

**Charakterystyka przemysłu motoryzacyjnego w Wielkopolsce
i strategia jego rozwoju**

RAPORT Z BADANIA

Poznań, grudzień 2009 rok

**„CHARAKTERYSTYKA PRZEMYSŁU MOTORYZACYJNEGO
W WIELKOPOLSCE I STRATEGIA JEGO ROZWOJU”**

Spis treści

WPROWADZENIE	4
1 CZEŚĆ PIERWSZA - METODOLOGIA BADANIA	9
1.1 Typy respondentów biorących udział w badaniu	9
1.2 Dobór respondentów do badania z podziałem na poszczególne typy	9
1.2.1 Przedsiębiorstwa z branży motoryzacyjnej oraz kooperanci – badania PAPI	9
1.2.2 Ośrodki innowacji i przedsiębiorczości związane z branżą motoryzacyjną, instytuty badawcze, centra B+R, inne podmioty działające na rzecz przemysłu motoryzacyjnego	10
1.2.3 Uczelnie wyższe	11
1.2.4 Kluczowi przedsiębiorcy z branży motoryzacyjnej oraz kooperanci z terenu Wielkopolski	11
1.2.5 Studenci wydziałów uczelni, które poprzez profil nauczania oraz prowadzoną działalność związane są z branżą motoryzacyjną oraz jej otoczeniem	11
1.3 Metody i techniki oraz narzędzia badawcze	12
1.3.1 Bezpośrednie wywiady kwestionariuszowe	12
1.3.2 Indywidualne wywiady pogłębione	13
1.3.3 Zogniskowane wywiady grupowe (FGI)	13
1.3.4 Analiza SWOT	13
1.3.5 Analiza wskaźnikowa	14
1.4 Lista pytań badawczych użytych w czasie procesu badawczego	14
1.4.1 Przedsiębiorcy	14
1.4.2 Pracownicy naukowcy oraz reprezentanci władz uczelni wyższych związanych z branżą motoryzacyjną	15
1.4.3 Studenci uczelni wyższych związanych z branżą motoryzacyjną	16
1.4.4 Ośrodki Innowacji i Przedsiębiorczości związane z branżą motoryzacyjną, centra B+R	17
2 CZEŚĆ DRUGA – ANALIZA DESK RESEARCH	19
2.1 Analiza źródeł i dokumentów zastanych	19
2.1.1 Informacje wstępne	19
2.1.2 Branża motoryzacyjna na tle pozostałych gałęzi polskiej gospodarki	19
2.1.3 Trudności branży oraz sposoby ich przełamywania. Parametry gospodarczego sukcesu	21
2.1.4 Znaczenie foresightu technologicznego w europejskiej konkurencji motoryzacyjnej	22
2.1.5 Intergrupa do Spraw Kryzysu w Przemśle Motoryzacyjnym Komitetu Regionów 22	
2.1.6 Klastry Motoryzacyjne w Europie. Wielkopolski Klaster Motoryzacyjny	23
2.1.7 Kondycja branży motoryzacyjnej w Polsce na tle europejskim	24
2.1.8 Wielkopolska motoryzacja i jej znaczenie w regionie	24
2.1.9 Prognozy w zakresie wielkopolskiego rynku pracy	25
2.1.10 Podsumowanie	28
2.2 Analiza wskaźnikowa oparta o dane statystyczne	29
2.2.1 Podstawowe reguły metodologiczne	29
2.2.2 Opis wyników analizy	31

2.2.3	Część produkcyjna i dystrybucyjna przemysłu motoryzacyjnego w województwie wielkopolskim	36
3	CZĘŚĆ TRZECIA – OPIS WYNIKÓW BADAŃ ILOŚCIOWYCH	38
3.1	Charakterystyka badanej populacji	38
3.2	Ogólna ocena sytuacji i tendencji w przemyśle motoryzacyjnym	41
3.3	Aktualna i prognozowana sytuacja przedsiębiorstw	45
3.4	Wpływ recesji gospodarczej na sytuację w przedsiębiorstwach	52
3.5	Fundusze pomocowe Unii Europejskiej.....	55
3.6	Struktura stanowisk pracy	58
3.7	Zmiany w poziomie zatrudnienia na przestrzeni ostatnich lat	60
3.8	Planowane zmiany w poziomie zatrudnienia w przeszłości	64
3.9	Wynagrodzenia.....	66
3.10	Wolne miejsca pracy	66
3.11	Przygotowanie absolwentów szkół ponadgimnazjalnych i wyższych do pracy w ramach przemysłu motoryzacyjnego. Współpraca z instytucjami edukacyjnymi	67
3.12	Łańcuchy kooperacyjne.....	69
3.13	Szkolenia pracowników	71
3.14	Współpraca z instytucjami rynku pracy	72
3.15	Potencjalne działania na poziomie centralnym	74
3.16	Podsumowanie badań ilościowych.....	75
4	CZĘŚĆ CZWARTA – OPIS WYNIKÓW BADAŃ JAKOŚCIOWYCH	76
4.1	Analiza zogniskowanych wywiadów grupowych (FGI).....	76
4.1.1	Rozumienie przemysłu motoryzacyjnego. Sytuacja przemysłu motoryzacyjnego.....	76
4.1.2	Ocena przygotowania zawodowego absolwentów szkół wyższych	77
4.1.3	Ocena przemysłu motoryzacyjnego jako potencjalnego miejsca zatrudnienia. Relacje ze sferą biznesu.	79
4.2	Analiza indywidualnych wywiadów pogłębionych (IDI)	80
4.2.1	Ocena sytuacji gospodarczej i kondycji przemysłu motoryzacyjnego.....	80
4.2.2	Kontakty z otoczeniem biznesu.....	82
4.2.3	Ocena oferty edukacyjnej.....	82
4.2.4	Oferta dla przedsiębiorców z branży motoryzacyjnej.....	83
4.3	Analiza indywidualnych wywiadów pogłębionych (IDI) przeprowadzonych wśród przedsiębiorców	84
4.3.1	Ocena sytuacji gospodarczej i kondycji przemysłu motoryzacyjnego.....	84
4.3.2	Ocena oferty edukacyjnej oraz partnerzy ze sfery otoczenia biznesu.....	84
4.3.3	Oczekiwania względem urzędów pracy	85
4.3.4	Fundusze strukturalne	86
4.4	Podsumowanie badań jakościowych.....	86
5	CZĘŚĆ PIĄTA. PLAN STRATEGII	87
5.1	Analiza SWOT	87
5.2	Rola przemysłu motoryzacyjnego dla regionalnego rynku pracy na lata 2010-2020 ..	91
5.3	Strategia rozwojowa przemysłu motoryzacyjnego w Wielkopolsce.....	95
5.4	Metody i narzędzia wspierania regionalnego przemysłu motoryzacyjnego	98
6	PODSUMOWANIE	101
	SPIS TABEL, WYKRESÓW I MAP	103
	WZÓR ANKIETY.....	106

WPROWADZENIE

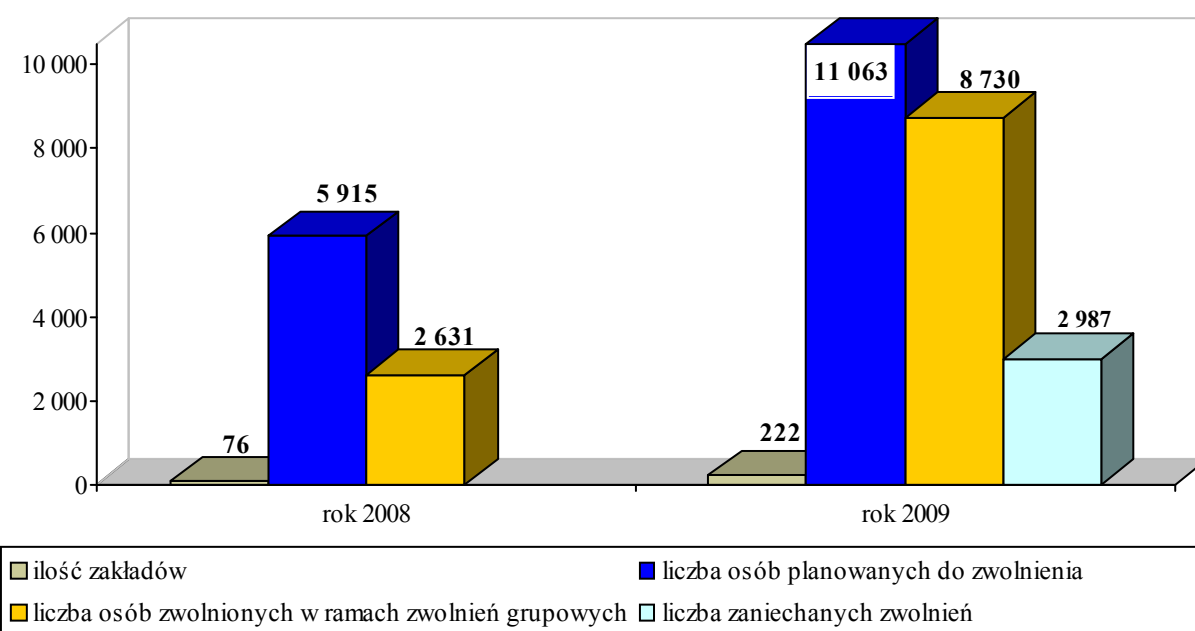
Kryzys finansowy i związany z tym utrudniony dostęp podmiotów gospodarczych do kredytów, niekorzystnie wpłynęły w ostatnim czasie na gospodarkę i rynek pracy. Ograniczenie produkcji, liczne zwolnienia grupowe pracowników z przyczyn dotyczących zakładów pracy, przyczyniły się w czwartym kwartale 2008 roku i w 2009 roku do ograniczenia zatrudnienia i wzrostu bezrobocia w kraju, w tym również w województwie wielkopolskim.

Na przestrzeni ostatniego roku w Wielkopolsce nastąpił wzrost liczby bezrobotnych z 91 441 osób w grudniu 2008r. do 133 563 osób w grudniu 2009r. Stopa bezrobocia wzrosła w tym okresie z 6,4% do 9,1%. Według informacji otrzymywanych z powiatowych urzędów pracy województwa wielkopolskiego, głównymi przyczynami tych negatywnych zjawisk obserwowanych na regionalnym rynku pracy, były między innymi:

1. Zmniejszająca się liczba ofert pracy zgłaszanych przez pracodawców do powiatowych urzędów pracy. W 2009 roku pracodawcy zgłosili do powiatowych urzędów pracy województwa wielkopolskiego 63 221 ofert pracy, przy 85 863 w roku 2008.
2. Nie przedłużanie przez pracodawców umów z pracownikami zatrudnionymi na czas określony.
3. Rejestrowanie się w urzędach pracy osób, które powróciły z emigracji.
4. Zwolnienia grupowe pracowników z przyczyn dotyczących zakładów pracy.

W porównaniu do roku 2008, rok 2009 charakteryzował się niemal trzykrotnym zwiększeniem liczby zakładów zgłaszających zwolnienia grupowe oraz niemal dwukrotnym zwiększeniem liczby osób planowanych do zwolnienia. Szczegółowe dane na ten temat prezentuje diagram 1.

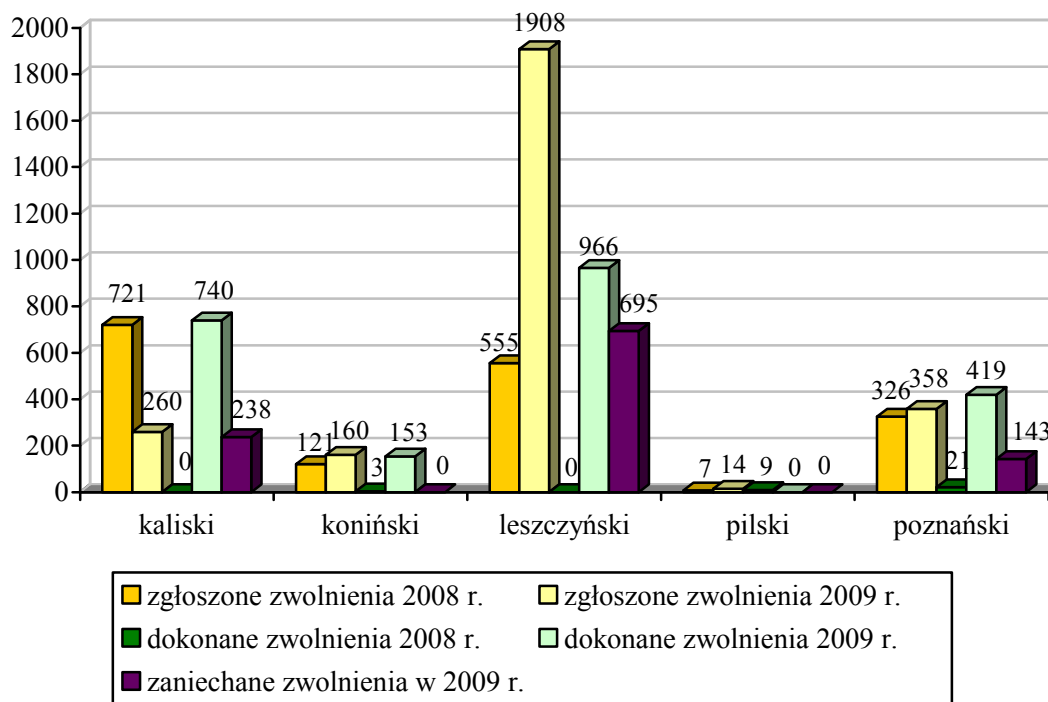
Diagram 1. Zgłoszenia zwolnień grupowych, dokonane i zaniechane zwolnienia w Wielkopolsce w 2008 i 2009 roku



Zgodnie z prognozami Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej, dotyczącymi sytuacji w kraju w 2009 roku, największe problemy miały odczuć branże związane z eksportem. Przewidywano, że szczególnie narażone na kryzys będą firmy motoryzacyjne¹. Prognozy te znalazły potwierdzenie w statystykach dotyczących Wielkopolski. Wśród branż, w których dokonano największych zwolnień grupowych w regionie, w latach 2008-2009, obok budowlanej, odzieżowej, meblarskiej i produkcyjnej, znalazła się branża motoryzacyjna, będąca przedmiotem niniejszego badania.

Podregionami, w których w 2008 roku zgłoszono najwięcej zwolnień grupowych pracowników, były kaliski i leszczyński, natomiast w 2009 roku – leszczyński i poznański. Najwięcej dokonanych zwolnień pracowników w branży motoryzacyjnej w 2009 roku miało miejsce w podregionie leszczyńskim i kaliskim. Szczegółowe dane na ten temat prezentuje diagram 2.

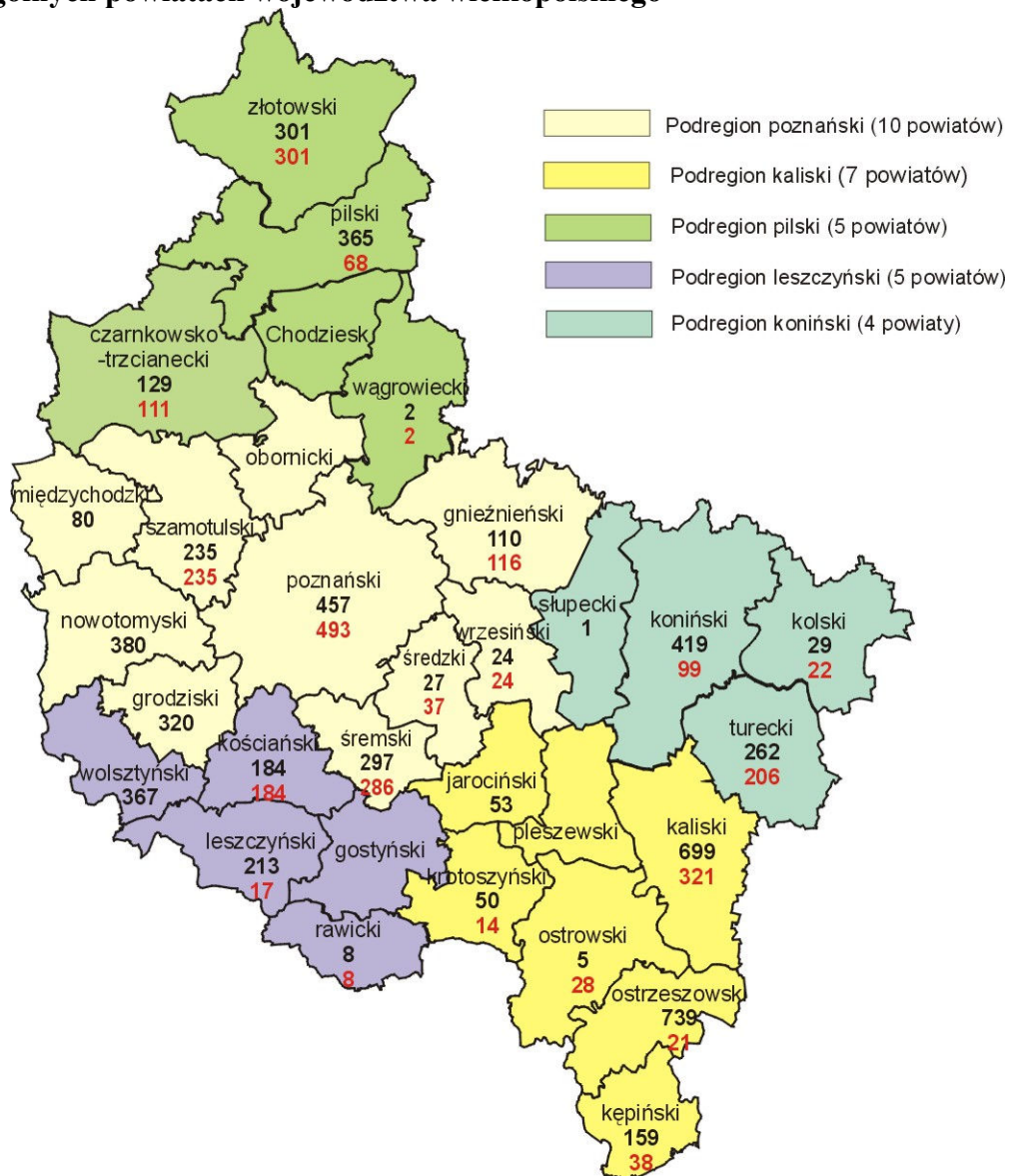
Diagram 2. Zgłoszone, dokonane i zaniechane zwolnienia w przemyśle motoryzacyjnym (wg sekcji PKD) w poszczególnych podregionach województwa wielkopolskiego w 2008 i 2009 roku



Najwięcej zwolnień grupowych w 2008 i 2009 roku zgłoszono w podregionie poznańskim (odpowiednio: 1 925 i 3 960), kaliskim (odpowiednio: 1 705 i 3 049) oraz leszczyńskim (odpowiednio: 755 i 2 312). Powiatami, w których w 2008 roku zgłoszono szczególnie liczne zwolnienia grupowe pracowników były powiaty: ostrzeszowski (739 osób), kaliski (699), poznański (457) oraz koniński (419). Natomiast w 2009 roku najwięcej zgłoszeń zwolnień pracodawcy dokonali w powiatach poznańskim (2 452 osoby), ostrowskim (1 172), rawickim (1 121) oraz leszczyńskim (954). Szczegółowe dane dotyczące zgłoszonych i dokonanych zwolnień w poszczególnych powiatach Wielkopolski przedstawia mapa 1 i 2.

¹ Fedak: bezrobocie może wzrosnąć o 2 procent, <http://www.gazetaprawna.pl>, 09.01.2009r.

Mapa 1. Liczba zgłoszonych i dokonanych zwolnień grupowych w 2008 roku w poszczególnych powiatach województwa wielkopolskiego



Liczba zgłoszonych zwolnień grupowych łącznie w województwie wielkopolskim – 5 915
Liczba dokonanych zwolnień grupowych łącznie w województwie wielkopolskim – 2 631

Mapa 2. Liczba zgłoszonych i dokonanych zwolnień grupowych w 2009 roku w poszczególnych powiatach województwa wielkopolskiego



Liczba zgłoszonych zwolnień grupowych łącznie w województwie wielkopolskim – 11 063
Liczba dokonanych zwolnień grupowych łącznie w województwie wielkopolskim – 8 730

W związku z niepokojącymi informacjami, dotyczącymi licznych zgłaszanych oraz dokonywanych zwolnień grupowych pracowników w branży motoryzacyjnej, napływającymi od 2008 roku z lokalnych rynków pracy, Wojewódzki Urząd Pracy w Poznaniu przeprowadził badanie, którego celem była analiza przemysłu motoryzacyjnego w Wielkopolsce, pozwalająca określić jego potencjał, możliwości i strategię rozwoju oraz stabilność na regionalnym rynku pracy w okresie kryzysu i dekonjunkury. Badanie miało także za zadanie wskazać drogi wyjścia z kryzysu i powrotu do stabilizacji i rozwoju w przyszłości. Projekt miał spełnić przede wszystkim cele:

- deskryptywne, a więc opisujące i diagnozujące stan przemysłu motoryzacyjnego na terenie Wielkopolski,
- prognostyczne, a więc przewidujące tendencje rozwoju przemysłu motoryzacyjnego w perspektywie czasowej do roku 2020,

- rekomendujące, a więc wskazujące na proponowane, korzystne rozwiązania mające doprowadzić do rozwoju i poprawy sytuacji w jakiej znajduje się przemysł motoryzacyjny w Wielkopolsce,

W ramach prowadzonego badania:

1. Scharakteryzowano przemysł motoryzacyjny w Wielkopolsce, przede wszystkim:

- zdiagnozowano stan ilościowy i strukturę przemysłu motoryzacyjnego wraz z otoczeniem,
- określono wielkość zatrudnienia i produkcji w przemyśle,
- określono wielkość produkcji przemysłu motoryzacyjnego,
- określono innowacyjność przemysłu motoryzacyjnego oraz możliwość przeprowadzania transferu technologii,
- określono pozostałe cechy charakteryzujące przemysł motoryzacyjny w Wielkopolsce,
- poznano ocenę przedsiębiorców oraz kooperantów i reszty otoczenia związanego z przemysłem motoryzacyjnym dotyczącą stanu przemysłu motoryzacyjnego,
- przeprowadzono analizę SWOT, która wskazała silne i słabe strony przemysłu motoryzacyjnego w Wielkopolsce oraz szanse i zagrożenia, które mogą się pojawić.

2. Określono miejsce branży motoryzacyjnej w gospodarce regionu poprzez:

- porównanie branży motoryzacyjnej do innych gałęzi przemysłu,
- określenie zatrudnienia w odniesieniu do całości gospodarki na terenie województwa,
- określenie wielkości produkcji w odniesieniu do całości produkcji na tle województwa,
- określenie wpływu przemysłu na ogólny poziom innowacyjności i transferu technologii,
- poznanie opinii przedsiębiorców oraz pozostałych grup respondentów biorących udział w badaniu na temat roli i miejsca branży motoryzacyjnej w regionie.

3. Określono rolę przemysłu motoryzacyjnego dla regionalnego rynku pracy na lata 2010 – 2020 poprzez:

- prognozę przewidywanej roli przemysłu motoryzacyjnego w regionie uwzględniającą wyniki analizy *desk research* oraz wyniki badań empirycznych,
- wyznaczenie na podstawie wizji respondentów określonych zadań i perspektyw jakie przyjmować będzie wielkopolski przemysł motoryzacyjny wraz z otoczeniem.

4. Określono strategię rozwoju przemysłu motoryzacyjnego w Wielkopolsce:

- na podstawie przedstawionej diagnozy przemysłu motoryzacyjnego oraz analizy SWOT, w oparciu o wyniki badań empirycznych stworzona została strategia rozwoju przemysłu motoryzacyjnego mająca na celu poprawę kondycji tej branży oraz zahamowanie negatywnych tendencji związanych z globalnym kryzysem gospodarczym.

5. Określono metody i narzędzia regionalnej polityki wspomaganie rozwoju przemysłu, w tym:

- opracowano aktualną „mapę powiązań” pomiędzy partnerami współdziałającymi w branży związanej z przemysłem motoryzacyjnym,
- opracowano listy potencjalnych kooperantów,
- opracowano optymalną, w świetle przeprowadzonych badań i analiz, mapę zależności pomiędzy aktualnymi i potencjalnymi graczami w ramach szeroko pojętego przemysłu motoryzacyjnego,
- opracowano szczegółowe metody i narzędzia regionalnej polityki wspomaganie rozwoju przemysłu.

1 CZĘŚĆ PIERWSZA - METODOLOGIA BADANIA

1.1 Typy respondentów biorących udział w badaniu

Wybór poszczególnych grup oraz sposób doboru próby dla wskazanych kategorii zamieszczono poniżej.

Typ respondenta	Technika badawcza	Liczebność
1. Przedsiębiorstwa z branży motoryzacyjnej oraz kooperanci z podziałem zgodnie z próbą badawczą	Bezpośredni wywiad kwestionariuszowy face-to-face (Paper and Pencil Interview)	N=500
2. Ośrodki Innowacji i Przedsiębiorczości związane z branżą motoryzacyjną, centra B+R	Indywidualny wywiad pogłębiony (IDI)	N=4
3. Wydziały uczelni wyższych związanych poprzez zakres edukacji oraz prowadzoną działalność z przemysłem motoryzacyjnym	Indywidualny wywiad pogłębiony (IDI)	N=4
4. Kluczowi przedsiębiorcy z branży motoryzacyjnej oraz kooperanci z terenu Wielkopolski	Indywidualny wywiad pogłębiony (IDI)	N=4
5. Studenci poznańskich uczelni wyższych związanych z branżą motoryzacyjną	Zogniskowany wywiad grupowy (FGI)	N=2
SUMA		N=514

1.2 Dobór respondentów do badania z podziałem na poszczególne typy

1.2.1 Przedsiębiorstwa z branży motoryzacyjnej oraz kooperanci – badania PAPI

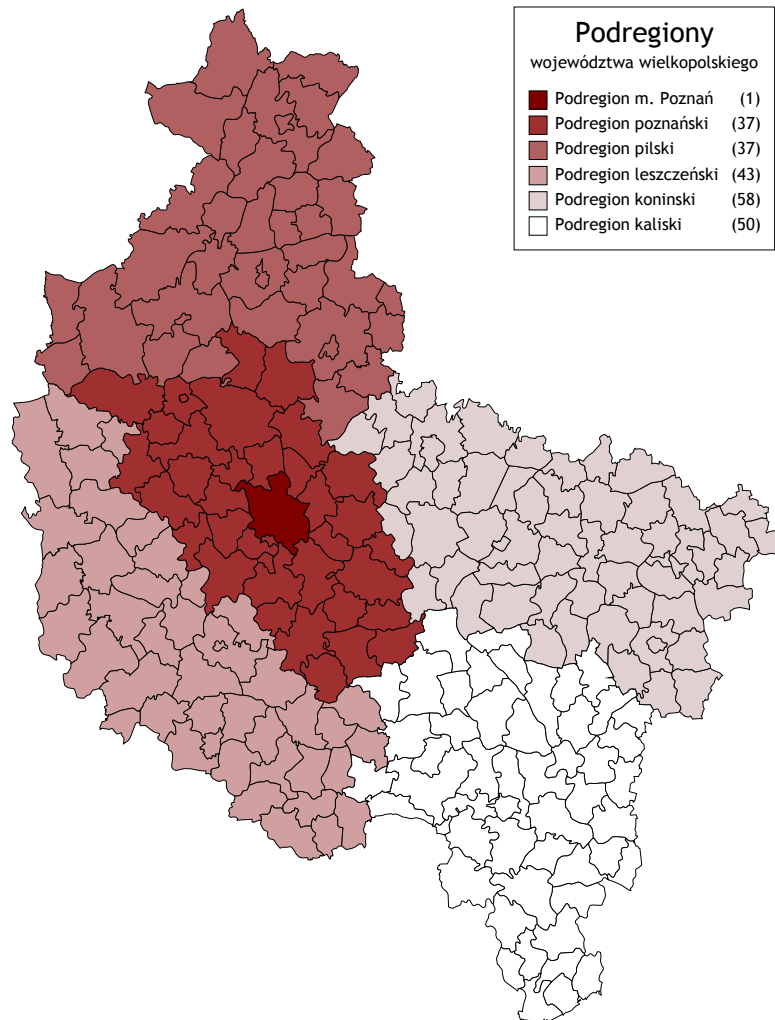
Dobór próby badawczej opracowany został w oparciu o dane Urzędu Statystycznego w Poznaniu, który jest administratorem terenowych baz danych krajowego rejestru urzędowego podmiotów gospodarki narodowej REGON dla terenu województwa wielkopolskiego. Liczebność głównej próby badawczej, została ustalona na 500 przedsiębiorstw, podzielonych według grup i klas. Na podstawie dokonanych obliczeń (przy założeniach: liczebność próby badawczej wynosi N=500 przedsiębiorstw oraz liczebność populacji generalnej według stanu na dzień 31.05.2009 r. wynosi 1 266 przedsiębiorstw) dla poziomu istotności określonego na poziomie $\alpha = 0,05$ wyznaczono poziom maksymalnego błędu szacunku w ramach głównej części badania na poziomie 3,4%. W celu zapewnienia reprezentatywności próby, a jednocześnie wyboru odpowiedniej liczby kluczowych reprezentantów największych pracodawców na regionalnym rynku pracy, skonstruowana została próba kwotowo-losowa powstała w oparciu o dane wyznaczające rzeczywistą strukturę przedsiębiorstw w ramach poszczególnych grup i klas biorących udział w badaniu. Udział poszczególnych klas i grup w ramach pierwotnych kwot próby badawczej odzwierciedlał rzeczywistą strukturę podmiotów zarejestrowanych w rejestrze REGON. W celu zapewnienia jak najlepszego odzwierciedlenia rzeczywistej struktury, zapewnienia najbardziej wiarygodnych wyników, skonstruowana próba jest reprezentatywna także ze względu na:

- Liczbę osób zatrudnionych, co ma zapewnić reprezentatywność ze względu na wielkość przedsiębiorstwa.

