

Dynamika sektora MSP na Pomorzu

Raport z badania małych i średnich przedsiębiorstw
w ramach Pomorskiego Obserwatorium Gospodarczego II

Gdańsk 2008

Autorzy

Piotr Dominiak, Julita Wasilczuk, Nelly Daszkiewicz, Krzysztof Zięba, Krzysztof Świetlik

Redakcja, korekta i redakcja techniczna

Media Profil

Projekt graficzny

Domino Siły Kreatywne

Skład i druk

Print Projekt

Copyright © by Agencja Rozwoju Pomorza S.A.
Gdańsk 2008

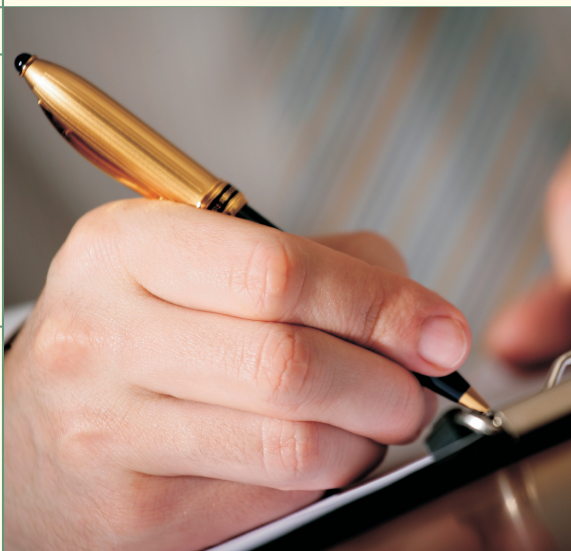
ISBN 978-83-925096-1-5



Publikacja została sfinansowanego przez Unię Europejską (ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego) i budżet państwa w ramach Zintegrowanego Programu Operacyjnego Rozwoju Regionalnego.

Spis treści

Przedmowa	5
Wstęp	6
1. Badanie małych i średnich przedsiębiorstw w województwie pomorskim	10
Informacje ogólne	10
Charakterystyka badanych firm	10
Profil właściciela	11
Innowacje, technologie informacyjne oraz inwestycje w badanych przedsiębiorstwach	12
Wybrane aspekty działalności badanych przedsiębiorstw	20
Eksport	20
Znajomość konkurencji	22
Współpraca MSP	24
Planowanie	29
Zysk i przychody MSP	30
Bariery rozwoju MSP	32
Usługi doradcze i szkolenia	35
Cele i zamierzenia badanych firm	37
Analiza zmian zatrudnienia i zmian demograficznych w badanej próbie przedsiębiorstw w latach 2006–2008	39
Wnioski z analizy MSP	49
2. Mikroprzedsiębiorstwa w POG II	52
Charakterystyka badanych mikroprzedsiębiorstw	52
Charakterystyka właścicieli badanych mikroprzedsiębiorstw	53
Cele i plany a wielkość i wiek mikroprzedsiębiorstw	54
Zysk i przychód w badanych mikroprzedsiębiorstwach	56
Charakterystyka badanych mikroprzedsiębiorstw według powiatów – możliwości tworzenia miejsc pracy	57
Zmiany innowacyjne w mikroprzedsiębiorstwach	58
Finansowanie działalności badanych mikroprzedsiębiorstw	60
Bariery rozwoju mikroprzedsiębiorstw	62
Technologie informacyjne w mikroprzedsiębiorstwach	66
Usługi doradcze i szkolenia	74
Wnioski z analizy mikroprzedsiębiorstw	75
Wnioski końcowe	77
Rekomendacje adresowane do władz regionalnych i lokalnych	78
Bibliografia	80



Przedmowa

Przekazujemy Państwu raport z drugiej edycji badania małych i średnich przedsiębiorstw w województwie pomorskim, przeprowadzonego w roku 2008 przez Agencję Rozwoju Pomorza S.A. wspólnie z naukowcami z Wydziału Zarządzania i Ekonomii Politechniki Gdańskiej pod kierownictwem prof. dr. hab. Piotra Dominiaka. Po raz kolejny przedsiębiorcy z województwa pomorskiego zostali poproszeni o udzielenie odpowiedzi na pytania dotyczące aktualnej kondycji ich firm, perspektyw na przyszłość oraz oceny barier spowalniających rozwój.

Badanie było realizowane w ramach projektu Pomorskie Obserwatorium Gospodarcze II (POG II) jako kontynuacja badań zapoczątkowanych w 2006 roku w ramach projektu Pomorskie Obserwatorium Gospodarcze (POG I). Oba badania zostały przeprowadzone przy wsparciu funduszy europejskich i budżetu państwa.

Do tej pory w Polsce nie realizowano tak szerokiego tematycznie badania na tak dużej liczbie tych samych przedsiębiorstw. Powrót do grupy przedsiębiorstw, które wzięły udział w badaniu w 2006 roku, miał na celu pokazanie, ile firm nadal istnieje na rynku oraz czy obraz ich sytuacji, jaki wyłonił się z pierwszego badania, odpowiada stanowi dzisiejszemu.

Mamy nadzieję, że wnioski i rekomendacje zamieszczone w tej publikacji okażą się cenne dla regionalnego systemu wspierania przedsiębiorczości i równocześnie pozwolą przedsiębiorcom zrozumieć ekonomiczne i instytucjonalne ramy funkcjonowania ich firm oraz poznać aktualną kondycję sektora.

Wszystkim, którzy podzielili się doświadczeniami z zakresu prowadzenia przedsiębiorstwa w naszym województwie, serdecznie dziękujemy. Zdobycie wiedzy prezentowanej w raporcie byłoby z pewnością niemożliwe bez Państwa udziału. Mamy nadzieję, że mechanizmy wdrożone w oparciu o uzyskane od Państwa informacje pozwolą na kształtowanie przyjaznego otoczenia funkcjonowania Państwa firm.

Zarząd
Agencji Rozwoju Pomorza S.A.



Raport 2008

Wstęp

Badania przeprowadzone w 2006 roku w ramach Pomorskiego Obserwatorium Gospodarczego (POG I) pozwoliły na ocenę ówczesnej kondycji sektora małych i średnich przedsiębiorstw (MSP) w województwie pomorskim. Ocena ta była dość pozytywna. Zdecydowana większość pomorskich przedsiębiorców optymistycznie oceniała przyszłość swoich firm, deklarując wolę ich rozwoju. Spodziewali się wzrostu przychodów w kolejnych dwóch latach. Znaczna ich część inwestowała w rozwój firm, wprowadzała różnego typu innowacje. Relatywnie więcej, w porównaniu do średniej krajowej, pomorskich MSP eksportowało i prowadziło działalność badawczo-rozwojową. Z pewnością wpływ na to miała dobra koniunktura w polskiej gospodarce.

Zwracaliśmy też uwagę na kilka istotnych sygnałów wynikających z tego ogólnie pozytywnego obrazu pomorskich MSP. Po pierwsze: eksponowanie przez właścicieli przedsiębiorstw zewnętrznych barier rozwojowych, co jest raczej typowe dla firm mało dynamicznych i postaw, które trudno uznać za przedsiębiorcze. Po drugie: przedsiębiorcy chcący rozwijać swą działalność zamierzali czynić to poprzez inwestowanie we wzrost wydajności pracy, rzadziej w tworzenie nowych miejsc pracy. Spodziewali się uzyskać przede wszystkim wzrost przychodów, wyraźnie rzadziej efektem wzrostu firm miał być wzrost zatrudnienia.

W 2008 roku w ramach Pomorskiego Obserwatorium Gospodarczego II powróciliśmy do tej samej co w 2006 roku grupy przedsiębiorstw. Celem była nie tylko – i nie przede wszystkim – ponowna diagnoza kondycji sektora MSP w województwie pomorskim, lecz także ocena zmian, które zaszły w badanych firmach przez minionych kilkanaście miesięcy, oraz sprawdzenie, na ile zamierzenia deklarowane przez właścicieli w 2006 roku udało się im zrealizować. Położyliśmy nacisk na ocenę zmian w zatrudnieniu, chcąc zweryfikować powszechne opinie o zdolności sektora MSP do kreacji nowych miejsc pracy.

Chcieliśmy także porównać zgłaszane przez przedsiębiorców w obu badaniach cele rozwojowe, zamierzenia inwestycyjne i innowacyjne oraz eksportowe, a także postrzegane przez nich bariery funkcjonowania i rozwoju firm. Sporo uwagi poświęciliśmy w badaniach skali wykorzystania przez MSP technologii informacyjnych (IT). Oceniliśmy również skalę współpracy przedsiębiorstw z różnymi partnerami, w tym z instytucjami badawczo-rozwojowymi.

Pragmatycznym celem była także ocena skali i struktury zapotrzebowania pomorskich MSP na szkolenia i usługi doradcze.

Przy wszystkich ograniczeniach i zastrzeżeniach, które zawsze towarzyszą tego typu badaniom MSP na całym świecie, można ocenić, iż udało się zrealizować większość stawianych przed badaniem

Raport 2008

celów. Pamiętać należy bowiem, że badając sektor MSP, zawsze napotyka się wiele trudnych do przewyżczenia problemów.

Po pierwsze – nie dysponujemy najczęściej bazą w miarę obiektywnych danych pierwotnych pochodzących ze składanych przez przedsiębiorstwa sprawozdań ekonomiczno-finansowych. Mniejsze podmioty gospodarcze nie mają obowiązku regularnego przysyłania do urzędów statystycznych informacji o swej działalności. Wiele z nich prowadzi uproszczoną rachunkowość, co nie pozwala na uzyskanie danych o wielu zdarzeniach gospodarczych. Natomiast dane najbardziej wiarygodne, przynajmniej ze względów formalnych, dotyczące zatrudnienia, przychodów i dochodów firm, którymi dysponują ZUS i urzędy skarbowe, nie są dla celów badawczych dostępne.

Po drugie – istniejąca w MSP dokumentacja działalności gospodarczej jest powszechnie uważana za mniej wiarygodną niż w przypadku przedsiębiorstw dużych.

Po trzecie – istotną przeszkodę w dotarciu do wszystkich podmiotów i zebraniu od nich jakichkolwiek informacji stanowi ogromna liczba MSP.

W efekcie znaczna większość projektów badawczych jest oparta na metodzie badań kwestionariuszowych. Badania takie mają wiele zalet, ale też bardzo wiele niedoskonałości. Niektóre wynikają z ich istoty. Wypełniający kwestionariusze lub odpowiadający na pytania ankietera wyrażają swoje subiektywne opinie lub kierują się swoimi (rzeczywistymi lub domniemanymi) interesami.

W przypadku MSP nie ma właściwie żadnych możliwości przeprowadzenia badań całej populacji i w związku z tym podstawową kwestią jest dobór próby. Z reguły, nawet jeśli badania są powtarzane, próby są losowane po raz kolejny, w związku z tym można, przy prawidłowym doborze reprezentatywnych prób, porównywać ich wyniki w czasie. Jednak nie można stwierdzić, jakie zmiany zaszły w poszczególnych firmach, ani jak zmieniły się opinie poszczególnych przedsiębiorców. Wszystkie te kwestie były brane pod uwagę przy projektowaniu badań POG II.

Zgodnie z ideą leżącą u podstaw pierwszego badania główne cele POG II to:

- zbadanie opinii przedsiębiorców na temat sytuacji ich przedsiębiorstw, zamierzeń na najbliższy okres, podejmowanych działań rynkowych, oceny konkurencji, zamierzeń inwestycyjnych, innowacyjnych i eksportowych;
- porównanie tych opinii z opiniami wyrażanymi przez nich przed dwoma laty;
- porównanie tego, co firmom i ich właścicielom udało się osiągnąć od czasu poprzedniego badania z ich ówczesnymi deklaracjami;
- ocena skali i wykorzystania technologii informacyjnych, którymi dysponowały pomorskie MSP;
- ocena skali i charakteru zapotrzebowania przedsiębiorców i ich pracowników na usługi szkoleniowe i doradcze;
- ocena zmian demograficznych, które zaszły w badanej populacji, m.in. w zakresie wzrostu firm (zmiany klas wielkości, poziomu zatrudnienia, wielkości przychodów);

ponadto (nie było to przedmiotem POG I, a zatem nie mogło być przedmiotem porównań w czasie):

- przeanalizowanie związków pomiędzy profilem właścicieli a profilem ich firm;
- przeprowadzenie badań na losowej grupie mikroprzedsiębiorstw z powiatów o najwyższej stopie bezrobocia, głównie pod kątem ich zdolności do kreowania nowych miejsc pracy.

W badaniach POG II:

- kluczowym problemem był powrót do tej samej populacji przedsiębiorstw, którą przebadano podczas POG I;
- kwestionariusz nowego badania został tak zbudowany, by – eliminując pewne usterki poprzedniego – odpowiedzi na poszczególne pytania mogły być porównywalne;
- w nowym kwestionariuszu liczba możliwych do wyboru opcji odpowiedzi na poszczególne pytania została zredukowana;

- zostały wyeliminowane pytania, na które odpowiedzi przy analizie rezultatów POG I okazały się trudne do interpretacji lub nie wносиły niczego interesującego;
- bazy danych skonstruowano w taki sposób, aby możliwa była konfrontacja danych zawartych w nowym kwestionariuszu danej firmy z danymi kwestionariusza tejże firmy z POG I.

Zdecydowanie najważniejszą zaletą było ponowienie badań na tej samej populacji. Badania POG dają zupełnie wyjątkową możliwość obserwacji zmian zachodzących w wybranej grupie przedsiębiorstw (nawet w sytuacji, gdy populacja firm przebadanych w ramach POG II była znacznie mniejsza niż w ramach POG I). Badań o takiej skali, na tej samej grupie, powtarzanych cyklicznie, do tej pory w Polsce nie było. Dzięki temu termin „obserwatorium” w nazwie badań zaczął odzwierciedlać ich istotę. Badania spełniające warunek bycia obserwatorium pozwoliły na otrzymanie wielu ciekawych wyników, umożliwiły wnioskowanie niemożliwe w przypadku „fotografowania” coraz to innej grupy.

Powrót do tej samej próby zapewnił:

- większą niż w innych przypadkach porównywalność wyników w różnych przekrojach analiz;
- **zbadanie skali i kierunków zmian demograficznych zachodzących wewnątrz badanej grupy (przechodzenia firm z jednych klas wielkości do innych, zmian zatrudnienia w poszczególnych firmach, określenia przyrostu miejsc pracy zarówno netto, jak i brutto oraz liczby likwidowanych miejsc pracy);**
- **porównanie wyników zmian struktury zatrudnienia wewnątrz badanej grupy według klas wielkości przedsiębiorstw osiągniętych tzw. metodą roku bieżącego i tzw. metodą roku bazowego;**
- porównania wyników **analizy prowadzonej w oparciu o dane dotyczące całej badanej populacji w 2006 roku i całej badanej populacji w 2008 roku z wynikami analizy zmian w poszczególnych przedsiębiorstwach, które zaszły pomiędzy badaniami POG I i POG II;**
- przeanalizowanie innych zmian w badanej grupie (m.in. zmian profilu działalności, przychodów);
- możliwość zbadania zmian sytuacji każdego przedsiębiorstwa i zmian ocen jego właściciela pomiędzy pierwszym i drugim badaniem oraz porównania zamierzeń z roku 2006 z ich realizacją do roku 2008.

* * *

Badanie POG II i analiza jego wyników składa się z dwóch odrębnych części. Pierwsza dotyczy małych i średnich przedsiębiorstw z całego województwa pomorskiego, które były przedmiotem badań zarówno w ramach POG I (w 2006 roku), jak i POG II (w 2008 roku). Główne cele tej części badań to: określenie kondycji sektora MSP w województwie pomorskim na początku 2008 roku i porównanie jej z sytuacją w 2006 roku; charakterystyka zmian demograficznych wewnątrz badanej grupy; ocena wzrostu tych firm i zgodności deklarowanych celów i planów z ich realizacją w okresie pomiędzy obu badaniami. W tej części raportu została najpierw przedstawiona ogólna charakterystyka przebadanej grupy przedsiębiorstw i ich właścicieli. Następnie przeanalizowano działalność innowacyjną, inwestycyjną i wykorzystanie IT. Kolejny rozdział dotyczy wybranych aspektów działalności badanych MSP, jak eksport, kooperacja, znajomość konkurencji i planowanie działalności gospodarczej. Analiza zysku i przychodów stanowi następny rozdział raportu. W kolejnych została zaprezentowana analiza postrzeganych przez przedsiębiorców barier rozwojowych oraz zapotrzebowania na usługi doradcze i szkoleniowe.

Ważnym elementem raportu jest analiza celów i zamierzeń firm. Porównano wyniki POG I i POG II w tym zakresie zarówno w odniesieniu do całej badanej próby, jak i w poszczególnych firmach.

Niezmiernie istotnym składnikiem raportu jest część poświęcona analizie zmian zatrudnienia i zmian demograficznych badanej grupy firm. Jest to z naukowego i poznawczego punktu widzenia najbardziej interesujący fragment, pokazujący potencjał, jaki stwarza powracanie w badaniu do tej samej próby z zachowaniem możliwości porównywania zmian zachodzących w poszczególnych firmach.

Raport 2008

Część druga raportu obejmuje badanie mikroprzedsiębiorstw w trzech powiatach województwa pomorskiego o najwyższej stopie bezrobocia i najniższym wykorzystaniu środków unijnych (ZPORR 3.4) na wsparcie mikrofirm. Ta część badań miała znacznie węższe cele. Związane one były z oceną potencjału rozwojowego, przede wszystkim w zakresie tworzenia nowych miejsc pracy.

Zgodnie z założeniami badanie POG II zostało przeprowadzone metodą wywiadu bezpośredniego z wykorzystaniem kwestionariusza ankiety.

Badanie małych i średnich przedsiębiorstw realizowano na terenie województwa pomorskiego wśród firm znajdujących się w bazie POG, zawierającej 2132 jednostki*. W przypadku badania firm mikro zasięg terytorialny został zawężony do trzech powiatów: bytowskiego, lęborskiego i sztumskiego. Przy doborze próby 700 jednostek do badania firm mikro zastosowano losowy dobór próby z warstwowaniem według sekcji PKD**.

W obu przypadkach badaną populację stanowiły osoby odpowiedzialne za podejmowanie strategicznych decyzji w przedsiębiorstwach (właściciel, współwłaściciel, prezes, zastępca prezesa, członek zarządu, dyrektor marketingu lub osoba pełniąca funkcję o porównywalnych kompetencjach). Wywiady były przeprowadzane w miejscu pracy respondenta, w siedzibie firmy. Badanie realizowano od 15 stycznia 2008 roku do 10 kwietnia 2008 roku. Przeprowadzenie pojedynczego wywiadu trwało od 20 do 50 minut.

Ponad połowa małych i średnich firm z bazy POG I, do których dotarli ankieterzy, odmówiła udziału w badaniu, tłumacząc to najczęściej brakiem czasu. Niespełna 4% firm nie odnaleziono pod wskazanym adresem, a do 5% nie udało się dotrzeć. Ostatecznie uzyskano 772 efektywnie zrealizowane wywiady, co stanowi ponad 36% całej próby przedsiębiorstw, które zostały wybrane do badania. Podczas analizowania danych okazało się, że ankiety 11 firm należało odrzucić, albowiem informacje zamieszczone w kwestionariuszu budziły zastrzeżenia co do ich wiarygodności.

Z bazy firm mikro zostało przebadanych 250 przedsiębiorstw, z których po dokonaniu wstępnej analizy danych odrzucono osiem przedsiębiorstw niemieszczących się w tej klasie wielkości, zatrudniających powyżej dziewięciu osób).

* Próba przedsiębiorstw do badania POG I została wylosowana z operatu badania, którym był rejestr gospodarki narodowej REGON. Operat ten jest rejestrem pełnym, obejmującym wszystkie legalnie działające podmioty gospodarcze. Do losowania przyjęto schemat losowania warstwowego z losowaniem zależnym. Poza wielkością przedsiębiorstwa warstwowanie zostało przeprowadzone według sekcji PKD oraz powiatów przy zastosowaniu proporcjonalnej alokacji próby w tych warstwach.

** Dane teled adresowe zostały zakupione od firmy Centrum Informacji Profesjonalnej TeleAdreson Sp. z o.o.



1. Badanie małych i średnich przedsiębiorstw w województwie pomorskim

Informacje ogólne

Charakterystyka badanych firm

Przedsiębiorstwa, do których dotarli ankierzy, zatrudniały średnio 41 osób. Najwięcej było firm, w których zatrudnienie mieściło się w górnym przedziale przypisanym firmom małym (20–49 osób). W próbie znalazło się też stosunkowo dużo firm należących do grupy firm średnich (50–249 osób).

Tabela 1. Zatrudnienie w przebadanych firmach

Wyszczególnienie	2008 rok		2006 rok	
	Liczność	Odsetek	Liczność	Odsetek
Do 10	87	11,4	28	3,7
Od 10–19	194	25,4	248	32,4
Od 20–49	250	32,7	280	36,7
Od 50–249	202	26,4	190	24,8
250 i więcej	11	1,4	6	0,8
Brak informacji	20	11,4	12	1,6

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Przebadane w 2008 roku firmy zatrudniały łącznie 34 681 osób, natomiast w 2006 roku – 34 408 osób. Nie wszystkie jednak firmy ankietowane w obu badaniach podały dane dotyczące zatrudnienia. Uwzględniając tylko te, które w obu badaniach podały tę informację (729 firm), zauważa się bardzo wysoki wzrost zatrudnienia: 2095 osoby.

Tabela 2. Wiek przebadanych przedsiębiorstw w 2008 roku

Wyszczególnienie	Liczność	Odsetek
Do roku 1989	234	31
Lata 1990–1992	187	25
Lata 1993–1998	194	25
Lata 1999–2002	109	14
Lata 2003–2006	37	5
Razem	761	100

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Firmy założone po 2003 roku należały do mniejszości, dużą grupę stanowiły te założone przed rokiem 1989.

Przeważały firmy zaliczane do spółek z ograniczoną odpowiedzialnością (40,4%) – nie jest to zaskakujące, ponieważ należały one do grupy starszych, a ta forma prawna była dawniej bardzo popularna wśród przedsiębiorców z racji wyłączenia odpowiedzialności osobistej przy jednoczesnym niskim kapitale zakładowym (w tej chwili wymóg kapitałowy został podniesiony i wszystkie spółki z ograniczoną odpowiedzialnością musiały się dokapitalizować). Firmy będące jednoosobową własnością były na drugim miejscu (22,8%). Przegląd form prawnych przebadanych przedsiębiorstw w 2008 roku został zamieszczony w tabeli 3.

Tabela 3. Formy prawne firm przebadanych w 2008 roku

Wyszczególnienie	Liczność	Odsetek
Jednoosobowa działalność	174	22,8
Spółka cywilna	85	11,1
Spółka z o.o.	309	40,4
Spółka jawna	69	9,0
Spółka akcyjna	21	2,7
Inna spółka	8	1,0
Spółdzielnia	85	11,1
Skarb państwa	2	0,3
Inne	1	0,2
Brak odpowiedzi	10	1,3

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

W badanej populacji wystąpiła nadreprezentacja firm średnich w stosunku do statystycznego rozkładu sektora MSP. Średnia wielkość zatrudnienia przebadanych firm znacznie przewyższa średnią dla sektora MSP. Ponadto w badaniu wystąpiła duża reprezentacja spółek, co w rzeczywistej strukturze MSP opisywanej przez Główny Urząd Statystyczny w oparciu o REGON nie zachodzi. Należy się w związku z tym spodziewać większej aktywności przebadanych firm w stosunku do całej populacji pomorskiego sektora MSP. Przeciętny wiek przebadanych firm jest wyższy niż przeciętny wiek firm w Polsce (badania prowadzono tylko wśród tych przedsiębiorstw, które funkcjonowały już w roku 2006).

Raport 2008

Profil właściciela

Znaczący wpływ na funkcjonowanie przedsiębiorstwa ma wiele czynników związanych z właścicielem. Należą do nich, między innymi: wykształcenie i doświadczenie właściciela; motywacje, którymi kierował się, rozpoczynając działalność gospodarczą; cechy osobowości i płeć*. Analizowanie w badaniach tego typu informacji ma uzasadnienie jednak tylko wtedy, gdy to właściciel podejmuje w firmie kluczowe decyzje, a taka sytuacja dotyczy przede wszystkim podmiotów funkcjonujących jako firmy jednoosobowej własności. W badaniach uczestniczyły 174 firmy mające status firmy jednoosobowej, co stanowi 22,8% przebadanej próby.

Wśród właścicieli prowadzących firmy jednoosobowe 25,9% stanowiły kobiety, a 69,5% mężczyźni (pozostała wartość to osoby, które nie udzieliły odpowiedzi na to pytanie). Przeważały osoby o wykształceniu średnim (42%), stosunkowo dużo było właścicieli z wykształceniem zasadniczym (28,7%).

Tabela 4. Wykształcenie właścicieli firm będących własnością jednoosobową

Wyszczególnienie	Liczność	Odsetek
Podstawowe	2	1,1
Zasadnicze	50	28,7
Średnie	73	42,0
Wyższe	45	25,9
Brak odpowiedzi	4	2,3
Razem	174	100,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Stosunkowo mała grupa właścicieli miała doświadczenie przedsiębiorczo-menedżerskie podczas zakładania firmy. Tylko 16,7% pełniło funkcje kierownicze, a kolejnych 10,3% było właścicielami własnej firmy (tabela 5). Oznacza to, że badani przedsiębiorcy musieli się uczyć zarządzania biznesem, prowadząc jednocześnie firmy. W przypadku badanej grupy ta nauka zakończyła się sukcesem w postaci utrzymania firmy na rynku.

Bardzo ciekawym obszarem badawczym są motywacje, którymi kierowali się właściciele, zakładając swoje firmy. Każdy właściciel mógł wskazać na trzy motywy, właściciele jednak nie skorzystali z tej możliwości, rzadko wskazując więcej niż jeden (tabela 6). Na pierwszym miejscu znalazł się motyw finansowy, na kolejnym realizacja marzeń oraz autonomia i samorealizacja.

Wyszczególnienie	Liczność	Odsetek
Pierwsza praca	22	12,6
Właściciel małej firmy	18	10,3
Kierownik menedżer	29	16,7
Inny pracownik najemny	54	31,0
Wolny zawód	10	5,7
Rolnik	2	1,1
Brak odpowiedzi	39	22,4
Razem	174	100,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Tabela 6. Motywacje właścicieli przy zakładaniu firmy

Wyszczególnienie	Odsetek
Realizacja marzeń	31
Chęć poprawy sytuacji finansowej	48
Brak innej pracy	6
Autonomia i samorealizacja	26
Dziedziczenie	9
Inne	2

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Ponieważ rozwój przedsiębiorstwa może także następować poprzez założenie nowej firmy, właścicielom firm jednoosobowych zadano pytanie, czy posiadają jeszcze jakąś firmę oprócz tej będącej przedmiotem badań. Okazało się, że kilku z nich posiada drugą firmę – w skali całej próby badawczej było takich przypadków 3,2% (w grupie firm jednoosobowej własności stanowili 14%).

Tabela 7. Właściciele prowadzący firmy będące własnością jednoosobową, posiadający jeszcze jedną firmę

Wyszczególnienie	Liczność	Udział w grupie wszystkich 764 badanych firm (w %)	Udział w grupie 174 firm jednoosobowych (w %)
Posiadanie dodatkowej firmy, w tym:	25	3,2	14
firmy działającej w tej samej branży	14	1,8	8,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

* G. Martin, H. Staines, *Managerial Competences in Small Firms*, [w:] materiały konferencji RENT VII, Budapest, November 1993; D. J. Storey, *Understanding the Small Business Sector*, Routledge, London 1995; J. Wasilczuk, *Uwagi metodyczne dotyczące badań MSP*, [w:] Zeszyty Naukowe Politechniki Gdańskiej „Ekonomia XL”, Wydawnictwo Politechniki Gdańskiej, Gdańsk 2001.

Innowacje, technologie informacyjne oraz inwestycje w badanych przedsiębiorstwach

Zmiany i innowacje wprowadzone przez przedsiębiorców

Niezmierzalnym ważnym czynnikiem, który w dłuższym okresie umożliwia skuteczne konkutowanie na rynku, zwiększanie zysków oraz szans przedsiębiorstwa na przetrwanie i rozwój, jest zdolność przedsiębiorstwa do dokonywania zmian w przedmiocie i sposobie prowadzenia działalności gospodarczej. Zmiany te pozwalają przedsiębiorstwu dostosować się do zmieniającego się nieustannie otoczenia.

Wspomniane zmiany mogą obejmować zazwyczaj trzy obszary:

- wprowadzenie nowego lub znacząco ulepszanego produktu bądź usługi (innowacje produktowe);
- implementację nowych lub znacząco ulepszonych metod wytwarzania (innowacje procesowe);
- zmiany w zarządzaniu, organizacji procesów sprzedaży, dystrybucji i magazynowania (innowacje organizacyjne).

Zmiany mogą się też odnosić do takich aspektów, które nie mają charakteru stricte innowacyjnego, ale zwiększają tzw. potencjał innowacyjny (np. podnoszenie kwalifikacji pracowników) lub poprawiają pozycję konkurencyjną przedsiębiorstwa na rynku (poprawa jakości oferowanych produktów).

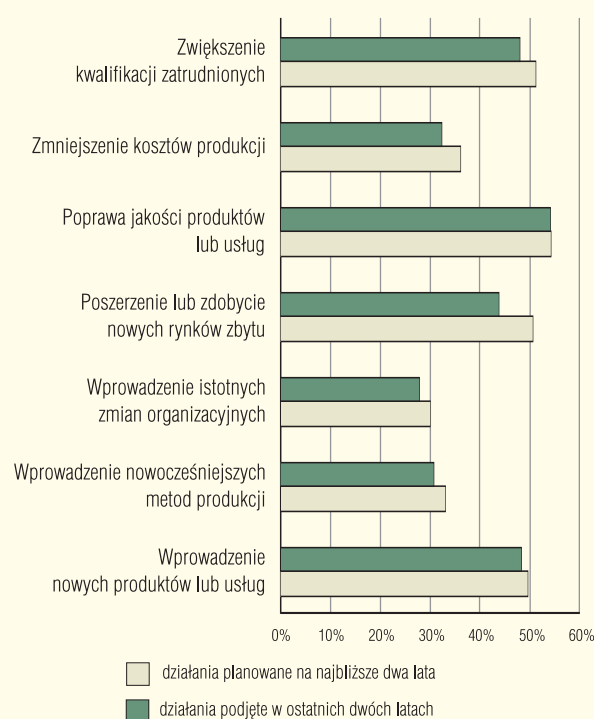
W ramach POG II przebadano przedsiębiorstwa pod kątem zmian przeprowadzonych w ostatnich dwóch latach oraz zadano pytanie o zmiany planowane przez nie w najbliższych dwóch latach. Otrzymane wyniki w syntetycznej formie zostały zaprezentowane na wykresie 1.

Niemal połowa badanych wprowadziła w ostatnich dwóch latach nowe produkty i usługi oraz zwiększyła kwalifikacje swoich pracowników, ponad połowa poprawiła jakość oferowanych produktów.

Nieco gorzej wypadają takie działania, jak zmiany organizacyjne, obniżanie kosztów produkcji oraz implementacja nowocześniejszych metod wytwarzania, ale i tutaj wskazania oscylują wokół 30% badanej próby, co należy ocenić jako wysoki odsetek.

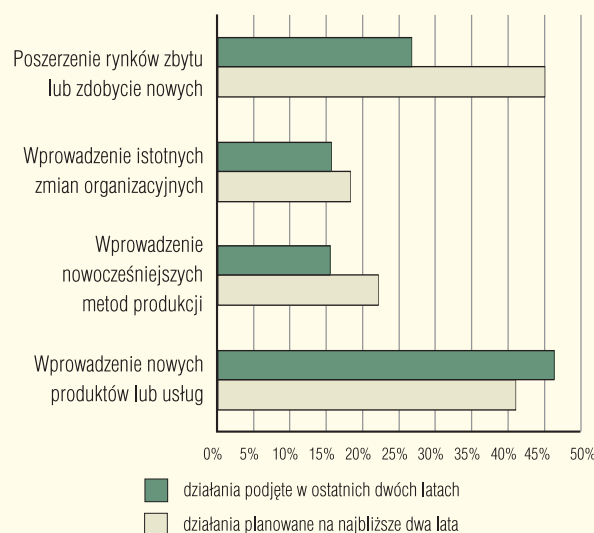
Pamiętać oczywiście należy o tym, że odpowiedzi mają charakter subiektywny, nie sposób zatem przesądzić, na ile nowy produkt jest w istocie nowatorski czy na ile wprowadzone zmiany mają znaczący charakter.

Wykres 1. Działania zrealizowane w ostatnich dwóch latach i planowane na najbliższe dwa lata



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Wykres 2. Działania zrealizowane w latach 2005–2006 i planowane na lata 2007–2008



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Raport 2008

Mimo tych zastrzeżeń otrzymane wyniki dają powody do zadowolenia, przynajmniej na wstępnym etapie analizy. Jeśli bowiem porównać je z odpowiedziami udzielanymi dwa lata wcześniej, widać wyraźnie, że proinnowacyjne nastawienie przedsiębiorstw zdecydowanie wzrosło. O wprowadzonych nowych produktach informowało w 2006 roku 46% badanych, a w 2008 roku – 48%; poszerzyło rynki zbytu lub zdobyło nowe 27% badanych w 2006 roku, zaś w 2008 roku już 44%; zmiany organizacyjne i nowocześniejsze metody produkcji były udziałem 16% przedsiębiorstw – odpowiednio: 28% i 31% w POG II w 2008 roku (wykres 2).

Interesujące rezultaty daje porównanie złożonych w 2006 roku deklaracji dotyczących planowanych działań i działań faktycznie później zrealizowanych. Zbiorcze zestawienie, zaprezentowane w tabeli 8, pozwala sądzić, że deklaracje przedsiębiorstw były dość ostrożne, bowiem w każdej przeanalizowanej kategorii (poza poszerzeniem i zdobyciem nowych rynków zbytu) odsetek przedsiębiorstw, które zrealizowały dane działanie, jest wyższy niż odsetek tych, które dwa lata wcześniej zapowiadały jego realizację. Zresztą wspomniana różnica w kategorii „poszerzenie i zdobycie nowych rynków zbytu” ma charakter marginalny.

Tabela 8. Porównanie planowanych i zrealizowanych działań

Rodzaj działania	Zamiar w 2006 roku		Realizacja w 2008 roku	
	Liczba	Odsetek	Liczba	Odsetek
Wprowadzenie nowych produktów lub usług	312	41	369	48
Wprowadzenie nowocześniejszych metod produkcji	168	22	234	31
Wprowadzenie istotnych zmian organizacyjnych	139	18	212	28
Poszerzenie rynków zbytu lub zdobycie nowych	342	45	333	44

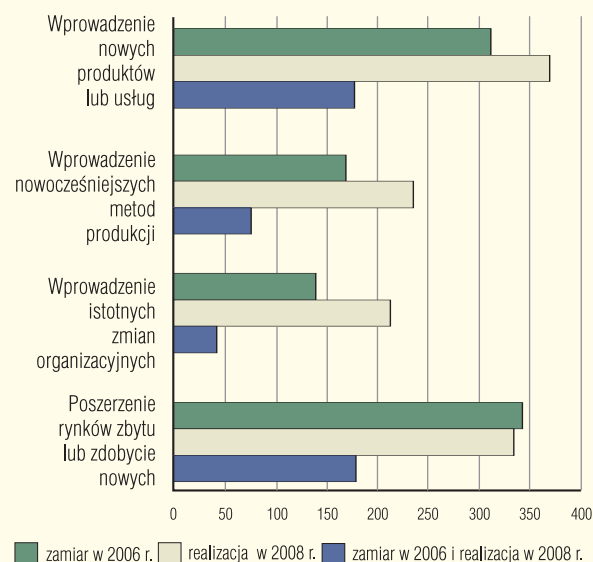
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Metodologia zastosowana w POG I oraz (zwłaszcza) POG II pozwala na dokładniejsze przyjrzenie się analizowanemu problemowi i wyciągnięcie bardziej wnikliwych wniosków. Jest to możliwe dzięki powrotowi do tej samej próby przedsiębiorstw i synchronizacji uzyskanych w ramach POG I i POG II baz danych, by móc porównać uzyskane dane nie na poziomie całych prób objętych badaniami, ale poszczególnych przedsiębiorstw.

Analiza na poziomie poszczególnych przedsiębiorstw rzuca całkiem nowe światło na problem deklaracji działań i ich późniejszej realizacji, co zostało przedstawione na wykresie 3. I tak na przykład wprowadzenie nowych produktów i usług

w latach 2007–2008 planowało 312 przedsiębiorstw, zaś faktyczne ich wprowadzenie we wspomnianym okresie nastąpiło w 369 przedsiębiorstwach (o 57 więcej). Jednak wśród owych 369 przedsiębiorstw jedynie 177 (mniej niż połowę) stanowią te, które dwa lata wcześniej planowały takie zmiany. Można zatem stwierdzić, że o ile 48% przedsiębiorstw w przebadanej próbie wprowadziło nowe produkty, to tylko około 23% z nich postąpiło tak zgodnie z wcześniejszym planem. Podobne proporcje występują w przypadku poszerzania lub zdobywania nowych rynków zbytu.

Wykres 3. Przedsiębiorstwa planujące działania w 2006 roku, przedsiębiorstwa realizujące owe działania w 2008 roku oraz przedsiębiorstwa, które zarówno planowały te działania w 2006 roku, jak i zrealizowały je w 2008 roku



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Jeszcze bardziej jest to widoczne w odniesieniu do wprowadzania zmian organizacyjnych w przedsiębiorstwach. W 2006 roku plany w tym zakresie zostały zadeklarowane przez 18% respondentów. W 2008 roku okazało się, że niemal o połowę więcej firm (28% badanych) wprowadziło istotne zmiany organizacyjne, jednak jedynie 5,5% ankietowanych przedsiębiorstw zrobiło to zgodnie z deklaracjami z 2006 roku. Pozostali przedsiębiorcy wprowadzili te zmiany, mimo że dwa lata wcześniej nie mieli takich planów.

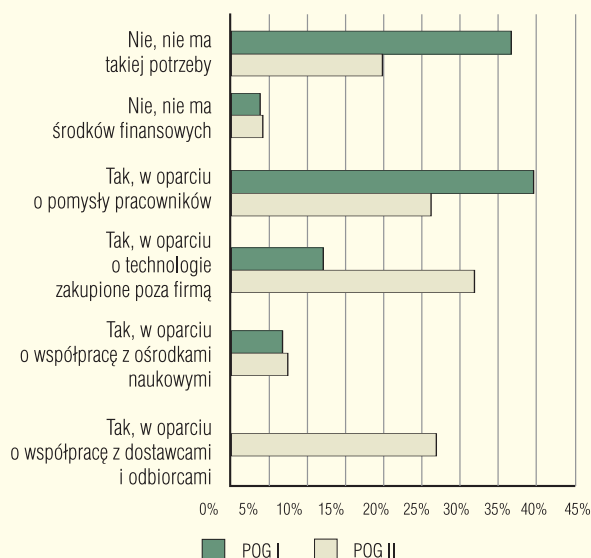
Należy zatem brać pod uwagę, że plany przedsiębiorstw deklarowane w badaniach mogą się znacznie różnić od obserwowanej później rzeczywistości.

Wobec dużej wagi innowacji produktowych i procesowych, które mogą się stać wyjątkowo trwałym elementem przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa, warto przeanalizować, w jaki

sposób przedsiębiorstwa unowocześniają swoje produkty i stosowane technologie. Pytanie takie znalazło się w obu zrealizowanych badaniach – POG I i POG II.

Zbiorcze zestawienie wyników pozwala na określenie zmian, jakie zaszły w całej badanej próbie. Wynika z niego, że konieczność prowadzenia działań zmierzających do unowocześnienia produktów i procesów wytwarzania staje się coraz powszechniejsza w sektorze MSP. O ile ponad jedna trzecia respondentów w POG I stwierdziła, że nie widzi takiej potrzeby, o tyle dwa lata później taką opinię prezentowała już tylko jedna piąta badanych. Problemem uniemożliwiającym prowadzenie takich działań bywa bariera finansowa – około 4% pytaných twierdzi, że nie ma środków finansowych, by realizować innowacje produktów i technologii, i odsetek ten jest bardzo mały i względnie stały w badanym okresie.

Wykres 4. Unowocześnianie produktów i technologii w opinii badanych w POG I i POG II



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Spadło znaczenie pracowników jako pomysłodawców unowocześniania produktów i metod ich wytwarzania; w 2006 roku byli oni źródłem pomysłów dla niemal 40% respondentów, zaś dwa lata później już tylko dla nieco ponad jednej czwartej. Zdecydowanie wzrósł (niemal się potroił) odsetek wskazań na zakupy technologii poza przedsiębiorstwem respondenta. Istotne znaczenie dla wspomnianego działania ma współpraca z dostawcami i odbiorcami – tę ewentualność wskazało 27% respondentów, zatem więcej niż w przypadku pomysłów pracowników. Możliwość wyboru tej odpowiedzi pojawiła się dopiero w badaniu POG II, nie można więc dokonać żadnych porównań.

Na tle wyników zbiorczych dwie odpowiedzi wydają się przedstawiać jako relatywnie niezmiennie: około 4% przedsiębiorstw nie ma środków finansowych, by unowocześniać produkty i metody ich wytwarzania, oraz około 7% respondentów czyni to w oparciu o współpracę z ośrodkami naukowymi. Jednak analiza na poziomie poszczególnych przedsiębiorstw wskazuje, że zmiany w tych zakresach zachodzą bardzo dynamicznie (tabela 9).

Tabela 9. Brak środków finansowych jako przeszkoda w unowocześnianiu produktów i metod ich wytwarzania w świetle analizy poszczególnych przedsiębiorstw

POG II \ POG I	Brak odpowiedzi	Brak środków finansowych nie jest przeszkodą	Brak środków finansowych jest przeszkodą	Razem
Brak odpowiedzi	7	37		44
Brak środków finansowych nie jest przeszkodą	73	589	26	688
Brak środków finansowych jest przeszkodą		23	6	29
Razem	80	649	32	761

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Pozornie liczba przedsiębiorstw, które nie mają środków na unowocześnianie produktów i metod ich wytwarzania, nie podlega znaczącym zmianom – 29 przedsiębiorstw w 2006 roku wobec 32 przedsiębiorstw dwa lata później. Należy jednak zauważyć, że jedynie 6 przedsiębiorstw wymieniło barierę w obu badaniach. Spośród 29 przedsiębiorstw nieunowocześniających produktów i metod produkcji ze względów finansowych w 2006 roku 23 nie postrzegają braku środków finansowych jako przeszkody w tym względzie w 2008 roku. 32 przedsiębiorstwa, które w POG II wskazały brak środków jako przeszkodę, nie odczuwały jej istnienia w 2006 roku. Podobną dynamikę zmian daje się zauważyć w przypadku wykorzystywania współpracy z ośrodkami naukowymi do unowocześniania produktów i metod wytwarzania (tabela 10).

Choć liczba przedsiębiorstw współpracujących z ośrodkami naukowymi w celu unowocześnienia swoich produktów i metod produkcji wydaje się dość stała, to mylnie byłoby przeświadczenie, że istnieje jakaś stała grupa przedsiębiorstw, które we współpracy z ośrodkami naukowymi widzą trwały element strategii rozwoju.

Raport 2008

Spośród 51 przedsiębiorstw, które w 2006 roku współpracowały z ośrodkami naukowo-badawczymi, tylko 14 czyniło to nadal w 2008 roku. Zdecydowana większość (33 przedsiębiorstwa) zrezygnowała z tej współpracy, a odpowiedzi odmówiły 4 przedsiębiorstwa.

Tabela 10. Unowocześnianie produktów i metod ich wytwarzania w oparciu o współpracę z ośrodkami naukowymi

POG I \ POG II	Brak odpowiedzi	Brak unowocześniania w oparciu o współpracę z ośrodkami naukowymi	Unowocześnianie w oparciu o współpracę z ośrodkami naukowymi	Razem
Brak unowocześniania w oparciu o współpracę z ośrodkami naukowymi	69	557	40	666
Unowocześnianie w oparciu o współpracę z ośrodkami naukowymi	4	33	14	51
Brak odpowiedzi	7	35	2	44
Razem	80	625	56	761

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Do ogólnej liczby 56 respondentów, którzy współpracowali z ośrodkami naukowymi w czasie prowadzenia badań POG II, należy zaliczyć 40 przedsiębiorstw, które tego nie robiły w 2006 roku, i dwa przedsiębiorstwa, które odmówiły odpowiedzi na to pytanie w ramach badań POG I.

