego i Trójmiasta).

Działania w tym zakresie powinny stanowić priorytet w polityce władz lokalnych, ponieważ z jednej strony

Tabela 72. Powiat kościerski na tle województwa pomorskiego (2011 r.)

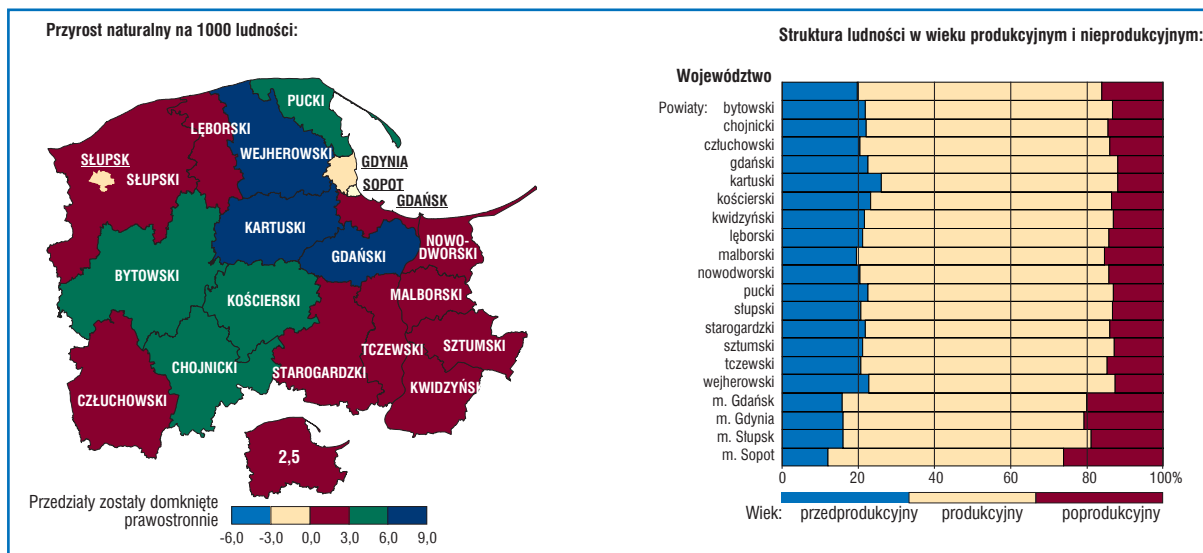
	Powierzchnia w km ²	Ludność	Gęstość zaludnienia	Przyrost naturalny na 1000 ludności
woj. pomorskie	18 310	2 283 500	125	2,5
pow. kościerski	1 166	70 742	61	5,3
udział pow./woj.	6,4%	3,1%		
miejsce wśród powiatów	7	14	15	5

Źródło: obliczenia własne na podst. Województwo pomorskie: Podregiony, Powiaty, Gminy 2012, Urząd Statystyczny w Gdańsku, 2012

⁴³ Województwo pomorskie podzielone jest na 16 powiatów i 4 miasta na prawach powiatów. Toteż we wszystkich zamieszczonych tu klasyfikacjach uwzględnionych jest ogółem 20 jednostek administracyjnych.

Raport 2013

Rysunek 67. Ludność według powiatów w 2011 roku (stan na 31 XII)



Źródło: Województwo pomorskie: Podregiony, Powiaty, Gminy 2012, Urząd Statystyczny w Gdańsku, 2012.

Tabela 73. Powiat kościerski na tle województwa pomorskiego (2011 r.) cd.

	Pracujący	Wynagrodzenie	Liczba bezrobotnych	Liczba bezrobotnych w % ludności w wieku produkcyjnym	Ludność w wieku		
					przedprodukcyjnym	produkcyjnym	poprodukcyjnym
Woj. pomorskie	494 705	3 567	106 667	7,3%	453 664	1 467 217	362 619
Pow. kościerski	12 278	3 515	4 071	9,1%	16 544	44 627	9 571
Udział pow./woj.	2,5%		3,8%		3,6%	3,0%	2,6%
Miejsce wśród powiatów	13	11	11	11	13	14	16

Źródło: obliczenia własne na podst. Województwo pomorskie: Podregiony, Powiaty, Gminy 2012, Urząd Statystyczny w Gdańsku, 2012

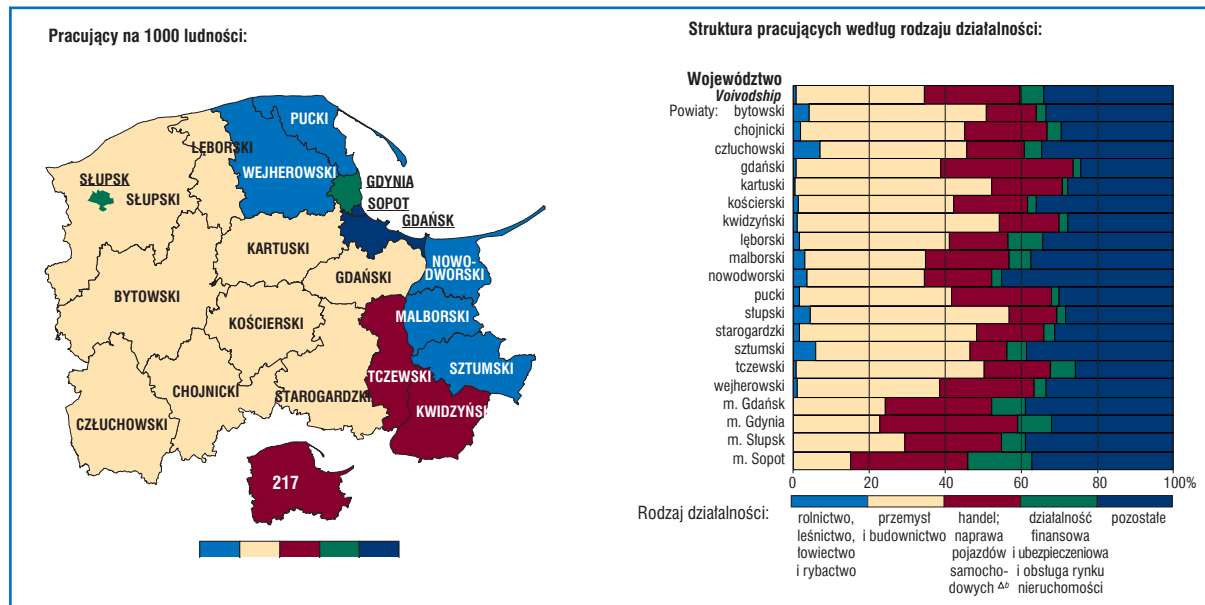
mieszka tu relatywnie dużo ludzi młodych, a jednocześnie udział młodzieży wśród bezrobotnych jest najwyższy (po powiecie kartuskim) na Pomorzu. Bez poprawy na tym polu nie można oczekiwać lepszego wykorzystania lokalnych zasobów czynników produkcji ani poprawy poziomu życia mieszkańców.

Struktura pracujących wg rodzajów aktywności zawodowej, przy uwzględnieniu pracujących w gospodarstwach indywidualnych w rolnictwie (nie są oni uwzględnieni na Rysunku 68), wskazuje na bardzo duży – 31,2% w 2011 roku i co najbardziej zaskakujące – rosnący, udział

pracujących w rolnictwie – 29,1% w 2005 roku⁴⁴. Udziały te są ponad 2,5 razy wyższe niż średnie dla Pomorza. Trzeba jednak zaznaczyć, że dane te (podobnie, jak zilustrowane na Rysunku 68) nie obejmują pracujących w podmiotach zatrudniających mniej niż 10 osób. Mimo to **należy uznać tę strukturę za typową dla słabo rozwiniętego regionu peryferyjnego. Szczególnie słabo rozwinięta jest działalność produkcyjna**, co widać w statystykach (Rysunek 70),

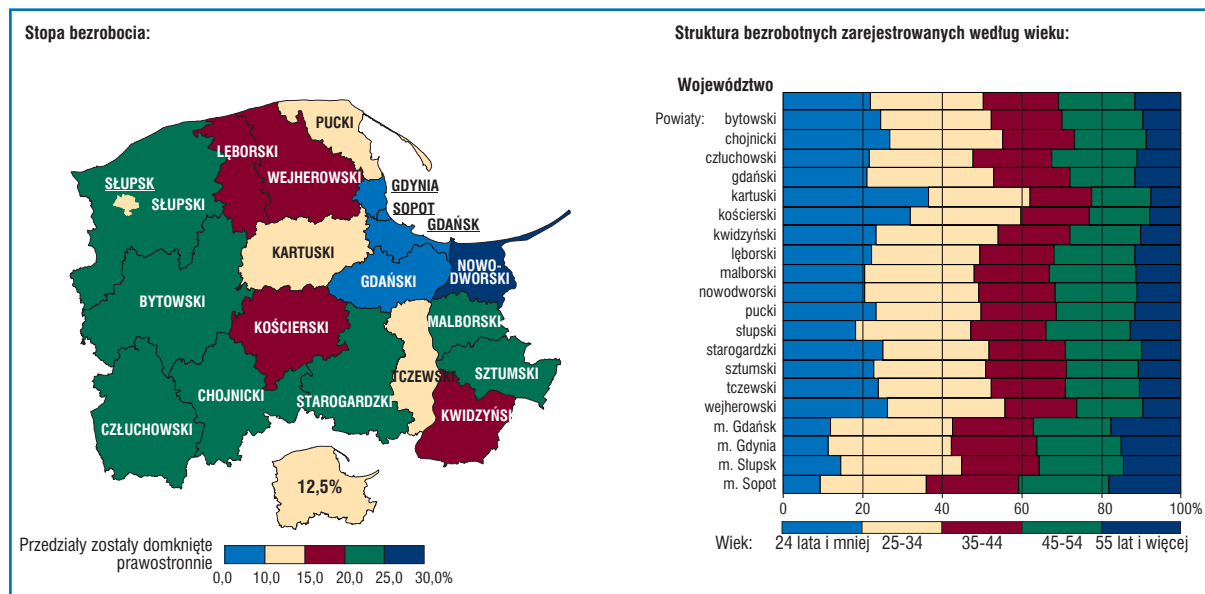
⁴⁴ Województwo pomorskie: Podregiony, Powiaty, Gminy 2012, Urząd Statystyczny w Gdańsku, 2012, s. 54.

Rysunek 68. Pracujący według powiatów w 2012 roku (stan w dniu 31 XII)



Źródło: Województwo pomorskie: Podregiony, Powiaty, Gminy 2012, Urząd Statystyczny w Gdańsku, 2012

Rysunek 69. Stopa bezrobocia rejestrowanego oraz bezrobotni zarejestrowani według powiatów w 2011 roku (Stan w dniu 31 XII)



Źródło: Województwo pomorskie: Podregiony, Powiaty, Gminy 2012, Urząd Statystyczny w Gdańsku, 2012

ale także warto zwrócić uwagę, że w badanej w ramach POG próbie mikroprzedsiębiorstw udział firm produkcyjnych wyniósł zaledwie 6,2%.

Oczywiście położenie powiatu determinuje w dużym stopniu charakter aktywności gospodarczej mieszkańców, jednak zakładając dalszy wzrost wydajności pracy

w produkcji rolnej, trzeba spodziewać się raczej uwolnienia w tym sektorze siły roboczej, niż tworzenia nowych miejsc pracy. Poza naturalnym rozwojem branż turystycznych i drobnych firm budowlanych, konieczne jest szukanie jeszcze innych sektorów, które umożliwiłyby sensowne zagospodarowanie lokalnych zasobów.

Tabela 74. Struktura ludności wg poziomu wykształcenia (2011)

	Ogółem	Wyższe	Policealne	Średnie	Zasadnicze zawodowe	Pozostałe	Nieustalone
woj. pomorskie	100,0	18,0	2,5	28,8	21,9	23,3	5,9
pow. kościerski	100,0	10,6	1,5	26,3	29,0	28,2	4,4

Źródło: obliczenia własne na podstawie: Województwo pomorskie: Podregiony, Powiaty, Gminy 2012, Urząd Statystyczny w Gdańsku, 2012. s. 110

Tabela 75. Zarejestrowane podmioty gospodarcze oraz liczba podmiotów na 1000 ludności (2011)

	2011		2012
	Podmioty zarejestrowane	Liczba podmiotów na 1000 ludności	Podmioty zarejestrowane
woj. pomorskie	258 197	113	265 033
pow. kościerski	5 425	77	5 520
udział pow./woj.	2,1%		2,1%
miejsce wśród powiatów	17	19	17

Źródło: obliczenia własne na podstawie: Województwo pomorskie: Podregiony, Powiaty, Gminy 2012, Urząd Statystyczny w Gdańsku, 2012

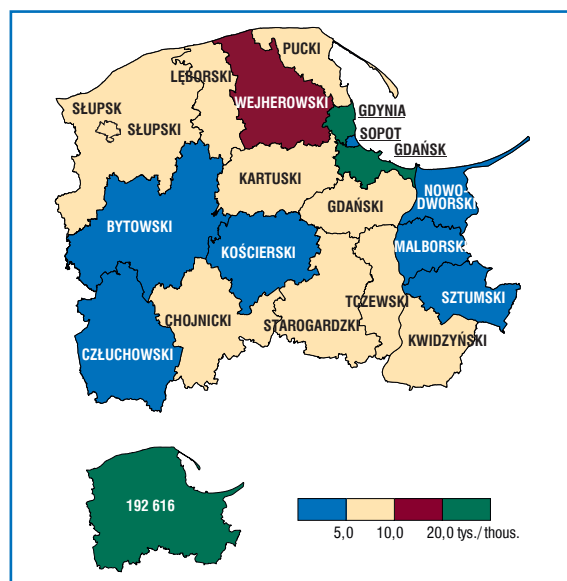
Nawet powierzchowna analiza jakości zasobów siły roboczej w powiecie kościerskim wskazuje, że owa jakość odbiega bardzo wyraźnie od średniej wojewódzkiej (Tabela 74). Tylko 38,4% ludności legitymowało się w 2011 roku co najmniej średnim wykształceniem (średnia na Pomorzu – 49,3%).

Z całą pewnością owa niska jakość stanowić będzie istotną barierę w rozwijaniu nowoczesnych rodzajów aktywności ekonomicznej (również w rolnictwie i w turystyce).

Statystyki dotyczące zarejestrowanych w powiecie kościerskim podmiotów gospodarczych także uzasadniają opinię o słabym poziomie aktywności ekonomicznej mieszkańców (Tabela 75, Rysunek 70, Rysunek 71). Udział liczby podmiotów z tego powiatu w całkowitej ich liczbie w województwie wynosi zaledwie 2,1%, a więc jest niższy niż udziały w ludności (3,1% – Tabela 72) i liczbie pracujących (2,5% – Tabela 73). **Bardzo niski jest współczynnik tzw. gęstości przedsiębiorstw, czyli liczby podmiotów gospodarczych na 1000 mieszkańców⁴⁵. Przy średniej wojewódzkiej wynoszącej 113, w kościerskim**

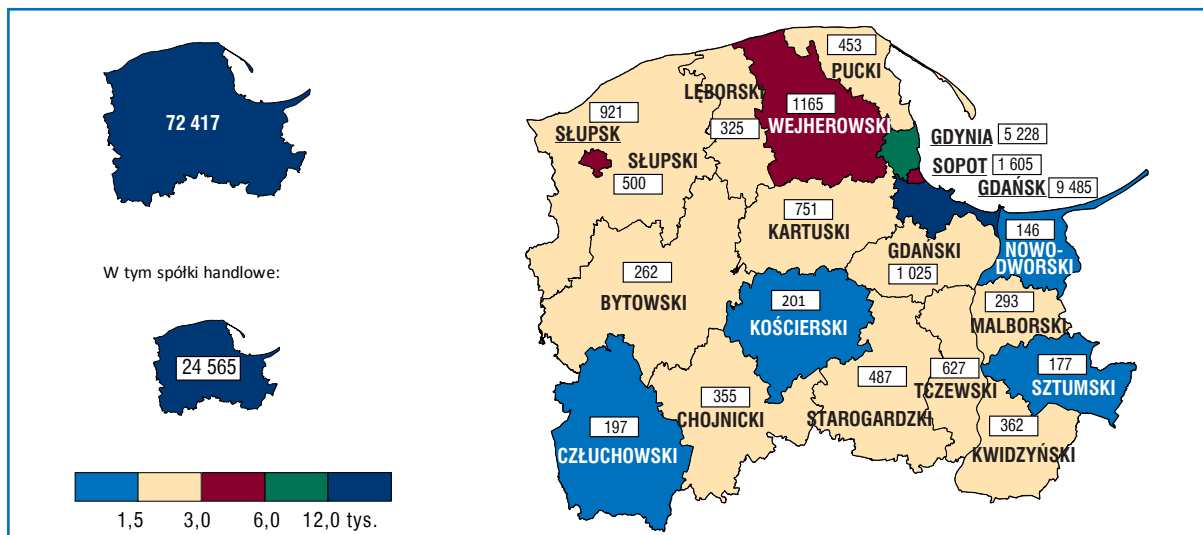
jest on równy 77 (Tabela 75, Tabela 79). Plasuje go to na 19. (przedostatnim) miejscu na Pomorzu. W sąsiadujących z nim powiatach wskaźnik ten kształtuje się następująco: bytowski – 78, kartuski – 90, gdański – 114,

Rysunek 70. Osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą według powiatów w 2012 roku (stan w dniu 31 XII)



Źródło: Zmiany strukturalne grup podmiotów gospodarki narodowej w rejestrze REGON w województwie pomorskim w 2012 roku. Urząd Statystyczny w Gdańsku, 2013

⁴⁵ Dostępne dane pozwalają obliczyć ten współczynnik na poziomie powiatów tylko na podstawie liczby podmiotów zarejestrowanych. Nie są dostępne informacje dotyczące liczby podmiotów aktywnych. Na podstawie danych ogólnopolskich można przyjąć, że liczba aktywnych podmiotów waha się od 40% do 50% liczby podmiotów zarejestrowanych.

Rysunek 71. Osoby prawne i jednostki organizacyjne nieposiadające osobowości prawnej w 2012 roku wg powiatów

Źródło: Zmiany strukturalne grup podmiotów gospodarki narodowej w rejestrze REGON w województwie pomorskim w 2012 roku. Urząd Statystyczny w Gdańsku, 2013

Tabela 76. Powiat kościerski na tle innych powiatów województwa pomorskiego (2011)

Powiaty	Ludność w tys.	Liczba podmiotów zarejestrowanych	Liczba podmiotów zarejestrowanych na 1000 ludności	Liczba osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą
woj. pomorskie	2 283,5	258 197	113	189 788
gdański	100,9	11 476	114	8 900
kartuski	121,4	10 972	90	8 957
nowodworski	36,5	3 744	103	3 079
pucki	80,1	10 709	134	8 945
wejherowski	201,6	19 822	98	16 231
bytowski	78,2	6 083	78	4 620
chojnicki	95,9	8 100	84	6 550
człuchowski	57,5	5 015	87	3 735
łęborski	66,2	8 151	123	6 337
słupski	97,0	8 752	90	6 642
m. Słupsk	95,5	13 319	139	9 488
kościerski	70,7	5 425	77	4 398
kwidziński	83,7	7 770	93	5 752
malborski	64,8	6 097	94	4 395
starogardzki	126,8	10 761	85	8 742
sztumski	42,7	3 217	75	2 309
tczewski	115,8	9 900	85	7 528
m. Gdańsk	460,5	65 332	142	43 674
m. Gdynia	248,9	35 200	141	24 844
m. Sopot	38,6	8 352	216	4 666

Źródło: Województwo pomorskie: Podregiony, Powiaty, Gminy 2012, Urząd Statystyczny w Gdańsku, 2012

Raport 2013

starogardzki – 85, chojnicki – 84. Na tej podstawie można oczekiwać, iż silniejsza niż dotychczas promocja przedsiębiorczości przez władze lokalne i instytucje otoczenia biznesu mogłaby zwiększyć liczbę podmiotów gospodarczych i tym samym stworzyć nowe miejsca pracy, nawet, gdyby były to firmy jednoosobowe.

Struktura podmiotów gospodarczych wg klas wielkości jest w całej Polsce bardzo podobna (Tabela 77). **W porównaniu do populacji pomorskiej powiat kościerski charakteryzuje się większym udziałem firm małych i mniejszym udziałem firm mikro.**

Ten typ struktury można ocenić z dwóch punktów widzenia. Pierwszy – wyższy udział firm małych (przy marginalnych wszędzie udziałach przedsiębiorstw średnich i dużych) jest korzystniejszy, może świadczyć o tym, że **relatywnie jest tu więcej firm nieco silniejszych, zapewne stabilniejszych.** Drugi – niższy udział mikroprzedsiębiorstw świadczy o niższym poziomie przedsiębiorczości, przejawiającym się w aktywności mieszkańców polegającej na uruchamianiu własnej działalności gospodarczej. Biorąc pod uwagę niższy udział pracujących w tym powiecie w całkowitej liczbie pracujących w województwie, relatywnie niższą od przeciętnej w regionie liczbę osób prowadzących samodzielną działalność gospodarczą, niską w konsekwencji gęstość przedsiębiorstw w kościerskim, relatywnie wyższe bezrobocie, **strukturę podmiotów należy ocenić jako raczej gorszą niż średnia w województwie i w większości powiatów sąsiednich.** Oczywiście przy założeniu, że zakładanie nowych przedsiębiorstw, w ogromnej większości przypadków na starcie będących mikrofirmami jest w sytu-

acji gospodarek słabiej rozwiniętych najskuteczniejszą drogą zwiększania liczby miejsc pracy. Należy jednak dodać, że od 2008 roku udział mikrofirm w ogólnej liczbie zarejestrowanych podmiotów gospodarczych w powiecie kościerskim wzrósł o 1 punkt procentowy, a udział firm małych w tym okresie spadł w takim samym stopniu (Tabela 79).

Tabela 77. Struktura podmiotów gospodarczych zarejestrowanych w systemie REGON w Polsce, województwie pomorskim i w powiatach kościerskim i w sąsiednich (2012)

	ogółem	mikro	małe	średnie	duże
POLSKA	100,0	95,0	4,2	0,8	0,1
POMORSKIE	100,0	95,7	3,5	0,7	0,1
Powiat gdański	100,0	95,7	3,7	0,5	0,1
Powiat kartuski	100,0	95,0	4,2	0,7	0,1
Powiat bytowski	100,0	95,1	4,0	0,9	0,0
Powiat chojnicki	100,0	95,2	3,9	0,8	0,1
Powiat kościerski	100,0	95,0	4,0	0,9	0,1
Powiat starogardzki	100,0	95,3	3,8	0,8	0,1

Źródło: Zmiany strukturalne grup podmiotów gospodarki narodowej w rejestrze REGON w województwie pomorskim w 2012 roku. Urząd Statystyczny w Gdańsku, 2013

Tabela 78. Liczba podmiotów gospodarczych zarejestrowanych w rejestrze REGON w Polsce, województwie pomorskim, w powiecie kościerskim i w powiatach sąsiednich wg klas wielkości (2008–2012)

Jednostka terytorialna	ogółem				
	2008	2009	2010	2011	2012
	jed. gosp.	jed. gosp.	jed. gosp.	jed. gosp.	jed. gosp.
POLSKA	3 757 093	3 742 673	3 909 802	3 869 897	3 975 334
POMORSKIE	240 496	249 262	260 202	258 197	265 033
Powiat gdański	9 700	10 249	11 107	11 476	12 055
Powiat kartuski	9 451	9 969	10 680	10 972	11 430
Powiat bytowski	5 962	6 015	6 251	6 083	6 193
Powiat chojnicki	7 623	7 843	8 217	8 100	8 307
Powiat kościerski	4 901	5 113	5 354	5 425	5 520
Powiat starogardzki	10 550	10 775	11 129	10 761	11 038

Tabela 78. Liczba podmiotów gospodarczych zarejestrowanych w rejestrze REGON w Polsce, województwie pomorskim, w powiecie kościerskim i w powiatach sąsiednich wg klas wielkości (2008–2012) – cd.

	0-9				
	2008	2009	2010	2011	2012
	jed. gosp.	jed. gosp.	jed. gosp.	jed. gosp.	jed. gosp.
POLSKA	3 568 137	3 548 354	3 713 677	3 674 970	3 794 489
POMORSKIE	228 597	236 926	247 736	245 882	253 373
Powiat gdański	9 199	9 722	10 565	10 915	11 536
Powiat kartuski	8 889	9 357	10 063	10 332	10 846
Powiat bytowski	5 615	5 657	5 895	5 731	5 888
Powiat chojnicki	7 173	7 363	7 747	7 646	7 906
Powiat kościerski	4 599	4 802	5 038	5 114	5 260
Powiat starogardzki	10 025	10 229	10 569	10 209	10 522
	10-49				
	2008	2009	2010	2011	2012
	jed. gosp.	jed. gosp.	jed. gosp.	jed. gosp.	jed. gosp.
POLSKA	154 833	159 705	161 550	160 851	146 489
POMORSKIE	9 796	10 193	10 339	10 208	9 277
Powiat gdański	435	459	473	493	450
Powiat kartuski	489	538	543	564	477
Powiat bytowski	290	298	299	295	247
Powiat chojnicki	370	397	390	378	323
Powiat kościerski	263	273	277	271	212
Powiat starogardzki	440	459	474	467	423
	50-249				
	2008	2009	2010	2011	2012
	jed. gosp.	jed. gosp.	jed. gosp.	jed. gosp.	jed. gosp.
POLSKA	29 323	29 730	29 731	29 340	29 781
POMORSKIE	1 843	1 881	1 877	1 860	1 945
Powiat gdański	64	66	67	66	68
Powiat kartuski	69	68	68	70	82
Powiat bytowski	53	57	54	54	55
Powiat chojnicki	70	73	70	68	70
Powiat kościerski	35	35	36	38	46
Powiat starogardzki	76	77	77	76	84
	250-999				
	2008	2009	2010	2011	2012
	jed. gosp.	jed. gosp.	jed. gosp.	jed. gosp.	jed. gosp.
POLSKA	3 996	4 057	4 033	3 922	3 779
POMORSKIE	220	220	209	206	196
Powiat gdański	2	2	2	2	1
Powiat kartuski	4	5	5	5	6
Powiat bytowski	3	2	2	2	2
Powiat chojnicki	9	9	9	6	6
Powiat kościerski	2	1	1	0	0
Powiat starogardzki	8	9	8	8	8

Raport 2013

Tabela 78. Liczba podmiotów gospodarczych zarejestrowanych w rejestrze REGON w Polsce, województwie pomorskim, w powiecie kościerskim i w powiatach sąsiednich wg klas wielkości (2008–2012) – cd.

	1000 i więcej				
	2008	2009	2010	2011	2012
	jed. gosp.	jed.gosp.	jed.gosp.	jed.gosp.	jed.gosp.
POLSKA	804	827	811	814	790
POMORSKIE	40	42	41	41	42
Powiat gdański	0	0	0	0	0
Powiat kartuski	0	1	1	1	1
Powiat bytowski	1	1	1	1	1
Powiat chojnicki	1	1	1	2	2
Powiat kościerski	2	2	2	2	2
Powiat starogardzki	1	1	1	1	1

Źródło: Bank Danych Lokalnych www.stat.gov.pl 03.2013; Zmiany strukturalne grup podmiotów gospodarki narodowej w rejestrze REGON w województwie pomorskim w 2012 roku. Urząd Statystyczny w Gdańsku, 2013

Tabela 79. Miejsca powiatu kościerskiego wśród innych powiatów województwa pomorskiego (2011)

Powiaty	Ludność w tys.	Liczba podmiotów zarejestrowanych	Liczba podmiotów zarejestrowanych na 1000 ludności	Liczba osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą
gdański	7	5	7	7
kartuski	5	6	12	5
nowodworski	19	19	8	19
pucki	12	8	5	6
wejherowski	3	3	9	3
bytowski	13	16	18	14
chojnicki	9	13	17	11
człuchowski	17	18	14	18
łębski	15	12	6	12
słupski	8	10	12	10
m. Słupsk	10	4	4	4
kościerski	14	17	19	15
kwidzyński	11	14	11	13
malborski	16	15	10	16
starogardzki	4	7	15	8
sztumski	18	20	20	20
tczewski	6	9	15	9
m. Gdańsk	1	1	2	1
m. Gdynia	2	2	3	2
m. Sopot	20	11	1	17

Źródło: obliczenia własne na podstawie: Województwo pomorskie: Podregiony, Powiaty, Gminy 2012, Urząd Statystyczny w Gdańsku, 2012

Należy też zwrócić uwagę, że w przez cały okres 2008–2012 liczba podmiotów zarejestrowanych w powiecie kościerskim rosła, również wzrosła w 2011 roku, co nie miało miejsca w większości innych powiatów województwa (Tabela 80). Czyli zmiana struktury całej populacji podmiotów w tym powiecie miała miejsce w wyniku szybszego wzrostu liczby zarejestrowanych mikroprzedsiębiorstw niż firm małych (w roku 2012 w stosunku do 2008).