- Sektor własności podmiotu z podziałem na publiczny i prywatny co ma zapewnić reprezentatywność ze względu na sektor własności (założenie to zostało w trakcie badania skorygowane – wyłącznie jeden podmiot był jednostką sektora publicznego).
- Liczbę podmiotów w poszczególnych podregionach województwa wielkopolskiego, co ma zapewnić reprezentatywność terytorialną.

Podział województwa na podregiony przedstawia poniższa mapa. Liczby w nawiasach w legendzie przedstawiają liczbę gmin, które składają się na poszczególne podregiony.

Mapa 3. Podział województwa wielkopolskiego na podregiony



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

1.2.2 Ośrodki innowacji i przedsiębiorczości związane z branżą motoryzacyjną, instytuty badawcze, centra B+R, inne podmioty działające na rzecz przemysłu motoryzacyjnego

Metodą doboru próby do badań jakościowych - indywidualnych wywiadów pogłębionych (IDI) był dobór celowy. Próba celowa (arbitralna) opiera się na wiedzy o badanej populacji i specyficznych celach badań. Dobór respondentów do badania opiera się

na wiedzy badacza o cechach populacji generalnej. Pozwala to na uzyskanie wniosków i opinii pochodzących od znacznie różniących się osób badanych. Liczba przeprowadzonych wywiadów pogłębionych wyniosła N=4. Do respondentów, którzy zostali przebadani za pomocą indywidualnych wywiadów pogłębionych należą następujące instytucje:

- Nickel Technology Park Poznań Sp. z o.o., Poznań (instytucja wchodzi w skład konsorcjum generalnego Wielkopolskiego Klastra Motoryzacyjnego).
- Instytut Budownictwa, Mechanizacji i Elektryfikacji Rolnictwa, Poznań (instytucja jest uczestnikiem Wielkopolskiego Klastra Motoryzacyjnego).
- Instytut Logistyki i Magazynowania, Poznań (instytucja jest branżowo powiązana z badanym zagadnieniem).
- Przemysłowy Instytut Maszyn Rolniczych, Poznań (instytucja jest branżowo powiązana z badanym zagadnieniem).

1.2.3 Uczelnie wyższe

Metodą doboru próby do badań jakościowych - indywidualnych wywiadów pogłębionych (IDI) był dobór celowy (patrz podrozdział 1.2.2). Łączna liczba indywidualnych wywiadów pogłębionych wyniosła N=4.

- Politechnika Poznańska
 - Wydział Maszyn Roboczych i Transportu (przykładowe instytuty prowadzone w ramach wydziału: Instytut Maszyn Roboczych i Pojazdów Samochodowych, Instytut Silników Spalinowych i Transportu),
 - Wydział Budowy Maszyn i Zarządzania (przykładowe instytuty prowadzone w ramach wydziału: Instytut Mechaniki Stosowanej, Instytut Technologii Materiałów, Instytut Technologii Mechanicznej, Instytut Inżynierii Materiałowej).
- Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu
 - Wydział Zarządzania (przykładowe kierunki prowadzone w ramach wydziału: logistyka krajowa i międzynarodowa, zarządzanie produkcją, zarządzanie przedsiębiorstwami).
- Wyższa Szkoła Logistyki i Magazynowania.

Politechnika Poznańska oraz Uniwersytet Ekonomiczny uczestniczą w Wielkopolskim Klastrze Motoryzacyjnym.

1.2.4 Kluczowi przedsiębiorcy z branży motoryzacyjnej oraz kooperanci z terenu Wielkopolski

Metodą doboru próby do badań jakościowych - indywidualnych wywiadów pogłębionych (IDI) był dobór celowy (patrz podrozdział 1.2.2). Łączna liczba indywidualnych wywiadów pogłębionych wyniosła N=4.

- Kimball Electronics Poland,
- Centra S.A.,
- AL-KO Kober Sp. z o.o.,
- Eberspaecher Sp. z o.o.

1.2.5 Studenci wydziałów uczelni, które poprzez profil nauczania oraz prowadzoną działalność związane są z branżą motoryzacyjną oraz jej otoczeniem

Dobór osób biorących udział w badaniu opierał się na dostępności badanych. Liczba studentów została podzielona na poszczególne uczelnie i wydziały, co zapewniło większą reprezentatywność uzyskanych wniosków. W każdym z dwóch zogniskowanych wywiadów

grupowych liczba respondentów wynosiła od 8 do 10 osób. Studenci w ramach FGI zostali podzieleni na dwie grupy:

- Studenci „techniczni”, kierunków inżynierskich związanych poprzez profil nauczania z przemysłem motoryzacyjnym,
- Studenci kierunków magisterskich związanych poprzez profil nauczania z przemysłem motoryzacyjnym.

1.3 Metody i techniki oraz narzędzia badawcze

W trakcie prowadzenia badania zastosowano różnorodne narzędzia i metody badawcze, aby uzyskać jak najbardziej wyczerpujące i wiarygodne informacje, w tym:

- **Triangulację metod badawczych** – łączy różne metody badawcze celem dogłębnego poznania i zrozumienia badanych zjawisk. Zastosowano ilościowe (PAPI) i jakościowe (IDI) metody badań, które umożliwiły testowanie tej samej hipotezy bez obciążenia błędami wynikającymi z ograniczeń i wad poszczególnych metod badawczych.
- **Triangulację źródeł danych** – poddano analizie zarówno dane zastane (analiza *desk research*, *analiza wskaźnikowa*) jak i dane wywołane (tj. uzyskane w trakcie badania).

1.3.1 Bezpośrednie wywiady kwestionariuszowe

BEZPOŚREDNI WYWIAD KWESTIONARIUSZOWY [PAPI] (*ang. Paper and Pencil Interview*) – w badaniu ilościowym wykorzystana została metoda oparta na gromadzeniu danych w sposób otwarty (jawny)² i zestandaryzowany.

Kwestionariusz składał się z części rekrutacyjnej, merytorycznej, metryczkowej i ewidencyjnej. W części merytorycznej znajdowały się pytania dotyczące samego przedmiotu badania. Część metryczkowa zawierała m.in. podstawowe informacje o jednostce badania. Część ewidencyjna była wypełniana po zakończeniu badania przez ankietera – zawierała informacje takie jak: czas i miejsce przeprowadzenia wywiadu, czy długość trwania rozmowy.

Przed przystąpieniem do realizacji badania właściwego przeprowadzony został pilotaż narzędzia badawczego na próbie N=20 przedsiębiorstw. Celem pilotażu było:

- zweryfikowanie problemu badawczego, czyli sprawdzenie, czy dany problem występuje w określonym środowisku społecznym,
- sprawdzenie narzędzia badawczego, czyli przydatności zawartych w kwestionariuszu pytań, czy kafeterii pod względem stopnia ich zrozumiałości dla badanych, trafności odpowiedzi, czy też pod względem liczby pytań, na które respondenci nie udzielili odpowiedzi,
- ustalenie problemów organizacyjnych dla właściwego procesu badawczego – określenie sposobu docierania do badanych osób, sprawdzenie ankieterów mających brać udział w badaniach, określenie czasu realizacji badania.

Dane uzyskane w toku badania pilotażowego zostały wykorzystane do opracowania ostatecznego narzędzia badawczego.

Informacje pochodzące z kwestionariuszy wzbogacone zostały o dane pochodzące z formularzy opisu ilościowego przedsiębiorstwa. Informacje te, zawierające podstawowe

² Otwarty sposób gromadzenia danych – polega na wstępnym przekazaniu informacji respondentowi odnośnie tematyki poruszanej w badaniu. Respondent zostanie (przed przeprowadzeniem z nim wywiadu) poinformowany o problematyce badawczej.

wskaźniki opisujące funkcjonowanie danego podmiotu, służą wzbogaceniu informacji pochodzących z badań kwestionariuszowych.

1.3.2 Indywidualne wywiady pogłębione

INDYWIDUALNY WYWIAD POGŁĘBIONY [IDI] (ang. *Individual In-Depth Interviews*) to jedna z bardziej popularnych metod badań jakościowych, polegająca na szczegółowej, wnikliwej rozmowie z wybranymi respondentami. Umożliwia ona dotarcie do precyzyjnych i pogłębionych informacji. Wywiad odbył się na podstawie specjalnie przygotowanego narzędzia badawczego – scenariusza wywiadu, którego celem było uporządkowanie i wystandaryzowanie prowadzonej rozmowy. Scenariusze wywiadu, dedykowane dla każdego typu grup respondentów w zasadniczej swej części nie różniły się, a tylko moduły/zagadnienia wynikające z charakteru respondenta zostały zindywidualizowane. Taka zasada konstrukcji narzędzia pozwoliła na analizę porównawczą uzyskanych rezultatów badawczych.

Materiał uzyskany w wyniku badań jakościowych (IDI) został poddany analizie jakościowej w oparciu o następujące trzy etapy:

1. Częściowe ustrukturyzowanie wywiadów celem pozyskania podstawowych informacji o badanych jednostkach.
2. Analizę wstępną, porządkującą: ocena wiarygodności i poprawności technicznej, weryfikacja podstawowych elementów metodologicznych badania.
3. Redukcję i kategoryzację: redukcja i kategoryzacja uzyskanego materiału badawczego, określenie pól problemowych, wyodrębnienie poszczególnych zagadnień i pojęć, analizę przyczynowo-skutkową. Trzeci element analizy danych został przeprowadzony w oparciu o narzędzie analityczne Nvivo 7, który sprawdza się przy wnikliwych analizach wątków, rekonstruowaniu procesów lub znaczeń (i korzystaniu z różnorodnych danych).

1.3.3 Zogniskowane wywiady grupowe (FGI)

Zogniskowane wywiady grupowe (FGI, ang. *Focus Group Interviews*) stanowią jedną z metod badań jakościowych, polegającą na wspólnej dyskusji grupy respondentów/uczestników wywiadu na zadany z góry temat/grupę tematów. W trakcie wywiadu grupowego podejmowane były pytania badawcze o charakterze eksploracyjnym, próby wyjaśniania i zrozumienia zjawisk, motywacji, postaw, zachowań, bez intencji wyrażania badanej rzeczywistości, w sposób liczbowy i czysto opisowy.

W przypadku tego typu badania analizie podlegają nie tylko indywidualne opinie wyrażane przez poszczególne osoby, ale też interakcje i wyniki konfrontacji różnych opinii na prezentowany temat.

- Przeprowadzono 2 FGI, w każdym z nich wzięło udział 8-10 uczestników, będących studentami uczelni wyższych, które poprzez profil edukacyjny oraz podejmowane inicjatywy związane są z przemysłem motoryzacyjnym.
- Moderatorem grup był jeden z członków zespołu badawczego posiadający bogate doświadczenie w przeprowadzaniu tego typu wywiadów.
- Wywiady zostały przeprowadzone w Poznaniu.

1.3.4 Analiza SWOT

Analiza polegała na zidentyfikowaniu silnych (*strengths*) i słabych (*weaknesses*) stron elementów stanowiących przedmiot badania. Następnie zostały one skonfrontowane z czynnikami zewnętrznymi, które w pozytywny (szanse, *opportunities*) lub negatywny sposób (zagrożenia, *threats*) mogą/powinny wpływać na przebieg badanych procesów

w przyszłości. W wyniku analizy zostały wydzielone czynniki, dzięki którym można będzie rozwijać silne strony badanych procesów, niwelować (bądź ograniczać) strony słabe, a przede wszystkim maksymalnie wykorzystywać istniejące możliwości i pojawiające się szanse oraz unikać przewidywanych zagrożeń i niebezpieczeństw.

1.3.5 Analiza wskaźnikowa

W celu jak najlepszego przedstawienia danych statystycznych posłużono się analizą wskaźnikową, w sposób zrelatywizowany, obrazujący pozycję przemysłu motoryzacyjnego w Wielkopolsce na tle pozostałych branż (sekcji PKD). Szczegółowe zasady zostały opisane we wstępie metodologicznym do rozdziału opisującego wyniki niniejszej analizy, który znajduje się w dalszej części raportu.

1.4 Lista pytań badawczych użytych w czasie procesu badawczego

Niniejsze pytania zostały podzielone na typy respondentów i posłużyły do konstrukcji narzędzi badawczych. Odpowiedzi na nie, w dowolnej konfiguracji, udzielano za pomocą:

- Badań ilościowych PAPI,
- Indywidualnych wywiadów pogłębionych,
- Zogniskowanych wywiadów grupowych,
- Analizy wskaźnikowej,
- Analizy desk research.

1.4.1 Przedsiębiorcy

- Jaka jest ocena stanu przemysłu motoryzacyjnego w Wielkopolsce/kraju/na świecie?
- Jaka jest ocena dynamiki rozwoju/regresji przemysłu motoryzacyjnego w Wielkopolsce/kraju/na świecie?
- Jakie czynniki przede wszystkim wpływają na rozwoju popytu na produkty przemysłu motoryzacyjnego?
- Co przede wszystkim wpływa na popyt na produkty przemysłu motoryzacyjnego?
- Jaka jest ocena znaczenia przemysłu motoryzacyjnego w Wielkopolsce/kraju/na świecie?
- Jaka jest ocena stanu własnego zakładu pracy?
- Czy podmioty odczuwają skutki globalnego kryzysu gospodarczego? Jaki jest jego wpływ na działalność przedsiębiorstwa?
- Czy podejmowane były działania naprawcze związane z „retoryką kryzysową”? Jeśli podejmowane były działania naprawcze, to czy przyniosły one oczekiwany skutek?
- Jakie są główne cechy wpływające na rozwój przemysłu motoryzacyjnego w Wielkopolsce?
- Jakie są główne cechy wpływające na regresję przemysłu motoryzacyjnego w Wielkopolsce?
- Jaka jest ocena kadr dostępnych na rynku pracy w ramach przemysłu motoryzacyjnego? Czy występuje zjawisko „luki kompetencyjnej”? Jakie są oczekiwania względem pracowników?
- Jaka jest ocena edukacji związanej z branżą motoryzacyjną? Czy jest ona innowacyjna? Czy dostosowuje się do postępu technologicznego oraz zmiennych wymagań rynku?

- Czy podmioty współpracują z uczelniami wyższymi? Czy jest zapotrzebowanie na taką współpracę? Czy uczelnie wyższe postrzegane są jako partnerzy? Co uniemożliwia bądź problematyzuje taką współpracę?
- Czy oprócz kadr, przedsiębiorstwa zainteresowane są także komercjalizacją wyników badań naukowych prowadzonych na uczelni? Na jakiej zasadzie przedsiębiorstwa byłyby skłonne wykorzystywać efekty badań prowadzonych w szkołach wyższych?
- Czy przedsiębiorstwa współpracują z centrami B+R? Czy jest zapotrzebowanie na taką współpracę? Czy centra B+R postrzegane są jako partnerzy? Jak oceniane są pod względem merytorycznym (posiadana wiedza) oraz organizacyjnym (bliska gospodarce infrastruktura badawcza) są centra B+R? Co wpływa na obniżenie poziomu współpracy przedsiębiorstw z centrami B+R?
- Czy przedsiębiorstwa korzystają ze szkoleń oferowanych przez profesjonalne firmy? Czy jest zapotrzebowanie na takie usługi? Jakie czynniki utrudniają takie usługi? Czy potrzeby szkoleniowe wynikają z niedostosowania procesów edukacyjnych do warunków pracy?
- Czy przedsiębiorstwa współpracują z innymi firmami z tej samej branży (współpraca pozioma)? Czy globalny kryzys gospodarczy oraz „retoryka kryzysowa” wpływa na nawiązywanie takich kontaktów? Czy wymieniają się doświadczeniami poprzez kontakty biznesowe, spotkania i konferencje, inne formy wymiany informacji (także wirtualnie)? Czy wraz z innymi podmiotami wymieniają się informacjami i dokonują wzajemnego transferu technologii? Dlaczego tak/nie? Czy jest zapotrzebowanie na taką działalność? Co zrobić, aby taką współpracę umożliwić lub poprawić?
- Na jakich partnerów w biznesie istnieje zapotrzebowanie?
- Jakie rozwiązania prawne na poziomie centralnym hamują rozwój przemysłu? Co można by w tej kwestii ulepszyć?
- Czy konieczna jest pomoc dla przedsiębiorstw na poziomie lokalnym? Jakiej współpracy z samorządami oczekują przedsiębiorcy?
- Czy przedsiębiorstwa korzystają z pomocy oferowanej przez instrumenty rynku pracy? Jakie rozwiązania wprowadzić, aby pomoc taka była efektywniejsza? Jak oceniana jest ta forma wsparcia?
- Jakie są oczekiwania względem Urzędów Pracy? Czy te instytucje postrzegane są jako partnerzy? Jakie rozwiązania wprowadzić, aby pomoc taka była efektywniejsza?
- Czy podmioty korzystają ze środków strukturalnych UE? Jaka jest ocena takiej pomocy? Co należałoby zmienić?

Metryczka zawierająca podstawowe informacje o jednostce badanej (m.in. rok założenia, forma prawna, forma własnościowa, posiadane udziały, lokalizacja, przychód, sekcja PKD)

W ramach ilościowego formularza opisu przedsiębiorstwa uzyskano podstawowe dane dotyczące dotychczasowej działalności przedsiębiorstwa. Uzyskane w ten sposób dane posłużyły do opisu branży w wymiarze czysto ilościowym (m.in. liczba osób zatrudnionych z podziałem na poszczególne formy, liczba zatrudnionych w przeliczeniu na pełne etaty).

1.4.2 Pracownicy naukowcy oraz reprezentanci władz uczelni wyższych związanych z branżą motoryzacyjną

- Jaka jest ocena stanu przemysłu motoryzacyjnego w Wielkopolsce/kraju/na świecie?
- Jaka jest ocena dynamiki rozwoju/regresji przemysłu motoryzacyjnego w Wielkopolsce/kraju/na świecie?

- Jakie czynniki przede wszystkim wpływają na rozwój popytu na produkty przemysłu motoryzacyjnego?
- Co przede wszystkim wpływa na popyt na produkty przemysłu motoryzacyjnego?
- Jaka jest ocena znaczenia przemysłu motoryzacyjnego w Wielkopolsce/kraju/na świecie?
- Czy podmioty odczuwają skutki globalnego kryzysu gospodarczego? Jaki jest jego wpływ na działalność przedsiębiorstwa?
- Jakie są główne cechy wpływające na rozwój przemysłu motoryzacyjnego w Wielkopolsce?
- Jakie są główne cechy wpływające na regresję przemysłu motoryzacyjnego w Wielkopolsce?
- Jaka jest ocena kadr dostępnych na rynku pracy? Czy występuje zjawisko „luki kompetencyjnej”? Jakie są oczekiwania pracodawców względem pracowników?
- Jak uczelnia ocenia swoją ofertę edukacyjną? Czy jest ona innowacyjna? Czy stara się sprostać wymaganiom przedsiębiorców?
- Czy uczelnie nawiązują kontakty z otoczeniem biznesu? Czy takie kontakty są potrzebne? Jak wyglądają takie kontakty? Kto jest głównym beneficjentem? Co zrobić, aby kontakty usprawnić?
- Czy poza szkoleniem potencjalnych kadr, uczelnia ma jeszcze jakieś „produkty”, które mogłaby zaoferować przedsiębiorstwom? Czy uczelnia stara się komercjalizować wyniki badań?
- Czy istnieje konflikt interesów pomiędzy badaniami dla biznesu oraz badaniami stricte naukowymi? Jak takie ewentualne bariery zlikwidować?
- Czy podejmowane są wspólne inicjatywy uczelni oraz przedsiębiorstw z branży motoryzacyjnej? Jak taka współpraca wygląda? Jakie kroki należy podjąć, aby współpracę rozpocząć bądź usprawnić?

1.4.3 Studenci uczelni wyższych związanych z branżą motoryzacyjną

- Jaka jest ocena stanu przemysłu motoryzacyjnego w Wielkopolsce/kraju/na świecie?
- Jaka jest ocena dynamiki rozwoju/regresji przemysłu motoryzacyjnego w Wielkopolsce/kraju/na świecie?
- Jakie czynniki przede wszystkim wpływają na rozwój popytu na produkty przemysłu motoryzacyjnego?
- Co przede wszystkim wpływa na popyt na produkty przemysłu motoryzacyjnego?
- Jaka jest ocena znaczenia przemysłu motoryzacyjnego w Wielkopolsce/kraju/na świecie?
- Czy przemysł motoryzacyjny jest gałęzią gospodarki, z którą warto się wiązać zawodowo? Jaka jest przyszła ocena przemysłu motoryzacyjnego? Czy na terenie Wielkopolski, w odniesieniu do innych gałęzi gospodarki, gwarantuje on stabilne zatrudnienie i warto się z nim wiązać zawodowo? Czy inne gałęzie gospodarki są mniej stabilne?
- Czy podmioty odczuwają skutki globalnego kryzysu gospodarczego? Jaki jest jego wpływ na działalność przedsiębiorstw?
- Jakie są główne cechy wpływające na rozwój przemysłu motoryzacyjnego w Wielkopolsce?
- Jakie są główne cechy wpływające na regresję przemysłu motoryzacyjnego w Wielkopolsce?

- Jaka jest ocena przygotowania przez uczelnię do wymogów na rynku pracy? Czy występuje zjawisko „luki kompetencyjnej”? Jakie są oczekiwania pracodawców względem pracowników, czy są one sprecyzowane (czy przedsiębiorstwa posiadają określone profile pracowników)? Co uczelnia musiałaby zmienić lub uwypuklić, aby przygotowanie edukacyjne było lepiej dopasowane do wymogów stawianych przez pracodawców w branży motoryzacyjnej?
- Jak oceniana jest oferta edukacyjna uczelni? Czy jest ona innowacyjna? Czy stara się sprostać wymaganiom przedsiębiorców? Czy wiedza uzyskana na uczelni daje się łatwo „sprzedawać” na rynku pracy? Jak oceniana jest relacja „teoria-praktyka”?
- Czy uczelnie nawiązują kontakty z otoczeniem biznesu? Czy takie kontakty są potrzebne? Jak wyglądają takie kontakty? Kto jest głównym beneficjentem? Co studenci czerpią z takich inicjatyw? Co zrobić, aby kontakty usprawnić?
- Czy przedsiębiorstwa proponują wsparcie finansowe lub organizacyjne dla młodych naukowców? Czy byłoby to sensowne?
- Czy uczelniane biura karier są popularną inicjatywą? Czy podejmują one inicjatywy związane z przemysłem motoryzacyjnym? Na czym takie inicjatywy polegają? Czy inicjatywy podejmowane przez biura karier (praktyki, staże) są działaniami słusznymi?

1.4.4 Ośrodki Innowacji i Przedsiębiorczości związane z branżą motoryzacyjną, centra B+R

- Jaka jest ocena stanu przemysłu motoryzacyjnego w Wielkopolsce/kraju/na świecie?
- Jaka jest ocena dynamiki rozwoju/regresji przemysłu motoryzacyjnego w Wielkopolsce/kraju/na świecie?
- Jakie czynniki przede wszystkim wpływają na rozwoju popytu na produkty przemysłu motoryzacyjnego?
- Co przede wszystkim wpływa na popyt na produkty przemysłu motoryzacyjnego?
- Jaka jest ocena znaczenia przemysłu motoryzacyjnego w Wielkopolsce/kraju/na świecie?
- Czy podmioty odczuwają skutki globalnego kryzysu gospodarczego? Jaki jest jego wpływ na działalność przedsiębiorstwa?
- Jakie są główne cechy wpływające na rozwój przemysłu motoryzacyjnego w Wielkopolsce?
- Jakie są główne cechy wpływające na regresję przemysłu motoryzacyjnego w Wielkopolsce?
- Czy ośrodki współpracują z przedsiębiorstwami? Czy przedsiębiorstwa wykazują chęć do współpracy? Na czym taka współpraca polega?
- Czy istnieją bariery ograniczające taką współpracę? Jak można je zlikwidować?
- Czy struktura merytoryczna (wiedza pracowników) oraz infrastrukturalna (wyposażenie techniczne służące przeprowadzaniu badań) jest wystarczające? Czy centra są w stanie sprostać wymaganiom przedsiębiorców?
- Czy wiedza „wytwarzana” w ośrodkach może być praktycznie zastosowana w biznesie? Czy wyniki badań mogą być wykorzystane w sposób praktyczny?
- Czy istnieją prawne lub biurokratyczne bariery uniemożliwiające lub utrudniające współpracę z przedsiębiorstwami?
- Jak wygląda rzeczywista komercjalizacja wiedzy? Czy transfer technologii rzeczywiście ma miejsce pomiędzy ośrodkami a gospodarką?

- Czy finansowanie ośrodków jest wystarczające? Czy wsparcie finansowe pochodzące z otoczenia biznesu wpłynęłoby na zwiększenie możliwości praktycznego zastosowania przeprowadzanych badań?

2 CZĘŚĆ DRUGA – ANALIZA DESK RESEARCH

2.1 Analiza źródeł i dokumentów zastanych

2.1.1 Informacje wstępne

Niniejsza analiza ma na celu przybliżenie czynników wpływających na stan przemysłu motoryzacyjnego w Wielkopolsce. Celem desk research było zatem zdiagnozowanie stanu przemysłu motoryzacyjnego w regionie, w tym na tle pozostałych części kraju, pozwalające określić potencjał lokalnego rynku, jego możliwości oraz zaproponowanie strategii jego rozwoju.

Opracowanie ma charakter dedukcyjny, co w tym wypadku oznacza, że przedstawiony poniżej efekt prac jest wynikiem wnioskowania przeprowadzonego na podstawie tematycznych przesłanek uzyskanych z zasobów, takich jak:

- programy strategiczne,
- analizy i opracowania Ministerstwa Gospodarki,
- analizy i opracowania Ministerstwa Pracy i Polityki Społecznej,
- analizy, dokumenty i opracowania Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Poznaniu,
- dane Instytutu Badań Rynku Motoryzacyjnego SAMAR,
- dane pozyskane z innych źródeł,

doprowadzonych do jakości wspomagającej tworzenie przedstawionego dokumentu, a zatem takich, których ośrodkiem zainteresowania jest to, co skupione na Wielkopolsce, w otoczeniu regionalnym, rynkowym i społecznym.