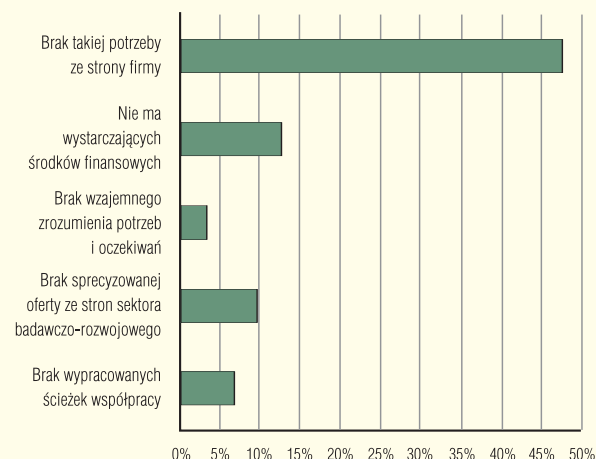
Stała współpraca przedsiębiorstw z sektora MSP z instytucjami naukowo-badawczymi bądź uczelniami to wciąż rzadkość. W przebadanej próbie 761 przedsiębiorstw jedynie 21 miało podpisane umowy z takimi placówkami w swoim regionie. 14 przedsiębiorstw współpracowało w oparciu o umowę z takimi ośrodkami na terenie kraju, zaś 4 przedsiębiorstwa mogą się pochwalić podpisaną umową o współpracy z ośrodkami zagranicznymi.

Skoro współpraca sektora MSP z sektorem naukowo-badawczym nie jest częsta, nasuwa się pytanie o przyczyny tego stanu. Nie ma wątpliwości, że głównym czynnikiem jest to, że przedsiębiorstwa nie widzą potrzeby takiej współpracy – odnosi się to do niemal połowy badanych. Na drugim miejscu znajdują się problemy finansowe – brak środków na to, by współpracę taką rozwinąć (wykres 5).

Respondenci narzekali również na brak jasno sprecyzowanej oferty ze strony sektora naukowo-badawczego, co powoduje, że przedsiębiorcy nie znają potencjalnych korzyści, które mogliby

w ten sposób osiągnąć. Nie ma też utartych ścieżek współpracy. Relatywnie małe znaczenie dla badanej próby miał brak wzajemnego zrozumienia potrzeb i oczekiwań.

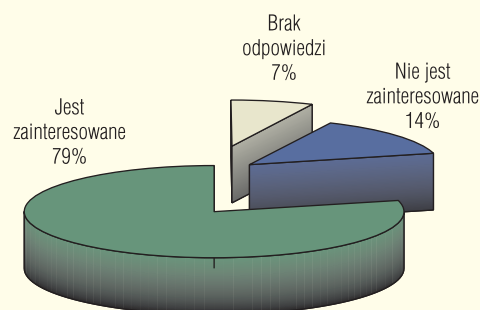
Wykres 5. Przeszkody we współpracy z sektorem naukowo-badawczym



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Pomimo małego zainteresowania współpracą z ośrodkami naukowo-badawczymi badane przedsiębiorstwa zaskakują chęcią wdrażania innowacji. Niemal 80% deklaruje, że byłoby gotowe wdrożyć innowacje. Należałoby jednak odpowiedzieć sobie na pytanie, na ile potencjał innowacyjny tych przedsiębiorstw jest wystarczający, by deklaratywni, potencjalni innowatorzy stali się faktycznymi innowatorami.

Wykres 6. Zainteresowanie przedsiębiorstwa wdrażaniem innowacji



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

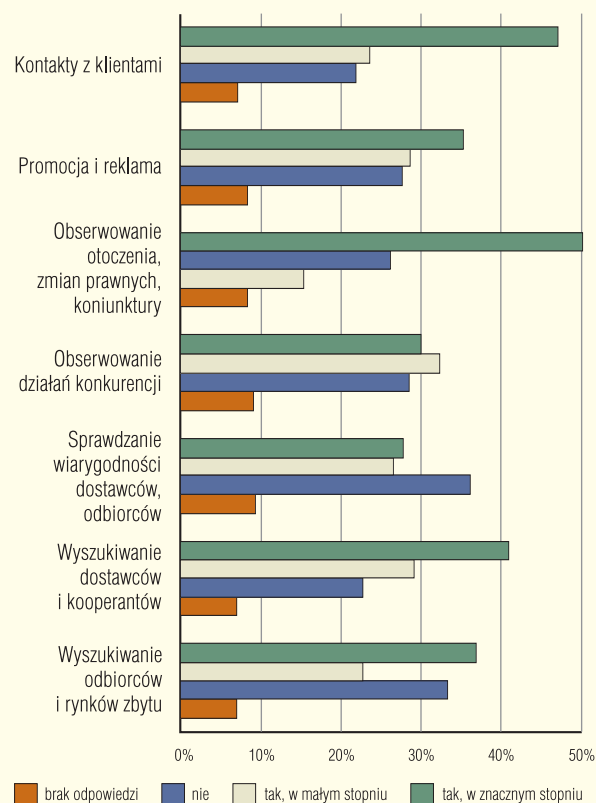
Poza kontaktami ze sferą badawczo-rozwojową czynnikami ułatwiającymi wdrożenie innowacji są m.in. odpowiednie wykształcenie i kwalifikacje pracowników, a także technologie ICT stosowane w przedsiębiorstwie.

Wykorzystanie technologii informacyjnych w badanych przedsiębiorstwach

Najczęściej badanymi przejawami technologii ICT stosowanych w sektorze MSP są globalne sieci Internet, strona domowa przedsiębiorstwa oraz komunikatory i telefony internetowe. Do rzadziej spotykanych należą m.in. systemy CRM, Intranet itp.

Wyniki badań POG II przedstawione na wykresie 7 wskazują, że Internet jest wykorzystywany przez pomorskie MSP powszechnie i wszechstronnie. Ponad trzy czwarte respondentów używa go (w większym lub mniejszym stopniu) do obserwacji otoczenia, zmian prawnych i zmian koniunktury. Niewiele rzadziej Internet jest wykorzystywany do kontaktów z klientami (71%), wyszukiwania dostawców (70%), promocji i reklamy (64%) oraz obserwowania działań konkurencji (62%).

Wykres 7. Zastosowania Internetu w badanych przedsiębiorstwach w 2008 roku



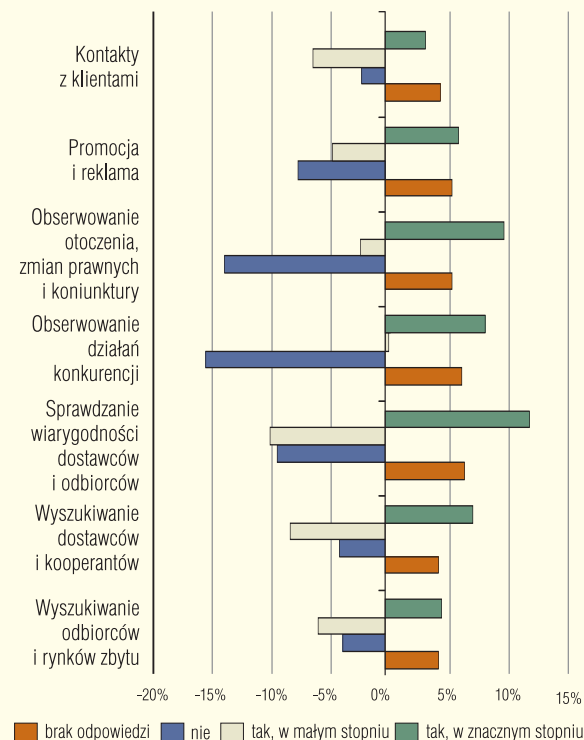
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

W najmniejszym stopniu Internet służy do weryfikacji wiarygodności kontrahentów, ale i tu łączne wskazania przekraczają 50%.

Ciekawe wnioski płyną z analizy zmian, jakie dokonały się w okresie, który upłynął między badaniami w ramach POG I a POG II, co zostało pokazane na wykresie 8. Przede wszystkim należy zwrócić uwagę, że respondenci mniej chętnie odpowiadali na pytania w ramach POG II niż POG I. Wskazuje na to znacznie wyższy odsetek odmowy odpowiedzi – przewyższający wyniki otrzymane w 2006 roku o około 4–7 punktów procentowych.

Wzrosło znaczenie Internetu w takich zastosowaniach, jak obserwowanie zmian w otoczeniu, koniunkturze i obowiązującym prawie, działań konkurencji, a także weryfikacja wiarygodności kontrahentów. Odsetek przedsiębiorstw, które w znacznym stopniu wykorzystywały Internet do takich celów, wzrósł przeciętnie o około 10 punktów procentowych. Widać też wyraźnie, że pomorskie MSP coraz częściej wykorzystują (w większym bądź mniejszym stopniu) globalną sieć; świadczy o tym malejący odsetek przedsiębiorstw, które z Internetu nie korzystają. Zjawisko to można zaobserwować w przypadku każdego zastosowania Internetu, o które respondenci byli pytani.

Wykres 8. Zmiany w zastosowaniu Internetu w badanych przedsiębiorstwach w latach 2006–2008



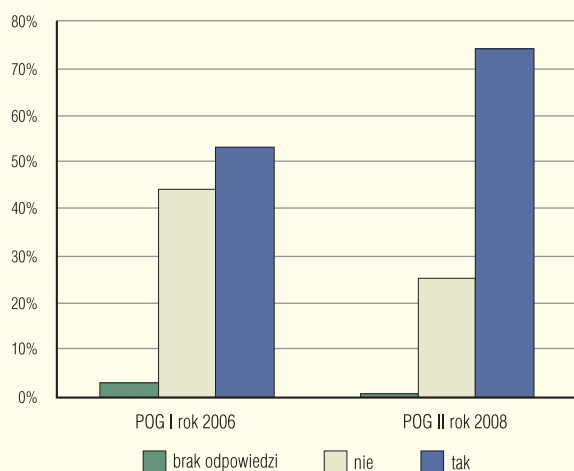
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Globalna sieć stwarza przedsiębiorstwom możliwość zaistnienia w cyberprzestrzeni i to na wiele sposobów. Większość z nich może zostać zrealizowana poprzez własną

Raport 2008

stronę domową. W ciągu ostatnich kilku lat znacząco wzrosła liczba firm świadczących usługi w zakresie konstruowania i zarządzania stroną www, a ponadto wzrosła popularność licznych aplikacji, które pozwalają każdemu użytkownikowi w miarę opanowania obsługi komputera na samodzielne zaprojektowanie i wykonanie takiej strony. Posiadanie własnej strony www jest więc coraz częstsze wśród pomorskich MSP, co potwierdzają dane na wykresie 9.

Wykres 9. Posiadanie przez badane przedsiębiorstwa własnej strony www



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

W analizowanym okresie nastąpiły znaczące zmiany. O ile w 2006 roku nieco ponad połowa badanych przedsiębiorstw miała własną stronę internetową, o tyle dwa lata później było to już trzy czwarte badanych.

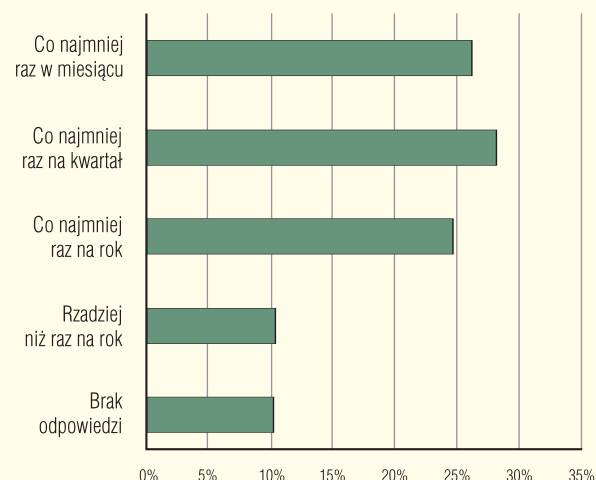
Jednak korzyści z posiadania strony domowej nie wynikają z samego jej istnienia – aby stała się ona źródłem przewagi konkurencyjnej, musi realizować możliwie szeroki wachlarz funkcji, a ponadto musi być często aktualizowana, by informacje i dane na niej prezentowane stanowiły stosowną wartość dla odwiedzających stronę. Spośród 571 przedsiębiorstw mających własną stronę domową nieco ponad połowa aktualizuje stronę raz na kwartał i częściej. W pozostałych przypadkach aktualizacja ta jest rzadsza, co sugeruje, że strona domowa nie udgrywa ważnej roli w działalności przedsiębiorstwa; trudno sobie bowiem wyobrazić, by można było aktywnie kształtować obecność w cyberprzestrzeni, jeśli zmiany zachodzące w asortymencie, cennikach itp. nie znajdują wiernego i niezwłocznego odzwierciedlenia na stronie www. Procentowy i liczbowy rozkład aktualizacji strony domowej został przedstawiony w tabeli 11 i na wykresie 10.

Tabela 11. Częstotliwość aktualizacji strony domowej badanych przedsiębiorstw

Częstotliwość aktualizacji strony domowej	Liczba firm
Co najmniej raz w miesiącu	141
Co najmniej raz na kwartał	150
Co najmniej raz na rok	161
Rzadziej niż raz na rok	59
W miarę potrzeb	2
Brak odpowiedzi	58
Razem	571

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

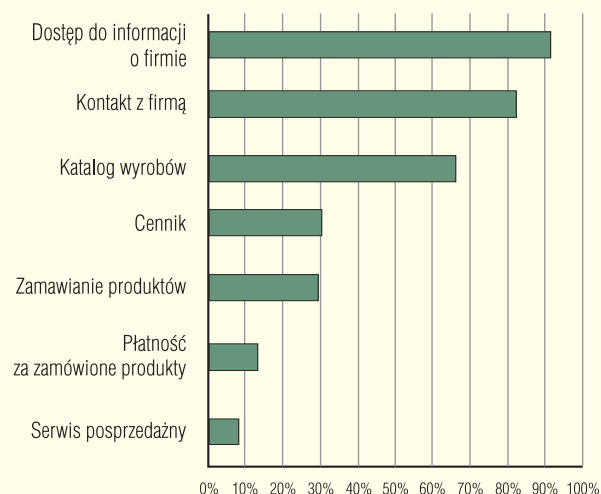
Wykres 10. Częstotliwość aktualizacji strony domowej badanych przedsiębiorstw



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Częste aktualizowanie strony jest ważne, by czerpać korzyści z jej posiadania. Skala tych korzyści zależy jednak również od tego, jak wiele funkcji jest realizowanych poprzez stronę domową. Badania, których wyniki zostały zaprezentowane na wykresie 11, pokazują, że strona domowa jest najczęściej wykorzystywana do biernego zaistnienia w sieci. Ponad 90% respondentów zamieszcza na niej informacje o przedsiębiorstwie, a 82% badanych stwierdza, że strona służy też do nawiązywania kontaktów z przedsiębiorstwem. O ile jednak katalogi produktów zamieszczane są na dwóch trzecich stron domowych, to już tylko około 30% stron oferuje cenniki on-line i możliwość zamawiania produktów. Bardziej zaawansowane funkcje, jak dokonywanie płatności za zamówione towary czy serwis posprzedażny, zapewnia średnio co dziesiąta strona.

Wykres 11. Zastosowania strony domowej badanych przedsiębiorstw



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Na podstawie otrzymanych wyników można śmiało stwierdzić, że istnieje jeszcze spory i niewykorzystany potencjał, jeśli chodzi o technologie ICT w pomorskich MSP. Potencjał ten, będący składową potencji innowacyjnego, może się przyczynić do rozwoju tych firm, pod warunkiem że ich właściciele podejmą działania w celu jego większego wykorzystania. Z pewnością może to także poprawić innowacyjność pomorskich MSP, a tym samym ich szanse na przetrwanie i rozwój.

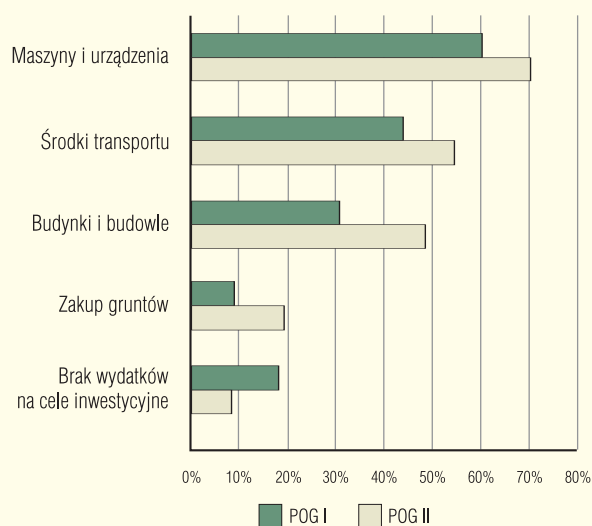
Wydatki inwestycyjne przedsiębiorstw i sposób ich finansowania

Wydatki inwestycyjne przedsiębiorstw i sposób ich finansowania w dużym stopniu decydują o ich pozycji konkurencyjnej. Część inwestycji – inwestycje odtworzeniowe – służą zastąpieniu zużytych w drodze eksploatacji elementów majątku produkcyjnego, umożliwiając przedsiębiorstwu utrzymanie zdolności produkcyjnych na niezmiennym poziomie. Pozostała część inwestycji służy zwiększeniu potencjału produkcyjnego przedsiębiorstwa. Dobra koniunktura w gospodarce sprzyja dokonywaniu inwestycji; w części dzieje się tak dlatego, że przedsiębiorstwa, mając większe zyski, są w stanie samodzielnie je sfinansować (lub ograniczyć w ten sposób finansowanie kapitałem obcym), w części zaś wynika z tego, że w okresach dobrej koniunktury przedsiębiorstwa postrzegają przyszłość bardziej pozytywnie, a oczekiwania w zakresie przyszłych zysków zachęcają je do inwestowania.

Lata 2006–2008 to okres dobrej koniunktury w polskiej gospodarce. Potwierdzają to zgodnie wskaźniki makroekonomiczne i choć rosnąca inflacja skutkuje wzrostem stóp procentowych,

co podwyższa koszty dokonywanych inwestycji, to klimat do inwestowania we wspomnianym okresie był dobry. Przedstawione na wykresie 12 wyniki jednoznacznie świadczą o tym, że w 2008 roku pomorskie przedsiębiorstwa z sektora MSP inwestowały częściej niż dwa lata temu.

Wykres 12. Wydatki inwestycyjne badanych przedsiębiorstw



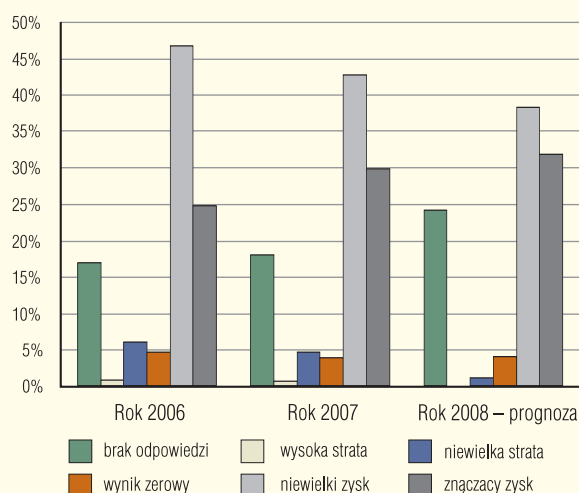
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Odsetek przedsiębiorstw, które nie poniosły wydatków inwestycyjnych, zmniejszył się z 18% do 8%. Najczęściej czynione wydatki inwestycyjne to wydatki na maszyny i urządzenia, choć dużą i rosnącą popularnością cieszył się także zakup środków transportu. Największą dynamiką wzrostu charakteryzował się jednak zakup gruntów (podwojenie odsetka odpowiedzi twierdzących) i budynków oraz budowli (wzrost o połowę). Taka dynamika zmian odpowiedzi sugeruje, że rośnie rola inwestycji netto (nie odtworzeniowych). O ile bowiem trudna do oszacowania część maszyn i urządzeń a także środków transportu stanowi inwestycje jedynie odtwarzające dobra kapitałowe, które uległy amortyzacji, o tyle zakupy gruntów, budynków i budowli relatywnie rzadko można zaliczyć do tej grupy. Należy się zatem spodziewać, że zdolności produkcyjne pomorskich przedsiębiorstw w nadchodzących latach będą rosły, a wraz z nimi może także rosnąć zatrudnienie. Nie jest to jednoznacznie przesądzone, będzie bowiem w znacznej mierze zależało od zastosowanych technologii. Jeśli będą one pracooszczędne, oczekiwany wzrost zatrudnienia może nie nastąpić lub być mniejszy, niż się spodziewano. Formułując wnioski o wzroście zdolności produkcyjnych, warto również wziąć pod uwagę, że nieruchomości od kilku lat stanowią dobrą lokatę nadwyżek finansowych, nie da się zatem wykluczyć, że część zakupów ma charakter spekulacyjny i służy efektywnemu zagospodarowaniu nadwyżek finansowych.

Raport 2008

Analiza danych dotyczących zysków osiąganych przez badane firmy, przedstawionych na wykresie 13, uprawdopodobnia powyższą tezę. Rośnie odsetek przedsiębiorstw osiągających znaczące zyski i prognozujących ich osiągnięcie w najbliższej przyszłości.

Wykres 13. Wyniki finansowe badanych przedsiębiorstw



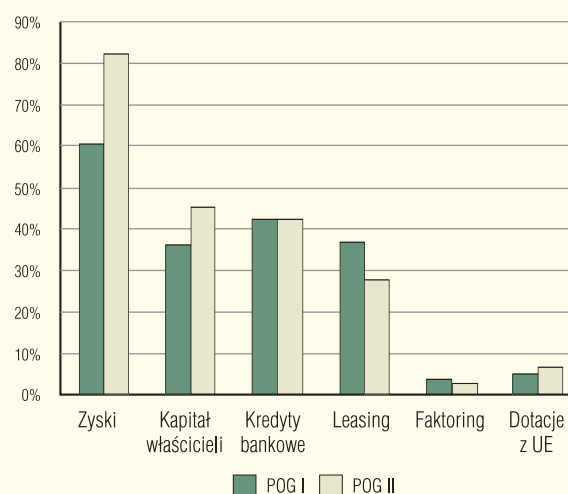
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Badania dotyczące źródeł finansowania działalności MSP bardzo jednoznacznie wskazują na zyski i kapitały własne właścicieli jako podstawowe źródła finansowania ich działalności. W znacznej mierze wynika to ze specyfiki funkcjonowania tego sektora, która nie pozwala im osiągać finansowych korzyści skali. W miarę wzrostu przedsiębiorstwa nie tylko zyskują dostęp do szerszego wachlarza usług finansowych i źródeł finansowania, lecz także mogą liczyć na korzystniejsze warunki przy ich wykorzystywaniu.

Wspomniane podstawowe źródła finansowania są najczęściej wskazywane przez badane przedsiębiorstwa. Co ciekawe, ich rola w finansowaniu działalności w analizowanych latach 2006–2008 zdaje się rosnąć. Popularność kredytów bankowych nie zmienia się, są one wykorzystywane przez nieco ponad 40% badanej próby. Uwagę zwraca malejąca popularność innych form finansowania. Jest to szczególnie zaskakujące przy leasingu, ponieważ z rynku usług leasingowych nie płyną sygnały o zmniejszonym zainteresowaniu tą formą finansowania. Zmniejsza się liczba przedsiębiorstw korzystających z faktoringu (może to być postrzegane pozytywnie, o ile wynika z większej płynności finansowej badanych przedsiębiorstw lub zmniejszenia zatorów płatniczych), zanika również popularność funduszy pożyczkowych i funduszy wysokiego ryzyka (venture capital). Te ostatnie tendencje należy ocenić negatywnie. W kolejnych badaniach POG warto byłoby sprawdzić, czy ta zła tendencja ma trwały charakter.

Wzrosła liczba przedsiębiorstw korzystających z dotacji z Unii Europejskiej z 38 firm w roku 2006 do 49 w 2008 roku. Wydaje się jednak, że pięcioprocentowy udział takich przedsiębiorstw w badanej populacji nie jest satysfakcjonujący i warto podjąć wysiłki, by zwiększyć się w kolejnych latach.

Wykres 14. Źródła finansowania działalności badanych przedsiębiorstw



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Kredyt bankowy jest niewątpliwie najpopularniejszym źródłem kapitału obcego w przedsiębiorstwach z sektora MSP. Na ile jest on dostępny dla tych przedsiębiorstw? Okazuje się, że większość przedsiębiorców nie postrzega znaczących trudności w dostępie do kredytu bankowego, a ich odsetek zwiększył się z 62% w 2006 roku do 67% w roku 2008.

Wykres 15. Trudności z uzyskaniem kredytu bankowego przez badane przedsiębiorstwa



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Wzrost ten w pełni koresponduje ze zmniejszonym odsetkiem tych, którzy nie mają zdania na ten temat, bo nie próbowali wziąć kredytu, i tych, którzy doświadczają trudności z uzyskaniem kredytu. Zmiany w badanej próbie zostały przedstawione na wykresie 15.

Interesujących obserwacji dostarcza analiza na poziomie poszczególnych przedsiębiorstw. Okazuje się bowiem, że dostępność kredytu nie jest czymś, co trwale charakteryzuje większość badanych przedsiębiorstw. Porównanie danych zostało przedstawione w tabeli 12.

W analizowanych latach 2006–2008 z ogólnej liczby 761 przedsiębiorstw 47% nie miało trudności z uzyskaniem kredytu bankowego. Spośród tych przedsiębiorstw, które nie miały z tym problemu w 2006 roku (62% badanej próby), część (7% próby) miało trudności w uzyskaniu kredytu w 2008 roku. Przedsiębiorstwa, które miały w tym względzie trudności w czasie realizacji POG I (stanowiące 10% próby), nie doświadczają tych trudności dwa lata później.

Tabela 12. Trudności z uzyskaniem kredytu bankowego – wyniki odpowiedzi na poziomie poszczególnych przedsiębiorstw

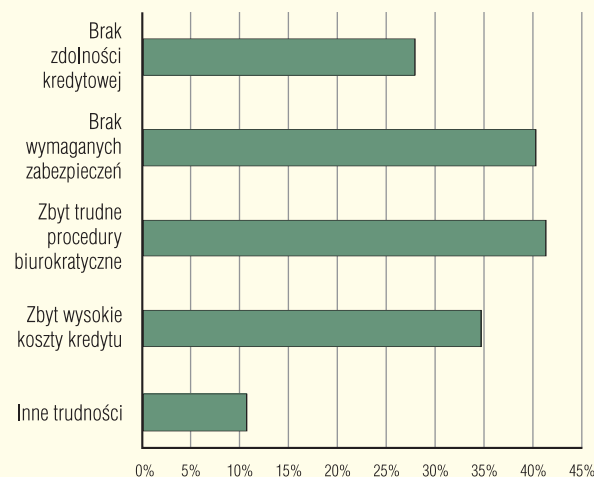
POG II \ POG I	Tak	Nie	Nie wiem, nie staraliśmy się o kredyt	Brak odpowiedzi	Razem
Tak	4%	10%	2%	1%	17%
Nie	7%	47%	8%	1%	62%
Nie wiem, nie staraliśmy się o kredyt	3%	9%	6%	0%	19%
Brak odpowiedzi	0%	1%	1%	0%	2%
Razem	14%	67%	17%	2%	100%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Główne przeszkody w uzyskiwaniu przez pomorskie MSP dostępu do kredytu bankowego zostały przedstawione na wykresie 16. Spośród 104 przedsiębiorstw skarżących się na trudny dostęp do kredytu ponad 40% wskazywało na brak wymaganych zabezpieczeń i zawartość procedur biurokratycznych. Pierwszy z tych problemów jest rozpoznany jako typowy dla sektora MSP – z uwagi na relatywnie niewielką wartość majątku produkcyjnego nie są one z reguły w stanie przedstawić zabezpieczeń satysfakcjonujących bank. Stąd właśnie wynika popularność leasingu wśród MSP, pozwala on bowiem ominąć przeszkodę braku zabezpieczeń.

Jeśli chodzi o zawartość procedur biurokratycznych, to jawią się tutaj dwa możliwe rozwiązania problemu. Po pierwsze, istnieje możliwość przeszkolenia przedsiębiorców, tak by łatwiej mogli sobie radzić z formalnościami wymaganymi przez banki. Po drugie, można mieć nadzieję, że rosnąca konkurencja w sektorze bankowym zacznie się przekładać nie tylko na lepsze warunki finansowe oferowanych przez banki kredytów, lecz także na uproszczenie procedur ich przyznawania. Jeśli bowiem procedury biurokratyczne są tak ważną przeszkodą w korzystaniu z kredytów przez sektor MSP, ich usunięcie powinno zaowocować bankom znaczącym wzrostem liczby klientów.

Wykres 16. Przeszkody z uzyskiwaniem kredytu bankowego przez badane przedsiębiorstwa



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Wybrane aspekty działalności badanych przedsiębiorstw

Eksport

Przegląd wyników badań nad eksportem MSP w Unii Europejskiej

Według SME Observatory Survey* duża liczba europejskich MSP w ogóle nie eksportuje. Eksporterzy stanowią tylko 8% MSP. Jednak MSP w małych, otwartych gospodarkach są znacznie bardziej zaangażowane w eksport – w Estonii eksportuje 23% MSP, w Słowenii 21%, w Finlandii 19%, w Danii 17%. Po drugiej stronie znajdują się duże gospodarki. I tak eksportuje tylko 3% hiszpańskich MSP, 6% francuskich,

* SME Observatory Survey, Summary, „Flash Eurobarometer”, European Commission, May 2007, s. 16–18.

7% włoskich, 7% rumuńskich i 7% polskich. Również w niektórych małych gospodarkach eksportuje niewiele MSP – 3% na Cyprze, 4% w Bułgarii i 6% na Malcie. Wielkość firmy determinuje poziom eksportu – udział firm eksportujących rośnie wraz z przechodzeniem do kolejnych klas wielkości firm (tabela 13).

Tabela 13. Eksport europejskich MSP według wielkości firm

Wyszczególnienie	Eksporterzy (w %)	Udział eksportu w przychodach (w %)
Średnia UE 27	8	4,6
1–9	7	5,0
10–49	13	7,9
50–249	24	14,9
250 i więcej	28	19,4

Źródło: SME Observatory, Summary, „Flash Eurobarometer”, European Commission, May 2007, s. 17.

Prawie połowa europejskich eksporterów nie wskazała na żadne bariery eksportu. Spośród ograniczeń eksportu badane MSP wskazywały na brak wiedzy o rynkach zagranicznych (13%), spadek konkurencyjności cenowej wynikający z barier taryfowych w krajach docelowych (9%) i brak kapitału na działalność międzynarodową (9%).

Według SME Observatory Survey* dostęp do nowych rynków jest najczęstszym motywem internacjonalizacji dla firm eksportujących bądź posiadających filie za granicą. Drugim z kolei motywem jest rozwój firmy. Aby stać się konkurencyjne, MSP dążą do poprawy potencjału innowacyjnego w celu wprowadzenia na rynek nowych produktów/usług. Niektóre firmy poszukują też dostępu do nowych rynków w sposób pośredni – poprzez kooperację, dzięki której zdobywają dostęp do:

- międzynarodowych kompetencji i zasobów (technologii, know-how itp.);
- międzynarodowych relacji biznesowych obejmujących elementy edukacyjne w ramach wspólnych programów badań i rozwoju/innowacji i poprzez dzielenie wiedzy;
- kapitału zagranicznego.

A zatem internacjonalizacja jest istotnym źródłem pozyskania know-how i technologii. Warto podkreślić, że dostęp do know-how i technologii jest częstym argumentem wśród firm będących wyłącznie importerami i drugim z kolei podawanym motywem przez MSP wykorzystujące bardziej złożone formy internacjonalizacji. Również wśród MSP, które są tylko eksporterami, ponad jedna trzecia internacjonalizuje

się w celu pozyskania wiedzy. A zatem decyzja o aktywnej internacjonalizacji nie wynika wyłącznie z chęci zwiększenia sprzedaży czy pozyskania nowych rynków. Internacjonalizacja jest również ważnym sposobem pozyskiwania know-how i wglądu w nowe technologie w celu wzmocnienia pozycji konkurencyjnej firmy. Jest więc również pewną formą szeroko rozumianej innowacyjności.

Eksport badanych firm

Wśród przebadanych firm eksporterzy stanowią 25,52%. 2,36% firm eksportowało wcześniej, obecnie nie eksportuje; 4,19% firm nie eksportuje, ale zamierza eksportować w najbliższych dwóch latach, a 61,39% nie eksportuje i nie zamierza tego robić (tabela 14). **Należy podkreślić, iż uzyskane wyniki są zbliżone do wyników innych badań i potwierdzają zachowania międzynarodowe firm sektora MSP opisane w teoriach internacjonalizacji.**

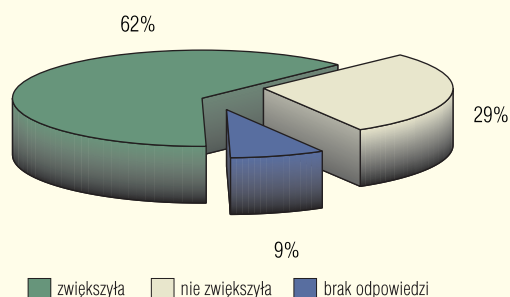
Tabela 14. Działalność eksportowa badanych MSP

Wyszczególnienie	Odsetek
Eksportuje obecnie	25,52
Eksportowało wcześniej, obecnie nie	2,36
Nie eksportuje, ale zamierza w najbliższych dwóch latach	4,19
Nie eksportuje i nie zamierza w najbliższych dwóch latach	61,39
Brak odpowiedzi	6,54
Razem	100,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

W ostatnich dwóch lat 62,05% eksporterów zwiększyło eksport, 29,23% nie zwiększyło go, a 8,72% nie udzieliło odpowiedzi (wykres 17).

Wykres 17. Zwiększenie przez badane przedsiębiorstwa eksportu w ostatnich dwóch latach



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

* Internationalisation of SMEs, „Observatory of European SMEs”, European Commission, 2003/4.

Firmy nieeksportujące najczęściej (36,42%) jako przyczyny nieeksportowania wskazywały na wystarczający popyt na rynku krajowym. Należy wyraźnie zaznaczyć, iż dla wielu MSP jest to dość oczywiste. Często bowiem oferowany produkt jest przeznaczony na rynek lokalny, do natychmiastowej konsumpcji przez ostatecznego konsumenta, z uwagi na krótki termin przydatności do spożycia (np. pieczywo, lody) i ze swej istoty nie jest eksportowany. Liczne badania prowadzą do wniosku, iż to branża, w której działa firma, determinuje eksport. Ponadto wiele spośród badanych MSP to firmy usługowe, zdecydowanie zorientowane na klientów lokalnych. Bardzo duża liczba braku odpowiedzi (44,51%) może świadczyć o tym, że firmy, które nie są eksporterami, nie zastanawiają się nad tego przyczynami.

Tabela 15. Przyczyny, dla których badane firmy nie eksportują

Wyszczególnienie	Odsetek
Wystarczający popyt na rynku krajowym	36,42
Brak kontaktów	6,36
Brak wiedzy	0,19
Brak znajomości rynków	3,08
Brak wsparcia	2,70
Brak chęci	6,74
Brak odpowiedzi	44,51
Razem	100,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Firm, które nie eksportowały ani w 2006 roku, ani w 2008 roku, jest 452. Firm, które nie eksportowały, a zaczęły eksportować, jest 44; firm, które eksportowały i przestały eksportować jest 124, natomiast firm, które eksportowały i kontynuują eksport jest, 79 (tabela 16). Z analizy wykluczono firmy, dla których nie dało się prześledzić zmian, bo nie udzieliły odpowiedzi.

Tabela 16. Eksport w badanych firmach w roku 2006 i w roku 2008

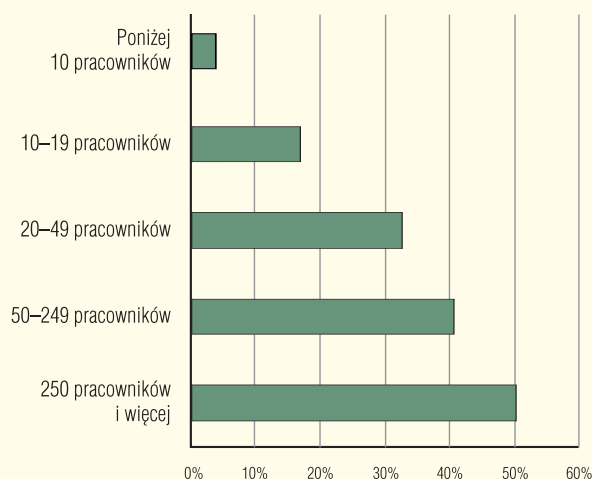
Eksport firmy w 2006 roku	Eksport firmy w 2008 roku		
	Nie eksportuje	Eksportuje	Razem
Nie eksportowała	452	44	496
Eksportowała	124	79	203
Razem	576	123	699

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

A zatem więcej firm przestało, niż zaczęło eksportować. Wynik ten może dziwić w okresie dobrej koniunktury, z drugiej jednak strony wpływ na spadek eksportu mogła mieć aprecjacja złotego, co czyni eksport mniej opłacalnym.

Wielkość firmy determinuje poziom eksportu – udział firm eksportujących rośnie wraz z przechodzeniem do kolejnych klas wielkości firm. Eksportuje 3,8% firm zatrudniających poniżej 10 osób, 16,76% firm zatrudniających 10–19 osób, 32,35% firm zatrudniających 20–49 osób, 40,53% firm średnich (50–249 zatrudnionych) i 50% firm dużych (powyżej 250 zatrudnionych).

Wykres 18. Wielkość badanych firm a eksport



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Uzyskane wyniki badań dotyczące eksportu należy uznać za optymistyczne. Patrząc na problem z punktu widzenia polityki wspierania MSP, należy uznać, że:

- obiektywne bariery eksportu nie istnieją, albowiem na obszarze UE zostały zniesione ograniczenia taryfowe i parataryfowe; w przypadku eksportu poza UE mogą istnieć ograniczenia handlowe, na które żadna polityka wsparcia nie ma wpływu;
- rola polityki wspierania eksporterów powinna się skupiać głównie na usługach doradczych dla MSP zainteresowanych eksportem.

Znajomość konkurencji

Znajomość sytuacji firmy na rynku jest kluczowa dla określenia planów i sformułowania strategii przedsiębiorstwa. Zarówno w 2006, jak i w 2008 roku przedsiębiorcy byli pytani o znajomość konkurentów oraz określenie ich siły.

W badanej próbie nieznacznie wzrósł (o 3,3 punktu procentowego) udział przedsiębiorców znających konkurencję,

Raport 2008

jednak zmalał udział przedsiębiorców, którzy konkurencję monitorują (o 4,3 punktu procentowego).

Tabela 17. Znajomość konkurentów – wyniki badań z roku 2006 i roku 2008 (strzałki pokazują zmianę wskazań w 2008 roku w porównaniu z rokiem 2006)

Odpowiedzi badanych	Rok 2006	Rok 2008
Nie znam	11,8%	↓6,8%
Znam i monitoruję	72,5%	↓68,2%
Znam, nie monitoruję	15,3%	↑22,9%
Brak odpowiedzi	0,4%	↑2,1%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Jeżeli wierzyć odczuciom właścicieli, najbardziej wzrosła konkurencja ze strony przedsiębiorstw lokalnych – 5,1 punktu procentowego, następnie przedsiębiorstw zagranicznych – 3,8 punktu procentowego i ogólnokrajowych – 2,8 punktu procentowego (tabela 18). Ten pierwszy wzrost nie powinien dziwić, bowiem w oparciu o szereg pozytywnych zmian, które zaszły w badanych firmach, można wyciągnąć wniosek o wzroście ich aktywności (tym samym prawdopodobnie też konkurencyjności) – czyli przedsiębiorcy prawidłowo odbierają sygnały płynące z rynku.

Tabela 18. Konkurenci badanych firm – wyniki badań z roku 2006 i roku 2008 (strzałki pokazują zmianę wskazań w 2008 roku w porównaniu z rokiem 2006)

Wyszczególnienie	Rok 2006	Rok 2008
Firmy zagraniczne	11,6%	↑15,4%
Firmy ogólnokrajowe	29,3%	↑31,9%
Firmy lokalne	43,3%	↑48,2%
Szara strefa	3,5%	↓2,4%
Trudno powiedzieć	1,4%	↑2,0%
Brak odpowiedzi	10,7%	↓8,3%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Analiza zmian oceny siły konkurencji wskazuje na zmniejszenie postrzegania konkurencji jako bardzo silnej, i to o 7,5 punktu procentowego, a jednocześnie zwiększenie postrzegania jej jako silnej (6,2 punktu procentowego), słabej (1,1 punktu procentowego) lub bardzo słabej (3,9 punktu procentowego) – dane zostały zamieszczone w tabeli 19). Tutaj należałoby prawdopodobnie odnieść się do subiektywności odczuć właścicieli. Skoro badane firmy zwiększyły swoją aktywność w większym stopniu, niż zakładały (patrz przewidywany i osiągnięty wzrost zatrudnienia), stąd też ich odczucia dotyczące siły konkurencji

mogły się zmienić. Ponadto badane firmy przetrwały kolejne dwa lata, co na pewno także wpłynęło na zmianę postrzegania konkurencji w odniesieniu do własnej firmy.

Tabela 19. Siła konkurencji – wyniki badań z roku 2006 i roku 2008 (strzałki pokazują zmianę wskazań w 2008 roku w porównaniu z rokiem 2006)

Postrzeganie konkurencji	2006 rok	2008 rok
Bardzo silna	23,9%	↓16,4%
Silna	57,9%	↑64,1%
Słaba	6,0%	↑7,1%
Bardzo słaba	1,1%	↑5,0%
Trudno powiedzieć	0,4%	↑4,3%
Brak odpowiedzi	10,6%	↓3,0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Jednak zmiany postrzegania konkurencji przez całą populację różnią się nieznacznie od zmian postrzegania jej przez poszczególne firmy. Jako silną i bardzo silną postrzegało ją w 2006 i postrzega obecnie tylko 69,9% (mniej niż wynika z porównań całej próby – 80,5%), a 2,6% jako słabą lub bardzo słabą.

Tabela 20. Postrzeganie konkurencji w roku 2006 i roku 2008

Postrzeganie konkurencji w 2006 roku	Postrzeganie konkurencji w 2008 roku				Razem
	Silna	Słaba	Trudno powiedzieć	Brak odpowiedzi	
Silna	69,9%	7,1%	3,0%	1,8%	81,9%
Słaba	3,4%	2,6%	0,7%	0,4%	7,1%
Inne	0,3%	0,0%	0,1%	0,0%	0,4%
Brak odpowiedzi	6,8%	2,5%	0,5%	0,8%	10,6%
Razem	80,4%	12,2%	4,3%	3,0%	100,0%

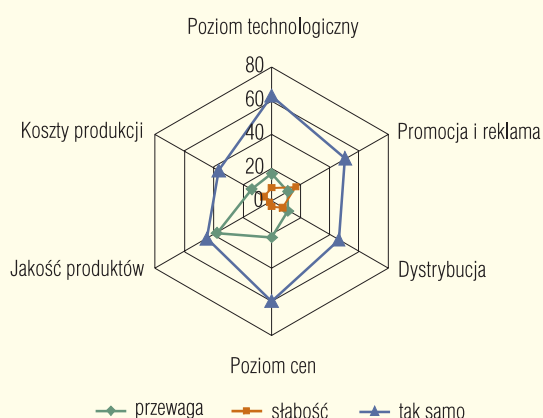
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Zmiany postrzegania konkurencji można także przeanalizować w kontekście przyszłych zachowań badanych firm. Jeżeli przedsiębiorcy przestają postrzegać konkurencję jako bardzo silną, powodującą wypadanie z rynku słabych firm, oznacza to, że będą bardziej odważni w podejmowaniu nowych wyznań. Z drugiej natomiast strony zwiększenie liczby firm, które odczuwają konkurencję jako silną (w ankiecie doprecyzowane jako silna, ale mogąca utrzymać swoją pozycję na rynku), nie spowoduje uspienia czujności firm i będzie cały czas mobilizowało do podnoszenia własnej

konkurencyjności. Paradoksalnie bowiem firmy działające w trudnym otoczeniu osiągają większe sukcesy niż działające w otoczeniu przyjaznym*. Powyższe rozważania znajdują potwierdzenie w przeprowadzonych badaniach. Wśród firm, które postrzegały w 2006 roku konkurencję jako silną lub bardzo silną, znalazło się więcej takich, które obierały sobie cel rozwojowy.

Ocena przedsiębiorców dotycząca ich przewagi nad konkurentami w 2008 roku wskazała raczej na ostrożne opinie w tym zakresie. Przedsiębiorcy czuli się silni w kategorii jakość produktów (aż 40% przedsiębiorców upatrywało w tym przewagę nad konkurencją), najsłabsi natomiast w kategorii promocja i reklama (20% przedsiębiorców upatrywało w tym słabość w stosunku do konkurencji).

Wykres 19. Ocena przewagi firmy w stosunku do konkurencji



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Powyższych wyników nie można bezpośrednio porównać z wynikami z badań w 2006 roku, ponieważ w poprzednich badaniach lista obejmowała 29 obszarów. Można jednak stwierdzić, że najwięcej wskazań przewagi dotyczyło dobrych kontaktów z klientami oraz reputacji firmy, natomiast największymi słabościami firm (których tak jak i w obecnym badaniu było dużo mniej) były marketing oraz brak niskich kosztów.

Współpraca MSP

Przegląd wyników badań nad współpracą MSP w Unii Europejskiej i w Polsce

Tradycyjnie kooperacja jest rozumiana jako współpraca niezależnych przedsiębiorstw lub partnerów, łączących swoje wysiłki i zasoby w procesie tworzenia wartości. Według SME Observatory** kooperacja oznacza relacje współpracy między niezależnymi MSP dla realizacji wyznaczonego celu, który wykracza poza pojedyncze zadanie.