Aczkolwiek ruch w rejestrze REGON nie w pełni odzwierciedla zmiany zachodzące w populacji przedsiębiorstw, to warto zwrócić uwagę, że w latach 2008–2012 każdego roku liczba nowo zarejestrowanych firm w powie-

cie kościerskim przewyższała liczbę firm wyrejestrowanych (Tabela 80). Można to uznać za słaby, ale pozytywny sygnał rozwoju przedsiębiorczości na tym terenie.

Jednak dane przedstawione w przywoływanej uprzednio Tabeli 79. potwierdzają generalnie słaby stan przedsiębiorczości w powiecie kościerskim w porównaniu z innymi powiatami. W każdym prezentowanym tam rankingu plasuje się on na końcowych pozycjach. Z pewnością pozytywnym sygnałem jest fakt, że gęstość firm w powiecie kościerskim, choć nadal bardzo niska, wzrosła w latach 2008–2011 i dystans do niektórych sąsiednich powiatów zmalał pod tym względem (Rysunek 72).

Tabela 80. Liczba podmiotów nowo zarejestrowanych, wyrejestrowanych i saldo zmian w rejestrze REGON w Polsce, województwie pomorskim, powiecie kościerskim i w powiatach sąsiednich (2008–2012)

Podmioty nowo zarejestrowane w rejestrze REGON					
Jednostka terytorialna	podmioty gospodarki narodowej ogółem				
	2008	2009	2010	2011	2012
	jed. gosp.	jed. gosp.	jed. gosp.	jed. gosp.	jed. gosp.
POLSKA	317 594	349 656	402 005	346 087	
POMORSKIE	24 480	25 099	27 486	24 829	25 261
Powiat gdański	1 009	1 035	1 291	1 252	1 237
Powiat kartuski	1 090	1 068	1 253	1 165	1 242
Powiat bytowski	533	553	705	591	565
Powiat chojnicki	848	807	928	852	818
Powiat kościerski	700	649	657	613	570
Powiat starogardzki	996	944	1 002	881	986
Podmioty wyrejestrowane z rejestru REGON					
Jednostka terytorialna	podmioty gospodarki narodowej ogółem				
	2008	2009	2010	2011	2012
	jed. gosp.	jed. gosp.	jed. gosp.	jed. gosp.	jed. gosp.
POLSKA	244 965	357 530	237 693	383 617	
POMORSKIE	16 868	16 443	16 811	26 659	18 946
Powiat gdański	719	641	695	1093	801
Powiat kartuski	628	642	672	993	849
Powiat bytowski	380	479	447	692	450
Powiat chojnicki	516	596	565	953	608
Powiat kościerski	416	450	430	532	464
Powiat starogardzki	458	719	684	1256	711

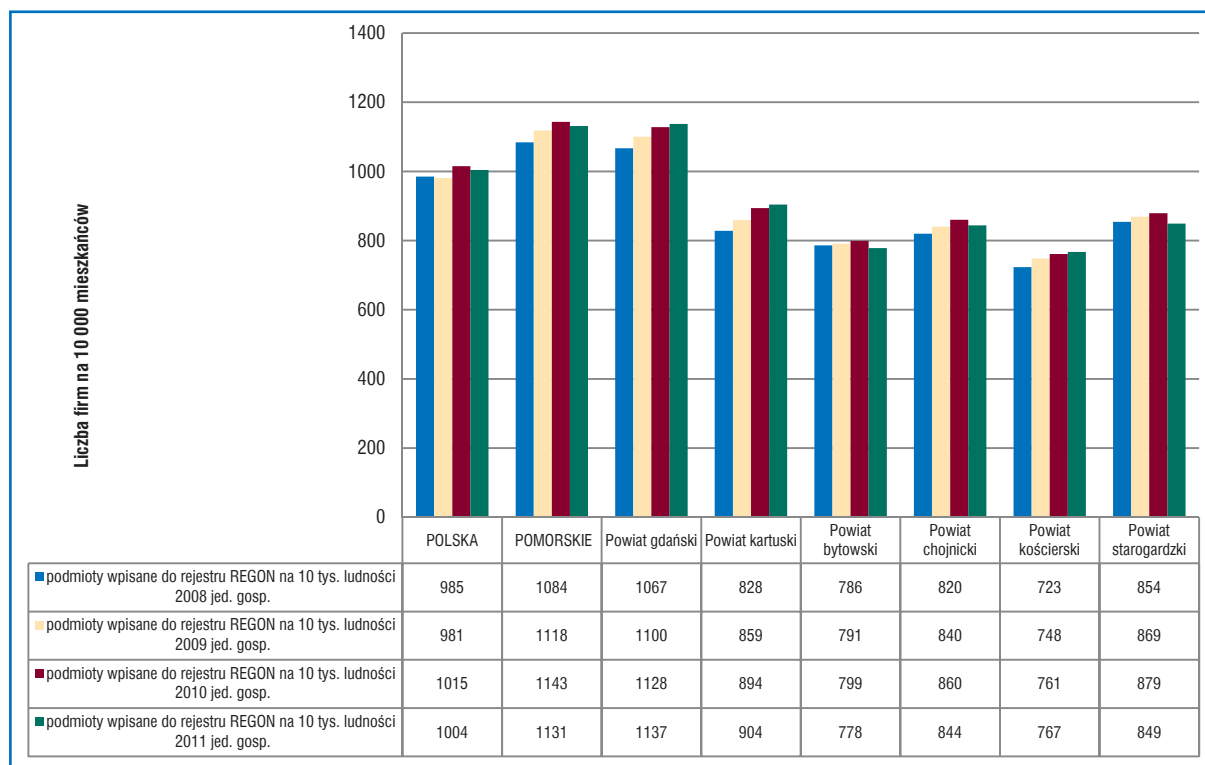
Raport 2013

Tabela 80. Liczba podmiotów nowo zarejestrowanych, wyrejestrowanych i saldo zmian w rejestrze REGON w Polsce, województwie pomorskim, powiecie kościerskim i w powiatach sąsiednich (2008–2012) – cd.

Saldo (podmioty nowo zarejestrowane – wyrejestrowane)					
Jednostka terytorialna	podmioty gospodarki narodowej ogółem				
	2008	2009	2010	2011	2012
	jed. gosp.	jed. gosp.	jed. gosp.	jed. gosp.	jed. gosp.
POLSKA	72 629	-7 874	164 312	-37 530	
POMORSKIE	7612	8 656	10 675	-1 830	6 765
Powiat gdański	290	394	596	159	436
Powiat kartuski	462	426	581	172	393
Powiat bytowski	153	74	697	-101	115
Powiat chojnicki	332	211	363	-101	210
Powiat kościerski	284	199	227	81	106
Powiat starogardzki	538	225	318	-375	275

Źródło: obliczenia własne na podstawie Banku Danych Lokalnych www.stat.gov.pl 03.2013

Rysunek 72. Liczba podmiotów gospodarczych zarejestrowanych w rejestrze REGON na 10 tys. mieszkańców 2008–2011



Źródło: Bank Danych Lokalnych www.stat.gov.pl 03.2013

Niska aktywność gospodarcza mieszkańców jest jedną z przyczyn niskiego poziomu dochodów lokalnego budżetu⁴⁶.

W przeliczeniu na mieszkańca wynoszą one w powiecie kościerskim 918 zł (średnia w województwie – 2 286 zł), a w powiatach sąsiednich odpowiednio: bytowski – 1203 zł, kartuski – 901 zł, gdański – 634 zł, starogardzki – 1090 zł, chojnicki – 1008 zł (Rysunek 73). Pod tym względem powiat kościerski wyprzedza tylko 5 powiatów. Jeszcze słabiej wypada porównanie poziomu dochodów własnych budżetu lokalnego na 1 mieszkańca. Z 238 zł powiat kościerski plasuje się na 20., czyli ostatnim miejscu w województwie. Można stąd wysnuć wniosek o niskim poziomie przedsiębiorczości nie tylko w sektorze prywatnym, ale także władz lokalnych. Tym bardziej że w porównaniu poziomu wydatków inwestycyjnych z budżetu lokalnego na 1 mieszkańca, powiat kościerski (65 zł) był w 2011 r. na przedostatnim miejscu, bardzo wyraźnie odstając od sąsiadów. W bytowski wyniosły one – 169 zł, kartuski – 172 zł, gdański – 226 zł, starogardzki – 108 zł, chojnicki – 217 zł.

Podsumowanie

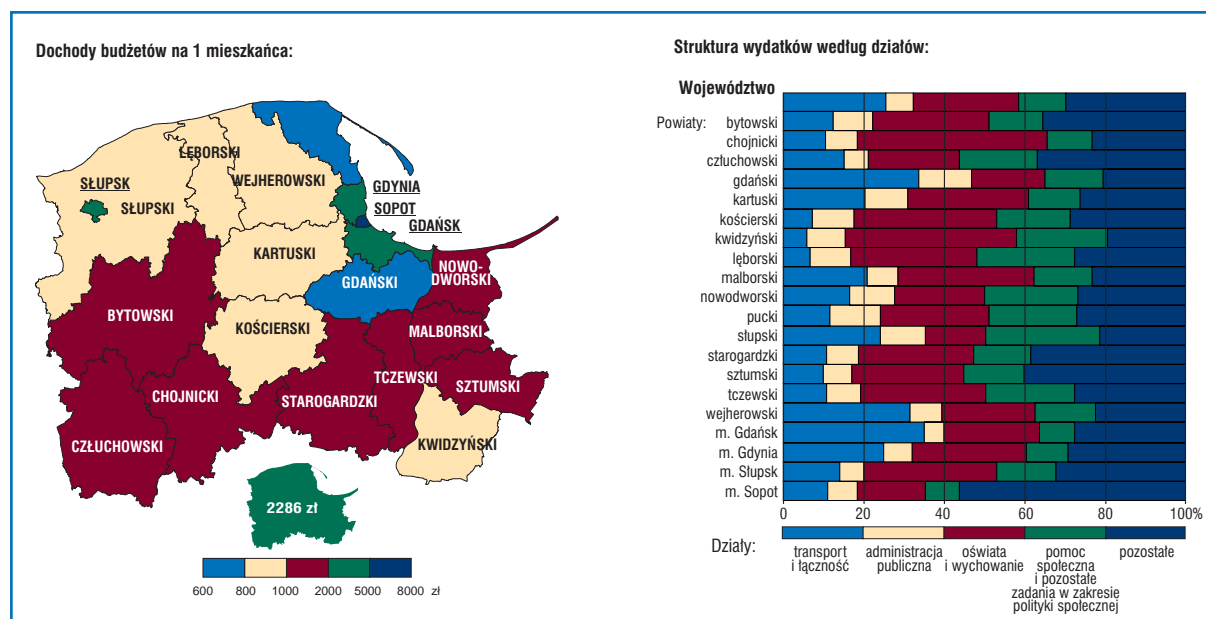
Poziom rozwoju społeczno-ekonomicznego powiatu kościerskiego jest stosunkowo, w porównaniu do większości innych powiatów województwa pomorskiego, niski. Struktura gospodarki jest nienowoczesna. Zasoby siły roboczej są słabo wykorzystywane, a ich jakość jest także relatywnie niska. Poziom przedsiębiorczości również jest niski, choć rosnąca gęstość firm i dodatnie saldo zmian w rejestrze REGON stanowią pewne przesłanki pozwalające mieć nadzieję na pozytywne, choć powolne zmiany.

Istnieją zatem niewykorzystane rezerwy, które należałoby uaktywnić, aby obecny niezadawalający stan poprawić.

Istotną rolę na tym polu mogą, przy stworzeniu odpowiedniej sprzyjającej atmosfery, odegrać mikroprzedsiębiorstwa, absorbując niewykorzystane zasoby ludzkie i ich dotychczas nieujawnioną pomysłowość oraz zaradność.

Stąd analiza tej grupy firm, ich kondycji, perspektyw rozwojowych, a także relacji przedsiębiorców z lokalnym otoczeniem i ich ocen dotyczących stanu gospodarki

Rysunek 73. Dochody i wydatki budżetów powiatów i miast na prawach powiatu w 2011 roku



Źródło: Województwo pomorskie: Podregiony, Powiaty, Gminy 2012, Urząd Statystyczny w Gdańsku, 2012

⁴⁶ Wszystkie dane w tym akapicie pochodzą z: Województwo pomorskie: Podregiony, Powiaty, Gminy 2012, Urząd Statystyczny w Gdańsku, 2012, s. 231.

narodowej i lokalnej może przyczynić się do usprawnienia współpracy pomiędzy sektorem prywatnym i publicznym oraz do zaprojektowania skuteczniejszych działań w zakresie lokalnej polityki ekonomicznej.

2. Mikroprzedsiębiorstwa w powiecie kościerskim

2.1. Charakterystyka próby badawczej

Mikroprzedsiębiorstwa w powiecie kościerskim zostały dobrane w taki sposób, by można było dokonać porównań ich profilu oraz profilu przeciętnego właściciela z mikroprzedsiębiorstwami przebadanymi obecnie na Pomorzu. Ponieważ mikroprzedsiębiorstwa pomorskie były po raz pierwszy badane w 2009 roku, w badaniach w powiecie kościerskim zastosowano takie same jak wówczas kryteria doboru próby, czyli:

- firmy nie mogły powstać wcześniej niż w 2005 roku;
- zatrudniają przynajmniej jedną osobę (oprócz właściciela).

Kierując się kryterium zatrudnienia i wieku, przebadano 97 mikroprzedsiębiorstw w powiecie kościerskim.

Tę do porównań były mikroprzedsiębiorstwa przebadane po raz pierwszy w 2009 roku w ramach POG III i po raz drugi w 2012 (równoległe z badaniami mikroprzedsiębiorstw kościerskich). W celu zapewnienia całkowitej porównywalności, dokonano weryfikacji 290 przebadanych mikroprzedsiębiorstw pomorskich i wyeliminowano te, które zmniejszyły zatrudnienie do 0 (zatrudniony tylko właściciel) oraz te, które przestały w okresie 2009–2012 mieścić się w definicji mikroprzedsiębiorstwa ze względu na przekroczenie 9 osób zatrudnionych. Ostatecznie pozostało 185 mikroprzedsiębiorstw pomorskich, do których mikroprzedsiębiorstwa kościerskie mogą być porównywane.

Podstawowa działalność

Badane w powiecie kościerskim mikroprzedsiębiorstwa zajmowały się przede wszystkim usługami (75,2%), następnie handlem i w niewielkim stopniu (6,2%) były to firmy przemysłowe (Tabela 81). Rozkład firm w badaniu pomorskim przedstawiał się podobnie, chociaż to właśnie w powiecie kościerskim, wśród badanych znalazło się więcej firm produkcyjnych.

Tabela 81. Podstawowa działalność przebadanych firm

branża	% badanych firm kościerskich	% badanych firm pomorskich
przemysłowe	6,2%	4,9%
handel	18,6%	14,0%
usługi	75,2%	81,1%
suma	100,0%	100,0%

Forma prawna

Dominującą formą prawną była działalność gospodarcza osoby fizycznej (88,7%). W pozostałych przypadkach były to spółki cywilne z ograniczoną odpowiedzialnością i jawne. Porównując tę strukturę z firmami pomorskimi, zauważono większy udział najprostszej formy, jaką jest własność jednoosobowa w firmach kościerskich, różnica wyniosła niemal 4 punkty procentowe (Tabela 82).

Tabela 82. Forma prawna przebadanych firm

forma prawna	% badanych firm kościerskich	% badanych firm pomorskich
działalność gospodarcza osoby fizycznej	88,7%	84,9%
spółka cywilna	4,1%	8,6%
sp. z o.o.	3,1%	2,7%
spółka jawna	1,0%	2,2%
inna forma	1,0%	1,1%
brak odp.	2,1%	0,5%
suma	100,0%	100,0%

Wiek przebadanych firm

Wiek przebadanych firm został zdeterminowany poprzez dobór próby – były to firmy nie starsze niż te założone w 2005 roku. W próbie znalazło się najwięcej firm założonych w 2008 roku (26,8%) i w 2007 (23,7%), najmniej tych w 2006 roku (14,4%) (Tabela 83). W porównywanych firmach pomorskich znalazło się zdecydowanie mniej firm młodych, założonych w 2009 roku (7,6%) i więcej firm założonych w 2007 roku (31,4%).

Tabela 83. Rozkład wieku przebadanych firm

	% badanych firm kościerskich	% badanych firm pomorskich
2005	16,5%	17,8%
2006	14,4%	16,2%
2007	23,7%	31,4%
2008	26,8%	27,0%
2009	18,6%	7,6%
suma	100,0%	100,0%

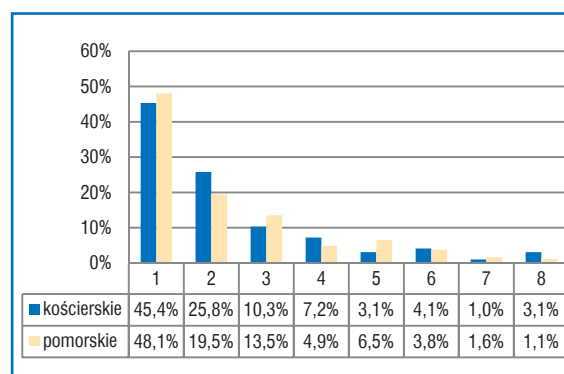
Zatrudnienie w badanych firmach

Średnie zatrudnienie w przebadanych firmach kościerskich wynosiło 2,29 osoby. Łącznie zatrudniały 222 osoby na pełen etat i dodatkowo 77 na podstawie innych form. Można więc powiedzieć, że przeciętnie zaangażowanych w funkcjonowanie mikrofirmy kościerskiej są 3,08 osoby (Tabela 84). Warto także dodać, że wśród zatrudnionych na pełen etat znalazły się 33 osoby w wieku 50+, co stanowi 14,8% wszystkich zatrudnionych. Porównywane mikroprzedsiębiorstwa pomorskie przeciętnie zatrudniały 2,32 osoby, a uwzględniając wszystkie formy zatrudnienia, łączne przeciętne zaangażowanie w firmie było wyższe niż w firmach kościerskich, wyniosło 3,34. W firmach kościerskich odnotowano natomiast o trzy punkty procentowe więcej zatrudnionych osób w wieku 50+, choć struktura wiekowa ludności w powiecie kościerskim wskazuje na przewagę osób młodych.

Warto także podkreślić, że w firmach kościerskich, rzadziej są zatrudniane osoby na podstawie innych form zatrudnienia niż umowa na pełen etat.

Wśród przebadanych mikroprzedsiębiorstw przeważały te zatrudniające oprócz właściciela dodatkowo

tylko jedną osobę – było ich 45,4% (Rysunek 74). Generalnie **ponad 90% mikrofirm zatrudniało do 5 osób**. Jeżeli jednak porównać ten wynik z mikroprzedsiębiorstwami pomorskimi, to okazuje się, że w próbie kościerskiej znalazło się mniej mikroprzedsiębiorstw najmniejszych, zatrudniających jedynie jedną osobę.

Rysunek 74. Struktura badanych mikroprzedsiębiorstw wg liczby zatrudnionych

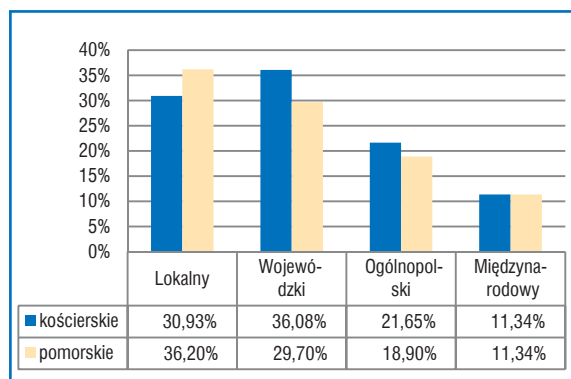
Rynki działania mikroprzedsiębiorstw

Mikroprzedsiębiorstwa funkcjonują przede wszystkim na rynkach lokalnych we wszystkich krajach UE. **Mikrofirmy z powiatu kościerskiego prowadzą działalność przede wszystkim na rynkach lokalnym (31%) i wojewódzkim (36%). Działalność w skali ogólnopolskiej prowadzi 22% przebadanych mikroprzedsiębiorstw a na rynku międzynarodowym funkcjonuje 11% firm. W porównaniu do pozostałych badanych powiatów mikroprzedsiębiorstwa są bardziej zorientowane w swej działalności na rynek wojewódzki i ogólnopolski niż na rynek lokalny.** Może to wynikać z relatywnie niskiej liczby ludności (potencjalnych klientów) oraz firm zarejestrowanych w tym powiecie (Rysunek 75).

Tabela 84. Zatrudnienie w badanych firmach

	mikrofirmy kościerskie		mikrofirmy pomorskie	
	liczba zatrudnionych	średnie zatrudnienie	liczba zatrudnionych	średnie zatrudnienie
pełen etat	222	2,29	429	2,32
w tym 50+	33 (14,9%)		51 (11,9%)	
inne formy	77 (34,7%)	0,79	190 (44,3%)	1,02
ogółem	299	3,08	619	3,34

Rysunek 75. Geograficzny zasięg działalności mikroprzedsiębiorstwa



2.2. Profil przeciętnego właściciela mikroprzedsiębiorstwa w powiecie kościerskim

Analiza pytań dotyczących właścicieli badanych firm została przeprowadzona na podstawie 86 przypadków mikroprzedsiębiorstw kościerskich. Pytania te były zadawane jedynie mikroprzedsiębiorstwom, których własność była jednoosobowa. Odpowiedzi porównano z tymi udzielonymi przez mikroprzedsiębiorców pomorskich.

Płeć

Dużym zaskoczeniem jest 40% udział kobiet wśród właścicieli przebadanych mikroprzedsiębiorstw w powiecie kościerskim, tym bardziej że wśród mikroprzedsiębiorstw pomorskich kobiet było jedynie 27,6%, czyli niewiele ponad wartość udziału kobiet właścicieli mikroprzedsiębiorstw w Polsce (26%)⁴⁷. Wyjaśnieniem tak dużego udziału kobiet w powiecie kościerskim mógłby być fakt, że osoby zagrożone bezrobociem tworzą sobie miejsca pracy rozpoczynając działalność gospodarczą. W takim przypadku jest to najczęściej samozatrudnienie, to znaczy firma stanowi miejsce pracy wyłącznie dla swojego właściciela. W opisywanych badaniach mamy jednak do czynienia z przedsiębiorstwami, które także tworzą miejsca pracy – czyli nie jest to tylko i wyłącznie samozatrudnienie.

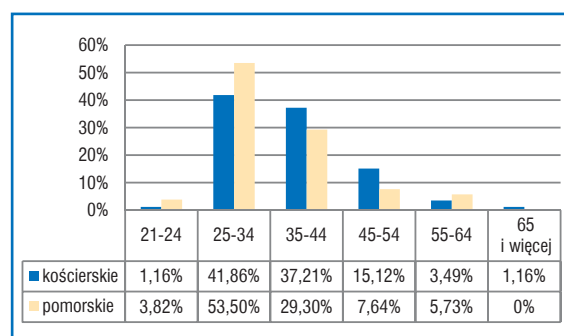
⁴⁷ Tarnawa, A.; Zadura-Lichota P; red., *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2010–2011*, Warszawa 2012.

W związku z dużym udziałem kobiet w badanej próbie należy się spodziewać różnic w sposobie zarządzania i podejmowania decyzji w tych dwóch grupach przedsiębiorstw.

Wiek badanych właścicieli

Badani właściciele to osoby raczej w młodym wieku, głównie w przedziale 25–44 lata (79%). Zaobserwowano różnicę pomiędzy wiekiem właścicieli mikroprzedsiębiorstw kościerskich i pomorskich. Udział osób w wieku 25–34 lat wśród kościerskich przedsiębiorców był niższy niż wśród przedsiębiorców pomorskich (Rysunek 76). Z pewnością nie wynika to z rozkładu wieku samych mieszkańców, w przypadku powiatu kościerskiego ta grupa wiekowa ma udział zbliżony do przeciętnej dla województwa⁴⁸ (Tabela 85).

Rysunek 76. Rozkład wieku mikroprzedsiębiorców kościerskich i pomorskich



Z drugiej strony natomiast w przedziale wieku 45–54 znajduje się niemal dwa razy więcej przedsiębiorców kościerskich niż pomorskich, a sytuacja się odwraca w kolejnym przedziale wiekowym: 55–65. Należy wziąć pod uwagę te różnice, kształtując narzędzia wsparcia dla środowiska przedsiębiorczego w powiecie kościerskim.

Wykształcenie badanych właścicieli

Mikroprzedsiębiorcy kościerscy to przede wszystkim osoby o wykształceniu średnim technicznym (30,2%) i zasadniczym (24,4%). 29% z nich to osoby z wykształce-

⁴⁸ Stan i struktura ludności oraz ruch naturalny w przekroju terytorialnym. Stan w dniu 31 XII 2011 r. GUS, http://www.stat.gov.pl/gus/5840_655_PLK_HTML.htm, 03.2013.

niem wyższym, przy czym przeważa wykształcenie wyższe ekonomiczne i prawnicze (Tabela 86).

Porównując wykształcenie mikroprzedsiębiorców kościerskich z badanymi mikroprzedsiębiorcami pomorskimi zauważa się niższy poziom wykształcenia mikroprzedsiębiorców kościerskich, co wynika zarówno

Tabela 85. Rozkład wieku mieszkańców w powiecie kościerskim i województwie pomorskim

grupa wiekowa	powiat kościerski %	województwo pomorskie %
do 20	27,8	23,9
21-24	6,5	6,0
25-34	16,1	16,8
35-44	13,6	13,8
45-54	13,4	13,2
55-64	11,9	13,8
65	10,7	12,5
suma	100,0	100,0

Źródło: Stan i struktura ludności oraz ruch naturalny w przekroju terytorialnym. Stan w dniu 31 XII 2011 r. GUS, http://www.stat.gov.pl/gus/5840_655_PLK_HTML.htm, 03.2013

Tabela 86. Wykształcenie mikroprzedsiębiorców kościerskim i pomorskich

wykształcenie	% przypadków kościerskie (n=86)	% przypadków pomorskie (n=157)
podstawowe	1,2%	1,3%
zasadnicze	24,4%	18,5%
średnie w tym: średnie techniczne średnie ogólne	44,2% 30,2% 14,0%	41,4% 28,0% 13,4%
wyższe w tym: techniczne wyższe ekonomiczne lub prawnicze wyższe medyczne wyższe artystyczne wyższe inne	29,2% 7,0% 15,1% 1,2% 1,2% 4,7%	37,6% 20,4% 8,9% 1,3% 0,6% 6,4%
inne	1,2%	1,3%
suma	100%	100%

z niższego udziału osób z wyższym wykształceniem, jak i wyższego udziału tych z zasadniczym. Ponadto w powiecie kościerskim odnotowano niecałe 7% właścicieli mikrofirm z wyższym technicznym, podczas gdy w pomorskim ponad 20%. Jednym z wyjaśnień może być ogólny poziom wykształcenia mieszkańców, w tym także udział populacji o wykształceniu wyższym technicznym w powiecie kościerskim, w porównaniu z całym województwem. Niezależnie od przyczyny tej sytuacji, **należy mieć na uwadze tę różnicę w wykształceniu przy omawianiu wyników badań, jak i przy projektowaniu jakiegokolwiek interwencji publicznej.**

Doświadczenie zawodowe przed założeniem firmy

Dla 15,1% mikroprzedsiębiorców firma była pierwszą pracą. Ponad 8% przedsiębiorców prowadziło już wcześniej własne firmy, a ponad połowa z nich była wcześniej pracownikami najemnymi (Tabela 87).