2.1.2 Branża motoryzacyjna na tle pozostałych gałęzi polskiej gospodarki

Przemysł motoryzacyjny w Polsce, zarówno w rozumieniu potocznym, jak i analitycznym opisywany jest jako jedna z rozwijających się i perspektywicznych gałęzi polskiej gospodarki z tradycjami oraz pełnym zaadaptowaniem (zakorzeniem) w społecznym myśleniu o niej, jako o części zakumulowanego w czasie krajowego dobra i prawdopodobnego źródła utrzymania. Empiryczną podstawę do powyższego twierdzenia buduje między innymi ilość pojazdów, zarówno osobowych, jak i transportowych, produkowanych z myślą o eksporcie do krajów Europy Zachodniej.

Przygotowana na początku 2007 roku, przez Ministerstwo Gospodarki koncepcja Horyzontalnej Polityki Przemysłowej w Polsce dodatkowo wspomaga myślenie o przemyśle motoryzacyjnym jako branży przyszłości:

Horyzontalne podejście do polityki przemysłowej w pierwszej kolejności dotyczyć będzie sektorów z dominującym bądź całkowitym udziałem własności prywatnej. Do sektorów tych zaliczyć należy w szczególności przemysł biotechnologiczny, chemiczny, drzewny, elektroniczny, farmaceutyczny, ICT, lekki, meblowy, maszynowy i motoryzacyjny.³

Strategia horyzontalnej polityki przemysłowej ma stać się instrumentem, prowadzącym do porozumienia gospodarczego, społecznego i środowiskowego w budowaniu zrównoważonego rozwoju. Na poziomie Unii Europejskiej oznacza to dążenie do równoprawnego funkcjonowania na Jednolitym Rynku Europejskim⁴, a zatem stawania do

³ Koncepcja Horyzontalnej Polityki Przemysłowej W Polsce, Ministerstwo Gospodarki, s.1

⁴ Koncepcja Horyzontalnej Polityki Przemysłowej W Polsce, Ministerstwo Gospodarki, s.3

konkurencji na wspólnych europejskich warunkach i niejako legitymizuje działalność takich podmiotów jak *klastry motoryzacyjne*.

Obok branży biotechnologicznej i związanej z technologiami satelitarnymi, motoryzacja oraz powiązany z nią zakres produkcji oraz usług (tak przetwórstwo przemysłowe, jak i sprzedaż części do gotowych już pojazdów) wskazują na korzystną perspektywę rozwoju dla tej branży gospodarki.

Koncepcja Horyzontalnej Polityki Przemysłowej przybliży wartości związane z motoryzacją, na tle innych dziedzin gospodarki, plasując omawianą w swoistym rankingu efektywności gałęzi aktywności gospodarczej za lata 2000-2004, w porównaniu z czasem publikacji dokumentu (luty 2007):

- *Polski przemysł, a w szczególności jego największa sekcja, przetwórstwo przemysłowe rozwijają się relatywnie szybko, co wskazuje obecnie na ich stosunkowo korzystną pozycję rynkową. W latach 2000-2004 wartość dodana brutto przemysłu przetwórczego wzrastała średniorocznie o 6,2%. Największy udział w tym wzroście miały sektory produkcji metali i wyrobów z metali (20,6%), pojazdów samochodowych, przyczep i naczep (19,0%), produkcji artykułów spożywczych i napojów (10,2%), produkcji koksu i produktów rafinacji ropy naftowej (10,1%), produkcji wyrobów z gumy i tworzyw sztucznych (8,7%) oraz szeroko pojęty sektor maszyn i urządzeń (7,8%).⁵*
- *Produkcja sprzedana w przetwórstwie w latach 2000-2004 rosła ze średnioroczną dynamiką 108,8%. Największy udział w tym wzroście miały sektory produkcji pojazdów samochodowych przyczep i naczep (16,8%), metali i wyrobów z metali (15,5%), artykułów spożywczych i napojów (14,8%), szeroko pojęty sektor maszyn i urządzeń (12,1%), mebli i pozostała działalność (12,3%).⁶*
- *W latach 2000-2004 w przetwórstwie przemysłowym następował średnioroczny 8,3% wzrost wydajności, mierzonej wartością dodaną brutto na jednego zatrudnionego. Złożył się na to wysoki wzrost produkcji przemysłowej przy jednoczesnym spadku zatrudnienia. Najwyższe wzrosty zaobserwowano w produkcji pojazdów samochodowych przyczep i naczep (200,3%), wyrobów z pozostałych surowców niemetalicznych (198,0%), sprzętu i urządzeń radiowych, telewizyjnych i telekomunikacyjnych (66,7%), wyrobów z metali (63,1%) oraz masy włóknistej i papieru (62,4%). Największe spadki miały miejsce natomiast w przetwarzaniu odpadów (95,5%) oraz produkcji koksu i rafinacji ropy naftowej (54,3%).⁷*

Z Koncepcji Horyzontalnej Polityki Przemysłowej w Polsce wyodrębnione zostały dane dotyczące oraz wpływające na przemysł motoryzacyjny. Powyższy wypis wskazuje na tendencje wzrostowe w polskim przemyśle, przede wszystkim w tempie jego rozwoju. Pamiętać jednak należy o kontraście, jaki dla polskiej gospodarki (w tym motoryzacji), stanowią na przykład wysokorozwinięte kraje Zachodu. Autorzy *Koncepcji* nie pozwalają również zapomnieć o tradycyjnej strukturze sektorowej przemysłu oraz ciągle dyskutowanym problemie wdrażania nowoczesnych technologii.⁸

⁵ *Koncepcja Horyzontalnej Polityki Przemysłowej w Polsce*, Ministerstwo Gospodarki, s.5

⁶ *Koncepcja Horyzontalnej Polityki Przemysłowej w Polsce*, Ministerstwo Gospodarki, s.5

⁷ *Koncepcja Horyzontalnej Polityki Przemysłowej w Polsce*, Ministerstwo Gospodarki, s.6

⁸ Nowoczesne technologie być może mogłyby stać się udziałem sukcesu motoryzacyjnej gałęzi przemysłu w Polsce, gdyby umasowić produkcję samochodów napędzanych elektrycznie (www.dziennik.pl/unused/wydarzeniapolsatu/article55579/Elipsa_czyli_polski_samochod_na_prad.html)

2.1.3 Trudności branży oraz sposoby ich przełamania. Parametry gospodarczego sukcesu

Na podstawie analizowanych na potrzeby niniejszego dokumentu danych wybrane zostały istotne czynniki wpływające na kondycję, ale także rozumienie mechanizmów i potrzeb polskiego przemysłu:

- dystans technologiczny i niski poziom innowacyjności przedsiębiorstw przemysłowych,
- niedostosowanie struktury podaży do popytu na pracę,
- skomplikowane i różnie interpretowane przepisy prawne oraz bariery administracyjne,
- utrudniony dostęp do zewnętrznych źródeł finansowania,
- utrudniony dostęp do zewnętrznych rynków zbytu,
- niedostateczne wykorzystanie ochrony wynikającej z własności przemysłowej,
- niski poziom nakładów inwestycyjnych i świadomości społecznej w zakresie ochrony środowiska.⁹

Wymienione elementy wskazują, jak wiele czynników wpływa i konstruuje długofalowy sukces gospodarczy oraz na jak wielu płaszczyznach istotne jest przeciwdziałanie jakiegokolwiek stagnacji. Wspólnym przełomowym mianownikiem powyższej listy wydaje się osiągnięcie swobody przepływu informacji (inną kwestią są sposoby i umiejętności oraz możliwości ich wykorzystania). Eliminowanie powyższych czynników uznać można za model idealny, do którego dążenie buduje gospodarczy sukces.

Wymienione poniżej składniki oraz sposoby ich wykorzystania to kolejny element strategii nowoczesnego, a przede wszystkim innowacyjnego budowania sukcesu i stabilizacji gospodarczej. Potencjalnie, zadecydować mogą one zarówno o dynamice, ale także kierunku rozwoju poszczególnych gałęzi przemysłu. Są to:

- postępujący proces globalizacji,
- wykorzystanie potencjału wiedzy dla wprowadzania istotnych zmian technologicznych i organizacyjnych w przedsiębiorstwach,
- wzrost udziału produktów innowacyjnych w ofercie przedsiębiorstw,
- podnoszenie produktywności,
- zdobywanie nowych rynków zbytu dla produktów polskich,
- zdolność szybkiego i elastycznego reagowania na zmiany na globalnym rynku (zarządzanie zmianami),
- dostosowanie do wymogów ochrony środowiska.

Jednocześnie wskazano na metody postępowania – orientacje o drogach rozwoju przemysłu, które stać się mogą podstawą długofalowej konkurencyjności na rynkach. Dla zbudowania długoterminowego sukcesu danej gałęzi przemysłu potrzebne są zmiany w obszarach takich jak:

- badania i rozwój oraz innowacyjność,
- technologie informacyjne i komunikacyjne,
- kapitał ludzki,
- ochrona środowiska – zrównoważony rozwój,
- rynki zbytu,
- ochrona własności przemysłowej,

⁹ *Koncepcja Horyzontalnej Polityki Przemysłowej w Polsce*, Ministerstwo Gospodarki, s.7

- uproszczenie i poprawa systemu regulacji prawnych,
- dostęp do kapitału¹⁰.

Błędem przedsiębiorstw branży motoryzacyjnej, które chcą być konkurencyjne na rynku, jest orientowanie się na kraje o niskich kosztach produkcji. Sposobem na zwiększenie konkurencyjności jest orientowanie się na nowoczesne technologie, jakość, kreatywność, innowacyjność oraz zdolność i otwartość na wdrażanie nowych technologii. Zatem uczenie się i nabywanie nowych umiejętności zbudują przyszły sukces w przemyśle czy branży. Kluczem do sukcesu rozumianego jako przetrwanie w dobrej kondycji gałęzi przemysłu, będzie dobrze rozumiane i przygotowane do wdrożenia długofalowe procedury makroprzedsiębiorcze, uwzględniające lub realizujące wszystkie wymienione wyżej elementy.

2.1.4 Znaczenie foresightu technologicznego¹¹ w europejskiej konkurencji motoryzacyjnej

Prognozy dotyczące kondycji gałęzi motoryzacyjnej przemysłu w Polsce oraz przemysłu motoryzacyjnego na świecie rokuja pogłębiające się trudności w tej dziedzinie gospodarki na kilku znaczących płaszczyznach. Konsekwencje kryzysu o jakim mówi się i jaki jest odczuwalny na arenie europejskiej dotyczą:

- wpływu kryzysu w dużych przedsiębiorstwach, zarówno na mniejszych kooperantów – firmy współpracujące z motoryzacyjnymi potentatami, a także na gospodarkę regionu czy kraju,
- umniejszania kosztów utrzymania zakładów, co pociąga za sobą likwidację istniejących miejsc pracy,
- konsekwencji w przepływach finansowych oraz kredytowaniu firm w branży; dziedzina motoryzacyjna wokół której skupia się coraz więcej rynkowych problemów może doświadczać (czy doświadcza) trudności z pozyskiwaniem usług bankowych, w tym przede wszystkim odmów kredytowania.

2.1.5 Intergrupa do Spraw Kryzysu w Przemśle Motoryzacyjnym Komitetu Regionów

Wspomniana struktura powołana została w pierwszej połowie 2009 roku jako odpowiedź na pogarszającą się kondycję europejskiej motoryzacji. Swoista grupa robocza zbudowana jest ze specjalistów w dziedzinie oraz głosów reprezentacyjnych i doradczych - przedstawicieli regionów Unii Europejskiej. Zadaniem nadrzędnym powołanego ciała są:

- bieżąca ocena oraz monitorowanie sytuacji w branży w poszczególnych regionach Unii Europejskiej, szczególnie tych, w których motoryzacja stanowi jeden z filarów gospodarki,
- wypracowanie działań i praktyk w europejskim sektorze motoryzacyjnym służących zaradzeniu kryzysowi w branży,
- współpraca wszystkich stron zaangażowanych w motoryzacyjną gałąź przemysłu,

¹⁰ *Koncepcja Horyzontalnej Polityki Przemysłowej W Polsce*, Ministerstwo Gospodarki, s.9

¹¹ Pojęcie rozumiane jest jako analiza sytuacji rodzimej gospodarki (tu: gałęzi motoryzacyjnej przemysłu), na tle międzynarodowym w pryzmacie perspektywy średnio i długookresowej; badane poprzez analizę konkurencyjności z uwzględnieniem rozwoju trendów technologicznych.

- zastosowanie instrumentów unijnych w przeciwdziałaniu pogarszającej się sytuacji w branży motoryzacyjnej.¹²

2.1.6 Klastry Motoryzacyjne w Europie. Wielkopolski Klaster Motoryzacyjny

Klastry są twórcami podejmującymi wieloaspektowe działania na rzecz utrzymania, rozwoju i sukcesu branży motoryzacyjnej w swoim regionie. Zrzeszają zróżnicowane podmioty na rzecz wdrażania i realizacji nowoczesnych i innowacyjnych trendów w sektorze motoryzacyjnym w obrębie regionów – zagłębi motoryzacyjnych na danym terenie. Na przykładzie Wielkopolskiego Klastra Motoryzacyjnego zaprezentować można wachlarz podmiotów zaangażowanych w budowanie nowoczesnego podejścia oraz wdrażania gospodarczego myślenia horyzontalnego. Współtwórcami i/lub uczestnikami wielkopolskiego projektu są między innymi:

- Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu;
- Politechnika Poznańska;
- Instytut Budownictwa, Mechanizacji i Elektryfikacji Rolnictwa;
- Wielkopolska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości;
- Nickel Technology Park Poznań Sp. z o.o.;
- wielkopolskie firmy reprezentujące branżę motoryzacyjną w regionie.

Wielkopolski Klaster Motoryzacyjny stanowi, podobnie jak analogiczne instytucje w innych częściach Europy, dowód na udaną kooperację sektora prywatnego oraz instytucji publicznych. Dobre praktyki wyzwalane przez takie działania pozwalają myśleć o polskiej (wielkopolskiej) motoryzacji jako o mającej szansę pozostać jedną z dominujących branż w przyszłości. Klaster, to jeden z filarów przeciwdziałających destabilizacji w tej dziedzinie gospodarki. Wdrażanie innowacji oraz współpraca naukowo-przemysłowa nie tylko w obrębie Klastra, ale także pomiędzy odpowiadającymi mu instytucjami w innych regionach Europy z pewnością przyczyni się do utrzymania pozycji polskiego sektora motoryzacyjnego czy też jej wzmocnienia.

¹² Przykładem działania Intergrupy do Spraw Kryzysu w Przemśle Motoryzacyjnym jest przyjęta 18 czerwca 2009 r. Rezolucja Polityczna w sprawie działań Unii Europejskiej, podejmowanych w odpowiedzi na kryzys w sektorze motoryzacyjnym.

2.1.7 Kondycja branży motoryzacyjnej w Polsce na tle europejskim

Z momentem podjęcia przygotowań i akcesji Polski do Unii Europejskiej przewidywano okres rozkwitu dla produkcji w motoryzacji, związanej szczególnie z eksportem samochodów. Uwspólnienie rynków, prowadzenie polityki nakierowanej na międzynarodową współpracę państw stowarzyszonych w Unii Europejskiej stworzyć miało modelową dla zbytu i konkurencji motoryzacyjnej, sytuację rynkową. Lata 2003 – 2005 niosły ze sobą realizację powyższych oczekiwań. 2005 rok okazał się przełamaniem dobrze rokującej tendencji, zaznaczając sprzedaż pojazdów na poziomie o 50% niższym niż w 2000 roku (między sprzedażą w 2005, a sprzedażą w 2004 odnotowano spadek rzędu 26%).¹³ Tendencja ta zaznacza się także obecnie na polskim rynku motoryzacyjnym.

Nie bez znaczenia dla kondycji branży jest możliwość nabywania na preferencyjnych warunkach samochodów używanych z krajów Europy Zachodniej. Polska, w prawnych zarządzeniach i przepisach odnosi się do tego zjawiska przychylniej niż pozostałe kraje Unii Europejskiej. Wielkopolska natomiast, między innymi dzięki istnieniu jednej z największych w kraju giełd motoryzacyjnych (umożliwiającej zakup pojazdów jako takich oraz części zamiennych) przybliży alternatywę zakupu samochodu używanego bardziej niż inne regiony kraju.

2.1.8 Wielkopolska motoryzacja i jej znaczenie w regionie

„Co dwudziesty wyprodukowany w Europie samochód osobowy pochodzi z polskiej fabryki. Rośnie park samochodowy, dynamicznie wzrasta sprzedaż samochodów nowych. Nawet w sytuacji dużego bezrobocia czy stagnacji na rynku pracy zatrudnienie w sektorze motoryzacyjnym zwiększało się. Co więcej, Polska jest największym producentem samochodowym oraz wiodącym producentem części zamiennych w regionie, a sukcesywnie rozwijający się przemysł motoryzacyjny stanowi jeden z kluczowych sektorów naszej gospodarki. Wartość samego eksportu samochodów i części zamiennych wyniosła w 2007 roku ponad 16,6 mld euro, co wystarczyłoby do pokrycia naszego deficytu budżetowego.”¹⁴

Powyższy cytat w swoisty sposób reprezentuje kondycję polskiego i wielkopolskiego sektora motoryzacyjnego, szczególnie na tle pozostałych rynków europejskich, które borykają się ze znacząco bardziej zaawansowanymi trudnościami w branży motoryzacyjnej.

„W przemyśle dominują aktywności związane z produkcją artykułów spożywczych i napojów (25,9 %) oraz pojazdów samochodowych, przyczep i naczep (14,8 %). Z uwagi na to, Wielkopolska jest ważną częścią krajowego przemysłu motoryzacyjnego. Przemysł ten ma duży udział w wartości produkcji sprzedanej całego regionu (15,8 %), sytuując go na drugim miejscu pod względem wkładu w przychody ze sprzedaży produkcji przemysłowej. O dobrej kondycji branży na tym rynku świadczy ponad dwukrotnie wyższa wydajność pracy od średniej przemysłowej uzyskiwanej w regionie.”¹⁵

Dla Wielkopolski sektor motoryzacyjny buduje jeden z silniejszych i bardziej perspektywicznych filarów przemysłu. Dziedzina ta zajmuje ciągle drugie miejsce w zestawieniu wartości produkcji sprzedanej oraz czwarte pod względem wielkości

¹³ Rynek samochodów osobowych w Polsce w – Analiza i ocena ekonomiczna, www.pzpm.org.pl

¹⁴ Raport Polskiego Związku Przemysłu Motoryzacyjnego, Wydanie 2008, dane dotyczą I połowy roku 2008.

¹⁵ Klaster motoryzacyjny - Sytuacja społeczno-gospodarcza województwa wielkopolskiego (październik 2009 r.), www.ntpp.pl.

zatrudnienia w regionie. Regionalna motoryzacja to 280 firm mających swoją siedzibę w Wielkopolsce czyli, w przybliżeniu 24 tysiące miejsc pracy oraz około 50 tysięcy osób pośrednio utrzymujących się dzięki branży motoryzacyjnej.¹⁶

Wśród nich wymienić należy międzynarodowych potentatów w branży samochodowej, produkujących w zakładach wielkopolskich, takich jak:

- Man,
- Volkswagen,
- Solaris Bus and Coach.

Podmioty te oraz im podobne budują silne podstawy do myślenia o wielkopolskim regionie jako o motoryzacyjnym zagłębiu. Ponadto, Wielkopolska to nie tylko producent gotowych pojazdów, ale także potentat produkcji części samochodowych.

2.1.9 Prognozy w zakresie wielkopolskiego rynku pracy

Analizy wielkopolskiego rynku pracy wskazują, iż sytuacja na tym rynku ulegnie pogorszeniu, rozumianym jako redukcja istniejących miejsc pracy oraz ograniczenie tworzenia nowych.

Światowy kryzys jest i będzie odczuwalny najmocniej w branżach produkujących na eksport, co oznacza, że i motoryzacja nie oprze się negatywnym rynekowym tendencjom.

Na rzecz zwiększenia konkurencyjności pracowników na rynku pracy, prowadzone są działania oraz wdrażane programy promujące postawy przedsiębiorcze na rynku pracy, w tym przekwalifikowywanie pracowników z zakładów redukujących zatrudnienie.

Przygotowywany corocznie *Plan Działań na Rzecz Zatrudnienia w Województwie Wielkopolskim*, który jest dokumentem wyznaczającym wspólną politykę rynku pracy oraz zasobów ludzkich przy współdziałaniu partnerów rynku pracy, zawiera wielosektorowe działania na rzecz osób bezrobotnych, w tym m.in. wskazane poniżej najistotniejsze dla przemysłu motoryzacyjnego elementy mogące służyć jego rozwojowi w kolejnych latach, począwszy od roku 2009:

- Działanie 8.1 PO KL „Rozwój pracowników i przedsiębiorstw w regionie” - Poddziałanie 8.1.1 PO KL „Wspieranie rozwoju kwalifikacji zawodowych i doradztwo dla przedsiębiorstw” oraz Poddziałanie 8.1.2 PO KL „Wsparcie procesów adaptacyjnych i modernizacyjnych w regionie”. Zadanie ma na celu podnoszenie kompetencji i umiejętności pracowników poprzez wzmacnianie tendencji organizacji szkoleń przez pracodawców. Poprzez większą wiedzę pracowników możliwe jest zwiększenie konkurencyjności technologicznej. Działanie jest koordynowane przez WUP Poznań.

- Działanie 8.2 PO KL „Transfer wiedzy” - Poddziałanie 8.2.1 PO KL „Wsparcie dla współpracy sfery nauki i przedsiębiorstw” oraz Poddziałanie 8.2.2 PO KL „Regionalne Strategie Innowacji”. Działanie ma na celu zwiększenie i nawiązanie bliskich powiązań pomiędzy nauką a przemysłem w celu zwiększenia innowacyjności przedsiębiorstw. Realizacja działania przyczyni się do wzmocnienia korzystnych procesów i zmian, jakie obecnie zachodzą w poszczególnych regionach w zakresie właściwego pojmowania i wspierania innowacyjności przedsiębiorstw. Inwestowanie w młode kadry naukowe, realizowane za pomocą naukowych stypendiów doktoranckich, pozwoli na zwiększenie przepływu transferu technologii oraz zwiększenie zakresu wdrożeń innowacji. Działanie jest koordynowane przez WUP Poznań oraz Departament Gospodarki UMWW.

¹⁶K. Czajka, Urząd Marszałkowski Województwa Wielkopolskiego, www.wielkopolska.eu, materiał z dnia 19.06.2009 r.

- Działanie 1.6 Rozwój sieci i kooperacji - Tworzenie powiązań kooperacyjnych przedsiębiorstw z instytucjami otoczenia biznesu. Działanie jest koordynowane przez Departament Wdrażania Programu Regionalnego UMWW.

- Projekt AWT-04 Akcelerator Wiedzy Technicznej - Mobilne Laboratorium Wiedzy Technicznej i Matematyczno - Przyrodniczej (realizowany w ramach PO KL Priorytet III, Działanie 3.3., Poddziałanie 3.3.4., konkurs 1/POKL/3.3.4/09), działanie ma na celu podniesienie jakości kształcenia, w szczególności w zakresie edukacji obejmującej nauki matematyczno-przyrodnicze i techniczne. Działanie jest koordynowane przez Departament Edukacji i Nauki UMWW.

- Opiniowanie nowych zawodów i kierunków kształcenia oraz promocja wprowadzania nowych zawodów ujętych w obowiązującej klasyfikacji zawodów szkolnictwa zawodowego. W ramach projektów nastąpi utworzenie nowych kierunków kształcenia, które w większym stopniu uwzględnią potrzeby rynku pracy, regionalne tendencje rozwoju gospodarczego, zapewnią wysoki poziom kształcenia zawodowego w nowych zawodach. Wprowadzone zostaną nowe zawody, co poszerzy ofertę edukacyjną szkół, a także w większym stopniu uwzględni oczekiwania rynku pracy. Działanie jest koordynowane przez Kuratorium Oświaty w Poznaniu.

- Podnoszenie kwalifikacji instruktorów praktycznej nauki zawodu oraz ograniczanie zatrudnienia nauczycieli bez wymaganych kwalifikacji oraz osób nie będących nauczycielami. Dzięki projektom instruktorzy praktycznej nauki zawodu uzyskują wymagane kwalifikacje, poprawi się jakość kształcenia zawodowego, co przełoży się na lepsze dostosowanie się do potrzeb pracodawców. Działanie jest koordynowane przez Kuratorium Oświaty w Poznaniu.

W roku akademickim 2009/2010 na uczelniach wyższych w całej Polsce, w tym w województwie wielkopolskim, został wprowadzony program „Kierunki zamawiane”, którego celem jest dostosowanie oferty naukowej uczelni do potrzeb rynku pracy z jednej strony, z drugiej zaś zachęcanie potencjalnych studentów, do wyboru pożądanych na rynku pracy kwalifikacji, które można uzyskać po ukończeniu studiów wyższych. Był on poprzedzony programem pilotażowym „Zamawianie kształcenia na kierunkach technicznych, matematycznych i przyrodniczych”, który rozpoczął się 1 października 2008 roku na podstawie zarządzenia Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego. W roku 2008 budżet programu wyniósł 86 mln zł (brało w nim udział 47 uczelni z całego kraju, 1 143 stypendia, 2 350 studentów)¹⁷.

Cele programu „Kierunki zamawiane” realizowane są w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki - Poddziałanie 4.1.2 – „Zwiększenie liczby absolwentów kierunków o kluczowym znaczeniu dla gospodarki opartej na wiedzy”. Grupą docelową projektu są uczelnie realizujące kształcenie na kierunkach zamawianych oraz studenci podejmujący naukę na tych kierunkach. Student, który zdecyduje się na naukę we wskazanej dziedzinie może liczyć na 1000 zł miesięcznego stypendium, natomiast uczelnia decydująca się na otworzenie takiego kierunku dostanie na ten cel pieniądze z Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego. Poddziałanie jest realizowane poprzez następujące typy projektów:

- promocja wyboru ścieżki kształcenia na kierunkach technicznych, matematycznych i przyrodniczych,

- zamawianie kształcenia (zlecenie uczelniom przez ministra właściwego ds. szkolnictwa wyższego kształcenia określonej liczby absolwentów) na kierunkach technicznych, matematycznych i przyrodniczych oraz w specjalnościach na tych kierunkach,

¹⁷ Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego, Uczelnie dla polskiej gospodarki czyli kierunki zamawiane.

- wsparcie stypendialne dla studentów podejmujących kształcenie na kierunkach zamawianych,

- wsparcie uczelni w zakresie wdrożenia programów wyrównawczych adresowanych do studentów pierwszego roku kierunków technicznych, matematycznych i przyrodniczych obejmujących podnoszenie kompetencji niezbędnych do kontynuowania studiów na tych kierunkach,

- wdrażanie nowych lub zmienionych programów (w tym programów kształcenia opracowanych w ramach Poddziałania 4.1.3).

W ramach Programu wsparcie otrzymały następujące wielkopolskie uczelnie na kierunkach związanych z przemysłem motoryzacyjnym:

- Politechnika Poznańska:

- Kierunek: elektrotechnik, specjalność: układy elektryczne i informatyczne w przemyśle i pojazdach,

- Kierunek: mechanika i budowa maszyn, specjalność: informatyzacja i robotyzacja wytwarzania,

- Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Prezydenta Stanisława Wojciechowskiego w Kaliszu

- Kierunek: informatyka przemysłowa,

- Kierunek: technologia informacyjna w elektrotechnice.