W ostatnich latach rośnie liczba opracowań dotyczących współpracy MSP, zwłaszcza w odniesieniu do sieci MSP oraz w kontekście ich innowacyjności i konkurencyjności*** oraz internacjonalizacji**** (pojęcia sieci można użyć dopiero wówczas, gdy we współpracę zaangażowane są więcej niż dwie firmy*****).

Obecnie, wobec wyzwań globalizacji, integracji gospodarczej i przyspieszonej internacjonalizacji działalności przedsiębiorstw współpraca między MSP staje się coraz ważniejsza, szczególnie dla firm, które chcą się rozwijać i podnosić swoją konkurencyjność. Jest tak, ponieważ:

- współpraca MSP pomaga im w przełamywaniu tradycyjnych barier funkcjonowania, wynikających z „małości” (finansowej, zarządzania, popytu);
- współpraca może poprawić produktywność, innowacyjność i konkurencyjność firmy i branży;
- współpraca MSP w ramach sieci i klastrów pozwala łączyć korzyści małej skali i korzyści dużej skali; korzyści te są ściśle związane z innowacjami, konkurencyjnością i tworzeniem miejsc pracy*****;
- współpraca w sieci sprzyja internacjonalizacji firmy.

Według SME Observatory***** połowa europejskich MSP kooperuje z innymi MSP. Kooperacja jest najlepiej rozwinięta we Włoszech, Danii, Norwegii, Finlandii i Islandii (ponad połowa MSP jest zaangażowana w kooperację), najsłabiej zaś w Portugalii (tylko jedna szósta MSP). Skłonność do kooperacji jest w znacznym stopniu uwarunkowana przez czynniki kulturowe.

* J. Covin, D. Slevin, *Strategic management of small firms in hostile and benign environments*, „Strategic Management Journal”, 10, 1989, s. 76–87.

** *SMEs and Cooperation*, „Observatory of European SMEs”, European Commission, 2003/5, s. 5.

*** Zob. M. Starnawska, *Sieci małych i średnich przedsiębiorstw – ujęcie teoretyczne*, [w:] P. Dominiak (red.), *Małe i średnie przedsiębiorstwa wobec wyzwań współczesnej gospodarki*, SPG, Gdańsk 2005, s. 68–69.

**** N. Daszkiewicz, *Teorie internacjonalizacji – ewolucja i perspektywy rozwoju*, [w:] N. Daszkiewicz (red.), *Małe i średnie przedsiębiorstwa. Szanse i zagrożenia rozwoju*, CeDeWu, Warszawa 2007, s. 13–24.

***** *SMEs and Cooperation...*, op.cit.

***** *Enhancing SME Competitiveness*, The OECD Bologna Ministerial Conference, OECD, Paris 2001.

***** *SMEs and Cooperation...*, op.cit.

Raport 2008

Wielkość firmy wpływa na formę i cel współpracy. I tak, firmy średnie współpracują z innymi MSP dla realizacji celów strategicznych i korzyści długookresowych, natomiast mikroprzedsiębiorstwa współpracują dla celów operacyjnych, oczekując korzyści w krótszym okresie. Ponadto mikroprzedsiębiorstwa i firmy małe wykazywały wyższą skłonność do współpracy nieformalnej niż firmy średnie.

Ośmiu na dziesięciu menedżerów w badanych przez SME Observatory MSP twierdzi, że kooperacja wzmacnia pozycję konkurencyjną firmy. Ponadto wyniki badań pokazały, że kooperujące MSP osiągały wyższy wzrost od firm, które nie współpracowały.

Korzyści z kooperacji zależą z jednej strony od połączenia kompetencji i zasobów firmy, z drugiej zaś od wymogów otoczenia. Wyniki przeprowadzonych badań nie uprawniają jednak do wniosku, że kooperacja byłaby korzystna dla wszystkich MSP, które nie są zaangażowane we współpracę.

Według SME Observatory Survey* 5% MSP w Unii Europejskiej uzyskuje dochód z tytułu współpracy zagranicznej – ze spółek zależnych lub zagranicznych joint ventures. Najwyższy wynik osiąga tu Belgia (13%), powyżej średniej są też Portugalia, Irlandia, Francja i Luksemburg (wszystkie 10%).

Duże przedsiębiorstwa znacznie częściej niż MSP są zaangażowane we współpracę zagraniczną (20% vs. 5%). Jednak tylko 7% ich rocznej sprzedaży jest generowane przez kooperację z zagranicą, podczas gdy w przypadku MSP jest to 2%**.

Jak wynika z badań przeprowadzonych przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP)***, duża część badanych MSP nie współpracuje z partnerami zewnętrznymi. Te, które współpracują, najczęściej robią to z innymi partnerami biznesowymi, powiązanymi w ramach łańcucha wartości z dostawcami, odbiorcami lub innymi przedsiębiorstwami z branży, w tym konkurentami. Tylko jedna trzecia MSP widzi potrzebę współpracy z innymi firmami z branży – częściej firmy małe i średnie niż mikroprzedsiębiorstwa. Może to wskazywać na większe obawy o utratę niezależności lub wykorzystania przez firmy słabsze.

Kooperacja badanych firm

Wśród badanych MSP 47,77% ma podpisane umowy lub kontrakty – poza umowami kupna-sprzedaży (tabela 21). Jest to zatem wynik zbliżony do wyniku Unii Europejskiej.

Tabela 21. Posiadanie przez badane firmy podpisanych umów bądź kontraktów (poza umowami kupna-sprzedaży)

Wyszczególnienie	Odsetek
Nie, nie ma	44,12
Tak, mam podpisane umowy	47,77
Brak odpowiedzi	8,11
Razem	100,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Tabela 22. Partnerzy z którymi przedsiębiorstwa podpisują umowy (przedsiębiorcy mogli wskazać więcej niż jedną grupę partnerów)

Wyszczególnienie	W regionie		W kraju		Za granicą	
	Licz- ność	Od- setek	Licz- ność	Od- setek	Licz- ność	Od- setek
Dostawcy materiałów i surowców, odbiorcy produktów/usług	172	22,51	166	21,73	43	5,63
Inne firmy z branży (konkurencji)	39	5,1	42	5,49	11	1,44
Instytucje badawcze/uczelnie	21	2,75	14	1,83	4	0,52
Firmy konsultingowe, doradcze, marketingowe	40	5,24	27	3,53	5	0,65
Inne	20	2,62	12	1,57	4	0,52
Brak odpowiedzi	62	8,12	62	8,12	62	8,12

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Zdecydowana większość umów jest zawarta z dostawcami materiałów/surowców i odbiorcami produktów/usług w regionie lub w kraju. Niewiele ponad 5% respondentów informowało o współpracy z innymi firmami z branży (konkurentami), a niespełna 3% z instytucjami badawczymi i uczelniami w regionie. Ponad 5% respondentów ma podpisane umowy z firmami konsultingowymi, doradczymi i marketingowymi.

Kolejne pytania dotyczyły posiadania kluczowych klientów i dostawców. I tak kluczowych klientów ma 64,92% badanych MSP (tabela 23), a kluczowych dostawców ma 70,29% respondentów (tabela 24).

* SME Observatory Survey, Summary, op.cit.

** Ibidem.

*** Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2005–2006, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2007.

Tabela 23. Posiadanie przez badane firmy kluczowych klientów

Wyszczególnienie	Odsetek
Nie, nie ma kluczowych klientów	25,92
Tak, ma kluczowych klientów	64,79
Brak odpowiedzi	9,29
Razem	100,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Tabela 24. Posiadanie przez badane firmy kluczowych dostawców

Wyszczególnienie	Odsetek
Nie, nie ma kluczowych dostawców	21,20
Tak, ma kluczowych dostawców	70,29
Brak odpowiedzi	8,51
Razem	100,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Następnie zapytano badanych przedsiębiorców o zlecenie obsługi na zewnątrz. Okazało się, że aż 74,08% zleca obsługę na zewnątrz (tabela 25).

Tabela 25. Zlecenie przez badane firmy obsługi na zewnątrz

Wyszczególnienie	Odsetek
Nie, nie zleca na zewnątrz żadnej obsługi	22,12
Tak, zleca	74,08
Brak odpowiedzi	3,80
Razem	100,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Obsługa zlecana przez badane firmy na zewnątrz dotyczy przede wszystkim doradztwa prawnego (42,53%), ochrony (42,67%) i rachunkowości (24,86%).

Tabela 26. Rodzaje obsługi zlecanej przez badane firmy na zewnątrz

Wyszczególnienie	Odsetek
Doradztwo prawne	42,53
Doradztwo finansowe	15,05
Rachunkowość	24,86
Sprzątanie	16,36
Ochrona	42,67

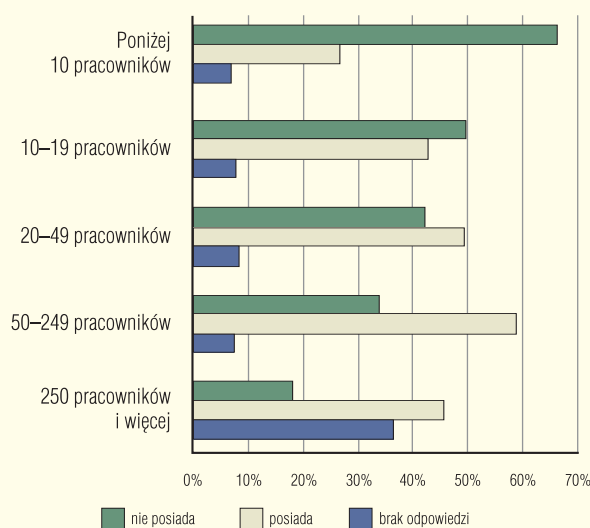
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Determinanty kooperacji

Na podstawie wyników innych badań oraz teorii MSP założono, iż istnieje zależność między kooperacją MSP a wielkością zatrudnienia, celami firmy oraz eksportem. Wyniki badań potwierdziły istnienie takich zależności.

Istnieje zależność istotna statystycznie o umiarkowanej sile między współpracą a wielkością zatrudnienia. Im większa firma, tym bardziej rozwinięta kooperacja (wykres 20).

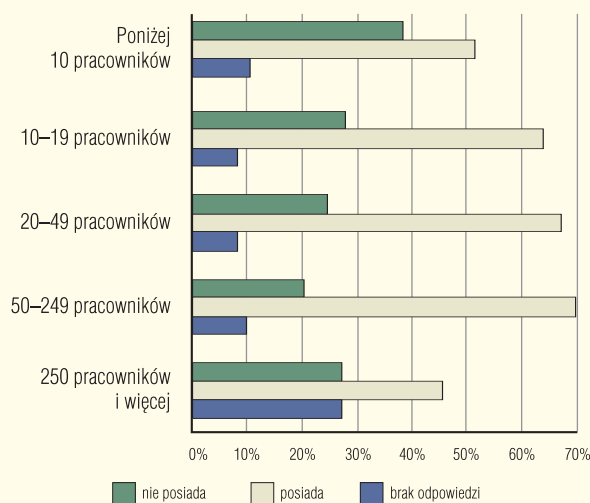
Wykres 20. Posiadanie przez badane firmy podpisanych umów bądź kontraktów (poza umowami kupna-sprzedaży)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Większe firmy również częściej posiadają kluczowych klientów i dostawców. Występuje tu istotna statystycznie zależność o małej sile (wykresy 21 i 22).

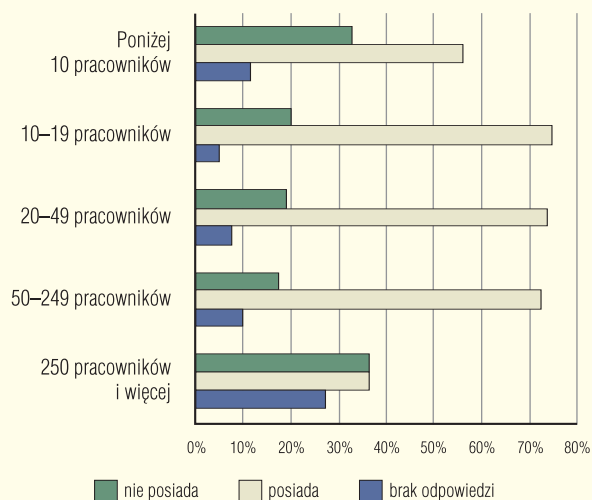
Wykres 21. Posiadanie przez badane firmy kluczowych klientów



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Raport 2008

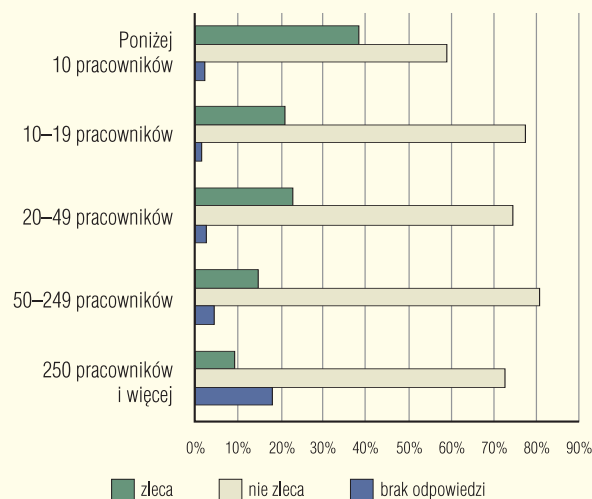
Wykres 22. Posiadanie przez badane firmy kluczowych dostawców



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Stwierdzono też zależność istotną statystycznie o małej sile, jeśli chodzi o zlecenie obsługi firmy na zewnątrz. Liczba takich zleceń rośnie wraz ze wzrostem wielkości zatrudnienia.

Wykres 23. Zlecenie przez badane firmy obsługi na zewnątrz



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Wyniki przeprowadzonego badania po raz kolejny potwierdziły, iż kooperacja jest postrzegana przez właścicieli jako sposób osiągnięcia wzrostu. Częściej bowiem współpracują te firmy, których celem jest rozwój. Stwierdzono, że istnieje zależność istotna statystycznie o umiarkowanej sile między celami firmy a kooperacją (tabela 27, wykres 24), zależność istotna statystycznie o dość dużej sile między celami firmy

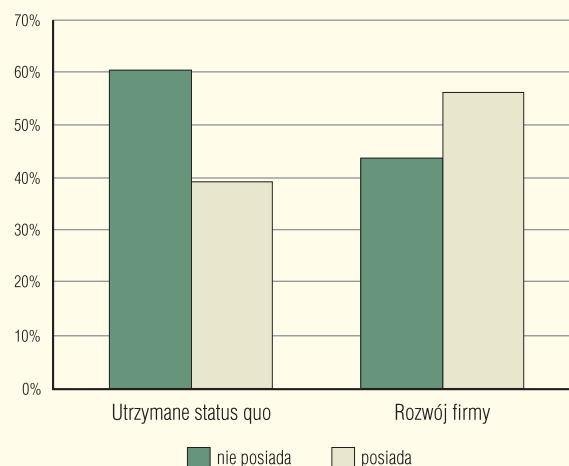
a posiadaniem przez nią kluczowych klientów (tabela 28, wykres 25) i kluczowych dostawców (tabela 29, wykres 26).

Tabela 27. Posiadanie przez badane firmy podpisanych umów a cele (w tabeli ujęto tylko te firmy, które udzieliły dwóch opcji odpowiedzi)

Odpowiedzi	Utrzymanie status quo		Rozwój firmy	
	Liczność	Odsetek	Liczność	Odsetek
Nie, nie posiada	88	60,69	234	43,74
Tak, posiada	57	39,31	301	56,26
Razem	145	100,00	535	100,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Wykres 24. Posiadanie przez badane firmy podpisanych umów a cele



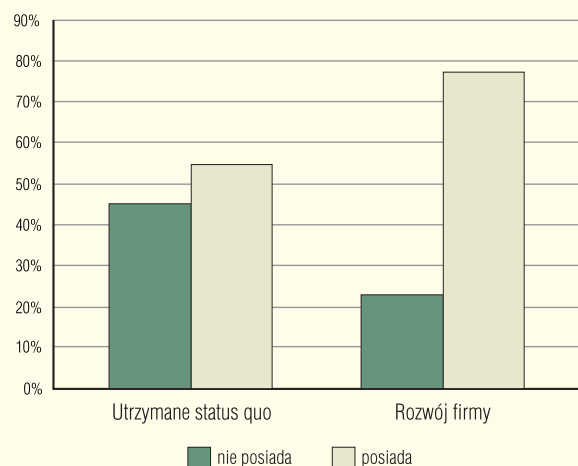
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Tabela 28. Posiadanie przez badane firmy kluczowych klientów a cele (w tabeli ujęto tylko te firmy, które udzieliły dwóch opcji odpowiedzi)

Odpowiedzi	Utrzymanie status quo		Rozwój firmy	
	Liczność	Odsetek	Liczność	Odsetek
Nie, nie posiada	65	45,14	121	22,83
Tak, posiada	79	54,86	409	77,17
Razem	144	100,00	530	100,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Wykres 25. Posiadanie przez badane firmy kluczowych klientów a cele



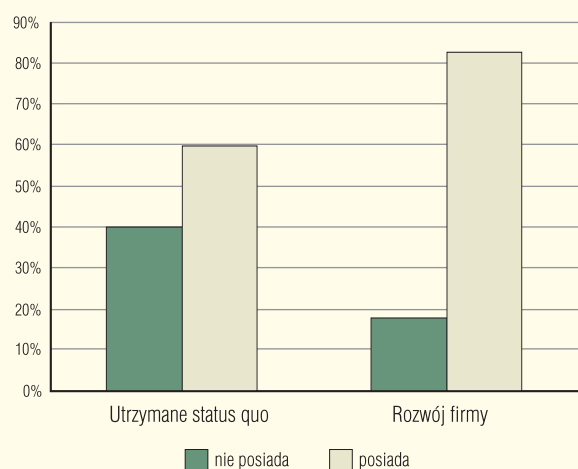
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Tabela 29. Posiadanie przez badane firmy kluczowych dostawców a cele (w tabeli ujęto tylko te firmy, które udzieliły dwóch opcji odpowiedzi)

Odpowiedzi	Utrzymanie status quo		Rozwój firmy	
	Liczność	Odsetek	Liczność	Odsetek
Nie, nie posiada	58	40,28	94	17,54
Tak, posiada	86	59,72	442	82,46
Razem	144	100,00	536	100,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Wykres 26. Posiadanie przez badane firmy kluczowych dostawców a cele



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Stwierdzono też istotną statystycznie zależność o małej sile między celami firmy a zlecaniem obsługi na zewnątrz. Firmy, których celem jest rozwój częściej zlecają obsługę na zewnątrz.

Tabela 30. Zlecanie przez badane firmy obsługi na zewnątrz a cele (w tabeli ujęto tylko te firmy, które udzieliły dwóch opcji odpowiedzi)

Odpowiedzi badanych	Utrzymanie status quo		Rozwój firmy	
	Liczność	Odsetek	Liczność	Odsetek
Nie, nie zleca	46	30,87	113	20,00
Tak, zleca	103	69,13	452	80,00
Razem	149	100,00	565	100,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Eksport jest jednym ze sposobów internacjonalizacji i jednocześnie sposobem rozwoju przedsiębiorstwa. Firmy, które eksportują, również częściej kooperują niż te firmy, które nie są eksporterami*. Niniejsze badanie potwierdziło występowanie takiej zależności. I tak, występuje zależność istotna statystycznie o małej sile między posiadaniem pisemnych umów i kontraktów a eksportem.

Tabela 31. Posiadanie przez badane firmy podpisanych umów a eksport (w tabeli ujęto tylko te firmy, które udzieliły dwóch opcji odpowiedzi)

Odpowiedzi badanych	Nie eksportuje		Eksportuje	
	Liczność	Odsetek	Liczność	Odsetek
Nie, nie posiada	240	50,00	75	40,98
Tak, posiada	240	50,00	108	59,02
Razem	480	100,00	183	100,00

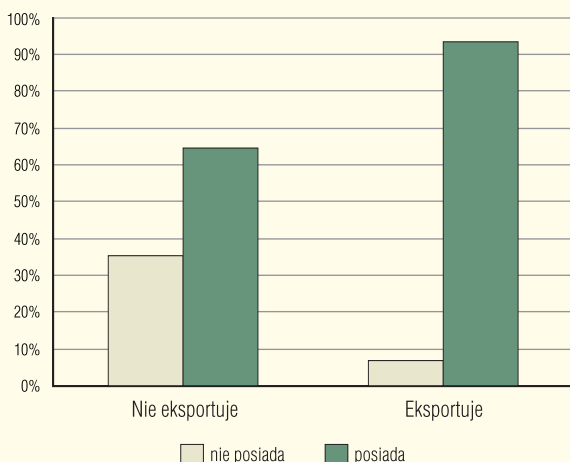
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Ponadto istnieje istotna statystycznie zależność o dość dużej sile między posiadaniem stałych klientów a eksportem (wykres 27). Można przypuszczać, iż eksporterzy mają stałych klientów właśnie za granicą.

Występuje także zależność statystyczna o umiarkowanej sile pomiędzy posiadaniem stałych dostawców a eksportem.

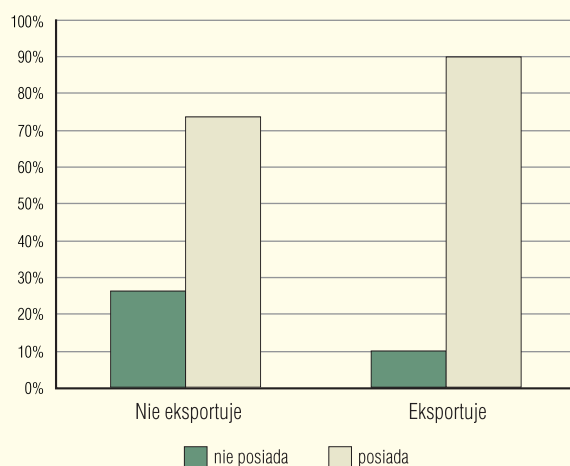
* N. Daszkiewicz, *Teorie internacjonalizacji...*, op.cit.

Wykres 27. Posiadanie przez badane firmy kluczowych klientów a eksport



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Wykres 28. Posiadanie przez badane firmy kluczowych dostawców a eksport



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Stwierdzono również istnienie zależności statystycznej o małej sile między zlecaniem usług na zewnątrz a eksportem.

Tabela 32. Zlecenie przez badane firmy usług na zewnątrz a eksport (w tabeli ujęto tylko te firmy, które udzieliły dwóch opcji odpowiedzi)

Odpowiedzi badanych	Nie eksportuje		Eksportuje	
	Liczność	Odsetek	Liczność	Odsetek
Nie, nie zleca	127	25,30	35	18,62
Tak, zleca	375	74,70	153	81,38
Razem	502	100,00	188	100,00

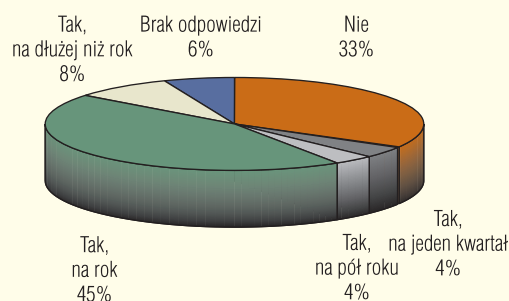
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

- Potwierdzone w badaniu zależności między kooperacją MSP a eksportem mogą sugerować, iż eksporterzy to firmy o ustabilizowanej pozycji, które potrafiły wytworzyć więzy kooperacyjne. A zatem można mówić o sprzężeniu między kooperacją i eksportem. Są to jednocześnie firmy, których celem jest rozwój.
- Analizując problem kooperacji z punktu widzenia polityki wspierania MSP, należy podkreślić, iż w większości krajów europejskich nie ma przepisów, które skupiałyby się na współpracy MSP. Ramy prawne raczej nie stwarzają barier dla kooperacji (czasami jest to niezamierzony efekt uboczny). Polityka wspierania MSP traktuje kooperację częściej jako środek do osiągnięcia innych celów, na przykład poprawy innowacyjności, wspierania badań i rozwoju, internacjonalizacji. Tylko nieliczne programy Unii Europejskiej wspierają MSP w znalezieniu odpowiednich partnerów i z reguły dotyczą współpracy międzynarodowej.
- Powody, dla których MSP kooperują, są specyficzne i zależą od indywidualnego kontekstu funkcjonowania firmy. Stąd też trudno jest wykorzystać powody kooperacji wskazywane przez przedsiębiorców jako kryteria wyznaczające cele polityki jej wsparcia.

Planowanie

W badaniach POG I w 2006 roku nie było pytań o planowanie, natomiast w roku 2008 przedsiębiorcy odpowiadali na pytanie o opracowany plan finansowy oraz biznesplan. Jedna trzecia badanych przedsiębiorców nie opracowała planu finansowego, natomiast prawie połowa planuje w rocznym horyzoncie czasowym (wykres 29). Zważywszy, że badane firmy należały do firm większych (udział mikroprzedsiębiorstw był znikomy), a ponadto były w dużym stopniu spółkami oraz funkcjonowały od dłuższego czasu, ten wynik należy uznać za mało satysfakcjonujący.

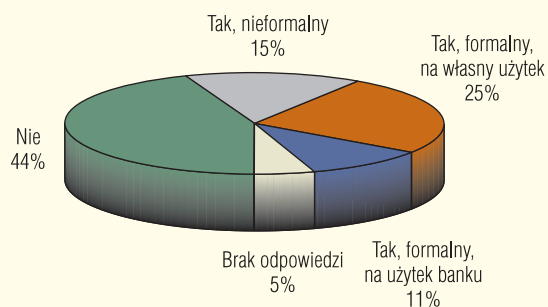
Wykres 29. Posiadanie przez badane firmy opracowanego planu finansowego (stan na 2008 rok)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Równie niepokojące wyniki uzyskano, analizując odpowiedzi na pytanie o biznesplan. Przedsiębiorcy wskazywali zarówno sytuacje, w których biznesplan nie istniał w wersji papierowej, a właściciel jedynie miał jego zarys w „głowie”, jak i takie w których funkcjonował on w wersji papierowej sporządzonej na użytek własny lub banku. Z punktu widzenia „jakości” zarządzania najlepszym przypadkiem jest sytuacja, w której właściciel sporządził biznesplan na własny użytek w formie papierowej. Niemal połowa badanych firm (44%) nie miała biznesplanu, nawet w wersji nieformalnej (wykres 30). Wersję nieformalną opracowało 15%, wersję formalną opracowaną na własny użytek ma 25%, a kolejnych 11% ma sporządzoną na użytek banku. Kilka firm posiadało biznesplany zarówno na własny użytek, jak i na użytek banku – w powyższej analizie uwzględniono te firmy w grupie mających formalny biznesplan na własny użytek.

Wykres 30. Posiadanie przez badane firmy opracowanego biznesplanu



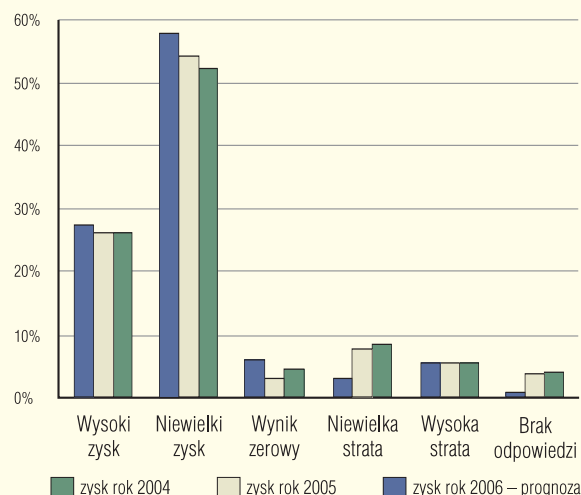
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Zysk i przychody MSP

Większość przedsiębiorców przebadanych w 2006 roku informowała o niewielkim lub znaczącym zysku zarówno w roku 2004, jak i w roku 2005. Także w roku 2006 przedsiębiorcy w większości przypadków spodziewali się wypracować zysk (wykres 31).

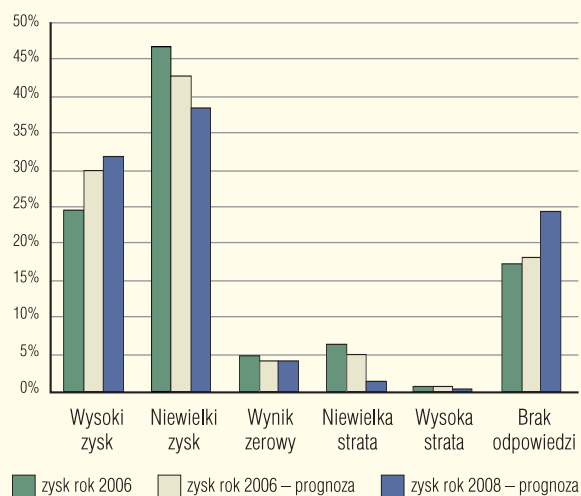
Nie we wszystkich przebadanych firmach w 2006 roku sprawdzili się przewidywania dotyczące wypracowania dodatniego zysku (zarówno znaczącego, jak i niewielkiego). W 2006 roku taki wynik spodziewało się uzyskać 85,34% przedsiębiorców, w 2008 roku udział przedsiębiorców zakładających zysk w 2006 roku był niższy i wyniósł: 71,21% (wykres 32).

Wykres 31. Osiągnięty i przewidywany zysk w latach 2004, 2005 i 2006



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Wykres 32. Osiągnięty i przewidywany zysk w latach 2006, 2007 i 2008



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Powtórzenie pytania o osiągnięty zysk za 2006 rok w powtórnych badaniach pozwoliło zweryfikować przewidywania przedsiębiorców. W celu uniknięcia niejednoznaczności oznaczeń w tabeli 33 zawierającej przewidywany na 2006 rok zysk, o który pytano w 2006 roku, oznaczono jako „P06 Zysk 06”, natomiast zysk osiągnięty w 2006 roku, o który pytano w 2008 roku, jako: „008 Zysk 06”.

Raport 2008

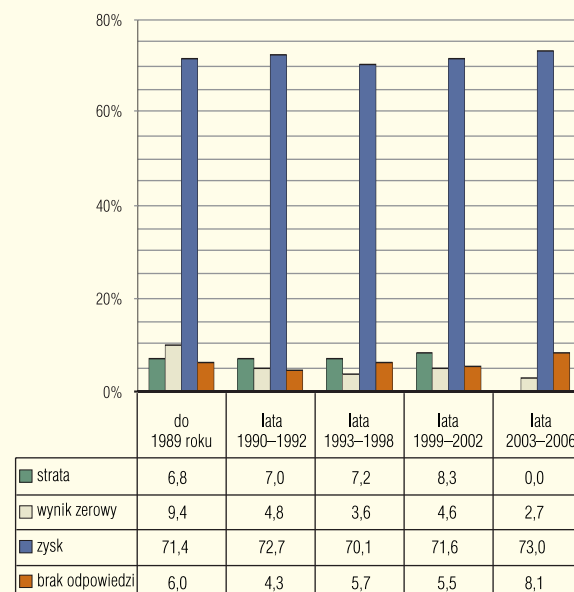
Z danych w tabeli 33 wynika, że przedsiębiorcy najczęściej spodziewali się osiągnąć zysk (85,3%), ale nie wszystkim te przewidywania się sprawdziły (63,1%). Odsetek przedsiębiorców w ogólnej próbie, którzy spodziewali się zysku, wyniósł 5,5%, natomiast tych, którzy osiągnęli wynik zerowy, było 2,9%. Z drugiej strony w badaniach znalazła się grupa przedsiębiorców, którzy spodziewali się wyniku zerowego lub straty, a jednak osiągnęli zysk – odpowiednio 3,5% i 1,7%.

Tabela 33. Przewidywany na 2006 rok i osiągnięty w 2006 roku poziom zysku (kolorem żółtym zaznaczono komórki wskazujące na zbieżność przewidywań oraz stanu rzeczywistego)

	P06 Zysk 06				
008 Zysk 06	Strata	Wynik zerowy	Zysk	Brak odpowiedzi	Razem
Strata	0,7%	0,5%	5,5%	0,1%	6,8%
Wynik zerowy	0,1%	0,9%	2,9%	0,7%	4,6%
Zysk	1,7%	3,5%	63,1%	3,2%	71,5%
Brak odpowiedzi	0,9%	0,8%	13,8%	1,6%	17,1%
Razem	3,4%	5,8%	85,3%	5,5%	100,0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Wykres 33. Odsetek firm o różnych wynikach osiągniętych w 2006 roku, w zależności od ich wieku



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Tabela 34. Prognozy przychodów na rok 2006 i 2007 – porównanie przewidywań poszczególnych przedsiębiorstw

	Przychód prognozowany na 2007 rok											
Przychód prognozowany na 2006 rok	Poniżej 0,2 mln	0,2–0,5 mln	0,5–1 mln	1–2 mln	2–3 mln	3–5 mln	5–10 mln	10–20 mln	20–50 mln	Powyżej 50 mln	Brak odpowiedzi	Razem
Poniżej 0,2 mln	1,8	0,9	1,4	0,4	0,7	0,9	0,5	0,3	0,3	0,0	0,3	7,5
0,2–0,5 mln	0,1	0,4	0,1	0,7	0,4	0,4	0,4	0,3	0,1	0,1	0,3	3,3
0,5–1 mln	0,1	0,4	0,9	0,1	0,3	0,1	0,4	0,3	0,3	0,0	0,4	3,3
1–2 mln	0,4	0,5	0,4	1,3	0,8	0,3	0,3	0,5	0,3	0,0	0,9	5,7
2–3 mln	0,8	0,0	0,7	0,5	1,1	0,3	0,4	0,3	0,5	0,0	0,3	4,7
3–5 mln	0,3	0,4	0,5	0,4	1,7	2,4	0,3	0,8	0,4	0,0	0,3	7,4
5–10 mln	0,4	0,1	0,3	0,7	0,5	1,1	3,2	0,5	0,4	0,1	0,5	7,8
10–20 mln	0,4	0,8	0,0	0,7	0,5	0,5	2,1	2,5	0,3	0,0	0,8	8,5
20–50 mln	0,5	0,1	0,0	0,4	0,4	0,5	0,1	1,6	1,4	0,1	0,3	5,5
Powyżej 50 mln	0,1	0,1	0,3	0,0	0,1	0,0	0,1	0,1	0,3	0,5	0,0	1,7
Brak odpowiedzi	5,8	3,3	2,5	5,4	3,2	3,8	6,7	5,1	2,2	1,6	5,1	44,7
Razem	10,8	7,1	7,1	10,5	9,6	10,2	14,5	12,2	6,4	2,5	9,1	100

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Należałoby się spodziewać zróżnicowania osiągniętego zysku w zależności od wieku firmy, co przetestowano w oparciu o badania z 2008 roku. Nie odnotowano jednak znaczącej różnicy, chociaż firmy założone w latach 2003–2006 częściej osiągały zysk, a straty nie odnotowała żadna;

za to firmy z przedziału wiekowego 1999–2002 osiągnęły jeden z niższych wyników liczonych udziałem firm osiągających zysk i jednocześnie najwyższy, liczony udziałem firm odnotowujących stratę (wykres 33).

Przeanalizowanie prognozowanej wielkości przychodów na rok 2006 (badania z roku 2006) oraz rok 2007 (badania z roku 2008) dla każdej firmy indywidualnie dostarcza kolejnych ciekawych obserwacji (tabela 34). Tylko 15,5% wszystkich przebadanych firm utrzymało swoje przewidywania na rok 2007 w przedziale z 2006 roku. Pozostałe firmy przewidywały wzrost przychodów (15,8%) – w tabeli zaznaczone kolorem pomarańczowym lub ich zmniejszenie (20,1%) – w tabeli zaznaczone kolorem zielonym. Jednak tych pierwszych było niestety mniej. Niestety, spora grupa przedsiębiorców nie odpowiedziała na to pytanie, co nie pozwoliło przeanalizować tych zmian we wszystkich przebadanych firmach. Zastanawiający jest wysoki udział braków odpowiedzi w roku 2008 (39,6%) w porównaniu z 2006 rokiem (4%). Być może wynika to z opisanej już powyżej malejącej pewności co do utrzymania się wysokiej koniunktury.

Bariery rozwoju MSP

Alternatywne podejście do wzrostu MSP zostało zaadoptowane w tzw. literaturze barier wzrostu. Do klasyki teorii barier wzrostu należy klasyfikacja D. Storeya*, który wyróżnia barierę finansową, barierę zarządzania i barierę popytu (tabela 35). Klasyfikacja ta została w ograniczonym stopniu wykorzystana w badaniu POG 2 006**. Wyniki wielu badań prowadzą do wniosku, iż ich postrzeganie jest raczej stabilne. Jednak w związku z postępującą internacjonalizacją działalności MSP, będącą wynikiem eliminacji licznych barier między gospodarkami, dostęp do źródeł finansowania, rynków, know-how, szkoleń itp. stale się poprawia. Z drugiej strony rośnie konkurencja w związku z eliminacją przeszkód w przepływach towarów, usług, kapitału i ludzi między

gospodarkami. A zatem w obecnym badaniu postanowiono przyjrzeć się, czy postrzeganie tych barier zmienia się i jakie czynniki ewentualnie determinują zmiany.

W badaniach stosuje się też ich podział na bariery wewnętrzne i zewnętrzne***. Bariery wewnętrzne odnoszą się do samej firmy, właściciela menedżera i strategii zarządzania. Z kolei bariery zewnętrzne wynikają z sytuacji na rynku, z relacji popytu i podaży, dostępności kapitału, sytuacji makroekonomicznej, polityki rządu itp. Należy podkreślić, że liczne badania wskazują na zróżnicowanie w postrzeganiu barier przez firmy wzrastające i niewzrastające. Podczas gdy firmy wzrastające dopatrują się barier rozwoju wewnątrz firmy (np. w ograniczeniach finansowych, technologii), to firmy niewzrastające z reguły doszukują się barier wzrostu poza firmą (np. silna konkurencja, wysokie podatki, niejasne przepisy itp.). Podział na bariery zewnętrzne i wewnętrzne został również wykorzystany w niniejszej analizie.

Obecnie, po dziewiętnastu latach funkcjonowania w warunkach gospodarki rynkowej i cztery lata po akcesji Polski do Unii Europejskiej, szczególnie warto sprawdzić, czy zmienia się postrzeganie barier przez MSP. Czy ich postrzeganie słabnie w związku z rosnącym dostępem do rynków, źródeł finansowania, technologii, partnerów w biznesie i know-how, czy rośnie w związku z postępującymi procesami globalizacji i internacjonalizacji działalności gospodarczej, co powoduje, iż prowadzenie działalności gospodarczej staje się coraz trudniejsze. Czy też może sektor MSP jest stabilny, a syndrom „małości” (*liability of smallness*) jest silniejszy niż zachodzące zmiany, pojawiające się szanse i zagrożenia.

Tabela 35. Tradycyjne bariery rozwoju MSP

Bariera finansowa	Bariera popytu	Bariera zarządzania
• Małe firmy finansują swoją działalność przede wszystkim ze środków własnych i rodzinnych. • Wraz z rozwojem firmy wzrasta jej zapotrzebowanie na kapitał pożyczkowy, ale potrzeby finansowe z reguły wyprzedzają poziom jej rozwoju. • Dostęp do różnych źródeł finansowania zewnętrznego wzrasta wraz ze wzrostem firmy, jednak wiele z nich nie jest w stanie rozwinąć się na tyle, aby uzyskać kredyty.	• Rynek ogranicza rozwój MSP. Jest to bariera naturalna, wynikająca z istoty gospodarki rynkowej, ograniczonego popytu. • Bariera ta jest odczuwalna słabiej w fazie dobrej koniunktury. • MSP odczuwają ją silniej w fazie spadku tempa wzrostu gospodarczego, ale również wówczas, gdy wzrasta konkurencja, na przykład w wyniku eliminacji barier między gospodarkami. Jest też silniej odczuwalna w regionach, w których konkurencja jest silna.	• Wynika z niewystarczających zdolności menedżerskich przedsiębiorców. Obecnie bariera ta wpływa najsilniej na firmy działające w branżach tradycyjnych. Są to głównie mikroprzedsiębiorstwa rodzinne. • Na przeciwnym biegunie znajdują się firmy innowacyjne, technologiczne, w których kompetencje właściciela menedżera, jego wykształcenie są raczej wysokie. W takich firmach bariera zarządzania może nie wystąpić.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie D.J. Storey, *Understanding the Small Business Sector*, Routledge, London 1995.

* D.J. Storey, *Understanding the Small Business Sector*, op.cit.

** Raport 2006. Kondycja sektora MSP na Pomorzu, Pomorskie Obserwatorium Gospodarcze – Agencja Rozwoju Pomorza, Gdańsk 2007, s. 48–56.

*** D.J. Storey, *Understanding...*, op.cit.; B. Piasecki, A. Rogut, *Mała firma w warunkach rosnącej konkurencji*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 1993.

Raport 2008

Wyniki dotyczące postrzegania barier rozwoju badanych MSP są optymistyczne. Są one odczuwane przez badane firmy słabiej, niż oczekiwano.

Spośród barier zewnętrznych badane MSP najsilniej odczuwają zmienność i niejasność przepisów (59,81%), niekorzystną politykę podatkową (56,68%) oraz rosnącą konkurencję krajową (39,66%). Na niewystarczający popyt wskazało 28,8% firm i jest to wynik niższy od uzyskiwanego w innych badaniach (51% MSP w POG II006). W dalszej kolejności przedsiębiorcy wskazali na trudności z uzyskaniem należności (28,66%), rosnącą konkurencję zagraniczną (23,69%) i konkurencję nielegalnych przedsiębiorstw. Na pozostałe bariery wskazało mniej niż 20% respondentów (tabela 36, wykres 34).

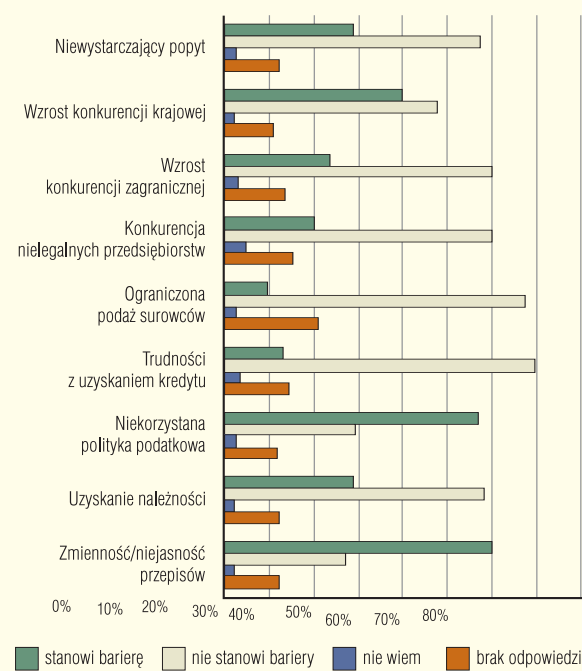
Tabela 36. Zewnętrzne bariery rozwoju

Wyszczególnienie	Stanowi barierę (w %)	Nie stanowi bariery (w %)	Nie wiem (w %)	Brak odpowiedzi (w %)
Niewystarczający popyt	28,80	57,07	2,36	11,77
Wzrost konkurencji krajowej	39,66	47,38	1,83	11,13
Wzrost konkurencji zagranicznej	23,69	59,95	2,75	13,61
Konkurencja nielegalnych przedsiębiorstw	20,16	59,69	4,97	15,18
Ograniczona podaż surowców	9,42	67,02	2,49	21,07
Trudności z uzyskaniem kredytu	12,96	69,50	3,27	14,27
Niekorzystna polityka podatkowa	56,68	29,45	2,49	11,38
Uzyskanie należności	28,66	57,85	1,71	11,78
Zmienność/niejasność przepisów	59,81	26,70	1,71	11,78

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

W przypadku barier wewnętrznych przedsiębiorcy wskazali na brak środków finansowych (42,93%) i wysokie koszty produkcji (33,64%). Na pozostałe bariery wskazało mniej niż 20% respondentów (tabela 37, wykres 35). Uzyskany wynik świadczy o ciągle silnie odczuwanej barierze finansowej.

Wykres 34. Zewnętrzne bariery rozwoju



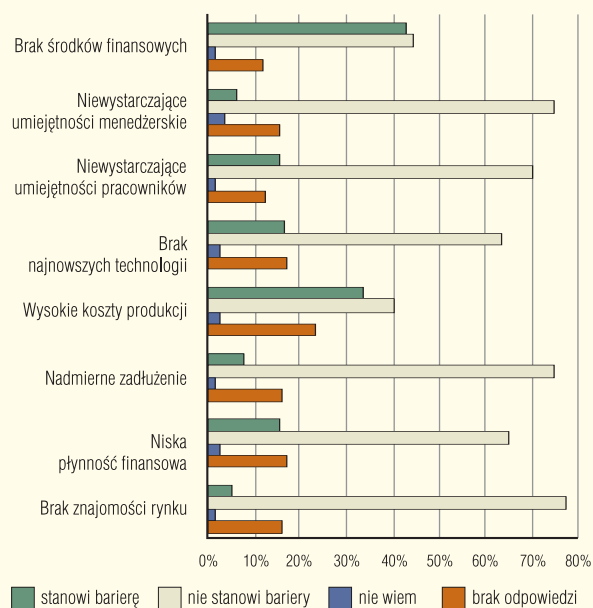
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Tabela 37. Wewnętrzne bariery rozwoju

Wyszczególnienie	Stanowi barierę (w %)	Nie stanowi bariery (w %)	Nie wiem (w %)	Brak odpowiedzi (w %)
Brak środków finansowych	42,93	43,98	1,44	11,65
Niewystarczające umiejętności menedżerskie	6,41	75,00	3,41	15,18
Niewystarczające umiejętności pracowników	15,31	70,16	1,83	12,70
Brak najnowszych technologii	16,49	63,35	3,01	17,15
Wysokie koszty produkcji	33,64	40,18	3,01	23,17
Nadmierne zadłużenie	8,12	74,60	1,44	15,84
Niska płynność finansowa	15,44	65,05	2,63	16,88
Brak znajomości rynku	4,84	77,62	1,70	15,84

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Wykres 35. Wewnętrzne bariery rozwoju



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Odrębne pytanie dotyczyło problemów ze znalezieniem pracowników. Ponad 40% przedsiębiorców uważa, że jest to problem, a 9,69%, że jest to bardzo istotny problem. Wymieniano tu jednak bardzo różne zawody, najczęściej brakuje piekarzy, cukierników, stolarzy, krawcowych, elektryków, kucharzy i ślusarzy. Niewątpliwie wpłynął na to spadek bezrobocia w Polsce, spowodowany otwarciem rynków pracy w Unii Europejskiej (tabela 38).