Tabela 87. Doświadczenie zawodowe mikroprzedsiębiorców przed założeniem firmy

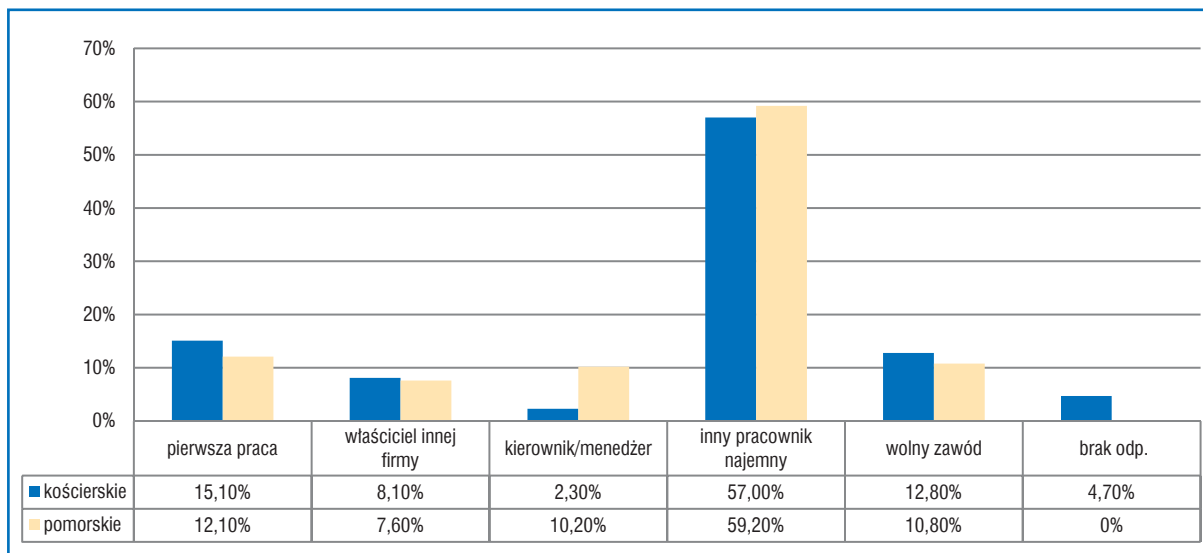
wariant	% przypadków
pierwsza praca	15,1%
właściciel innej firmy	8,1%
kierownik/menedżer	2,3%
inny pracownik najemny	57,0%
wolny zawód	12,8%
brak	4,7%
suma	100,0%

Dla mikroprzedsiębiorców pomorskich rozkład doświadczenia wygląda niemal identycznie. Największa zauważalna różnica wystąpiła w przypadku odpowiedzi: kierownik/menedżer innej firmy, takim doświadczeniem mogli się wykazać mikroprzedsiębiorcy pomorscy w ponad 10%, podczas gdy kościerscy jedynie w 2,3% (Rysunek 77).

Motywacje przedsiębiorcze

Istotnym elementem wpływającym na funkcjonowanie przedsiębiorstw są motywacje, którymi przedsiębiorcy się kierowali, zakładając firmę. W przypadku

Rysunek 77. Doświadczenie mikroprzedsiębiorców przed założeniem własnej firmy



mikroprzedsiębiorców kościerskich głównym motywem była chęć poprawy sytuacji finansowej (55,8%) oraz brak innej pracy (34,9%) (Tabela 88 – *respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź*). Przedsiębiorcy wskazali łącznie 123 motywy, nie wykorzystali tym samym maksymalnej możliwości wskazania w badaniach dwóch motywów.

Motywacje przedsiębiorców kościerskich wynikają w dużym stopniu z konieczności stworzenia sobie miejsca pracy. Odmienne wyglądają motywacje przedsiębiorców pomorskich. W ich przypadku motyw braku pracy został wybrany jedynie przez 1,9% przedsiębiorców, z drugiej natomiast strony częściej kierowali się motywami takimi, jak realizacja marzeń (31,2%) czy też potrzeba autonomii (47,8%) (Rysunek 78). Wynika stąd bardzo

Tabela 88. Motywacje do założenia firmy mikroprzedsiębiorców kościerskich

Motyw	% badanych firm kościerskich
Chęć poprawy sytuacji finansowej	55,8%
Brak innej pracy	34,9%
Potrzeba autonomii i samorealizacji	29,1%
Realizacja marzeń	17,4%
Dziedziczenie	5,8%

istotny wniosek, pomorskie firmy powstawały częściej z chęci właścicieli rozpoczęcia działalności gospodarczej na własny rachunek (motywy typu „pull”), a kościerskie – częściej z konieczności zapewnienia sobie pracy (motywy typu „push”).

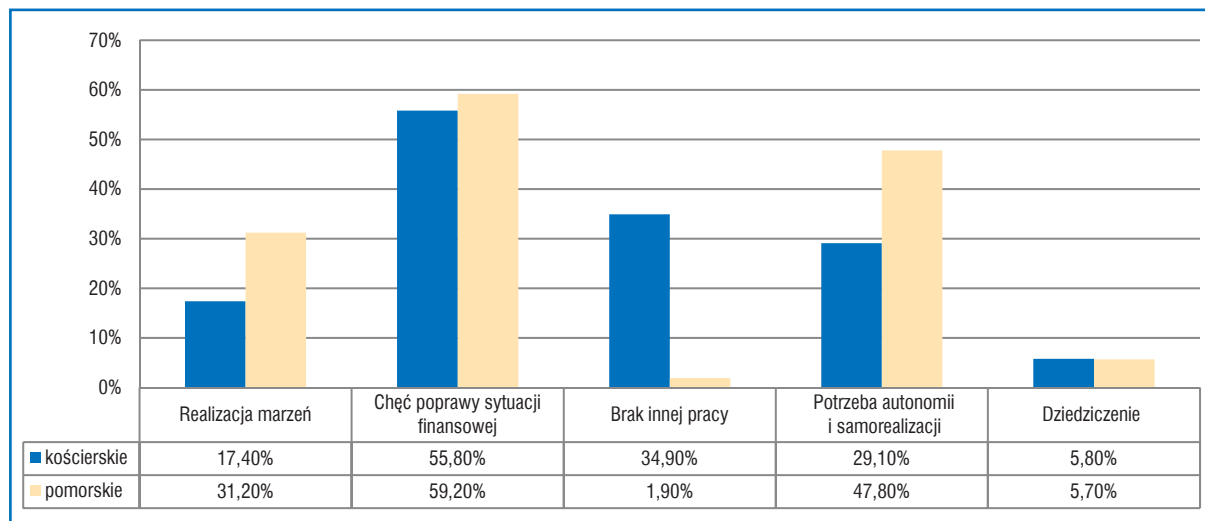
Z wielu badań i studiów wynika, że firmy powstające pod wpływem motywów typu „push” (z konieczności, a nie z chęci) są mniej stabilne, rzadziej rozwijają się, mają mniejsze szanse przetrwania.

2.3. Cele i plany dotyczące sprzedaży i zatrudnienia

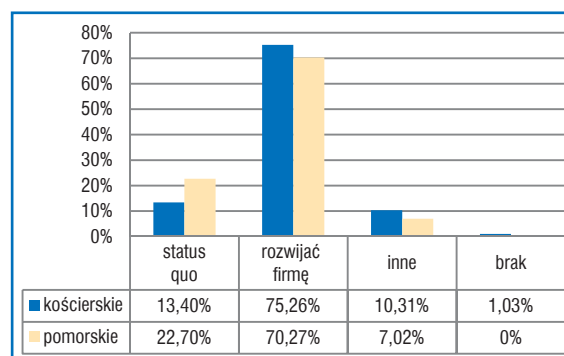
Cele badanych firm

Mikroprzedsiębiorcy kościerscy deklarują przede wszystkim, że chcą swoje firmy rozwijać (75,2%), ewentualnie zachować status quo (13,4%). Pozostałe cele wskazują sporadycznie (Tabela 89). Cele badanych firm – powiat kościerski). Nie jest to zaskoczenie, bowiem pytanie to pojawiło się już w badaniach POG i te dwa powyżej wskazane cele zawsze były najczęściej wybierane przez przedsiębiorców.

Warto jednak zauważyć, że mikroprzedsiębiorstwa kościerskie w większym stopniu wskazywały na rozwój jako cel, w porównaniu z mikroprzedsiębiorcami pomorskimi, różnica wynosiła pięć punktów procentowych

Rysunek 78. Motywy rozpoczęcia działalności przedsiębiorczej – porównanie mikroprzedsiębiorców z powiatu kartuskiego z mikroprzedsiębiorcami z innych przebadanych powiatów**Tabela 89.** Cele badanych firm – powiat kościerski

cel	% firm kościerskich
rozwój firmy	75,2%
status quo	13,4%
ograniczenie działalności	6,2%
likwidacja	2,1%
inny	2,1%
zmiana profilu	0%
brak odp.	1,0%

Rysunek 79. Rozkład celów w przebadanych firmach kościerskich i pomorskich

(Rysunek 79). Duża różnica ujawniła się także w przypadku celu, jakim jest utrzymanie status quo – niemal 10 punktów procentowych. Tym razem to mikroprzedsiębiorcy pomorscy częściej prezentowali taki zachowawczy styl.

Z tej analizy wynika, że **przedsiębiorcy kościerscy podchodzą bardziej ambitnie do przyszłości swojej firmy.**

Mikroprzedsiębiorcy, którzy wskazali na rozwój, jako swój cel, zostali poproszeni o wskazanie, jak rozumieją ten rozwój. Mikroprzedsiębiorcy kościerscy w niemal równym stopniu wskazali na wzrost przychodów (52,0%) i poszerzenie rynków (50,7%). Mniej niż połowa wskazała na wzrost zatrudnienia (43,8%) (Tabela 90 – odpowiadali tylko przedsiębiorcy, którzy wskazali rozwój jako główny cel. Respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź).

Tabela 90. Rozumienie rozwoju przez przedsiębiorców

Rozwój to:	% przypadków N=73
wzrost przychodów	52,0%
poszerzenie rynków	50,7%
wzrost zatrudnienia	43,8%
zmiany technologiczne	17,8%
inne	2,7%
brak odp.	1,4%

Raport 2013

Podobnie rozumieją rozwój mikroprzedsiębiorcy pomorscy, wskazując głównie na wzrost przychodów (76,15%), poszerzenie rynków (62,3%) i wzrost zatrudnienia (56,9%) (Rysunek 80 – *respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź*).

Te wyniki są potwierdzeniem, że wspieranie rozwoju przedsiębiorstw (również mikro), nawet jeśli czyni się to skutecznie, nie musi prowadzić do wzrostu liczby miejsc pracy. Skoro większość przedsiębiorców dąży przede wszystkim do wzrostu sprzedaży i do poszerzenia rynków zbytu, a jednocześnie uznaje wysokie koszty produkcji (w tym koszty pracy) za bardzo istotne bariery rozwojowe, to jest bardzo prawdopodobne, że wspieranie rozwoju firm już istniejących nie przełoży się automatycznie na wzrosty zatrudnienia.

Plany dotyczące zmian sprzedaży

Ponad połowa kościerskich mikroprzedsiębiorców zamierza zwiększyć sprzedaż (52,6%) lub utrzymać ją na niezmiennym poziomie (40,2%). Zarówno mikroprzedsiębiorcy kościerscy, jak i pomorscy w niewielkim stopniu planują ją zmniejszyć (4,1% i 3,8%) (Tabela 91).

Do 10% wzrostu sprzedaży przymierza się 23,5% kościerskich mikroprzedsiębiorców, kolejne 25,5% planuje zwiększyć od 11% do 20% swoją sprzedaż. Są jednak tacy, którzy bardzo ambitnie wskazali wzrost w przedziale 90–100% (7,8%) (Tabela 92 – *odpowiadali tylko przedsiębiorcy, którzy planują zwiększenie sprzedaży*).

Nie odnotowano dużej różnicy pomiędzy planami firm kościerskich i pomorskich (Rysunek 81).

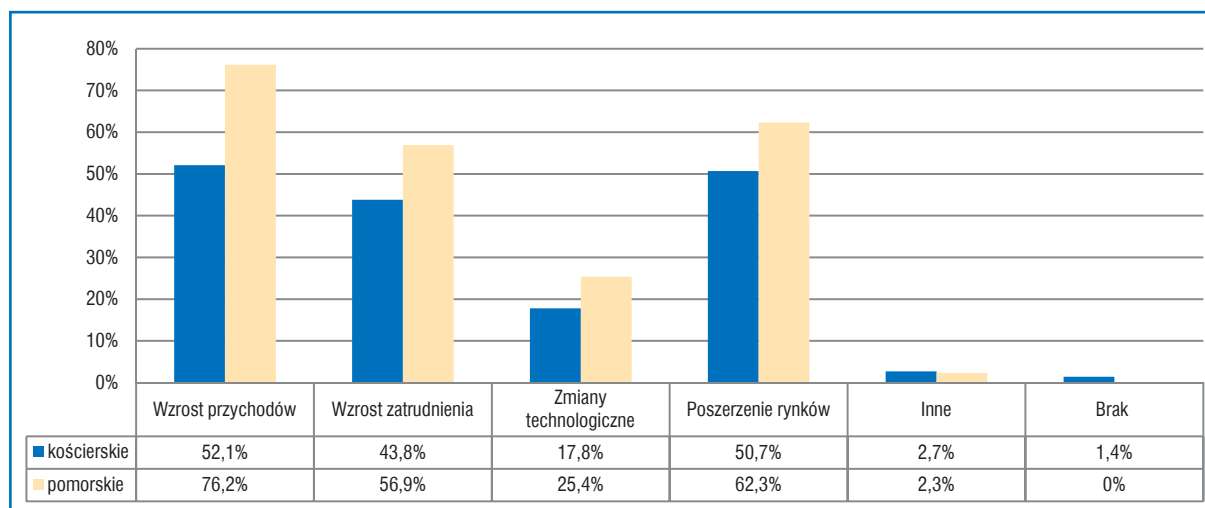
Tabela 91. Przewidywane zmiany sprzedaży w badaniu firm kościerskich i pomorskich

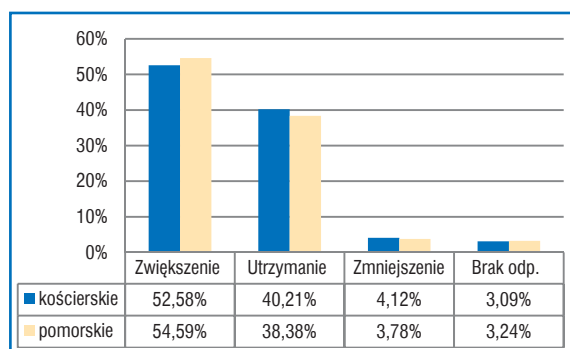
zmiany sprzedaży	% badanych firm kościerskich	% badanych firm pomorskich
zwiększenie	52,6%	54,6%
utrzymanie na obecnym poziomie	40,2%	38,4%
zmniejszenie	4,1%	3,8%
brak odp.	3,1%	3,2%
suma	100,0%	100,0%

Tabela 92. Planowane zwiększenie sprzedaży w przedsiębiorstwach kościerskich – dotyczy firm, które zadeklarowały taki wzrost

Zwiększenie wielkości sprzedaży w %	% przypadków (n=51)
0–10	23,5%
11–20	25,5%
21–30	13,7%
31–40	3,9%
41–50	7,9%
51–90	0,0%
90–100	7,9%
nie wiem	17,6%
suma	100,0%

Rysunek 80. Rozumienie rozwoju przez mikroprzedsiębiorców, którzy wskazali rozwój jako główny cel



Rysunek 81. Plany dotyczące sprzedaży, firmy kościerskie i pomorskie

Plany dotyczące zmian zatrudnienia

Połowa mikroprzedsiębiorców kościerskich nie planuje zmian w zatrudnieniu (50,5%), kolejnych 43,3% zamierza je zwiększyć (Tabela 93). Udział planujących jego zwiększenie jest niższy niż w przypadku zwiększenia sprzedaży i wynosi 43,3%. Jedynie kilku przedsiębiorców zadeklarowało zmniejszenie zatrudnienia (2,1%).

Mikroprzedsiębiorcy, którzy planują zwiększenie zatrudnienia, chcą głównie zatrudnić dodatkowo jedną lub dwie osoby (Tabela 94 – odpowiedzi udzielali tylko przedsiębiorcy planujący zwiększenie zatrudnienia).

2.4. Bariery rozwoju

Mikroprzedsiębiorcy kościerscy wskazywali częściej na istotność większości barier zewnętrznych niż właściciele mikrofirm z innych powiatów. Podobnie jak inne badane grupy za największą barierę uznali politykę podatkową (84% wskazań), następnie – zmienność

Tabela 93. Plany dotyczące zmian w zatrudnieniu w firmach kościerskich

planowane zmiany w zatrudnieniu:	% badanych firm kościerskich	% badanych firm pomorskich
zmniejszenie	2,1%	4,3%
utrzymanie na obecnym poziomie	50,5%	56,8%
zwiększenie	43,3%	36,8%
brak odp.	4,1%	2,1%

Tabela 94. Porównanie planów dotyczących zatrudnienia wśród mikroprzedsiębiorstw kościerskich i pomorskich

Zwiększenie zatrudnienia w osobach	% przypadków kościerskie (n=42)	% przypadków pomorskie (n=68)
1	35,71%	41,2%
2	42,86%	35,3%
3	4,76%	7,4%
4	4,76%	4,4%
powyżej 4 osób	4,76%	3,0%
nie wiem	7,14%	8,8%
suma	100,00%	100,0%

i niejasność przepisów (69%), konkurencję nielegalnych przedsiębiorstw (63%), niewystarczający popyt (61%). Najbardziej wymieniali jako ważne trudności z uzyskaniem kredytu (36%) i rosnącą konkurencją zagraniczną (12%) (Tabela 95).

Postrzeganie barier wewnętrznych przez mikrofirmę w powiecie kościerskim było zbliżone do wskazań przedsiębiorców z innych powiatów. Tu także największa liczba wskazań dotyczy braku środków finansowych (ponad 80%). Podobnie, jak odnośnie do pozostałych badanych w 2012 roku grup trudno wytłumaczyć tak wysoki poziom wskazań. Przeciwnie z analizy barier zewnętrznych wynika, że bariera dostępu do kredytów bankowych nie jest uważana przez większość respondentów za istotną. Wyniki finansowe mikroprzedsiębiorstw kościerskich były niezłe i nie wynika z nich, by ich sytuacja finansowa była bardzo zła (Tabela 96).

2.5. Wybrane aspekty działalności badanych mikrofirm

Aspekty finansowe

Badanie źródeł finansowania mikro- i małych firm nie przynosi zazwyczaj zaskakujących wyników. Wiadomo bowiem, że wielkość firmy rzutuje silnie na gamę dostępnych źródeł, wykorzystanie kapitału obcego jest z reguły dość ograniczone, a w konsekwencji rozwój firmy jest w dużej mierze uzależniony od kapitałów własnych i generowanych przez firmę zysków. W tym względzie ba-

Raport 2013

Tabela 95. Zewnętrzne bariery rozwoju

	Stanowi barierę		Nie stanowi bariery		Nie wiem		Brak odpowiedzi	
	pow. kościerski	woj. pomorskie	woj. kościerski	woj. pomorskie	woj. kościerski	woj. pomorskie	woj. kościerski	woj. pomorskie
Niekorzystna polityka podatkowa	83,51%	73,51%	14,43%	24,86%	1,03%	0,54%	1,03%	1,08%
Zmienność, niejasność przepisów	69,07%	60,00%	26,80%	35,68%	3,09%	2,70%	1,03%	1,62%
Konkurencja nielegalnych przedsiębiorstw	62,89%	55,14%	84,54%	40,54%	6,19%	3,78%	2,06%	0,54%
Niewystarczający popyt	60,82%	62,70%	31,96%	34,59%	3,09%	0,54%	4,12%	2,16%
Rosnąca konkurencja krajowa	54,64%	62,70%	42,27%	34,59%	2,06%	0,54%	1,03%	2,16%
Uzyskanie należności	52,58%	44,86%	44,33%	54,59%	1,03%	0,54%	2,06%	0,00%
Trudności z uzyskaniem kredytu	36,08%	21,62%	57,73%	70,27%	5,15%	1,62%	1,03%	6,49%
Rosnąca konkurencja zagraniczna	12,37%	12,97%	84,54%	83,78%	2,06%	1,08%	1,03%	2,16%

Tabela 96. Wewnętrzne bariery rozwoju

	Stanowi barierę		Nie stanowi bariery		Nie wiem		Brak odpowiedzi	
	pow. kościerski	woj. pomorskie	woj. kościerski	woj. pomorskie	woj. kościerski	woj. pomorskie	woj. kościerski	woj. pomorskie
Brak środków finansowych	80,41%	81,08%	17,53%	17,30%	1,03%	1,62%	1,03%	0,00%
Wysokie koszty produkcji	54,64%	55,14%	38,14%	40,54%	1,03%	0,00%	6,19%	4,32%
Niska płynność	44,33%	48,11%	51,55%	49,73%	1,03%	0,54%	3,09%	1,62%
Nadmierne zadłużenie	26,80%	27,03%	67,01%	67,03%	2,06%	0,00%	4,12%	5,95%

danie kościerskich mikrofirm nie jest wyjątkiem, jednak pokazuje, że mimo dość typowej gamy źródeł, z których korzystają, popularność niektórych źródeł finansowania może dziwić.

Jak już wspomniano, że względu na wielkość badanych podmiotów, oczekiwać należy dominacji finansowania kapitałem własnym. I rzeczywiście, osiągnęte zyski stanowią źródło finansowania działalności dla ponad 70% badanych. Na drugim miejscu można by wymienić finansowanie kapitałem własnym (40%), ale równie często wskazywanym źródłem – co zaskakujące – są kredyty bankowe (Tabela 97 – *respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź*). Na kolejnym miejscu plasuje się leasing, choć jest on wskazywany relatywnie rzadko (14%), niemal trzy razy rzadziej niż kredyt bankowy. Praktycznie równie

często jak z leasingu, kościerscy przedsiębiorcy korzystają ze środków w ramach funduszy strukturalnych UE, co jest kolejnym zaskoczeniem – zazwyczaj popularność tego źródła finansowania wśród mikrofirm jest zdecydowanie mniejsza. Trudno tu jednoznacznie ocenić, czy tak wysoki odsetek firm korzystających z funduszy strukturalnych UE jest zjawiskiem pozytywnym. Na pewno pozytywnie należy ocenić niektóre aspekty tego zjawiska. Znamionuje ono otwartość kościerskich przedsiębiorców na pozyskiwanie środków z nowych, dotąd niewykorzystywanych źródeł; wskazuje na ich proaktywny sposób prowadzenia firmy oraz zdolność do sprostania wymogom administracyjnym i formalnym, koniecznym do pozyskania funduszy. Z drugiej jednak strony należy pamiętać, że środki te w znacznej mierze miały charakter dotacji, co może oznaczać, że bez

takiej sztucznej stymulacji dane przedsięwzięcie mogłoby nie sprostać rynkowej konkurencji. Rozstrzygające w tym względzie będą wyniki przyszłych badań, które pokażą, w jakiej części mikrofirmy pozyskujące finansowanie ze źródeł unijnych będą w stanie utrzymać się na rynku. Jeśli fakt korzystania z tego źródła finansowania wpłynie korzystnie na zdolność kościerskich mikrofirm do przetrwania, wówczas ocena popularności korzystania z tego źródła będzie bardziej jednoznaczna.

Tabela 97. Wykorzystanie źródeł finansowania przez kościerskie mikrofirmy

Źródło finansowania:	% badanych firm
zyski	70,10%
kapitał właścicieli (udziałowców)	40,21%
kredyty bankowe	40,21%
leasing	14,43%
fundusze strukturalne UE	13,40%
faktoring	3,09%
pożyczki (np. z PFP, Funduszu Mikro)	2,06%
z innych źródeł	2,06%
brak odp.	5,15%

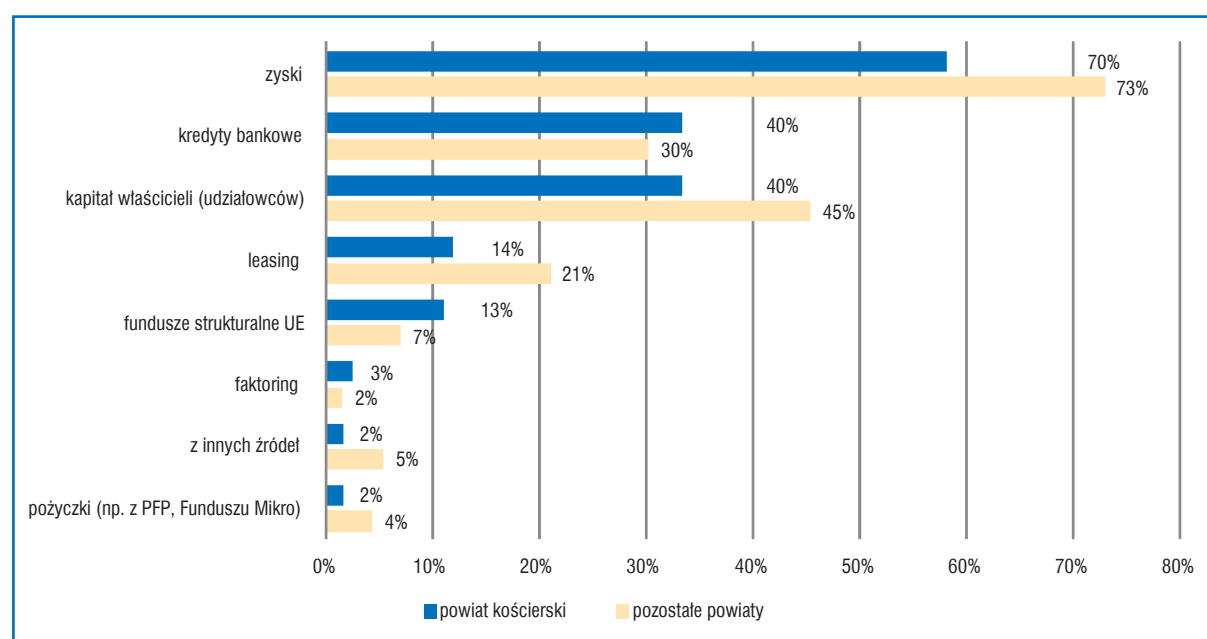
Zaobserwowane różnice w stopniu wykorzystania poszczególnych źródeł finansowania są szczególnie widoczne w zestawieniu z wynikami uzyskanymi w badaniu mikrofirm z innych powiatów województwa pomorskiego, co pokazuje wykres (Rysunek 82 – *respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź*).

W szczególności uwidaczniają się różnice w wykorzystaniu kredytów bankowych, kapitałów właścicieli, leasingu i funduszy strukturalnych UE. Znaczenie zysku jako źródła finansowania działalności jest duże i nie różni się między badanymi powiatami. Niejako tradycyjnie już marginalne znaczenie mają inne źródła finansowania, do których zalicza się faktoring, pożyczki z funduszy pożyczkowych i inne.

Duża popularność kredytów jako źródła finansowania mikrofirm w powiecie kościerskim każe przyjrzeć się potencjalnym powodom tego stanu rzeczy. Możliwość uzyskania kredytu bankowego jest w dużej mierze uzależniona od zdolności kredytowej potencjalnego kredytobiorcy oraz możliwości uzyskania przez bank stosownych zabezpieczeń. Obydwa te czynniki poważnie ograniczają dostęp do kredytów dla najmniejszych podmiotów gospodarczych.

Na pierwszy rzut oka można by więc przypuszczać, że kondycja finansowa kościerskich mikrofirm jest lepsza niż przeciętna oraz że mają one mniejsze niż inne mikrofirmy problemy z zapewnieniem wymaganych za-

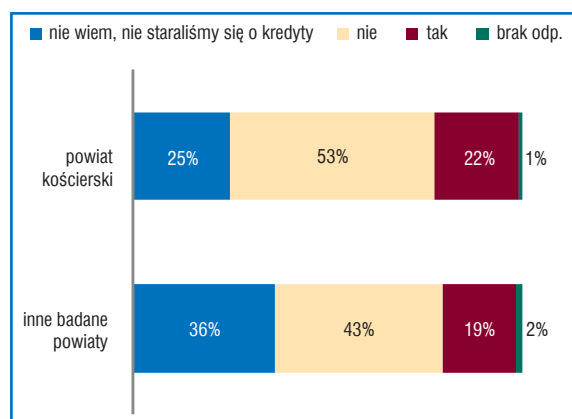
Rysunek 82. Źródła finansowania działalności badanych mikrofirm



Raport 2013

bezpieczeń. Taki wniosek jest jednak, w świetle wyników przeprowadzonych badań, przedwczesny i nieuprawniony. Łatwość uzyskania kredytu nie jest czynnikiem odróżniającym kościerskie mikrofirmy od innych. Co prawda odsetek tych, którzy twierdzą, że uzyskanie kredytu nie jest trudne (53%), jest wyższy niż w innych badanych powiatach (43%), ale różnica ta nie jest istotna. Co piątej kościerskiej mikrofirmie trudno jest dostać kredyt i taki udział odpowiedzi twierdzących był uzyskiwany także w innych powiatach. Tym, co w sposób zasadniczy odróżnia kościerskie mikrofirmy od innych, jest niski udział firm, które nie podejmowały starań o jego uzyskanie: w badanej próbie firm takich było nieco mniej niż 25%, zaś w innych badanych powiatach udział mikrofirm nie starających się o kredyt przekraczał 36%. Zaobserwowane różnice pokazuje wykres (Rysunek 83).