W ramach zadań mających na celu lepsze dopasowanie uczelni i sfery biznesu, na Politechnice Poznańskiej realizowany jest projekt „Era inżyniera. Rozbudowa potencjału rozwojowego Politechniki Poznańskiej”. Projekt uzyskał dofinansowanie w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, Poddziałanie 4.1.1 „Wzmocnienie potencjału dydaktycznego uczelni”.

Projekt rozpoczął się 15 sierpnia 2008 i trwać będzie do grudnia 2012 roku. Głównym celem przedsięwzięcia jest dostosowanie kształcenia na poziomie wyższym do potrzeb gospodarki, a przede wszystkim rynku pracy oraz poprawa jakości edukacyjnej Politechniki Poznańskiej. W ramach Projektu zostaną uruchomione nowe kierunki studiów, specjalizacje oraz studia podyplomowe. Studenci otrzymają ofertę praktyk i staży oraz możliwość skorzystania z zajęć wyrównawczych z matematyki i fizyki. Na potrzeby projektu powstanie także innowacyjna platforma e-recruitment. Odbiorcami rezultatów Projektu będą również nauczyciele akademicy, którzy dzięki kursom, szkoleniom, konferencjom i stażom w najlepszych ośrodkach światowych podniosą jakość swojego warsztatu dydaktycznego i naukowego. Projekt obejmuje też szkolenia dla kadry zarządzającej uczelnią oraz wdrożenie modelu zarządzania jakością w uczelni.

Do szczegółowych zadań w ramach projektu zaliczyć można:

- Przygotowanie, uruchamianie i prowadzenie kierunku Mechatronika.

- Przygotowanie, uruchamianie i prowadzenie kierunku Energetyka.

- Przygotowanie, uruchamianie i prowadzenie specjalności Transport lotniczy.

- Przygotowanie, uruchamianie i prowadzenie specjalności Silniki Lotnicze.

- Przygotowanie, uruchamianie i prowadzenie studium podyplomowego Metody informacyjne w mechatronice.

- Przygotowanie, uruchamianie i prowadzenie studium podyplomowego Technika współrzędnościowa i pomiary błędów kształtu.

- Przygotowanie, uruchamianie i prowadzenie studium podyplomowego Przemysłowe systemy robotyki i automatyki.

- Rozszerzanie oferty edukacyjnej uczelni o zajęcia fakultatywne w postaci programów wyrównawczych dla studentów z zakresu matematyki i fizyki.

- Opracowywanie programów i materiałów dydaktycznych oraz wdrożenie programów kształcenia z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość.
- Współpraca uczelni z pracodawcami w zakresie wzmocnienia praktycznych elementów nauczania (staże i praktyki studenckie).
- Utworzenie platformy e-Recruitment.
- Organizacja warsztatów z zakresu rynku pracy.
- Podnoszenie kompetencji dydaktycznych kadry akademickiej w celu podwyższania jakości nauczania.
- Podnoszenie kompetencji kadry kierowniczej w zakresie zarządzania uczelnią.
- Organizowanie staży i szkoleń w wiodących zagranicznych i krajowych ośrodkach akademickich i naukowo – badawczych.
- Stypendia dla doktorantów, młodych doktorów (postdoców) i profesorów wizytujących.
- Wdrożenie modeli zarządzania jakością na uczelni.
- Promocja i upowszechnianie projektu¹⁸.

2.1.10 Podsumowanie

Powyższe rozważania stworzone na podbudowie danych zgromadzonych ze źródeł o różnej perspektywie terytorialnej i czasowej służą osadzeniu branży motoryzacyjnej w gospodarce regionu na tle rodzimych rynkowych fluktuacji oraz na europejskiej i światowej arenie. Analiza dokumentów zastanych wskazała na:

1. Silną pozycję branży motoryzacyjnej, mającej swoje tradycje, w gospodarowaniu zarówno w Wielkopolsce, jak i w Polsce,
2. Osłabiającą się w perspektywie czasowej kondycję, która jednak nie odznacza się tak silnym jak w innych europejskich krajach czy polskich regionach, pogorszeniem kondycji gospodarczej (w Polsce w II kwartale roku 2009 eksport wynosił 83,9% poziomu z analogicznego okresu poprzedniego roku, import 78,6% poziomu z analogicznego okresu poprzedniego roku, w III kwartale nakłady inwestycyjne wynosiły 90,6% poziomu z analogicznego okresu poprzedniego roku, natomiast produkcja sprzedana przemysłu wynosiła 98,7%. Zaznaczyć należy, iż w Polsce największy spadek wartości określających kondycję gospodarczą nastąpił w IV kwartale roku 2008 oraz I kwartale roku 2009),
3. Prowadzenie szeregu kooperacyjnych działań zapobiegawczych i naprawczych sektora motoryzacyjnego, prowadzonych między innymi przez Wielkopolski Klaster Motoryzacyjny (są to wizyty studyjne w firmach niemieckich, międzynarodowe spotkania biznesowe, wyjazdy na zagraniczne targi motoryzacyjne warsztaty dla przedsiębiorców w zakresie zarządzania relacjami z klientami, rozpowszechnianie informacji i promocję klastra, staż koordynatora WKM w siedzibie Klastra Motoryzacyjnego RheinMainNeckar, konferencje popularyzujące współpracę w ramach klastrów, przygotowanie wspólnych projektów badawczo-rozwojowych i szkoleniowych),
4. Silną świadomość konieczności działań wyprzedzających możliwe pogorszenie się kondycji rynkowej wielkopolskiej motoryzacji, zarówno z perspektywy przedsiębiorców, jak i instytucji rynku pracy.

¹⁸ Politechnika Poznańska, www.put.poznan.pl

2.2 Analiza wskaźnikowa oparta o dane statystyczne

2.2.1 Podstawowe reguły metodologiczne

W celu scharakteryzowania przemysłu motoryzacyjnego na terenie Wielkopolski oraz określenia miejsca branży motoryzacyjnej w gospodarce regionu posłużono się analizą wskaźnikową. Metoda ta polega na skonstruowaniu zestawu wskaźników określających rzeczywistą pozycję branży w regionie. Wskaźniki budowane są w oparciu o dane statystyczne – na poszczególne wskaźniki składają się określone zakresy danych powiązanych ze sobą. Wskaźniki oparte są o dane Urzędu Statystycznego w Poznaniu wykorzystywane w analizie danych wtórnych. Ze względu na ograniczenia zakresu informacji, dane dotyczyły roku 2008. Dane agregowane były na podstawie klasyfikacji PKD, co może powodować, iż w niektórych wypadkach zakres przedsiębiorstw jest szerszy lub węższy niż rozumienie przemysłu motoryzacyjnego.

Analiza miała na celu określenie pozycji branży motoryzacyjnej w odniesieniu do pozostałych kluczowych branż na terenie Wielkopolski. Wszystkie wskaźniki zostały skonstruowane w taki sposób, że liczba 100 oznacza umowny środek skali, a więc średni wynik dla wszystkich branż objętych badaniem. Progresja (powyżej 100) i regresja (poniżej 100) wartości wskaźnika określana była na podstawie procentowego odchylenia – w górę lub w dół – mierzonej cechy od (określanego dla każdego wskaźnika oddzielnie) umownego środka skali. Zbiorczy wskaźnik skonstruowany został na zasadzie agregacji wskaźników szczegółowych. W praktyce oznacza to, że wartości przyjmowane przez poszczególne wskaźniki szczegółowe były sumowane, a następnie dzielone przez ich liczbę (średnia arytmetyczna).

Zakres dostępnych danych został podzielony na następujące wskaźniki:

Tabela 1. Lista użytych w analizie wskaźnikowej zakresów danych

Indicatum	Elementy składowe wskaźnika
Wskaźnik ilościowego znaczenia branży – wskaźnik ten obrazuje czysto ilościowy wymiar branży opierający się na liczbie podmiotów zarejestrowanych w rejestrze REGON i określony jest za pomocą:	• Liczby zarejestrowanych w rejestrze REGON podmiotów gospodarki narodowej
	• Liczby nowo zarejestrowanych z rejestru REGON podmiotów gospodarki narodowej
	• Liczby wyrejestrowanych z rejestru REGON podmiotów gospodarki narodowej
Wskaźnik potencjału kadrowego – wskaźnik ten obrazuje liczbę pracujących, a więc wpływ branży motoryzacyjnej na zatrudnienie w regionie:	• Liczba pracujących
Wskaźnik potencjału wytwórczego - wskaźnik ten obrazuje rolę przemysłu motoryzacyjnego w całym obrocie towarami na rynku:	• Produkcja sprzedana przemysłu ogółem
	• Dynamika produkcji sprzedanej
Wskaźnik poziomu inwestycyjności branży - wskaźnik ten obrazuje rolę, jaką przemysł motoryzacyjny, w porównaniu do pozostałych branż przykłada do działań inwestycyjnych:	• Nakłady inwestycyjne w przedsiębiorstwach

<p>Wskaźnik ilości zasobów trwałych – wskaźnik ten przedstawia trwały potencjał w postaci budynków, hal, maszyn i innych wykorzystywany w ramach prowadzenia działalności:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Środki trwałe
---	---

W celu wyznaczenia miejsca i pozycji przemysłu motoryzacyjnego w przemyśle regionu porównywano przemysł motoryzacyjny do poszczególnych branż klasyfikacji PKD pogrupowanych według poniższego schematu.

Tabela 2. Grupy sekcji PKD porównywane do przemysłu motoryzacyjnego w ramach analizy wskaźnikowej

Sekcje PKD 2004	Działy gospodarki
sekcja A i B	Rolnictwo, łowiectwo, leśnictwo i rybactwo
sekcja C, D, E, F	Górnictwo, przetwórstwo przemysłowe, wytwarzanie i zaopatrywanie w energię elektryczną, gaz, wodę, budownictwo (z wyłączeniem przemysłu motoryzacyjnego) ¹⁹
sekcja G	Handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, motocykli oraz artykułów użytku osobistego i domowego (z wyłączeniem przemysłu motoryzacyjnego)
sekcja H	Hotele i restauracje
sekcja I	Transport, gospodarka magazynowa i łączność
sekcja J	Pośrednictwo finansowe
sekcja K	Obsługa nieruchomości, wynajem i usługi związane z prowadzeniem działalności gospodarczej
sekcja L	Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe ubezpieczenia społeczne i powszechne ubezpieczenie zdrowotne
sekcja M	Edukacja
sekcja N	Ochrona zdrowia i pomoc społeczna
sekcja O, P, Q	Działalność usługowa komunalna, społeczna i indywidualna, pozostała, gospodarstwa domowe zatrudniające pracowników, organizacje i zespoły eksterytorialne

Przemysł motoryzacyjny, w celu pogłębienia analizy podzielony został na dwie części:

- Część produkcyjną, na którą składa się przede wszystkim:
 - Produkcja pojazdów samochodowych,
 - Produkcja części i akcesoriów do pojazdów silnikowych,
 - Produkcja nadwozi pojazdów samochodowych; produkcja przyczep i naczep,
 - Produkcja pozostałego sprzętu elektrycznego, gdzie indziej niesklasyfikowana.
- Część dystrybucyjną, na którą składa się:
 - Sprzedaż części i akcesoriów do pojazdów samochodowych,

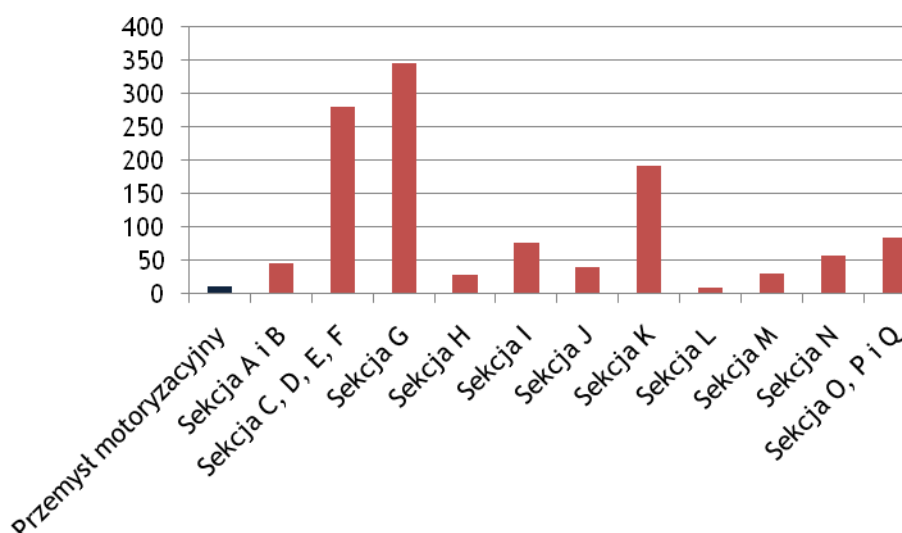
¹⁹ Sekcje te zostały połączone ze względu na dostępność części danych statystycznych przedstawiających informacje zagregowane dla kategorii „przemysł i budownictwo”. W celu porównywalności całości danych konieczne było połączenie sekcji C, D, E, F.

- Sprzedaż, konserwacja i naprawa motocykli oraz sprzedaż części i akcesoriów do nich.

2.2.2 Opis wyników analizy

Jednym z elementów wskaźnika ilościowego znaczenia branży jest pozycja przemysłu motoryzacyjnego wyznaczona na podstawie liczby podmiotów ogółem. Jest ona relatywnie niska, co wynika z niewielkiej liczby podmiotów (zwłaszcza w części przemysłu zajmującego się produkcją – liczba podmiotów wynosiła wyłącznie 274 jednostki). Najwyższa liczba podmiotów miała miejsce w przypadku handlu hurtowego i detalicznego naprawy pojazdów samochodowych, motocykli oraz artykułów użytku osobistego i domowego (z wyłączeniem przemysłu motoryzacyjnego), jest to jednakże dział gospodarki w pewien sposób „z założenia” charakteryzujący się dużą liczbą przeważnie niewielkich podmiotów. Ze względu na ilość podmiotów motoryzację można porównywać z niewiele liczniejszym działem „administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe ubezpieczenia społeczne i powszechne ubezpieczenie zdrowotne”. Szczegółowe wyniki analizy wskaźnikowej ze względu na liczbę podmiotów przedstawia poniższy wykres.

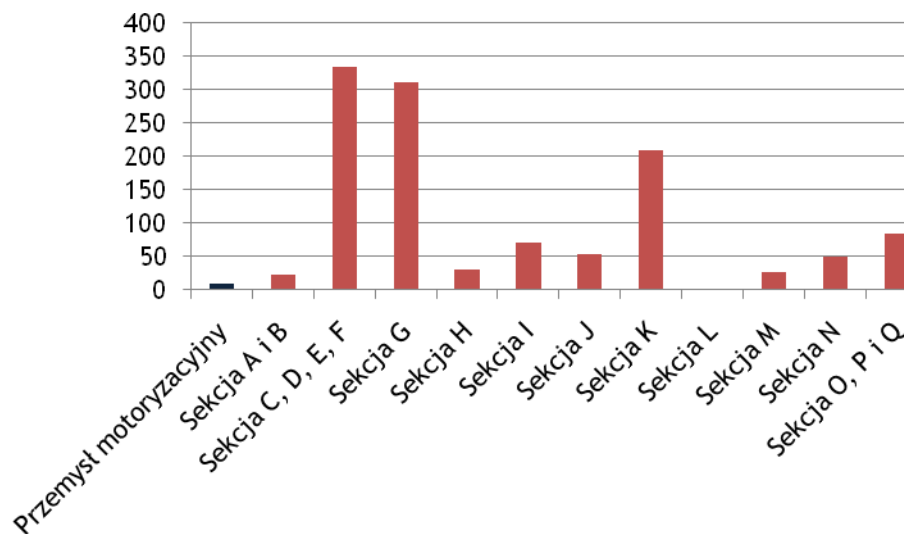
Wykres 1. Wyniki analizy wskaźnikowej przedstawiające pozycję przemysłu motoryzacyjnego na tle sekcji PKD ze względu na liczbę zarejestrowanych podmiotów



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych US Poznań

Liczba nowo zarejestrowanych podmiotów (jest to kolejny element wskaźnika ilościowego znaczenia branży) w dużej mierze uzależniona jest od wielkości branży, choć koniunktura również w znacznym stopniu przyczynia się do rozwoju określonych sekcji, a co za tym idzie do tworzenia nowych podmiotów. W ramach przemysłu motoryzacyjnego relatywnie rzadko otwierano nowe przedsiębiorstwa, co pozwala stwierdzić, iż jest to branża w miarę stabilna, jednakże może to również świadczyć o zmniejszonych możliwościach rozwoju (zakładając, iż otwieranie nowych przedsiębiorstw jest „odpowiedzią” na popyt rynkowy związany z zapotrzebowaniem na produkty i usługi oferowane w ramach przemysłu motoryzacyjnego).

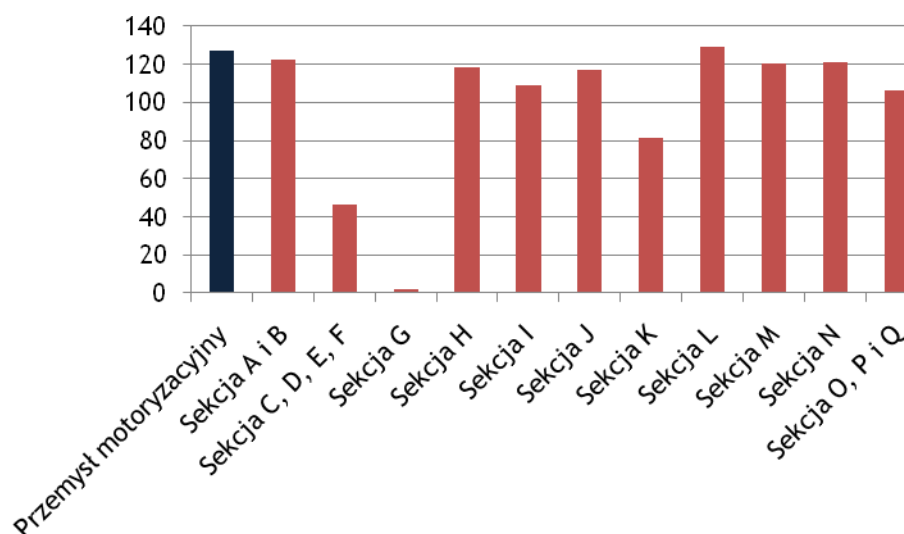
Wykres 2. Wyniki analizy wskaźnikowej przedstawiające pozycję przemysłu motoryzacyjnego na tle sekcji PKD ze względu na liczbę nowo zarejestrowanych podmiotów



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych US Poznań

Ze względu na liczbę wyrejestrowanych podmiotów, przemysł motoryzacyjny uzyskał górne wartości wskaźnika składowego (część składnika ilościowego znaczenia branży), co oznacza, iż relatywnie niska liczba podmiotów wyrejestrowuje się z działalności. W połączeniu z niską liczbą podmiotów rejestrujących się, można mówić, iż branża ta nie ulega silnym wahaniom ze względu na liczbę podmiotów. Na podstawie wartości wskaźnika można także założyć, iż przedsiębiorstwa działające w ramach przemysłu motoryzacyjnego nie traktują prowadzonej działalności w sposób czasowy, a więc podmioty w ramach przemysłu motoryzacyjnego nie podlegają stałej wymianie poprzez częste likwidacje i zakładanie nowych jednostek gospodarczych. Taka znaczna fluktuacja i wymiana „składu” przedsiębiorstw ma miejsce w sekcji G, gdzie następuje zarówno duża liczba rejestracji nowych podmiotów, jaki i samych wyrejestrowań, co jest zjawiskiem typowym dla tej branży. Szczegółowe dane dotyczące wartości wskaźnika określonego na podstawie liczby podmiotów wyrejestrowanych przedstawia poniższy wykres.

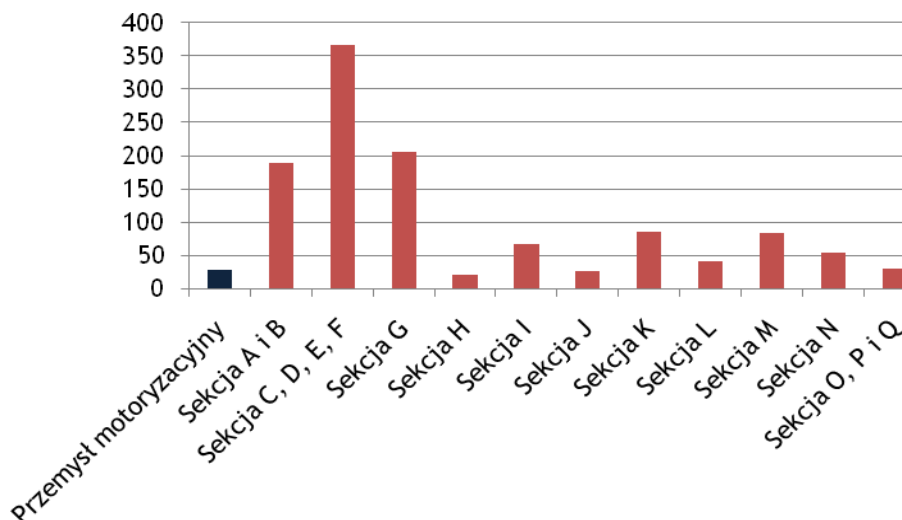
Wykres 3. Wyniki analizy wskaźnikowej przedstawiające pozycję przemysłu motoryzacyjnego na tle sekcji PKD ze względu na liczbę wyrejestrowanych podmiotów



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych US Poznań

Pozycja przemysłu motoryzacyjnego określona przez wskaźnik potencjału kadrowego (został on stworzony na podstawie liczby pracujących osób) jest blisko trzykrotnie wyższa niż pozycja wskaźnika określonego na podstawie liczby zarejestrowanych w rejestrze REGON podmiotów, co oznacza, iż w ramach przemysłu motoryzacyjnego, w odniesieniu do pozostałych gałęzi gospodarki, działa relatywnie większa liczba przedsiębiorstw dużych, zatrudniających liczbę osób powyżej przeciętnej. Szczególnie widoczne jest to w przypadku przedsiębiorstw branży motoryzacyjnej zajmujących się produkcją – pomimo niewielkiej liczby przedsiębiorstw zatrudnienie w nich wynosiło w roku 2008 blisko 30 tysięcy osób. Największe znaczenie odgrywają tutaj „motoryzacyjni giganci”, kluczowi gracze w ramach przemysłu motoryzacyjnego, zatrudniający większość osób pracujących w przemyśle motoryzacyjnym. Ze względu na wielkość zatrudnienia, największą wartość wskaźnika uzyskały branże związane z przemysłem i budownictwem (górnictwo, przetwórstwo przemysłowe, wytwarzanie i zaopatrywanie w energię elektryczną, gaz, wodę, budownictwo z wyłączeniem przemysłu motoryzacyjnego), sekcja G (handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, motocykli oraz artykułów użytku osobistego i domowego oraz z wyłączeniem przemysłu motoryzacyjnego) oraz sekcja A i B (rolnictwo, łowiectwo, leśnictwo i rybactwo). Wartość wskaźnika dla przemysłu motoryzacyjnego była zbliżona dla sekcji J (pośrednictwo finansowe) oraz O, P, Q (działalność usługowa komunalna, społeczna i indywidualna, pozostała, gospodarstwa domowe zatrudniające pracowników, organizacje i zespoły eksterytorialne). Szczegółowe dane przedstawia poniższy wykres.

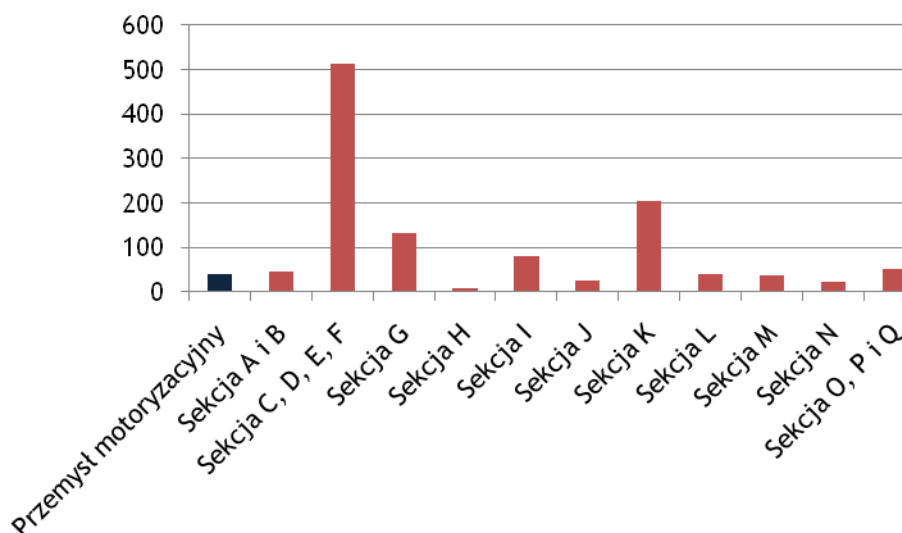
Wykres 4. Wyniki analizy wskaźnikowej przedstawiające pozycję przemysłu motoryzacyjnego na tle sekcji PKD ze względu na liczbę pracujących osób



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych US Poznań

Nakłady inwestycyjne określane są przez Statystykę Publiczną jako nakłady finansowe lub rzeczowe, których celem jest stworzenie nowych środków trwałych lub ulepszenie (przebudowa, rozbudowa, rekonstrukcja lub modernizacja) istniejących obiektów majątku trwałego, a także nakłady na tzw. pierwsze wyposażenie. Nakłady dzielą się na nakłady na środki trwałe oraz pozostałe nakłady. Oznacza to więc, że przedstawiają one aktywność inwestycyjną podmiotów związaną z rozpoczęciem, utrzymaniem lub zwiększeniem produkcji czy też redukcji kosztów. Ich wysokość w przemyśle motoryzacyjnym jest relatywnie niska, jednakże to część produkcyjna przemysłu motoryzacyjnego poniosła znaczną ich część, co po raz kolejny świadczy o dualistycznym charakterze branży.

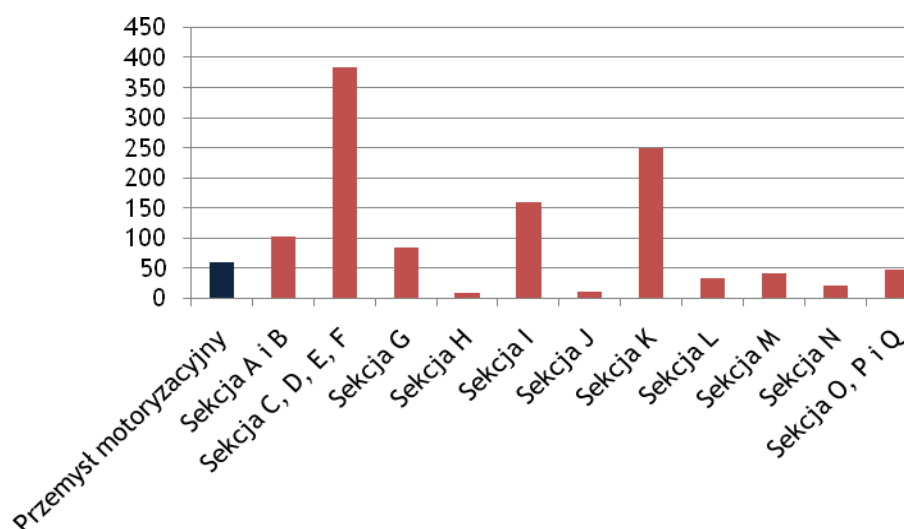
Wykres 5. Wyniki analizy wskaźnikowej przedstawiające pozycję przemysłu motoryzacyjnego na tle sekcji PKD ze względu na wysokość nakładów inwestycyjnych



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych US Poznań

Ilość środków trwałych, określających materialny zasób przedsiębiorstw jest w przypadku przemysłu motoryzacyjnego relatywnie wysoka – jedynie 5 sekcji/zespołów sekcji uzyskało wyższą wartość wskaźnika. Świadczy to o konieczności wykorzystywania znacznych zasobów, głównie w produkcji – to produkcyjna część przemysłu motoryzacyjnego jest w znacznej większości właścicielem środków trwałych zlokalizowanych w podmiotach w ramach przemysłu motoryzacyjnego. Szczegółowe dane prezentuje poniższy wykres.