Tabela 38. Problemy ze znalezieniem pracowników

Wyszczególnienie	Odsetek
Nie, nie ma takiego problemu	49,08
Tak, jest to problem	40,58
Tak, jest to bardzo poważnym problemem	9,69
Brak odpowiedzi	0,65

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

W dalszej części analizy podjęto próbę poszukania odpowiedzi na pytanie o stabilność postrzegania barier przez MSP. Stąd też porównano postrzeganie barier przez konkretne firmy w roku 2006 i roku 2008. Postanowiono sprawdzić, czy postrzeganie barier jest stabilne, czy się nasila, czy może słabnie. Możliwe było porównanie postrzegania pięciu barier: bariery płynności finansowej, bariery popytu, bariery podaży surowców, bariery polityki podatkowej i bariery niejasności przepisów.

Statystycznie istotny związek między rokiem 2006 a rokiem 2008 stwierdzono tylko w przypadku bariery podaży surowców – ta bariera odczuwalnie słabnie.

Tabela 39. Stabilność postrzegania bariery podaży surowców (w %)

Podaż surowców w roku 2006	Podaż surowców w roku 2008		
	Stanowi barierę	Nie stanowi bariery	Nie wiem
Nie stanowi bariery	12,29	84,57	3,14
Raczej nie stanowi bariery	10,34	87,93	1,72
Trudno powiedzieć	19,23	73,08	7,69
Stanowi barierę	33,33	60,00	6,66
Stanowi poważną barierę	0,00	100	0,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Słabnie także bariera płynności finansowej. Spośród firm, które w roku 2006 nie wskazały na tę barierę, aż 81% twierdzi tak nadal, natomiast spośród firm, które w 2006 roku uważały, że stanowi ona barierę rozwoju, aż 77% nie wskazało na nią w 2008 roku.

Tabela 40. Stabilność postrzegania bariery płynności finansowej (w %)

Płynność finansowa w roku 2006	Płynność finansowa w roku 2008		
	Stanowi barierę	Nie stanowi bariery	Nie wiem
Stanowi barierę	21,69	77,11	1,20
Stanowi poważną barierę	24,14	72,41	3,45
Nie stanowi bariery	14,95	81,44	3,61
Raczej nie stanowi bariery	17,80	79,45	2,75
Trudno powiedzieć	24,58	70,34	5,08

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Tabela 41. Stabilność postrzegania bariery popytu (%)

Popyt w roku 2006	Popyt w roku 2008		
	Stanowi barierę	Nie stanowi bariery	Nie wiem
Stanowi barierę	65,30	32,66	2,04
Stanowi poważną barierę	62,50	37,50	0
Nie stanowi bariery	44,21	53,65	2,14
Raczej nie stanowi bariery	45,38	52,94	1,68
Trudno powiedzieć	49,22	50,00	0,78

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Raport 2008

Postrzeganie bariery popytu jest niestabilne. Spośród firm, które w 2006 roku uważały, że ograniczony popyt nie stanowi bariery rozwoju, 44% zmieniło zdanie w 2008 roku. Spośród firmy, które w 2006 roku uznały popyt za barierę, około 60% twierdzi tak nadal (tabela 41). Podobny wniosek można wysnuć na temat postrzegania bariery polityki podatkowej.

Tabela 42. Stabilność postrzegania bariery polityki podatkowej (%)

Polityka podatkowa w roku 2006	Polityka podatkowa w roku 2008		
	Stanowi barierę	Nie stanowi bariery	Nie wiem
Stanowi barierę	68,55	22,23	3,23
Stanowi poważną barierę	62,09	35,38	2,53
Nie stanowi bariery	63,79	34,49	1,72
Raczej nie stanowi bariery	62,00	34,00	4,00
Trudno powiedzieć	60,68	35,05	4,27

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Nasila się natomiast postrzeganie bariery niejasności przepisów – spośród firm, które w roku 2006 wskazały tę barierę jako istotną, jedna trzecia ją barierę w 2008 roku.

Tabela 43. Stabilność postrzegania bariery niejasności przepisów (w %)

Wyszczególnienie	Odsetek
Usługi finansowe	10,47
Zarządzanie zasobami ludzkimi	8,9
Usługi prawne	21,57
Marketing i sprzedaż	16,10
Wnioski o dofinansowanie i pożyczkę	30,10
Zarządzanie przedsiębiorstwem	5,76
Współpraca gospodarcza	8,9
Usługi proinnowacyjne	6,54
Opracowanie dokumentacji technicznej	9,68

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

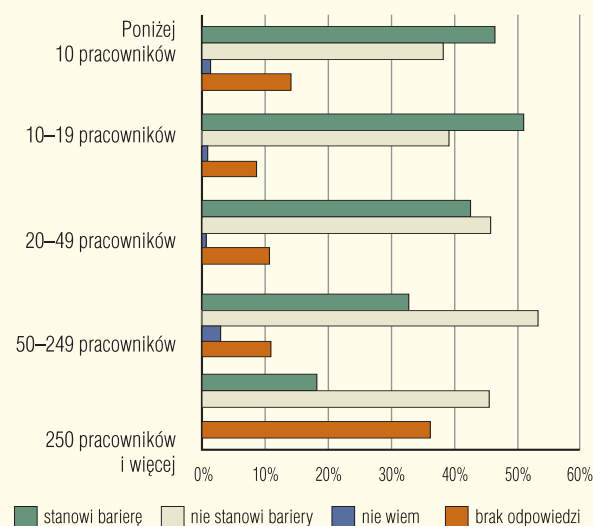
Determinanty barier

Analizując czynniki determinujące postrzeganie barier rozwoju przez badane MSP, stwierdzono, iż występuje statystycznie istotna zależność o małej sile między:

- zatrudnieniem a barierą środków finansowych
- zatrudnieniem a barierą popytu.

Bariera finansowa należy do tradycyjnych barier rozwoju MSP, a jej odczuwanie maleje wraz ze wzrostem wielkości firmy. Uzyskane wyniki pokazują, iż jest to stabilna bariera towarzysząca przedsiębiorstwom mikro i małym, wynikająca z ich „małości”. Jej odczuwanie spada dopiero w grupie firm średnich (wykres 37).

Wykres 36. Wielkość zatrudnienia a postrzeganie bariery braku środków finansowych



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Postrzeganie bariery popytu również słabnie wraz ze wzrostem wielkości firmy. Wynik ten nie może dziwić, bowiem wraz z wielkością firmy poprawia się jej dostęp do nowych rynków.

Poza tym nie znaleziono żadnych zależności, które zostały wykazane w wielu badaniach i opisane w literaturze barier MSP, jak na przykład zależności między postrzeganiem barier a celami firmy i wykształceniem właściciela menedżera.

Usługi doradcze i szkolenia

Zapotrzebowanie na usługi doradcze i szkolenia wśród badanych MSP jest niewielkie. W przypadku usług doradczych przedsiębiorcy wskazywali na potrzebę doradztwa w zakresie wniosków o dofinansowanie i pożyczkę (30,10%), prawa (21,57%) oraz marketingu i sprzedaży (16,10%). Na pozostałe usługi doradcze wskazało mniej niż 10% respondentów.

Tabela 44. Usługi doradcze potrzebne badanym firmom

Wyszczególnienie	Odsetek
Usługi finansowe	10,47
Zarządzanie zasobami ludzkimi	8,9
Usługi prawne	21,57
Marketing i sprzedaż	16,10
Wnioski o dofinansowanie i pożyczkę	30,10
Zarządzanie przedsiębiorstwem	5,76
Współpraca gospodarcza	8,9
Usługi proinnowacyjne	6,54
Opracowanie dokumentacji technicznej	9,68

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Tabela 45. Kwoty jakie badana firma byłaby skłonna przeznaczyć rocznie na usługi doradcze

Wyszczególnienie	Odsetek
Poniżej 5 tys. złotych	30,89
5–7 tys. złotych	7,07
7–10 tys. złotych	7,07
10–15 tys. złotych	4,19
Powyżej 15 tys. złotych	5,63
Brak odpowiedzi	45,16

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Jednocześnie MSP nie są skłonne płacić dużo za usługi doradcze. Jedynie 30,89% badanych firm byłoby skłonne przeznaczyć na nie poniżej 5 tysięcy złotych rocznie, a niespełna 24% jest skłonne przeznaczyć na szkolenia więcej niż 5 tysięcy złotych. A aż 45% nie udzieliło odpowiedzi (tabela 45)

Wyniki wskazują na bardzo praktyczne oczekiwania przedsiębiorców, jeśli chodzi o szkolenia.

Zapytani o tematykę potrzebnych szkoleń, przedsiębiorcy wskazali na pozyskiwanie dotacji z funduszy strukturalnych UE (43,19%) i certyfikaty branżowe (15,70%). 10,60% wskazało na szkolenia z zakresu aspektów prawnych wdrażania systemów zarządzania środowiskowego. Pozostałe szkolenia wskazało mniej niż 10% respondentów (tabela 46).

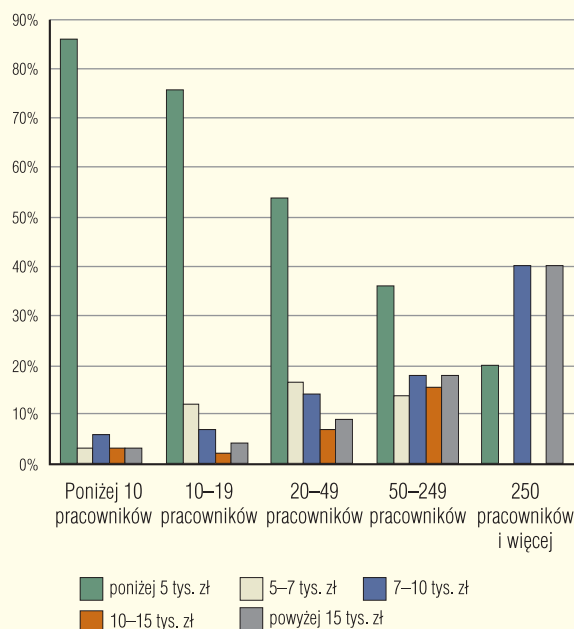
Badania potwierdziły silną zależność między wielkością zatrudnienia a kwotą, jaką przedsiębiorcy są skłonni zapłacić za usługi doradcze. Jest to dość oczywiste – im większa firma, tym większą kwotę jest skłonna przeznaczyć na ten cel.

Tabela 46. Tematyka szkoleń najbardziej potrzebnych firmie

Wyszczególnienie	Odsetek
Zasady realizacji zamówień publicznych w Polsce i w krajach UE	8,38
Rejestracja i prowadzenie działalności gospodarczej w krajach UE	4,84
Wymogi ubezpieczeniowe dla przedsiębiorstw działających na terenie UE	4,58
Informacje podstawowe i aspekty prawne wdrażania systemów zarządzania jakością	10,60
Aspekty prawne wdrażania systemów zarządzania środowiskowego (np. EMAS)	4,84
Oznaczanie wyrobów w krajach UE	4,58
Standardy wymagane w branżach – certyfikaty branżowe (HACCP)	15,70
Pozyskiwanie dotacji z funduszy strukturalnych UE	43,19

Źródło: Obliczenia własne na podstawie badań.

Wykres 37. Kwoty, jakie przedsiębiorcy są skłonni przeznaczyć na usługi doradcze, a wielkość zatrudnienia



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Uzyskane wyniki są na pewno istotne z punktu widzenia polityki wspierania MSP. Władze regionalne może bowiem niepokoić fakt, iż zapotrzebowanie na usługi doradcze i szkolenia wśród badanych MSP jest niewielkie. Jednak porównując uzyskane wyniki z wynikami innych badań, należy stwierdzić, iż są one typowe dla sektora MSP (powtarzają się w wielu badaniach). Świadczy to o niedocenianiu roli kapitału ludzkiego w mniejszych podmiotach gospodarczych i traktowaniu wydatków na inwestowanie w rozwój wiedzy i kompetencji

Raport 2008

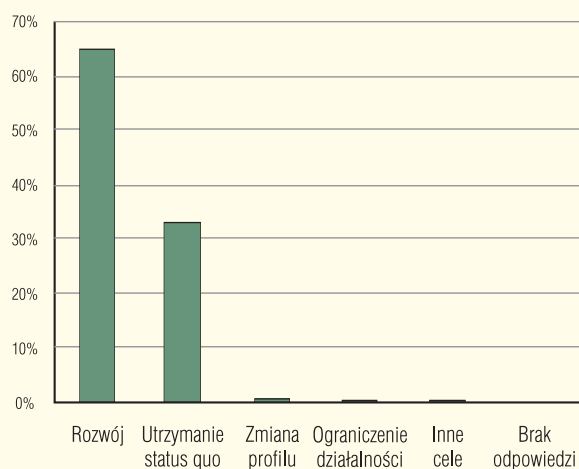
ludzi jako mniej istotnych (czasem zbędnych) niż wydatki na inwestycje „twarde” (maszyny, urządzenia, technologie, budynki). Przedsiębiorcy nie są na ogół zainteresowani poszerzaniem wiedzy, a ewentualne szkolenie lub usługa doradcza ma im pomóc w rozwiązaniu konkretnego problemu. Oczekiwania przedsiębiorców są bardzo praktyczne. Ponadto należy pamiętać, że popyt na tego typu usługi nie jest przeważnie elementem realizowanej strategii, a pojawia się przeważnie ad hoc, często w odpowiedzi na zachodzące zmiany lub pojawiające się możliwości (np. pozyskania środków z UE).

A zatem szkolenia i usługi doradcze powinny być z założenia kierowane do niewielkiej grupy odbiorców, zainteresowanych na przykład eksportem lub pozyskaniem certyfikatów. Bardzo istotną i trudną jednocześnie kwestią jest przepływ informacji.

Cele i zamierzenia badanych firm

Przyszłość przedsiębiorstwa zależy w dużym stopniu od celów, jakie właściciel lub zarząd firmy wyznacza na przyszłość*. Głównymi celami na najbliższe dwa lata, wskazanymi przez przedsiębiorców w 2006 roku, były rozwój (umiarkowany: 55,1% lub szybki: 9,8%), utrzymanie profilu i skali działalności (33,1%) i w bardzo ograniczonym stopniu zmiana profilu działalności (0,7%), jej ograniczenie (0,5%) oraz inne cele, nieopisane w ankiecie (0,5%).

Wykres 38. Cele przedsiębiorców wskazane w 2006 roku

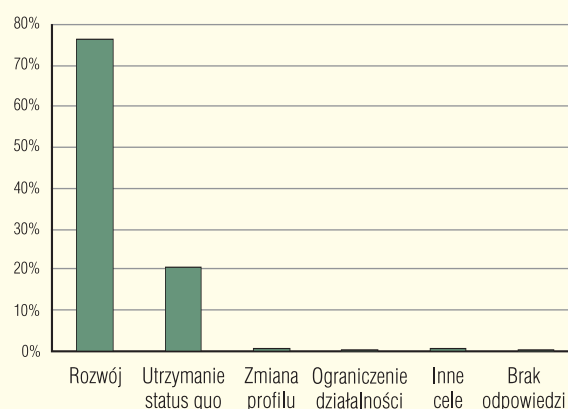


Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Powyższe wyniki zostały uznane za bardzo optymistyczne podejście do przyszłości firmy, a ich analiza była opatrzona

uwagą o małym prawdopodobieństwie ich spełnienia. W roku 2008 ta sama grupa przedsiębiorców odpowiedziała na to samo pytanie jeszcze bardziej optymistycznie. Rozwój firmy wskazało 76,5% badanych, utrzymanie profilu i skali działalności – 20,8% badanych, zmianę profilu – 0,8%, ograniczenie działalności – 0,4%, a także zlikwidowanie firmy – 0,5% badanych.

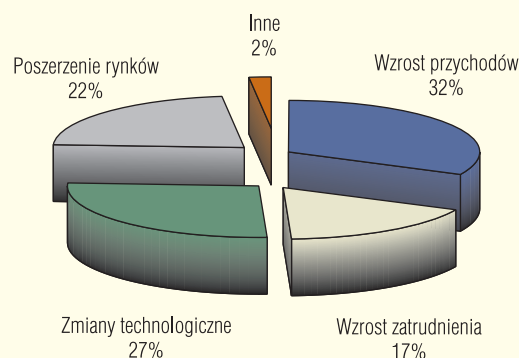
Wykres 39. Cele przedsiębiorców wskazane w 2008 roku



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Analiza celów wskazanych w roku 2006 i roku 2008 przez te same jednostki wskazała jednak, że tylko 65,4% właścicieli podtrzymało w roku 2008 chęć realizacji celu wskazanego w 2006 roku, a ponad połowa (54,1%) planowała w obu badaniach rozwój swoich firm. Ponadto 9,6% firm chciało się rozwijać w 2006 roku, a obecnie zakłada jedynie utrzymanie się na rynku.

Wykres 40. Rozumienie pojęcia rozwój przez przedsiębiorców, dla których jest on głównym celem



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

* J. Wasilczuk, K. Zięba, P. Dominiak, *Survey on SMEs Growth in the Pomerania Region Phase One: an International Model of Growth*, materiały konferencji USASBE 2008, dostępne w bazie EBSCO; F. Delmar, J. Wiklund, *The Effect of Small Business Managers' Growth Motivation on Firm Growth: A Longitudinal Study*, „Entrepreneurship Theory and Practice”, vol. 32, No. 3, May 2008, s. 437–458.

Tabela 47. Zależność pomiędzy wskazaniami w roku 2006 oraz roku 2008, wartości w procentach (100% – 761 firm) (kolorem żółtym zaznaczono udział firm, które w roku 2008 podtrzymały cele wskazane w 2006 roku)

Cele w 2008 roku	Cele w 2006 roku						Razem
	Rozwój firmy	Utrzymanie	Ograniczenie działalności	Zmiana profilu	Inny cel	Brak odpowiedzi	
Rozwój firmy	54,1%	20,9%	0,4%	0,7%	0,3%	0,1%	76,5%
Utrzymanie status quo	9,6%	11,2%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	20,9%
Ograniczenie działalności	0,1%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%
Zmiana profilu	0,3%	0,3%	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,8%
Likwidacja	0,1%	0,3%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,5%
Inny cel	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%
Brak odpowiedzi	0,4%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%
Razem	64,8%	33,2%	0,5%	0,8%	0,5%	0,1%	100,0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Pytając o rozwój firmy, ankietujący nie narzucali jego definicji. Wiadomo jednak, że pojęcie to jest różnie rozumiane. Stąd też zapytano te firmy, które jako cel wskazały rozwój, o wyjaśnienie, czym on dla nich jest. Wbrew powszechnie panującym opiniom firmy raczej nie chcą zwiększać zatrudnienia – ważniejszy dla nich jest wzrost przychodów (32%), zmiany technologiczne (27%), poszerzenie rynków (22%), a dopiero na czwartym miejscu (17%) wzrost zatrudnienia (wykres 41). Z punktu widzenia przedsiębiorstwa jest to podejście całkiem zrozumiałe. Wzrost zatrudnienia pociąga za sobą bowiem przede wszystkim koszty i jeżeli zwiększenie aktywności firmy może się odbywać na przykład poprzez zmiany technologiczne (które przeważnie są związane z jednorazowym wydatkiem, lub też mogą być finansowane przez kredyt lub ze środków unijnych), to przedsiębiorca z pewnością wybierze taką opcję. Ponadto dla wielu firm problemem nie jest zbyt mała produkcja, a brak możliwości jej sprzedaży – stąd też być może wskazania na poszerzenie rynków, które z jednej strony może zwiększyć możliwości zbytu produkowanych produktów, z drugiej może wymusić wzrost produkcji, wymuszający z kolei zwiększenie zatrudnienia.

Powyższe wnioski można pogłębić w oparciu o odpowiedzi na pytania dotyczące przewidywanych zmian w wielkości sprzedaży oraz zatrudnienia. I tu znowu przedsiębiorcy spodziewają się w większym stopniu wzrostu sprzedaży (67,4%) niż zatrudnienia (40,3%). Co więcej, nie wszyscy przedsiębiorcy, którzy zadeklarowali wzrost sprzedaży, chcieli wzrostu zatrudnienia, czego ilustracją jest tabela 48, przedstawiająca odpowiedzi poszczególnych firm na pytanie o przewidywane zmiany sprzedaży i zatrudnienia na lata 2006–2008.

Tabela 48. Przewidywania dotyczące zmian sprzedaży i zatrudnienia 761 firmach w roku 2006 (kolorem żółtym zaznaczono przewidywania dotyczące takich samych zmian zatrudnienia i sprzedaży)

Przewidywane zmiany – rok 2006	Sprzedaży				Razem
Zatrudnienia	Zmniejszenie	Utrzymanie	Zwiększenie	Brak odpowiedzi	
Zmniejszenie	0,9%	1,1%	3,3%	0,1%	5,4%
Utrzymanie	0,4%	17,1%	37,8%	0,7%	56,0%
Zwiększenie	0,0%	2,8%	34,4%	0,5%	37,7%
Brak odpowiedzi	0,1%	0,3%	0,4%	0,1%	0,9%
Razem	1,4%	21,2%	76,0%	1,4%	100,0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Jednoczesnego zwiększenia sprzedaży oraz zatrudnienia spodziewało się 34,4% przebadanych przedsiębiorców, natomiast 17,1% przewidywało utrzymanie obu wielkości na tym samym poziomie. 37,8% firm zamierzało zwiększać sprzedaż, ale przy tym samym poziomie zatrudnienia. W roku 2008 rozkład przewidywanych zmian zatrudnienia i sprzedaży był zbliżony do tego z 2006 roku (tabela 49).

Jednoczesny wzrost zatrudnienia i sprzedaży zakładało o 1,5 punktu procentowego firm więcej, jednak cały czas było to niewiele ponad jedną trzecią przedsiębiorców. Wzrost

Raport 2008

sprzedaży idący w parze z utrzymaniem zatrudnienia przewidywała mniejsza liczba przedsiębiorców – ich udział w stosunku do 2006 roku spadł o 8 punktu procentowego. Jest to efekt ogólnego spadku przewidywań wzrostu sprzedaży, który wyniósł 9 punktów procentowych w stosunku do roku 2006 (tabela 50). Spadły także przewidywania utrzymania sprzedaży na dotychczasowym poziomie. Bardzo wzrosła natomiast liczba przedsiębiorców, którzy nie potrafili odpowiedzieć na pytanie o przewidywane zmiany w sprzedaży. Może to wynikać z utrzymującej się od dłuższego czasu dobrej koniunktury i obawy, że może się ona wkrótce skończyć.

Tabela 49. Przewidywania dotyczące zmian sprzedaży i zatrudnienia w 761 w roku 2008 badanych firmach (kolorem żółtym zaznaczono przewidywania dotyczące takich samych zmian zatrudnienia i sprzedaży)

Przewidywane zmiany – 2008	Sprzedaży				Razem
Zatrudnienia	Zmniejszenie	Utrzymanie	Zwiększenie	Brak odpowiedzi	
Zmniejszenie	0,8%	0,8%	0,3%	0,5%	2,4%
Utrzymanie	0,4%	15,0%	29,8%	6,8%	52,0%
Zwiększenie	0,1%	2,0%	35,9%	2,4%	40,3%
Brak odpowiedzi	0,0%	0,4%	1,4%	3,4%	5,3%
Razem	1,3%	18,1%	67,4%	13,1%	100,0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Tabela 50. Przewidywania badanych przedsiębiorców dotyczące wielkości sprzedaży – wyniki badań z roku 2006 i roku 2008 (strzałki pokazują kierunek zmian we wskazaniach w 2008 roku w porównaniu z 2006 rokiem)

Wyszczególnienie	2006 rok	2008 rok
Zmniejszenie sprzedaży	1,4%	↓1,3%
Utrzymanie sprzedaży	21,0%	↓18,1%
Zwiększenie sprzedaży	76,0%	↓67,4%
Brak odpowiedzi	1,4%	↑13%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Zmalały także przewidywania dotyczące utrzymania zatrudnienia na obecnym poziomie, zwiększył się odsetek przedsiębiorców przewidujących zwiększenie zatrudnienia, natomiast zmniejszył się udział przewidujących jego zmniejszenie lub utrzymanie. Wzrosła również liczba przedsiębiorców, którzy nie potrafili określić przewidywań dotyczących zatrudnienia (tabela 51).

Porównując wyniki badań całej przebadanej zbiorowości, trudno je jednoznacznie zinterpretować, ogólny obraz jest jednak raczej optymistyczny. Z jednej strony zmniejszyła się liczba firm, które przewidują zwiększenie sprzedaży, z drugiej strony zwiększyła się liczba firm, które przewidują zwiększenie zatrudnienia, a jednocześnie zmniejszyła liczba tych, które chcą to zatrudnienie zmniejszać. Te przewidywania wpisują się zapewne w dobrą koniunkturę naszej gospodarki.

Tabela 51. Przewidywania badanych przedsiębiorców dotyczące zmian zatrudnienia – wyniki badań z roku 2006 i roku 2008 (strzałki pokazują kierunek zmian we wskazaniach w 2008 roku w porównaniu z 2006 rokiem)

Wyszczególnienie	2006 rok	2008 rok
Zmniejszenie sprzedaży	5,4%	↓2,3%
Utrzymanie sprzedaży	56,0%	↓52,0%
Zwiększenie sprzedaży	37,7%	↑40,3%
Brak odpowiedzi	0,9%	↑5,2%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Analiza zmian zatrudnienia i zmian demograficznych w badanej próbie przedsiębiorstw w latach 2006–2008

Zwiększenie zatrudnienia

W tej części raportu analizie poddano zmiany zatrudnienia jedynie w tych w przedsiębiorstwach przebadanych w ramach POG I i POG II, które podały dokładne liczby zatrudnionych w obu badaniach. Takich firm było 729.

Analiza dotyczy liczby zatrudnionych na podstawie umów o pracę, na pełnych etatach. Badano zmiany liczby pracowników, porównując stany z roku 2006 i roku 2008 (oba badania dzieliło kilkanaście miesięcy) w każdej z firm. Takie podejście umożliwiło znacznie głębsze przeanalizowanie procesu tworzenia i likwidacji miejsc pracy w badanej populacji przedsiębiorstw.

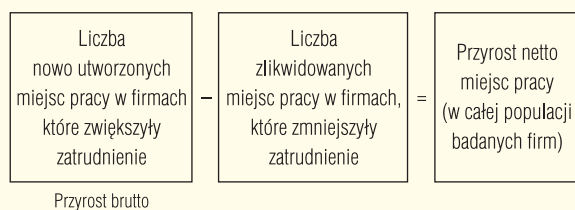
Na podstawie danych dotyczących zatrudnienia przeanalizowano także pewne podstawowe zmiany demograficzne, które zaszły wewnątrz badanej populacji. Możliwe było nie tylko porównanie zmian w strukturze populacji według klas wielkości firm, lecz także – co najważniejsze – prześledzono procesy przechodzenia przedsiębiorstw pomiędzy poszczególnymi klasami. Tego

typu analiza jest bardzo rzadka, ponieważ wymaga powtarzania badań na tych samych próbach oraz odpowiedniego scalania baz danych. Ogromną zaletą badań POG I i POG II było właśnie umożliwienie takich analiz.

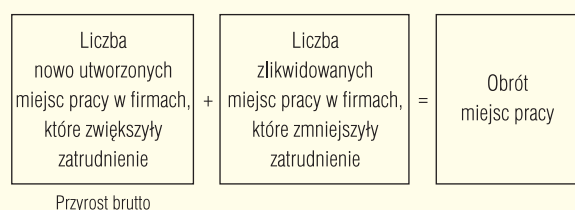
Wyniki badań prowadzonych w ciągu ostatnich kilkunastu lat na świecie i literatura naukowa poświęcona problemom tworzenia nowych miejsc pracy przez sektor MSP pozwalają na sformułowanie kilku hipotez, które mogły być zweryfikowane w niniejszej analizie:

- firmy sektora MSP charakteryzują się bardzo dużymi zmianami zatrudnienia, nawet w krótkim okresie;
- zmiany zatrudnienia w całym sektorze MSP (w całej populacji firm) są rezultatem z jednej strony dużej dynamiki kreacji nowych miejsc pracy przez część firm, z drugiej zaś – dużej dynamiki likwidacji miejsc pracy przez inną część firm tego sektora;
- efektem dynamicznej kreacji nowych miejsc pracy i dynamicznej likwidacji starych miejsc pracy jest znaczna różnica pomiędzy przyrostem brutto miejsc pracy a ich przyrostem netto (rysunek 1);
- sektor MSP charakteryzuje się zatem bardzo wysokim tzw. obrotem miejsc pracy (rysunek 2);
- z powyższych hipotez wynika kolejna, że miejsca pracy tworzone przez poszczególne MSP nie są tak stabilne, jak wskazywałyby na to statystyki zatrudnienia dla całego sektora (wskazują one na wzrost liczby zatrudnionych w MSP w ciągu ostatniego ćwierćwiecza w większości krajów na świecie);
- istnieje negatywna (ujemna) zależność pomiędzy wielkością przedsiębiorstwa a dynamiką wzrostu zatrudnienia (przyrost procentowy zatrudnienia w mniejszych firmach jest wyższy niż w firmach większych).

Rysunek 1. Różnica pomiędzy przyrostem miejsc pracy (zatrudnienia) brutto a ich przyrostem netto



Rysunek 2. Obrót miejsc pracy



Ponadto przyjęto hipotezy dotyczące zmian demograficznych wewnątrz populacji:

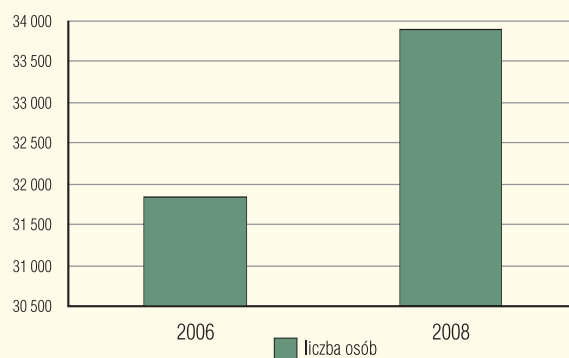
- nawet w krótkim okresie istnieją znaczne wielostronne przepływy przedsiębiorstw wewnątrz populacji;
- efektem tych przepływów są zmiany struktury przedsiębiorstw według klas ich wielkości w populacjach starych, tzn. że nie tylko całe populacje firm i ich struktury zmieniają się pod wpływem dochodzenia do nich firm nowych i wypadania starych, lecz duże znaczenie mają także zmiany zachodzące w populacjach istniejących starych firm.

W celu weryfikacji hipotez postawiono następujące pytania:

- O ile osób i procent zmieniło się zatrudnienie w całej badanej populacji (729 firm)?
- Jaki był przeciętny (na jedną firmę) wzrost zatrudnienia (liczba osób) w całej badanej populacji?
- W ilu przedsiębiorstwach zatrudnienie wzrosło?
- O ile osób i procent nastąpił wzrost zatrudnienia w przedsiębiorstwach, w których liczba pracowników zwiększyła się?
- Ile wynosił przeciętny (na jedną firmę) wzrost zatrudnienia (liczba osób), w tych przedsiębiorstwach, w których zatrudnienie wzrosło?
- W ilu przedsiębiorstwach zatrudnienie spadło?
- O ile osób i procent spadło zatrudnienie w firmach, które zmniejszyły liczbę pracowników?
- Ile wynosił przeciętny (na jedną firmę) spadek zatrudnienia (liczba osób), w tych przedsiębiorstwach, w których zatrudnienie spadło?
- Jak zmieniło się zatrudnienie w poszczególnych klasach wielkości firm?

W roku 2006 roku zatrudnienie łączne w całej grupie przebadanych 729 firm wynosiło 31 826 osób. Na początku 2008 roku przedsiębiorstwa te zatrudniały łącznie 33 885 osób, a zatem przyrost netto miejsc pracy w tej grupie wyniósł 2059 osób, czyli 6,47%.

Wykres 41. Zatrudnienie łączne w firmach w latach 2006 i 2008

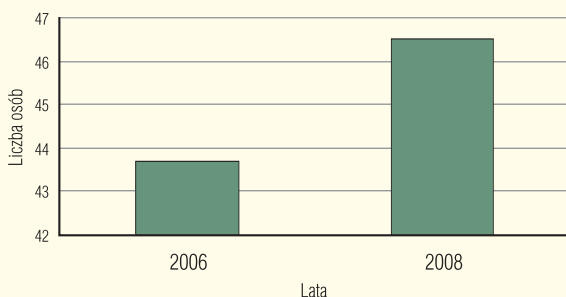


Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Raport 2008

Przeciętne zatrudnienie na jedną firmę wynosiło w 2006 roku 43,7 osoby, a w 2008 roku 46,5 osoby. Wzrost przeciętnego zatrudnienia wyniósł zatem 2,8 osoby.

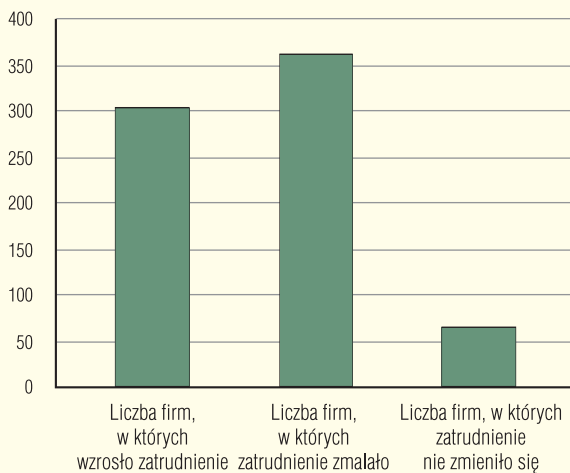
Wykres 42. Przeciętne zatrudnienie w jednej firmie w latach 2006 i 2008



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Zatrudnienie wzrosło w 303 przedsiębiorstwach, co stanowiło 41,6% całej populacji 729 przebadanych firm.

Wykres 43. Liczba firm według zmian zatrudnienia w latach 2006–2008



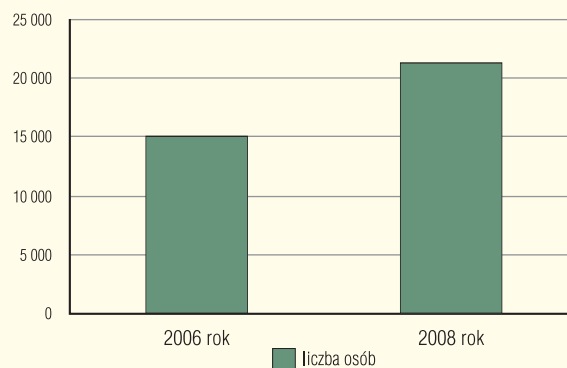
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

W 2006 roku 303 firmy, w których liczba pracowników wzrosła, zatrudniały 15 016 osób, a w roku 2008 – 21 329 osób. Nastąpił zatem łączny wzrost zatrudnienia o 6313 osób, czyli aż o 42%. Tych 6313 nowo zatrudnionych osób stanowi przyrost miejsc pracy brutto w badanej populacji (wykres 44).

W 2006 roku przeciętne zatrudnienie w przedsiębiorstwach, w których w latach 2006–2008 liczba pracowników wzrosła, wynosiło 49,6 osoby, a w roku 2008 – 70,4 osoby. Nastąpił zatem przyrost średniego zatrudnienia o 20,8 osoby. Jest to bardzo poważny skok – od granicy dzielącej firmy małe od

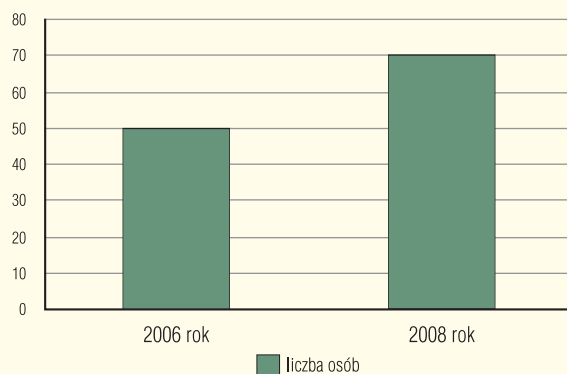
średnich (wynosi ona 49 zatrudnionych) do poziomu jednoznacznie zaliczanego do kategorii firm średnich (wykres 45).

Wykres 44. Zatrudnienie w grupie firm, które zwiększyły liczbę pracowników



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Wykres 45. Przeciętne zatrudnienie w firmach, w których wzrosła liczba pracowników



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

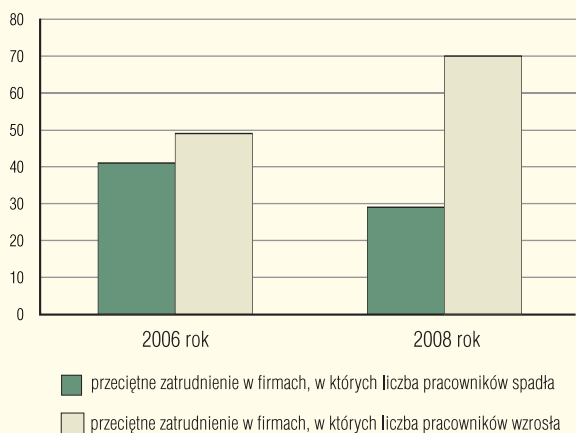
W 360 przedsiębiorstwach zanotowano spadek liczby pracowników (wykres 46). Stanowiły one 49,4% całej badanej populacji. Odsetek ten jest wyższy o prawie 8 punktów procentowych od odsetka firm, w których zatrudnienie wzrosło.

W przedsiębiorstwach, które zmniejszyły liczbę pracowników w latach 2006–2008, zatrudnienie w 2006 roku wynosiło 14 822 osoby, a w 2008 roku zmalało do 10 568 osób. Ubytek miejsc pracy wyniósł 4254, czyli 28,7%.

W 2006 roku przeciętne zatrudnienie (na jedną firmę) w przedsiębiorstwach, które zmniejszyły liczbę pracowników, wynosiło 41,2 osoby. W 2008 roku zmalało ono do 29,4 osoby, czyli niemal o 12 osób (wykres 47).

Wykres 46. Zatrudnienie w firmach, w których zmniejszyła się liczba pracowników

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Wykres 47. Przeciętne zatrudnienie w firmach, które zmniejszyły i które zwiększyły liczbę pracowników

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Warto zwrócić uwagę, jak bardzo pogłębiła się różnica przeciętnego zatrudnienia pomiędzy grupą przedsiębiorstw, w której liczba pracowników wzrosła, a grupą, w której liczba pracowników została zredukowana (wykres 47). W 2006 roku wynosiła ona tylko 8,4 osoby, a w 2008 roku wzrosła aż do 41 osób.

Zmiany w zatrudnieniu w poszczególnych klasach wielkości firm* zostały przedstawione w tabelach 52–54.

Tabela 52. Liczba firm, które zwiększyły zatrudnienie, zmniejszyły zatrudnienie, pozostawiły zatrudnienie bez zmian według klasy wielkości firm

Klasa wielkości firm według liczby zatrudnionych	Liczba firm ogółem	Liczba firm, w których zatrudnienie wzrosło	Liczba firm, w których zatrudnienie spadło	Liczba firm, w których zatrudnienie pozostało niezmienione
Poniżej 10	28	14	9	5
10–19	239	82	128	29
20–49	276	114	139	23
50–249	181	88	84	9
250 i więcej	5	5	0	0
Ogółem	729	303	360	66

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Tabela 53. Odsetek firm w poszczególnych klasach wielkości firm, które zwiększyły zatrudnienie, zmniejszyły zatrudnienie, pozostawiły zatrudnienie bez zmian

Klasa wielkości firm według liczby zatrudnionych	Liczba firm ogółem	Liczba firm, w których zatrudnienie wzrosło	Liczba firm, w których zatrudnienie spadło	Liczba firm, w których zatrudnienie pozostało niezmienione
Poniżej 10	100%	50,0%	32,1%	17,9%
10–19	100%	34,3%	53,6%	12,1%
20–49	100%	41,3%	50,6%	8,1%
50–249	100%	48,6%	46,4%	5%
250 i więcej	100%	100,0%	0%	0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Tabela 54. Struktura firm, które zwiększyły zatrudnienie, zmniejszyły zatrudnienie, pozostawiły zatrudnienie bez zmian według klasy wielkości firm

Klasa wielkości firm według liczby zatrudnionych	Liczba firm ogółem	Liczba firm, w których zatrudnienie wzrosło	Liczba firm, w których zatrudnienie spadło	Liczba firm, w których zatrudnienie pozostało niezmienione
Poniżej 10	3,8%	4,6%	2,5%	7,6%
10–19	32,8%	27,1%	35,6%	43,9%
20–49	37,9%	37,6%	38,6%	34,8%
50–249	24,8%	29,0%	23,3%	13,6%
250 i więcej	0,7%	1,7%	0%	0%
Ogółem	100%	100%	100,0%	100,0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

* W badanej populacji znalazły się firmy, które formalnie nie powinny się w niej znajdować. Chodzi o grupę firm mikro (poniżej 10 zatrudnionych) i grupę firm dużych (powyżej 250 zatrudnionych). Ich obecność wynika stąd, że dobór próby odbywał się w 2006 roku w oparciu o dane dotyczące zatrudnienia pochodzące sprzed kilku miesięcy. W okresie pomiędzy dokonaniem doboru a momentem badań ich sytuacja się zmieniła bądź też dane w rejestrze były niezaktualizowane. Ta pierwsza przyczyna jest dosyć prawdopodobna, ponieważ poziom zatrudnienia w przedsiębiorstwach należących do obu tych grup był bardzo blisko granicy sąsiednich klas – nieco poniżej 10 zatrudnionych w przypadku firm mikro i nieco ponad 250 w przypadku firm dużych. Autorzy raportu, po dyskusji, zdecydowali się włączyć te firmy do analizy, m.in. dlatego, że mogą one stanowić pewne tło dla wyników dotyczących firm małych i średnich.

Raport 2008

Dane te nie pozwalają na zbyt dużo uogólnień. Można jednak zauważyć, że tylko w skrajnych klasach wielkości ponad połowa firm zwiększyła zatrudnienie (50% firm mikro i 100% dużych). Grupy te były jednak bardzo nieliczne. W każdej z pięciu firm dużych, które znalazły się w próbie badawczej, nastąpił wzrost zatrudnienia. I był to wzrost bardzo poważny. Ogółem zatrudnienie wzrosło w nich o 950 osób (tabela 55). Zważywszy, że były to firmy, które w 2006 roku tylko nieznacznie przekraczały próg 250 pracowników, to ich wzrost w ciągu kilkunastu miesięcy trzeba uznać za imponujący (prawie 70%!). W grupie tej były firmy reprezentujące bardzo różne branże (produkcyjne i usługowe).

W ponad połowie firm małych (10–49 zatrudnionych) liczba pracowników spadała. Jednak w tej mniejszej części populacji, w której zatrudnienie wzrosło, wzrost ten był na tyle silny, że bilans ogólny (przyrost netto) miejsc pracy był dodatni i wyniósł 1209 osób (12,2% w grupie 10–19 i 9,4% w grupie 20–49).