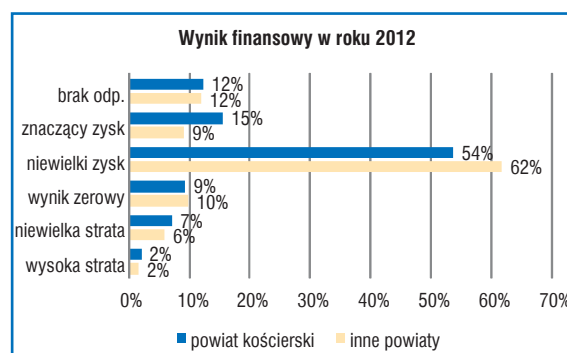
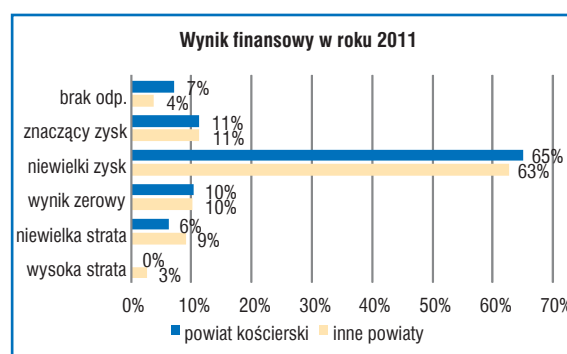
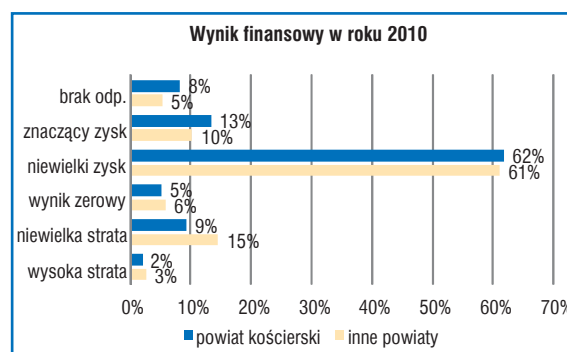
Rysunek 83. Trudności w otrzymaniu kredytu



Subiektywna, sformułowana przez respondentów, ocena osiągniętych wyników finansowych w ciągu ostatnich trzech lat jest nieco wyższa w grupie mikrofirm z powiatu kościerskiego niż w grupie z innych badanych powiatów, co pokazuje wykres (Rysunek 84).

Różnice te są zwłaszcza widoczne dla roku 2010, gdzie w każdej kategorii odnoszącej się do braku zysku (czyli „niewielka strata”, „wysoka strata” oraz „wynik zerowy”) firmy z powiatu kościerskiego wykazują wyniki o kilka punktów procentowych niższe, zaś w kategoriach dotyczących zysku – o kilka punktów procentowych wyższe. W roku 2011 ta prawidłowość utrzymała się dla kategorii „niewielka strata”, „wysoka strata” (niższe wskazania w pow. kościerskim) oraz „niewielki zysk” (wyższe wskazania w pow. kościerskim).

Rysunek 84. Wyniki finansowe w latach 2010–2012



Na podstawie zebranych danych nie można jednak wnioskować o istotnie lepszej sytuacji finansowej mikrofirm z powiatu kościerskiego. Z całą pewnością nie wynika z nich, jakoby częstsze niż w innych powiatach wykorzystywanie kredytu bankowego wynikało z lepszego standingu finansowego wśród kościerskich mikrofirm. Z drugiej strony, wyłaniający się z danych obraz wyników finansowych firm z powiatu kościerskiego na tle innych powiatów nie wygląda źle – z pewnością więc **ogólne wyniki finansowe uzyskiwane przez kościerskich przedsiębiorców nie stanowią bariery dla rozwoju przedsiębiorczości w tym powiecie.**

Porównania tego rodzaju subiektywnych opinii dotyczących osiągniętych zysków należy czynić z dużą ostroż-

nością, ponieważ można domniemywać, że obiektywnie ta sama wielkość osiągniętego zysku może być subiektywnie różnie oceniana nie tylko przez różne osoby, ale i w różnych powiatach⁴⁹.

Działania innowacyjne i inwestycyjne

W przeprowadzonym badaniu w powiecie kościerskim najczęściej badanych mikroprzedsiębiorstw podjęło działania w zakresie poprawy jakości produktów/usług (64%), poszerzyło lub zdobyło nowe rynki (60%) lub wprowadziło nowe produkty/usługi (59%). W dalszej kolejności respondenci wskazywali na zwiększenie kwalifikacji zatrudnionych (44%), wprowadzenie istotnych zmian organizacyjnych (37%), wprowadzenie nowych produktów lub usług (34%) oraz zmniejszanie kosztów produkcji (33%). Tylko 2% respondentów nie podejmowało żadnych działań innowacyjnych. Pomimo iż w warunkach spowolnienia gospodarczego można spodziewać się ograniczenia nakładów na innowacje, to uzyskane wyniki pokazują, że kościerskie mikroprzedsiębiorstwa podejmowały różnorodne działania w tym kierunku.

W porównaniu do mikroprzedsiębiorstw pomorskich, mikroprzedsiębiorstwa kościerskie podjęły częściej podejmowały działania innowacyjne w zakresie wprowadzania nowych produktów/usług (17 punktów procentowych więcej), wprowadzenia nowocześniejszych metod produkcji (12 punktów procentowych więcej) oraz wprowadzenia zmian organizacyjnych (11 punktów procentowych więcej), poszerzenia lub zdobycia nowych rynków zbytu (8 punktów procentowych więcej). Z kolei pomorskie mikroprzedsiębiorstwa były bardziej innowacyjne w zakresie poprawy jakości produktów/usług (4 punkty procentowe więcej) i zwiększania kwalifikacji zatrudnionych (5 punktów procentowych więcej). Należy też dodać, iż w województwie pomorskim 8% respondentów nie podjęło żadnych działań innowacyjnych (o 6 punktów procentowych więcej niż w kościerskim) (Rysunek 85 – *respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź*).

⁴⁹ Zróżnicowanie subiektywnych ocen wielkości takiego samego zysku w części wynika z międzyosobowych różnic dotyczących użyteczności dochodu. Z samej swej natury pojęcie użyteczności nie może być wykorzystywane do porównań między poszczególnymi osobami. Część tego zróżnicowania można jednak tłumaczyć różnicami w poziomie odniesienia: w powiatach bogatszych subiektywna ocena będzie raczej niższa, w biedniejszych – raczej wyższa.

W zakresie działań planowanych na najbliższy rok nieco mniej respondentów planuje podjęcie działań w większości kategorii w powiecie kościerskim. Również mniej działań jest planowanych w powiecie kościerskim w stosunku do województwa pomorskiego. Należy jednak podkreślić, że różnice te nie są znaczące (Rysunek 86 – *respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź*).

Badane mikroprzedsiębiorstwa funkcjonują w warunkach spowolnienia gospodarczego, co może hamować ich wydatki inwestycyjne. Mikroprzedsiębiorstwa finansują inwestycje głównie środkami własnymi i dlatego silniej niż większe firmy odczuwają dekonunkturę. Jednak przebadane mikroprzedsiębiorstwa w powiecie kościerskim **relatywnie często kupowały bądź modernizowały posiadane dobra kapitałowe. Zaledwie 14% respondentów stwierdziło, że w minionych dwóch latach nie ponosiło tego rodzaju wydatków.**

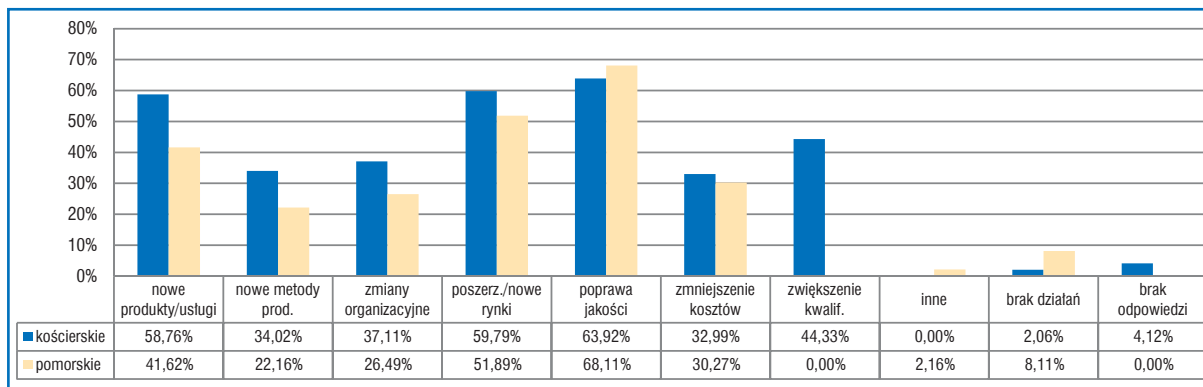
W okresie 2 lat przed przeprowadzonymi badaniami (czyli w latach 2010–2011) 60% badanych firm inwestowało w zakup i modernizację maszyn i urządzeń (Rysunek 87 – *respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź*). Nie znając przeznaczonych na te wydatki kwot, trudno ocenić, czy było to dużo, czy mało. Nie jest z pewnością dobrze, jeżeli przez dwa lata 40% przedsiębiorstw nie dokonuje takich zakupów. Inne wydatki inwestycyjne poniosło już znacznie mniej przedsiębiorstw (47% – zakupiło środki transportu, 27% – nieruchomości). W porównaniu z mikrofirmami z innych powiatów relatywnie więcej przedsiębiorców kościerskich inwestowało w nieruchomości i środki transportu, mniej w maszyny i urządzenia.

Wykorzystanie Internetu

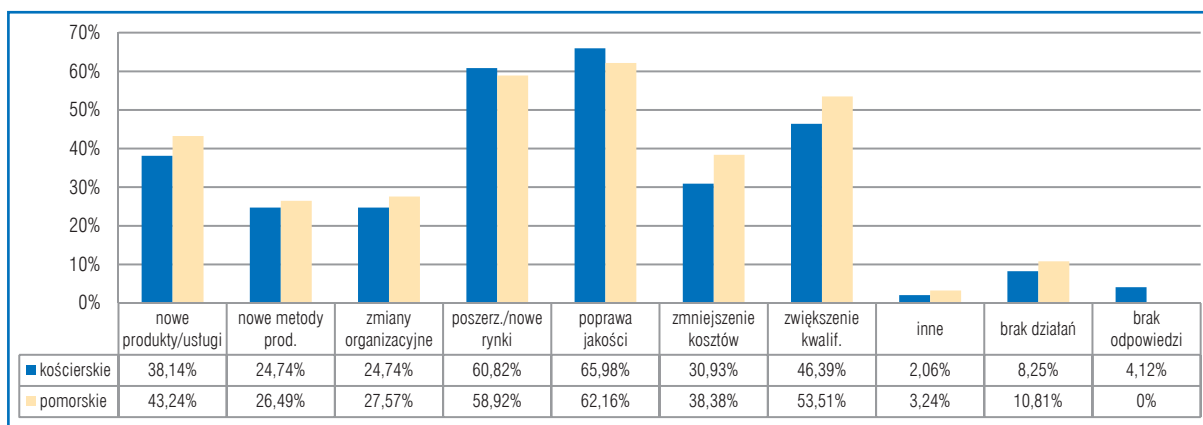
Niemal połowa badanych mikrofirm z powiatu kościerskiego posiada i wykorzystuje własną stronę internetową. Wśród innych stron i portali internetowych czołowe miejsce zajmują produkty internetowe firmy Google: wyszukiwarka, mapy i inne aplikacje – korzysta z nich 37% badanych. Dużą popularnością cieszą się internetowe narzędzia pozwalające na zawieranie transakcji, czyli platforma Allegro (31% wskazań) i sklepy internetowe (15%). Widać również, że telekomunikacyjna rola Internetu jest istotnym walorem dostępu do sieci – relatywnie dużą popularnością cieszy się aplikacja Skype (16%) oraz komunikatory internetowe typu Gadu-Gadu (11%). Co piąta kościerska mikrofirma nie wykorzystuje w swej działalności Internetu, przy czym trzy czwarte

Raport 2013

Rysunek 85. Działania podjęte w ciągu ostatnich dwóch lat

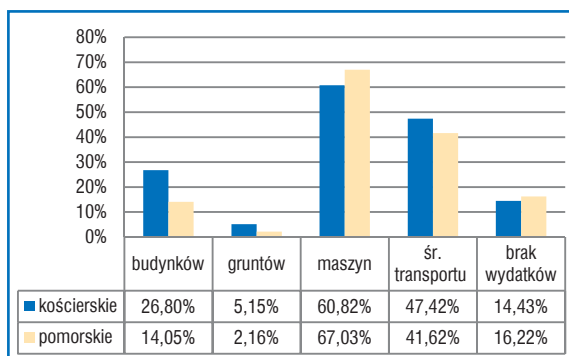


Rysunek 86. Działania planowane na najbliższy rok



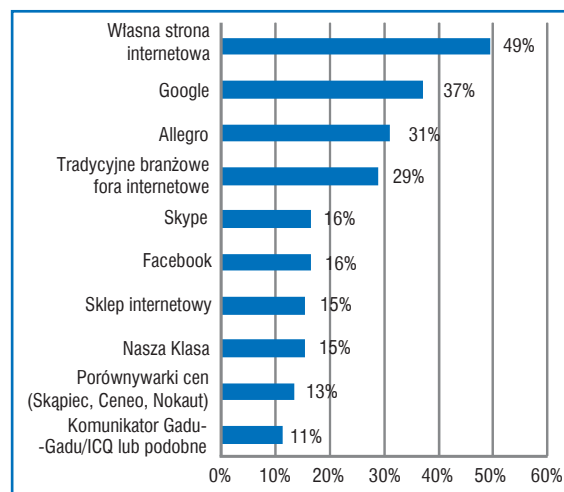
z nich utrzymuje, że nie ma takiej potrzeby. Widać więc wyraźnie, że w obecnych realiach dostęp do Internetu nie stanowi bariery w jego ewentualnym wykorzystaniu nawet w tak małych, jak badane, firmach. O wykorzystywaniu Internetu w działalności gospodarczej decyduje jego postrzegana przydatność i oczekiwane z tego korzyści.

Rysunek 87. Firmy, które poniosły wydatki na zakup lub modernizację w ostatnich 2 latach



Portale, serwisy, strony i aplikacje internetowe wykorzystywane przez mikrofirmy z powiatu kościerskiego prezentuje Rysunek 88.

Rysunek 88. Wykorzystywane produkty internetowe



Skala i sposób wykorzystania poszczególnych produktów internetowych przez mikrofirmy z powiatu kościerskiego są bardzo zbliżone do tych, które odnotowano w innych badanych powiatach województwa pomorskiego.

2.6. Mikrofirmy rodzinne w powiecie kościerskim

W badanej próbie kościerskich mikrofirm przedsiębiorstwa o charakterze rodzinnym stanowią ok. 34%. W porównaniu do przedsiębiorstw z innych badanych powiatów województwa pomorskiego jest to odsetek nieco mniejszy (tam wyniósł on 39%), jednak zaobserwowana różnica nie jest statystycznie istotna. Przyjęta metodyka badania określa firmy rodzinne na podstawie samopozostania respondenta – przyjmuje się, że firma jest rodzinna, jeśli jej właściciel ją za taką uważa.

Dodatkowo, respondent mógł wskazać, dlaczego uważa swoją firmę za rodzinną (Tabela 98 – *respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź*). Rozkład odpowiedzi otrzymany w powiecie kościerskim nie jest w spo-

sób statystycznie istotny różny od tego, który pojawił się w innych badanych powiatach. Zauważalne różnice dotyczą kwestii dziedziczenia i zatrudniania w firmie osób z rodziny. W powiecie kościerskim na fakt odziedziczenia firmy po przodkach wskazało ponad 8% badanych wobec nieco ponad 4% takich odpowiedzi w innych powiatach. W kościerskich mikrofirmach rzadziej deklarowano zatrudnianie osób z rodziny, niż miało to miejsce w innych badanych powiatach województwa pomorskiego.

Rodzinności firmy jest generalnie postrzegana pozytywnie, w przypadku powiatu kościerskiego jest odbierana jako atut przez ponad 50% respondentów (Tabela 99). Zaobserwowane różnice w rozkładzie ocen rodzinności jako cechy firmy nie są statystycznie istotne, co pozwala powiedzieć, że odbiór tej cechy w powiecie kościerskim, będąc bardzo pozytywnym, nie różni się od percepcji tego zjawiska w innych badanych powiatach.

Postrzeganie rodzinności firmy w powiecie kościerskim, choć generalnie pozytywne, to jednak różni się w zależności od tego, czy oceniający sam prowadzi firmę rodzinną, czy też nie. Wśród prowadzących firmy rodzinne bezwzględnie dominuje przekonanie, że ich rodzinność

Tabela 98. Uzasadnienie rodzinnego charakteru badanych mikrofirm

Firma jest firmą rodzinną, ponieważ:	mikrofirmy kościerskie		mikrofirmy województwa pomorskiego	
	liczba wskazań	% badanych firm	liczba wskazań	% badanych firm
jest w kolejnym pokoleniu w rękach rodziny	8	8,25%	8	4,3%
w firmie są zatrudnione osoby z rodziny	13	13,40%	34	18,4%
w prowadzeniu firmie pomagają członkowie rodziny (np. dzieci)	23	23,71%	39	21,1%
brak odp.	0	0%	2	1,1%
firma nie jest firmą rodzinną	57	58,76%	113	61,1%

Tabela 99. Postrzeganie rodzinności firmy w powiecie kościerskim i w innych wybranych powiatach

Rodzinność firmy:	mikrofirmy kościerskie		mikrofirmy województwa pomorskiego	
	liczba wskazań	% badanych firm	liczba wskazań	% badanych firm
jest atutem	51	52,58%	81	43,78%
nie ma znaczenia	20	20,62%	52	28,11%
jest obciążeniem	13	13,40%	26	14,05%
nie wiem	4	4,12%	11	5,95%
brak odp.	9	9,28%	15	8,11%
suma:	97	100,00%	185	100,00%

jest zaletą (80% wskazań), a w grupie firm nierodzinnych przekonanie takie wyraził co trzeci badany (Tabela 100). W tej ostatniej grupie co czwarta osoba ocenia, że rodzinność firmy nie ma znaczenia, a niemal co piąty uważa ją za obciążenie dla firmy. Takie negatywne postrzeganie rodzinności wśród firm rodzinnych występuje tylko w co dwudziestej badanej firmie. **Poglądy na oddziaływanie rodzinnego charakteru firmy na jej funkcjonowanie w grupie firm rodzinnych są jasno sprecyzowane, w grupie firm nierodzinnych część respondentów (7%) nie ma zdania na ten temat.**

Interesujące wydaje się porównanie postrzegania rodzinności firmy w powiecie kościerskim i innych badanych powiatach. Wśród firm nierodzinnych nie ma żadnych istotnych różnic, ale pojawiają się one w grupie firm rodzinnych. Wyraźnie widać, że w powiecie kościerskim pozytywny odbiór rodzinności jest zdecydowanie powszechniejszy niż w innych powiatach, a odsetek firm rodzinnych, które postrzegają tę cechę negatywnie, jest niemal trzy razy niższy w powiecie kościerskim.

Skala pozytywnego postrzegania rodzinności odróżnia rodzinne firmy z powiatu kościerskiego od tego typu firm z innych powiatów w takim stopniu, że można byłoby spodziewać się jakichś istotnych różnic jakościowych, charakteryzujących tę grupę. Jednak **analiza badań przeprowadzonych zarówno w województwie pomorskim, jak i w powiecie kościerskim, nie dostarczyła dowodów na istotną statystycznie różnicę w działaniu**

firm rodzinnych i nierodzinnych. Rodzinne mikrofirmy z tego powiatu nie różnią się od mikrofirm nierodzinnych ani deklarowanymi celami działania, ani uzyskiwanymi wynikami finansowymi, ani też planami w zakresie zmian zatrudnienia i sprzedaży. Rodzinne mikrofirmy nie różnią się wielkością mierzoną zatrudnieniem na pełny etat, nie podejmują innych działań inwestycyjnych niż firmy nierodzinne, nie różnią się też liczbą wykorzystywanych źródeł finansowania swojej działalności. Można zatem powiedzieć, że niezależnie od tego, czy rzeczywiście rodzinność firmy jest zaletą – jak chcą to widzieć respondenci z powiatu kościerskiego, czy też bywa wadą – co jest podkreślane w literaturze poświęconej firmom rodzinnym, wielkość badanych firm jest prawdopodobnie niedostateczna, by w znaczący sposób uwidocznić mankamenty rodzinności, a ewentualne pozytywne oddziaływanie tej cechy jest zbyt słabe, by dało się uchwycić za pomocą metod ilościowych⁵⁰.

Przedsiębiorcy prowadzący badane mikrofirmy w znacznej mierze nie rozstrzygnęli jeszcze, co zamierzają zrobić z firmą w momencie ich odejścia. Większość z nich, zarówno w powiecie kościerskim (53%), jak i w pozostałych badanych powiatach (61%), zamierza podjąć tę decyzję w przyszłości (Tabela 101). W obu analizowanych grupach udział mikrofirm, które mają już sprecyzowane plany co do przyszłości, jest zbliżony i wynosi ok. 36%. Dominuje chęć przekazania firmy kolejnemu pokoleniu (jest tak w niemal czterech przypadkach na pięć wśród respondentów o sprecyzowanych planach). Odsetek mikrofirm, których właściciele chcą, by firma pozostała własnością rodziny, jest o 4 punkty procentowe wyższy w powiecie kościerskim niż w innych powiatach. Należy podkreślić, że interpretację uzyskanych wyników w pewnej mierze utrudnia fakt, że dość liczna grupa kościerskich mikrofirm odmówiła odpowiedzi na to pytanie, w pozostałych badanych powiatach na to pytanie odpowiedzieli wszyscy badani.

Fakt powzięcia decyzji o przekazaniu firmy w ręce kolejnego pokolenia skłania do postawienia pytania o sam proces sukcesji i jego planowanie. **Spośród mikrofirm, które mają być przedmiotem sukcesji, w jedynie ok.**

Tabela 100. Postrzeganie rodzinności w firmach rodzinnych i nierodzinnych

Rodzinność firmy:	mikrofirmy kościerskie		mikrofirmy województwa pomorskiego	
	firmy rodzinne	firmy nierodzinne	firmy rodzinne	firmy nierodzinne
jest atutem	80%	33%	60%	34%
nie ma znaczenia	15%	25%	23%	31%
jest obciążeniem	5%	19%	13%	15%
nie wiem	0%	7%	1%	9%
brak odp.	0%	16%	3%	11%
suma:	100%	100%	100%	100%

⁵⁰ W takich przypadkach zawsze powstaje pytanie o to, czy liczebność próby była wystarczająca, by móc stosować metody ilościowe. W zrealizowanych badaniach próba badawcza była niemal tak duża, jak populacja firm spełniających przyjęte kryteria. Innymi słowy, powiększenie próby badawczej nie było możliwe.

Tabela 101. Zamiary dotyczące przyszłości badanych mikrofirm

Zamiary dotyczące przyszłości firmy:	mikrofirmy kościerskie		mikrofirmy województwa pomorskiego	
	liczba wskazań	% badanych firm	liczba wskazań	% badanych firm
przekazać firmę następnemu pokoleniu	29	29,90%	48	25,95%
sprzedać	3	3,09%	8	4,32%
zamknąć	3	3,09%	12	6,49%
nie mam jeszcze planów, rozważę to w przyszłości	51	52,58%	112	60,54%
nie wiem	2	2,06%	5	2,70%
brak odp.	9	9,28%	0	0%
suma	97	100,00%	185	100,00%

Tabela 102. Planowanie procesu sukcesji

Czy rozpoczęto proces przekazywania firmy w nowe ręce:	mikrofirmy kościerskie		mikrofirmy województwa pomorskiego	
	liczba wskazań	% przypadków (n=29)	liczba wskazań	% przypadków (n=48)
tak, mam plan sukcesji	4	13,79%	7	14,58%
nie, będę się nad tym zastanawiał później	21	72,41%	31	64,58%
nie zamierzam planować sukcesji	4	13,79%	6	12,50%
brak odp.	0	0%	4	8,33%
suma	29	100,00%	48	100,00%

14% powstał plan tego przedsięwzięcia⁵¹ i wynik ten dotyczy wszystkich badanych powiatów – powiat kościerski nie wyróżnia się w tym względzie (Tabela 102 – opowiadały tylko mikrofirmy rodzinne). Odnosząc ten wynik do badanych prób można powiedzieć, że plan procesu sukcesji istnieje w jednej mikrofirmie na dwadzieścia pięć badanych.

Odsetek mikrofirm, które nie zamierzają planować sukcesji, jest bardzo podobny w powiecie kościerskim i innych badanych powiatach – wynosi ok. 13% tych wszystkich mikrofirm, które mają być przekazane potomstwu obecnych właścicieli.

Jak więc widać, problematyka sukcesji nie jest bieżącym zmartwieniem przedsiębiorców prowadzących

badane mikrofirmy. Nawet wśród tych, którzy już podjęli decyzję, że dokonają sukcesji, zdecydowana większość – **dwie trzecie lub w przypadku powiatu kościerskiego nawet ponad 70% – odkłada planowanie sukcesji na później.**

Otrzymane wyniki można w znacznym stopniu przypisać dwóm czynnikom: wiekowi badanych mikrofirm oraz wiekowi właścicieli. Badane firmy są relatywnie młode, co przekłada się na procesy planowania sukcesji o tyle, że młode firmy skupiają się raczej na bieżącym zarządzaniu, starając się utrzymać na rynku. Dopiero mając już ustabilizowaną sytuację na rynku, możliwe jest przeorientowanie priorytetów z bieżącego przetrwania na zarządzanie zmianą międzypokoleniową. Większość właścicieli badanych mikrofirm z powiatu kościerskiego jest relatywnie młoda (poniżej 45. roku życia), a co za tym idzie, perspektywa ewentualnego przekazania firmy jawi im się zapewne jako wydarzenie z dość odległej przyszłości. Pośrednio potwierdza to fakt, że dwóch z czterech właścicieli deklarujących, że mają plany sukcesji, znajduje się w przedziale wiekowym 45–54.

⁵¹ Procesy planowania w małych firmach, a tym bardziej mikrofirmach, są zazwyczaj traktowane przez przedsiębiorców jako mało ważne, zaś tworzone plany mają często formę nieformalną, niejednokrotnie wręcz nie są spisane, a istnieją *de facto* w umyśle przedsiębiorcy. Należy spodziewać się, że gdyby pytanie dotyczyło sporządzonego w sposób formalny, być może z pomocą doradców, profesjonalnego planu sukcesji, odsetek pozytywnych odpowiedzi byłby zdecydowanie niższy.

2.7. Instytucjonalne otoczenie mikroprzedsiębiorstw

Postrzeganie przedsiębiorcy przez społeczność lokalną

Mikroprzedsiębiorcy kościerscy uważają, że lokalna społeczność postrzega ich pozytywnie, przede wszystkim jako osoby tworzące miejsca pracy (45,4%) i zaradne (39,2%) (Tabela 103). W przypadku mikroprzedsiębiorców pomorskich kolejność jest podobna, ale udział wskazań wyższy. Pomorscy mikroprzedsiębiorcy w większym stopniu wskazali na tworzenie miejsc pracy (47%), czy też zaradność (45,4%). To jednak pomorscy mikroprzedsiębiorcy czują częściej, że lokalna społeczność widzi w nich osoby nieuczciwe (14,6%) w większym stopniu niż kościerscy (8,3%).

Tabela 103. Postrzeganie przedsiębiorcy w społeczności lokalnej

Przedsiębiorca jako:	% badanych firm kościerskich N=97	% badanych firm pomorskich N= 185
osoba zaradna	39,2%	45,4%
osoba przyczyniająca się do rozwoju regionu	25,8%	32,4%
osoba tworząca miejsca pracy	45,4%	47,0%
osoba nieuczciwa	8,3%	14,6%
osoba realizująca własne materialne cele	22,7%	40,0%
neutralnie (ani pozytywnie ani negatywnie)	38,1%	38,9%
nie wiem	3,1%	0%

Ocena usług świadczonych przez lokalną administrację

Kościerscy mikroprzedsiębiorcy oceniają jakość usług świadczonych przez lokalną administrację neutralnie (44,33%) i pozytywnie (37,11%), a w najmniejszym stopniu negatywnie (15,46%).

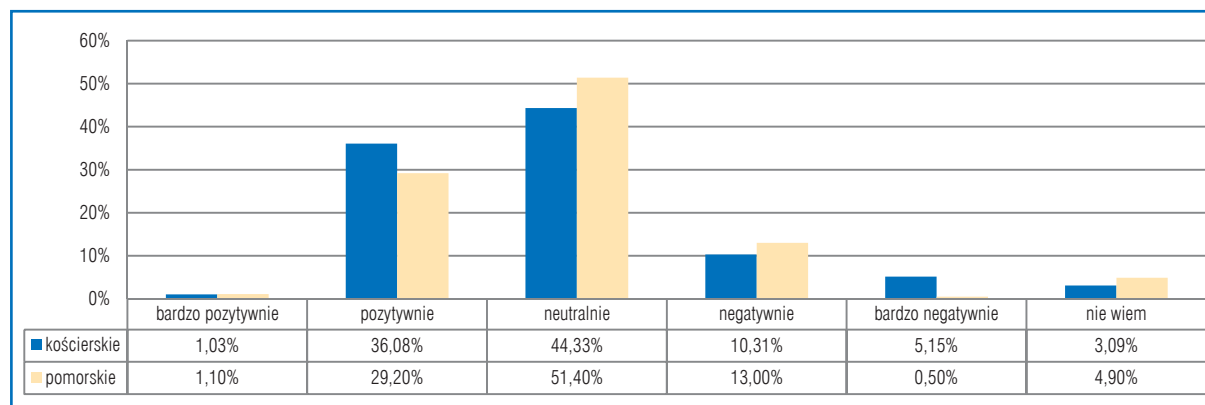
Pomorscy mikroprzedsiębiorcy ocenili tę jakość bardziej neutralnie (51,4%), w zdecydowanie mniejszym stopniu oceniając ją pozytywnie (30,3% v. 37,1%) ale także w nieznacznie mniejszym stopniu negatywnie (13,5% v. 15,5%) (Rysunek 89).

Mikroprzedsiębiorcy kościerscy w ponad 45% uważają, że opłaty lokalne, którymi są obciążani, są wyższe niż w pozostałych powiatach (Tabela 104). Warto zauważyć, że w przypadku mikroprzedsiębiorstw z całego województwa udział takich przedsiębiorców jest niższy i wynosi

Tabela 104. Wysokość podatków i opłat lokalnych w powiecie w stosunku do innych powiatów – opinie przedsiębiorców

podatki i opłaty lokalne w powiecie są:	% badanych firm kościerskich	% badanych firm pomorskich
zdecydowanie wyższe	21,7%	10,8%
raczej wyższe	23,7%	19,5%
ani wyższe, ani niższe	34,0%	39,5%
raczej niższe	3,1%	3,8%
nie wiem	13,4%	26,5%
brak odp.	4,1%	0%
suma	100,0%	100,0%

Rysunek 89. Ocena jakości świadczonych usług przez administrację lokalną w opinii mikroprzedsiębiorców kościerskich i pomorskich



jedynie 30%. Niemal dwa razy więcej mikroprzedsiębiorców pomorskich przyznało się do niewiedzy na temat relacji opłat lokalnych pomiędzy ich powiatem a innymi (26,5% pomorskie, 13,4% kościerskie).

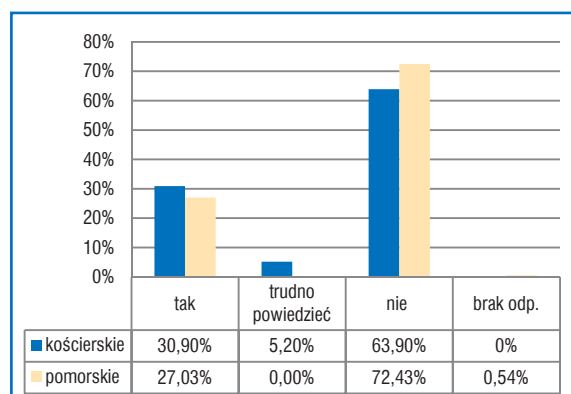
Większość kościerskich mikroprzedsiębiorcy nie odczuwa troski władz lokalnych (63,9%) nakierowanej na działania wspierające przedsiębiorczość, 31% taką troskę odczuwa (13,4% postrzega sprzyjający klimat, 17,6% spotyka się z nią sporadycznie) (Tabela 105).

Tabela 105. Odczucia przedsiębiorców dotyczące troski władz lokalnych

troska władz lokalnych	% badanych firm
tak, stworzono sprzyjający klimat dla działalności przedsiębiorców	13,4%
tak, spotykam się ze sporadycznymi przejawami troski	17,6%
trudno powiedzieć	5,1%
nie	63,9%
suma	100,0%

Porównanie postrzegania klimatu przez kościerskich i pomorskich mikroprzedsiębiorców wypada na korzyść władz lokalnych w powiecie kościerskim. Przedsiębiorcy pomorscy gorzej oceniają troskę władz lokalnych (72,4%), w mniejszym też stopniu taką troskę dostrzegają (27%). Co ciekawe, wszyscy mikroprzedsiębiorcy z pozostałych powiatów mieli zdanie na powyższy temat, w przeciwieństwie do mikroprzedsiębiorców kościerskich, którzy w ponad 5% nie potrafili udzielić jednoznacznej odpowiedzi (Rysunek 90).

Rysunek 90. Odczuwana troska władz lokalnych – odczucia przedsiębiorców



Samoocena zaangażowania przedsiębiorców

Przedsiębiorców kościerskich zapytano także o to, jak oceniają zaangażowanie społeczności przedsiębiorców na rzecz kształtowania warunków działalności gospodarczej. Niemal 20% mikroprzedsiębiorców kościerskich twierdzi, że przedsiębiorcy nie są tym zainteresowani i tyle samo czuje brak przyjaznego przyjęcia takich inicjatyw przez władze lokalne. Zaledwie 4,1% ocenia, że przedsiębiorcy mają duże możliwości w zakresie kształtowania tych warunków, a 47,4% musi o te możliwości zabiegać. Różnice pomiędzy odpowiedziami uzyskanymi w powiecie kościerskim i w pozostałych badanych powiatach przedstawia tabela 106.

Tabela 106. Możliwości włączania się przedsiębiorców w działania na rzecz ich samych

czy przedsiębiorcy mają możliwości:	% badanych firm kościerskich	% badanych firm pomorskich
tak, duże	4,1%	4,9%
tak, ale muszą o to zabiegać	47,4%	32,4%
nie, nie są zainteresowani	19,6%	26,5%
nie, ich inicjatywy nie spotykają się z przyjaznym przyjęciem ze strony władz lokalnych	19,6%	20,5%
nie wiem	9,3%	13,0%
brak odp.	0%	2,7%
suma	100%	100%

Samopostreganie przedsiębiorców, analiza poziomu zaufania i potrzeb firm kościerskich

Odczucia przedsiębiorcze

Przedsiębiorcy kościerscy czują się dobrze w swojej roli, o czym świadczą deklaracje o odczuciach przedsiębiorczych. **Aż w 94,3% że czują się osobami przedsiębiorczymi** (Tabela 107 – odpowiadali tylko właściciele firm działających jako jednoosobowa własność). Dokładnie tak samo odpowiedzieli mikroprzedsiębiorcy pomorscy.

Tabela 107. Samopozstrzeganie przedsiębiorczości – odczucia mikroprzedsiębiorców

czy jesteś osobą przedsiębiorczą:	kościerscy właściciele (n=86)
tak	50,0%
raczej tak	44,3%
ani tak, ani nie	3,5%
raczej nie	1,1%
nie	1,1%
suma	100,0%

Ocena poziomu zaufania przedsiębiorców

Przedsiębiorcy z powiatu kościerskiego wyraźnie lepiej oceniają poziom zaufania wzajemnego przedsiębiorców niż ich odpowiednicy z innych powiatów, a także lepiej, niż wynika to z opinii właścicieli przedsiębiorstw małych i średnich. **Ponad 39% z nich uważa, że poziom tego zaufania jest wysoki lub bardzo wysoki**, wobec niespełna 1/3 mikroprzedsiębiorców z innych powiatów i tylko nieco ponad 30% właścicieli małych i średnich firm (Tabela 108). Na bardzo niski i niski poziom zaufania wskazało 14% mikroprzedsiębiorców z powiatu kościerskiego, ponad 19% mikroprzedsiębiorców z innych powiatów oraz niespełna 12% właścicieli małych i średnich przedsiębiorstw.

Tabela 108. Ocena poziomu wzajemnego zaufania przedsiębiorców

poziom zaufania	powiat kościerski % badanych firm	województwo pomorskie % badanych firm
bardzo wysoki	7,22%	3,78%
wysoki	31,96%	29,19%
średni	45,36%	45,95%
niski	12,37%	11,89%
bardzo niski	2,06%	7,57%
nie wiem	1,03%	1,62%
suma	100,00%	100,00%

Również **oceny poziomu zaufania wobec własnych partnerów biznesowych są wyraźnie wyższe w powiecie kościerskim niż w innych powiatach i wśród właścicieli**

małych i średnich firm (Tabela 109). Jako bardzo wysokie i wysokie oceniło to zaufania ponad 54% mikroprzedsiębiorców z powiatu kościerskiego. A tylko 3% oceniło ten poziom jako niski.

Tabela 109. Poziom zaufania do własnych partnerów biznesowych

poziom zaufania	powiat kościerski % badanych firm	województwo pomorskie % badanych firm
bardzo wysoki	9,28%	5,95%
wysoki	45,36%	43,78%
średni	39,18%	42,70%
niski	3,09%	4,32%
nie wiem	1,03%	0,54%
brak	2,06%	2,70%
suma	100,00%	100,00%

Jak wspomniano w poprzednich częściach raportu, wzajemne zaufanie jest bardzo istotną składową kapitału społecznego. Jakość kapitału ludzkiego w powiecie kościerskim nie jest wysoka, przede wszystkim za względu na wyraźnie niższy od przeciętnego na Pomorzu poziom wykształcenia oraz większy niż przeciętnie w województwie udział osób pracujących w rolnictwie i w budownictwie. Oba kapitały – społeczny i ludzki – są ze sobą silnie związane, a zatem uzyskane wyniki badań pozytywnie zaskakują, należało się bowiem spodziewać niższego niż przeciętnie poziomu zaufania.

Wyniki te pozwalają na przypuszczenie, że przynajmniej w grupie obecnych przedsiębiorców możliwe jest rozwijanie współpracy, tworzenie sieci powiązań, odgrywających dużą rolę w rozwoju i funkcjonowaniu biznesu. Warto, by instytucje otoczenia biznesu, a także władze lokalne wykorzystywały ten element kapitału społecznego, promowały i wspomagały jego rozwój.

Nieuczciwe praktyki

Wyniki badań wskazują, **iz kościerscy mikroprzedsiębiorcy nie spotykają się często z nieuczciwymi praktykami w biznesie.** Mając na uwadze, że przedsiębiorcy dość często o nich mówią, sporo można przeczytać i usłyszeć o nich w mediach, należało oczekiwać nieco mniej optymistycznych rezultatów. Są one podobne do wyników badań mikroprzedsiębiorców z innych powiatów. Najczęściej spotykane postaci nieuczciwych działań to opóźnienie płatności (zetknęło się z nimi 71% respondentów, w tym

41% często lub bardzo często), zaniżanie cen poniżej kosztów (odpowiednio 73% i 39%) i wykorzystywanie znajomości dla osiągnięcia własnych korzyści (69% i 32%). Pozostałe praktyki spotykane są znacznie rzadziej (Rysunek 91).

Oczekiwania przedsiębiorców wobec władz lokalnych

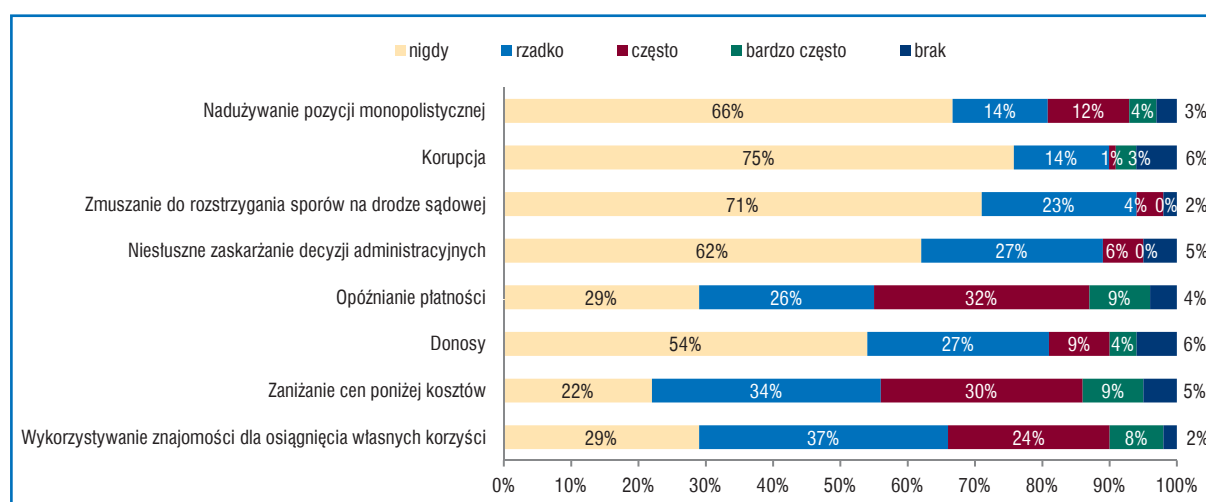
Mikroprzedsiębiorstwa z powiatu kościerskiego rzadziej niż mikrofirmy z innych powiatów wskazywały konkretne działania, które ich zdaniem powinny być podejmo-

wane na rzecz poprawy sytuacji lokalnych przedsiębiorców przez władze z tego terenu. W przypadkach obu grup firm **za najważniejsze pożądane działania uznano: realizację stałej współpracy z przedsiębiorcami i konsultowanie z nimi różnych kwestii gospodarczych i społecznych; rozwijanie instytucji wspierających przedsiębiorców oraz współpracę władz z przedsiębiorcami przy nawiązywaniu relacji zewnętrznych** (Tabela 110 – respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź).

Tabela 110. Działania, jakie powinny być podejmowane przez władze lokalne na rzecz poprawy sytuacji przedsiębiorstw z powiatu

propozycje działań	powiat kościerski % badanych firm	województwo pomorskie % badanych firm
zwiększenie promocji powiatu	55,67%	52,43%
poprawa połączeń komunikacyjnych	49,48%	50,27%
realizacja stałej współpracy z przedsiębiorcami, konsultowanie różnych kwestii gospodarczych i społecznych	67,01%	71,35%
praktyczna nauka zawodu w szkołach ponadgimnazjalnych	56,70%	67,57%
stworzenie lepszej oferty terenów i budynków dla przedsiębiorców	54,64%	62,16%
poprawa infrastruktury technicznej (uzbrojenie terenów inwestycyjnych w media)	60,82%	63,24%
stworzenie platformy współpracy pomiędzy przedsiębiorcami a szkołami ponadgimnazjalnymi w powiecie	55,67%	67,57%
rozwijanie instytucji wspierających przedsiębiorców	65,98%	75,68%
współpraca władz z przedsiębiorcami przy nawiązywaniu relacji zewnętrznych	64,95%	72,43%
inne	2,06%	4,32%

Rysunek 91. Spotykane nieuczciwe praktyki konkurentów i partnerów



Raport 2013

Uciążliwość biurokratyczna

Podobnie jak inne badane grupy, mikroprzedsiębiorcy kościerscy nie oceniają procedur związanych z poszczególnymi obszarami swej działalności jako uciążliwe. Najwięcej takich ocen zebrały procedury podatkowe, związane z rachunkowością i z uzyskiwaniem pozwoleń na budowę. Jako najmniej uciążliwe ocenili procedury biurokratyczne związane z kontaktami z samorządami. Trzeba jednak podkreślić, że mikroprzedsiębiorstwa mają mniej obowiązków sprawozdawczych (GUS), mogą korzystać z uproszczonych procedur (rachunkowość), mają też rzadziej do czynienia z niektórymi urzędami instytucjami, uważanymi za „trudne” (np. nadzór budowlany) (Rysunek 92).

Bardzo pozytywnie ocenili respondenci relacje z pracownikami urzędów i instytucji. Oceny złe i bardzo złe stanowią margines. Najwięcej takich ocen dotyczyło relacji z pracownikami urzędów gmin/miast i ZUS (po 11%) (Rysunek 93). Najlepiej zostały ocenione relacje z pracownikami banków, urzędów skarbowych, urzędów pracy i ZUS, dobre opinie otrzymały relacje z pracownikami sanepidu.

Dla porównanie ocen mikroprzedsiębiorców z powiatu kościerskiego z ich odpowiednikami z innych powiatów przeprowadzono następujące obliczenia. Poszczególnym wariantom odpowiedzi przypisane zostały odpowiednio wartości: „bardzo źle” – 50; „źle” – 75; „neutralnie” – 100; „dobrze” – 125; „bardzo dobrze” – 150. W poniższej ta-

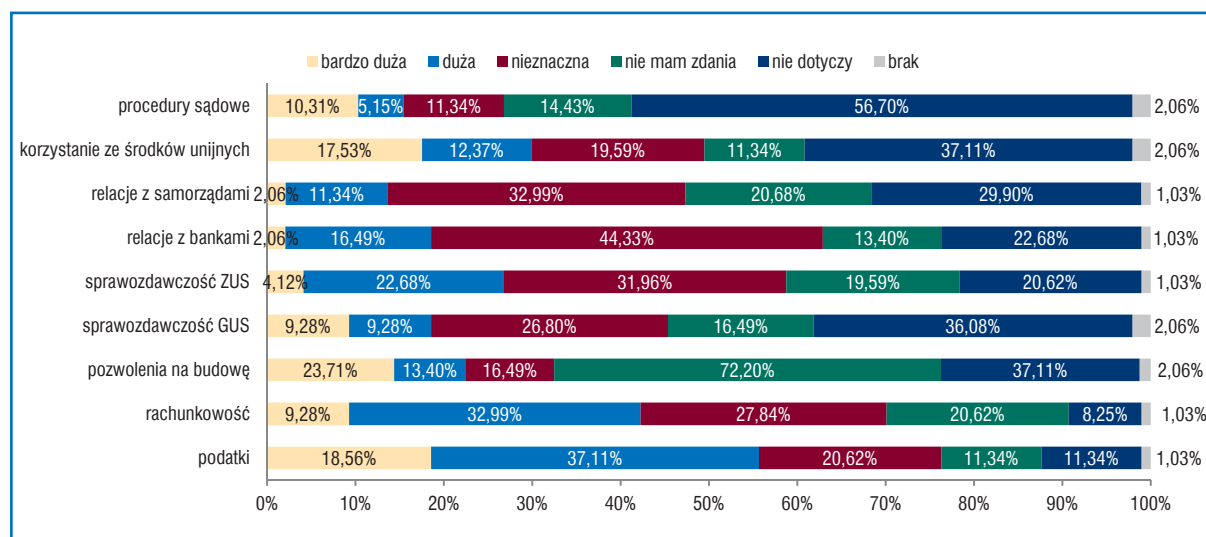
beli przedstawione jest porównanie wyników dla badanych mikroprzedsiębiorców z powiatu kościerskiego i z innych powiatów (Tabela 111).

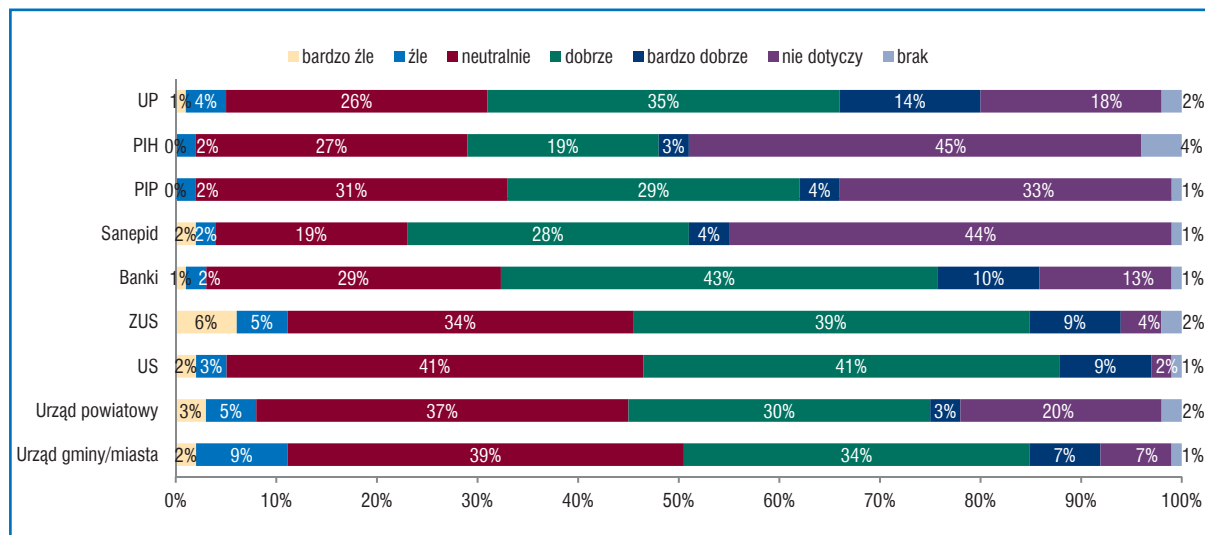
Tabela 111. Syntetyczna ocena relacji mikroprzedsiębiorców z pracownikami urzędów i instytucji w powiecie kościerskim i w innych powiatach województwa pomorskiego

	Mikroprzedsiębiorcy z powiatu kościerskiego	Mikroprzedsiębiorcy z woj. pomorskiego
Urząd gminy/miasta	109,6	108,9
Urząd powiatowy	107,9	106,4
US	113,6	107,6
ZUS	110,7	103,8
Banki	117,5	113,9
Sanepid	113,7	111,3
PIH	113,3	106,7
PIH	111,2	108,0
Urząd Pracy	117,9	111,3

Tak obliczone wskaźniki są dla obu grup i dla wszystkich instytucji i urzędów średnio powyżej oceny „neutralne”, we wszystkich przypadkach wyższe w kościerskim niż w innych powiatach.

Rysunek 92. Ocena uciążliwości procedur biurokratycznych wg obszarów



Rysunek 93. Ocena relacji z pracownikami urzędów i instytucji

Generalnie należy stwierdzić, że w opinii mikroprzedsiębiorców relacje z pracownikami wszystkich jednostek, o które pytano, są zatem więcej niż poprawne.

Rodzaj oczekiwanego wsparcia od instytucji otoczenia biznesu

Dotacje na rozwój i inwestycje oraz uproszczenie procedur administracyjnych i prawnych to trzy obszary, w których mikroprzedsiębiorstwa oczekują wsparcia. Te oczekiwania, a także pozostałe w zakresie innych działań, zgłaszane były częściej w innych niż kościerski powiatach (Rysunek 94). Oczekiwania badanych mikroprzedsiębiorstw w zakresie wsparcia – *respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź*.

Władze lokalne powinny starannie przejrzeć wszystkie procedury związane z zakładaniem i prowadzeniem działalności gospodarczej i uprościć te, których zmiany leżą w ich kompetencjach. W przypadku regulacji ustalanych przez inne instytucje, lokalni politycy powinni naciskać na swych przedstawicieli we władzach regionalnych i krajowych, by ci działali na rzecz zmiany istniejącego stanu rzeczy.

Co do oczekiwań w zakresie dotacji, to ich większa dostępność zależy od możliwości finansowych instytucji i organizacji, które najczęściej nie podlegają władzom lokalnym. Poza tym szeroki dostęp do dotacji wspomagających firmy prywatne budzi wątpliwości merytoryczne. Zdejmują one znaczną część odpowiedzialności za prowadzony biz-

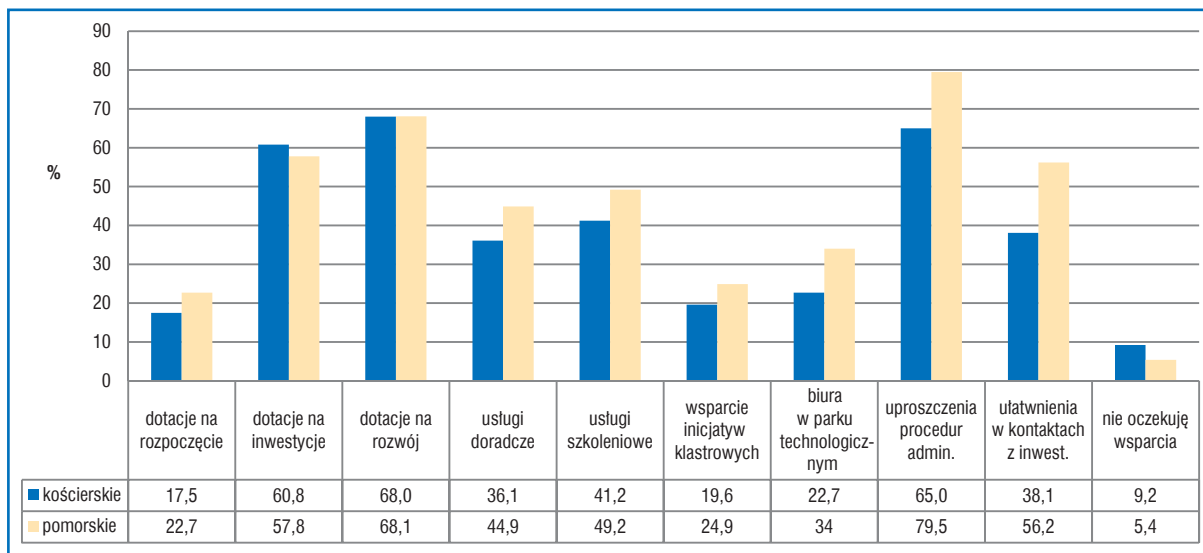
nes z właścicielami, co poza szczególnymi przypadkami kłóci się z istotą przedsiębiorczości.

Znajomość instytucji wspierających biznes

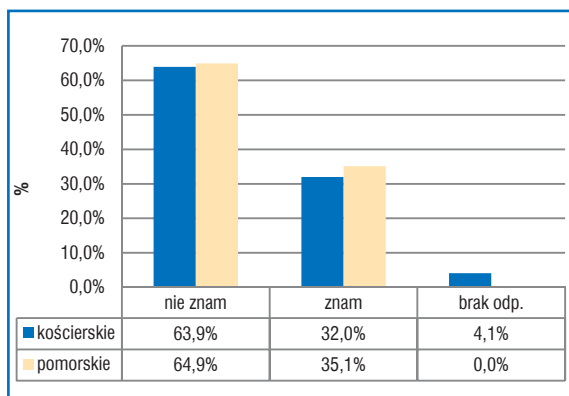
W powiecie kościerskim przedsiębiorcy wykazali się mniejszą niż w innych powiatach znajomością instytucji wspierających biznes. Jednak w przypadku obu grup firm poziom znajomości instytucji wspierających przedsiębiorczość jest dramatycznie niski i ogranicza się (poza Kaszubskim Instytutem Rozwoju) do instytucji administracyjnych (Rysunek 95). I nie ma tu znaczenia, czy są to instytucje działające lokalnie, czy też regionalnie, w obu przypadkach ich znajomość może się przydać w prowadzeniu działalności. Świadczy to, z jednej strony, o słabej promocji tych instytucji, z drugiej, być może mającej nawet większe znaczenie, o braku zainteresowania i braku poszukiwania tego typu instytucji przez przedsiębiorców. Wydawać się może, że jest to grupa uważająca, że organizacje mogące ich wspomagać powinny same do nich trafiać, stosować coś w rodzaju „sprzedaży obnośnej”. Gdyby taka konkluzja potwierdziła się w innych badaniach, wystawiałoby to nie najlepsze świadectwo ich przedsiębiorczości.