Tabela 55. Przyrost netto zatrudnienia w poszczególnych klasach wielkości firm

Klasa wielkości firm według liczby zatrudnionych	Liczba zatrudnionych w 2006 roku w danej klasie wielkości	Liczba zatrudnionych w 2008 roku w danej klasie wielkości	Zmiana liczby zatrudnionych w 2008 roku w stosunku do 2006 roku (liczba osób)	Zmiana liczby zatrudnionych w 2008 roku w stosunku do 2006 roku (w %)
Poniżej 10	193	261	+68	+35,2
10–19	3 385	3 792	+407	+12,0
20–49	8 562	9 364	+802	+9,4
50–249	18 325	18 157	-168	-0,92
250 i więcej	1 361	2 311	+950	+69,8
Ogółem	31 826	33 885	2059	+6,5

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Tabela 56. Przyrost miejsc pracy brutto i netto w poszczególnych klasach wielkości firm

Klasa wielkości firm	Przyrost brutto miejsc pracy (zatrudnienia)	Liczba zlikwidowanych miejsc pracy	Obrót miejsc pracy	Przyrost netto miejsc pracy (zatrudnienia)	Udział poszczególnych klas wielkości firm w przyroście brutto miejsc pracy	Udział poszczególnych klas wielkości firm w przyroście netto miejsc pracy	Udział poszczególnych klas wielkości firm w likwidacji miejsc pracy	Udział w obrocie miejsc pracy
Poniżej 10	101	33	144	68	1,6%	3,3%	0,8%	1,4%
10–19	933	526	1459	407	14,8%	19,7%	12,4%	13,8%
20–49	1882	1080	2962	802	29,8%	38,9%	25,4%	28,0%
50–249	2447	2615	5062	-168	38,8%	-8,0%	61,4%	47,8%
250 i więcej	950	0	950	950	15,0%	46,1%	0	9,0%
Ogółem	6313	4254	10567	2059	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Istotny wniosek wynikający z danych zawartych w powyższych tabelach jest taki: mniejsza część populacji małych i średnich przedsiębiorstw jest kreatorem miejsc pracy. Wśród firm małych przeważają przedsiębiorstwa likwidujące miejsca pracy. Jednak aktywność dynamicznej (jeśli chodzi o zatrudnienie) mniejszości zapewniła dodatni przyrost netto miejsc pracy w tej grupie firm. Wśród firm średnich jest więcej (choć poniżej 50%) firm zwiększających zatrudnienie, ale cała ta grupa odnotowała spadek miejsc pracy netto.

Gdyby pominąć grupy firm mikro i dużych, zmiany zatrudnienia w całej próbie byłyby znacznie słabsze (wzrost od 30 272 do 31 313). Przyrost netto byłby niższy o 1118 osób i wyniósłby tylko 3,4% (wobec 6,5% dla całej grupy 729 firm).

Dane dotyczące przyrostu brutto miejsc pracy, przyrostu netto, liczby zlikwidowanych miejsc pracy oraz obrotu miejsc pracy w poszczególnych klasach wielkości firm zostały zamieszczone w tabeli 56.

Analiza danych w tabeli 56 stanowi bardzo mocny argument na rzecz konieczności rozróżniania przyrostu brutto miejsc pracy i przyrostu netto. Różnice wielkości tych przyrostów w poszczególnych klasach wielkości firm są znaczne. Jeszcze bardziej rozbieżne są udziały poszczególnych klas wielkości przedsiębiorstw w obu typach przyrostów. Rozbieżności te wynikają z wielkości i struktury likwidacji miejsc pracy przez przedsiębiorstwa należące do danych klas wielkości. Patrząc na wielkości przyrostu miejsc pracy netto, najbardziej kreatywnymi klasami wydają się grupy firm

20–49 i ponad 250 zatrudnionych. W przypadku przyrostu miejsc pracy brutto najbardziej kreatywna jest klasa firm zatrudniających 50–249 osób. Ponieważ w tej klasie zostało zlikwidowanych najwięcej miejsc pracy, jej wpływ na przyrost netto był najniższy i na dodatek ujemny.

A zatem odpowiedź na pytanie, jakiej wielkości firmy tworzą najwięcej miejsc pracy, będzie odmienna w zależności od tego, czy chodzi o przyrost miejsc pracy brutto i netto. Pytanie i odpowiedź w tej kwestii są bardzo ważne z punktu widzenia polityki promowania kreacji miejsc pracy. Polityka taka jest w stanie wspierać proces przyrostu miejsc pracy brutto, choć przecież jej celem jest osiągnięcie przyrostu miejsc pracy netto. Powstaje tu więc dylemat czy, biorąc pod uwagę przebadaną próbę, warto adresować politykę prozatrudnieniową do grupy firm zatrudniających 50–249 osób, skoro klasa ta, choć tworzy najwięcej nowych miejsc pracy, to jednocześnie likwiduje najwięcej starych? Trzeba też podkreślić, że firmy tej wielkości charakteryzuje najwyższy obrót miejsc pracy, co świadczy o bardzo wysokiej dynamice zmian zatrudnieniowych. A jest to jeden z mierników przedsiębiorczości danej grupy firm.

Powyższa analiza (tabele 52–56) oparta była na tzw. koncepcji roku bazowego, to znaczy zaklasyfikowano przedsiębiorstwa do odpowiednich klas wielkości na podstawie stanu zatrudnienia w 2006 roku. Jest to koncepcja rzadko możliwa do zastosowania. Pozwala ona na uniknięcie „pułapki rozkładu firm”*, polegającej na tym, że jeżeli porównuje się liczbę zatrudnionych w poszczególnych klasach firm w dwóch badanych momentach, pomija się proces zmian klas firm, który zachodzi pomiędzy tymi momentami. Wzrosty lub spadki zatrudnienia w poszczególnych przedsiębiorstwach powodują przechodzenie jednych firm z klasy wyższej (np. 50–249 zatrudnionych) do klasy niższej (np. 20–49 zatrudnionych). Zmiana struktury zatrudnienia i liczby pracowników w poszczególnych klasach jest wówczas rezultatem nie tylko tworzenia i likwidacji miejsc pracy w firmach zaliczonych w danym momencie do określonej klasy, lecz także owego przechodzenia firm z jednej klasy do drugiej. Jeżeli takie przejścia występują, dochodzi do błędnego przypisywania tworzenia lub likwidacji miejsc pracy przedsiębiorstwom określonej grupy.

Dzięki temu, że w badaniach POG II powrócono do próby przebadanej podczas POG I, uzyskano unikatową możliwość przebadania zmian zatrudnienia nie tylko w całej próbie, lecz także w poszczególnych firmach. Możliwe było również przeanalizowanie zmian w strukturze populacji badanych firm, skali ich przepływu pomiędzy poszczególnymi klasami wielkości. A skala ta okazała się znacząca (tabele 57–59)

Tabela 57. Struktura badanej próby według wielkości zatrudnienia w roku 2006

Klasa wielkości firm według liczby zatrudnionych	2006 rok Liczba firm w poszczególnych klasach wielkości	2006 rok Odsetek firm poszczególnych klas w całej próbie
Poniżej 10	28	3,8%
10–19	239	32,8%
20–49	276	37,9%
50–249	181	24,8%
250 i więcej	5	0,7%
Ogółem	729	100%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Tabela 58. Struktura badanej próby według wielkości zatrudnienia w roku 2008

Klasa wielkości firm według liczby zatrudnionych	2008 rok Liczba firm w poszczególnych klasach wielkości	2008 rok Odsetek firm poszczególnych klas w całej próbie
Poniżej 10	83	11,4%
10–19	191	26,2%
20–49	246	33,7%
50–249	198	27,2%
250 i więcej	11	1,5%
Ogółem	729	100,0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Tabela 59. Przesunięcia firm pomiędzy poszczególnymi klasami wielkości w latach 2006–2008 (*pogrubioną czcionką zaznaczono firmy, które nie zmieniły swojej przynależności do poszczególnych klas wielkości*)

2006 \ 2008	Poniżej 10	10–19	20–49	50–249	250 i więcej	Ogółem
Poniżej 10	16	8	4	0	0	28
10–19	55	141	37	6	0	239
20–49	8	36	192	39	1	276
50–249	4	6	13	153	5	181
250 i więcej	0	0	0	0	5	5
Ogółem	83	191	246	198	11	729

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

* Szerzej na ten temat m.in. w: P. Dominiak, *Sektor MSP we współczesnej gospodarce*, WN PWN, Warszawa 2005.

Raport 2008

Struktura badanej próby zmieniła się bardzo znacznie. Gdyby badania POG prowadzone były na zmienionych próbach, a rezultaty byłyby podobne, można byłoby na przykład sądzić, że takie zmiany jak w tabeli 57 są wynikiem powstawania nowych firm mikro i kurczenia się liczby firm małych. Przy zmianie próby często ulega się złudzeniom tego typu i nie można wychwycić zmian w „starej” populacji. W tabeli 59 zostało pokazane, jak na zmiany w strukturze wpłynęły przesunięcia firm pomiędzy poszczególnymi klasami wielkości. Wpływ przesunięć okazał się bardzo silny.

Ponad 30% (222 przedsiębiorstwa) badanych firm zmieniło swoją przynależność do klas wielkości. Z tego 122 przedsiębiorstwa zostały „zdegradowane” do klas niższych (najmocniej dotknęło to firmy małe z przedziału 10–19 i 20–49), natomiast 100 firm „awansowało” do klas wyższych (tu również dominowały firmy małe). Zaobserwowane przesunięcia trzeba uznać za bardzo duże, szczególnie gdy uwzględni się, że zachodziły w ciągu zaledwie kilkunastu miesięcy. Potwierdza to powszechny pogląd, że sektor MSP charakteryzuje się ogromną dynamiką zmian, nawet w krótkim okresie.

Te wszystkie zmiany spowodowały bardzo istotne przesunięcia w strukturze zatrudnienia firm według klas wielkości (tabela 60). Z punktu widzenia wnioskowania na temat kreacji miejsc pracy przez poszczególne klasy firm ma to duże znaczenie. Wystarczy porównać dane zawarte w tabelach 56 i 60. Trzeba podkreślić, że z reguły w statystykach widoczne są tylko takie dane, jakie zawiera tabela 60 (oparte na klasyfikowaniu firm według stanu zatrudnienia w bieżącym roku), bez uwzględnienia przepływów firm między klasami. Z tabeli 60 wynika, że najwięcej miejsc pracy przybyło w dwóch najwyższych klasach firm (średnie i duże). Natomiast dane zawarte w tabeli 56 prowadzą do odmiennych wniosków w przypadku firm średnich (50–249), których udział w przyroście miejsc pracy netto jest ujemny! Różnica wynika z przesunięć firm z tej klasy do klas niższych i wyższej, co wpłynęło na wynik z tabeli 60.

Odwrotnie wygląda sytuacja w przypadku obu klas firm małych. W tabeli 60 został pokazany ich malejący udział w zatrudnieniu ogółem i bezwzględny spadek liczby osób zatrudnionych, podczas gdy dane zawarte w tabeli 56 ukazują zupełnie odmienny obraz. Udział firm małych (łącznie klas 10–19 i 20–49) w przyroście miejsc pracy brutto wyniósł 44,6%, a w przyroście miejsc pracy netto aż 58,6%. Zatem informacje z tabeli 60 sugerują, że firmy małe zmniejszają zatrudnienie, a średnie zwiększają, zaś w tabeli 56 został pokazany obraz odwrotny. Jest to kolejny dowód na niebezpieczeństwo pułapki rozkładu firm, szczególnie gdy próby są niewielkie a strukturę zatrudnienia analizuje się, dzieląc badaną populację na wąskie klasy wielkości.

Tabela 60. Struktura zatrudnienia firm według klas wielkości

Klasa wielkości firm	2006 rok	2008 rok	Zmiana 2008/2006	2006 rok	2008 rok	Zmiana udziałów
	Liczba osób	Liczba osób	Liczba osób	Odsetek	Odsetek	Punkty procentowe
Poniżej 10	193	460	+267	0,6%	1,4%	+0,8
10–19	3385	2678	-707	10,6%	7,9%	-2,7
20–49	8562	6853	-1709	26,9%	20,2%	-6,7
50–249	18325	19718	+1393	57,6%	58,2%	+0,6
250 i więcej	1361	4176	+2815	4,3%	12,3%	+8,0
Ogółem	31826	33885	+2059	100,0%	100%	0

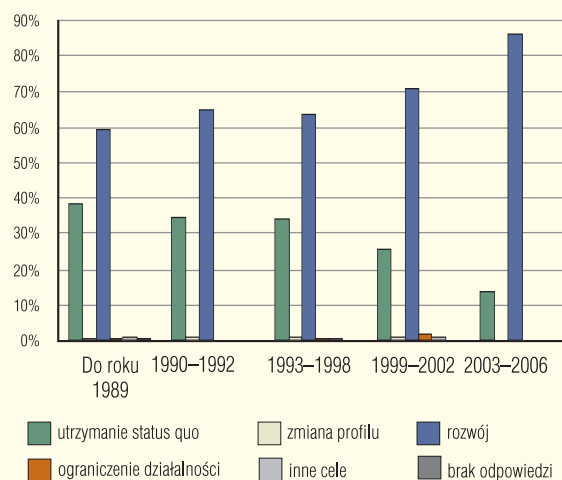
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Podsumowując tę część analizy, należy powrócić do sformułowanych na jej wstępie hipotez. Wyniki badań POG II pozwalają na stwierdzenie, że pięć pierwszych hipotez należy uznać za potwierdzone, a jedynie szóstą za niepotwierdzoną.

Cele i wzrost firm – analiza czynników

Cel firmy w dużym stopniu zależy od wieku i wielkości firmy – ta zależność jest bardziej wyraźna w firmach mniejszych, gdzie decyzje podejmowane są przez właściciela menedżera, a nie przez zatrudnionego menedżera. Spadł udział firm, które chcą się rozwijać wraz z przechodzeniem do kategorii firm starszych, przy jednoczesnym wzroście udziału tych firm wśród zamierzających utrzymać obecną aktywność.

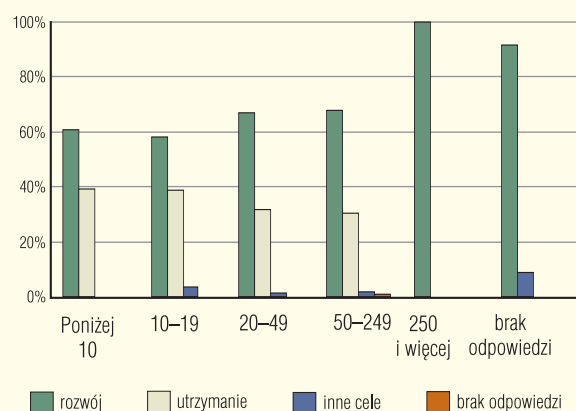
Wykres 48. Cele firm w zależności od wieku według badań z 2006 roku



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Trudno mówić o wyraźnej zależności pomiędzy obieranym w 2006 roku celem firmy a wielkością zatrudnienia. Można natomiast zauważyć, że w przypadku firm dużych, zatrudniających 250 i więcej osób, jedynym celem branym pod uwagę był rozwój (wykres 49).

Wykres 49. Cele firm w zależności od ich wielkości według badań z 2006 roku



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Porównanie całych zbiorowości pozwala na określenie zmian, jakie ta grupa przedsiębiorstw odnotowała w dwóch latach pomiędzy badaniami. Przeanalizowano tym samym wpływ przebadanych czynników związanych między innymi z ich wiekiem, podejmowanymi przez zarząd działaniami czy też przewidywaniami, które w 2006 roku przedsiębiorcy wyartykułowali, na ostateczny efekt mierzalny, którym były zmiany zatrudnienia w badanym okresie.

Podstawowa informacja, którą można uzyskać w oparciu o przeprowadzone badania, to zmiany w zatrudnieniu w poszczególnych firmach. Powyżej przedstawiono już analizę na poziomie sektora, z której wynikał wzrost ogólnego zatrudnienia w firmach, wynoszący 2059 osób. Należy to niewątpliwie uznać za duży sukces przebadanych firm, jednocześnie trzeba pamiętać, że firm, które zwiększyły zatrudnienie, było mniej (303) niż tych, które zatrudnienie obniżyły (360). W związku z powyższym przeanalizowano różne czynniki, z których mogłyby wynikać wzrost lub spadek zatrudnienia.

Interesująca wydaje się być zależność pomiędzy przewidywaniami (planami) przedsiębiorców dotyczącymi zmian wielkości zatrudnienia w najbliższych dwóch latach, o które zapytano firmy w roku 2006, a rzeczywistą zmianą w 2008

roku. W 2006 roku 288 przedsiębiorców przewidywało wzrost zatrudnienia łącznie o 2208 osób, natomiast tylko 41 spadek łącznie o 205 osób. Można zatem stwierdzić, że przedsiębiorcy łącznie bardzo trafnie określili zmiany w zatrudnieniu w 2006 roku, przewidując wzrost netto o 2003 osoby – rzeczywiście do 2008 roku nastąpił wzrost o 2059 osób. Ta trafność dotyczyła jednak całej przebadanej zbiorowości, a nie pojedynczych firm. Bowiem tylko w 29,3% firm przewidywana zmiana zatrudnienia w 2006 roku została zrealizowana w 2008 roku (tabela 61 – trafność przewidywań zaznaczono kolorem żółtym).

Tabela 61. Rzeczywiste i przewidywane zmiany w zatrudnieniu (kolorem żółtym zaznaczono komórki wskazujące na zbieżność przewidywań oraz stanu rzeczywistego)

Przewidywane w 2006 roku zmiany w zatrudnieniu	Rzeczywiste zmiany w zatrudnieniu w latach 2006–2008				Razem
	Spadek	Bez zmian	Wzrost	Brak odpowiedzi	
Zmniejszenie	3,8%	0,3%	1,3%	0,0%	5,4%
Utrzymanie	28,75%	5,9%	18,9%	2,4%	55,9%
Zwiększenie	14,0%	2,4%	19,6%	1,7%	37,7%
Brak odpowiedzi	0,4%	0,0%	0,4%	0,1%	1,0%
Razem	47,0%	8,5%	40,2%	4,2%	100,0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Największe różnice pojawiły się w grupie firm, które przewidywały utrzymanie zatrudnienia (55,9%), podczas gdy zanotowały jego spadek (28,75%) lub też wzrost (18,9%).

Wzrost przedsiębiorstwa mierzony zmianami w zatrudnieniu jest najprostszą metodą określania zmian zachodzących w przedsiębiorstwach*. Z punktu widzenia gospodarki oraz ewentualnych instrumentów wsparcia istotne jest sprawdzenie, dlaczego firmy zwiększyły zatrudnienie.

Po analizie pytań zadanych w roku 2006 i roku 2008 zdecydowano przeprowadzić badanie następujących obszarów:

- wprowadzone w ostatnich dwóch latach zmiany w firmie;
- działania eksportowe;
- wzrost wydajności;
- planowanie: opracowany plan finansowy i biznesplan;
- finansowanie działalności – źródła finansowania, aktywność w ubieganiu się o kredyty bankowe;

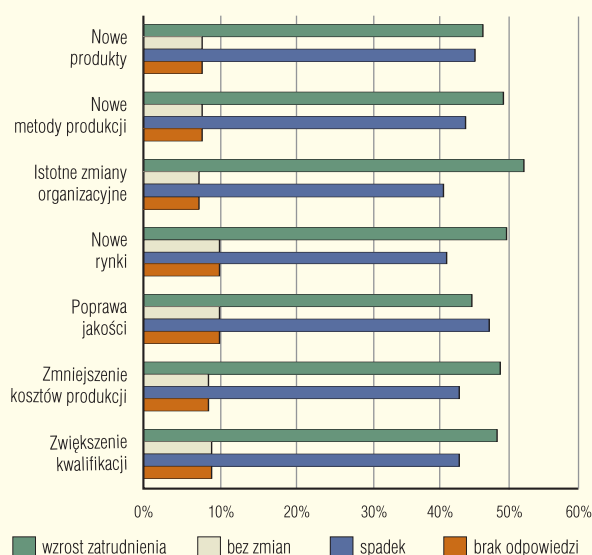
* A. Willem, H. Crijns, *Measuring company growth: The effects of different growth periods, growth criteria and portfolio structures on the identification of high growers*, [w:] materiały konferencji RENT XII, Lyon 1997; J. Wasilczuk, *How does the choice of growth indicators influence the research output*, [w:] materiały konferencji RENT XVII, Łódź 2003.

Raport 2008

- współpraca z innymi firmami: dostawcami, klientami, podwykonawstwo;
- przewidywania dotyczące dalszego wzrostu.

Odpowiedzi na te pytania zadane w 2008 roku konfrontowano ze zmianami zatrudnienia (zatrudnienie w 2008 roku – zatrudnienie w 2006 roku), nie brano jednak pod uwagę dynamiki zmiany zatrudnienia (a ta wynosiła od -209 do +548 osób).

Wykres 50. Zmiany wprowadzone w badanych firmach w ostatnich dwóch latach, a wzrost zatrudnienia



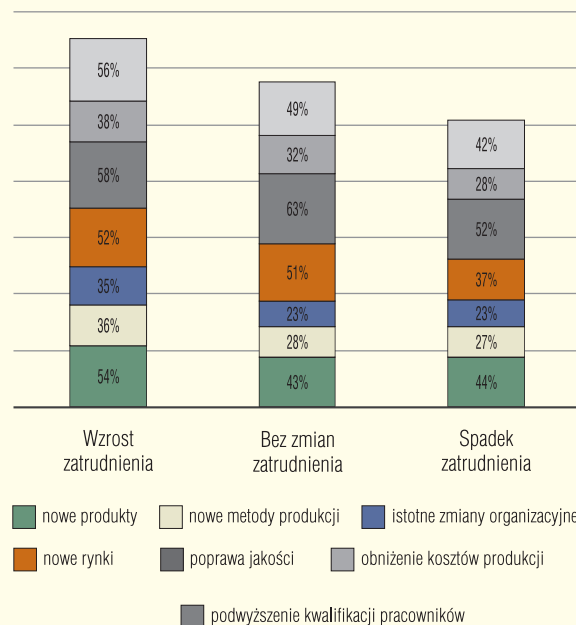
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

W 2008 roku przedsiębiorcy zostali poproszeni o określenie zmian, jakie przeprowadzili w ostatnich dwóch latach. Wśród firm, które dokonały takich zmian, częściej znajdowały się te, które jednocześnie zwiększyły zatrudnienie (wykres 51). Wszystkie przedstawione na wykresie zależności, z wyjątkiem zmian jakości, są istotne statycznie, jednak siła ich związku jest mała. Największe różnice uwidoczniły się w przypadku istotnych zmian organizacyjnych – jednak nie jest to zaskakujące, bowiem zwiększenie zatrudnienia wymusza tego typu zmiany i raczej w ten sposób należy zinterpretować wyniki. Firmy wchodzące na nowe rynki oraz wprowadzające nowe metody produkcji miały także większe szanse na znalezienie się w grupie firm, w których wzrosło zatrudnienie. Widać natomiast wyraźnie małe znaczenie poprawy jakości i niewielkie wprowadzania nowych produktów.

Firmy, w których wzrosło zatrudnienie, wprowadziły więcej zmian, a częstość zmian malała wraz z przechodzeniem

do kolejnych klas przedsiębiorstw (bez zmian spadek zatrudnienia). Wynika stąd, iż przedsiębiorcy firm wzrostowych byli bardziej aktywni.

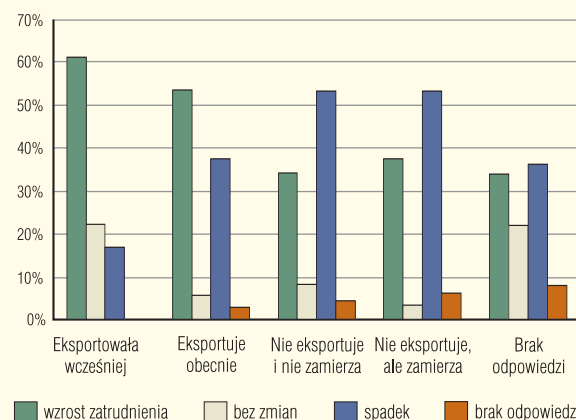
Wykres 51. Odsetek wprowadzonych zmian w badanych firmach o różnych zmianach w zatrudnieniu (2008 rok)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Jednym ze sposobów rozwoju firm jest eksport. Na podstawie wyników przeprowadzonych badań można stwierdzić, że w firmach, które eksportowały lub obecnie eksportują, zatrudnienie wzrosło częściej (wykres 52.). Przeciwny wniosek można wyciągnąć na temat firm, które nie eksportują i nie zamierzają tego robić.

Wykres 52. Działalność eksportowa firm w zależności od zmian w zatrudnieniu

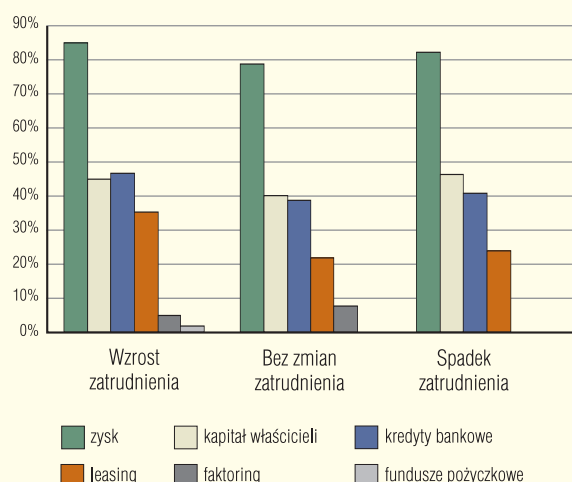


Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Przedsiębiorstwa, w których wzrosło zatrudnienie, nie wyróżniały się wśród przebadanej grupy wzrostem wydajności, ani też częstszym opracowywaniem planów finansowych.

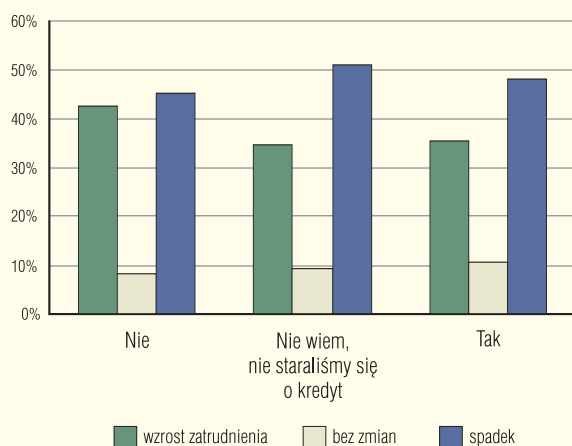
Wśród firm nieposiadających biznesplanu (nawet w wersji nieformalnej) przeważały firmy, które odnotowały spadek zatrudnienia (56%), nad tymi, w których zatrudnienie wzrosło (32%).

Wykres 53. Odsetek firm o różnych zmianach zatrudnienia w finansowaniu działalności z różnych źródeł



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Wykres 54. Trudności w uzyskaniu kredytu bankowego w zależności od zmian zatrudnienia



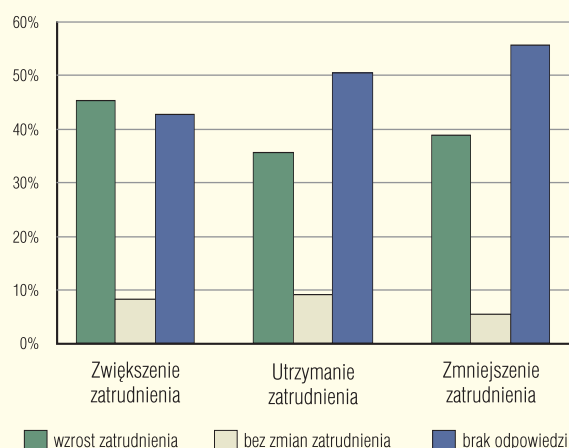
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Analizując źródła finansowania badanych firm, okazuje się, że firmy, które zwiększyły zatrudnienie, częściej korzystały z bardziej „wyrafinowanych” źródeł finansowania. Ponad 80% wszystkich firm, które zgłosiły się do funduszy

pożyczkowych, zwiększyło zatrudnienie; w tej grupie znalazło się też ponad 70% firm korzystających z faktoringu i 50% firm korzystających z leasingu. Natomiast firmy, które odnotowały spadek, częściej występowały w grupie firm korzystających z zysków, kapitału właściciela czy też kredytów bankowych, chociaż ta przewaga nie była taka wyraźna.

Z analizy wynika, że firmy, w których wzrosło zatrudnienie, miały bardziej pozytywny stosunek do banków, przejawiający się zarówno częstszym aplikowaniem o kredyty, jak i mniej negatywnymi odczuciami dotyczącymi trudności w jego uzyskaniu (wykres 55).

Wykres 55. Przewidywane w 2008 roku zmiany w zatrudnieniu w zależności od zmian zrealizowanych w latach 2006–2008 (pominięto opcję brak odpowiedzi)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Z analizy danych wynika także, że zarówno firmy, które zwiększyły zatrudnienie, jak i te, które tego nie zrobiły, nie różniły się z punktu widzenia współpracy z innymi firmami (i z dostawcami, i z odbiorcami, ale także w zlecaniu prac na zewnątrz).

Z punktu widzenia nie tylko zmniejszania bezrobocia (cel makroekonomiczny), lecz także samego rozwoju firmy, ważne jest, by nie poprzestawać na osiągniętych efektach, ale dalej te osiągnięcia pogłębiać. Dlatego w 2008 roku ponowiono pytanie o przewidywania dotyczące wzrostu zatrudnienia. Wśród firm, które zamierzają zwiększać zatrudnienie, nieznacznie przeważają firmy, które już to zrobiły (wykres 55), ale także te, w których zatrudnienie spadło. Te ostatnie przeważały w grupie firm zamierzających utrzymać oraz zmniejszyć zatrudnienie.

Informacje przedstawione na wykresie 55 nie mają jednak dużej wartości poznawczej z punktu widzenia przyszłości tych

firm, bowiem jak wynika z badań, tylko około 30% przedsiębiorców przewidziało poprawnie zmiany w zatrudnieniu w 2006 roku (patrz wyżej). Jednak nie należy zapominać o bardzo dużej wadze intencji, które w znacznym stopniu wynikają z postrzegania otoczenia, możliwości firmy oraz własnych możliwości związanych z umiejętnościami zarządzania*.

Podsumowując rozważania dotyczące wzrostu zatrudnienia, można wnioskować, że zależy on od wprowadzonych w ciągu ostatnich dwóch lat zmian, działań eksportowych, planowania działalności i aktywności w ubieganiu się o kredyty. Nie odnotowano natomiast wpływu wzrostu wydajności oraz współpracy z innymi firmami.

Wnioski z analizy MSP

Powrót w ramach POG II do tych samych przedsiębiorstw, które były przedmiotem badań w ramach POG I, stworzył warunki do analiz, jakie nie byłyby możliwe w innych przypadkach.

Porównanie sytuacji poszczególnych firm, zachodzących w nich zmian, zgodności deklarowanych celów i działań z ich osiągnięciami stworzyło unikatową w skali kraju możliwość zbadania sytuacji w sektorze MSP.

W wielu przypadkach udało się skonfrontować wyniki otrzymane w efekcie porównań „fotografii” badanej grupy jako całości w roku 2006 i w roku 2008 z wynikami porównań zmian w poszczególnych przedsiębiorstwach. **Efekty tych konfrontacji są bardzo mocnym argumentem na rzecz ostrożności w wyciąganiu wniosków na podstawie całościowych „fotografii” (całych badanych grup).** Wypadkowa zmian, jaką takie „fotografie” pokazują, okazuje się bowiem rezultatem wielokierunkowych zmian w poszczególnych firmach.

Najlepszym tego dowodem są zaobserwowane zmiany struktury badanej grupy przedsiębiorstw według wielkości zatrudnienia. Mimo krótkiego okresu dzielącego oba badania **nastąpiły bardzo znaczne przepływy firm (i miejsc pracy) pomiędzy poszczególnymi klasami wielkości firm.** Dotyczyło to ponad 30% (222) przedsiębiorstw, z których 122 przeszedł z klas „wyższych” do „niższych”, a 100 firm przeszło w odwrotnym kierunku.

Powyższe przepływy spowodowały, że wnioski dotyczące porównań liczby zatrudnionych w poszczególnych klasach wielkości firm z lat 2006 i 2008 są zupełnie

nieadekwatne do faktycznej kreacji nowych miejsc pracy przez firmy przypisane do poszczególnych klas wielkości w 2006 roku.

Dzięki analizie zmian w poszczególnych firmach możliwe było **uchwycenie różnic pomiędzy przyrostem miejsc pracy brutto (6313) i przyrostem miejsc pracy netto (2059) oraz liczby zlikwidowanych w tym czasie miejsc pracy (4254).** Skala tych wszystkich trzech zjawisk jest duża, szczególnie w tak krótkim okresie. W efekcie bardzo duży był także tzw. obrót miejsc pracy (suma przyrostu brutto i zlikwidowanych miejsc pracy – 10 567). Wskazuje to na wysoką niestabilność miejsc pracy w sektorze MSP.

Mimo pozytywnego bilansu w zakresie zatrudnienia (przyrost netto 2059) należy podkreślić, że **więcej firm zmniejszyło zatrudnienie (360), niż je zwiększyło (303).**

Duża dynamika zmian w badanej populacji jest nieco zaskakująca, ponieważ badana grupa składała się z firm o przeciętnie wyższym zatrudnieniu i starszych niż przeciętne dla całego sektora MSP w Polsce. Takie grupy są zazwyczaj bardziej stabilne niż grupy składające się z firm młodszych i mniejszych.

Badania POG II potwierdziły notowany już w POG I duży optymizm pomorskich przedsiębiorców, co niewątpliwie dobrze rokuje na przyszłość. Większość firm chce się rozwijać. **Jednak pomiędzy oboma badaniami znacznej części firm, deklarujących chęć rozwoju w 2006 roku, nie udało się zrealizować swoich celów.**

Przedsiębiorcy nadal rozumieją pod pojęciem „rozwój” firmy przede wszystkim wzrost przychodów. Wzrost zatrudnienia jest na dalszym planie. Z jednej strony jest to pozytywne, ponieważ oznacza, że firmy chcą się rozwijać przede wszystkim dzięki wzrostowi wydajności pracy. Z drugiej – chociaż wzrosła (w porównaniu do 2006 roku) liczba firm deklarujących zamiar zwiększenia zatrudnienia – nie można się spodziewać takiego samego wzrostu liczby miejsc pracy, jak wzrostu przychodów.

Mimo oceniania konkurencji jako silnej (szczególnie ze strony firm lokalnych i zagranicznych) **prognozy dotyczące zysku w 2008 roku są na poziomie zbliżonym do wyników POG I.**

Głównymi czynnikami determinującymi rozwój/wzrost firmy okazały się w świetle wyników badań: wprowadzone w ciągu ostatnich dwóch lat zmiany (innowacje, inwestycje); działania eksportowe, wzrost wydajności, planowanie

* J. Wasilczuk, K. Zięba, P. Dominiak, *Survey on SMEs Growth in the Pomerania Region Phase One: an Intentional Model of Growth*, materiały konferencji USASBE 2008, dostępne w bazie EBSCO.

(opracowany plan finansowy, opracowany biznesplan) i aktywność w ubieganiu się o kredyty bankowe.

Bariery rozwoju są odczuwane przez badane MSP słabiej niż oczekiwano i słabiej, niż wskazują na to wyniki wielu innych badań. To także świadczy o optymizmie pytanym o to pomorskich przedsiębiorców.

Spośród barier zewnętrznych MSP najsilniej odczuwają **zmienność i niejasność przepisów oraz politykę podatkową**.

Spośród barier wewnętrznych najsilniej odczuwana jest **bariera braku środków finansowych**. W tej grupie jest to bariera wymieniana od lat na czołowym miejscu.

„Nową” barierą rozwoju jest problem ze znalezieniem pracowników, co wynika z dobrej (w okresie badania) koniunktury w Polsce i wiąże się z otwarciem zagranicznych rynków pracy i emigracją.

Tradycyjne **bariery rozwoju MSP są** (co nie jest niespodzianką) **silniej odczuwane przez firmy mniejsze niż większe**.

Pomorskie MSP chętnie podejmują działania zmierzające do wprowadzania nowych produktów, poprawy ich jakości, poszerzenia rynków zbytu lub zdobycia nowych oraz podwyższenia kwalifikacji zatrudnionych pracowników. W świetle przeprowadzonych badań widać, że **coraz powszechniejsza jest świadomość tego, iż wprowadzanie takich zmian jest konieczne, by przetrwać na rynku i mieć szansę na rozwój**.

Współpraca MSP z sektorem naukowo-badawczym jest sporadyczna; podstawowym tego powodem jest brak

takiej potrzeby ze strony przedsiębiorstw. 80% badanych deklaruje jednak chęć implementacji innowacji. Sugeruje to, że warto byłoby podjąć działania zmierzające do wykorzystania zadeklarowanej proinnowacyjności przy udziale ośrodków naukowo-badawczych – brak zapotrzebowania ze strony MSP może bowiem wynikać z braku świadomości potencjalnych korzyści ze współpracy.

W analizowanym okresie **rosły wydatki inwestycyjne pomorskich MSP**, pośrednio potwierdzając ich dobrą sytuację finansową i optymistyczne postrzeganie przyszłości. Szczególnie dynamicznie rosły wydatki inwestycyjne na nieruchomości. Ponieważ nie są to z reguły inwestycje odtworzeniowe, powinny mieć wpływ na przyszły wzrost możliwości produkcyjnych badanych przedsiębiorstw.

Podstawowymi źródłami finansowania działalności MSP są zyski i kapitały własne właścicieli, a ich rola w analizowanym okresie rosła. **Maleje wykorzystanie źródeł zewnętrznych, takich jak leasing, faktoring, fundusze pożyczkowe i venture capital**. Tendencję tę należy ocenić negatywnie.

Niepokojące sygnały wynikają z analiz zapotrzebowania na usługi szkoleniowe i doradcze. Potencjalne zainteresowanie przedsiębiorców korzystaniem z nich jest bardzo słabe. To, iż nie są gotowi do wydawania na nie pieniędzy, może świadczyć albo o braku świadomości w tym zakresie (nadmierna wiara we własne kompetencje, niechęć do inwestowania w rozwój kwalifikacji pracowników, niedocenywanie roli kapitału ludzkiego w firmie), albo o negatywnej opinii na temat jakości tych usług dostępnych w województwie pomorskim. Warto zwrócić uwagę, że bez szkolenia przedsiębiorców i ich pracowników trudno liczyć na efektywniejsze i bardziej zaawansowane wykorzystywanie technologii informacyjnych.



Pomorskie
Obserwatorium
Gospodarcze



2. Mikroprzedsiębiorstwa w POG II

Badania mikroprzedsiębiorstw przeprowadzono w ramach Pomorskiego Obserwatorium Gospodarczego po raz pierwszy. Badania POG I nie obejmowały mikroprzedsiębiorstw, poza niewielką grupą firm, które w 2006 roku widniały w rejestrach jako małe, a okazało się, że zatrudnienie spadło w nich (do momentu badania) do poziomu poniżej dziesięciu osób. W ramach POG II postanowiono włączyć do badań najmniejsze firmy. Głównym celem tej części badań była ocena potencjału tej grupy w zakresie kreacji nowych miejsc pracy. Wybrano trzy powiaty o najwyższym stopie bezrobocia w województwie pomorskim, które miały najniższy poziom pozyskiwania dotacji z Unii Europejskiej w ramach działania ZPORR 3.4. Porównując dane statystyczne, zauważono bowiem, że w powiatach poziom stopy bezrobocia jest odwrotnie proporcjonalny do poziomu pozyskiwania dotacji przez mikroprzedsiębiorstwa.

Wylosowano 705 firm, z których przebadano 250. Przy wstępnej analizie danych odrzucono osiem przedsiębiorstw, w których zatrudnienie przekraczało dziewięć osób (górny limit dla klasy mikroprzedsiębiorstw), toteż poniższa analiza dotyczy grupy 242 firm.

Charakterystyka badanych mikroprzedsiębiorstw

W badaniach uczestniczyły firmy z trzech powiatów: sztumskiego, lęborskiego oraz bytowskiego. Były to głównie firmy funkcjonujące na rynku minimum sześć lat.

Tabela 62. Wiek przebadanych mikroprzedsiębiorstw

Wyszczególnienie	Liczność	Odsetek
Do roku 1988	43	18
1989–1992	66	27
1993–1998	62	26
1999–2002	28	11
2003–2006	12	5
2007–2008	5	2
Brak danych	26	11

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Ten niemłody wiek przebadanych firm oznacza, że analizie zostały poddane firmy o ustabilizowanej sytuacji, których przetrwanie nie jest już bardzo zagrożone (według światowej naukowej literatury przedmiotu najtrudniejsze są pierwsze cztery lata działalności). Ponadto 45% z nich są to firmy, których funkcjonowanie rozpoczęło się w okresie gospodarki centralnie planowanej i w trakcie najgwałtowniejszych w niej zmian (przed 1992 rokiem). Oznacza to, że prowadzący je właściciele musieli wykazać się dużą elastycznością, by utrzymać się na rynku w tym trudnym dla przedsiębiorczości okresie.

W dwóch trzecich były to firmy zaliczane do kategorii samozatrudnienia (61%), w pozostałych firmach średnie zatrudnienie wynosiło 3,7 osoby. Należy jednak zaznaczyć, że większość firm – 89% – zatrudniała do pięciu osób.

Tabela 63. Zatrudnienie w badanych mikroprzedsiębiorstwach

Liczba zatrudnionych	Liczność	Odsetek
1	148	61
2	28	11,6
3	25	10,3
4	14	5,8
5	13	5,4
6	8	3,3
7	3	1,2
8	2	0,8
9	1	0,4
Razem	242	100,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Ten niski poziom zatrudnienia jest konsekwencją branż, w których badane firmy funkcjonują. Były to przede wszystkim firmy usługowe oraz handlowe, a zatrudnienie w nich zazwyczaj jest niewielkie. Wielkość firmy a także branża, w których działały, powoduje, że większość z nich była firmami jednoosobowymi (85%) lub spółkami cywilnymi (11%), a tylko nieliczne spółkami jawnymi (2%), akcyjnymi (0,8%) i spółdzielniami (0,8%).

Posiłkując się literaturowymi doniesieniami na temat wpływu profilu przedsiębiorstwa na jego aktywność, można

powiedzieć, że to, iż badane firmy należały do mniejszych mikrofirm, o jednoosobowej formie prawnej, funkcjonujących w handlu i usługach, powoduje, że nie należą one prawdopodobnie do grupy rozwijających się. Firmy te będą raczej utrzymywały aktywność na dotychczasowym poziomie, a przyrost nowych miejsc pracy będzie raczej niewielki.

Charakterystyka właścicieli badanych mikroprzedsiębiorstw

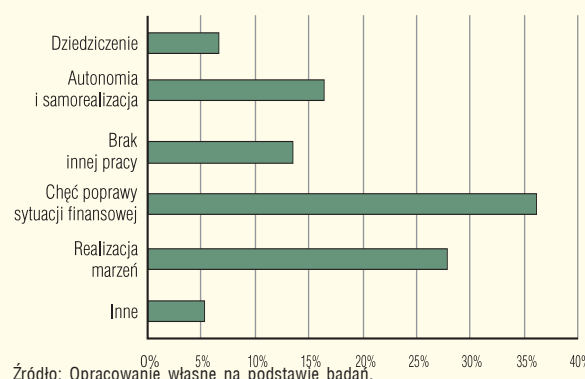
W przypadku firm będących własnością jednoosobową poproszono o informacje dotyczące właściciela: płeć, wykształcenie, wykonywany zawód oraz motywacje, którymi się kierował, zakładając firmę. Pozwoliło to na określenie sylwetki właściciela oraz powiązanie jej z planami oraz osiągnięciami firmy i na próbę określenia wpływu profilu właściciela na funkcjonowanie firmy.

W przypadku 14% przebadanych firm nie uzyskano odpowiedzi na pytanie dotyczące płci właściciela. Stosunkowo dużo przebadanych firm było prowadzonych przez kobiety (34,7%), jest to wskaźnik zbliżony z udziałem kobiet w ogólnej liczbie przedsiębiorców w Polsce, który wynosi 34%*. Przebadani właściciele to przede wszystkim osoby z wykształceniem średnim technicznym (25,2%), średnim ogólnym (19%), wyższym (19,7%) oraz zasadniczym (13,6%). 20% respondentów nie udzieliło odpowiedzi na to pytanie (pytanie dotyczyło wyłącznie firm działających jako własność jednoosobowa). Tylko 4,5% badanych przedsiębiorców prowadziło firmę przed założeniem firmy obecnej, a dodatkowe 5,7% zajmowało stanowiska kierowniczo-menedżerskie. Oznacza to, że co dziesiąty przedsiębiorca miał doświadczenie biznesowe, zakładając swoją firmę. Dla 10,7% właścicieli obecna firma jest pierwszym miejscem pracy. Większość respondentów przed założeniem obecnej firmy pracowała jednak w innej firmie (52,4%); byli też tacy, którzy wykonywali wolny zawód (6,1%).

Dosyć zaskakujący okazał się rozkład odpowiedzi na pytanie dotyczące motywacji do podjęcia działalności

gospodarczej (wykres 56). Motyw w postaci autonomii i samorealizacji był wskazywany równie często jak chęć poprawy sytuacji finansowej**. W przeprowadzonych badaniach ten motyw nie pojawiał się jednak tak często. Na pierwszym miejscu zdecydowanie znalazła się chęć poprawy sytuacji finansowej, a dopiero na drugim autonomia z samorealizacją (20 punktów procentowych wskazań mniej). Niespodziewanie dużo przedsiębiorców – 13,6% – wskazywało motyw braku innej pracy, co może wynikać ze specyfiki regionów dobranych do badań.

Wykres 56. Motywacje badanych mikroprzedsiębiorców



Należy się spodziewać, że przewaga motywów pozytywnych wskazywanych przez przedsiębiorców przyczyni się – zgodnie z wynikami badań w innych krajach europejskich – do podwyższenia współczynnika przeżywalności badanych przedsiębiorstw. Z kolei to, że firmy te powstały nie tylko jako miejsca pracy, może się przyczynić do zwiększenia ich aktywności, chociaż fakt dużego udziału samozatrudnienia wśród przebadanych mikroprzedsiębiorstw jest czynnikiem niekorzystnym z punktu widzenia rozwoju/wzrostu firmy.