Być może słaba aktywność w poszukiwaniu instytucji wspierających wynika z odmiennych, w stosunku do oferowanych przez większość z nich usług, oczekiwań. Mikroprzedsiębiorcy szukają przede wszystkim wsparcia finansowego, a nie „miękkiego”, jakie świadczą najczęściej te organizacje.

Rysunek 94. Oczekiwania badanych mikroprzedsiębiorstw w zakresie wsparcia



Rysunek 95. Znajomość instytucji wspierających biznes wśród przedsiębiorców



2.8. Wpływ oceny sytuacji makroekonomicznej na mikroprzedsiębiorstwa w powiecie kościerskim

Nie ma wątpliwości, że obecna sytuacja makroekonomiczna powoduje poważne utrudnienia w funkcjonowaniu firm również w powiecie kościerskim. Istotne jest także, jak subiektywne oceny tej sytuacji wpływają na zamierzenia i plany przedsiębiorców. **Tylko 12% badanych przedsiębiorców jest zdania, że obecna sytuacja stanowi szansę na rozwój.** Przeciwnego zdania uznając, że sytuacja makroekonomiczna oznacza poważne trud-

ności dla ich firm, było 39% respondentów. Z kolei 26% respondentów uważa, że obecna sytuacja nie spowoduje żadnych zmian w firmie.

Wyniki uzyskane w województwie pomorskim pokazują, iż wpływ obecnej sytuacji gospodarczej na funkcjonowanie mikroprzedsiębiorstw jest podobny w obu badanych grupach. Różnice występują w dostrzeganiu szansy na rozwój (o 5 punktów procentowych więcej mikroprzedsiębiorstw w powiecie kościerskim), natomiast mikroprzedsiębiorstwa w województwie pomorskim częściej (o 10 punktów procentowych) uważają, że obecna sytuacja nie wpłynie na ich firmę (Rysunek 96).

Przedsiębiorców zapytano też, jak obecna sytuacja gospodarcza wpłynie na firmę. **Aż 45% respondentów wskazało na konieczność ograniczenia lub rezygnacji z inwestycji.** Pogorszenie koniunktury zawsze w pierwszej kolejności odbija się na działalności inwestycyjnej. Z kolei 30% firm utraciło lub uważa, że może utracić kluczowych klientów i taki sam odsetek obawia się, że będzie musiało ograniczyć zatrudnienie. Na poważne zagrożenie dla istnienia firmy wskazało ponad 24% respondentów. Z koniecznością obniżenia wynagrodzeń liczy się blisko 24% respondentów, a 23% z koniecznością negocjowania umów kredytowych.

W świetle tych wyników badań można uznać, że postrzeganie sytuacji gospodarczej jako pogarszającej się wpływa niekorzystnie na mikroprzedsiębiorstwa, wymuszając działania prowadzące do ograniczenia aktywności gospodarczej (Tabela 112).

W grupie przedsiębiorców kościerskich, tak jak i w pozostałych grupach objętych niniejszym badaniem, wyniki wskazują, że przedsiębiorcy gorzej oceniają zmiany w gospodarce (Rysunek 97) niż we własnych firmach (Rysunek 98), choć w obu przypadkach widać znaczny pesymizm respondentów. Ponad 77% respondentów w po-

wiecie kościerskim uważa, że sytuacja gospodarcza w kraju pogorszyła się (56%) lub zdecydowanie się pogorszyła (21%). W przypadku własnych firm znacznie mniej, bo 30% przedsiębiorców ocenia, że sytuacja pogorszyła się, a 48% sądzi, że w ostatnim roku nie uległa zmianie. Z kolei 19% respondentów twierdzi, że sytuacja w ich firmie się poprawiła.

Rysunek 96. Wpływ obecnej sytuacji gospodarczej na funkcjonowanie firmy

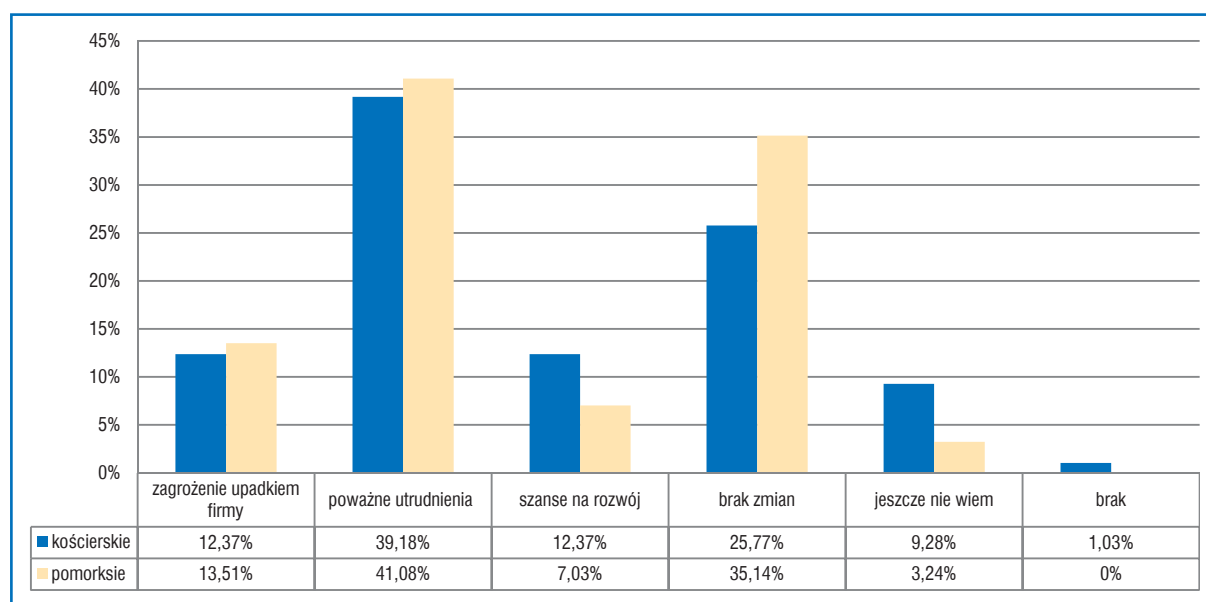
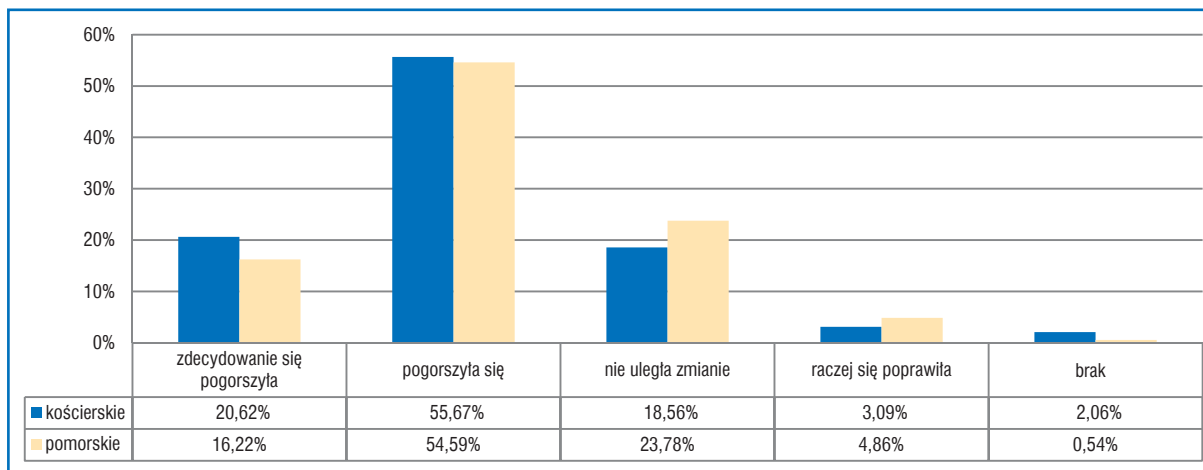


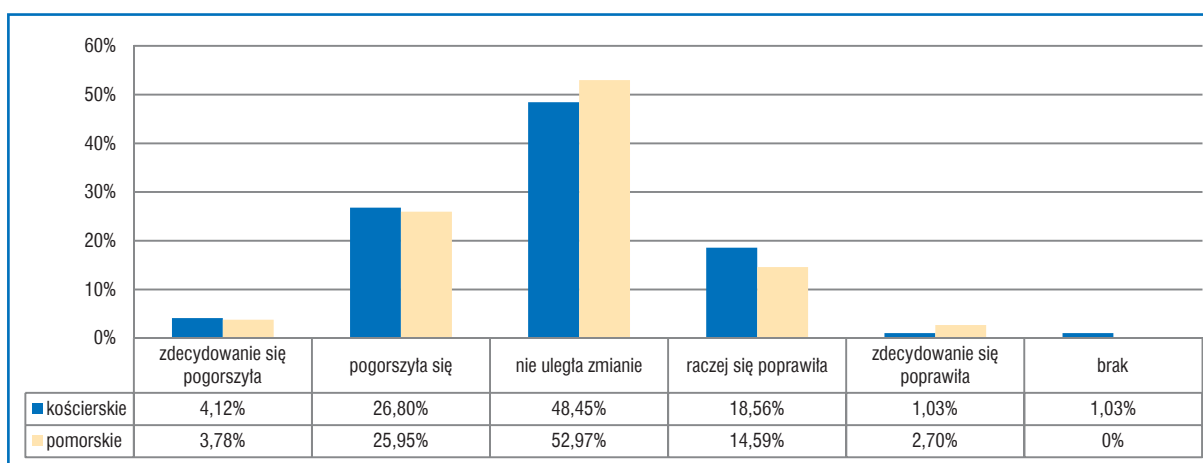
Tabela 112. Wpływ obecnej sytuacji gospodarczej na firmę

obecna sytuacja gospodarcza powoduje	powiat kościerski % badanych firm	województwo pomorskie % badanych firm
konieczność zmniejszenia zatrudnienia	29,90%	27,03%
konieczność obniżenia wynagrodzeń pracowników	23,71%	23,78%
konieczność negocjowania umowy kredytowej	22,68%	10,81%
konieczność negocjacji innych form zadłużenia	16,49%	10,81%
ograniczenia lub rezygnacji z inwestycji	45,36%	48,11%
ograniczenia lub rezygnacji z eksportu	14,43%	5,41%
ograniczenia lub rezygnacji z importu	18,56%	8,11%
utratę kluczowych klientów	29,90%	21,62%
poważne zagrożenie dla istnienia firmy	23,71%	25,41%
inne	2,06%	3,24%
nie niesie żadnych zmian	20,62%	29,19%
brak odp.	3,09%	0%

Rysunek 97. Ocena sytuacji makroekonomicznej w kraju w opinii mikroprzedsiębiorców



Rysunek 98. Ocena zmian sytuacji gospodarczej w firmach



3. Samozatrudnienie w powiecie kościerskim

3.1. Charakterystyka próby badawczej

W celu pogłębienia znajomości zagadnień związanych z przedsiębiorczością w powiecie kościerskim postanowiono przebadać także firmy, które nie zatrudniały pracowników – samozatrudnienie. Należy bowiem nadmienić, że takie firmy stanowią dużą część populacji przedsiębiorstw w powiecie kościerskim. Jako tło do porównań przyjęto próbę badawczą kościerskich mikrofirm (zatrudniających przynajmniej jednego pracownika). Łączna przebadano 86 samozatrudnionych przedsiębiorców.

Profil przebadanych firm

Podstawowa działalność

Podstawowa działalność mikroprzedsiębiorstw to przede wszystkim usługi (81,4%), w niewielkim stopniu handel (14%) oraz produkcja (3,5%) (Tabela 113).

Tabela 113. Podstawowa działalność przebadanych firm

branża	samozatrudnienie
produkcja	3,5%
handel	13,9%
usługi	81,4%
suma	100,0%

Wiek przebadanych firm

Wiek przebadanych mikroprzedsiębiorstw został zdeterminowany poprzez dobór próby – były to firmy założone w 2005 roku i później. W przebadanej próbie znalazły się przede wszystkim firmy z 2008 roku (32,5%) oraz 2007 (22,1%) (Tabela 114). Podobny rozkład wystąpił w przypadku pozostałych mikroprzedsiębiorstw kościerskich i pomorskich.

Tabela 114. Rozkład wieku przebadanych firm

rok założenia	samo zatrudnienie	% badanych firm kościerskich	% badanych firm pomorskich
2005	16,3%	16,5%	17,8%
2006	16,3%	14,4%	16,2%
2007	22,1%	23,7%	31,4%
2008	32,5%	26,8%	27,0%
2009	12,8%	18,6%	7,6%
suma	100,0%	100,0%	100,0%

W wielu przypadkach podmioty działające jako samozatrudnienie powstają w wyniku nacisku pracodawcy na pracownika i są wynikiem ukrytej pracy najemnej. W związku z tym bardzo istotną informacją w odniesieniu do mikroprzedsiębiorstw nie zatrudniających pracowników jest liczba ich zleceniodawców. Okazuje się jednak, że badane mikroprzedsiębiorstwa generalnie nie należą do tej grupy: jedynie 6 firm to te mające jednego zleceniodawcę. W przeważającej większości są to firmy świadczące usługi dla więcej niż 3 zleceniodawców (66,3%) (Tabela 115).

Tabela 115. Liczba zleceniodawców badanych samozatrudnionych

liczba zleceniodawców	% badanych firm
jednego	7,0%
dwóch–trzech	3,5%
więcej niż 3	66,3%
brak	23,2%
suma	100,0%

Właściciele badanych firm

Profil właściciela został przeanalizowany na podstawie wszystkich przebadanych firm (n=86). Odpowiedzi porównano z odpowiedziami mikroprzedsiębiorców kościerskich, którzy prowadzą działalność gospodarczą osoby fizycznej i zatrudniają do 9 pracowników (tu także n=86).

Płeć

Przebadani właściciele firm to w 32,6% kobiety, udział wyższy niż w przypadku przeciętnej dla Polski, która wynosi 26%. Z pewnością ten wysoki udział przedsiębiorczych kobiet jest godny odnotowania, tym bardziej że także w grupie pozostałych mikroprzedsiębiorstw kościerskich ich udział był wysoki i wynosił niemal 40%.

Wiek badanych właścicieli

Badani samozatrudnieni to osoby młode, w wieku 25–34 lat (38,4%) oraz 35–44 (36,0%). Można zaobserwować wyraźne przesunięcie wieku w porównaniu z mikroprzedsiębiorstwami kościerskimi, gdzie w większości firmy były prowadzone przez osoby w wieku 35–44 (41,9%) oraz 45–54 (37,2%) (Tabela 116). Wygląda na to, że samozatrudnieni są generalnie młodszy.

Tabela 116. Wiek przebadanych samozatrudnionych w powiecie kościerskim – porównanie z mikroprzedsiębiorcami

wariant	% badanych firm N = 86	% badanych firm kościerskich zatrudniających pracowników N=86
25–34	38,4%	1,1%
35–44	36,0%	41,9%
45–54	16,3%	37,2%
55–64	3,5%	3,5%
65 i więcej	1,2%	1,2%
brak	4,0%	0%
suma	100,0%	100%

Wykształcenie badanych właścicieli

Przebadani samozatrudnieni w 40,7% to osoby z wykształceniem zasadniczym, w porównaniu z pozostałymi mikroprzedsiębiorstwami kościerskimi ten

Raport 2013

udział jest dużo wyższy (w mikroprzedsiębiorstwach kościerskich było ich 24,4%) (Tabela 117). Z kolei osób z wykształceniem średnim było o 10 punktów procentowych więcej wśród osób samozatrudnionych. Natomiast osób z wykształceniem wyższym było 23,3% (29,2% w pozostałych mikroprzedsiębiorstwach). Wskazuje to na niższe wykształcenie wśród samozatrudnionych w powiecie kościerskim.

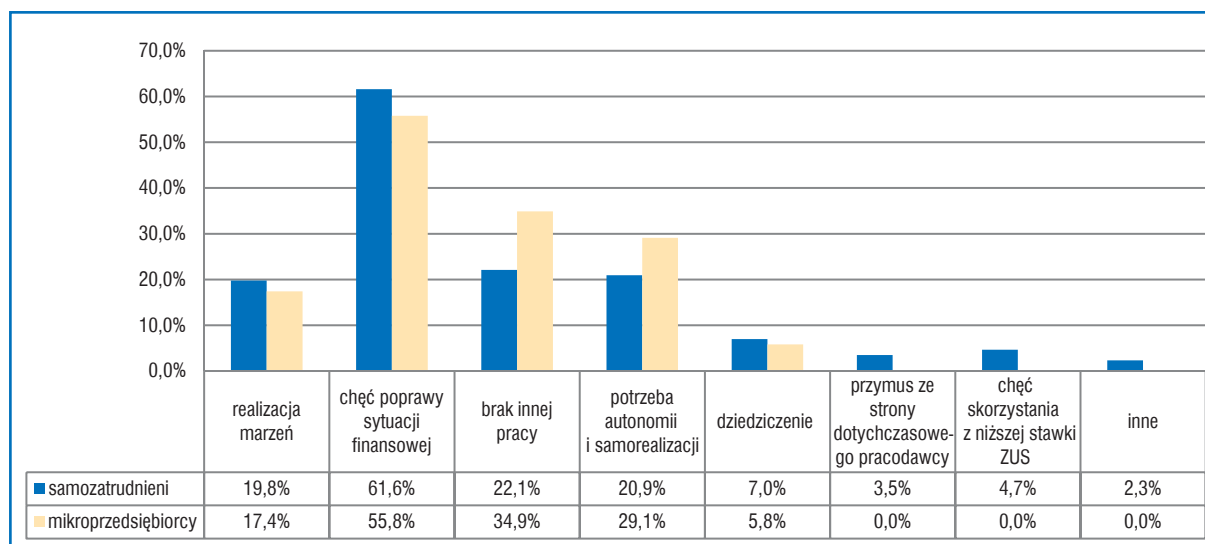
Motywacje przedsiębiorcze

Samozatrudnieni w powiecie kościerskim kierowali się głównie chęcią poprawy sytuacji finansowej – ten motyw został wybrany przez ponad połowę z nich (60,6%). Pozostałe motywy były wskazywane dużo rzadziej, np. brak innej pracy (22,1%) czy też potrzeba autonomii i samorealizacji (21,0%) (Rysunek 99). Ciekawym spostrzeżeniem

Tabela 117. Wykształcenie badanych samozatrudnionych i pozostałych mikroprzedsiębiorców kościerskich

wykształcenie	% przebadanych samozatrudnionych (n=86)	% mikroprzedsiębiorców kościerskich (n=86)
podstawowe	0%	1,2%
zasadnicze	40,7%	24,4%
średnie w tym: średnie techniczne średnie ogólne	34,9% 16,3% 18,6%	44,2% 30,2% 14,0%
wyższe w tym: techniczne wyższe ekonomiczne lub prawnicze wyższe medyczne wyższe artystyczne wyższe inne	23,3% 9,3% 3,5% 3,5% 0% 7,0%	29,2% 7,0% 15,1% 1,2% 1,2% 4,7%
inne	0%	1,2%
brak odp.	1,2%	0%
suma	100,0%	100,0%

Rysunek 99. Motywacje do założenia firmy mikroprzedsiębiorców kościerskich



jest fakt, że **samoatrudnieni w powiecie kościerskim w mniejszym stopniu kierwali się brakiem pracy niż pozostali mikroprzedsiębiorcy – różnica wyniosła ponad 12 punktów procentowych**. Z kolei to samoatrudnieni zdecydowali się na rozpoczęcie działalności pod wpływem poprzedniego pracodawcy lub ze względu na preferencyjną stawkę ZUS.

3.2. Cel prowadzonej działalności i plany w zakresie zatrudnienia

Cele badanych firm

Firmy samoatrudniające, tak jak wszystkie inne badane, zamierzają przede wszystkim się rozwijać (61,6%). W następnej kolejności zachować status quo (19,8%) (Rysunek 100). Należy zwrócić uwagę na stosunkowo wysoki udział wskazań na likwidację (8,1%). Może to być skorelowane z faktem zakładania firm w celu skorzystania z ulgi ZUS. Obserwuje się często likwidowanie firm w momencie wyczerpania się tej ulgi.

Warto porównać wskazania samoatrudnionych ze wskazaniami pozostałych mikroprzedsiębiorców kościerskich. Okazuje się, że **samoatrudnieni w mniejszym stopniu zamierzają rozwijać swoje firmy – różnica wynosi ponad 10 punktów procentowych**. Z drugiej strony w większym stopniu zamierzają utrzymać status quo.

Plany dotyczące zmian zatrudnienia

Spostrzeżenia dotyczące niskich chęci rozwoju firm uwidaczniają się także w braku planów dotyczących zatrudnienia pracowników – ponad 60% samoatrudnionych pozostanie samoatrudnionymi (62,8%). Niemal 20% przedsiębiorców nie wie jeszcze, czy zatrudni kogoś nowego (Tabela 118).

Tabela 118. Plany dotyczące zatrudnienia

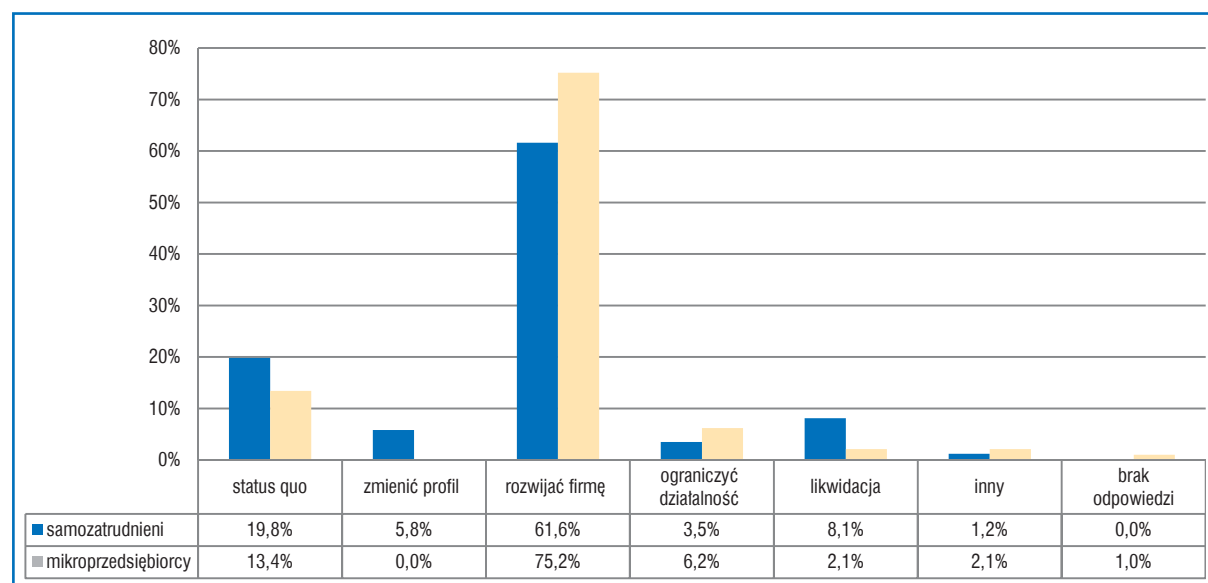
zmiany zatrudnienia	% badanych firm samoatrudniających
tak	16,3%
nie	62,8%
nie wiem	19,8%
brak	1,1%
suma	100,0%

3.3. Wybrane aspekty działalności gospodarczej badanych respondentów

Źródła finansowania działalności samoatrudnionych

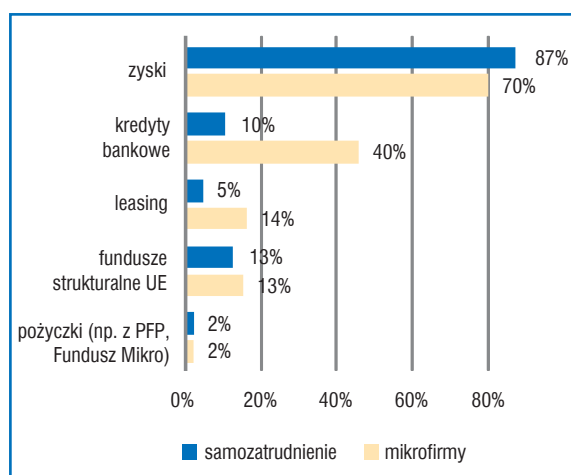
Zgodnie z oczekiwaniami, **samoatrudnieni w małym stopniu wykorzystują źródła finansowania inne niż te związane z kapitałem własnym**. Jak widać z wykresu

Rysunek 100. Porównanie celów samoatrudnionych i mikroprzedsiębiorców kościerskich



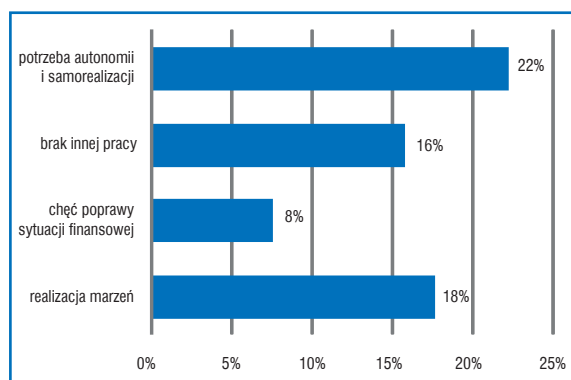
(Rysunek 101), niezwykle istotne w finansowaniu prowadzonej działalności są osiągnięte zyski. Zarówno wykorzystanie kredytów bankowych, jak i leasingu jest kilkakrotnie niższe niż w przypadku mikrofirm z powiatu kościerskiego. Na tym tle jako bardzo wysoki jawi się odsetek samozatrudnionych, którzy wykorzystują do finansowania swojej działalności środki z funduszy strukturalnych UE – odsetek ten, wynoszący 13%, nie różni się od analogicznego udziału w próbie kościerskich mikrofirm.

Rysunek 101. Wybrane źródła finansowania



Motywacja osób badanych, która kierowała nimi przy zakładaniu działalności gospodarczej, również przekłada się na korzystanie bądź nie z funduszy unijnych. Jak można było się spodziewać, z funduszy tych częściej korzystają osoby o pozytywnych motywacjach założycielskich, co pokazuje wykres (Rysunek 102 – *odpowiadali tylko samozatrudnieni korzystający ze środków unijnych*).

Rysunek 102. Odsetek korzystających ze środków UE ze względu na motywacje założycielskie



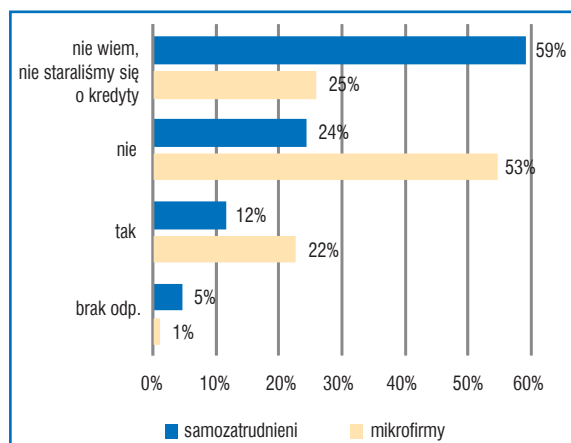
Wśród tych, którzy zakładali działalność kierując się potrzebą autonomii i samorealizacji oraz chęcią realizacji swoich marzeń, odsetek beneficjentów funduszy strukturalnych wynosi odpowiednio 22% i 18%. Motywacja finansowa wyraźnie nie przekłada się na korzystanie ze środków unijnych. W grupie osób, które założyły działalność z braku innej pracy, beneficjenci stanowią 16%⁵². Inne negatywne motywacje (przymus ze strony dotychczasowego pracodawcy, chęć skorzystania z niższej stawki ZUS) występowały marginalnie i w ogóle nie dotyczyły beneficjentów funduszy UE.

Pozyskiwanie funduszy unijnych wiąże się rozwojowymi celami prowadzonej działalności. Respondenci byli pytani, jaki jest cel prowadzonej przez nich działalności i, jak się okazuje, wśród tych, którzy jako cel deklarują rozwój, beneficjenci funduszy strukturalnych stanowią 17%, a wśród pozostałych jedynie 6%. Nie oznacza to jednak, że absorpcja funduszy strukturalnych przez osoby samozatrudnione spowoduje jakikolwiek znaczący wzrost liczby miejsc pracy. Samozatrudnieni generalnie nie noszą się z zamiarem zatrudnienia pracowników w najbliższym roku, przeciwnego zdania było jedynie 16% z nich. Fakt korzystania z funduszy unijnych nie odróżnia tych, którzy chcą zatrudnić od tych, którzy nie mają takich planów – w obu tych grupach odsetek beneficjentów jest na poziomie ok. 15%.