Przedsiębiorcy zostali poproszeni o wskazanie głównego celu firmy na najbliższe dwa lata. Niemal dwie trzecie zamierza rozwijać swoje firmy, jedna trzecia chce pozostawić firmy na obecnym poziomie (tabela 64). Niecały 1% przedsiębiorców postanowiło ograniczyć działalność, a 2% zlikwidować ją.

* Aktywność ekonomiczna ludności Polski – IV kwartał 2007, Raport GUS, Warszawa 2008.

** J. Wasilczuk, *Wzrost małych i średnich przedsiębiorstw – aspekty teoretyczne i badania empiryczne*, seria „Monografie”, nr 56, Politechnika Gdańska; F. Delmar, J. Wiklund, *The effect of small business managers; growth motivation of firm growth: A longitudinal study*, op.cit., s. 437–457.

Tabela 64. Główny cel badanych mikroprzedsiębiorstw na najbliższe dwa lata

Wyszczególnienie	Liczba przedsiębiorców	Odsetek przedsiębiorców
Utrzymanie status quo	83	34,3
Rozwój firmy	142	58,7
Ograniczenie działalności	2	0,8
Likwidacja	5	2,1
Brak odpowiedzi	10	4,1
Razem	242	100,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Ponieważ rozwój jest definiowany w różny sposób (zarówno jako zmiany ilościowe, czyli wzrost, jak i zmiany jakościowe), poproszono przedsiębiorców o określenie, co rozumieją pod tym pojęciem. Z punktu widzenia sytuacji na rynku pracy w badanych powiatach dobrze byłoby, gdyby firmy tam funkcjonujące tworzyły nowe miejsca pracy. Dla większości przebadanych przedsiębiorców rozwój nie oznacza jednak zwiększenia zatrudnienia. Przedsiębiorcy przeważnie nie rozumieli rozwoju jako wzrostu przychodów – 83,1%, poszerzenia rynków – 30,28%, i w niewiele mniejszym stopniu, ale na trzecim miejscu, jako wzrost zatrudnienia – 28,17%.

Tabela 65. Rozumienie rozwoju przez 142 przedsiębiorców, którzy obrali rozwój za cel

Wyszczególnienie	Liczba odpowiedzi	Odsetek
Wzrost przychodów	118	83,1
Wzrost zatrudnienia	40	28,2
Poszerzenie rynków	43	30,3
Zmiany technologiczne	23	16,2
Inne	2	1,4
Brak odpowiedzi	2	1,4

Uwaga: przedsiębiorcy mogli wybrać więcej niż jedną opcję odpowiedzi.
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Co więcej – przedsiębiorcy w większym stopniu przewidują zwiększenie wielkości sprzedaży (40,5%) niż zwiększenie zatrudnienia (27,6%) w najbliższych dwóch latach. Oznacza to, że spodziewają się raczej zmian związanych ze zwiększeniem efektywności wykorzystania zasobów, które są w ich posiadaniu, lub też zmian w technologii produkcji

niż prostego przyrostu zatrudnienia. Kilka firm (2,4%) przewiduje zmniejszenie zatrudnienia.

Tabela 66. Przewidywane przez przedsiębiorców zmiany w wielkości zatrudnienia i sprzedaży

Wyszczególnienie	Liczność	Odsetek
Zatrudnienie		
Zmniejszenie	6	2,5
Utrzymanie	153	63,2
Zwiększenie	67	27,7
Brak odpowiedzi	16	6,6
Sprzedaż		
Zmniejszenie	2	0,8
Utrzymanie	81	33,5
Zwiększenie	98	40,5
Brak odpowiedzi	61	25,2

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Przedstawione wyniki są jednak tylko przewidywaniami, stąd też prawdopodobnie nie wszystkim przedsiębiorcom uda się zrealizować powyższe plany, należy się ponadto spodziewać, że niektórzy przedsiębiorcy udzielali odpowiedzi, sądząc, że takich właśnie odpowiedzi powinni udzielać. Wśród odpowiadających znalazł się bowiem taki przypadek, w którym właściciel zadeklarował chęć rozwoju firmy, rozumiejąc to jako wzrost przychodów, przy jednoczesnym oczekiwaniu zmniejszenia sprzedaży. Jest to sytuacja raczej trudna do wyjaśnienia. Przewidywania dotyczące zmian sprzedaży oraz zatrudnienia są uzależnione od tego, czy firma zatrudnia pracowników, czy też nie – zależność ta jest istotna statystycznie.

O tym, że przewidywania te są oparte na odczuciach, a nie wynikają z analizy sytuacji w firmie oraz na rynku, świadczy brak planowania w firmie. Tylko 13,3% przedsiębiorców sporządziło formalny biznesplan bądź to na użytek banku, bądź własny; kolejnych 13,2% posiada nieformalny biznesplan, pozostali (69%) nie mają go w ogóle.

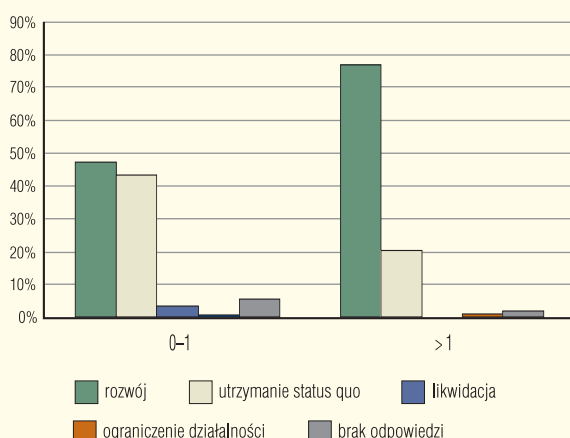
Cele i plany a wielkość i wiek mikroprzedsiębiorstw

Analiza literatury pozwala założyć, że na cele firmy będą wpływały czynniki związane z charakterystyką właściciela oraz firmy. Najczęściej wskazuje się na takie czynniki, jak: motywacje właściciela, jego wykształcenie, doświadczenie

Raport 2008

cechy osobowości. Wśród cech charakteryzujących firmę należy wymienić jej wiek, wielkość, branżę, formę prawną.

Wykres 57. Wielkość firmy a deklarowany główny cel ($\chi^2 = 22,71$, $p = 0,00005$)

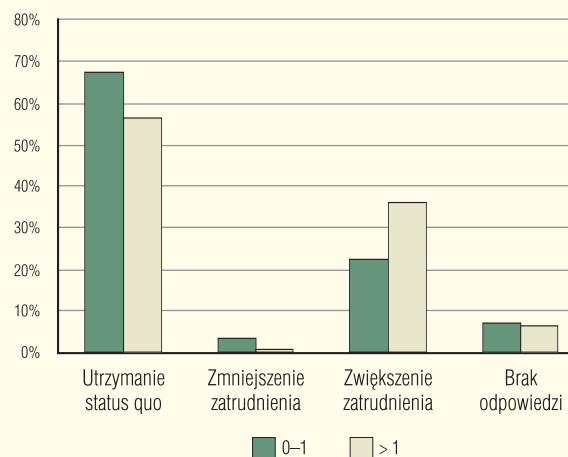


Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Zgodnie z przewidywaniami właściciele tworzący tylko dla siebie miejsca pracy w mniejszym stopniu niż pozostali deklarowali rozwój jako główny cel (wykres 57). Warto także podkreślić, że w grupie przedsiębiorców niezatrudniających pracowników udział zarówno przedsiębiorców zamierzających rozwijać firmy, jak i tych chcących zachować dotychczasowy poziom aktywności był taki sam, podczas gdy przedsiębiorcy zatrudniający pracowników w dużo większym stopniu zamierzali firmy rozwijać, niż utrzymywać stan istniejący.

Spodziewano się także mniejszego udziału firm zamierzających zwiększać zatrudnienie wśród samozatrudnionych. Okazało się, że rzeczywiście taka zależność istnieje, jednak różnica pomiędzy firmami nie jest tak duża (wykres 58).

Wykres 58. Przewidywania dotyczące zatrudnienia w firmach niezatrudniających pracowników oraz zatrudniających więcej niż jednego pracownika (ale mniej niż dziesięciu) ($\chi^2 = 7,2$, $p = 0,02625$)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Firmy najstarsze w największym stopniu deklarowały utrzymanie status quo, chociaż i tak aż 35% z nich wskazało na rozwój jako główny cel firmy.

Tabela 67. Deklarowany cel a wiek firmy

Wyszczególnienie	Przed rokiem 1988	1989–1992	1993–1998	1999–2002	2003–2006	2007–2008
Utrzymanie status quo	53	29	31	18	33	0
Rozwój	35	68	60	75	67	100
Ograniczenie działalności	0	0	2	4	0	0
Likwidacja	7	0	2	4	0	0
Brak odpowiedzi	5	3	6	0	0	0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Tabela 68. Przewidywania dotyczące zatrudnienia w zależności od wieku firmy

Wyszczególnienie	Przed rokiem 1988		1989–1992		1993–1998		1999–2002		2003–2006		2007–2008	
		%		%		%		%		%		%
Zwiększenie	6	14	19	29	22	35	10	36	5	42	4	80
Utrzymanie	30	70	41	62	37	60	16	57	6	50	1	20
Zmniejszenie	3	7	1	11	1	2	1	3	0	0	0	0
Brak odpowiedzi	4	9	5	8	2	3	1	4	1	8	0	0
Razem	43	100	66	100	62	100	28	100	12	100	5	100

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Uwaga: 26 firm nie podało wieku.

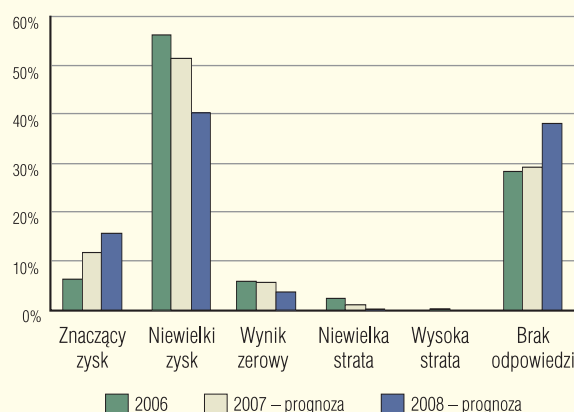
Pomimo braku wyraźnego wpływu wieku na deklarowane cele zaobserwowano wpływ tego pierwszego na przewidywania właściciela dotyczące zmian w zatrudnieniu. Im młodsza firma, tym częstsze wskazania na przewidywany wzrost zatrudnienia (tabela 68). Wprawdzie dla firm założonych w latach 2003–2007 obserwacji było mniej niż dla firm starszych, ale nawet dla pierwszych trzech przedziałów wiekowych ten trend jest wyraźnie widoczny. Wpisuje się to we współczesny nurt badań nad prawem Gibrata. Badania te wskazują na odwrotne skorelowanie wieku ze wzrostem firmy.

Dużym zaskoczeniem był wysoki udział kobiet, które wskazały rozwój jako cel główny firmy (61%), podczas gdy taki cel podało 56% mężczyzn. Wynik ten jest niezgodny z powszechnie funkcjonującym przekonaniem o mniej przedsiębiorczych zachowaniach kobiet. Jest to także sprzeczne z wynikami przeprowadzanych wcześniej badań*. Wskazania celów rozwojowych przekładają się także na przewidywania dotyczące wzrostu sprzedaży: spodziewa się ich 45% kobiet i 36% mężczyzn. Większy optymizm kobiet jest następnym zaskoczeniem – zazwyczaj wskazuje się na ich większą powściągliwość w wyrażaniu opinii o firmie.

Zysk i przychód w badanych mikroprzedsiębiorstwach

Wyjaśnieniem optymistycznego postrzegania przez przedsiębiorców przyszłości firmy jest osiągnięty i przewidywany zysk w latach 2006–2008. Ponad połowa badanych mikroprzedsiębiorców osiągnęła w 2006 roku zysk (56,2% niewielki, 6,6% znaczący). Jedynie 2,8% wskazało na niewielką lub wysoką stratę (28,5% respondentów nie odpowiedziało na to pytanie). Nieznacznie mniej optymistycznie przedstawiała się sytuacja w 2007 roku (wykres 59) – pytano co prawda o przewidywany zysk, ale badania były prowadzone już na początku 2008 roku, więc należy przypuszczać, że podane prognozy dotyczyły zysku uzyskanego. Przewidywania na rok 2008 wskazują na jeszcze większy optymizm. Grupa przedsiębiorców spodziewających się straty (wysokiej i niewielkiej) skurczyła się do 0,8%, natomiast część przedsiębiorców, którzy do tej pory osiągnęli niewielki zysk, przewiduje osiągnięcie znaczącego zysku. Jednocześnie wraz ze wzrostem niepewności (rok 2008) malała liczba udzielanych odpowiedzi.

Wykres 59. Osiągnięty i przewidywany zysk w latach 2006, 2007 i 2008



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Przewidywania przedsiębiorców były do pewnego stopnia antycypacją sytuacji z 2006 roku. Przedsiębiorcy, którzy osiągnęli niewielki lub znaczny zysk w roku 2006, zarówno w roku 2007, jak i w 2008 roku oczekiwali tego samego. Tylko w dwóch przypadkach wszystkie trzy wskazania mówiły o niewielkiej stracie w trzech badanych latach. Jedyna firma, która w 2006 roku poniosła wysoką stratę, spodziewała się znaczącego zysku w 2007 roku, natomiast na temat roku 2008 nie umiała udzielić odpowiedzi.

Zysk osiągnięty w 2006 roku oraz przewidywany na rok 2007 i 2008 rok był zależny od wielkości firmy. Na przykład niewielki lub znaczny zysk przewidywało 87,3% firm niezatrudniających pracowników i 92,9% firm zatrudniających pracowników. Zależność wysokości zysku od wielkości firmy dla wszystkich trzech lat jest istotna statystycznie, o umiarkowanej sile związku.

Należy jednak zaznaczyć, że część właścicieli mogła traktować zysk jako swój dochód: kategoria zysku jest bowiem dla wielu przedsiębiorców działających na małą skalę niejasna – postrzegają ją głównie jako dochód. Zysk w mikrofirmach zasila przede wszystkim budżet domowy, podnosząc ewentualnie dochody dyspozycyjne, nie jest traktowany jako fundusz akumulacji. Dotyczy to przede wszystkim firm jednoosobowych, ale i wielu firm zatrudniających pracowników. Niezależnie jednak od rozumienia pojęcia zysku udzielone odpowiedzi wskazują raczej na optymistyczne spoglądanie badanych przedsiębiorców w przyszłość.

* I. Verheul, A. Stel, R. Thurik, *Explaining the entrepreneurship activity rate of women and men. A macro-level perspective*, [w:] materiały konferencji RENT XVII, Łódź, November 2003; M. Gawrycka, J. Wasilczuk, D. Zych, *Szklany sufit, ruchome schody – kobiety na rynku pracy*, CeDeWu, Warszawa 2007.

Raport 2008

Przedsiębiorcy nie byli chętni do udzielania informacji na temat prognozowanej wielkości przychodu firmy w 2007 roku (50% braku odpowiedzi). Ta grupa mikroprzedsiębiorców, która udzieliła odpowiedzi, spodziewała się przychodu na poziomie poniżej 0,2 mln złotych (36,8%). Znalazło się jednak kilka firm, których przychód mieścił się w przedziale 0,2 mln–0,5 mln złotych – było to 7,8% firm; w przedziale 0,5 mln–1 mln złotych – 2,1% firm oraz powyżej 1 mln – 3,3% firm. Zadeklarowany przez przedsiębiorców w badaniu przychód mieści się w granicach średniej obliczonej na podstawie raportu Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) z 2007 roku i wynoszącej 165 490 zł. Wielkości te można porównywać jednak tylko na bardzo ogólnym poziomie ze względu na różnice metodyczne w badaniach, bowiem pochodzą z 2005 roku (nowsze dane nie są jeszcze opublikowane), a PARP liczyła przychód dla firm mikro z pominięciem rolnictwa i leśnictwa, rybołówstwa i rybactwa oraz administracji publicznej.

Charakterystyka badanych mikroprzedsiębiorstw według powiatów – możliwości tworzenia miejsc pracy

Przebadane powiaty były zróżnicowane pod względem poziomu bezrobocia. Najwyższy występował w największym z powiatów – bytowskim – i wynosił 31,2%, na drugim miejscu znalazł się powiat sztumski – 28,4%, na trzecim łębski – 26,3%. Wśród przebadanych firm najwięcej tych, które zatrudniały powyżej jednej osoby, odnotowano w powiecie bytowskim; przewaga nad pozostałymi powiatami była wyraźna i wynosiła około 30 punktów procentowych.

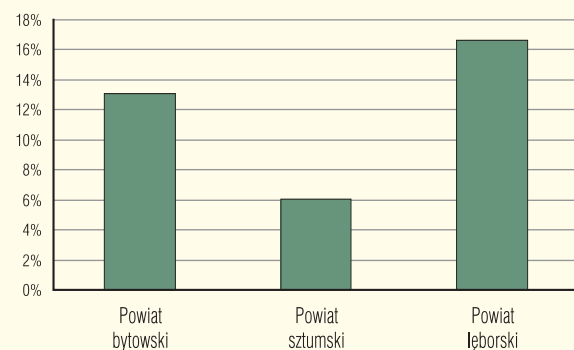
Tabela 69. Odsetek badanych mikroprzedsiębiorstw zatrudniających pracowników w poszczególnych powiatach

Wyszczególnienie	Odsetek
Powiat bytowski	56
Powiat sztumski	27
Powiat łębski	25

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Wysoki stopień bezrobocia w powiecie bytowskim nie idzie w parze z motywem bezrobocia, którym kierowali się przedsiębiorcy, rozpoczynając działalność gospodarczą (wykres 60). Najczęściej kierowali się tym motywem przedsiębiorcy łębscy, a następnie bytowscy.

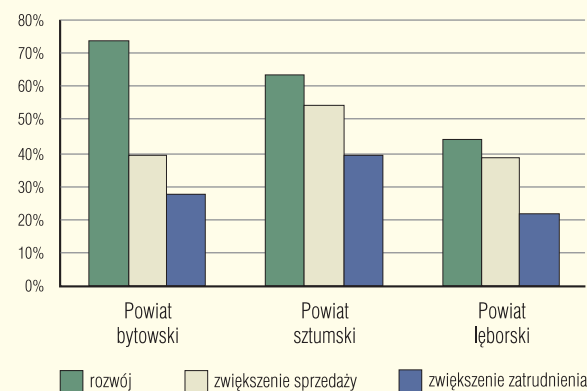
Wykres 60. Odsetek wskazań na brak pracy jako motyw założenia firmy w poszczególnych powiatach



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Z punktu widzenia kreowania nowych miejsc pracy ważne jest, by firmy obierały sobie cele rozwojowe, a jednocześnie planowały wzrost sprzedaży lub zatrudnienia. Na wykresie 61 zostało przedstawione zestawienie odpowiedzi dotyczących tych trzech obszarów w firmach według powiatów. Firmy z powiatu łębskiego najrzadziej wskazywały rozwój jako cel – może to być związane z opisanym powyżej motywem w postaci bezrobocia, którym kierowali się przedsiębiorcy, zakładając firmy w tym powiecie. Różnica pomiędzy tym powiatem, a powiatem bytowskim przodującym pod względem celów rozwojowych wyniosła niemal 30 punktów procentowych. Powiat łębski znajdował się także na ostatnim miejscu z punktu widzenia planowanych wzrostów zatrudnienia w firmach oraz wzrostu sprzedaży.

Wykres 61. Odsetek badanych mikroprzedsiębiorstw w poszczególnych powiatach deklarujących jako cel rozwój i zwiększenie sprzedaży oraz zatrudnienia



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Patrząc na wykres 61, należy wyciągnąć wniosek o bardzo dobrych przewidywaniach dla powiatu sztumskiego. Przedsiębiorcy co prawda wybierali cel w postaci wzrostu

rzadziej niż przedsiębiorcy z powiatu bytowskiego (10 punktów procentowych), jednak w większym stopniu niż w pozostałych dwóch powiatach zakładali wzrost sprzedaży oraz zatrudnienia. Dodając do tego rzadsze wymienianie bezrobocia jako motywu zakładania firm, należy się spodziewać większej dynamiki właśnie mikroprzedsiębiorstw z powiatu sztumskiego.

Zmiany innowacyjne w mikroprzedsiębiorstwach

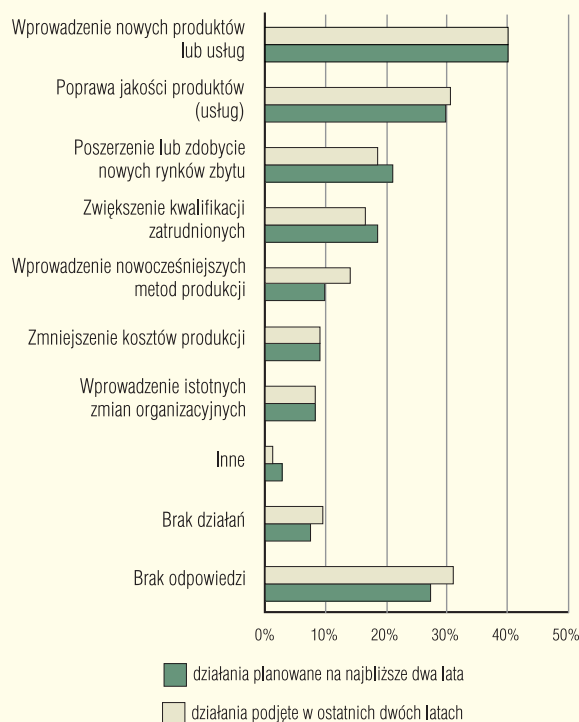
Przełom XX i XXI wieku zaznaczył się dużym nasileniem walki konkurencyjnej. W znacznej części zjawisko to wynika z procesów globalizacyjnych i internacjonalizacyjnych. Choć konsekwencje tych procesów są szczególnie widoczne w przypadku wielkich transnarodowych korporacji, w rzeczywistości oddziałują one także na mniejsze podmioty, w tym również na mikroprzedsiębiorstwa. Zdolność do konkurowania w warunkach globalizacji i rozwoju technologii IT wynika ze zdolności przedsiębiorstw do wprowadzania ciągłych zmian, by nadążać za stale zmieniającym się otoczeniem. Nigdy dotąd klienci nie mieli tak łatwego dostępu do informacji i możliwości porównywania ofert rynkowych przedsiębiorstw, zarówno na płaszczyźnie cenowej, jak i jakościowej*. Zatem zdolność do wprowadzania zmian i ulepszeń może się okazać kluczowa dla przetrwania i rozwoju mikroprzedsiębiorstwa.

Badane mikroprzedsiębiorstwa zdają się doceniać rolę zmian i ulepszeń w prowadzonej działalności gospodarczej (wykres 62). Najczęściej wyrażało się to wprowadzaniem nowych produktów/usług na rynek; w ostatnich dwóch latach działania w tym zakresie prowadziło 40% respondentów, taki sam odsetek planował tego typu działania w nadchodzących dwóch latach. Oczywiście trudno jest tu przesądzać, na ile nowy produkt bądź usługa mają naprawdę nowatorski charakter, a na ile są one jedynie nowym elementem oferty danej firmy, nie stanowiąc nowości na rynku. Nie należy się jednak spodziewać, by ten wysoki odsetek pozytywnych odpowiedzi oznaczał, że znaczna część badanej populacji to schumpeterowscy przedsiębiorcy innowatorzy.

Innym ważnym aspektem była poprawa jakości produktów i usług. Działania w tym zakresie (zarówno te faktycznie zrealizowane, jak i planowane na przyszłość) były udziałem około 30% przebadanej próby. Inne często wskazywane odpowiedzi to poszerzenie bądź zdobycie nowych rynków zbytu (około 20%) i zwiększenie kwalifikacji

pracowników (około 18%). Około 10% badanych wprowadzało (oraz zamierza wprowadzić) nowe metody wytwarzania, planowało zmniejszanie kosztów produkcji i wprowadzenie istotnych zmian organizacyjnych.

Wykres 62. Zmiany w mikroprzedsiębiorstwach: dokonane w ostatnich dwóch latach i planowane na najbliższe dwa lata



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

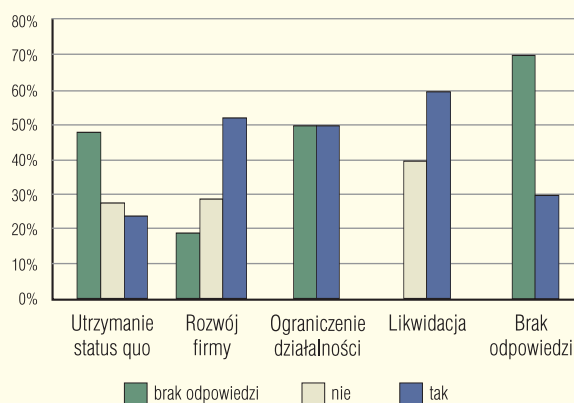
Zaledwie 10% respondentów nie przeprowadziło żadnych zmian w ostatnich dwóch latach; co więcej, tylko 7% badanych nie planuje ich na najbliższe dwa lata. Można zatem stwierdzić, że unikanie zachowawczej strategii w celu utrzymania status quo jest dość powszechne, co może budzić optymizm.

Zarówno działania podejmowane przez mikroprzedsiębiorstwa, jak i działania planowane powinny pozostawać w związku z celami, jakie stawia sobie właściciel. Wyniki otrzymane w ramach POG II przedstawione na wykresach 63, 64, 65, 66 w pełni potwierdzają ten pogląd. Ponad połowa przedsiębiorców stawiających sobie za cel rozwój przedsiębiorstwa wprowadziła w ostatnich dwóch latach nowe produkty lub usługi. Działani takich nie podjął zaś nikt spośród przedsiębiorców planujących ograniczenie swojej działalności.

* W tym aspekcie niezmiernie istotna wydaje się rola Internetu oraz technologii informatycznych i telekomunikacyjnych.

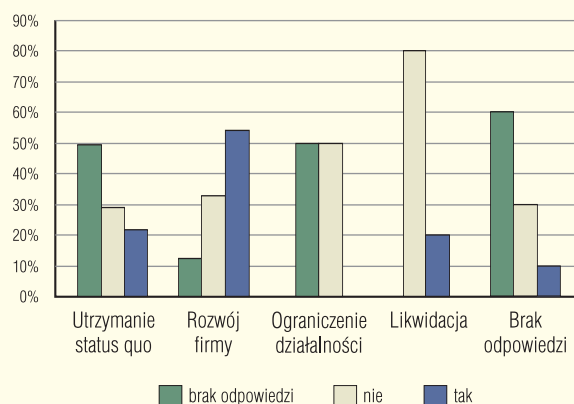
Raport 2008

Wykres 63. Cel przedsiębiorstwa a wprowadzone w ostatnich dwóch latach nowe produkty i usługi



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

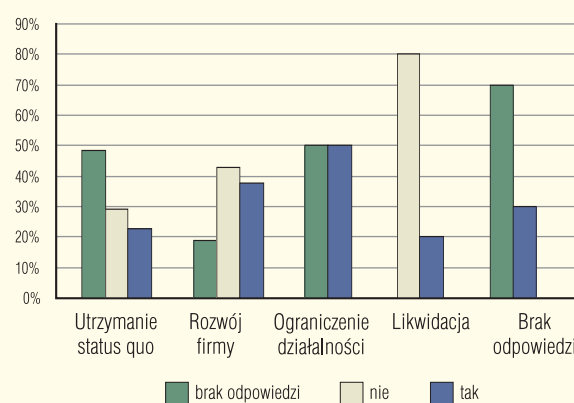
Wykres 64. Cel przedsiębiorstwa a plany wprowadzenia w najbliższych dwóch latach nowych produktów i usług



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

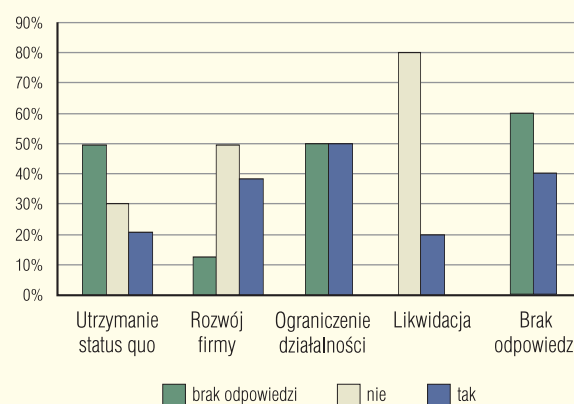
Wprowadzanie nowych produktów/usług nie jest atrybutem jedynie mikroprzedsiębiorstw chcących się rozwijać. Także i te chcące zachować obecną pozycję zmuszone są do takich zachowań – niemal co czwarte mikroprzedsiębiorstwo dążące do utrzymania status quo wprowadziło nowe produkty w ostatnich dwóch latach. Uwagę zwraca bardzo wysoki odsetek mikroprzedsiębiorstw wprowadzających nowe produkty w grupie tych, które planują likwidację działalności w dwóch najbliższych latach. Jeśli otrzymane rezultaty uznać za wiarygodne*, można je tłumaczyć chęcią „ucieczki do przodu”, czyli wprowadzenia nowości pod groźbą spodziewanej utraty udziałów w rynku i wynikającej stąd groźby bankructwa.

Wykres 65. Cel przedsiębiorstwa a poprawa jakości produktów i usług zrealizowana w ostatnich dwóch latach



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Wykres 66. Cel przedsiębiorstwa a poprawa jakości produktów i usług planowana na najbliższe dwa lata



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Co charakterystyczne, podobne rozkłady odpowiedzi otrzymano także w odniesieniu do planów wprowadzenia nowych produktów i usług.

Podobne związki z rozwojowym celem przedsiębiorstwa istnieją także w przypadku pozostałych przebadanych zmian; są one co najwyżej mniej ewidentne, gdyż inne zmiany były rzadziej wprowadzane. Pokazują to wykresy 65 i 66, odnoszące się do poprawy jakości produktów i usług.

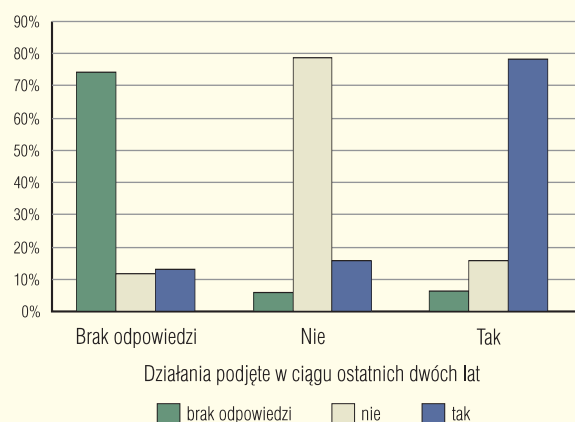
W otrzymanych wynikach uwagę zwraca istotna konsekwencja w działaniach przedsiębiorców. Jeśli bowiem zestawień działania dotychczas zrealizowane z planowanymi na przyszłość, okazuje się, że 70–80% tych przedsiębiorców,

* Wśród respondentów było zaledwie pięć takich przedsiębiorstw, co powoduje, że otrzymane wyniki z dużą dozą prawdopodobieństwa mogą być wynikiem czynników o charakterze losowym.

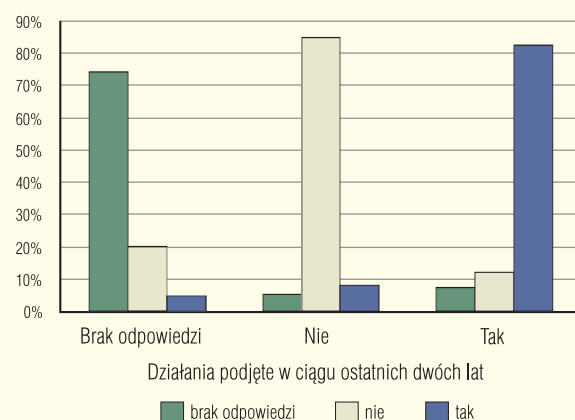
którzy wprowadzali dane zmiany, planuje je kontynuować w najbliższych dwóch latach. Z drugiej strony bardzo podobny, wysoki odsetek tych, którzy zmian nie wprowadzali, nie zamierza ich wprowadzać także w przyszłości.

Wykres 67. Planowane na najbliższe dwa lata zmiany, a zmiany zrealizowane w ostatnich dwóch latach

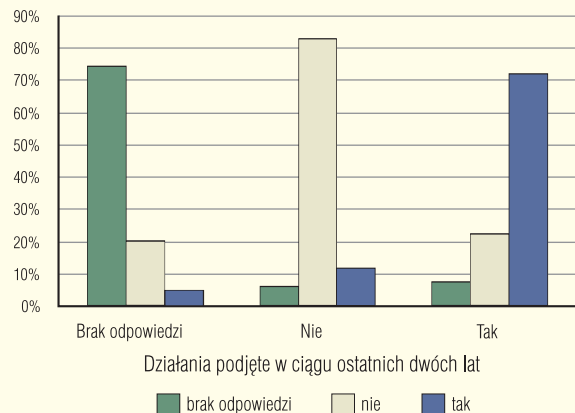
Wprowadzenie nowych produktów



Poprawa jakości produktów



Poszerzenie lub zdobycie nowych rynków zbytu



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

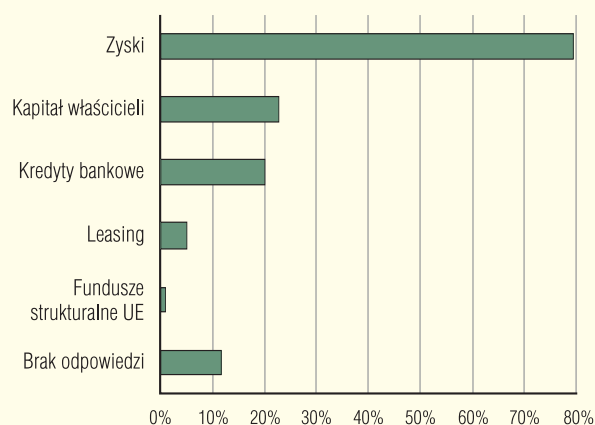
Może to oznaczać, że tendencje rozwojowe będą właściwe jedynie niektórym mikroprzedsiębiorstwom i być może to na nich powinno się skupić wsparcie ze strony samorządowych władz lokalnych i instytucji okołobiznesowych. Prawidłowa identyfikacja tych mikroprzedsiębiorstw, które starają się być konkurencyjne poprzez dostosowywanie się do zmieniającego się otoczenia, byłaby wówczas bardzo ważna, gdyż to szczególnie one mogą się przyczyniać do wzrostu zatrudnienia w regionie. Im zatem należałoby udzielić pomocy i wsparcia w pierwszej kolejności.

Finansowanie działalności badanych mikroprzedsiębiorstw

Finansowanie działalności małych i średnich przedsiębiorstw jest zagadnieniem krytycznym z punktu widzenia możliwości przetrwania i rozwoju. Przedsiębiorstwa te, pozbawione finansowych korzyści skali, mają do dyspozycji znacznie uboższy wachlarz źródeł finansowania niż przedsiębiorstwa duże. W przypadku mikroprzedsiębiorstw wszystkie problemy związane z finansowaniem działalności, które odnotowuje sektor MSP, stają się jeszcze bardziej widoczne i w jeszcze większym stopniu zagrażają ich funkcjonowaniu.

Mikroprzedsiębiorstwa są w znacznej mierze pozbawione dostępu do kapitału. Najczęściej są uruchamiane przy wykorzystaniu własnych oszczędności, a często także z wykorzystaniem funduszy pożyczonych (często w sposób nieformalny) od przyjaciół czy rodziny. Nie budzi zatem zdziwienia, że większość badanych mikroprzedsiębiorstw wskazała na zyski jako główne źródło finansowania działalności.

Wykres 68. Źródła finansowania działalności pomorskich mikroprzedsiębiorstw

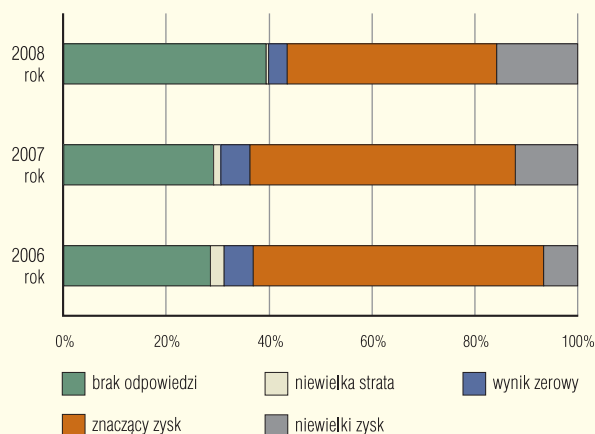


Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Raport 2008

Nasuwa to jednak obawy o to, czy niski zysk bądź jego brak nie zagrażą przedsiębiorstwu bankructwem. Obawy te mogą się wydawać o tyle niezasadne, że niemal dwie trzecie badanych mikroprzedsiębiorstw zakończyło rok 2006 z zyskiem (niewielkim bądź znaczącym), a prognozy na lata 2007 i 2008 są raczej optymistyczne ze względu na rosnący odsetek tych, którzy prognozują osiągnięcie znaczącego zysku. Odsetek ten jest niemal dwa i pół razy większy dla roku 2008 niż roku 2006. Należy jednak pamiętać o tym, że optymistyczne prognozy mogą być w dużym stopniu wynikiem pozytywnych odczuć właścicieli związanych z okresem szybkiego rozwoju gospodarczego w Polsce. Ewentualne spowolnienie gospodarcze z pewnością odbije się na zyskach osiąganych w mikroprzedsiębiorstwach. Co więcej, warto też zauważyć, że o ile odsetek przedsiębiorców oczekujących znacznych zysków rośnie, to jednak odsetek respondentów spodziewających się zysku (dowolnej wielkości) maleje na rzecz osób odmawiających odpowiedzi na pytanie. Może to być wyrazem rosnącej niepewności co do możliwości osiągnięcia zysku (i jego ewentualnej wielkości) w nadchodzących latach.

Wykres 69. Wyniki finansowe pomorskich mikroprzedsiębiorstw (lata 2007 i 2008 – prognozy właścicieli)



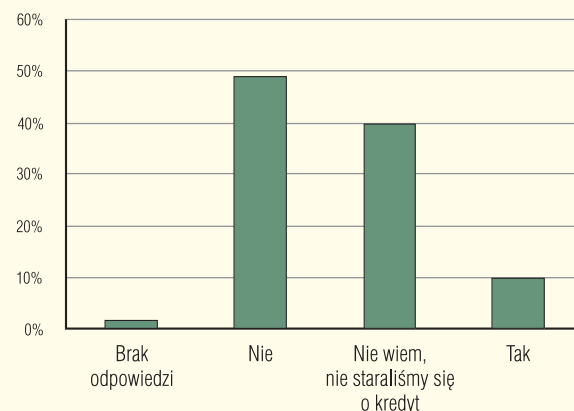
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Kapitały właścicieli, jako źródło finansowania, znalazły się na drugim miejscu, tuż przed kredytami bankowymi. Oba źródła zostały wskazane przez około jedną piątą badanych przedsiębiorców. Można zatem powiedzieć, że zarówno kapitały właścicieli, jak i kredyty bankowe nie stanowią podstawowych źródeł finansowania działalności. W przypadku kapitałów właścicieli może to być o tyle zrozumiałe, że dostępne środki często bywają spożytkowane w fazie rozruchowej przedsiębiorstwa i dlatego bieżąca działalność nie może być nimi finansowana. Niska popularność kredytów bankowych zdaje się wynikać z ich małej dostępności dla mikroprzedsiębiorstw.

Ta ostatnia teza nie znajduje jednak potwierdzenia w wynikach badań. Niemal połowa (49%) badanych stwierdziła, że uzyskanie kredytu bankowego nie jest trudne. Trudności w tym względzie dostrzegało jedynie 10% respondentów. 40% właścicieli mikroprzedsiębiorstw nie miało w tym względzie sprecyzowanej opinii, gdyż nie ubiegali się o kredyt.

Panuje powszechna opinia, że małe przedsiębiorstwa mają utrudniony dostęp do kredytów bankowych głównie ze względu na krótką historię funkcjonowania (co może rzutować na ich zdolność kredytową) i niewielką wartość posiadanych aktywów, co powoduje trudności z uzyskaniem przez bank pożądanego zabezpieczenia. Obydwa czynniki wydają się być raczej immanentnie związane z małymi przedsiębiorstwami, stąd trudno byłoby usunąć bariery w dostępie małych firm do kredytów.

Wykres 70. Opinie dotyczące trudności w uzyskaniu kredytu bankowego



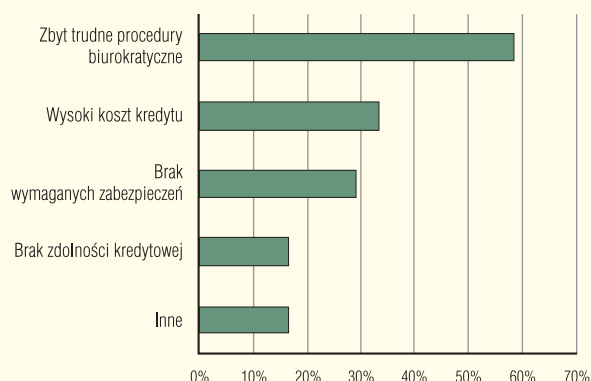
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Rzeczywistość okazuje się być inna – problemem najczęściej wymienianym przez respondentów (58% odpowiedzi) są skomplikowane i trudne procedury biurokratyczne związane z otrzymaniem kredytu bankowego. Jest to o tyle optymistyczne spostrzeżenie, że bariera tego rodzaju jest relatywnie łatwa do pokonania. Można bowiem wykształcić przedsiębiorców, by procedury te stały się dla nich łatwiejsze; można też liczyć na to, że narastająca konkurencja między bankami i chęć pozyskania nowych klientów doprowadzą do uproszczenia procedur przyznawania kredytu.

Dla jednej trzeciej respondentów koszt kredytu był zbyt wysoki. Przedsiębiorstwa te prawdopodobnie nie będą w stanie wziąć kredytu bankowego w najbliższej przyszłości. Stopy procentowe w Polsce nie są obecnie szczególnie wysokie, a nasilające się procesy inflacyjne zarówno w Polsce, jak i w ogóle na świecie spowodują w niedalekiej przyszłości dalszy ich wzrost, co pociągnie za sobą rosnące koszty kredytu. Drugi z czynników wpływających na koszt kredytu – prowizja – może co prawda się obniżyć, jednak ze względu na niewielki z reguły

jej udział w całości kosztów kredytu nie należy się spodziewać spadku tych kosztów w najbliższej przyszłości.

Wykres 71. Przyczyny trudnego dostępu mikroprzedsiębiorstw do kredytu bankowego



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Wspomniane poprzednio problemy: brak wymaganych zabezpieczeń i brak zdolności kredytowej zostały wskazane przez odpowiednio 29% i 17% badanych.

Mikroprzedsiębiorstwa rzadko korzystają z innych, bardziej niekonwencjonalnych źródeł finansowania. Na leasing wskazało zaledwie 5% badanych. Jest to nieco zaskakujące, biorąc pod uwagę, że ta forma finansowania jest szczególnie popularna w Polsce w finansowaniu środków transportu, między innymi samochodów osobowych. Wynika to głównie z obowiązujących w naszym kraju rozwiązań podatkowych.

Zaledwie 1% badanych przyznał, że fundusze strukturalne UE stanowiły dlań źródło finansowania działalności. Wynik taki jest nie tylko rezultatem obiektywnie małej dostępności środków unijnych dla mikroprzedsiębiorstw. W znaczenie większym stopniu – jak można sądzić – jest to efekt niskiej świadomości możliwości, jakie oferują fundusze unijne, oraz skomplikowanych i zawiłych procedur i formalności, które mogą odstraszać właścicieli mikroprzedsiębiorstw. W tym kontekście to, że dwa mikroprzedsiębiorstwa skorzystały z tych funduszy, należy uznać za mający wysoce optymistyczny.

Badane mikroprzedsiębiorstwa nie korzystały z takich źródeł finansowania jak faktoring czy pożyczki (z Pomorskiego Funduszu Pożyczkowego lub Funduszu Mikro). O ile w przypadku faktoringu jest to dość zrozumiałe i wynika zarówno z charakterystyki rynku usług faktoringowych w Polsce, jak i charakterystyki samych mikroprzedsiębiorstw, to brak w badanej

grupie pożyczkobiorców budzi zdziwienie. Warto byłoby znaleźć odpowiedź na pytanie, na ile fundusze pożyczkowe i tym podobne instytucje są w stanie stworzyć ofertę, która byłaby atrakcyjna dla pomorskich mikroprzedsiębiorstw. Jest to pytanie zasadne o tyle, że na przykład ze wsparcia finansowego oferowanego przez urzędy pracy skorzystały cztery przedsiębiorstwa, co wskazuje, że przedsiębiorstwa są otwarte na oferty potencjalnych źródeł finansowania swojej działalności.

Barier rozwoju mikroprzedsiębiorstw

Wyniki dotyczące barier rozwoju badanych mikroprzedsiębiorstw są zaskakujące. Bariery te są bowiem odczuwane przez badane firmy znacznie słabiej, niż się spodziewano. Zgodnie z literaturą barier rozwoju MSP*, im mniejsza firma, tym silniej je odczuwa. Tymczasem nawet w porównaniu do wyników POG I (które nie obejmowały mikroprzedsiębiorstw) bariery rozwoju są odczuwane słabiej.

Tabela 70. Zewnętrzne bariery rozwoju mikroprzedsiębiorstw

Wyszczególnienie	Stanowi barierę	Nie stanowi bariery	Nie wiem	Brak odpowiedzi
Niewystarczający popyt	41,74%	54,13%	0,82%	3,31%
Rosnąca konkurencja krajowa	38,02%	55,38%	2,07%	4,55%
Rosnąca konkurencja zagraniczna	16,53%	74,38%	2,89%	6,20%
Konkurencja nielegalnych przedsiębiorstw	21,07%	70,25%	2,07%	6,61%
Ograniczona podaż surowców	6,2%	80,58%	2,89%	10,33%
Trudności z uzyskaniem kredytu	9,09%	78,1%	7,44%	5,37%
Niekorzystna polityka podatkowa	44,63%	49,17%	2,48%	3,72%
Uzyskanie należności	15,29%	77,69%	2,07%	4,96%
Zmienność/niejasność przepisów	49,17%	44,63%	1,65%	4,55%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

* D.J. Storey, *Understanding Small Business Sector*, op.cit.; N. Daszkiewicz, *Barier wzrostu małych i średnich przedsiębiorstw*, [w:] F. Bławat (red.), *Przetwórczość i rozwój małych i średnich przedsiębiorstw*, SPG, 2004, r. IV i VIII.

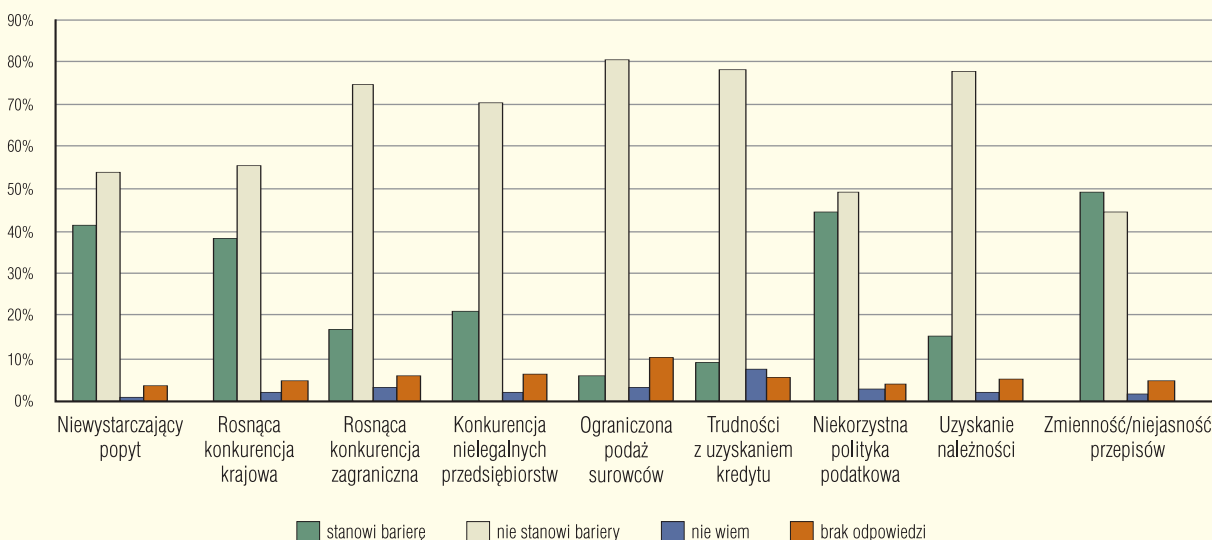
Uzyskane wyniki na pewno zmuszają do refleksji i poszukiwania odpowiedzi na pytanie o przyczyny wzrostu optymizmu wśród badanych firm. Przyczyn można z pewnością upatrywać w trwającym od dawna wzroście gospodarczym. Literatura barier wzrostu oraz wyniki licznych badań wyraźnie wskazują, że w warunkach poprawy koniunktury odczuwanie barier przez MSP słabnie (i odwrotnie)*. Jednak poprawa koniunktury wydaje się być w tym przypadku wytłumaczeniem dalece niewystarczającym. Dalsze prawdopodobne powody to poprawiający się potencjał rozwojowy mikroprzedsiębiorstw oraz dostosowanie, po okresie transformacji, do funkcjonowania w warunkach gospodarki rynkowej. Warto w tym miejscu wyjaśnić, iż w badaniach prowadzonych po 1989 roku często starano się wyodrębnić czynnik transformacji, to znaczy próbowano ustalić, na ile to transformacja, a na ile pozostałe czynniki wpływają na odczuwanie barier przez badane przedsiębiorstwa. Obecnie, po dziewiętnastu latach funkcjonowania w warunkach gospodarki rynkowej, można uznać, iż mikroprzedsiębiorstwa zdążyły się dostosować do działania w gospodarce rynkowej. Mimo to, nawet w porównaniu do wyników badań przeprowadzanych w dojrzałych gospodarkach rynkowych, postrzeganie barier jest słabsze. Kolejny prawdopodobny powód to akcesja Polski do Unii Europejskiej i związane z tym możliwości rozwoju (eksportu, kooperacji, dostępu do nowych technologii, know-how itp.). Jest to jednak czynnik, który wcześniej nie mógł być zbadany z uwagi na krótki jeszcze okres funkcjonowania firm na Jednolitym Rynku Europejskim (JRE).

Podobnie jak w badaniu POG I również w niniejszym badaniu wprowadzono podział na bariery wewnętrzne i zewnętrzne**. Bariery wewnętrzne odnoszą się do samej firmy, właściciela menedżera i strategii zarządzania. Z kolei bariery zewnętrzne wynikają z sytuacji na rynku, w aspekcie popytu i podaży, dostępności kapitału, sytuacji makroekonomicznej, polityki rządu itp. Podział ten jest szczególnie ważny przy analizie przyczyn braku wzrostu.

Mikroprzedsiębiorstwa na ogół silnie odczuwają bariery zewnętrzne, co wynika z syndromu małości. Tymczasem tylko 41,74% wskazało na barierę popytu (51% MSP w POG I). 38,02% wskazało na rosnącą konkurencję krajową, 16,53% na rosnącą konkurencję zagraniczną, najwięcej – 21,07% – na konkurencję nielegalnych przedsiębiorstw. Najsilniej odczuwane przez badane mikroprzedsiębiorstwa bariery to niekorzystna polityka podatkowa (44,63%) i zmienność/niejasność przepisów (49,17%) – wynik ten (tabela 70, wykres 72) jest porównywalny z wynikami innych badań.

Również odczuwanie przez badane mikroprzedsiębiorstwa wewnętrznych barier rozwoju było słabsze niż w innych badaniach. Tylko 42,98% firm uznało brak środków finansowych za barierę rozwoju. Na pozostałe bariery wskazało mniej niż 20% badanych przedsiębiorców (tabela 71, wykres 73).

Wykres 72. Zewnętrzne bariery rozwoju mikroprzedsiębiorstw



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

* Szerzej: N. Daszkiewicz, *Bariera wzrostu...*, op.cit., r. IV.

** D.J. Storey, op.cit.; B. Piasecki, A. Rogut, *Mała firma w warunkach rosnącej konkurencji*, op.cit.; *Raport 2006. Kondycja sektora MSP na Pomorzu*, op.cit.

Tabela 71. Wewnętrzne bariery rozwoju mikroprzedsiębiorstw

Wyszczególnienie	Stanowi barierę	Nie stanowi bariery	Nie wiem	Brak odpowiedzi
Brak środków finansowych	42,98%	52,48%	0,41%	4,13%
Niewystarczające umiejętności menedżerskie	7,03%	84,3%	1,65%	7,02%
Niewystarczające umiejętności pracowników	15,7%	65,7%	2,48%	16,12%
Brak najnowszych technologii	13,22%	65,70%	3,72%	17,36%
Wysokie koszty produkcji	11,16%	58,68%	2,89%	27,27%
Nadmierne zadłużenie	8,04%	83,48%	2,23%	6,25%
Niska płynność finansowa	16,53%	71,9%	1,65%	9,92%
Brak znajomości rynków	5,37%	80,99%	2,07%	11,57%

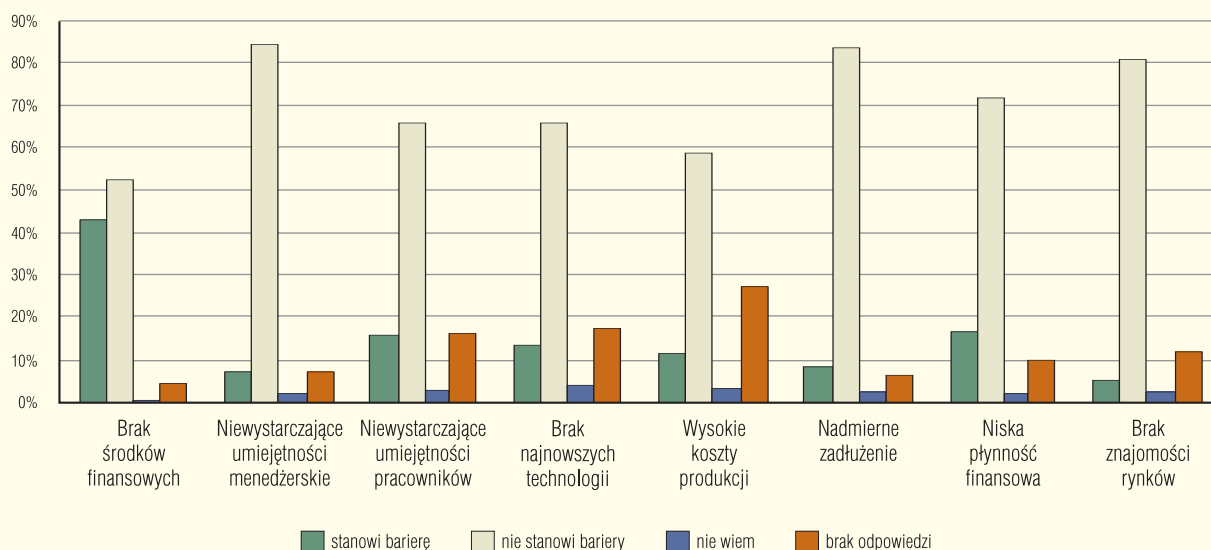
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Odrębne pytanie dotyczyło problemów ze znalezieniem pracowników. W ostatnim czasie dość powszechne stało się przekonanie, iż w wyniku emigracji po otwarciu rynków pracy w krajach UE firmy mają trudności z rekrutacją. Okazało się jednak, że aż blisko 72% firm nie ma problemu ze znalezieniem odpowiednich pracowników. 16,51% informowało, że jest to problem, a ponad 5%, że jest to bardzo istotny problem (tabela 72). Wynik ten nie jest zaskakujący, bowiem aż 61% badanych mikroprzedsiębiorstw to firmy jednoosobowe, które ze swej istoty nie poszukują pracowników.

Z uwagi na to, iż większość barier jest słabo odczuwana przez badanych przedsiębiorców, w dalszej części analizy skupiono się na tych barierach, na które wskazało ponad 40% respondentów, czyli bariery niewystarczającego popytu, niekorzystnej polityce podatkowej, zmienności/niejasności przepisów i braku środków finansowych.

Przeanalizowano zależności między wybranymi czynnikami, jak wielkość firmy, wiek, przychody i wykształcenie właściciela menedżera. Analiza wykazała, iż nie istnieje istotna zależność między wykształceniem, wiekiem i wielkością firmy.

Wykres 73. Wewnętrzne bariery rozwoju mikroprzedsiębiorstw



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Raport 2008

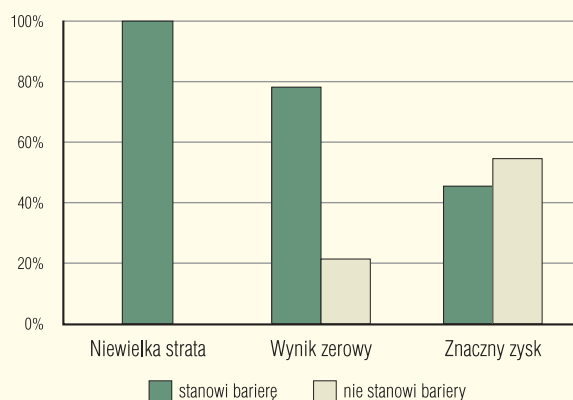
Tabela 72. Problemy mikroprzedsiębiorstw ze znalezieniem pracowników

Wyszczególnienie	Odsetek
Nie, nie ma takiego problemu	71,07
Tak, jest to problem	16,12
Tak, jest to bardzo poważnym problemem	4,96
Brak odpowiedzi	8,26

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Występuje natomiast istotna zależność między przychodami firmy a postrzeganiem barier. Im mniejsze przychody, tym silniej firma odczuwa barierę popytu. Na barierę popytu wskazało 100% firm, które poniosły stratę, 78,57% firm z wynikiem zerowym oraz 45,45% firm, które osiągnęły znaczący zysk (wykres 74). Wynik badań jest zgodny z oczekiwaniami.

Wykres 74. Przychód mikroprzedsiębiorstw a postrzeganie bariery popytu



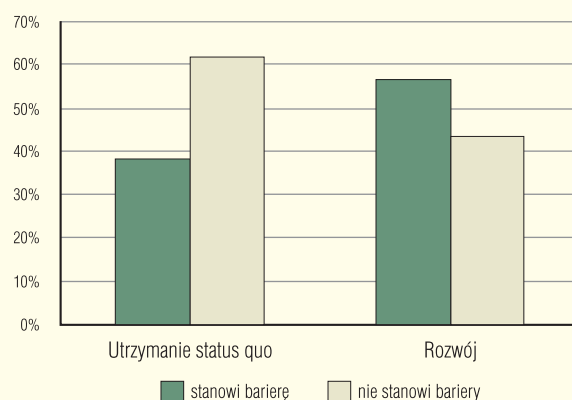
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Ponadto postanowiono sprawdzić zależność między celami firmy a postrzeganiem przez nią wskazywanych najczęściej barier. Zarówno literatura barier wzrostu, jak i wyniki licznych badań wskazują na taką zależność. I tak firmy, których celem nie jest rozwój, częściej wskazują na bariery zewnętrzne, jak na przykład wymagania banków, niekorzystną politykę podatkową, niejasność przepisów czy rosnącą konkurencję. Silniej też odczuwają barierę popytu. Są natomiast mniej skłonne dostrzegać problem wewnętrzny firmy. Wynika to często z niższych kompetencji (głównie menedżerskich) przedsiębiorców, którzy nie zamierzają rozwijać swoich firm. Niższym kompetencjom towarzyszą z kolei niższa świadomość wyzwań, które stoją przed firmą, i niechęć do zmian. Ponadto zdecydowanie częściej są to mikroprzedsiębiorstwa działające w tradycyjnych branżach. Spośród wewnętrznych barier rozwoju mikroprzedsiębiorstwa wskazują na barierę finansową. Bariera ta powinna być odczuwana w coraz mniejszym

stopniu wraz z rozwojem firmy, kiedy to rośnie jej zdolność do pozyskiwania zewnętrznych źródeł finansowania.

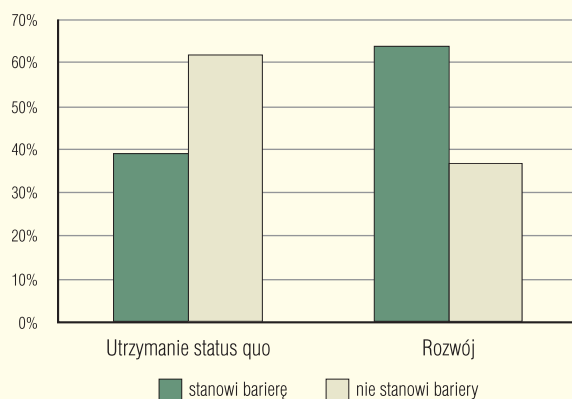
Tymczasem uzyskane w badaniu wyniki ponownie prowadzą do zaskakujących wniosków. Nie stwierdzono istotnej zależności między celami firmy a barierą finansową ani też postrzeganiem bariery popytu. Stwierdzono natomiast słabą zależność między celami firmy a postrzeganiem bariery niekorzystnej polityki podatkowej oraz zmienności/niejasności przepisów (wykres 75 i 76). I tak obie bariery postrzegają silniej firmy, których celem jest rozwój. Spośród firm, których celem jest utrzymanie status quo, 38,27% uznało, iż niekorzystna polityka podatkowa jest barierą rozwoju. Wśród firm, które deklarowały rozwój, aż 56,49% uważało, iż niekorzystna polityka podatkowa jest barierą rozwoju. Z kolei na zmienność/niejasność przepisów jako na barierę rozwoju wskazało 38,75% mikroprzedsiębiorstw, których celem jest utrzymanie status quo i aż 63,36% firm, które deklarowały rozwój.

Wykres 75. Cele firmy a postrzeganie bariery niekorzystnej polityki podatkowej



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Wykres 76. Cele firmy a postrzeganie bariery zmienności/niejasności przepisów



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Wynik ten może prowadzić do następujących wniosków:

- Firmy, które chcą utrzymać status quo, rzadziej wskazywały na analizowane bariery rozwoju, gdyż ich celem nie jest rozwój. Nie natrafiły na te bariery, ponieważ nie miały takiej możliwości (nie próbowały się rozwijać).
- Polityka podatkowa oraz zmienność i niejasność przepisów są barierami hamującymi rozwój przedsiębiorstw w Polsce. Należy jednak pamiętać, że są to bariery subiektywnie odczuwane przez przedsiębiorców, obiektywnie bowiem polityka podatkowa staje się coraz bardziej korzystna.

Technologie informacyjne w mikroprzedsiębiorstwach

Technologie telekomunikacyjne i informacyjne stają się obecnie nieodłącznym elementem życia gospodarczego. Są one coraz bardziej dostępne, a sprzęt i oprogramowanie niezbędne do ich wykorzystywania nie są dziś tak kosztowne, jak jeszcze kilka lat temu. Stwarza to możliwość wykorzystywania technologii IT nie tylko przez wielkie korporacje, lecz także przez małe i średnie firmy, a nawet mikroprzedsiębiorstwa. Potencjalne korzyści ze stosowania wspomnianych technologii są liczne: od wzrostu jakości produktu i obniżenia kosztów produkcji, poprzez możliwości nawiązywania nowych kontaktów z dostawcami i potencjalnymi odbiorcami, poszerzanie rynków zaopatrzenia i zbytu, na umocnieniu ogólnie rozumianej pozycji konkurencyjnej na rynku* kończąc.

Oczywiście, skala korzyści osiąganych w wyniku wykorzystania IT zależy w ogromnej mierze od stopnia aktywnego przetworzenia potencjalnych możliwości w faktycznie funkcjonujące rozwiązania.

Wykorzystywanie technologii IT w sektorze małych i średnich przedsiębiorstw najczęściej ogranicza się do wykorzystywania globalnej sieci – Internetu. W nielicznych przypadkach przedsiębiorstwa decydują się na bardziej wyrafinowane rozwiązania, wśród których można między innymi wymienić Intranet. Jednakże wśród mikroprzedsiębiorstw rozwiązań takich nie należy się spodziewać.

Dostęp do Internetu, który staje się coraz bardziej rozpowszechniony, może odgrywać znaczącą rolę w ułatwieniu przetrwania i rozwoju mikroprzedsiębiorstwa, pełniąc jednocześnie szereg funkcji:

- informacyjną;
- komunikacyjną;

- marketingową;
- wspomagającą zarządzanie;
- wymiany handlowej.

Dostęp do informacji w dobie gospodarki opartej na wiedzy jest jednym z istotnych elementów konkurencyjności przedsiębiorstwa. Do czasu upowszechnienia się Internetu na tym polu zarysowywała się znacząca przewaga dużych przedsiębiorstw nad szeroko rozumianym sektorem MSP. Korporacje stać było na zamawianie ekspertyz, analiz, gromadzenie i przetwarzanie danych. Małe przedsiębiorstwa, ze względu na ograniczenia finansowe i kompetencyjne, były w znacznym stopniu pozbawione takich możliwości. W jeszcze większej mierze odnosiło się to do mikroprzedsiębiorstw. Dostęp do zasobów globalnej sieci przyczynia się do likwidacji bariery informacyjnej, nawet jeśli nie jest to dostęp szerokopasmowy, a jedynie w oparciu o linię telefoniczną i modem.

Komunikacyjna funkcja Internetu może być realizowana na wiele sposobów. Przedsiębiorca może korzystać z poczty elektronicznej w ramach licznych portali internetowych oferujących darmowe skrzynki (Wirtualna Polska, Onet, Gmail) lub z udostępnianego na zasadach komercyjnych firmowego konta na wydzierżawionym serwerze. Poza tym tradycyjnym sposobem komunikowania się należy tu wymienić kilka innych, szczególnie rozpowszechnionych, jak na przykład komunikatory internetowe (Gadu-Gadu, Tlen, ICQ oraz jabbery) i internetowy telefon Skype. O popularności tych rozwiązań komunikacyjnych w polskim społeczeństwie niech świadczy liczba abonentów: w styczniu 2008 roku z Gadu-Gadu korzystało 5,8 miliona użytkowników, a z telefonu Skype – ponad 4 miliony**. Nie sposób oczywiście wyliczyć, jaką część spośród nich stanowili przedsiębiorcy, ale należy sądzić, że dynamiczny wzrost ogólnej liczby użytkowników koreluje z rozpowszechnianiem się tych rozwiązań w mikroprzedsiębiorstwach. Pamiętać przy tym należy, że wdrażanie tych rozwiązań w firmach jest łatwe i tanie (aplikacje są zazwyczaj bezpłatne), a korzystanie z nich znacznie obniża koszty komunikowania się z otoczeniem biznesowym.

Marketingowa funkcja Internetu w przedsiębiorstwie może obejmować takie aspekty, jak: strona internetowa przedsiębiorstwa (co jest niewątpliwie najczęstszym wyrazem realizacji tej funkcji), reklama w formie banerów, reklama mailingowa, ankiety i kwestionariusze w ramach badania rynku i wiele innych. W porównaniu do innych kanałów Internet oferuje możliwości prowadzenia kampanii reklamowej czy badania rynku po zdecydowanie niższych kosztach, jednak w przypadku mikroprzedsiębiorstw koszty te i tak są zbyt wysokie. Głównym elementem marketingu internetowego

* Por. T. Łuczka, Rola Internetu w rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw, „Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa”, numer specjalny, maj 2008.

** Por. *Ranking komunikatorów*, <http://ceo.cxo.pl/news/144631/Styczniowe.wyniki.Megapanelu...> najpopularniejsze. witryny.w.Polsce.html, data dostępu: 30 maja 2008.

Raport 2008

w tym sektorze pozostaje zatem strona domowa, która może zostać wykonana przez firmę zewnętrzną lub przez przedsiębiorcę (bądź jego pracownika) przy pomocy jednego z prostych programów do tworzenia stron www.

Możliwości w zakresie wspomagania zarządzania przy wykorzystaniu Internetu w sektorze mikroprzedsiębiorstw nie są zbyt duże. W znacznej mierze wynika to z tego, że zarządzanie w tak małej organizacji nie jest przesadnie skomplikowane i rozwiązania IT nie są w stanie znacząco uprościć i przyspieszyć przepływu informacji; nie da się również w efektywny sposób zrealizować innych korzyści, typowych dla zastosowania technologii IT.

Spośród wymienionych funkcji funkcja wymiany handlowej może mieć największe znaczenie nawet w najmniejszych przedsiębiorstwach. Założenie sklepu internetowego jest obecnie niezwykle łatwe. Istnieją tu gotowe rozwiązania, które nie wymagają specjalistycznej wiedzy w celu implementacji (np. Amazon Shop); można też skorzystać z oferty licznych firm proponujących stworzenie takiego sklepu na konkretne zamówienie. Choć wymagania finansowe i sprzętowe nie są wygórowane, nie wszystkie przedsiębiorstwa realizujące funkcję handlową decydują się na ten sposób dystrybuowania swoich produktów. Jednak nawet one mogą korzystać z Internetu jako kanału dystrybucji, wystawiając swoje oferty w serwisach aukcyjnych, takich jak e-Bay czy Allegro. Coraz częściej serwisy te wykorzystywane są przez przedsiębiorstwa nie tylko czysto handlowe, lecz także handlowo-usługowe i usługowe.

Liczne możliwości wykorzystania Internetu korespondują z powszechnością jego wykorzystywania w polskich przedsiębiorstwach. W świetle badań przeprowadzonych w 2005 roku na próbie 210 przedsiębiorstw z województw: mazowieckiego, śląskiego i pomorskiego niemal wszystkie przebadane firmy (98%) korzystały z Internetu w ciągu trzech lat poprzedzających badanie*. Większość przedsiębiorstw łączyła się z Internetem przy pomocy połączeń komutowanych (dodzwanianych); 28% przy pomocy ISDN, 24% poprzez modem. Z technologii DSL (dostępu szerokopasmowego) korzystało 22% badanych.

Dwie trzecie respondentów posiadało własne strony www; niewiele mniej – 59% – wykorzystywało Internet do zakupu bądź sprzedaży dóbr i usług. Potwierdza to, że przedsiębiorstwa chętnie wykorzystują Internet we wspomnianych powyżej funkcjach.

W mniejszym stopniu Internet jest wykorzystywany do kontaktów z szeroko rozumianymi instytucjami rządowymi**, 23% respondentów uzyskało tą drogą informacje, 18% zgłosiło prośbę, a 14% wypełniło formularz on-line. Otrzymane rezultaty w znacznej mierze wynikają z niewielkiego stopnia informatyzacji instytucji publicznych i istotnych mankamentów przyjętych w Polsce rozwiązań, czego przykładem może być tzw. podpis elektroniczny.

Pozytywna rola, jaką odgrywa Internet w przetrwaniu i rozwoju firmy, wydaje się być doceniana przez przedsiębiorców. 48% respondentów w badaniu z 2005 roku stwierdziło, że technologie IT miały wpływ na zwiększenie się dynamiki procesów biznesowych w ich przedsiębiorstwach, a 11% uważało, że technologie te miały w tym względzie decydujące znaczenie. 38% badanych przypisywało technologiom IT wpływ na zwiększenie się liczby klientów (5% respondentów stwierdziło, że głównie one zadecydowały o tym wzroście); 42% przedsiębiorców stwierdziło, że technologie IT umożliwiły im zwiększenie liczby dostawców.

W próbie mikroprzedsiębiorstw, przebadanych w ramach POG II, popularność wykorzystania Internetu jest niższa niż w przytoczonych powyżej badaniach. Ponad jedna trzecia (36%) badanych mikroprzedsiębiorstw nie korzystała w ogóle z globalnej sieci. Otrzymane wyniki nie powinny jednak dziwić, ponieważ – jak pokazują wyniki badań*** – skala wykorzystania IT w przedsiębiorstwie jest dodatnio skorelowana z jego wielkością, zatem w grupie mikroprzedsiębiorstw będzie ona niższa niż w populacji przedsiębiorstw. Warto jednak odnotować, że wśród wielkopolskich mikroprzedsiębiorstw wskaźnik wykorzystania Internetu w 2006 roku był wyższy o dwadzieścia jeden punktów procentowych. Biorąc dodatkowo pod uwagę, że badania w ramach POG II zostały przeprowadzone dwa lata później, należy stwierdzić, iż zaobserwowana luka w zakresie wykorzystania technologii IT jest znacząca i winna budzić niepokój.

Internet w pomorskich mikroprzedsiębiorstwach jest wykorzystywany głównie do promocji i reklamy, obserwacji otoczenia i zmian w nim zachodzących, wyszukiwania dostawców oraz kooperantów i kontaktów z klientami. Z wykresu 77 wynika, że właściwie wszystkie wspomniane wcześniej funkcje Internetu w przedsiębiorstwie są realizowane w badanej próbie mikroprzedsiębiorstw.

Deklaracja 40% respondentów odnośnie wykorzystywania Internetu do promocji i reklamy firmy może budzić zdziwienie o tyle, że posiadanie własnej strony www potwierdziło

* Por. Wykorzystanie technologii ICT w przedsiębiorstwach – wyniki polskiej części badania Programu infoDev, http://parp.cmdok.dt.pl/upload/dokumenty/kip/III_spotkanie_KIP_2005/ECORYS_R_Piontek.pdf, data dostępu: 27 maja 2008.

** Chodzi tu zarówno o instytucje szczebla centralnego, jak i regionalnego oraz lokalnego.

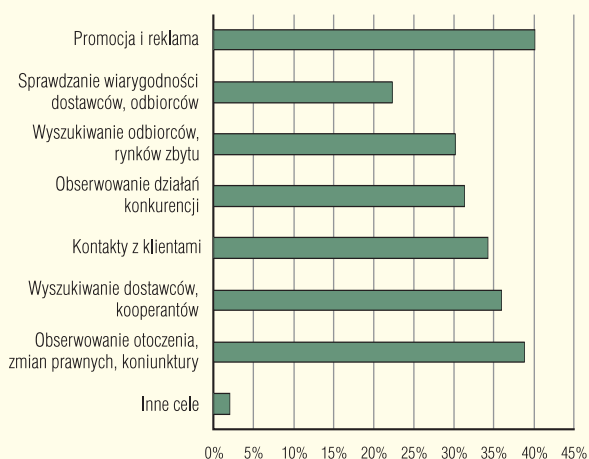
*** Por. T. Łuczka, op.cit., str. 53.

zaledwie 28% badanych, zaś powszechnie uważa się, że to właśnie strona www jest podstawowym narzędziem promocji i reklamy przez Internet.

Wyniki badań POG potwierdzają tę opinię. Korzystanie z Internetu do celów związanych z promocją i reklamą jest cechą zdecydowanie różniącą mikroprzedsiębiorstwa mające stronę www od tych, które jej nie posiadają. Wśród posiadaczy strony domowej Internet do promocji i reklamy wykorzystuje 76% mikroprzedsiębiorstw, zaś w drugiej grupie jest to zaledwie 25%. Można domniemywać, że mikroprzedsiębiorstwa nieposiadające własnej strony www wykorzystują do celów promocji i reklamy internetowe katalogi firm, umieszczają swoje dane w różnego rodzaju wyszukiwarkach, spisach branżowych itp.

Otwartą kwestią pozostaje, na ile strona www jest używana przez mikroprzedsiębiorstwo w sposób efektywny. Trudno o tym jednoznacznie wyrokować, jednak można przyjąć, że intensywne wykorzystywanie strony www w działalności biznesowej pociąga za sobą konieczność częstej jej aktualizacji. Częstotliwość aktualizacji strony domowej została przedstawiona na wykresie 78. 9% respondentów mających stronę www aktualizuje ją nie rzadziej niż raz w miesiącu. Taka dbałość o aktualność informacji i danych zamieszczonych na stronie domowej wskazuje, że odgrywa ona ważną rolę w funkcjonowaniu przedsiębiorstwa. Niemal jedna piąta badanych posiadaczy strony www aktualizuje ją przynajmniej raz na kwartał, co również wydaje się oznaczać, że strona ta jest istotnym elementem prowadzenia firmy.

Wykres 77. Cele wykorzystywania Internetu w mikroprzedsiębiorstwie

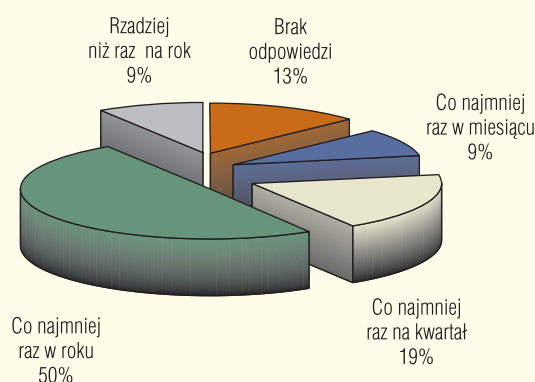


Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Ponad połowa respondentów posiadających stronę www aktualizuje ją rzadziej niż raz na kwartał, co oznacza,

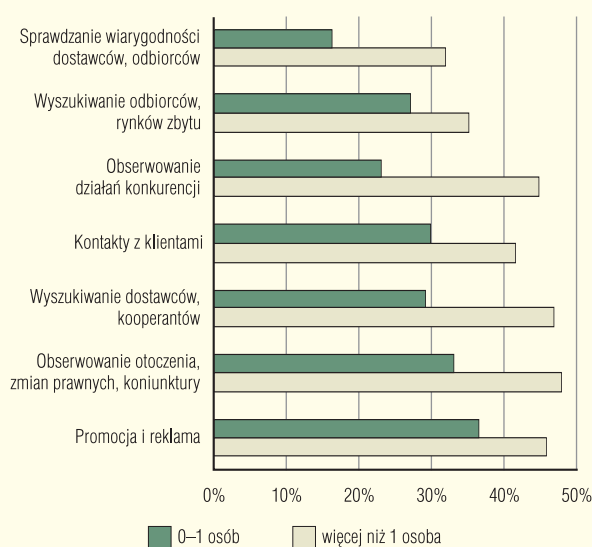
że prawdopodobnie jest ona wykorzystywana w sposób bardzo statyczny, bardziej jako wizytówka przedsiębiorstwa niż jako element aktywnego funkcjonowania przedsiębiorstwa w cyberprzestrzeni. Należy też pamiętać, że przedstawione dane odnoszą się do tej grupy mikroprzedsiębiorstw, które w ogóle posiadały stronę www. Jeśli uzyskane odpowiedzi odnieść do całej badanej próby, to umiarkowanie aktywne użytkowanie strony domowej (aktualizacja przynajmniej raz na kwartał) można przypisać 5% przedsiębiorstw; comiesięczna aktualizacja dotyczy zaledwie 2% badanej grupy mikroprzedsiębiorstw.

Wykres 78. Częstotliwość aktualizacji strony www



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Wykres 79. Cele wykorzystywania Internetu a wielkość zatrudnienia



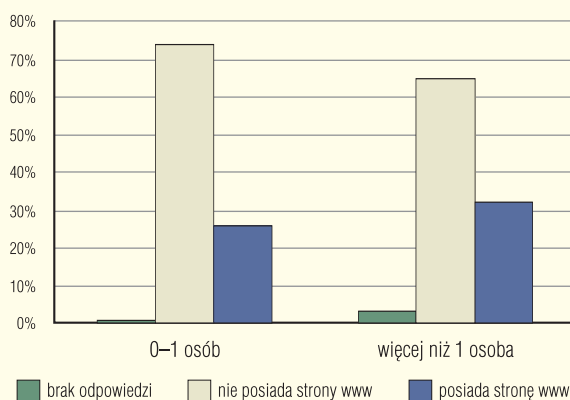
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Wykorzystywanie Internetu w codziennym funkcjonowaniu przedsiębiorstwa może służyć zwiększeniu jego szans na

przetwarzanie i rozwój. Stopień jego wykorzystania jest wyraźnie zróżnicowany w zależności od wielkości zatrudnienia w przedsiębiorstwie. W grupie mikroprzedsiębiorstw zatrudniających jedną osobę, czyli de facto osób samozatrudnionych, wykorzystanie technologii IT jest mniejsze niż w mikroprzedsiębiorstwach zatrudniających więcej niż jedną osobę. Jest to szczególnie widoczne w przypadku obserwowania działań konkurencji i sprawdzania wiarygodności partnerów handlowych; odsetek respondentów w drugiej grupie jest dwukrotnie wyższy. Sugeruje, że przedsiębiorstwa niebędące li tylko miejscem pracy właściciela są bardziej zaangażowane w walkę konkurencyjną i w większym stopniu niż samozatrudnieni traktują Internet jako narzędzie w niej przydatne.

Mniejsze zróżnicowanie między osobami samozatrudnionymi a pozostałymi podmiotami z przebadanej próby mikroprzedsiębiorstw daje się zaobserwować w odniesieniu do posiadania i wykorzystywania strony www. Jeśli spojrzeć na sam fakt posiadania strony, to zarysowuje się tutaj lekka przewaga mikroprzedsiębiorstw zatrudniających więcej niż jedną osobę. Nie jest to jednak różnica istotna w sensie statystycznym, może zatem być wynikiem czynników o charakterze losowym. W odniesieniu do częstotliwości aktualizacji strony domowej nie obserwuje się żadnych istotnych różnic w obu analizowanych grupach.

Wykres 80. Posiadanie strony www a wielkość zatrudnienia



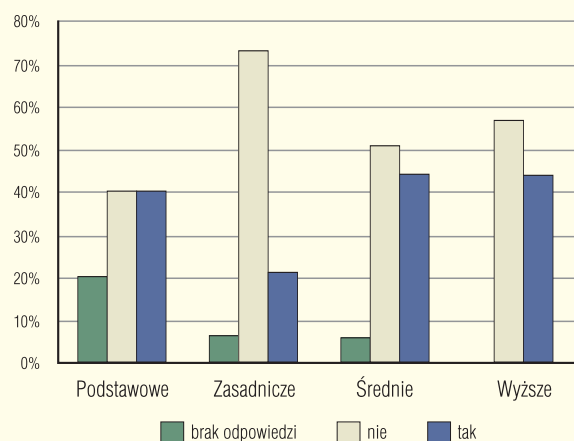
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Ważne wydaje się również zagadnienie, na ile wykształcenie przedsiębiorcy może ograniczać możliwość wykorzystywania technologii IT w mikroprzedsiębiorstwie. Efektywne korzystanie z Internetu nie jest dziś zajęciem wymagającym znaczących umiejętności czy wiedzy – użytkownik ma do dyspozycji

aplikacje polskojęzyczne (brak znajomości języka angielskiego przestał zatem być barierą), obsługa wielu z nich jest w znacznej mierze intuicyjna, a proces instalacji jest niemal całkowicie zautomatyzowany i przebiega bez konieczności bezpośredniego zaangażowania ze strony użytkownika. Można więc śmiało postawić tezę, że wykształcenie właściciela nie powinno w znaczący sposób ograniczać wykorzystywania globalnej sieci w mikroprzedsiębiorstwie. Większą przeszkodą może tu być raczej brak świadomości potencjalnych korzyści (który może korelować z wykształceniem) lub specyficzny przedmiot prowadzonej działalności gospodarczej, ograniczający możliwe do odniesienia korzyści.

W 193 przypadkach udało się uzyskać odpowiedź na pytanie o wykształcenie właściciela, stąd też poniższe analizy przeprowadzono w odniesieniu do tej właśnie liczby. W ramach najczęściej wskazywanego zastosowania Internetu (promocja i reklama przedsiębiorstwa) brak było różnic w przypadku osób z wyższym i średnim wykształceniem. Zdecydowanie niższy odsetek wykorzystania Internetu do tego celu charakteryzował grupę właścicieli z wykształceniem zasadniczym*.

Wykres 81. Wykorzystywanie Internetu do promocji i reklamy a wykształcenie przedsiębiorcy

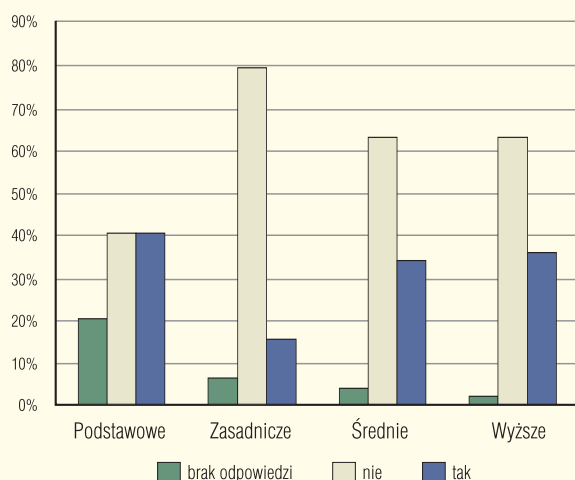


Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Podobne wyniki otrzymano w wyniku analizy pozostałych zastosowań Internetu, co w zostało pokazane na wykresie 27. We wszystkich przypadkach obserwowane różnice między respondentami ze średnim i wyższym wykształceniem były bardzo małe, zaś wyraźna różnica występowała w przypadku osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym.

* W analizie pominięto osoby z wykształceniem podstawowym; w badanej grupie osób takich było zaledwie pięć, co powoduje zmniejszoną wiarygodność testów statystycznych pozwalających ocenić, na ile zaobserwowane różnice mają istotny charakter.

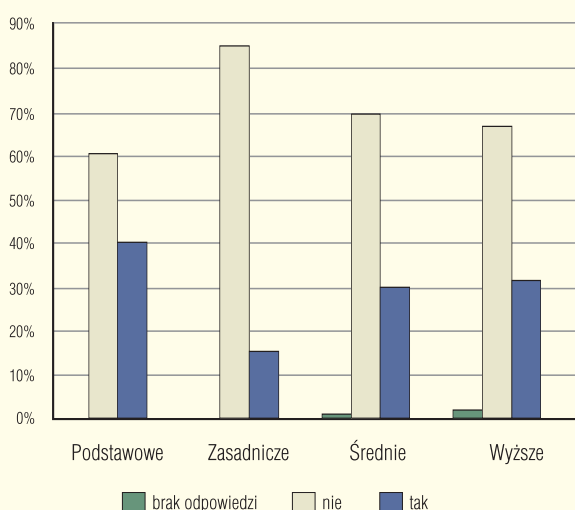
Wykres 82. Wykorzystanie Internetu do wyszukiwania odbiorców i rynków zbytu a wykształcenie przedsiębiorcy



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Interesujące wydaje się to, że rozkład odmowy odpowiedzi pozostaje w związku z wykształceniem – im wyższe wykształcenie, tym rzadsze są przypadki odmowy odpowiedzi na pytania dotyczące wykorzystania Internetu. Być może jest to wyrazem skrupowania i chęci uniknięcia sytuacji, w której przedsiębiorstwo niekorzystające z Internetu zostałoby poczytane za staromodne, a właściciel – za mało nowoczesnego i niezaznajomionego ze współczesnymi technologiami.

Wykres 83. Posiadanie strony www a wykształcenie przedsiębiorcy

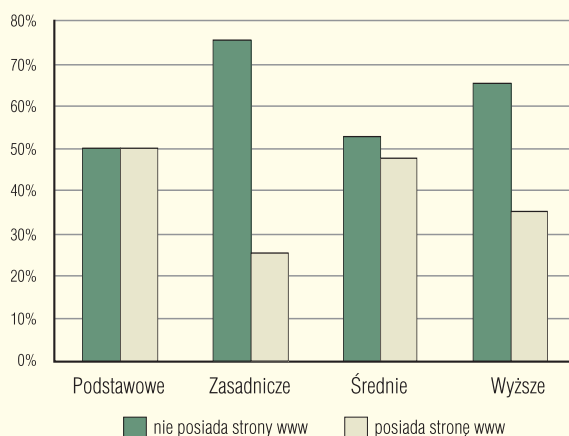


Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Posiadanie strony www przez mikroprzedsiębiorstwo wydaje się być również w znacznej mierze zdeterminowane wykształceniem właściciela w tym sensie, że odsetek posiadaczy jest dwukrotnie wyższy w przypadku średniego i wyższego wykształcenia niż w przypadku zasadniczego zawodowego. Wyniki te nie zaskakują ani w świetle dotychczasowej analizy, ani innych badań prowadzonych w Polsce.

Na wykresie 84 został przedstawiony rozkład posiadaczy stron www wśród wielkopolskich przedsiębiorców z sektora MSP – według stanu na 2006 rok. Można tu zaobserwować podobne prawidłowości. Co prawda odsetki posiadaczy w każdej grupie są wyższe niż w badaniach POG II, lecz pamiętać należy, że badania w Wielkopolsce objęły przedsiębiorstwa z sektora MSP, wśród których mikroprzedsiębiorstwa stanowiły jedynie część respondentów. Biorąc pod uwagę, że posiadanie strony www jest dodatnio skorelowane z wielkością firmy*, zaistniałe różnice łatwo wytłumaczyć.

Wykres 84. Posiadanie strony www a wykształcenie właścicieli wielkopolskich MSP



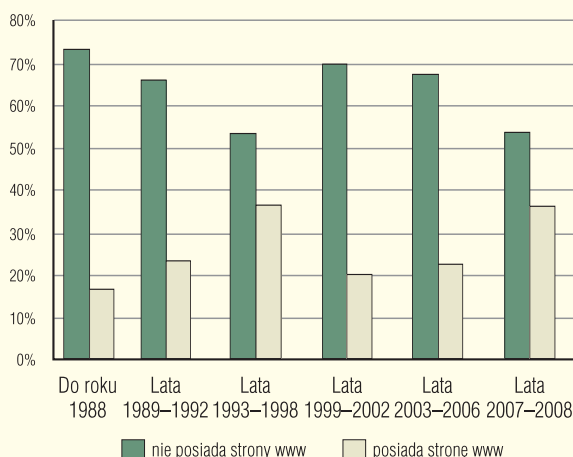
Źródło: Opracowanie własne na podstawie: T. Łuczka, *Rola Internetu w rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw*, „Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa”, numer specjalny, maj 2008, str. 53.

W przypadku badań zarówno wielkopolskich, jak i pomorskich przedsiębiorców, interesujące (i w obu przypadkach zbieżne) wyniki uzyskano w odniesieniu do przedsiębiorców o wykształceniu podstawowym – odsetek jest tu znacznie powyżej oczekiwań. Choć trudno jest wyciągać zasadne wnioski na podstawie tak małych prób**, to jednak warto byłoby w przyszłości pokusić się o odpowiedź na pytanie, czy rzeczywiście wykorzystanie Internetu i stron www pozytywnie wyróżnia tę grupę.