Ponieważ **samoatrudnieni w powiecie kościerskim cztery razy rzadziej niż kościerskie mikrofirmy korzystali z kredytów bankowych**, warto pokusić się o odpowiedź na pytanie, jakie są tego przyczyny. Jak pokazuje Rysunek 103 zasadnicza przyczyna jest prozaiczna: samozatrudnieni w większości (59%) w ogóle nie próbowali ubiegać się o kredyt.

Próba określenia, czy samozatrudnionym jest łatwiej, czy też trudniej uzyskać kredyt w porównaniu z mikrofirmami, wymaga wyłączenia z obu prób badawczych (samozatrudnionych i mikrofirm) tych respondentów, którzy nie mają sprecyzowanej opinii w tym względzie. W takim ujęciu okazuje się, że na trudności z uzyskaniem kredytu napotkało 32% samozatrudnionych i 29% mikrofirm ubiegających się o kredyt. W sensie statystycznym zaob-

⁵² Brak innej pracy jest uważany za motywację negatywną, a mimo to wiąże się z relatywnie wysokim odsetkiem beneficjentów funduszy. Raz jeszcze należy tu podkreślić, że analizowane liczności są bardzo małe, co każe być ostrożnym w wyciąganiu wniosków opartych na udziałach procentowych. Gdyby w omawianej grupie pojawiło się choćby o jednego beneficjenta mniej, ich udział spadłby do poziomu ok. 10%.

Rysunek 103. Ocena trudności uzyskania kredytu

serwowana różnica nie jest istotna. Wśród samozatrudnionych najczęściej wymienianym utrudnieniem w dostępie do kredytów był ich zbyt wysoki koszt (50% tych, którzy mieli problem z uzyskaniem kredytu), zaś wśród mikrofirm najczęściej wskazywaną barierą był brak zdolności kredytowej (48% mających problem z uzyskaniem kredytu).

Wykorzystanie Internetu

Sposób wykorzystywania Internetu przez osoby samozatrudnione jest wyraźnie różny od tego, jaki prezentują mikrofirmy. Przede wszystkim w badanej próbie osób samozatrudnionych udział tych, którzy w ogóle nie wykorzystują w swojej działalności Internetu i powiązanych z nim produktów (34%), jest o połowę większy niż w przypadku kościerskich mikrofirm⁵³ (Tabela 119). **Bardzo widoczna jest też różnica w wykorzystaniu własnej strony internetowej – wśród samozatrudnionych ma ją jedynie 13% badanych wobec 50% wśród badanych mikrofirm z powiatu kościerskiego. Osoby samozatrudnione (7%) czterokrotnie rzadziej niż mikrofirmy (29%) wykorzystują branżowe fora internetowe.** Co ciekawe, także popularność aplikacji umożliwiających komunikację z innymi osobami jest wyraźnie niższa; w przypadku aplikacji Skype jest to nieco ponad 10% badanych samozatrudnionych wobec 16% kościerskich mikrofirm, w przypadku komunikatorów internetowych typu Gadu-Gadu było podobnie – 6% oraz 11%.

⁵³ W przypadku kościerskich mikrofirm udział tych, które swej działalności nie wykorzystują Internetu, był i tak nieco większy niż w innych badanych powiatach, gdzie sięgał on 16%. Zatem porównując kościerskich samozatrudnionych z szerszym tłem, różnica byłaby jeszcze bardziej zauważalna.

Osoby samozatrudnione częściej niż mikrofirmy wykorzystują platformę aukcyjną Allegro, jednak w przypadku sklepów internetowych nie obserwuje się żadnej istotnej różnicy między badanymi próbami. Różnic w skali wykorzystania nie widać również w odniesieniu do produktów Google oraz portali społecznościowych Facebook i Nasza Klasa.

Zasadniczym motywem niewykorzystywania Internetu w działalności gospodarczej wśród kościerskich samozatrudnionych jest przekonanie o braku takiej potrzeby – twierdzi tak 80% tych, którzy Internetu nie wykorzystują. Podobnie było w przypadku kościerskich mikrofirm, tam jednak odsetek ten wynosił 75%. Sporadycznie wymieniane są także inne uzasadnienia, głównie związane z uformowanymi oczekiwaniami w zakresie kosztów (byłyby zbyt wysokie) oraz korzyści (byłyby zbyt małe).

3.4. Analiza otoczenia instytucjonalnego

Samozatrudnieni przedsiębiorcy kościerscy lepiej niż właściciele mikrofirm oceniają przygotowanie pracowników instytucji lokalnych. Zarówno oceny bardzo pozytywne, jak i pozytywne wystąpiły częściej wśród samozatrudnionych (Tabela 120).

Niemal połowa samozatrudnionych nie wie (47,7%), czy lokalne opłaty i podatki różnią się od tych w innych powiatach (Tabela 121). W 32,4% uważają, że opłaty są wyższe, jedynie 2,3%, że raczej niższe.

Kościerscy samozatrudnieni nie odczuwają troski dotyczącej działalności przedsiębiorczej niemal w połowie (48,8%), a jedynie 5,8% potwierdza stworzenie sprzyjającego klimatu, kolejnych 11,6% spotyka się ze sporadycznymi jej przejawami (Tabela 122). Należy jednak powiedzieć, że samozatrudnieni oceniają tę troskę inaczej niż mikroprzedsiębiorcy kościerscy. Mniej z nich ocenia tę troskę pozytywnie, ale również mniej wystawia władzom lokalnym oceny negatywne. Natomiast w tej grupie badanych znacznie więcej respondentów niż w grupie mikroprzedsiębiorców nie potrafiło wystawić oceny jednoznacznej (34%).

Z porównania odpowiedzi wskazywanych przez samozatrudnionych i mikroprzedsiębiorców, dotyczących działań, jakie władze lokalne powinny podejmować na rzecz przedsiębiorców, wynika, że poziom oczekiwań tej pierwszej grupy jest wyraźnie mniejszy (Tabela 123 – *respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź*).

Raport 2013

Tabela 119. Wykorzystanie portali, serwisów, stron internetowych i aplikacji przez samozatrudnionych i kościerskie mikrofirmy

Zaobserwowane różnice:	% badanych samozatrudnionych (n=86)	% badanych mikrofirm (n=97)
nie wykorzystuje	33,72%	20,62%
własna strona internetowa	12,79%	49,48%
tradycyjne branżowe fora internetowe	6,98%	28,87%
komunikator Gadu-Gadu/ICQ lub tp.	5,81%	11,34%
Skype	10,47%	16,49%
Allegro	36,05%	30,93%
firmowy blog	0,00%	4,12%
własna społeczność (np. forum)	2,33%	6,19%
Groupon	2,33%	7,22%
Zaobserwowane podobieństwa:	% badanych samozatrudnionych (n=86)	% badanych mikrofirm (n=97)
Google	36,05%	37,11%
Facebook	15,12%	16,49%
Nasza Klasa	13,95%	15,46%
sklep internetowy	13,95%	15,46%

Tabela 120. Ocena przygotowania pracowników instytucji lokalnych do współpracy z przedsiębiorcami

ocena przygotowania pracowników instytucji lokalnych	% badanych samozatrudnionych (N=86)	% badanych firm kościerskich (N=97)
bardzo pozytywnie	3,5%	1,0%
pozytywnie	43,0%	36,1%
neutralnie	32,6%	44,3%
negatywnie	12,8%	10,3%
bardzo negatywnie	3,5%	5,2%
nie wiem	4,6%	3,1%
suma	100,0%	100,0%

Tabela 121. Wysokość lokalnych opłat i podatków w porównaniu z innymi powiatami

opinia	% badanych samozatrudnionych
zdecydowanie wyższe	7,0%
raczej wyższa	24,4%
ani wyższa, ani niższa	17,4%
raczej niższa	2,3%
nie wiem	47,7%
brak odp.	1,2%
suma	100,0%

Tabela 122. Odczucia przedsiębiorców dotyczące troski władz lokalnych wobec ich działalności

Czy stworzono sprzyjający klimat:	% badanych samozatrudnionych (n=86)	% badanych firm kościerskich (n=97)
tak, stworzono	5,8%	13,4%
tak, spotykam się ze sporadycznymi przejawami troski	11,6%	17,6%
trudno powiedzieć	33,7%	5,1%
nie	48,8%	63,9%
suma	100,0%	100,0%

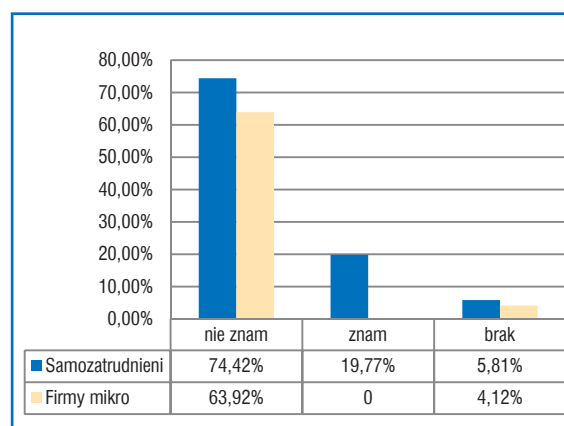
Tabela 123. Oczekiwania dotyczące działań podejmowanych przez władze lokalne na rzecz poprawy sytuacji przedsiębiorstw z powiatu kościerskiego

Oczekiwane działania	% badanych samozatrudnionych (n=86)	% badanych firm kościerskich (n=97)
zwiększenie promocji powiatu	39,53%	55,67%
poprawa połączeń komunikacyjnych	41,86%	49,48%
realizacja stałej współpracy z przedsiębiorcami, konsultowanie różnych kwestii gospodarczych i społecznych	36,05%	67,01%
praktyczna nauka zawodu w szkołach ponadgimnazjalnych	34,88%	56,70%
stworzenie lepszej oferty terenów i budynków dla przedsiębiorców	39,53%	54,64%
poprawa infrastruktury technicznej (uzbrojenie terenów inwestycyjnych w media)	37,21%	60,82%
stworzenie platformy współpracy pomiędzy przedsiębiorcami a szkołami ponadgimnazjalnymi w powiecie	26,74%	55,67%
rozwijanie instytucji wspierających przedsiębiorców	51,16%	65,98%
współpraca władz z przedsiębiorcami przy nawiązywaniu relacji zewnętrznych	37,21%	64,95%
inne	0,00%	2,06%

Przede wszystkim grupa ta wskazywała poszczególne działania wyraźnie mniej często. Spore różnice występują także w rankingu częstości wskazywanych działań. Na pierwszym miejscu w grupie samozatrudnionych jest rozwój instytucji wspierających przedsiębiorców, następnie wymieniano poprawę połączeń komunikacyjnych, stworzenie lepszej oferty terenów i budynków dla przedsiębiorców i promocję powiatu. Kwestie dotyczące współpracy między przedsiębiorcami, konsultacji z władzami lokalnymi, których znaczenie akcentowali mikroprzedsiębiorcy, w grupie samozatrudnionych znalazły się na dalszych miejscach.

Znajomość instytucji wspierania biznesu

Znajomość instytucji wspomagających przedsiębiorców na terenie ich działania jest jeszcze słabsza niż w przypadku właścicieli mikroprzedsiębiorstw. Stąd pozornie może nie dziwić fakt, że oczekują oni od władz lokalnych rozwijania tego typu działań. Jednak, jak zawsze w takich przypadkach, należy postawić pytanie, czy osoby odpowiadające przecząco na pytanie dotyczące znajomości owych instytucji, poczyniły jakieś wysiłki, by się o ich funkcjonowaniu dowiedzieć (Rysunek 104).

Rysunek 104. Znajomość instytucji wsparcia biznesu na swoim terenie – powiat kościerski

Rodzaje oczekiwanego wsparcia ze strony instytucji otoczenia biznesu

Podobnie jak w przypadku oczekiwanych działań ze strony władz lokalnych, samozatrudnieni generalnie rzadziej wskazywali na wszystkie możliwe warianty działań wspierających ich biznes (Tabela 124 – *respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź*). Tak jak mikroprzedsiębiorcy najczęściej wskazywali na konieczność

Tabela 124. Rodzaje wsparcia oczekiwanego przez przedsiębiorców

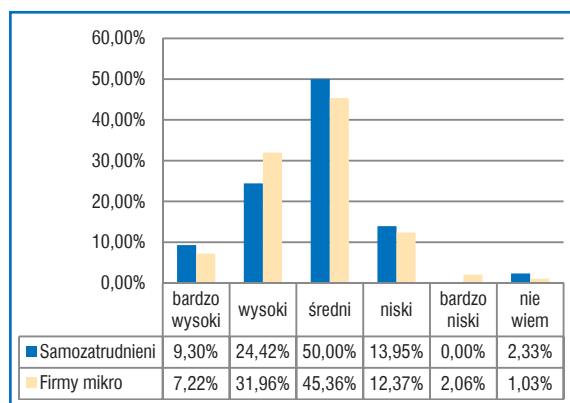
	% badanych samozatrudnionych (n=86)	% badanych firm kościerskich (n=97)
dotacje na rozpoczęcie działalności	5,81%	20,69%
dotacje inwestycyjnych	43,02%	55,52%
dotacje na rozwój	60,47%	67,59%
usługi doradcze	20,93%	42,76%
usługi szkoleniowe	34,88%	44,83%
wsparcie dla inicjatyw klastrowych, klubów biznesu itp.	4,65%	22,07%
wsparcie w postaci biura w parku technologicznym, inkubatorze przedsiębiorczości	11,63%	30,34%
uproszczenie procedur administracyjnych i prawnych	61,63%	77,24%
ułatwienia w kontaktach z inwestorami	32,56%	52,07%
nie oczekuje wsparcia	6,98%	5,86%
brak	4,65%	20,69%

uproszczenia procedur administracyjnych i prawnych, a następnie na dotacje rozwojowe i inwestycyjne.

Zaufanie w środowisku przedsiębiorców

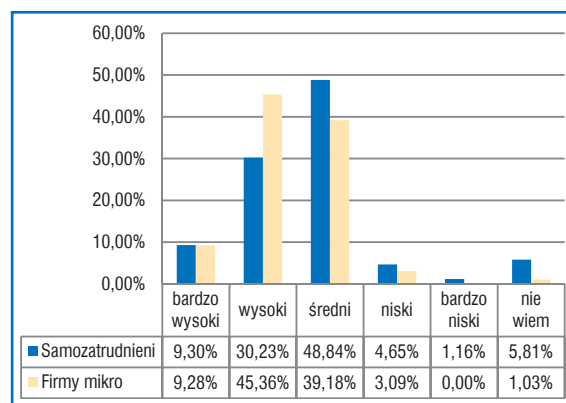
Samozatrudnieni rzadziej niż właściciele mikrofirm oceniali, że poziom zaufania wśród przedsiębiorców jest bardzo wysoki lub wysoki, częściej oceniali go jako średni (połowa wskazań) i podobnie często sądzili, iż jest on niski lub bardzo niski (Rysunek 105).

Rysunek 105. Ocena poziomu wzajemnego zaufania przedsiębiorców w powiecie kościerskim



Samozatrudnieni gorzej niż mikroprzedsiębiorcy oceniali poziom zaufania do własnych partnerów biznesowych. W przypadku tego pytania wyniki były także niższe, gdy porównamy je z odpowiedziami właścicieli małych i średnich przedsiębiorstw z całego województwa. Być może wynika to ze słabszej wobec partnerów pozycji negocjacyjnej osób samozatrudnionych w porównaniu do pozycji przedsiębiorstw zatrudniających nawet niewielką liczbę osób (Rysunek 106). Nawet ten poziom zaufania można uznać za relatywnie wysoki.

Rysunek 106. Ocena poziomu zaufania do swoich partnerów biznesowych w powiecie kościerskim



4. Wnioski i rekomendacje dotyczące mikroprzedsiębiorstw w powiecie kościerskim

Gospodarka powiatu kościerskiego jest typową gospodarką peryferyjną. Charakteryzuje się nienowoczesną strukturą (duży udział sektorów tradycyjnych – przede wszystkim rolnictwa i budownictwa, a w usługach działalności powiązanych z turystyką), o relatywnie niskiej produktywności i niewielkim udziale najnowszych technologii. Niski jest też poziom kapitału ludzkiego, czego formalnym przejawem jest niekorzystna (na tle województwa i kraju) struktura wykształcenia ludności (a także właścicieli mikroprzedsiębiorstw).

Istnieją duże rezerwy w wykorzystaniu zasobów ludzkich, na co wskazuje wyraźnie wyższa stopa bezrobocia i niższa stopa aktywności zawodowej ludności w porównaniu do średniej w województwie i w kraju.

Poziom przedsiębiorczości w powiecie kościerskim także odbiega w dół od przeciętnych regionalnej i ogólnopolskiej. Liczba firm na 10 000 mieszkańców (tzw. gęstość firm) jest bardzo niska.

W ostatnich latach aktywność przedsiębiorcza mieszkańców powoli rośnie (świadczy o tym np. dodatnie saldo nowo zarejestrowanych i wyrejestrowywanych podmiotów gospodarczych), ale dystans do przeciętnych pozostaje duży.

Struktura sektora MSP nie jest (pod względem struktury wg wielkości) istotnie różna od przeciętnej, ale w badanej próbie wyraźnie wyższy od grupy mikroprzedsiębiorstw z innych powiatów pomorskich jest udział przedsiębiorców, którzy założyli swoje firmy pod presją sytuacji (z konieczności, czynnik typu *push*), co w świetle wielu badań nie rokuje na powszechny ich rozwój i długi okres przeżycia.

W porównaniu do pozostałych badanych powiatów mikroprzedsiębiorstwa są bardziej zorientowane w swej działalności na rynek wojewódzki i ogólnopolski niż na rynek lokalny

Kościerscy przedsiębiorcy są bardziej zorientowani na rozwój niż przedsiębiorcy pomorscy. Nie należy się jednak spodziewać tworzenia przez nich wielu nowych miejsc pracy. Chociaż z drugiej strony, to w powiecie kościerskim przedsiębiorcy w większym stopniu chcą zwiększać zatrudnienie w porównaniu z przedsiębiorcami z pozostałych powiatów. Ale trzeba pamiętać, że rozwój swoich firm jest

przez nich rozumiany przede wszystkim jako wzrost sprzedaży.

Kościerscy mikroprzedsiębiorcy oceniają jakość usług świadczonych przez lokalną administrację neutralnie (43%) i pozytywnie (37,1%), a w najmniejszym stopniu negatywnie.

Mikroprzedsiębiorcy kościerscy w ponad 45% uważają, że opłaty lokalne, którymi są obciążani, są wyższe niż w pozostałych powiatach.

Porównanie postrzegania klimatu dla przedsiębiorczości przez kościerskich i pomorskich mikroprzedsiębiorców wypada na korzyść władz lokalnych w powiecie kościerskim. Przedsiębiorcy pomorscy gorzej oceniają troskę władz lokalnych, w mniejszym też stopniu taką troskę dostrzegają. Jednak i tak ponad 60% mikroprzedsiębiorców z powiatu kościerskiego takiej troski nie dostrzega.

Przedsiębiorcy z powiatu kościerskiego wyraźnie lepiej oceniają poziom zaufania wzajemnego przedsiębiorców niż ich odpowiednicy z innych powiatów, a także lepiej niż wynika to z opinii właścicieli przedsiębiorstw małych i średnich. Również oceny poziomu zaufania wobec własnych partnerów biznesowych są wyraźnie wyższe w powiecie kościerskim niż w innych powiatach i wśród właścicieli małych i średnich firm.

Za najważniejsze pożądane działania, których oczekują od władz lokalnych, kościerscy mikroprzedsiębiorcy uznali: realizację stałej współpracy z przedsiębiorcami i konsultowanie z nimi różnych kwestii gospodarczych i społecznych; rozwijanie instytucji wspierających przedsiębiorców oraz współpracę władz z przedsiębiorcami przy nawiązywaniu relacji zewnętrznych.

Dotacje na rozwój i inwestycje oraz uproszczenie procedur administracyjnych i prawnych to trzy obszary, w których mikroprzedsiębiorstwa oczekują wsparcia. Te oczekiwania, a także w zakresie pozostałych działań, zgłaszane były w powiecie kościerskim rzadziej niż w innych powiatach.

W powiecie kościerskim przedsiębiorcy wykazali się nie tylko dramatycznie niską, ale i mniejszą niż w innych powiatach znajomością instytucji wspierających biznes.

Kościerskie mikrofirmy korzystają z kredytów bankowych częściej niż mikrofirmy w innych badanych powiatach. Tym, co wyraźnie odróżnia powiat kościerski od pozostałych badanych powiatów, jest skala wykorzystania funduszy unijnych do finansowania działalności badanych firm – kościerskie mikrofirmy (13%) niemal dwukrotnie częściej korzystają z tego źródła niż mikrofirmy z innych powiatów (7%).

Wykorzystanie Internetu w kościerskich mikrofirmach jest niższe niż w pozostałych badanych powiatach, a zdecydowanie najrzadziej korzystają z Internetu samozatrudnieni.

Odsetek firm rodzinnych w powiecie kościerskim był zbliżony do tego w innych powiatach, chociaż nieznacznie niższy. Kościerskie mikrofirmy rodzinne postrzegają cechę rodzinności o wiele bardziej pozytywnie niż mikrofirmy rodzinne w innych powiatach (choć i tam obraz jest bardzo pozytywny).

5. Rekomendacje pod adresem władz lokalnych powiatu kościerskiego

1. Zintensyfikowanie działań promujących zakładanie własnej działalności gospodarczej.

Uzasadnienie: Wyraźnie niższa gęstość przedsiębiorstw (liczba firm na 10 000 mieszkańców) w powiecie kościerskim (zdecydowanie niższa od średniej w województwie i od gęstości w sąsiednich powiatach); niskie wykorzystanie zasobów siły roboczej (wyższa od przeciętnej stopa bezrobocia, niższa stopa aktywności zawodowej). Dobre oceny przedsiębiorców wystawiane instytucjom i urzędom funkcjonującym na terenie powiatu i dobre relacje z pracownikami tych urzędów, wysoki poziom zaufania w środowisku przedsiębiorców stwarzają dobry klimat dla takich działań.

2. Promowanie przedsiębiorczości powinno być ukierunkowane na kształtowanie postaw proprzedsiębiorczych i akcentowanie atrakcyjności bycia przedsiębiorcą.

Uzasadnienie: Dużo większy udział wśród mikroprzedsiębiorców kościerskich osób, które rozpoczęły działalność gospodarczą w wyniku konieczności, co rokuje gorzej przyszłości takich podmiotów niż tym, które są zakładane nie pod presją *okoliczności*, ale ponieważ stwarzają szanse samorealizacji, wyższych zarobków, wykorzystania okazji.

3. Opracowanie koncepcji wspierania i opieki nad firmami rodzinnymi, jak również promowanie oraz pomoc w przeprowadzaniu sukcesji.

Uzasadnienie: Firmy rodzinne są zazwyczaj bardziej stabilne, mają większe szanse przeżycia, choć są mniej ekspansywne. Ich walory bardziej widoczne są w sektorach

tradycyjnych, a więc takich, które dominują w gospodarce kościerskiej. Ponadto kościerskie mikrofirmy rodzinne postrzegają cechę rodzinności o wiele bardziej pozytywnie niż mikrofirmy rodzinne w innych powiatach (choć i tam obraz jest bardzo pozytywny). Oznacza to lepszy klimat dla takiej formy działalności gospodarczej. Właściciele firm nie myślał jednak jeszcze o przeprowadzeniu sukcesji, co może się okazać zgubne w przypadku przeoczenia odpowiedniego momentu na przygotowanie kolejnego pokolenia do prowadzenia działalności gospodarczej.

4. Poprawa komunikacji pomiędzy przedstawicielami władz lokalnych a środowiskiem przedsiębiorców.

Uzasadnienie: Dość powszechne przekonanie przedsiębiorców o niewielkiej trosce władz lokalnych wobec ich środowiska.

5. Rozwój szkolnictwa ponadpodstawowego i wspieranie podejmowania studiów wyższych przez młodzież z powiatu kościerskiego.

Uzasadnienie: Niski poziom wykształcenia mieszkańców, utrudniający rozwój przedsiębiorczości, szczególnie w sektorach nowoczesnych.

6. Niezbędna jest większa aktywność instytucji wspierania biznesu w zakresie komunikacji i docierania do przedsiębiorców i potencjalnych przedsiębiorców z informacjami o swym istnieniu i działalności.

Uzasadnienie: Znajomość instytucji wspierających biznes wśród przedsiębiorców kościerskich jest bardzo niska.

7. Tworzenie lokalnych sieci przedsiębiorców, które wzmocniłyby poczucie wagi działalności przedsiębiorczej oraz wzmocniły wymianę doświadczeń i dobrych praktyk wśród samych przedsiębiorców.

Uzasadnienie: Przedsiębiorcy kościerscy mają zaufanie do siebie nawzajem, jednocześnie są pozytywnie nastawieni do swojej działalności. Z drugiej strony brakuje im doświadczenia i wykształcenia odpowiedniego do prowadzenia działalności gospodarczej. Tworzenie sieci pozwoliłoby im nadrobić te niedostatki, jednocześnie przyczyniłoby się do promowania działań przedsiębiorczych wśród lokalnej społeczności.