* W przytoczonych badaniach uzyskano następujące wyniki dla analizy rozkładu posiadania strony www w zależności od wielkości firmy mierzonej wielkością zatrudnienia: 0 osób – 20,3% posiadaczy, 1–9 osób – 36,9% posiadaczy, 10–49 osób – 65,3% i 50–249 osób – 99,3%.

** W obu badaniach liczba respondentów z wykształceniem podstawowym nie przekroczyła dziesięciu osób.

Wykres 85. Posiadanie strony www a rok rozpoczęcia działalności gospodarczej



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

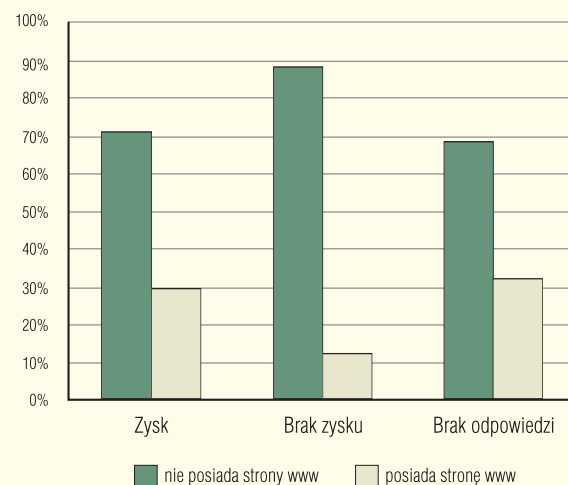
Wiek przedsiębiorstwa nie przekłada się w żaden jednoznaczny sposób na korzystanie z technologii IT i jest to prawidłowość potwierdzona wynikami licznych badań. Podobnie jest z wynikami uzyskanymi w badaniach pomorskich mikroprzedsiębiorstw. W odróżnieniu jednak od innych badań nie potwierdziła się tutaj prawidłowość polegająca na tym, że im starsze przedsiębiorstwo, tym częściej ma własną stronę domową. Wyraźnie widać, że największy odsetek posiadaczy stron www występuje wśród przedsiębiorstw zakładanych w latach 1993–1998 i 2007–2008.

Wiele funkcji, jakie mogą pełnić technologie IT w przedsiębiorstwie, służy między innymi do obniżenia kosztów działalności i zwiększenia przychodów. Takie oddziaływanie ma wpływ na wzrost zysku osiąganego przez przedsiębiorstwo i wyniki badań pomorskich mikroprzedsiębiorstw zdają się w pełni to potwierdzać. Przykładem może tu być kwestia posiadania przez przedsiębiorstwo strony internetowej: własną stronę internetową miało niemal 30% mikroprzedsiębiorstw, które osiągnęły zysk w 2007 roku, a 12% tych, które zysku nie osiągnęły. Jednocześnie warto zwrócić uwagę na tych przedsiębiorców, którzy odmówili udzielenia odpowiedzi – w tym przypadku odsetek posiadaczy własnej strony www był podobny (nawet nieco wyższy) do grupy mikroprzedsiębiorstw, które osiągnęły zysk.

Posiadanie strony domowej to tylko jeden z przejawów stosowania technologii IT. Wykorzystywanie globalnej sieci pozwala na osiągnięcie znacznie szerszej gamy korzyści. Wyniki przeprowadzonych badań wskazują, że poziom wykorzystania Internetu w przedsiębiorstwie jest różny w zależności od osiąganego zysku; przedsiębiorstwa, które mają zyski częściej wykorzystują Internet niż te, które go nie

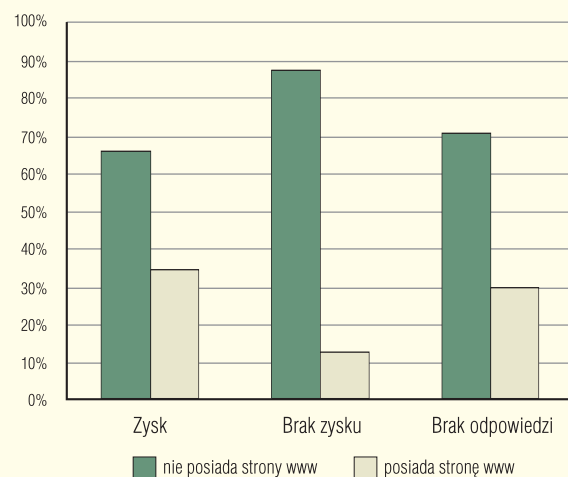
mają. Dotyczy to wszystkich przebadanych zastosowań Internetu. Dla przykładu, wykres 87 obrazuje zróżnicowanie pomiędzy przedsiębiorstwami, które osiągnęły zysk, a tymi, które go nie miały, w kontekście wykorzystywania Internetu do wyszukiwania odbiorców i rynków zbytu.

Wykres 86. Posiadanie strony www a wynik finansowy w 2007 roku



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

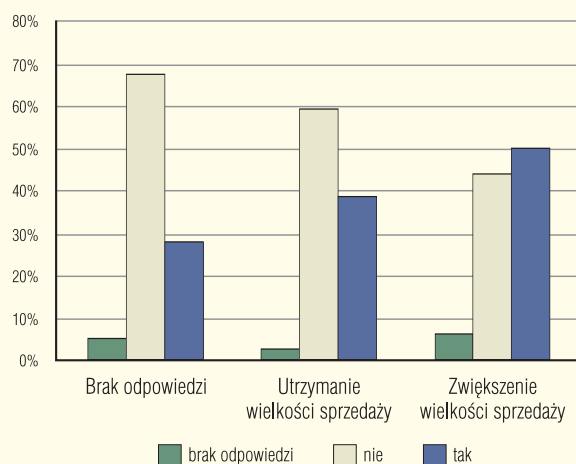
Wykres 87. Wykorzystywanie Internetu do wyszukiwania odbiorców i rynków zbytu a wynik finansowy w 2007 roku



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

W przeprowadzonych badaniach nie udało się odnotować znaczącego związku między posiadaniem własnej strony www a planowanymi przez przedsiębiorstwa zmianami sprzedaży. Może to budzić zdziwienie o tyle, że jeśli przyjąć, iż stosowanie technologii IT wspiera działanie firmy, to należałoby się spodziewać większego optymizmu w zakresie możliwości zwiększenia sprzedaży u tych, którzy z technologii tych korzystają.

Wykres 88. Wykorzystywanie Internetu do promocji i reklamy a planowane zmiany sprzedaży w najbliższych dwóch latach



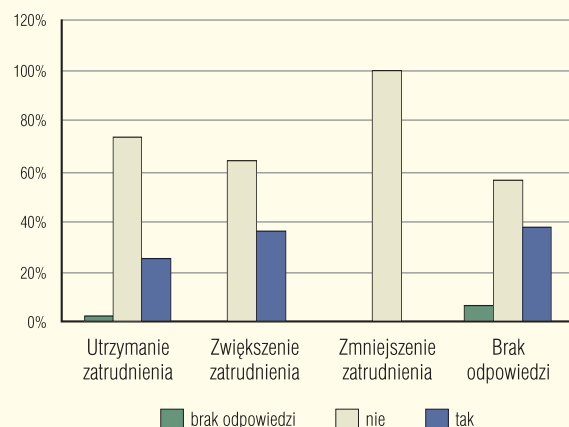
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Oczekiwane zależności, choć umiarkowanie silne, pojawiły się jednak w odniesieniu do wykorzystywania w przedsiębiorstwie Internetu. Przedsiębiorstwa, które wykorzystywały w swej działalności Internet, stanowiły zdecydowanie większy odsetek wśród przedsiębiorstw planujących zwiększenie sprzedaży niż wśród tych, które planowały jej utrzymanie na niezmiennym poziomie*.

Z punktu widzenia prowadzonej analizy kwestią ważniejszą od planowanych zmian wielkości sprzedaży wydaje się zdolność do zwiększenia zatrudnienia w przedsiębiorstwie (deklarowana w badaniu jako przewidywania dotyczące zwiększenia zatrudnienia w najbliższych dwóch latach). Związki pomiędzy planami dotyczącymi zmian wielkości zatrudnienia a technologiami IT wykorzystywanymi w przedsiębiorstwie okazały się bardziej ewidentne niż w przypadku zmian wielkości sprzedaży.

Odsetek posiadaczy strony domowej jest wyraźnie wyższy wśród planujących wzrost zatrudnienia niż w grupie mikroprzedsiębiorstw zakładających jego utrzymanie. Te przedsiębiorstwa, które planowały zmniejszenie zatrudnienia**, nie miały własnych stron www. Interesująco przedstawia się rozkład odpowiedzi w grupie tych przedsiębiorstw, które odmówiły odpowiedzi na pytanie o plany dotyczące zatrudnienia – odsetek posiadaczy stron www był tu najwyższy. Trudno jednak pokusić się o jakiegokolwiek wnioski płynące z tej obserwacji; byłyby one oparte wyłącznie na spekulacjach.

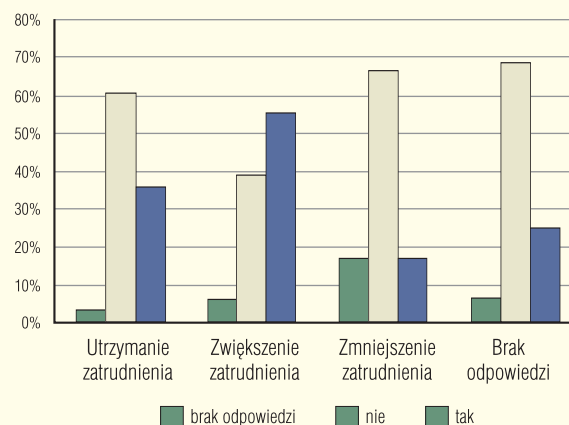
Wykres 89. Posiadanie strony www a planowane zmiany zatrudnienia w najbliższych dwóch latach



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Wykorzystywanie Internetu jest nie mniej istotnym przejawem stosowania technologii IT niż własna strona domowa przedsiębiorstwa i jako zmienna wyraźnie różnicuje badane przedsiębiorstwa. Spośród tych, które zamierzają zwiększyć zatrudnienie, odsetek przedsiębiorstw wykorzystujących Internet (niezależnie od celu wykorzystywania) był wyższy niż w innych grupach. Przykładowy rozkład otrzymanych odpowiedzi został przedstawiony na wykresie 35 ukazującym wykorzystanie Internetu do promocji i reklamy przedsiębiorstwa.

Wykres 90. Wykorzystywanie Internetu do promocji i reklamy a planowane zmiany zatrudnienia w najbliższych dwóch latach



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

* W badaniu jedynie dwa przedsiębiorstwa zadeklarowały planowany spadek wielkości sprzedaży w najbliższych dwóch latach; obydwa nie korzystały z Internetu. W celu uproszczenia wykresu przedsiębiorstwa te zostały pominięte.

** W badanej próbie było ich zaledwie sześć.

Wnioski dotyczące zastosowania technologii IT w mikroprzedsiębiorstwach

- Dostępność technologii IT rośnie, głównie dzięki spadającym kosztom. Powoduje to, że nawet najmniejsze przedsiębiorstwa mogą w pewnym zakresie korzystać z dobrodziejstw oferowanych przez dostęp do globalnej sieci czy związanych z obecnością w cyberprzestrzeni choćby pod postacią strony domowej przedsiębiorstwa.
- Spośród pięciu zasadniczych funkcji Internetu, cztery są realizowane wśród mikroprzedsiębiorstw: funkcja informacyjna, komunikacyjna, marketingowa i wymiany handlowej. Globalna sieć nie stwarza mikroprzedsiębiorstwom znaczących możliwości w zakresie wspomagania zarządzania.
- Skalę wykorzystania technologii IT w pomorskich mikroprzedsiębiorstwach należy ocenić jako dość niską w świetle innych badań przeprowadzonych w Polsce, nawet przy uwzględnieniu różnic wynikających z wielkości badanych przedsiębiorstw. Dodatkowym czynnikiem, który pogarsza ocenę stopnia wykorzystania IT, jest luka czasowa między POG a innymi (starszymi) wynikami badań.
- Wśród przebadanych celów wykorzystania Internetu w mikroprzedsiębiorstwach najpowszechniejsze okazały się promocja i reklama. W najmniejszym stopniu Internet jest wykorzystywany do weryfikacji wiarygodności dostawców i odbiorców. Może to być wyrazem zaufania, jakim przedsiębiorcy darzą swoich kontrahentów; wydaje się jednak, że taka weryfikacja jest przede wszystkim trudna do zrealizowania i to tłumaczy uzyskane wyniki.
- Analiza wyników wskazuje na mało efektywne wykorzystywanie przez badane mikroprzedsiębiorstwa stron www. Ich aktualizacja jest w większości wypadków sporadyczna, co sugeruje, że nie są one źródłem w pełni aktualnych danych o firmie i jej ofercie. Trudno także oczekiwać, by aktualizowana raz w roku strona domowa mogła służyć do efektywnej komunikacji z internetowym otoczeniem przedsiębiorstwa, jego klientami i partnerami handlowymi.
- Zarówno strony www, jak i Internet jako taki są rzadziej wykorzystywane przez samozatrudnionych niż przez mikroprzedsiębiorstwa zatrudniające więcej niż jedną osobę. Jest to szczególnie widoczne w odniesieniu do celów, w jakich korzysta się z Internetu; zwłaszcza w przypadku obserwowania działań konkurencji i weryfikowania wiarygodności kontrahentów.
- Wykształcenie właściciela mikroprzedsiębiorstwa nie jest zazwyczaj przeszkodą w wykorzystywaniu technologii IT, zarówno w rozumieniu strony domowej, jak i

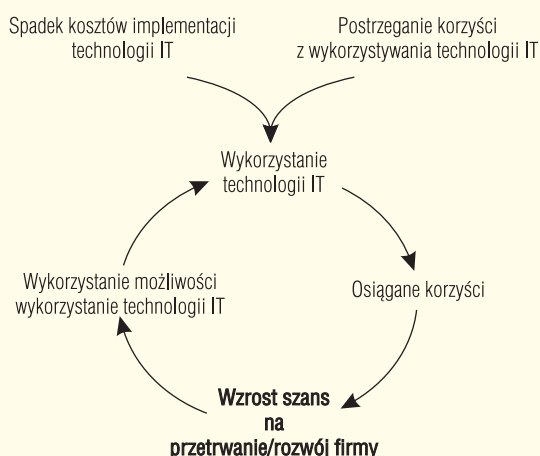
korzystania z Internetu w ogóle. Wyjątkiem jest tu wykształcenie zasadnicze zawodowe; respondenci legitymujący się tym rodzajem wykształcenia rzadziej korzystają z technologii IT, a zjawisko to odnotowuje się także w innych badaniach. Intrygujący, choć niewyjaśniony, jest wysoki odsetek wykorzystania IT wśród osób z wykształceniem podstawowym.

- Wykorzystanie technologii IT w mikroprzedsiębiorstwie jest bardziej charakterystyczne dla przedsiębiorstw osiągających zysk niż go nieosiągających. Jest widoczne zarówno w przypadku posiadania strony www, jak i (w większym nawet stopniu) w przypadku wykorzystywania w firmie Internetu.
- Wykorzystywanie Internetu w działalności mikroprzedsiębiorstwa wiąże się z większym optymizmem w zakresie planów zwiększenia sprzedaży w najbliższych dwóch latach. Posiadanie strony domowej nie przekłada się na widoczne różnice co do planowanych zmian sprzedaży.
- Plany zwiększenia zatrudnienia są o tyle ważnym elementem przeprowadzonych badań, że determinują zdolność mikroprzedsiębiorstw do zmniejszania zatrudnienia w regionie. Z uzyskanych wyników można wnioskować, że posiadanie strony www i korzystanie w działalności firmy z Internetu pozytywnie koreluje z planami zwiększenia zatrudnienia.

Technologie IT znajdują szerokie zastosowanie w mikroprzedsiębiorstwach. Koszty ich implementacji maleją, a wykształcenie, posiadane kompetencje i kwalifikacje przestają być przeszkodą w korzystaniu z IT. Przedsiębiorstwa, które z nich korzystają, częściej osiągają zyski, bardziej optymistycznie patrzą na możliwości zwiększenia sprzedaży w niedalekiej przyszłości i są bardziej skłonne zwiększać zatrudnienie. Lapidarnie można by je określić jako lepsze, mające większe szanse na przetrwanie i rozwój, wyrażający się między innym wzrostem zatrudnienia.

Nie należy jednak sądzić, że technologie IT są panaceum na wszystkie problemy i słabości pomorskich mikroprzedsiębiorstw. Założenie strony domowej przedsiębiorstwa czy instalacja Internetu w biurze nie spowoduje automatycznie wzrostu konkurencyjności na rynku, nie zwiększy dostępu do kapitału i nie usunie innych barier rozwoju. Z drugiej strony, nie tylko najlepsze przedsiębiorstwa mogą sięgnąć do narzędzi IT i czerpać z nich korzyści. Związki między stosowaniem technologii IT a kondycją przedsiębiorstwa mają raczej postać dodatniego sprzężenia zwrotnego, stymulowanego licznymi zmiennymi, które mogą być egzo- i endogeniczne w stosunku do przedsiębiorstwa, co zostało przedstawione na rysunku 3.

Rysunek 3. Dodatnie sprzężenie zwrotne między technologiami IT a przetwarzaniem/ rozwojem przedsiębiorstwa



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Spadające koszty implementacji narzędzi IT (czynnik egzogeniczny) i wzmożone postrzeganie przez przedsiębiorcę korzyści z ich zastosowania (czynnik endogeniczny) skłaniają go do zastosowania technologii IT w przedsiębiorstwie. Osiągnięte dzięki temu korzyści są uzależnione od szeregu czynników (zdolności do wykorzystania IT w sposób kreatywny; branży, w której działa przedsiębiorstwo itd.). Korzyści, które przyniosły narzędzia IT, przekładają się na wzrost szans przedsiębiorstwa na przetrwanie, poprawę jego pozycji konkurencyjnej czy wreszcie na jego rozwój. W miarę, jak przedsiębiorstwo się rozwija, pojawiają się dodatkowe możliwości wykorzystywania technologii IT, a wdrażanie bardziej kosztownych rozwiązań i korzystanie z droższych narzędzi staje się bardziej uzasadnione ekonomicznie i łatwiejsze w realizacji. Może to zwiększać skalę wykorzystania i technologii IT i przyczyniać się do osiągnięcia dalszych korzyści.

Usługi doradcze i szkolenia

Zapotrzebowanie na usługi doradcze i szkolenia wśród badanych mikroprzedsiębiorstw jest niewielkie. W przypadku usług doradczych przedsiębiorcy wskazywali na zapotrzebowanie doradztwa w zakresie wniosków o dofinansowanie i pożyczkę (15,29%), prawa (14,05%) oraz marketingu i sprzedaży (12,81%). Na pozostałe usługi wskazało mniej niż 10% respondentów (tabela 73).

Tabela 73. Usługi doradcze potrzebne mikroprzedsiębiorstwom

Wyszczególnienie	Odsetek
Usługi finansowe	6,61
Zarządzanie zasobami ludzkimi	1,65
Usługi prawne	14,05
Marketing i sprzedaż	12,81
Wnioski o dofinansowanie i pożyczkę	15,29
Zarządzanie przedsiębiorstwem	2,89
Współpraca gospodarcza	3,31
Usługi proinnowacyjne	4,96
Opracowanie dokumentacji technicznej	3,71
Inne	4,55

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Jednocześnie mikroprzedsiębiorstwa nie są skłonne płacić za usługi doradcze. Jedynie 33,01% badanych firm byłoby skłonnych przeznaczyć na nie poniżej 1 tysiąca złotych rocznie, a 9,5% – do 3 tysięcy złotych. Aż 51,24% respondentów wybrało brak odpowiedzi, co prawdopodobnie oznacza, że nie są skłonni płacić za usługi doradcze.

Wyniki badań wskazują na bardzo praktyczne oczekiwania mikroprzedsiębiorców, jeśli chodzi o szkolenia. Zapytani o tematykę potrzebnych szkoleń, wskazali na pozyskiwanie dotacji z funduszy strukturalnych UE (21,9%), zarządzanie firmą (10,33%) oraz obsługę komputera i oprogramowania dla małych firm (8,68%), natomiast szkoleniami poszerzającymi wiedzę ogólną nie są zainteresowani.

Tabela 74. Kwoty, jakie mikroprzedsiębiorstwo byłoby skłonne przeznaczyć rocznie na usługi doradcze

Wyszczególnienie	Odsetek
Poniżej 1 tys. zł	33,06
1–3 tys. zł	9,5
3–5 tys. zł	0,83
Powyżej 5 tys. zł	0,41
Brak odpowiedzi	51,24
Braki	4,96

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Zapytani o czynniki, które przeszkadzają firmie w korzystaniu ze szkoleń, mikroprzedsiębiorcy tradycyjnie wskazywali na brak czasu (23,14%) i brak środków (23,14%). Ponadto na brak tematyki szkoleń dopasowanych do potrzeb firmy (19,42%) i brak szkoleń w najbliższym otoczeniu

Raport 2008

(19,84%). Na uwagę zasługuje też brak odpowiedzi – aż 28,51%. Wynik ten może świadczyć o braku zainteresowania mikroprzedsiębiorców szkoleniami i doradztwem w ogóle (tabela 76).

Tabela 75. Tematyka szkoleń najbardziej potrzebnych mikroprzedsiębiorstwom

Wyszczególnienie	Odsetek
Zasady realizacji zamówień publicznych w Polsce i w krajach UE	2,89
Rejestracja i prowadzenie działalności gospodarczej w krajach UE	6,61
Wymogi ubezpieczeniowe dla przedsiębiorstw działających na terenie UE	2,48
Informacje podstawowe i aspekty prawne wdrażania systemów zarządzania jakością	2,89
Aspekty prawne wdrażania systemów zarządzania środowiskowego (np. EMAS)	0
Oznaczenie wyrobów w krajach UE	1,65
Standardy wymagane w branżach – certyfikaty branżowe (HACCP)	4,55
Pozyskiwanie dotacji z funduszy strukturalnych UE	21,9
Zarządzanie firmą	10,33
Zarządzanie marketingowe	6,61
Obsługa komputera i oprogramowania dla małych firm	8,68
Sporządzanie biznesplanu	5,78
Inne	5,79

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Tabela 76. Czynniki przeszkadzające firmie w korzystaniu ze szkoleń

Wyszczególnienie	Przeszkadza	Nie przeszkadza	Nie wiem	Brak odpowiedzi
Brak tematyki szkoleń dopasowanych do potrzeb firmy	19,42%	44,63%	7,44%	28,51%
Brak odpowiednich szkoleń w najbliższym otoczeniu	19,84%	43,39%	8,26%	28,51%
Brak motywacji wśród pracowników	13,23%	50,00%	8,26%	28,51%
Brak motywacji wśród menedżerów	6,61%	56,2%	8,68%	28,51%
Brak czasu	23,14%	42,56%	5,37%	28,93%
Brak usług doradczych przy wyborze szkoleń	7,85%	54,55%	9,09%	28,51%
Brak środków na szkolenia	23,14%	40,09%	8,26%	28,51%
Inne	0,83%	0%	0%	99,17%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Wnioski z analizy mikroprzedsiębiorstw

Należy brać pod uwagę, że wszystkie badane przedsiębiorstwa zlokalizowane były na terenach powiatów o wysokim bezrobociu, peryferyjnych w stosunku do aglomeracji trójmiejskiej. Głównym celem badań była ocena potencjału tej grupy firm w zakresie kreacji nowych miejsc pracy.

W badanej grupie dominowały podmioty zatrudniające jedną osobę (61%), a przedsiębiorstw zatrudniających 1–3 osoby było ponad 80%. Jedynie w powiecie bytowskim większość (56%) stanowiły firmy zatrudniające więcej niż jednego pracownika.

Podmioty zatrudniające jedną osobę, czyli samozatrudnieni, w przeważającej liczbie przypadków nie są podmiotami rozwojowymi. Najczęściej pozostają na tym poziomie zatrudnienia przez całe życie. Wyjątkiem są firmy bardzo młode, dopiero zaczynające działalność. Takich było w badanej grupie zaledwie 2%.

Wśród firm objętych analizą dominowały przedsiębiorstwa w wieku 10 lat i więcej, których było aż 71%. Przyjmując w oparciu o wyniki licznych badań hipotezę, że prawdopodobieństwo wzrostu zatrudnienia maleje z wiekiem firm, także z tego punktu widzenia trudno uznać mikroprzedsiębiorstwa za zdolne do wykreowania w przyszłości znaczącej (mogącej obniżyć bezrobocie) liczby nowych miejsc pracy.

Pewnym optymizmem może natomiast napawać to, że większość (58%) firm chce się rozwijać. 83% tej części populacji rozumie przez to zwiększanie przychodów, 30,3% – rozszerzanie rynków zbytu, a rozwój firmy utożsamia ze wzrostem zatrudnienia jedynie 28% (16% całej populacji badanej).

Znajduje to potwierdzenie w planach na najbliższe dwa lata. 40% pytanych firm planuje zwiększenie sprzedaży, podczas gdy zwiększenie zatrudnienia jest w planach 27% przedsiębiorstw. To i tak więcej niż można się byłoby spodziewać, analizując rozumienie celów rozwoju przedsiębiorstw. Wynika to zapewne stąd, iż wzrost zatrudnienia traktowany jest przez właścicieli jako środek służący wzrostowi przychodów, a nie cel sam w sobie.

Struktura branżowa badanej grupy, choć typowa dla mikroprzedsiębiorstw (dominacja handlu i usług), nie rokuje

wielkich nadziei na wzrost zatrudnienia. Rozwój tego typu firm (sklepy, małe punkty usługowe) determinowany jest przede wszystkim chłonnością lokalnego rynku. Ponieważ są to tereny peryferyjne, chłonność ta nie jest wielka i trudno się spodziewać jej znacznego wzrostu. Jeszcze mniej prawdopodobne jest, by takie firmy mogły rozwijać się dzięki ekspansji na rynki sąsiednie, na rynek krajowy lub rynki zagraniczne.

Interesujące są wyniki analizy motywacji przedsiębiorców do zakładania własnych firm. Dominowały bodźce finansowe (37%) i chęć realizacji marzeń (28%). Dążenie do autonomii (w większości badań w Polsce i na świecie wymieniane na pierwszym, drugim miejscu) w tych badaniach wskazało wyraźnie mniej respondentów – 16%. Jednak wszystkie te trzy motywy zaliczane są do grupy tzw. czynników przyciągających (pull factors). Należy to ocenić pozytywnie, ponieważ firmy zakładane pod wpływem tego typu motywacji są z reguły trwalsze niż firmy zakładane pod wpływem czynników wymuszających (push factors).

Wśród czynników typu push najważniejszy jest zazwyczaj brak możliwości znalezienia innej pracy bądź obawa przed jej utratą. W tych badaniach na brak innych możliwości wskazało 13% respondentów. Pozornie niewiele, ale trzeba wyraźnie podkreślić, iż jest to znacznie więcej niż w innych, wcześniejszych badaniach MSP na terenie województwa pomorskiego. Zapewne też wyższy wskaźnik wynika z lokalizacji tych przedsiębiorstw na terenach dotkniętych znacznie wyższym bezrobociem niż średnio w województwie.

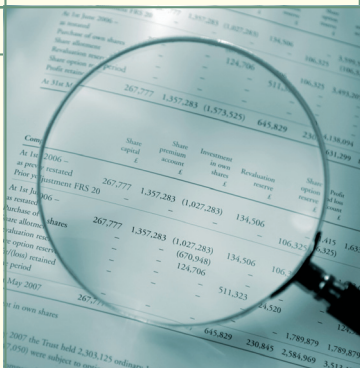
Zasadniczy wniosek, najważniejszy w kontekście celu niniejszych badań, jest taki: istotny wzrost zatrudnienia,

mogący w znaczący sposób obniżyć bezrobocie na tych terenach, nie jest możliwy do uzyskania poprzez promowanie zatrudnienia w istniejących mikrofirmach. Znacznie bardziej prawdopodobne jest osiągnięcie takiego efektu poprzez promocję zakładania nowych firm.

Większe nadzieje można natomiast wiązać z rozwojem niektórych przedsiębiorstw w innych, poza zatrudnieniem, wymiarach. Rośnie liczb firm osiągających znaczące zyski (7% w 2006 roku i 12% w 2007 roku; w 2008 roku znaczącego zysku spodziewa się 18%). Jest to tym ważniejsze, że właśnie zyski (co jest typowe dla mikrofirm) są głównym źródłem finansowania rozwoju firm (79% przedsiębiorstw).

Mikroprzedsiębiorstwa w ogóle rzadko korzystają z zewnętrznych źródeł finansowania. W badanej próbie żadne przedsiębiorstwo nie korzystało na przykład z funduszu Mikro i innych funduszy pożyczkowych. Konieczne wydaje się zatem skuteczniejsze przekazywanie informacji i promowanie usług instytucji tego typu.

Pomorskie mikroprzedsiębiorstwa wykorzystują technologię IT na dość małą skalę, jeśli porównać je z mikroprzedsiębiorstwami z innych regionów. Jest to o tyle niepokojące, że wyniki badań wyraźnie wskazują, że stosowanie narzędzi IT wiąże się z częstszym osiąganiem zysku, większym optymizmem co do możliwości wzrostu sprzedaży i chęcią zwiększania zatrudnienia. Trzeba jednak wziąć pod uwagę, że objęte niniejszymi badaniami mikrofirmy zlokalizowane były na obszarach słabo rozwiniętych, peryferyjnych.



	Share capital	Share premium	Investment in own shares	Reserves	Profit or loss
At 1st Jan 2006	267,777	1,357,283	(1,027,283)	134,506	106,321
At 31st Dec 2006	267,777	1,357,283	(1,027,283)	134,506	106,321
At 1st Jan 2007	267,777	1,357,283	(1,027,283)	134,506	106,321
At 31st Dec 2007	267,777	1,357,283	(1,027,283)	134,506	106,321
At 1st Jan 2008	267,777	1,357,283	(1,027,283)	134,506	106,321
At 31st Dec 2008	267,777	1,357,283	(1,027,283)	134,506	106,321

Wnioski końcowe

Ogólny obraz kondycji sektora MSP w województwie pomorskim, wyłaniający się z badań POG II, jest dość optymistyczny. Przedsiębiorcy w większości przypadków deklarują chęć rozwoju swoich firm, chęć inwestowania, wprowadzania innowacji. Wśród MSP jest też sporo, jak na ten sektor, eksporterów. Wszystkie te sygnały, a także słabsze niż w wielu innych wcześniejszych badaniach postrzeganie barier rozwojowych, świadczą o dużym optymizmie pomorskich przedsiębiorców. Jest to zapewne w sporej części efekt ogólnie dobrej koniunktury w Polsce. Niepokoi słabe zainteresowanie szkoleniami i usługami doradczymi.

Zmiany w porównaniu do 2006 roku (POG I) również należy ocenić pozytywnie. Większość firm osiągnęła wzrost przychodów, udało im się wypracować zyski, dokonać inwestycji, wprowadzić innowacje. W badanej grupie firm wzrosło też zatrudnienie (o ponad dwa tysiące osób). Jednak trzeba też podkreślić, że więcej firm zmniejszyło zatrudnienie, niż zwiększyło; więcej też „spadło” w klasyfikacji według wielkości do kategorii niższej, niż w tej klasyfikacji awansowało. W bardzo wielu przypadkach zauważono wyraźną rozbieżność (na plus i na minus) pomiędzy deklaracjami z 2006 roku i ich realizacją do 2008 roku.

W przypadku mikroprzedsiębiorstw zlokalizowanych na terenach o wysokim bezrobociu trzeba podkreślić ich (w zdecydowanej większości przypadków) niski potencjał prorozwojowy. Wynika to, częściowo, z charakteru branż, w których funkcjonowały badane firmy (usługi, handel); częściowo natomiast stąd, iż bardzo wiele tych firm zatrudniało zaledwie jedną osobę (samozatrudnienie bardzo rzadko bowiem rozwija się w większą jednostkę gospodarczą). Na tych obszarach znacznie efektywniejszą formą wspierania procesu tworzenia nowych miejsc pracy wydaje się być promocja powstawania nowych mikroprzedsiębiorstw niż promocja kreacji miejsc pracy przez mikroprzedsiębiorstwa już istniejące.

Badania POG II nie dają podstaw do wyselekcjonowania branż, z których pochodzą najbardziej dynamicznie rozwijające się firmy. Grupa ta składa się z przedsiębiorstw różnej wielkości, prowadzących różnorodną działalność, zlokalizowanych w różnych miejscach.

Rekomendacje adresowane do władz regionalnych i lokalnych

Należy uznać, że rekomendacje zawarte w raporcie z badań POG I pozostają niemal w całości aktualne. Warto je zatem przypomnieć:

- Celem polityki gospodarczej regionu wobec sektora MSP powinno być dążenie do poprawy konkurencyjności całej gospodarki regionu, w tym MSP. Przyjęcie takiego celu zgodne jest z deklaracją Komisji Europejskiej, przyjętą na konferencji ministrów odpowiedzialnych za MSP w Bolonii w 2000 roku, wskazującą na odejście od ochrony małych podmiotów gospodarczych (protekcjonizmu) na rzecz wspierania (promocji) ich wzrostu. Promocją wzrostu MSP powinno się koncentrować na ułatwieniach w tworzeniu nowych firm oraz wspieraniu tych, których działalność związana jest z komercjalizacją wiedzy. Takie podejście jest spójne ze Strategią Lizbońską, a także z przyjętą na Pomorzu Regionalną Strategią Innowacyjną.
- W związku z tym niezbędne jest wyselekcjonowanie grup przedsiębiorstw wartych wsparcia z punktu widzenia poprawy konkurencyjności sektora MSP i całej gospodarki regionu.
- W pierwszym etapie należy określić kryteria tej selekcji. Biorąc pod uwagę wyniki badań POG, jak również wyniki badań i doświadczenia polityki wspierania MSP w innych krajach kryteria te powinny dotyczyć przede wszystkim:
 - rodzajów prowadzonej działalności gospodarczej (branża);
 - charakteru działalności prowadzonej w firmach;
 - współpracy sieciowej (networking);
 oraz ewentualnie:
 - lokalizacji.
- Politykę wsparcia należałoby skoncentrować na przedsiębiorstwach działających w tzw. sektorach wiedzy (knowledge-based sectors), zarówno produkcyjnych, jak i usługowych (głównie w sektorach usług dla biznesu – B2B).
- Podstawowymi rodzajami działalności wartymi wsparcia są:
 - działalność innowacyjna (B+R i wdrożeniowa);
 - eksport i inne formy aktywności międzynarodowej;
 - inwestycje w kapitał trwały oraz w zasoby ludzkie.
- Odrębna grupa przedsiębiorstw, niekoniecznie związana z gospodarką opartą na wiedzy i internacjonalizacją, to firmy próbujące (chcące) działać w sieciach (klastrach).
- Można rozważyć wspieranie MSP (wszelkiego rodzaju) w regionach peryferyjnych wobec aglomeracji trójmiejskiej, szczególnie w tych dotkniętych najwyższym bezrobociem. W tych przypadkach warto zwrócić uwagę na zdolność firm do kreowania nowych miejsc pracy.
- Najważniejsze rodzaje usług publicznych (lub wspieranych ze środków publicznych), sprzyjających wzrostowi konkurencyjności MSP, to:
 - pomoc w badaniach rynku (szczególnie nowych rynków zaopatrzenia i zbytu, w tym zagranicznych);
 - pomoc prawna i finansowa związana z ochroną własności intelektualnej (patenty, licencje, prawa autorskie);
 - szkolenia w zakresie szeroko rozumianego zarządzania (finansami, marketingiem, personelem, procesami zmian, projektami).

Ówczesne rekomendacje należy uzupełnić w oparciu o wyniki badań POG II:

- Należy podtrzymać wnioski o wyselekcjonowanie grupy MSP, których działalność powinna być promowana i wspierana. Ponieważ wyniki badań nie wskazują, że firmy z jakiegokolwiek branży dominują wyraźnie w grupie najszybciej rozwijających się, proponuje się dokonać selekcji tej grupy przedsiębiorstw w oparciu o kryteria ponadbranżowe.
- W celu selekcji można wykorzystać poniższy „kwalifikator”:
Kryteria wzrostu:
 - a) wzrost przychodów;
 - b) wzrost (osiąganie) zysków;
 - c) wzrost zatrudnienia;
 - d) eksport (wzrost eksportu);
 - e) wprowadzenie innowacji;
 - f) dokonanie inwestycji.

W przypadku kryterium „a” można punktować osiągnięcie określonych progów wzrostu przychodów.

W przypadku kryteriów „b” i „d” można przyjąć punktację analogiczną do kryterium „a” lub oceniać tylko

Raport 2008

sam fakt osiągania zysku (bez względu na jego poziom lub dynamikę) i eksportowania.

W przypadku kryterium „e” przyjęto, że jakiegokolwiek innowacje (produkcyjne, technologiczne, organizacyjne, wejście na nowe rynki zbytu itd.) oznaczają, że w przedsiębiorstwie nastąpił lub nastąpi wzrost skali jego aktywności ekonomicznej lub poprawa jakościowych cech jego produktów/usług bądź procesów związanych z jego działalnością.

W przypadku kryterium „f”, podobnie jak w przypadku innowacji, można uznać, że jakiegokolwiek inwestycje (nieruchomości, park maszynowy, środki transportu) przyczyniły się lub przyczynią do wzrostu/rozwoju firmy.

Następnie należy przyjąć, że przedsiębiorstwa najbardziej rozwojowe (kategoria I) to te, w których spełnionych jest wszystkich sześć kryteriów.

Do kategorii II zaliczono firmy, w których spełnionych jest pięć z sześciu kryteriów.

Kategorię III stanowi grupa przedsiębiorstw, w których spełnione są cztery z sześciu powyższych kryteriów.

Kategoria IV to przedsiębiorstwa, które spełniają przynajmniej trzy z sześciu kryteriów

Kategoria V to firmy spełniające dwa z sześciu kryteriów.

Kategoria VI to firmy spełniające chociażby jedno z sześciu kryteriów

Kategoria VII – to firmy nierozwojowe.

Kwalifikator ten można wykorzystywać do selekcji celowej, tzn. w zależności od celu wsparcia/promocji można pewne kryteria pominąć lub przypisywać im różnicowane wagi/rangi. Można też wybierać firmy według kryteriów dotyczących zjawisk będących przedmiotem wspierania/promocji, a pozostałe kryteria traktować jako pomocnicze. Na przykład chcąc promować wzrost eksportu, można wybierać firmy niekoniecznie aktualnie eksportujące, ale spełniające pozostałe kryterium świadczące o możliwościach rozwojowych. Nie należy wykorzystywać kwalifikatora w taki sposób, że wsparcie/promocja adresowane są zawsze najpierw do przedsiębiorstw w kategorii I (w zależności od posiadanych środków), II, III itd. Selekcja firm na podstawie kategorii powinna zawsze zależeć od celów, jakim ma służyć.

Ponieważ badania wykazały niski poziom zainteresowania przedsiębiorców usługami szkoleniowymi i doradczymi, należy dokonać analizy przepływu informacji od instytucji szkolących i doradzających do ich potencjalnych klientów.

Analiza wyników badań wskazuje, że dwa obszary wiedzy potencjalnie powinny być obiektem zainteresowania przedsiębiorców. Pierwszy z nich to efektywne wykorzystanie technologii informacyjnych (dostęp do nich jest szeroki, ale poziom i efektywność wykorzystania niskie). Drugi to nowoczesne metody planowania, głównie strategicznego i finansowego. Adresatami szkoleń i doradztwa w tym zakresie powinny być przede wszystkim firmy o najwyższym potencjale rozwojowym.

Źródła finansowania działalności pomorskich MSP są mało zdywersyfikowane. Należy podjąć działania w celu popularyzacji takich źródeł, jak na przykład fundusze pożyczkowe. Można to osiągnąć poprzez uatrakcyjnienie ich oferty i poprawę przepływu informacji do potencjalnych beneficjentów.

Bibliografia

1. Z. Acs, P. Mueller, *Employment Effects of Business Dynamics: Mice, Gazelles and Elephants*, Discussion Papers on Entrepreneurship, Growth and Public Policy, Max Planck Institute of Economics, 23. 06., Jena 2007.
2. *Aktywność ekonomiczna ludności Polski – IV kwartał 2007*, Raport GUS, Warszawa 2008.
3. R. Böheim, A. Stiglbauer, R. Winter-Ebmer, *On the Persistence of Job Creation in Old and New Firms*, Department of Economics, Johannes Kepler University of Linz, Working Paper No. 0804, March 2008.
4. J. Covin, D. Slevin, *Strategic management of small firms in hostile and benign environments*. „Strategic Management Journal”, 10, 1989.
5. N. Daszkiewicz, *Teorie internacjonalizacji – ewolucja i perspektywy rozwoju*, [w:] N. Daszkiewicz (red.), *Małe i średnie przedsiębiorstwa. Szanse i zagrożenia rozwoju*, CeDeWu, Warszawa 2007.
6. N. Daszkiewicz, *Bariery wzrostu małych i średnich przedsiębiorstw*, [w:] F. Bławat (red.), *Przetwarzanie i rozwój małych i średnich przedsiębiorstw*, SPG, Gdańsk 2004.
7. F. Delmar, J. Wiklund, *The Effect of Small Business Managers' Growth Motivation on of Firm Growth: A Longitudinal Study*, Entrepreneurship Theory and Practice, vol. 32, No. 3, May 2008.
8. P. Davidsson, *Small firms as job creators – myth or fact?*, paper presented at the RENT VIII Workshop, Tampere Finland, November 24–25, 1994.
9. P. Dominiak, *Sektor MSP we współczesnej gospodarce*, WN PWN, Warszawa 2005.
10. *Enhancing SME Competitiveness*, The OECD Bologna Ministerial Conference, OECD, Paris 2001.
11. M. Gawrycka, J. Wasilczuk, D. Zych, *Szklany sufit, ruchome schody – kobiety na rynku pracy*, CeDeWu, Warszawa 2007.
12. M. Henrekson, D. Johansson, *Gazelles as Job Creators – a Survey and Interpretation of the Evidence*, Research Institute of Industrial Economics, Stockholm, February 6, 2008.
13. *Internationalisation of SMEs*, „Observatory of European SMEs”, European Commission, 2003/4.
14. T. Łuczka, *Rola Internetu w rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw*, „Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa”, numer specjalny, maj 2008.
15. G. Martin, H. Staines, *Managerial Competences in Small Firms*, [w:] materiały konferencji RENT VII, Budapest, November 1993.
16. B. Piasecki, A. Rogut, *Mała firma w warunkach rosnącej konkurencji*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 1993.
17. *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2005–2006*, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2007.
18. *Raport 2006. Kondycja sektora MSP na Pomorzu*, Pomorskie Obserwatorium Gospodarcze – Agencja Rozwoju Pomorza, Gdańsk 2007.
19. *SME Observatory, Summary, Survey*, European Commission, May 2007.
20. *SMEs and Cooperation*, „Observatory of European SMEs”, European Commission, 2003/5.
21. E. Stam, P. Gibcus, J. Telussa, E. Garnsey, *Employment Growth of New Firms. Scientific Analysis of Entrepreneurship and SMEs (SCALES)*, Zoetermeer, December 2007.
22. M. Starnawska, *Sieci małych i średnich przedsiębiorstw – ujęcie teoretyczne*, [w:] P. Dominiak (red.), *Małe i średnie przedsiębiorstwa wobec wyzwań współczesnej gospodarki*, SPG, Gdańsk 2005.
23. M. Stenkula, *The European Size Distribution of Firms and Employment*, Research Institute of Industrial Economics, Working Paper No. 683, Stockholm 2006.
24. D. J. Storey, *Understanding the Small Business Sector*, Routledge, London 1995.
25. I. Verheul, A. Stel, R. Thurik, *Explaining the entrepreneurship activity rate of women and men. A macro-level perspective*, [w:] materiały konferencji RENT XVII, Łódź 2003.
26. J. Wasilczuk, *How does the choice of growth indicators influence the research output*, [w:] materiały konferencji RENT XVII, Łódź 2003.
27. J. Wasilczuk, *Wzrost małych i średnich przedsiębiorstw – aspekty teoretyczne i badania empiryczne*, seria „Monografie”, nr 56, Politechnika Gdańska, Gdańsk.
28. J. Wasilczuk, *Uwagi metodyczne dotyczące badań MSP*, [w:] Zeszyty Naukowe Politechniki Gdańskiej „Ekonomia XL”, Wydawnictwo Politechniki Gdańskiej, Gdańsk 2001.
29. J. Wasilczuk, K. Zięba, P. Dominiak, *Survey on SMEs Growth in the Pomerania Region Phase One: an Intentional Model of Growth*, materiały konferencji USASBE 2008, dostępne w bazie EBSCO.
30. A. Willem, H. Crijns, *Measuring company growth: The effects of different growth periods, growth criteria and portfolio structures on the identification of high growers*, [w:] materiały konferencji RENT XII, Lyon 1997.

Inne źródła

1. *Ranking komunikatorów*, <http://ceo.cxo.pl/news/144631/Styczniowe.wyniki.Megapanelu...>
2. *Najpopularniejsze witryny w Polsce*.html, data dostępu: 30 maja 2008.
3. *Wykorzystanie technologii ICT w przedsiębiorstwach – wyniki polskiej części badania Programu infoDev*, http://parp.cmdok.dt.pl/upload/dokumenty/kip/III_spotkanie_KIP_2005/ECORYS_R_Piontek.pdf, data dostępu: 27 maja 2008.