Spis rysunków

Rysunek 1.	Roczne stopy wzrostu PKB i inflacji w Polsce w latach 2008–2012	10
Rysunek 2.	Stopa bezrobocia rejestrowanego na koniec roku w Polsce w latach 2008–2012	10
Rysunek 3.	Udział sektora MSP w gospodarce w Polsce na tle UE-27 w 2011 roku	10
Rysunek 4.	Przedsiębiorczość w Polsce na tle UE-27	11
Rysunek 5.	Profil polskiego sektora MSP wg SBA Fact Sheet 2012	12
Rysunek 6.	Wartość dodana i zatrudnienie w MSP w krajach UE w 2011 roku (2008=100)	12
Rysunek 7.	Udział samozatrudnionych w całkowitej liczbie pracujących w Polsce i w UE-27 w 2010 roku	13
Rysunek 8.	Liczba zatrudnionych oraz liczba pracujących na jedno przedsiębiorstwo w Polsce i w UE w 2009 roku	13
Rysunek 9.	Liczba przedsiębiorstw aktywnych w Polsce wg klas wielkości w latach 2003–2010	15
Rysunek 10.	Cele firmy a motywy podjęcia działalności eksportowej	23
Rysunek 11.	Relacja pomiędzy głównym celem a działalnością eksportową	24
Rysunek 12.	Postrzeganie wpływu obecnej sytuacji gospodarczej dla firmy	24
Rysunek 13.	Działania podjęte w ciągu ostatnich dwóch lat i planowane na najbliższy rok	25
Rysunek 14.	Częstość przeprowadzania badań rynkowych	26
Rysunek 15.	Częstość zakupu licencji	26
Rysunek 16.	Stworzone nowe produkty, usługi lub procesy we współpracy z innymi podmiotami	26
Rysunek 17.	Orientacja w informacjach, wiedzy i technologiach konkurentów	26
Rysunek 18.	Firma jako dostawca informacji, wiedzy i technologii	27
Rysunek 19.	Zewnętrzne firmy jako źródło informacji	27
Rysunek 20.	Firmy rodzinne i nierodzinne w badanej próbie	28
Rysunek 21.	Struktura wielkości firm rodzinnych i nierodzinnych	28
Rysunek 22.	Pokolenie sprawujące kontrolę nad firmą	29
Rysunek 23.	Podejmowanie kluczowych decyzji w firmie	29
Rysunek 24.	Główny cel firmy w 2009 roku a zmiany zatrudnienia w latach 2009–2012	31
Rysunek 25.	Zmiany w postrzeganiu zewnętrznych barier rozwoju	33
Rysunek 26.	Zmiany w postrzeganiu wewnętrznych barier rozwoju	34
Rysunek 27.	Źródła finansowania w 2009 i 2012 roku	34
Rysunek 28.	Działania podjęte w ciągu ostatnich dwóch lat	35
Rysunek 29.	Działania planowane na najbliższy rok	36
Rysunek 30.	Ocena biurokratycznej uciążliwości wybranych obszarów działalności	37
Rysunek 31.	Nieuczciwe praktyki konkurentów	38
Rysunek 32.	Ocena własnych relacji przedsiębiorców z pracownikami instytucji	39
Rysunek 33.	Relacja pomiędzy poziomem zaufania a poziomem PKB per capita 2008	40
Rysunek 34.	Odsetek osób powyżej 16. roku życia ufających innym ludziom wg ESS 2008 i badań Diagnozy społecznej 2009–2012	41
Rysunek 35.	Odsetek osób powyżej 16. roku życia ufających innym ludziom wg ESS 2010	41
Rysunek 36.	Ocena poziomu wzajemnego zaufania przedsiębiorców i zaufania do własnych partnerów biznesowych przez właścicieli MSP w województwie pomorskim	42
Rysunek 37.	Ocena zmiany wzajemnego poziomu zaufania w relacjach gospodarczych w Polsce przez właścicieli MSP w województwie pomorskim	43
Rysunek 38.	Rozkład celów w przebadanych mikroprzedsiębiorstwach	48
Rysunek 39.	Przewidywania dotyczące zmian w sprzedaży	49
Rysunek 40.	Zmiany zatrudnienia w zależności od branży (odsetek firm, w których zatrudnienie zmieniło się w porównaniu z 2009 rokiem)	50
Rysunek 41.	Przewidywania dotyczące zatrudnienia	51

Raport 2013

Rysunek 42.	Zależności pomiędzy planami dotyczącymi zatrudnienia w 2009 roku (kolumny) a rzeczywistymi zmianami zatrudnienia w latach 2009–2012 (wiersze)	51
Rysunek 43.	Plany dotyczące zatrudnienia na najbliższy rok (wiersze), w zależności od zmian w zatrudnieniu w latach 2009–2012 (kolumny)	52
Rysunek 44.	Zmiany w postrzeganiu zewnętrznych barier rozwoju	53
Rysunek 45.	Zmiany w postrzeganiu wewnętrznych barier rozwoju	54
Rysunek 46.	Stopa referencyjna NBP	55
Rysunek 47.	Wyniki finansowe uzyskane w latach 2010–2011 oraz prognozowane na rok 2012	56
Rysunek 48.	Działania podjęte przez badane mikroprzedsiębiorstwo w ciągu ostatnich dwóch lat	58
Rysunek 49.	Działania planowane przez badane mikroprzedsiębiorstwo na najbliższy rok	58
Rysunek 50.	Wydatki badanych mikroprzedsiębiorstw na zakup lub modernizację w ostatnich 2 latach (% badanych firm)	59
Rysunek 51.	Rodzinnosc firmy	60
Rysunek 52.	Rozpoczęcie sukcesji	61
Rysunek 53.	Samopostrzeganie przedsiębiorców w społeczności lokalnej	62
Rysunek 54.	Samopostrzeganie przedsiębiorców przez społeczności lokalne w trzech grupach powiatów	63
Rysunek 55.	Ocena relacji z pracownikami instytucji	64
Rysunek 56.	Ocena biurokratycznej uciążliwości wg obszarów	64
Rysunek 57.	Nieuczciwe praktyki konkurentów i partnerów	65
Rysunek 58.	Zaangażowanie przedsiębiorców w działania na rzecz ich samych w zależności od grupy powiatów	66
Rysunek 59.	Znajomość instytucji wsparcia biznesu na własnym terenie	67
Rysunek 60.	Ocena wzajemnego zaufania przedsiębiorców	68
Rysunek 61.	Ocena poziomu zaufania do swoich partnerów biznesowych	68
Rysunek 62.	Ogólny wpływ obecnej sytuacji gospodarczej na funkcjonowanie firmy	69
Rysunek 63.	Postrzeganie sytuacji gospodarczej a cele firmy	70
Rysunek 64.	Postrzeganie sytuacji w firmie a cele firmy	71
Rysunek 65.	Postrzeganie sytuacji w firmie a przewidywania dotyczące sprzedaży	71
Rysunek 66.	Postrzeganie sytuacji w firmie a przewidywania dotyczące zatrudnienia	71
Rysunek 67.	Ludność według powiatów w 2011 roku (stan na 31 XII)	75
Rysunek 68.	Pracujący według powiatów w 2012 roku (stan w dniu 31 XII)	76
Rysunek 69.	Stopa bezrobocia rejestrowanego oraz bezrobotni zarejestrowani według powiatów w 2011 roku (Stan w dniu 31 XII)	76
Rysunek 70.	Osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą według powiatów w 2012 roku (stan w dniu 31 XII)	77
Rysunek 71.	Osoby prawne i jednostki organizacyjne nieposiadające osobowości prawnej w 2012 roku wg powiatów	78
Rysunek 72.	Liczba podmiotów gospodarczych zarejestrowanych w rejestrze REGON na 10 tys. mieszkańców 2008–2011	83
Rysunek 73.	Dochody i wydatki budżetów powiatów i miast na prawach powiatu w 2011 roku	84
Rysunek 74.	Struktura badanych mikroprzedsiębiorstw wg liczby zatrudnionych	86
Rysunek 75.	Geograficzny zasięg działalności mikroprzedsiębiorstwa	87
Rysunek 76.	Rozkład wieku mikroprzedsiębiorców kościerskich i pomorskich	87
Rysunek 77.	Doświadczenie mikroprzedsiębiorców przed założeniem własnej firmy	89
Rysunek 78.	Motywy rozpoczęcia działalności przedsiębiorczej – porównanie mikroprzedsiębiorców powiatu kartuskiego z mikroprzedsiębiorcami z innych przebadanych powiatów	90
Rysunek 79.	Rozkład celów w przebadanych firmach kościerskich i pomorskich	90
Rysunek 80.	Rozumienie rozwoju przez mikroprzedsiębiorców, którzy wskazali rozwój jako główny cel	91

Rysunek 81. Plany dotyczące sprzedaży, firmy kościerskie i pomorskie	92
Rysunek 82. Źródła finansowania działalności badanych mikrofirm	94
Rysunek 83. Trudności w otrzymaniu kredytu	95
Rysunek 84. Wyniki finansowe w latach 2010–2012	95
Rysunek 85. Działania podjęte w ciągu ostatnich dwóch lat	97
Rysunek 86. Działania planowane na najbliższy rok	97
Rysunek 87. Firmy, które poniosły wydatki na zakup lub modernizację w ostatnich 2 latach	97
Rysunek 88. Wykorzystywane produkty internetowe	98
Rysunek 89. Ocena jakości świadczonych usług przez administrację lokalną w opinii mikroprzedsiębiorców kościerskich i pomorskich	101
Rysunek 90. Odczuwana troska władz lokalnych – odczucia przedsiębiorców	102
Rysunek 91. Spotykane nieuczciwe praktyki konkurentów i partnerów	104
Rysunek 92. Ocena uciążliwości procedur biurowych wg obszarów	105
Rysunek 93. Ocena relacji z pracownikami urzędów i instytucji	106
Rysunek 94. Oczekiwania badanych mikroprzedsiębiorstw w zakresie wsparcia	107
Rysunek 95. Znajomość instytucji wspierających biznes wśród przedsiębiorców	107
Rysunek 96. Wpływ obecnej sytuacji gospodarczej na funkcjonowanie firmy	108
Rysunek 97. Ocena sytuacji makroekonomicznej w kraju w opinii mikroprzedsiębiorców	109
Rysunek 98. Ocena zmian sytuacji gospodarczej w firmach	109
Rysunek 99. Motywacje do założenia firmy mikroprzedsiębiorców kościerskich	111
Rysunek 100. Porównanie celów samozatrudnionych i mikroprzedsiębiorców kościerskich	112
Rysunek 101. Wybrane źródła finansowania	113
Rysunek 102. Odsetek korzystających ze środków UE ze względu na motywacje założycielskie	113
Rysunek 103. Ocena trudności uzyskania kredytu	114
Rysunek 104. Znajomość instytucji wsparcia biznesu na swoim terenie – powiat kościerski	116
Rysunek 105. Ocena poziomu wzajemnego zaufania przedsiębiorców w powiecie kościerskim	117
Rysunek 106. Ocena poziomu zaufania do swoich partnerów biznesowych w powiecie kościerskim	117

Spis tabel

Tabela 1.	Podstawowe wskaźniki makroekonomiczne Polski 2008–2013	9
Tabela 2.	Sektor MSP w gospodarce Polski i w UE w 2011 r.	11
Tabela 3.	Średnia wielkość zatrudnienia w przedsiębiorstwach wg klas wielkości w UE 2008–2010 (sektory niefinansowe)	14
Tabela 4.	Liczba podmiotów gospodarczych w Polsce i w województwie pomorskim	14
Tabela 5.	Liczba podmiotów gospodarczych w Polsce i na Pomorzu 2011–2012	14
Tabela 6.	Liczba nowo zarejestrowanych i wyrejestrowanych z rejestru REGON podmiotów gospodarczych oraz podmiotów z zawieszoną działalnością gospodarczą w Polsce i w województwie pomorskim	15
Tabela 7.	Ogólny Wskaźnik Koniunktury Mikro i Małych Firm	16
Tabela 8.	Rozkład wyników badań w poszczególnych edycjach POG wraz z przyczynami niezrealizowania wywiadów	17
Tabela 9.	Udział firm w badaniu według grup wielkości	18
Tabela 10.	Zatrudnienie w badanych firmach	18
Tabela 11.	Wiek badanych firm	18
Tabela 12.	Główny cel firmy na najbliższe dwa lata	19
Tabela 13.	Rozumienie rozwoju przez respondentów	19
Tabela 14.	Planowane zmiany sprzedaży	19
Tabela 15.	Przewidywania dotyczące zmian w zatrudnieniu	19
Tabela 16.	Zewnętrzne bariery rozwoju	20
Tabela 17.	Wewnętrzne bariery rozwoju	20
Tabela 18.	Źródła finansowania działalności przedsiębiorstw	21
Tabela 19.	Wynik finansowy netto w latach 2010–2011 i prognoza na rok 2012	21
Tabela 20.	Wartość przychodu badanych firm	21
Tabela 21.	Działalność eksportowa badanych MSP	22
Tabela 22.	Przyczyny, dla których MSP nie eksportują	22
Tabela 23.	Zmiana wartości eksportu w latach 2011–2012	23
Tabela 24.	Rola eksportu w firmie	23
Tabela 25.	Motywy podjęcia eksportu	23
Tabela 26.	Rodzaj oczekiwanego wsparcia eksportu	24
Tabela 27.	Wydatki inwestycyjne badanych firm	25
Tabela 28.	Uzasadnienie rodzinnego charakteru firmy	28
Tabela 29.	Zaangażowanie założyciela firmy	30
Tabela 30.	Zmiany zatrudnienia	31
Tabela 31.	Cele badanych firm w 2009 roku i 2012	31
Tabela 32.	Cele przedsiębiorców w 2009 i 2012 roku	32
Tabela 33.	Planowane zmiany sprzedaży	32
Tabela 34.	Przewidywania dotyczące zmian w zatrudnieniu	33
Tabela 35.	Trudności z uzyskaniem kredytu bankowego	34
Tabela 36.	Powody, dla których uzyskanie kredytu bankowego jest trudne	35
Tabela 37.	Porównanie wydatków inwestycyjnych badanych firm w latach 2009 i 2012	36
Tabela 38.	Ocena przygotowania merytorycznego pracowników instytucji lokalnych do współpracy z przedsiębiorcami	37
Tabela 39.	Odczucia dotyczące troski władz lokalnych	37
Tabela 40.	Włączanie się przedsiębiorców w działania na rzecz kształtowania warunków sprzyjających rozwojowi działalności gospodarczej	37
Tabela 41.	Postrzeganie przedsiębiorcy w społeczności lokalnej	38
Tabela 42.	Znajomość terminu: <i>społeczna odpowiedzialność biznesu</i>	39

Tabela 43.	Ocena wpływu sytuacji gospodarczej na funkcjonowanie firmy	43
Tabela 44.	Zmiany sytuacji gospodarczej w kraju oraz w firmie w ostatnim roku	43
Tabela 45.	Mistrzostwa Europy – EURO 2012 a poprawa sytuacji w firmie	44
Tabela 46.	Rozkład wywiadów w poszczególnych grupach powiatów w 2009 i 2012 roku	47
Tabela 47.	Rozkład wieku przebadanych firm	47
Tabela 48.	Geograficzny zasięg działalności firmy	48
Tabela 49.	Rozkład wskazań na główny cel firmy w 2009 i w 2012 roku – zmiany celu	49
Tabela 50.	Rozumienie rozwoju przez mikroprzedsiębiorców, którzy go wskazali jako główny cel	49
Tabela 51.	Wskazania dotyczące wartości procentowych wzrostu sprzedaży	49
Tabela 52.	Zmiany w wielkości zatrudnienia w badanych mikroprzedsiębiorstwach	50
Tabela 53.	Obecne zatrudnienie w badanych firmach	50
Tabela 54.	Przewidywania dotyczące zmian w zatrudnieniu w 2009 roku a rzeczywiste zmiany w latach 2009–2012. . .	51
Tabela 55.	Zewnętrzne bariery rozwoju	52
Tabela 56.	Wewnętrzne bariery rozwoju	53
Tabela 57.	Zmiany w wykorzystaniu źródeł finansowania działalności badanych przedsiębiorstw	54
Tabela 58.	Trudności w uzyskaniu kredytu bankowego	55
Tabela 59.	Trudności z uzyskaniem kredytu bankowego	56
Tabela 60.	Wyniki finansowe pomorskich mikrofirm – prognozy i ich realizacja	57
Tabela 61.	Postrzeganie rodzinności firmy przez właścicieli firm rodzinnych i nierodzinnych	61
Tabela 62.	Ocena jakości świadczenia usług przez administrację lokalną	63
Tabela 63.	Wysokość podatków i opłat lokalnych w powiecie, w stosunku do innych powiatów – opinie przedsiębiorców	63
Tabela 64.	Troska władz lokalnych – odczucia przedsiębiorców	65
Tabela 65.	Włączanie się przedsiębiorców w działania na rzecz ich samych	65
Tabela 66.	Działania, które zdaniem badanych powinny być podejmowane przez władze lokalne na rzecz poprawy sytuacji przedsiębiorstw z powiatu	66
Tabela 67.	Instytucje wsparcia biznesu znane przedsiębiorcom działające na ich terenie	67
Tabela 68.	Rodzaj oczekiwanego wsparcia	67
Tabela 69.	Wpływ obecnej sytuacji gospodarczej na firmę	69
Tabela 70.	Ocena sytuacji gospodarczej kraju w ostatnim roku	70
Tabela 71.	Sytuacja gospodarcza w firmie w ostatnim roku	70
Tabela 72.	Powiat kościerski na tle województwa pomorskiego (2011 r.)	74
Tabela 73.	Powiat kościerski na tle województwa pomorskiego (2011 r.) cd.	75
Tabela 74.	Struktura ludności wg poziomu wykształcenia (2011)	77
Tabela 75.	Zarejestrowane podmioty gospodarcze oraz liczba podmiotów na 1000 ludności (2011)	77
Tabela 76.	Powiat kościerski na tle innych powiatów województwa pomorskiego (2011)	78
Tabela 77.	Struktura podmiotów gospodarczych zarejestrowanych w systemie REGON w Polsce, województwie pomorskim i w powiatach kościerskim i w sąsiednich (2012)	79
Tabela 78.	Liczba podmiotów gospodarczych zarejestrowanych w rejestrze REGON w Polsce, województwie pomorskim, w powiecie kościerskim i w powiatach sąsiednich wg klas wielkości (2008–2012)	79
Tabela 79.	Miejsca powiatu kościerskiego wśród innych powiatów województwa pomorskiego (2011)	81
Tabela 80.	Liczba podmiotów nowo zarejestrowanych, wyrejestrowanych i saldo zmian w rejestrze REGON w Polsce, województwie pomorskim, powiecie kościerskim i w powiatach sąsiednich (2008–2012)	82
Tabela 81.	Podstawowa działalność przebadanych firm	85
Tabela 82.	Forma prawna przebadanych firm	85
Tabela 83.	Rozkład wieku przebadanych firm	86
Tabela 84.	Zatrudnienie w badanych firmach	86

Raport 2013

Tabela 85.	Rozkład wieku mieszkańców w powiecie kościerskim i województwie pomorskim	88
Tabela 86.	Wykształcenie mikroprzedsiębiorców kościerskim i pomorskich	88
Tabela 87.	Doświadczenie zawodowe mikroprzedsiębiorców przed założeniem firmy	88
Tabela 88.	Motywacje do założenia firmy mikroprzedsiębiorców kościerskich	89
Tabela 89.	Cele badanych firm – powiat kościerski	90
Tabela 90.	Rozumienie rozwoju przez przedsiębiorców	90
Tabela 91.	Przewidywane zmiany sprzedaży w badaniu firm kościerskich i pomorskich	91
Tabela 92.	Planowane zwiększenie sprzedaży w przedsiębiorstwach kościerskich – dotyczy firm, które zadeklarowały taki wzrost	91
Tabela 93.	Plany dotyczące zmian w zatrudnieniu w firmach kościerskich	92
Tabela 94.	Porównanie planów dotyczących zatrudnienia wśród mikroprzedsiębiorstw kościerskich i pomorskich	92
Tabela 95.	Zewnętrzne bariery rozwoju	93
Tabela 96.	Wewnętrzne bariery rozwoju	93
Tabela 97.	Wykorzystanie źródeł finansowania przez kościerskie mikrofirmy	94
Tabela 98.	Uzasadnienie rodzinnego charakteru badanych mikrofirm	98
Tabela 99.	Postrzeganie rodzinności firmy w powiecie kościerskim i w innych wybranych powiatach	98
Tabela 100.	Postrzeganie rodzinności w firmach rodzinnych i nierodzinnych	99
Tabela 101.	Zamiany dotyczące przyszłości badanych mikrofirm	100
Tabela 102.	Planowanie procesu sukcesji	100
Tabela 103.	Postrzeganie przedsiębiorcy w społeczności lokalnej	101
Tabela 104.	Wysokość podatków i opłat lokalnych w powiecie, w stosunku do innych powiatów – opinie przedsiębiorców	101
Tabela 105.	Odczucia przedsiębiorców dotyczące troski władz lokalnych	102
Tabela 106.	Możliwości włączania się przedsiębiorców w działania na rzecz ich samych	102
Tabela 107.	Samopostrzeganie przedsiębiorczości – odczucia mikroprzedsiębiorców	103
Tabela 108.	Ocena poziomu wzajemnego zaufania przedsiębiorców	103
Tabela 109.	Poziom zaufania do własnych partnerów biznesowych	103
Tabela 110.	Działania, jakie powinny być podejmowane przez władze lokalne na rzecz poprawy sytuacji przedsiębiorstw z powiatu	104
Tabela 111.	Syntetyczna ocena relacji mikroprzedsiębiorców z pracownikami urzędów i instytucji w powiecie kościerskim i w innych powiatach województwa pomorskiego	105
Tabela 112.	Wpływ obecnej sytuacji gospodarczej na firmę	108
Tabela 113.	Podstawowa działalność przebadanych firm	109
Tabela 114.	Rozkład wieku przebadanych firm	110
Tabela 115.	Liczba zleceniodawców badanych samozatrudnionych	110
Tabela 116.	Wiek przebadanych samozatrudnionych w powiecie kościerskim – porównanie z mikroprzedsiębiorcami	110
Tabela 117.	Wykształcenie badanych samozatrudnionych i pozostałych mikroprzedsiębiorców kościerskich	111
Tabela 118.	Plany dotyczące zatrudnienia	112
Tabela 119.	Wykorzystanie portali, serwisów, stron internetowych i aplikacji przez samozatrudnionych i kościerskie mikrofirmy	115
Tabela 120.	Ocena przygotowania pracowników instytucji lokalnych do współpracy z przedsiębiorcami	115
Tabela 121.	Wysokość lokalnych opłat i podatków w porównaniu z innymi powiatami	115
Tabela 122.	Odczucia przedsiębiorców dotyczące troski władz lokalnych wobec ich działalności	115
Tabela 123.	Oczekiwane dotyczące działań podejmowanych przez władze lokalne na rzecz poprawy sytuacji przedsiębiorstw z powiatu kościerskiego	116
Tabela 124.	Rodzaje wsparcia oczekiwanego przez przedsiębiorców	117

Bibliografia

- Annual report on small and medium-sized enterprises in the UE 2011/12. Ecorys, Rotterdam, 2012
- Are EU SMEs recovering from the crisis? Annual Report on EU SMEs 2010–2011. Ecorys, Rotterdam, Cambridge, 2011
- Bank Danych Lokalnych www.stat.gov.pl 03.2013
- Czapiński J., Panek T. (red.): *Diagnoza społeczna 2011. Warunki i jakość życia Polaków*, Warszawa, Rada Monitoringu Społecznego, 30.09.2011
- Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2009 r., GUS
- Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2010 r., GUS
- European Social Survey, <http://www.europeansocialsurvey.org/>
- Fukuyama F.: *Zaufanie: kapitał społeczny a droga do dobrobytu*. PWN, Warszawa–Wrocław, 1995
- Internationalisation of European SMEs, Final Report, European Commission, Brussels, 2010
- Internationalisation of European SMEs. Final Report, European Commission, Brussels, 2012
- Palmen L.: *Uwarunkowania kulturowe proinnowacyjnej transformacji polskich małych i średnich przedsiębiorstw*, w: *Kultura organizacyjna kluczem do innowacyjności i konkurencyjności przedsiębiorstw*. Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową, Gdańsk, 2012
- Raport o sytuacji mikro i małych firm w roku 2012, PeKaO SA, 2013
- SBA Fact Sheet 2012 Poland, EU, 2012
- Stan i struktura ludności oraz ruch naturalny w przekroju terytorialnym. Stan w dniu 31 XII 2011 r. GUS, http://www.stat.gov.pl/gus/5840_655_PLK_HTML.htm, 03.2013
- Sytuacja społeczno-gospodarcza Polski. GUS, www.stat.gov.pl
- Sztompka P.: *Zaufanie*. Wydawnictwo Znak, Kraków 2007
- Tarnawa A. Zadura-Lichota P.; red., *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2010–2011*, Warszawa 2012
- Uslaner E. M.: *Zaufanie strategiczne i zaufanie normatywne*. W: *Socjologia codzienności*. Red. Sztompka P. i Bogunia-Borowska M., Wydawnictwo Znak, Kraków 2008
- Województwo pomorskie: Podregiony, Powiaty, Gminy 2012, Urząd Statystyczny w Gdańsku, 2012
- Wskaźniki makroekonomiczne GUS, www.stat.gov.pl
- Zmiany strukturalne grup podmiotów gospodarki narodowej w rejestrze REGON, 2012. GUS, Warszawa 2013

Opis projektu

Agencja Rozwoju Pomorza S.A.



„Razem dla kościerskich przedsiębiorstw – partnerstwo lokalne na rzecz rozwoju przedsiębiorczości w kontekście zarządzania zmianą gospodarczą” to projekt Agencji Rozwoju Pomorza S.A. realizowany w partnerstwie z Kaszubskim Instytutem Rozwoju. Projekt realizowany w okresie od listopada 2011 r. do sierpnia 2014 roku.

Projekt powstał w odpowiedzi na sytuację powiatu kościerskiego, który pomimo bliskości Trójmiasta, charakteryzuje się wysokim bezrobociem zwłaszcza wśród ludzi młodych, małą liczbą przedsiębiorstw oraz niewystarczającym wsparciem dla istniejących firm.

Sposobem na rozwiązanie tych problemów jest wsparcie rozwoju sektora małych i średnich przedsiębiorstw, który będzie stymulował wzrost gospodarczy oraz aktywizował rozwój gospodarczy na zasadzie sprzężenia zwrotnego.

Zasadniczym celem projektu było zbudowanie partnerstwa lokalnego, które wypracuje propozycję strategii rozwoju przedsiębiorczości dla powiatu. Proces tworzenia partnerstwa moderowany jest przez Kaszubski Instytut Rozwoju i wymaga organizacji wielu spotkań i warsztatów, z jednej strony integrujących lokalne środowisko, z drugiej dostarczających niezbędnych narzędzi i mobilizujących do wspólnej pracy i wypracowania konkretnych rozwiązań. Obecnie w partnerstwie uczestniczy 11 podmiotów w tym: jednostki samorządu terytorialnego, instytucje otoczenia biznesu i lokalni przedsiębiorcy.

Agencja Rozwoju Pomorza S.A. wspierała merytorycznie proces tworzenia Partnerstwa i dostarczała aktualnej wiedzy o stanie sektora MSP. Przeprowadzone badania małych i średnich przedsiębiorstw w woj. pomorskim, będące kontynuacją badań Pomorskiego Obserwatorium Gospodarczego, dały kontekst do szczegółowych analiz w powiecie. Szczególną uwagę eksperci poświęcili zbadaniu aktualnej sytuacji przedsiębiorstw w powiecie kościerskim i ocenie potrzeb oraz możliwości rozwoju lokalnego sektora MSP.

Do końca projektu ARP planuje przeprowadzenie jeszcze dwóch badań w powiecie kościerskim. Pierwsze dotyczyć będzie oceny warunków dla prowadzenia działalności gospodarczej przez uczniów szkół ponadgimnazjalnych oraz przebadanie ich postaw przedsiębiorczych. Drugie, szersze, będzie miało na celu określenie warunków, w tym możliwości i barier dla rozwoju przedsiębiorczości w powiecie w kontekście potencjału gospodarczego powiatu i aktywności instytucji.



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Projekt współfinansowany jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

Działalność Agencji Rozwoju Pomorza S.A.

Agencja Rozwoju Pomorza S.A.

Agencja Rozwoju Pomorza S.A. (ARP S.A.) powstała w 1992 r. z inicjatywy władz województwa. Jest instytucją wyznaczającą standardy wsparcia przedsiębiorczości na Pomorzu, a także ważnym partnerem samorządów w zakresie kreowania polityki rozwoju regionalnego. **Misją ARP SA jest działanie na rzecz harmonijnego rozwoju Pomorza; poprzez wspieranie pomorskiej przedsiębiorczości i samorządów lokalnych, a także inicjowanie i wspieranie przedsięwzięć gospodarczych o znaczeniu regionalnym.**

Obszary działania

Wdrażanie instrumentów finansowego wsparcia dla małych i średnich przedsiębiorstw

Od 12 lat ARP SA umożliwia pomorskim przedsiębiorcom korzystanie z dotacji unijnych, wdraża Fundusze Europejskie dla firm oraz instytucji wspierających rozwój przedsiębiorczości w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego dla Województwa Pomorskiego na lata 2007–2013 oraz Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka.

Wspieranie Rozwoju Przedsiębiorczości

ARP SA pozyskuje fundusze unijne na realizację projektów dedykowanych przedsiębiorcom i instytucjom otoczenia biznesu. Ważną ich część stanowią projekty o charakterze badawczo-rozwojowym, których efektem są badania sektora MSP na Pomorzu. Wyniki tych prac są podstawą wyboru naszych działań. Podejmujemy ważne dla przedsiębiorców zagadnienia z zakresu ochrony własności intelektualnej, społecznej odpowiedzialności biznesu czy rozwoju przemysłów kreatywnych. Ze swoją ofertą docieramy poprzez doradztwo, konsultacje, szkolenia czy konferencje. Ponadto w strukturach Agencji działa Sieć Punktów Informacyjnych i Konsultacyjnych, które świadczą bezpłatne usługi informacyjne oraz dofinansowane w 90% z funduszy unijnych usługi doradcze. Przedsiębiorcy mogą skorzystać m.in. z porad prawnych, księgowych czy konsultacji z dziedziny marketingu. Punkty udzielają też informacji na temat możliwości pozyskania funduszy europejskich. Z tak pełnej oferty mogą skorzystać zarówno działający już przedsiębiorcy, jak i osoby dopiero rozpoczynające działalność gospodarczą.

Inwestycje kapitałowe

ARP S.A. zarządza Funduszem Kapitałowym inwestującym w nowatorskie projekty biznesowe. Pomysłodawcom posiadającym innowacyjne projekty w początkowej fazie współpracy oferuje się wsparcie rzeczowe i eksperckie. Kolejnym etapem jest finansowe zaangażowanie Funduszu w spółkę tworzoną na bazie preinkubowanych projektów.

Promocja regionu i obsługa inwestora

ARP SA koordynuje działania inicjatywy Invest In Pomerania, odpowiedzialnej za promocję gospodarczą i obsługę inwestycji zagranicznych na Pomorzu. Realizuje projekty inwestycyjne, wykonuje usługi dotyczące prezentacji ofert inwestycyjnych, przygotowania opracowań prawno-ekonomicznych oraz kojarzenia partnerów biznesowych. Jest regionalnym partnerem Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych.

Agencja Rozwoju Pomorza S.A.

80-387 Gdańsk, ul. Arkońska 6
tel.: +48 58 32 33 100
faks: +48 58 30 11 341
e-mail: sekretariat@arp.gda.pl
www.arp.gda.pl



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY