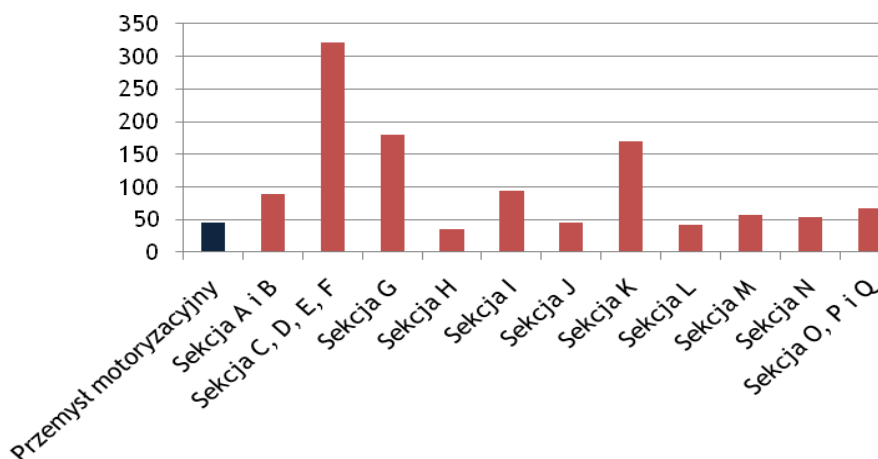
Wykres 6. Wyniki analizy wskaźnikowej przedstawiające pozycję przemysłu motoryzacyjnego na tle sekcji PKD ze względu na wartość środków trwałych



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych US Poznań

Wskaźnik zbiorczy, obrazujący ogólną pozycję przedsiębiorstw działających w ramach przemysłu motoryzacyjnego w odniesieniu do sekcji PKD, lokuje przedsiębiorstwa motoryzacyjne oraz ich kontrahentów po ośmiu sekcjach znajdujących się wyżej w tej analizie (są to kompletne sekcje, a nie „wycinki” stanowiące część innych sekcji). Świadczy to o tym, że pozycja motoryzacji w całej gospodarce na terenie województwa wielkopolskiego jest znacząca.

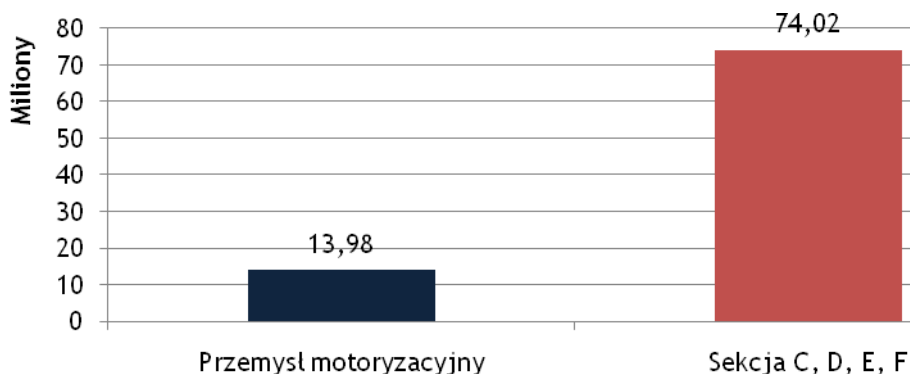
Wykres 7. Zbiorczy wynik analizy wskaźnikowej przedstawiający pozycję przemysłu motoryzacyjnego na tle sekcji PKD



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych US Poznań

Tezę, głoszącą o istotnym znaczeniu wielkopolskiego przemysłu motoryzacyjnego dla całej gospodarki, potwierdzają dane dotyczące wielkości produkcji sprzedanej. Wytwory przemysłu motoryzacyjnego (wyłącznie jego produkcyjnej części) stanowią blisko 14% ogółu dóbr i produktów wytworzonych przez przemysł i budownictwo, co widoczne jest na zamieszczonym poniżej wykresie.

Wykres 8. Produkcja sprzedana przemysłu ogółem w roku 2007

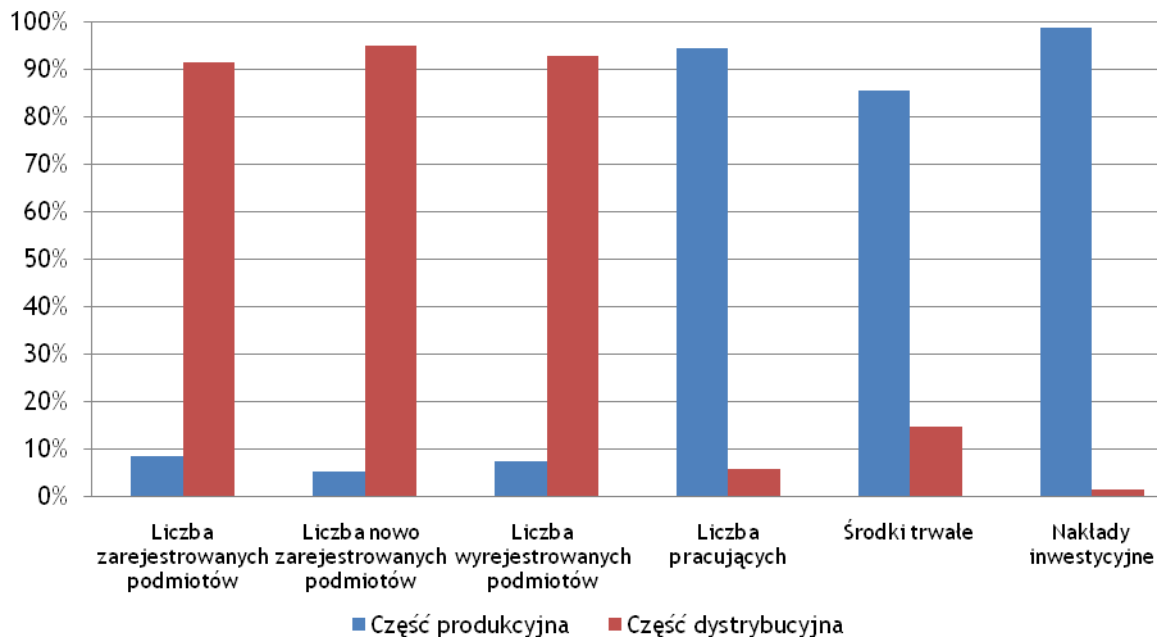


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych US Poznań

2.2.3 Część produkcyjna i dystrybucyjna przemysłu motoryzacyjnego w województwie wielkopolskim

Firmy działające w ramach wielkopolskiego przemysłu motoryzacyjnego można podzielić na dwie części: jednostki zajmujące się produkcją oraz podmioty sprzedające gotowe wyroby. Firm trudniących się sprzedażą jest znacznie więcej w wymiarze ilościowym – stanowią one większość firm wchodzących w skład badanego obszaru (91,5% ogółu firm w ramach przemysłu motoryzacyjnego), a więc stanowią przewagę w płaszczyźnie organizacyjnej. Firm dystrybucyjnych jest także znacznie więcej niż firm produkcyjnych zarówno wśród firm nowo tworzonych (94,9% nowo tworzonych firm w ramach przemysłu motoryzacyjnego), jak i likwidowanych (92,8% zamykanych firm w ramach przemysłu motoryzacyjnego). Świadczy to o większym stopniu stabilizacji i bezpieczeństwa gospodarczego wśród firm produkcyjnych (jest to całkowicie naturalne i racjonalne – podjęcie działalności wytwórczej wiąże się z większymi kosztami inwestycyjnymi oraz koniecznością posiadania większych zasobów trwałych, co wymusza konieczność dłuższego działania). Przedsiębiorstwa produkcyjne przeważają natomiast w wymiarze technologicznym i gospodarczym: to ta niewielka liczba przedsiębiorstw zatrudnia 94,3% osób pracujących w przemyśle motoryzacyjnym, posiada 85,3% środków trwałych oraz ponosi 98,7% nakładów inwestycyjnych, a przede wszystkim, produkcja sprzedana jest wytworem właśnie produkcyjnej części przemysłu motoryzacyjnego. Szczegółowe dane dotyczące struktury przedsiębiorstw działających w ramach przemysłu motoryzacyjnego przedstawia poniższy wykres.

Wykres 9. Charakterystyka części produkcyjnej i dystrybucyjnej przemysłu motoryzacyjnego w płaszczyźnie technologicznej, gospodarczej i organizacyjnej



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych US Poznań

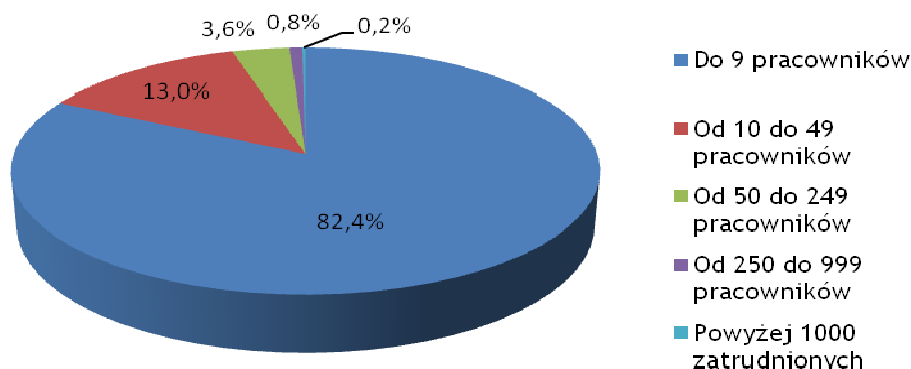
3 CZĘŚĆ TRZECIA – OPIS WYNIKÓW BADAŃ ILOŚCIOWYCH

3.1 Charakterystyka badanej populacji

W badanej populacji, ze względu na sektor własności, zdecydowanie dominują przedsiębiorstwa prywatne, tylko jedna badana jednostka była instytucją publiczną.

Ze względu na wielkość zatrudnienia, większość podmiotów biorących udział w badaniu stanowiły jednostki zatrudniające do 9 pracowników (mikroprzedsiębiorstwa). Szczegółową strukturę badanych przedsiębiorstw przedstawia poniższy wykres.

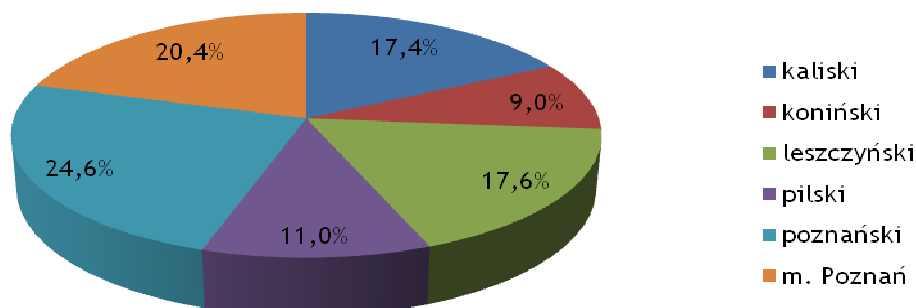
Wykres 10. Struktura badanych przedsiębiorstw ze względu na wielkość zatrudnienia [N=500]



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań

Struktura przedsiębiorstw wyznaczona ze względu na podregion, w którym zlokalizowane było przedsiębiorstwo, odpowiadała rzeczywistej strukturze lokacji podmiotów gospodarczych. Najwięcej podmiotów zlokalizowanych było w podregionie poznańskim (blisko 25% ogółu) oraz w mieście Poznań (20,4% ogółu), najmniej natomiast w podregionie konińskim (9% ogółu) oraz piłskim (11% ogółu). Dane dotyczące struktury przedsiębiorstw ze względu na lokalizację zostały przedstawione na poniższym wykresie.

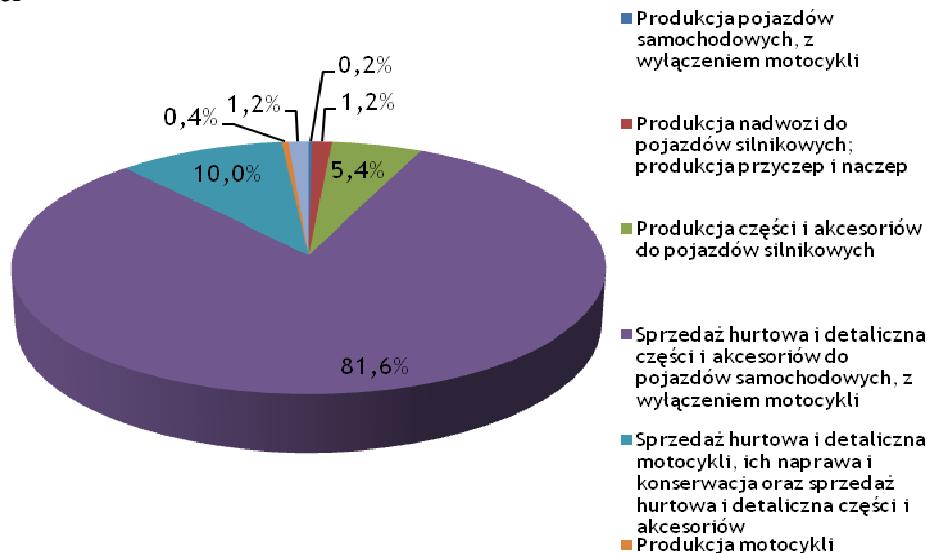
Wykres 11. Struktura przedsiębiorstw za względu na lokalizację w podregionach województwa wielkopolskiego



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań

Biorąc pod uwagę typ działalności podstawowej, większość przedsiębiorstw zajmuje się działalnością sprzedażową. Jedynie 8% badanych przedsiębiorstw prowadzi działalność produkcyjną, jednakże jest to zgodne ze strukturą populacji generalnej (jest to zbliżone „odbicie” sytuacji rzeczywistej, w której dominują mikroprzedsiębiorstwa zatrudniające do 9 osób). Szczegółową strukturę przedsiębiorstw ze względu na główny typ prowadzonej działalności przedstawia poniższy wykres.

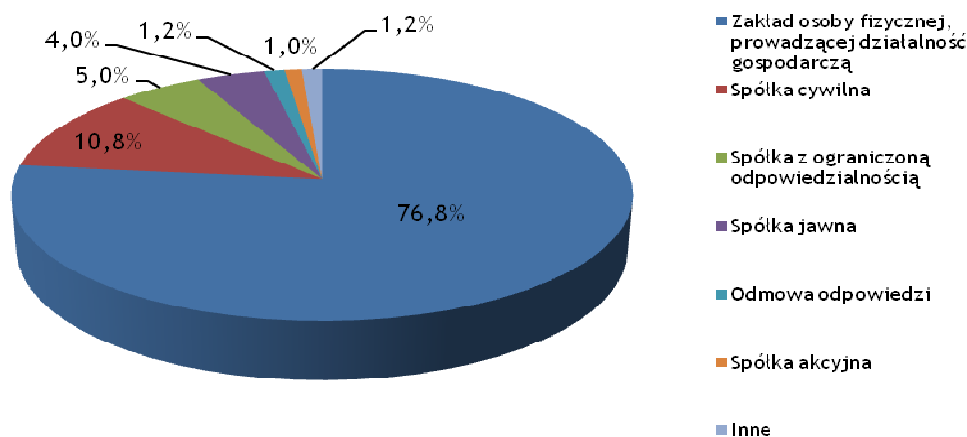
Wykres 12. Struktura badanych przedsiębiorstw ze względu na typ prowadzonej działalności



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań

Ze względu na formę prawną prowadzonej działalności, zdecydowaną większość stanowiły zakłady osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą. Relatywnie liczną grupę stanowiły także spółki cywilne. Struktura badanych przedsiębiorstw ze względu na formę prawną przedstawiona została na poniższym wykresie.

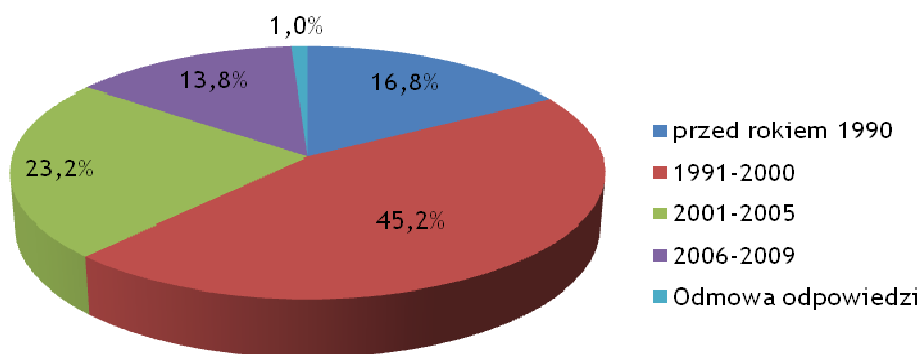
Wykres 13. Struktura badanych przedsiębiorstw ze względu na formę prawną



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań

Wśród firm objętych badaniem przeważają przedsiębiorstwa założone pomiędzy rokiem 1991 a 2000. To okres wzmożonej aktywności związanej z zakładaniem nowych podmiotów gospodarczych na skutek transformacji ustrojowej. Relatywnie niewielki jest odsetek przedsiębiorstw założonych przed rokiem 1990. Wśród przedsiębiorstw najstarszych przeważają przedsiębiorstwa największe – jest to dowód potwierdzający twierdzenie, iż duże firmy mają większą szansę na przetrwanie i poprzez zgromadzony potencjał są w sposób istotniejszy bardziej odporne na wahania koniunktury wolnorynkowej.

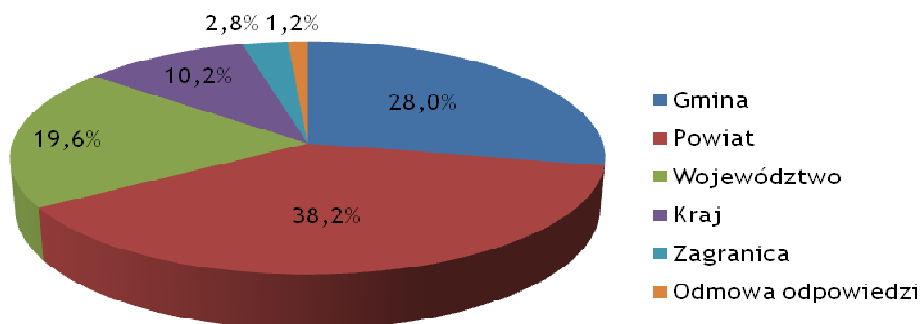
Wykres 14. Struktura badanych przedsiębiorstw ze względu na rok założenia firmy



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań

Najczęstszym głównym rynkiem zbytu badanych przedsiębiorstw był powiat – wskazało na niego ponad 38% badanych przedsiębiorców. Ponad 66% badanych respondentów działa na rynku lokalnym – powiatowym lub gminnym. Wraz ze wzrostem liczby zatrudnionych zwiększa się także terytorialny obszar głównej działalności – duże zakłady pracy operują na szerszych terytorialnie strefach, gdyż skala ich działalności wykracza poza potrzeby lokalne. Szerszym zakresem geograficznym obrazującym główne rynki zbytu charakteryzują się także przedsiębiorstwa produkcyjne. Ogólną strukturę ze względu na główne rynki zbytu przedstawia zamieszczony poniżej wykres.

Wykres 15. Struktura badanych przedsiębiorstw ze względu na główne rynki zbytu

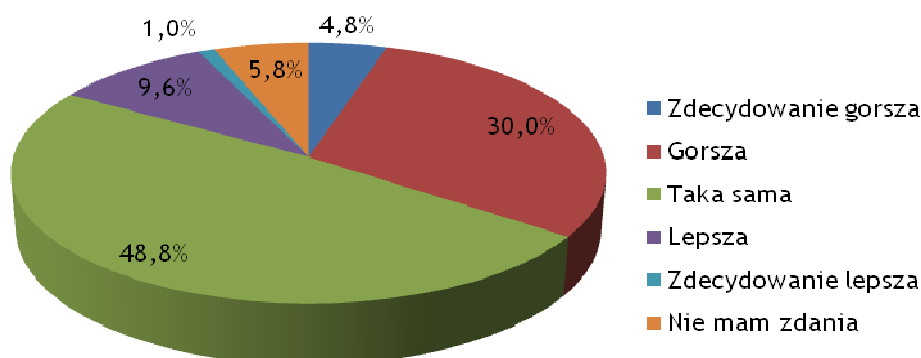


Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań

3.2 Ogólna ocena sytuacji i tendencji w przemyśle motoryzacyjnym

Większość respondentów jest zdania, iż sytuacja przemysłu motoryzacyjnego nie jest lepsza niż sytuacja, w jakiej znajdują się pozostałe gałęzie przemysłu: blisko połowa osób badanych twierdzi, iż pozycja przemysłu motoryzacyjnego jest taka sama jak reszty gospodarki, natomiast blisko 35% sądzi, iż sytuacja w jakiej znajduje się przemysł motoryzacyjny jest co najmniej gorsza niż koniunktura panująca w pozostałych gałęziach przemysłu. Szczegółowe wyniki przedstawia poniższy wykres.

Wykres 16. Sytuacja wielkopolskiego przemysłu motoryzacyjnego w porównaniu do ogólnego poziomu całego przemysłu w Wielkopolsce [N=500]



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań

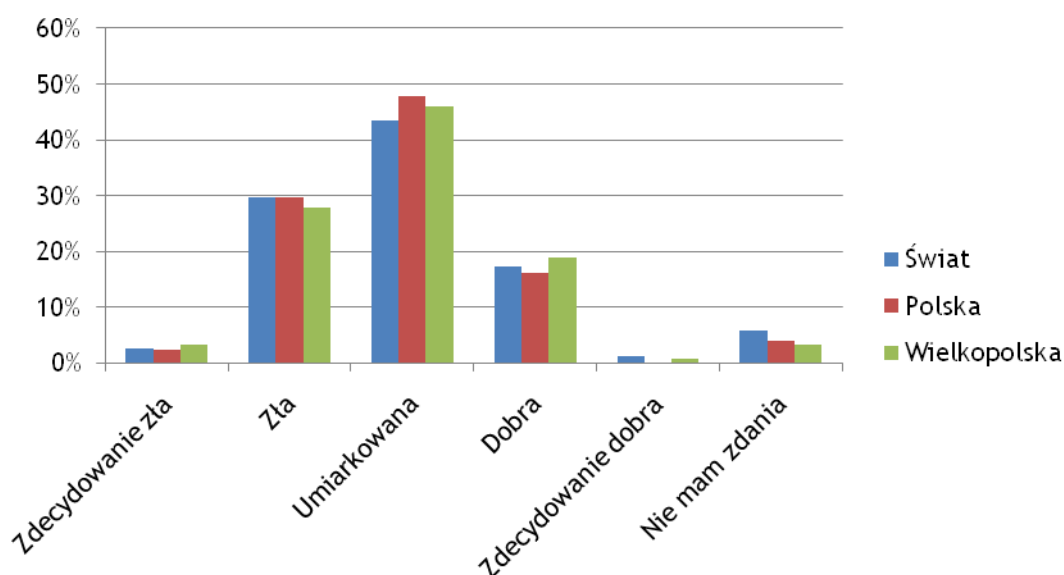
Ze względu na wielkość przedsiębiorstwa nie istnieją znaczące różnice w ocenie sytuacji przemysłu motoryzacyjnego w Wielkopolsce w porównaniu do ogółu gospodarki na terenie województwa, choć zauważalny jest trend nieznacznej poprawy oceny wraz ze wzrostem wielkości przedsiębiorstwa, co oznacza, iż duże firmy posiadające stabilną sytuację znajdują się w lepszej sytuacji niż firmy małe, w sposób znaczny uzależnione od wahań koniunktury, a także ze względu na niewielkie zasoby, w znacznej mierze nieposiadające „rezerwy” umożliwiającej przetrwanie trudnych czasów (to przedsiębiorstwa działające „z dnia na dzień”). Zaznaczyć należy, iż niezależnie od wielkości przedsiębiorstwa, oceny sytuacji przemysłu motoryzacyjnego w odniesieniu do ogółu przemysłu nie wykazują jednoznacznych znamion pozytywnych i optymistycznych. Analizie trendów, ze względu na nieznaczne liczebności, nie poddano największych przedsiębiorstw.

Wśród podregionów województwa wielkopolskiego najgorsza ocena sytuacji przemysłu motoryzacyjnego w odniesieniu do ogółu przemysłu występuje w mieście Poznań oraz na terenie podregionu leszczyńskiego – na terenie tych obszarów blisko połowa respondentów jest przekonana, iż sytuacja ta w odniesieniu do ogółu przemysłu jest gorsza lub zdecydowanie gorsza. Na terenie podregionu leszczyńskiego tak niską ocenę tłumaczyć można największym wśród pozostałych podregionów odsetkiem firm, które rynki zagraniczne traktują jako kluczowe (zadeklarowało tak ponad 9,1% podmiotów z tego podregionu). Natomiast Poznań, jako miasto metropolitalne, jako pierwsze zostało dotknięte negatywnymi konsekwencjami recesji gospodarczej – to Poznań, jako miasto centralne w regionie, jest „ogniwem” przekazującym negatywne tendencje na dalsze obszary. Najwyższy odsetek osób dobrze oceniających sytuację w przemyśle motoryzacyjnym na tle ogółu przedsiębiorstw

przemysłowych występuje na terenie podregionu kaliskiego oraz konińskiego. Zaznaczyć jednakże należy, iż respondenci w ramach omawianego zagadnienia nie określali obiektywnej oceny stanu przemysłu motoryzacyjnego, a jedynie relatywną ocenę w odniesieniu do całości przemysłu.

Sytuacja przemysłu motoryzacyjnego w Wielkopolsce (średnia odpowiedzi wynosi 2,86) została przez respondentów oceniona nieznacznie lepiej niż sytuacja tej gałęzi gospodarki w Polsce (średnia odpowiedzi wynosi 2,81) i na świecie (średnia odpowiedzi wynosi 2,84), co świadczy o relatywnie dobrej pozycji przemysłu w Wielkopolsce, choć zaznaczyć należy, iż większość odpowiedzi głosiła o umiarkowanym lub złym stanie przemysłu motoryzacyjnego. Szczegółowe dane zostały przedstawione na poniższym wykresie.

Wykres 17. Ogólna ocena przemysłu motoryzacyjnego na świecie, w Polsce i Wielkopolsce [N=500]



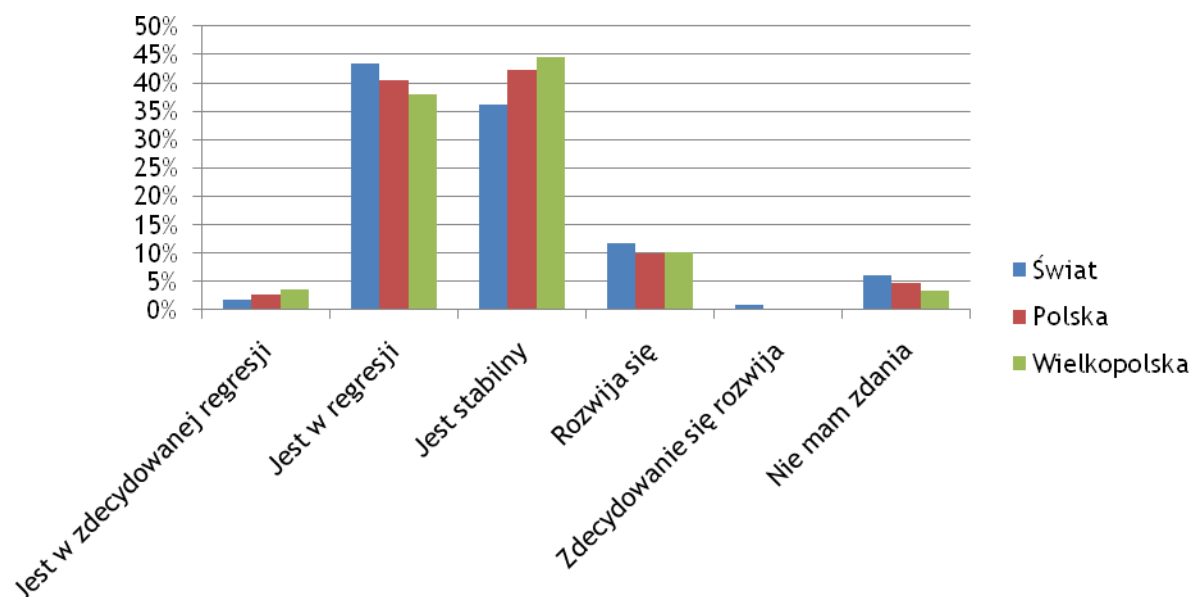
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań

Ocena sytuacji w ramach wielkopolskiego przemysłu motoryzacyjnego najlepsza była w przypadku przedsiębiorców zatrudniających od 50 do 249 osób, najniższa natomiast w przypadku osób zatrudniających od 10 do 49 osób, przy czym wartości te były bardzo zbliżone. Najniższa ocena wielkopolskiego przemysłu motoryzacyjnego zanotowana została na terenie podregionu leszczyńskiego oraz miasta Poznań (średnia wynosiła 2,49), najwyższa natomiast była w przypadku podregionu konińskiego (średnia wynosiła 3,37) oraz kaliskiego (średnia wynosiła 3,2). W przypadku poziomu oceny sytuacji ze względu na główny zakres prowadzonej działalności, najwyższe oceny przyznano w przypadku sprzedaży hurtowej i detalicznej części i akcesoriów do pojazdów samochodowych, z wyłączeniem motocykli (średnia wynosiła 2,83), najniższe natomiast w przypadku produkcji nadwozi do pojazdów silnikowych oraz produkcji przyczep i naczep (średnia wynosiła 2,33). Producent samochodów określił sytuację na wielkopolskim rynku jako dobrą, natomiast producenci motocykli (N=2) określili sytuację jako umiarkowaną.

Analizując opinie respondentów dotyczące trendów w przemyśle motoryzacyjnym na świecie, w Polsce i w Wielkopolsce można zauważyć stosunkowo dużą zbieżność odpowiedzi dla poszczególnych zakresów terytorialnych. Wśród niewielkich różnic można wskazać na

fakt, iż wielkopolski przemysł motoryzacyjny jest postrzegany przez większy odsetek osób badanych jako stabilny. W przypadku wielkopolskiego przemysłu motoryzacyjnego nieznacznie mniejszy od dwóch pozostałych obszarów jest także odsetek uważających, że ta gałąź przemysłu jest w recesji lub zdecydowanej recesji. Szczegółowe dane prezentuje poniższy wykres.

Wykres 18. Ocena tendencji w ramach przemysłu motoryzacyjnego na świecie, w Polsce i Wielkopolsce [N=500]



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań

Wśród przedsiębiorstw zatrudniających do 249 osób nie widać znaczących różnic ze względu na ocenę tendencji w ramach wielkopolskiego przemysłu motoryzacyjnego. Największy pesymizm widoczny jest natomiast w mieście Poznań (średnia wynosi 2,36) oraz w podregionie leszczyńskim (średnia wynosi 2,33), natomiast w sposób najbardziej pozytywny na temat tendencji związanych z przemysłem motoryzacyjnym w Wielkopolsce wypowiadają się przedsiębiorcy z podregionu konińskiego (średnia wynosi 3,18). Pozytywne oceny na terenie podregionu konińskiego wiązać się mogą z niskim poziomem rozwoju tej gałęzi przemysłu na obszarze tego podregionu i z niskim poziomem rozwoju przedsiębiorstw motoryzacyjnych, zwłaszcza podmiotów produkcyjnych, a co za tym idzie skupieniu się wyłącznie na „kwestii sprzedażowej”. W przypadku oceny trendów w ramach wielkopolskiego przemysłu motoryzacyjnego ze względu na główny zakres prowadzonej działalności, najbardziej optymistyczne opinie zauważono w przypadku sprzedaży hurtowej i detalicznej części i akcesoriów do pojazdów samochodowych, z wyłączeniem motocykli (średnia wynosiła 2,66), najniższe natomiast w przypadku produkcji nadwozi do pojazdów silnikowych oraz produkcji przyczep i naczep (średnia wynosiła 2,33). Produkcja nadwozi wiąże się z produkcją nowych samochodów, która w związku z globalną recesją gospodarczą uległa obniżeniu. Natomiast sprzedaż hurtowa i detaliczna części i akcesoriów do pojazdów samochodowych wiąże się także ze sprzedażą części do samochodów używanych, która paradoksalnie w czasie recesji nawet wzrasta (konsumenci rezygnują z zakupu nowych samochodów w dalszym ciągu użytkując posiadane aktualnie, tym samym wiek parku maszynowego ulega zwiększeniu). Producent samochodów określił trendy w rozwoju

motoryzacyjnej gałęzi przemysłu w Wielkopolsce jako rozwijające, natomiast producenci motocykli (N=2) określili sytuację jako stabilną.

O opinię na temat tendencji w ramach wojewódzkiego przemysłu związanego z motoryzacją zapytani zostali przedsiębiorcy. Poniższa tabela prezentuje rozkład uzyskanych odpowiedzi.

Tabela 3. Opinie dotyczące stanu przemysłu motoryzacyjnego w Wielkopolsce oraz kooperantów działających w ramach przemysłu tego rodzaju [N=500]

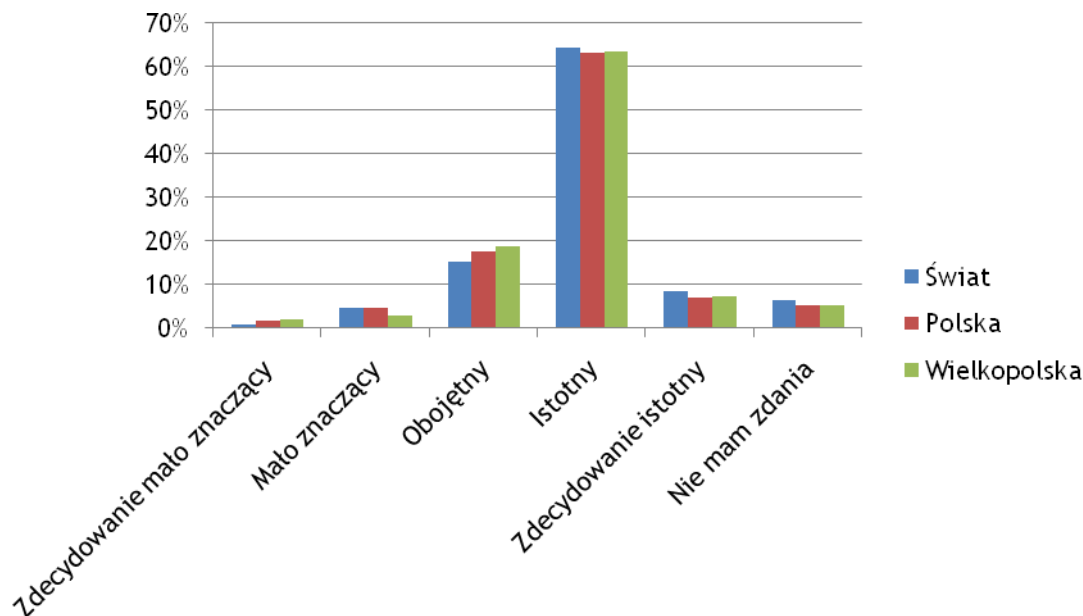
Opinia	Trudno powiedzieć	Zdecydowanie nie zgadzam się	Raczej nie zgadzam się	Raczej zgadzam się	Zdecydowanie zgadzam się
Przemysł motoryzacyjny jest w dobrej kondycji	4,6%	16,6%	42,6%	32,6%	3,6%
Przemysł motoryzacyjny wszedł w fazę kryzysu	4,8%	6,0%	27,2%	46,4%	15,6%
Przemysł motoryzacyjny wchodzi w fazę kryzysu	8,0%	12,2%	36,4%	36,8%	6,6%
Kryzys gospodarczy negatywnie odbija się na wielkopolskich przedsiębiorstwach w branży motoryzacyjnej	6,2%	4,8%	19,2%	54,2%	15,6%
Kryzys spowoduje, że drastycznie spadnie wartość zamówień	4,6%	6,2%	20,0%	56,6%	12,6%
Skutki kryzysu dotkną wielkopolski przemysł motoryzacyjny dopiero za kilka miesięcy	14,4%	11,8%	37,4%	33,6%	2,8%
Wielkopolskie przedsiębiorstwa branży motoryzacyjnej i jej kooperanci nie muszą obawiać się kryzysu, który będzie krótkotrwały i nie przyniesie takich negatywnych skutków, o jakich donoszą media	14,4%	15,4%	45,0%	22,6%	2,6%

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań

Wielkopolski przemysł motoryzacyjny przez blisko 43% respondentów określany jest jako raczej nie będący w dobrej kondycji. Blisko 33% respondentów z pewną dozą niepewności określa kondycję wielkopolskiego przemysłu motoryzacyjnego jako dobrą. 62% respondentów w mniejszym lub większym stopniu zgadza się z tezą, iż ta gałąź przemysłu weszła w fazę kryzysu. Co więcej, wizja kryzysu jest dla wielkopolskiego przemysłu motoryzacyjnego mocno negatywna: blisko 70% respondentów (54,2% respondentów odpowiedziało „raczej zgadzam się”, 15,6% respondentów odpowiedziało „zgadzam się zdecydowanie”) uważa, iż w ramach przemysłu motoryzacyjnego kryzys gospodarczy negatywnie odbija się na wielkopolskich przedsiębiorstwach, natomiast ponad 69% osób badanych (56,6% respondentów odpowiedziało „raczej zgadzam się”, 12,6% respondentów odpowiedziało „zgadzam się zdecydowanie”), uznaje, iż kryzys spowoduje, że drastycznie spadnie wartość zamówień. Negatywne postrzeganie kryzysu potwierdza fakt, iż ponad 60% respondentów uznaje, że wielkopolskie przedsiębiorstwa branży motoryzacyjnej i jej kooperanci powinny obawiać się kryzysu, który będzie najprawdopodobniej długotrwały i przyniesie negatywne skutki dla tej gałęzi gospodarki (45% respondentów raczej zgodziła się z tą tezą, natomiast 15,4% respondentów zgodziło się zdecydowanie”). Wśród respondentów opinie dotyczące odłożenia skutków kryzysu w czasie są podzielone.

Znaczenie przemysłu motoryzacyjnego dla całości gospodarki zostało przez większość respondentów, zarówno w kontekście światowym, krajowym, jak i regionalnym, określone jako istotne. Dla poszczególnych obszarów terytorialnych rozkład odpowiedzi był bardzo zbliżony, co zostało przedstawione na wykresie poniżej.

Wykres 19. Znaczenie przemysłu motoryzacyjnego na tle całości gospodarki [N=500]

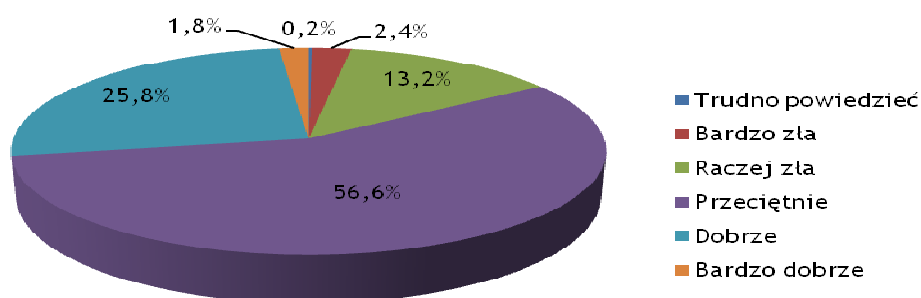


Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań

3.3 Aktualna i prognozowana sytuacja przedsiębiorstw

Respondenci biorący udział w badaniu, zapytani o ocenę kondycji własnej firmy, w większości (56,6% ogółu osób badanych) określali ją jako przeciętną. Większy odsetek respondentów zadeklarował „raczej dobrą sytuację firmy” (25,8% ogółu osób badanych), niż „sytuację raczej złą” (13,2% ogółu osób badanych). Szczegółowe dane przedstawia wykres zamieszczony poniżej.

Wykres 20. Ocena kondycji firmy [N=500]



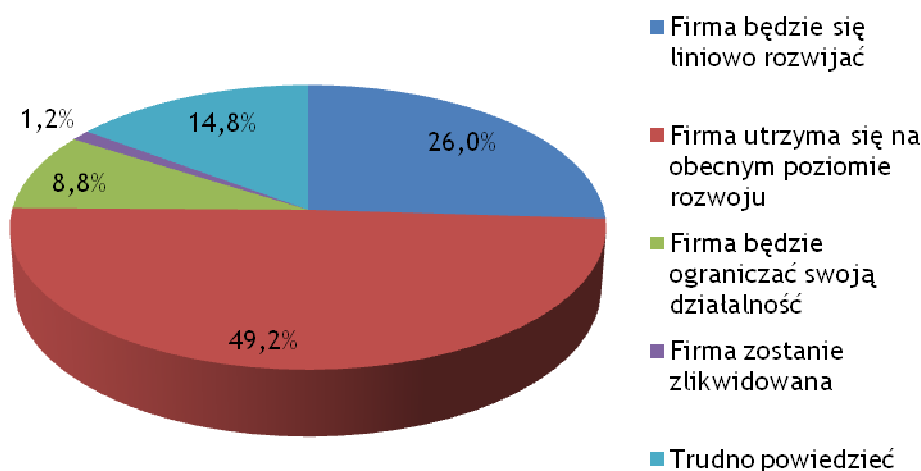
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań

W grupach firm do 249 zatrudnionych wraz ze wzrostem zatrudnienia rośnie ocena kondycji firmy, co oznacza, iż wielkość firmy przekłada się na warunki funkcjonowania

w czasie globalnej recesji gospodarczej. Firmy zatrudniające powyżej 250 osób oceniły kondycję firmy w większości jako przeciętną. Najniżej oceniona została kondycja firm na terenie podregionu leszczyńskiego oraz miasta Poznań, najwyższej natomiast w podregionie poznańskim. Pomimo recesji gospodarczej, wraz ze wzrostem terytorialnego obszaru zbytu, zwiększa się optymizm ankietowanych przedsiębiorców w ramach oceny sytuacji firmy (dotyczy to zwłaszcza przedsiębiorstw współpracujących z zagranicą).

W okresie najbliższych trzech lat perspektywy rozwoju nakreślone przez respondentów wyglądają optymistycznie: pomimo kryzysu, blisko połowa osób ankietowanych twierdzi, iż firma utrzyma się na obecnym poziomie rozwoju, natomiast 26% sądzi, iż firma będzie się liniowo rozwijać. Szczegółowe dane przedstawia wykres zamieszczony poniżej.

Wykres 21. Ocena prognozowanego rozwoju firmy w perspektywie 3 lat [N=500]



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań

Wraz ze wzrostem zatrudnienia w firmie rośnie odsetek opinii badanych osób, iż w perspektywie najbliższych trzech lat firma będzie rozwijać się w sposób liniowy. Inaczej mówiąc, w dużych zakładach istnieje przekonanie, że przetrwają one czasy kryzysu i w perspektywie najbliższych trzech lat będą skutecznie pracować nad rozwojem (o rozwoju liniowym w ramach własnego przedsiębiorstwa w ciągu trzech najbliższych lat jest przekonanych 23,5% mikroprzedsiębiorców zatrudniających do 9 osób, 33,8% przedsiębiorców zatrudniających od 10 do 49 osób, 44,4% osób ankietowanych zatrudniających od 50 do 249 osób, a także trzech z pięciu przedsiębiorców zatrudniających powyżej 250 osób). Największy odsetek osób sądzących, iż kondycja firmy utrzyma się na bieżącym poziomie odnotowano w przypadku przedsiębiorców zatrudniających od 10 do 49 osób (61,5%), choć w przypadku osób ankietowanych zatrudniających od 50 do 249 osób (44,4%) oraz mikroprzedsiębiorców (47,8%) również jest on relatywnie wysoki. Najwyższy odsetek przedsiębiorców nastawionych pesymistycznie odnotowano w przypadku mikroprzedsiębiorstw zatrudniających do 9 osób.

Najwyższy odsetek przedsiębiorstw, które prognozują w przeciągu najbliższych trzech lat wzrost liniowy zanotowano na terenie podregionu leszczyńskiego (31,8% przedsiębiorstw z tego obszaru) oraz podregionu pilskiego (30,9% przedsiębiorstw z tego obszaru). Największy odsetek przedsiębiorstw, które określają potencjalną drogę rozwoju jako stabilną w ciągu najbliższych 3 lat zanotowano na terenie podregionu konińskiego (61,9%

przedsiębiorstw z tego obszaru). Najwyższy pesymizm panuje na terenie miasta Poznań – 2% firm prognozuje likwidację w przeciągu najbliższych trzech lat, a 22,5% będzie ograniczać swoją działalność.

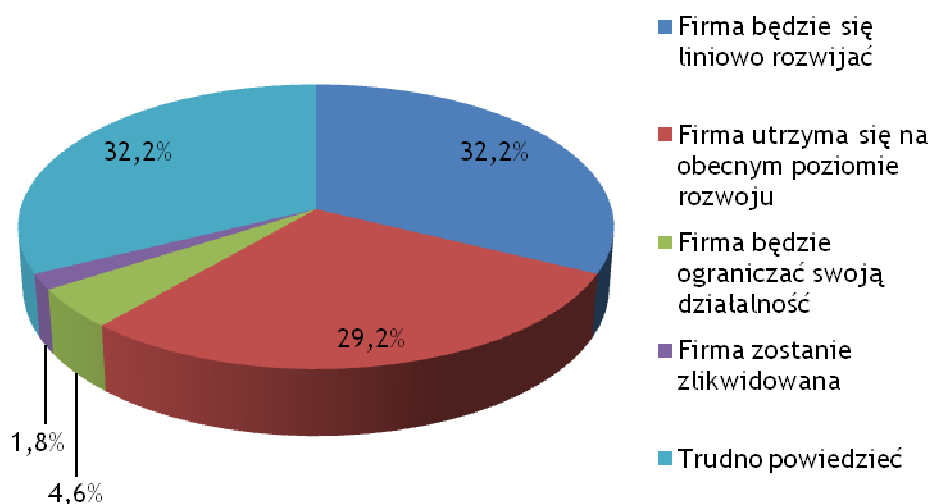
W perspektywie trzyletniej wśród przedsiębiorstw pogrupowanych według zakresu działalności, największym optymizmem wykazują się podmioty zajmujące się produkcją części i akcesoriów do pojazdów silnikowych – wśród tych jednostek 63% sądzi, iż w trzyletniej perspektywie będą rozwijać się liniowo. Największym pesymizmem wykazują się natomiast przedsiębiorstwa zajmujące się sprzedażą hurtową i detaliczną części i akcesoriów do pojazdów samochodowych, z wyłączeniem motocykli oraz sprzedażą hurtową i detaliczną motocykli, ich naprawą i konserwacją oraz sprzedażą hurtową i detaliczną części i akcesoriów.

Wraz ze wzrostem zakresu terytorialnego, który stanowi główne źródło zbytu zwiększa się także optymizm (odsetek przedsiębiorstw przekonanych, iż w perspektywie trzyletniej będą rozwijać się liniowo w przypadku głównego rynku zbytu na poziomie gmin wynosi 10%, powiatów 20%, województw niespełna 41%, kraju 43%, natomiast zagranicy blisko 93%). Identyczna zależność widoczna jest w przypadku przedsiębiorstw przekonanych o regresie przedsiębiorstwa – wraz z zawężaniem się głównego obszaru współpracy, odsetek pesymistycznych prognoz rośnie. Konsekwencją tego jest identyczna zależność pomiędzy optymistycznie nastawionymi przedsiębiorstwami zajmującymi się importem/eksportem i pozostałymi, które szczególnie ze względu na obecność przedsiębiorstw o „zasięgu lokalnym”, prezentują się negatywnie.

Ze względu na wielkość przychodu, optymizm przedsiębiorców rośnie wśród grup podmiotów charakteryzujących się przychodem do miliona złotych. Powyżej tej kwoty optymizm spada, co jest zapewne wynikiem faktu, iż większe przedsiębiorstwa w dużej mierze zależne są od wahań koniunktury na poziomie makrostrukturalnym, co w połączeniu z panującą obecnie recesją gospodarczą powoduje wzrost pesymistycznych prognoz.

W dalszej perspektywie czasowej szacunki osób ankietowanych są jeszcze bardziej optymistyczne – 32,2% osób sądzi, iż firma będzie się rozwijać w sposób liniowy. Świadczy to o braku obaw związanych z funkcjonowaniem firmy (zarówno w krótkiej, trzyletniej perspektywie czasowej, jak i dłuższej, wyznaczonej do roku 2020 zamknięcie firmy każdorazowo prognozowało mniej niż 2% badanych). Wraz z wydłużeniem się perspektywy czasowej zwiększa się odsetek osób niepewnych co do dalszych losów firmy, z 14,8% w trzyletniej perspektywie do 32,2% w perspektywie do 2020 (respondenci, którzy nie potrafili określić dalszej drogi prognozowanego rozwoju bądź regresu). Dane obrazujące ocenę rozwoju firmy w dłuższej perspektywie przedstawia poniższy wykres.

Wykres 22. Ocena prognozowanego rozwoju firmy do roku 2020 [N=500]



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań

Tak jak w przypadku trzyletniej perspektywy czasowej, w przypadku prognoz przedsiębiorców co do linii rozwoju ich podmiotu do roku 2020, wraz ze wzrostem zatrudnienia widoczny jest wzrost odsetka przedsiębiorców sądzących, iż w perspektywie najbliższych 10-11 lat firma będzie rozwijać się w sposób liniowy (o rozwoju liniowym w ramach własnego przedsiębiorstwa w ciągu najbliższej dekady jest przekonanych 29,1% mikroprzedsiębiorców zatrudniających do 9 osób, 43,1% przedsiębiorców zatrudniających od 10 do 49 osób, 55,6% osób ankietowanych zatrudniających od 50 do 249 osób, a także trzech z pięciu przedsiębiorców zatrudniających powyżej 250 osób). Największy odsetek osób sądzących, iż firma utrzyma się na bieżącym poziomie odnotowano, tak jak w przypadku perspektywy trzyletniej, wśród przedsiębiorców zatrudniających od 10 do 49 osób (44,6%), choć w przypadku osób ankietowanych zatrudniających od 50 do 249 osób (27,8%) oraz mikroprzedsiębiorców (26,9%) również jest on relatywnie wysoki. Najwyższy odsetek przedsiębiorców nastawionych pesymistycznie odnotowano w przypadku mikroprzedsiębiorstw zatrudniających do 9 osób. W dłuższej perspektywie czasowej znacznie większy jest odsetek przedsiębiorców, którym trudno określić dalsze losy ich firmy – najwyższy jest on w przypadku mikroprzedsiębiorstw (36,9%). Odsetek ten w znacznej mierze, ze względu na dużą dozę niepewności, może wyrażać obawy związane z funkcjonowaniem przedsiębiorstw.

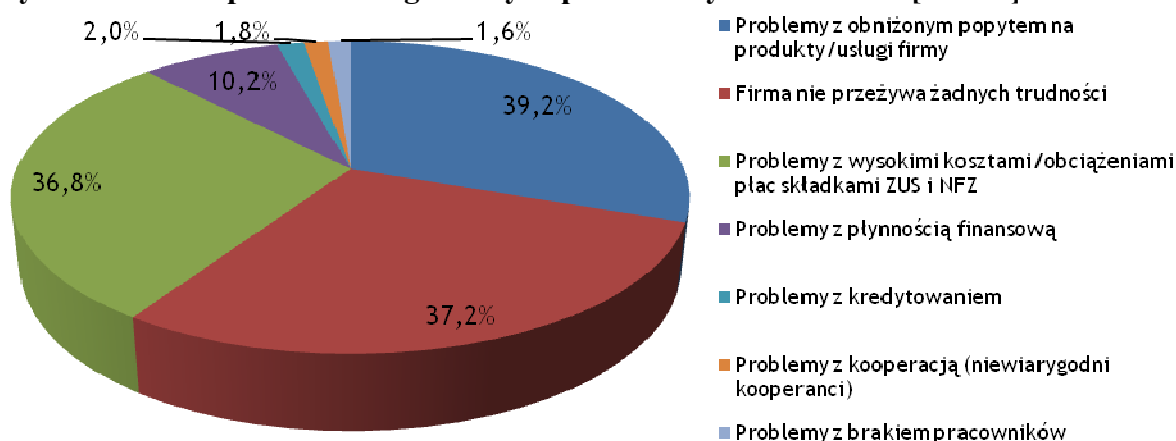
Najwyższy odsetek przedsiębiorstw, które prognozują w przeciągu najbliższej dekady wzrost liniowy zanotowano na terenie podregionu leszczyńskiego (40,9% przedsiębiorstw z tego obszaru), miasta Poznania (33,3% przedsiębiorstw z tego obszaru), oraz podregionu poznańskiego (32,5% przedsiębiorstw z tego obszaru). Największy odsetek przedsiębiorstw, które określają potencjalną drogę rozwoju jako stabilną w ciągu najbliższych 10-11 lat zanotowano na terenie podregionu poznańskiego (43,1% przedsiębiorstw z tego obszaru) oraz konińskiego (35,6% przedsiębiorstw z tego obszaru). Najwyższy pesymizm panuje na terenie podregionu pilskiego – ponad 7% firm prognozuje rozwiązanie w przeciągu najbliższej dekady (w perspektywie trzyletniej chciało to uczynić 3,6% respondentów z tego obszaru, wysoki był także udział prognozowanego rozszerzenia działalności w perspektywie trzyletniej).

Podobnie jak w perspektywie trzyletniej, wraz ze wzrostem zakresu terytorialnego, który stanowi główne źródło zbytu, zwiększa się także optymizm (odsetek przedsiębiorców przekonanych, iż w perspektywie dekady będą rozwijać się liniowo w przypadku głównego rynku zbytu na poziomie gmin wynosi 20,7%, powiatów 28,3%, województw niespełna 45%, kraju 41,2%, natomiast zagranicy blisko 93%). Identyczna zależność widoczna jest w przypadku przedsiębiorców przekonanych o regresie firmy – wraz z zawężaniem się głównego obszaru współpracy, odsetek pesymistycznych prognoz rośnie. Konsekwencją tego jest identyczna zależność pomiędzy optymistycznie nastawionymi przedsiębiorstwami zajmującymi się importem/eksportem i pozostałymi, które, szczególnie ze względu na obecność przedsiębiorstw o „zasięgu lokalnym”, prezentują się negatywnie.

W ramach prognoz rozwoju w ciągu najbliższej dekady wśród podmiotów gospodarczych wyróżnionych ze względu na wielkość przychodu zachowane zostały tendencje wśród przedsiębiorstw mówiące o wzroście optymizmu wraz ze wzrostem przychodu. Wśród największych przedsiębiorstw wyhamowane zostały negatywne opinie dotyczące dróg rozwoju – w dłuższej perspektywie czasowej przedsiębiorstwa charakteryzujące się dużym przychodem wykazują jeden z wyższych poziomów optymizmu.

W związku z kryzysem i recesją gospodarczą, większość firm boryka się z różnymi trudnościami. Około 37% ogółu firm działających w ramach przemysłu motoryzacyjnego nie wskazuje na problemy w ramach funkcjonowania podmiotu. Szczegółowe dane dotyczące problemów w funkcjonowaniu podmiotów gospodarczych w ramach przemysłu motoryzacyjnego przedstawia poniższy wykres.

Wykres 23. Lista problemów zgłaszanych przez osoby ankietowane [N=500]



Możliwość wielokrotnych odpowiedzi. Procenty nie sumują się do 100%.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Najczęstszymi wskazywanymi przez respondentów problemami był obniżony popyt na produkty oraz usługi (wskazało na niego ponad 39% ogółu respondentów) oraz wysokie koszty pracy i obciążenia płac składkami ZUS i NFZ (wskazało na niego blisko 37% ogółu respondentów).

Listę najczęściej zgłaszanych problemów oraz odsetek przedsiębiorstw, które nie zgłaszały przeszkód w funkcjonowaniu w podziale na liczbę pracowników oraz podregion przedstawia poniższa tabela. Przedsiębiorstwa duże, zatrudniające powyżej 250 pracowników zwracały uwagę na te same problemy co firmy mniejsze.

Tabela 4. Lista problemów zgłaszanych przez osoby ankietowane według wielkości zatrudnienia oraz według podregionów województwa wielkopolskiego [N=500]

Wyszczególnienie	Do 9 pracowników	Od 10 do 49 pracowników	Od 50 do 249 pracowników	kaliski	koniński	leszczyński	pilski	poznański	m. Poznań
Problemy z obniżonym popytem na produkty/usługi firmy	39,1%	35,4%	50,0%	27,6%	17,8%	71,6%	54,5%	20,3%	45,1%
Problemy z wysokimi kosztami/obciążeniami płac składkami ZUS i NFZ	33,0%	58,5%	38,9%	39,1%	35,6%	62,5%	45,5%	23,6%	24,5%
Firma nie przeżywa żadnych trudności	38,8%	26,2%	38,9%	44,8%	51,1%	13,6%	23,6%	52,8%	33,3%

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Listę najczęściej zgłaszanych problemów oraz odsetek przedsiębiorstw, które nie zgłaszały przeszkód w funkcjonowaniu przedstawia poniższa tabela.

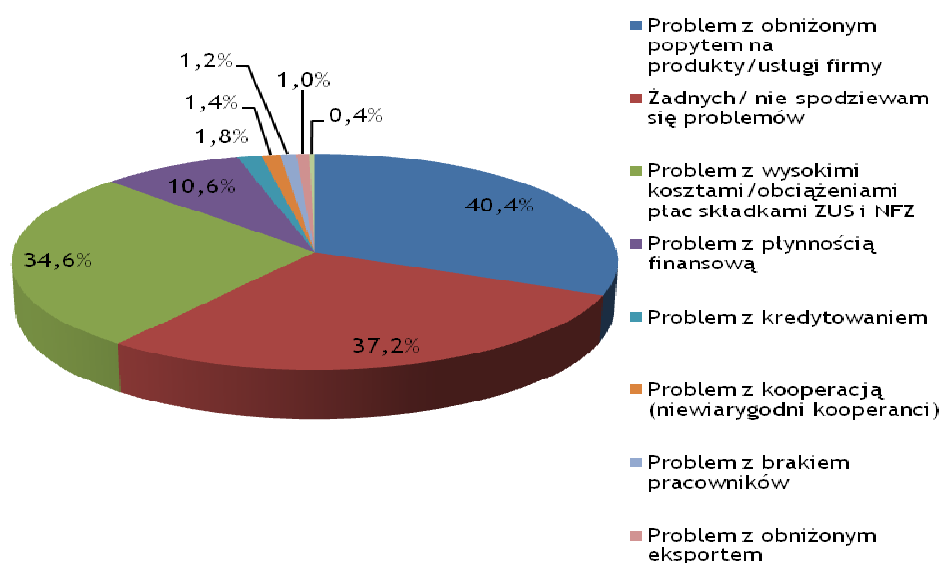
Tabela 5. Lista problemów zgłaszanych przez osoby ankietowane według głównego zakresu prowadzonej działalności [N=500]

Wyszczególnienie	Produkcja nadwozi do pojazdów silnikowych; produkcja przyczep i naczep	Produkcja części i akcesoriów do pojazdów silnikowych	Sprzedaż hurtowa i detaliczna części i akcesoriów do pojazdów samochodowych, z wyłączeniem motocykli	Sprzedaż hurtowa i detaliczna motocykli, ich naprawa i konserwacja oraz sprzedaż hurtowa i detaliczna części i akcesoriów
Problemy z obniżonym popytem na produkty/usługi firmy	66,7%	59,3%	38,7%	30,0%
Problemy z wysokimi kosztami/obciążeniami płac składkami ZUS i NFZ	100,0%	51,9%	35,3%	36,0%
Problemy z płynnością finansową	16,7%	3,7%	10,3%	12,0%
Problemy z kredytowaniem	16,7%	3,7%	1,5%	4,0%
Problemy z kooperacją (niewiarygodni kooperanci)	0,0%	11,1%	1,5%	0,0%
Firma nie przeżywa żadnych trudności	0,0%	25,9%	38,7%	36,0%

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Ponad 37% ogółu firm działających w ramach przemysłu motoryzacyjnego nie prognozuje wystąpienia problemów w najbliższym okresie. Do najczęściej wymienianych problemów należał obniżony popyt na produkty oraz usługi (wskazało na niego ponad 40,4% ogółu respondentów – jest to odsetek nieznacznie większy od analogicznej wartości wyznaczonej dla chwili obecnej) oraz problemy z wysokimi kosztami pracy oraz obciążeniami płac składkami ZUS i NFZ (wskazało na niego blisko 34,6% ogółu respondentów – jest to odsetek o ponad 2 punkty procentowe mniejszy od analogicznej wartości wyznaczonej dla chwili obecnej). Można więc zauważyć istotne podobieństwa pomiędzy rozkładami odpowiedzi określającymi obecne i przyszłe, prognozowane problemy. Szczegółowe dane dotyczące problemów w funkcjonowaniu podmiotów gospodarczych w ramach przemysłu motoryzacyjnego przedstawia poniższy wykres.

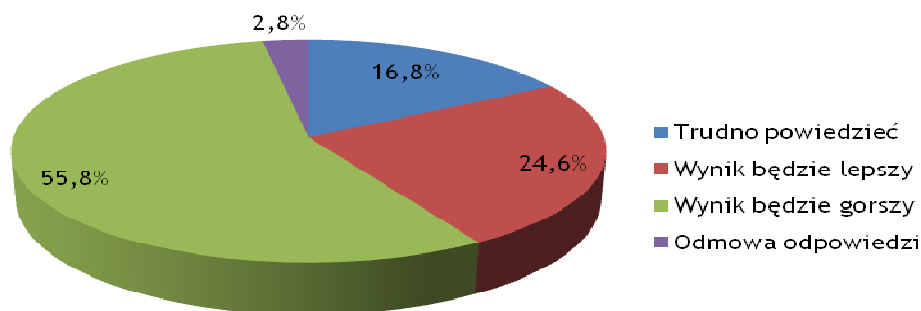
Wykres 24. Lista prognozowanych problemów zgłaszanych przez osoby ankietowane [N=500]



*Możliwość wielokrotnych odpowiedzi. Procenty nie sumują się do 100%.
 Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.*

Szacunki respondentów dotyczące prognozowanego wyniku finansowego, mierzonego rok do roku, cechują się umiarkowanym pesymizmem – większość respondentów uważa, iż nie nastąpi poprawa wyników z roku 2008 (nie jest znany odsetek osób, które przewidują pogorszenie, a nie tylko stagnację wyniku), jednakże blisko co czwarty badany spodziewa się polepszenia wyników, co w związku z powszechnie spotykaną retoryką kryzysową nie jest zjawiskiem powszechnym. Szczegółowe dane dotyczące szacunkowych wyników finansowych mierzonych rok do roku przedstawia poniższy wykres. Przedstawione dane należy traktować z dużą rezerwą – rok 2008 cechował się do trzeciego kwartału szybko rosnącą gospodarką, co powoduje, iż krótkoterminowe szacunki ankietowanych przedsiębiorców, z powodu „retoryki kryzysowej” z założenia powinny być pesymistyczne. Sytuację, w której co czwarty ankietowany spodziewa się wzrostu wyników finansowych należy rozpatrywać w korzystnym świetle.

Wykres 25. Prognozowany wynik finansowy w odniesieniu do roku poprzedniego

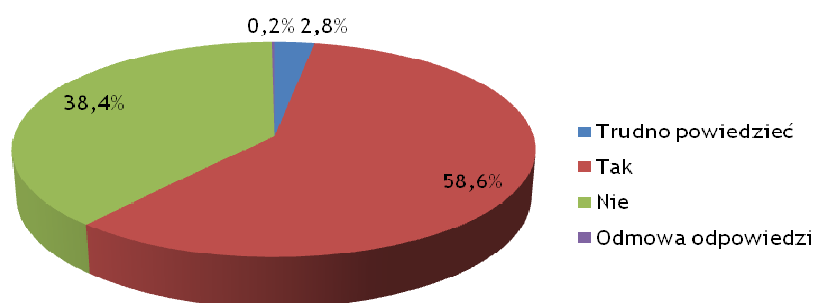


Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

3.4 Wpływ recesji gospodarczej na sytuację w przedsiębiorstwach

Blisko 59% ogółu respondentów dostrzega, w ramach prowadzonej działalności, skutki kryzysu gospodarczego, natomiast nieco ponad 38% ankietowanych wskazało, że skutki kryzysu nie są odczuwalne w ich firmie. Szczegółowe dane dotyczące tego zagadnienia przedstawia poniższy wykres.

Wykres 26. Dostrzeganie skutków kryzysu gospodarczego w przedsiębiorstwach działających w ramach przemysłu motoryzacyjnego



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

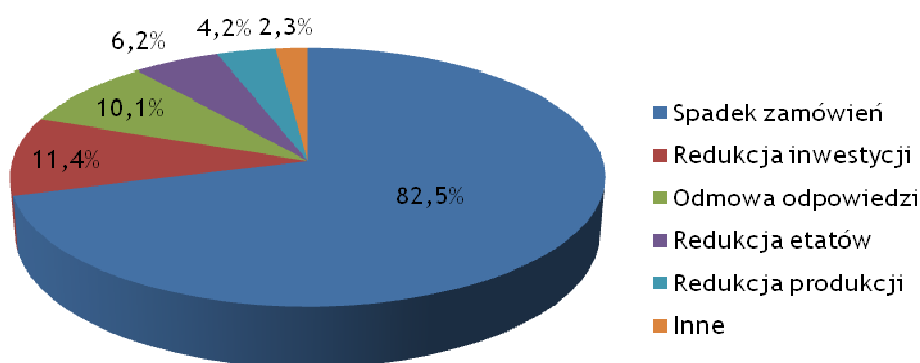
Wśród przedsiębiorstw wyróżnionych ze względu na wielkość zatrudnienia, w najmniejszym stopniu kryzys dotknął podmioty zatrudniające od 10 do 49 osób – ponad 52% respondentów deklaruje, iż nie odczuwa skutków kryzysu, podczas gdy w mikroprzedsiębiorstwach sytuację taką zadeklarowało blisko 37% respondentów, a w przedsiębiorstwach zatrudniających od 50 do 249 osób blisko 28% ogółu respondentów tego typu. Wśród dużych przedsiębiorstw, zatrudniających powyżej 250 osób [N=5], jedynie jedno przedsiębiorstwo zadeklarowało, iż nie odczuwa skutków kryzysu. Można więc założyć, iż kryzys w większości „oszczędził” małe przedsiębiorstwa, które charakteryzują się większymi zasobami i innym trybem działania niż przedsiębiorstwa mikro, a jednocześnie są mniej zależne od trendów na poziomie makroekonomicznym od przedsiębiorstw dużych. Największy odsetek przedsiębiorstw, które deklarują brak symptomów kryzysu w ich działalności, odnotowano na terenie podregionu poznańskiego (ponad 56% ogółu

respondentów z tego podregionu) oraz leszczyńskiego (ponad 53% ogółu respondentów z tego podregionu).

Ze względu na profil głównej działalności, najmniej dotkliwie kryzys odczuły przedsiębiorstwa zajmujące się sprzedażą hurtową i detaliczną motocykli, ich naprawą i konserwacją oraz sprzedażą hurtową i detaliczną części i akcesoriów (48% respondentów prowadzących ten typ działalności deklaruje brak skutków kryzysu w ramach prowadzonej działalności) oraz przedsiębiorcy zajmujący się sprzedażą hurtową i detaliczną części i akcesoriów do pojazdów samochodowych, z wyłączeniem motocykli (ponad 38% respondentów prowadzących ten typ działalności deklaruje brak skutków kryzysu w ramach prowadzonej działalności). Najbardziej kryzys odczuli producenci nadwozi do pojazdów silnikowych oraz producenci przyczep i naczep – ponad 83% respondentów tego typu zauważyło skutki recesji gospodarczej na terenie swojego zakładu pracy. Wśród producentów samochodów i motocykli [N=3], wyłącznie jeden z producentów jednośladów odnotował i zadeklarował negatywne skutki kryzysu w ramach prowadzonej działalności. Ze względu na pozostałe cechy, na podstawie których można by podzielić przedsiębiorstwa, wskazanie na regularne trendy jest niemożliwe.

Najczęściej deklarowanym skutkiem kryzysu jest spadek zamówień – zadeklarowało tak 82,5% ogółu respondentów, którzy dostrzegli skutki kryzysu w ramach prowadzonej działalności gospodarczej. Pomimo spadku zamówień, jedynie 6% respondentów zdecydowało się na zmniejszenie zatrudnienia, a 4% na redukcję produkcji.

Wykres 27. Skutki kryzysu gospodarczego w przedsiębiorstwach związanych z branżą motoryzacyjną [N=308]



Pozostała grupa respondentów [N=192] nie dostrzega skutków kryzysu w ramach prowadzonej działalności.

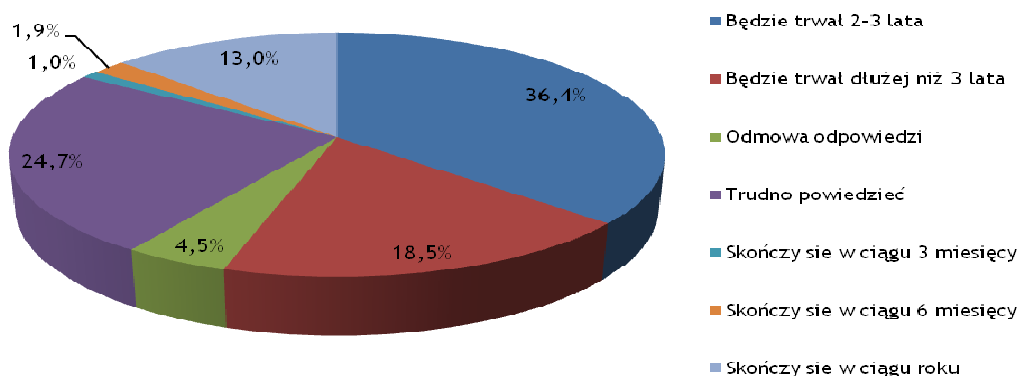
Możliwość wielokrotnych odpowiedzi. Procenty nie sumują się do 100%.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Średni okres, kiedy respondenci zauważyli pierwsze symptomy recesji gospodarczej przypadła na rok przed realizacją terenowej fazy badania, czyli na początek trzeciego kwartału roku 2008. Natomiast przewidywany czas trwania kryzysu, zdaniem najliczniejszych grup respondentów, zakończy się za 2-3 lata (odpowiedziało tak ponad 36% respondentów, którzy zauważyli skutki kryzysu w swoim przedsiębiorstwie), będzie trwał dłużej niż trzy lata (odpowiedziało tak ponad 18,5% respondentów, którzy zauważyli skutki kryzysu w swoim przedsiębiorstwie) lub też zakończy się w ciągu roku (odpowiedziało tak ponad 13% respondentów, którzy zauważyli skutki kryzysu w swoim przedsiębiorstwie). Szczegółowy

rozkład odpowiedzi przedstawiający szacowany czas trwania kryzysu przedstawia wykres zamieszczony poniżej.

Wykres 28. Szacowany czas trwania kryzysu gospodarczego [N=308]

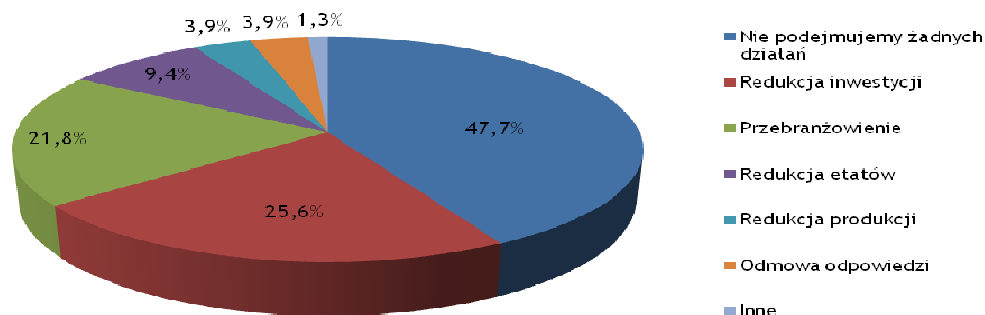


Pozostała grupa respondentów [N=192] nie dostrzega obecnie kryzysu w ramach prowadzonej działalności

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Wśród podmiotów, które w ramach prowadzonej działalności odczuły skutki recesji gospodarczej, blisko 48% nie podejmuje jakichkolwiek działań zaradczych mających na celu zmniejszenie strat związanych z kryzysem. Jedynie 21,8% badanych podmiotów przebranzawia się, co daje szansę na funkcjonowanie w niezmiennym wymiarze ilościowym. Pozostałe przedsiębiorstwa starają się walczyć z kryzysem poprzez redukcję inwestycji (25,6% respondentów, którzy zauważyli skutki kryzysu w swoim przedsiębiorstwie) oraz redukcję etatów (9,4% respondentów, którzy zauważyli skutki kryzysu w swoim przedsiębiorstwie) czy produkcji (3,9% respondentów, którzy zauważyli skutki kryzysu w swoim przedsiębiorstwie). Są to działania niekorzystnie odbijające się na funkcjonowaniu przedsiębiorstwa, które nie likwidują problemów i barier, a jedynie w pewien niewielki sposób neutralizują obecne objawy, co w przyszłości może prowadzić do dalszego występowania niekorzystnych zjawisk. Szczegółowe dane dotyczące podejmowanych działań zaradczych związanych z recesją gospodarczą prezentuje wykres zamieszczony poniżej.

Wykres 29. Działania zaradcze podejmowane przez przedsiębiorstwa działające w ramach przemysłu motoryzacyjnego w związku z recesją gospodarczą [N=308]



Pozostała grupa respondentów [N=192] nie dostrzega kryzysu w ramach prowadzonej działalności.

Możliwość wielokrotnych odpowiedzi. Procenty nie sumują się do 100%.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Większość firm działających w obszarze wielkopolskiego przemysłu motoryzacyjnego charakteryzuje się pasywnym i biernym modelem działania. Blisko 79% respondentów uważa, iż kryzys nie jest szansą na rozwój przedsiębiorstwa i niesie ze sobą wyłącznie negatywne konsekwencje.

W czasie kryzysu gospodarczego, zdaniem osób ankietowanych, na rozwój przedsiębiorstwa wpływa przede wszystkim wzrost kompetencji pracowników. „Kapitał wiedzy”, jaki stanowią pracownicy, umożliwia wypracowanie przewagi nad konkurencją, która jest konieczna w ramach zaostrego współzawodnictwa gospodarczego. Szczegółowe dane dotyczące wagi jaką przypisują przedsiębiorcy poszczególnym cechom mogącym potencjalnie wpływać na rozwój przedsiębiorstwa w związku z recesją gospodarczą przedstawia poniższy wykres.

Wykres 30. Średnia ocena istotności czynników wpływających na rozwój przedsiębiorstwa w czasie kryzysu

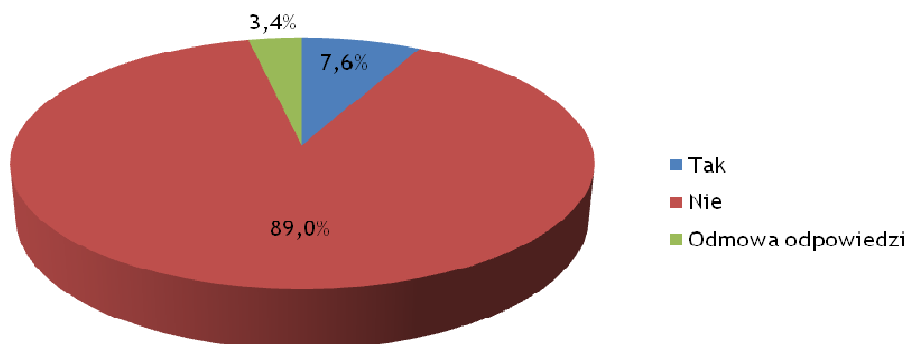


Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

3.5 Fundusze pomocowe Unii Europejskiej

Środki pomocowe pochodzące z funduszy strukturalnych mogą, zwłaszcza w czasie recesji gospodarczej, stanowić znaczący impuls wpływający na zmianę sposobu funkcjonowania przedsiębiorstwa. Tymczasem z dofinansowania skorzystało wyłącznie 7,6% osób ankietowanych, co przedstawione zostało na poniższym wykresie.

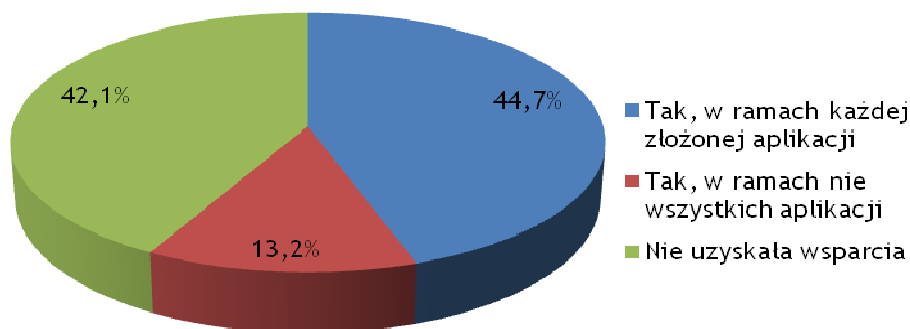
Wykres 31. Odsetek firm ubiegających się o dofinansowanie w ramach funduszy strukturalnych Unii Europejskiej



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Spośród firm ubiegających się o dofinansowanie w ramach funduszy strukturalnych z UE 57,9% uzyskało wsparcie, z czego 44,7% w ramach każdej złożonej aplikacji, natomiast 42,1% firm, z uwagi na niespełnienie wymaganych kryteriów, nie otrzymało dofinansowania. Skuteczność składania aplikacji dotyczących dofinansowania przedstawiono na wykresie zamieszczonym poniżej.

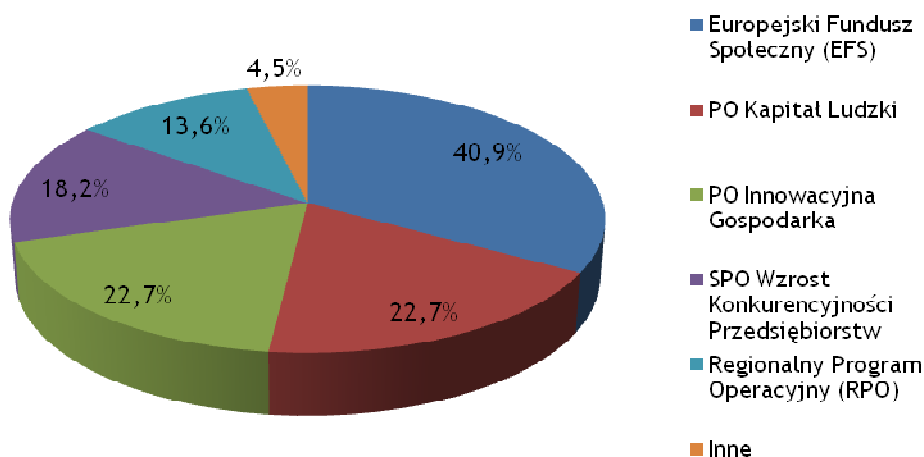
Wykres 32. Skuteczność składania aplikacji dotyczących dofinansowania z funduszu Unii Europejskiej



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Największy odsetek respondentów uzyskał wsparcie z Europejskiego Funduszu Społecznego (41% przedsiębiorców, którzy otrzymali wsparcie) oraz w ramach PO KL (23% przedsiębiorców, którzy otrzymali wsparcie). Oznacza to, iż większość przedsiębiorców aplikuje w ramach projektów „miękkich”. Szczegółową strukturę programów, z których respondenci otrzymali wsparcie przedstawia poniższy wykres.

Wykres 33. Struktura programów, z których ankietowani otrzymali wsparcie

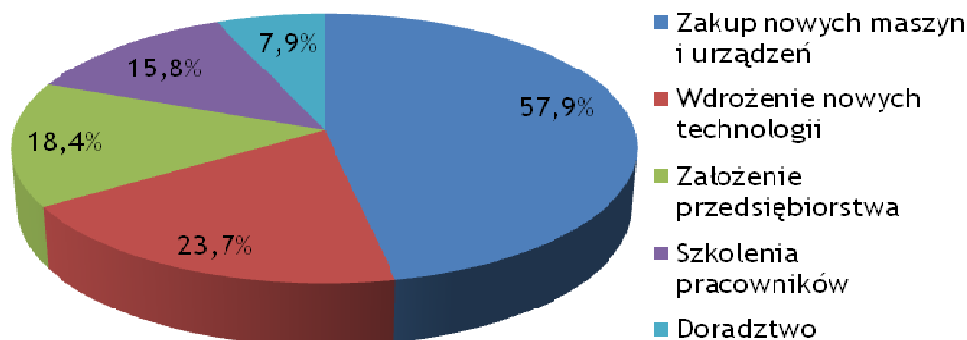


Możliwość wielokrotnych odpowiedzi. Procenty nie sumują się do 100%.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Respondenci wskazywali, iż większość wniosków, zarówno tych, które otrzymały dofinansowanie, jak i tych, które nie uzyskały wsparcia, dotyczyła przede wszystkim zakupu nowych maszyn i urządzeń oraz wdrażania nowych technologii. Konfrontując te informacje z danymi na temat programów, w ramach których przyznano środki, można stwierdzić, iż projekty „twarde” stanowią mniejszość w tych, które otrzymały dofinansowanie, co może świadczyć o większym stopniu trudności w przygotowywaniu tego typu projektów.

Wykres 34. Cele, na które przeznaczone były/miały być środki przyznane z funduszy strukturalnych Unii Europejskiej

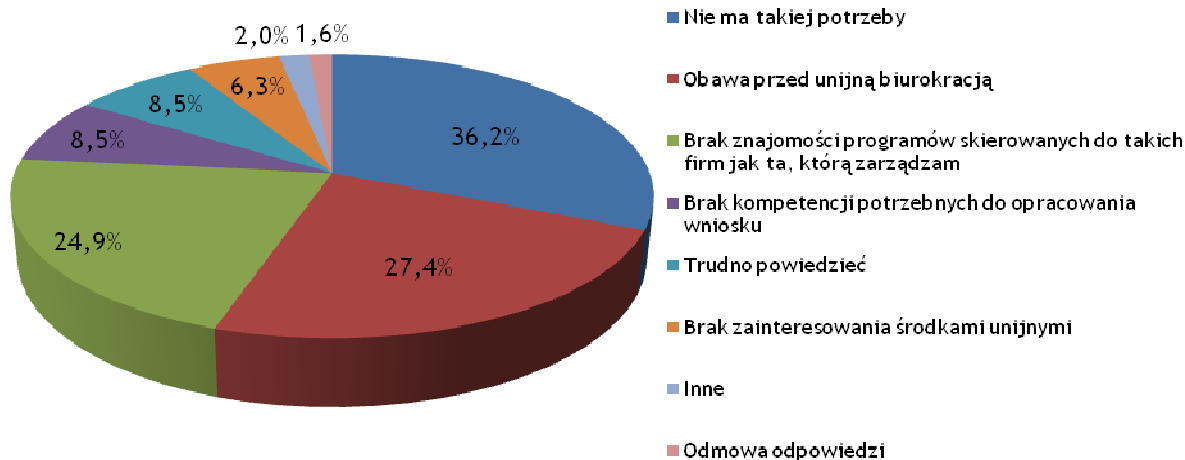


Możliwość wielokrotnych odpowiedzi. Procenty nie sumują się do 100%.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

W celu poprawy napływu środków finansowych do wielkopolskiego przemysłu motoryzacyjnego pożądana byłaby sytuacja zwiększenia skuteczności składanych wniosków poprzez szkolenia i działania promocyjne. Jak wskazują respondenci najczęstszym powodem dla którego nie korzystali oni z pomocy oferowanej przez fundusze strukturalne Unii Europejskiej są kwestie związane z niewiedzą i nieświadomością korzyści płynących z dofinansowania (ponad 36% respondentów uznało, iż nie ma potrzeby aplikować o dofinansowanie, blisko 30% respondentów nie zna programów skierowanych dla nich, natomiast ponad 6% nie jest zainteresowana takimi programami wsparcia – za pomocą „języka korzyści” można by skłonić przedsiębiorców do rozpoczęcia korzystania z funduszy strukturalnych) oraz kwestie związane z brakiem „twardych kompetencji” (ponad 27% respondentów obawia się unijnej biurokracji, natomiast 8,5% uważa, iż nie posiada kompetencji do wypełnienia wniosku o dofinansowanie – za pomocą szkoleń i działań mających na celu wzrost poziomu wiedzy możliwe jest zwiększenie skuteczności składanych wniosków).

Wykres 35. Powody rezygnacji z dofinansowania pochodzącego z funduszy strukturalnych Unii Europejskiej



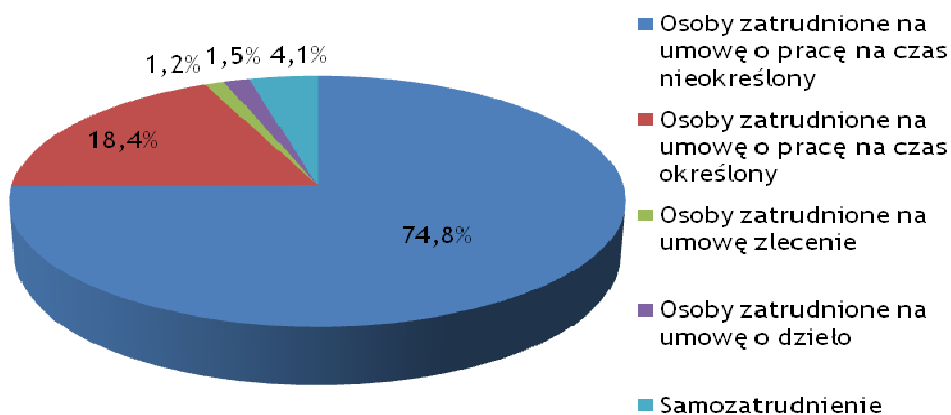
Możliwość wielokrotnych odpowiedzi. Procenty nie sumują się do 100%.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

3.6 Struktura stanowisk pracy

W badanych przedsiębiorstwach średnie zatrudnienie wynosiło niespełna 15 osób. Najczęstszą formą zatrudnienia była umowa o pracę na czas nieokreślony – zatrudnionych w ten sposób było trzech na czterech pracowników w badanych przedsiębiorstwach. Rozkład odpowiedzi dotyczących form zatrudnienia przedstawiony został na wykresie poniżej.

Wykres 36. Struktura pracowników w badanych przedsiębiorstwach ze względu na formę zatrudnienia

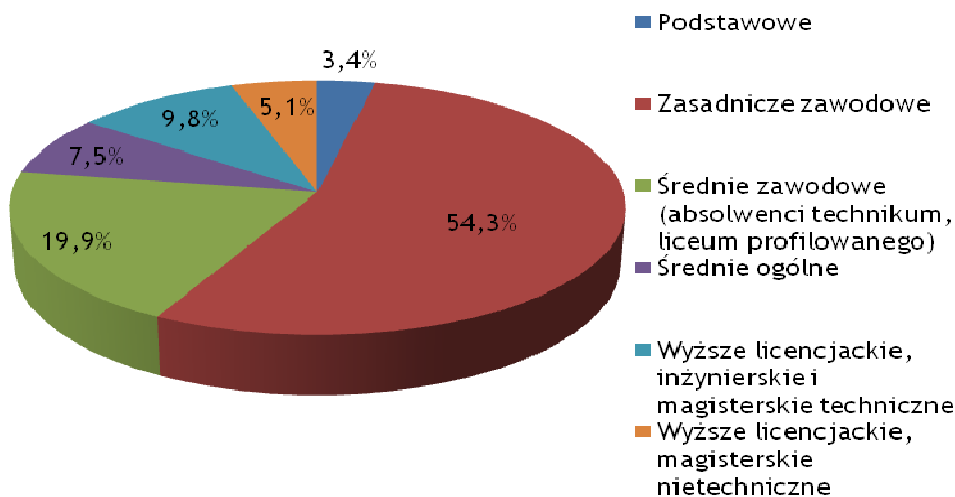


Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Większość pracowników zatrudniona w przemyśle motoryzacyjnym na terenie województwa wielkopolskiego posiada wykształcenie zasadnicze zawodowe. Wykształcenie średnie zawodowe posiada blisko 20% pracowników, natomiast wyższe techniczne blisko 10% pracowników. Struktura zatrudnienia pozwala stwierdzić, iż wykształcenie skierowane profilowo w stronę techniczną jest w ramach przemysłu motoryzacyjnego pożądane – jedynie

7,6% pracowników ma wykształcenie średnie ogólne, a 5% wyższe nietechniczne. Strukturę pracowników ze względu na poziom wykształcenia przedstawia poniższy wykres.

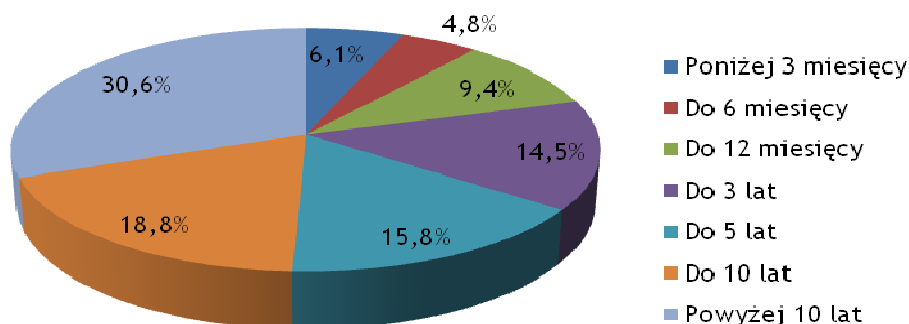
Wykres 37. Struktura pracowników w badanych przedsiębiorstwach ze względu na wykształcenie pracowników



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Pracowników przemysłu motoryzacyjnego cechuje długi staż pracy – powyżej 10 lat pracuje blisko co trzeci pracownik zatrudniony w ankietowanych podmiotach gospodarczych, do 10 lat pracuje blisko co piąta osoba, natomiast do 5 lat pracuje blisko 16% pracowników. Można więc stwierdzić, iż pracownicy zatrudnieni w firmach działających na wielkopolskim rynku motoryzacyjnym wykazują się dużym doświadczeniem, które stanowi istotny argument przemawiający za ich zatrudnieniem. Zaznaczyć należy także, iż zatrudnienie w przemyśle motoryzacyjnym w wymiarze ilościowym w znacznej mierze przypada na część produkcyjną gałęzi przemysłu jaką jest motoryzacja, a w branży tej potrzeba wielu pracowników do wykonywania prac fizycznych, jednakże niezbędny jest również odpowiedni odsetek wyższej kadry merytoryczno-technicznej.

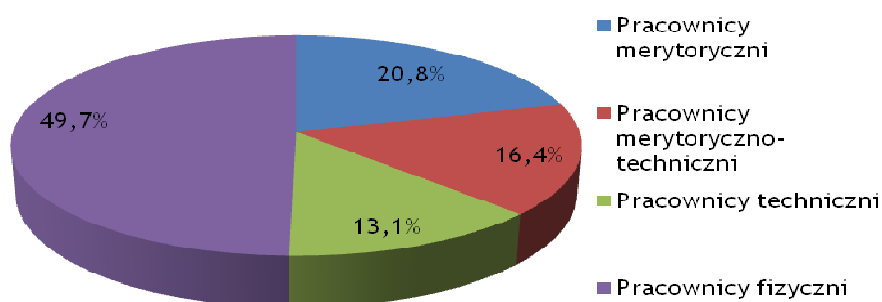
Wykres 38. Struktura pracowników w badanych przedsiębiorstwach ze względu na staż pracy



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Blisko co drugi pracownik w ankietowanych firmach jest pracownikiem fizycznym. Oznacza to, iż w funkcjonowaniu przemysłu motoryzacyjnego niezbędna jest siła robocza (odsetek ten zbliżony jest do osób posiadających wykształcenie zawodowe). Pracownicy merytoryczni stanowią blisko 21% ogółu zatrudnionych, a pracownicy merytoryczno-techniczni 16,4% - struktura ta dowodzi, iż posiadanie niezbędnych kwalifikacji „wyższego rzędu” jest niezbędne u znacznego odsetka pracowników.

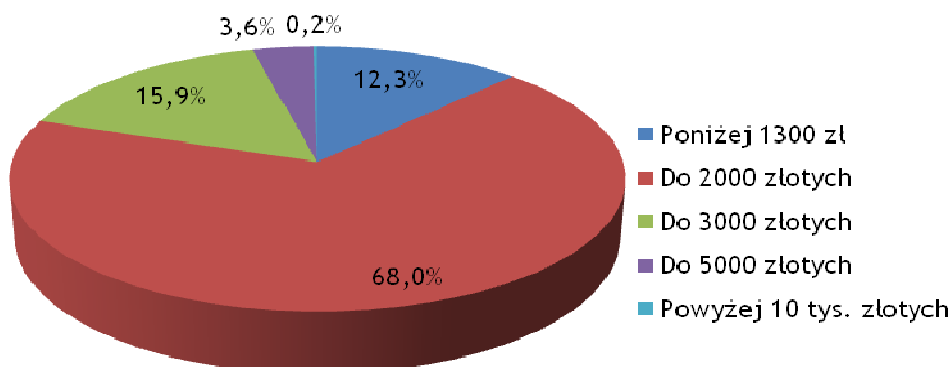
Wykres 39. Struktura pracowników w badanych przedsiębiorstwach ze względu na charakter wykonywanej pracy



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Poniższy wykres przedstawia strukturę zarobków pracowników zatrudnionych w ramach wielkopolskiego przemysłu motoryzacyjnego.

Wykres 40. Struktura pracowników w badanych przedsiębiorstwach ze względu na miesięczne zarobki

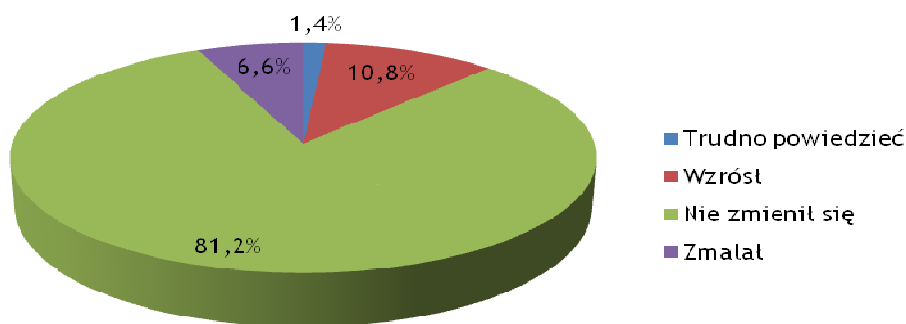


Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

3.7 Zmiany w poziomie zatrudnienia na przestrzeni ostatnich lat

U ponad 81% respondentów w przeciągu ostatnich 2 lat poziom zatrudnienia nie zmienił się, natomiast u 11% osób ankietowanych ten odsetek wzrósł (jest on nieznacznie większy od odsetka respondentów, u których zatrudnienie zmalało). Zmiany w poziomie zatrudnienia w przeciągu ostatnich lat przedstawia poniższy wykres.

Wykres 41. Zmiany poziomu zatrudnienia w przeciągu dwóch ostatnich lat



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Największy odsetek pracodawców, wśród których wzrósł poziom zatrudnienia odnotowano w przypadku firm zatrudniających od 250 do 999 osób oraz firm liczących od 10 do 49 pracowników (odpowiednio 25% i 23,1% firm tego typu zwiększyło w okresie ostatnich dwóch lat poziom zatrudnienia). Odsetek firm, wśród których wzrosła liczba pracowników, największy był na terenie podregionu poznańskiego i kaliskiego. W największym stopniu zatrudnienie wzrosło wśród przedsiębiorstw zajmujących się produkcją nadwozi do pojazdów silnikowych; produkcja przyczep i naczep – w co trzeciej firmie tego typu w ciągu ostatnich dwóch lat bilans zatrudnienia uległ zwiększeniu. Najbardziej wyrazisty trend występuje w przypadku przedsiębiorstw wyróżnionych ze względu na główny rynek zbytu – największy wzrost odnotowały przedsiębiorstwa o najszerszym terytorialnie zasięgu objętym swoją ofertą (wśród przedsiębiorstw dla których główny rynek zbytu stanowiła gmina, zatrudnienie zwiększyło jedynie 3,6% podmiotów, w przypadku powiatu odsetek ten wynosił 7,9%, województwa 17,3%, kraju 19,6% a zagranicy 28,6%).

Nowych pracowników zatrudnił co piąty respondent. Strukturę zatrudnienia nowych pracowników przedstawia poniższa tabela.

Tabela 6. Stanowiska, na które przyjęto w ciągu dwóch ostatnich lat nowych pracowników

Zawód	Odsetek odpowiedzi
Sprzedawca	29,0%
Mechanik samochodowy	25,0%
Pracownik fizyczny	10,0%
Magazynier	9,0%
Obsługa klienta	8,0%
Pracownik biurowy	5,0%
Kierowca	5,0%

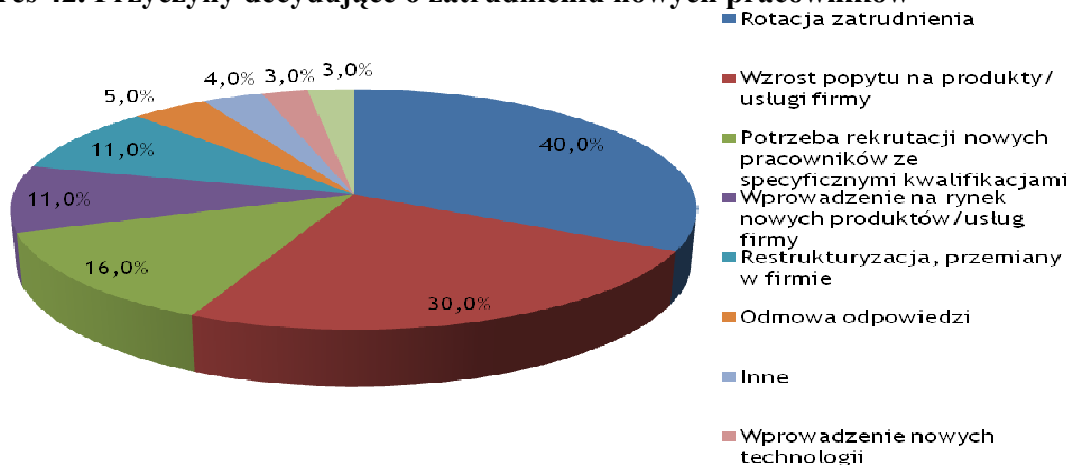
Pozostałe odpowiedzi: poniżej 5%.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Najczęstszym powodem zatrudnienia nowych osób była rotacja zatrudnienia (40% respondentów wskazało na ten powód). Respondenci relatywnie często wskazywali także na wzrost popytu na produkty i usługi firmy (30% osób ankietowanych), potrzebę rekrutacji osób ze specyficznymi kwalifikacjami (16% osób ankietowanych), oraz wprowadzenie na rynek

nowych usług i produktów (11% osób ankietowanych) i restrukturyzacja firmy (11% osób ankietowanych).

Wykres 42. Przyczyny decydujące o zatrudnieniu nowych pracowników

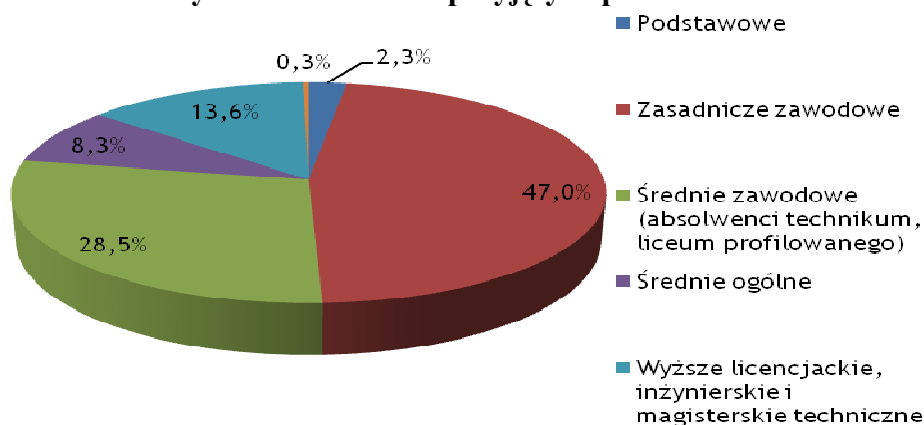


Możliwość wielokrotnych odpowiedzi. Procenty nie sumują się do 100%.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Analiza wykształcenia pracowników zatrudnionych w okresie ostatnich dwóch lat wskazuje, iż w znacznej mierze poprzez zatrudnianie nowych osób odtwarzana jest aktualna struktura pracowników ze względu na wykształcenie. Nadal największy odsetek stanowią osoby z wykształceniem zasadniczym zawodowym, jednakże w przypadku osób nowo zatrudnianych ich udział zmniejszył się na rzecz osób z wykształceniem średnim zawodowym. Potwierdza to tezę o zapotrzebowaniu na pracowników niższego szczebla, jednakże następuje stopniowy wzrost ich kwalifikacji kompetencyjnych. Strukturę wykształcenia nowo przyjętych pracowników przedstawia poniższy wykres.

Wykres 43. Struktura wykształcenia nowo przyjętych pracowników



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Niespełna 18% respondentów zadeklarowało, iż w przeciągu 2 lat z firmy odeszły lub zostały zwolnione osoby zatrudnione, co oznacza, iż odsetek podmiotów, w których dokonano zwolnień jest mniejszy niż odsetek przedsiębiorstw, w których zatrudniano nowe osoby.

Najniższy odsetek przedsiębiorstw, na terenie których w ciągu ostatnich dwóch lat zwalniano pracowników, odnotowano na obszarze podregionów: poznańskiego,

leszczyńskiego i miasta Poznań (w każdym z tych przypadków odsetek przedsiębiorstw był bardzo zbliżony i wynosił niespełna 14%). Najwyższy odsetek przedsiębiorstw, w których w ciągu ostatnich dwóch lat zwalniano pracowników występował na terenie podregionu pilskiego (27,3% ogółu przedsiębiorstw z tego obszaru w ciągu ostatnich dwóch lat zwalniało pracowników) oraz kaliskiego (24,1% ogółu przedsiębiorstw z tego obszaru w ciągu ostatnich dwóch lat zwalniało pracowników).

Listę stanowisk, na których pracownicy byli najczęściej zwalniani przedstawia poniższa tabela.

Tabela 7. Stanowiska, z których zwolniono w ciągu dwóch ostatnich lat najwięcej pracowników

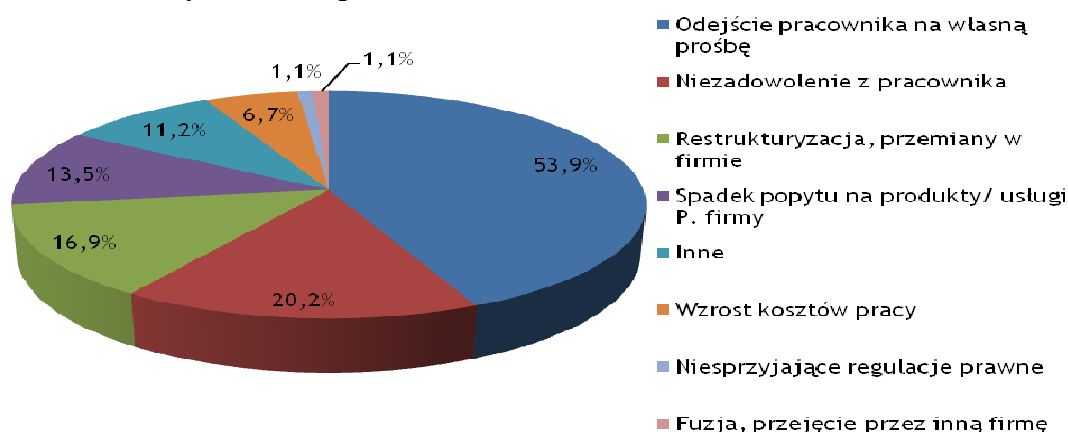
Zawód	Odsetek odpowiedzi
Sprzedawca	30,2%
Mechanik samochodowy	22,1%
Pracownik fizyczny	9,3%
Kierowca	7,0%
Magazynier	5,8%
Pracownik produkcji	5,8%

Pozostałe odpowiedzi: poniżej 5%.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Analizując zawody, w których najczęściej przyjmowano pracowników oraz stanowiska, z których pracowników najczęściej zwalniano, można dostrzec znaczne zbieżności, co świadczy, iż stanowiska te cechują się dużą rotacją. Prawomocne jest więc stwierdzenie, iż w większości zmiana pracowników nie wynika z procesów koniunkturalnych, a jest wynikiem naturalnej wymiany personelu na stanowiskach niższego szczebla. Tezę tę potwierdza rozkład odpowiedzi dotyczących przyczyny zwolnień – ponad połowa (blisko 54%) pracowników odeszła z firmy na własną prośbę. Zaznaczyć należy jednakże, iż spora część zwolnień jest związana z niekorzystnymi tendencjami na rynku pracy (16,9% ogółu zwolnień spowodowana jest restrukturyzacją w zakładzie pracy, natomiast 13,5% odejść ma swoje przyczyny w załamaniu koniunktury).

Wykres 44. Powody zwolnień pracowników

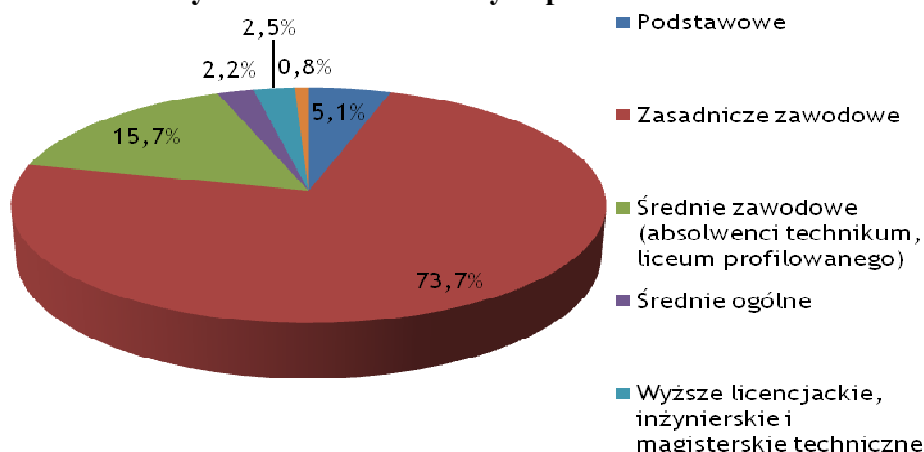


Możliwość wielokrotnych odpowiedzi. Procenty nie sumują się do 100%.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Struktura wykształcenia osób zwalnianych potwierdza wcześniejsze twierdzenia, głoszące iż następuje powolna rotacja wymieniająca personel z wykształceniem zasadniczym zawodowym na personel z wykształceniem średnim zawodowym. Pytanie, które się nasuwa dotyczy przyczyny tego zjawiska, którego upatrywać można u samych pracodawców, jak i, co wydaje się bardziej prawdopodobne, wśród samych uczniów, którzy na skutek obecnych trendów edukacyjnych wybierają wyższe szczeble edukacji, które zgodnie ze społecznym mniemaniem są gwarancją lepszej pracy i zarobków, a w rzeczywistości powodują zwiększenie poziomu wykształcenia na tych samych stanowiskach.

Wykres 45. Struktura wykształcenia zwalnianych pracowników



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

3.8 Planowane zmiany w poziomie zatrudnienia w przyszłości

W ciągu najbliższych 12 miesięcy 11% firm planuje zatrudnić nowych pracowników. Wraz ze wzrostem liczby pracowników wśród badanych firm rośnie również odsetek przedsiębiorstw deklarujących zatrudnianie nowych osób. Wzrost odsetka firm deklarujących zależy także od zakresu terytorialnego głównego rynku zbytu – im był on szerszy, tym respondenci częściej deklarowali zatrudnianie nowych osób w przeciągu najbliższego roku. Do najczęstszych zawodów poszukiwanych w przyszłości należą:

Tabela 8. Lista zawodów w których pracodawcy szukać będą pracowników w ciągu najbliższych 12 miesięcy

Zawód	Odsetek odpowiedzi
Mechanik samochodowy	25,5%
Sprzedawca	25,5%
Blacharz	5,5%
Monter	5,5%
Kierowca	5,5%

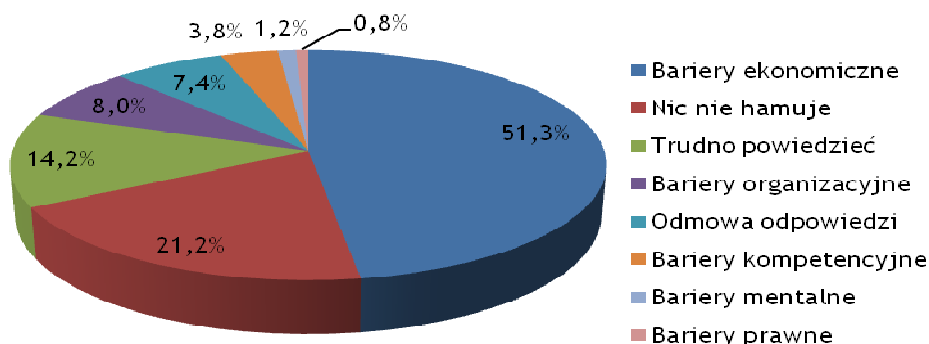
Pozostałe odpowiedzi: poniżej 5%.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Jedynie 1,6% respondentów planuje dokonać zwolnień w przeciągu najbliższego roku. Wzrost liczby zatrudnionych w chwili obecnej powstrzymywany jest głównie przez bariery ekonomiczne (wysokie koszty pracy, wynagrodzenia i składki obowiązkowe). Ponad 21%

respondentów uznało, iż nie ma jakichkolwiek przeciwwskazań mogących przeszkodzić w zatrudnianiu nowych pracowników. Szczegółowy rozkład odpowiedzi prezentowany jest na wykresie poniżej.

Wykres 46. Bariery uniemożliwiające zatrudnianie nowych pracowników

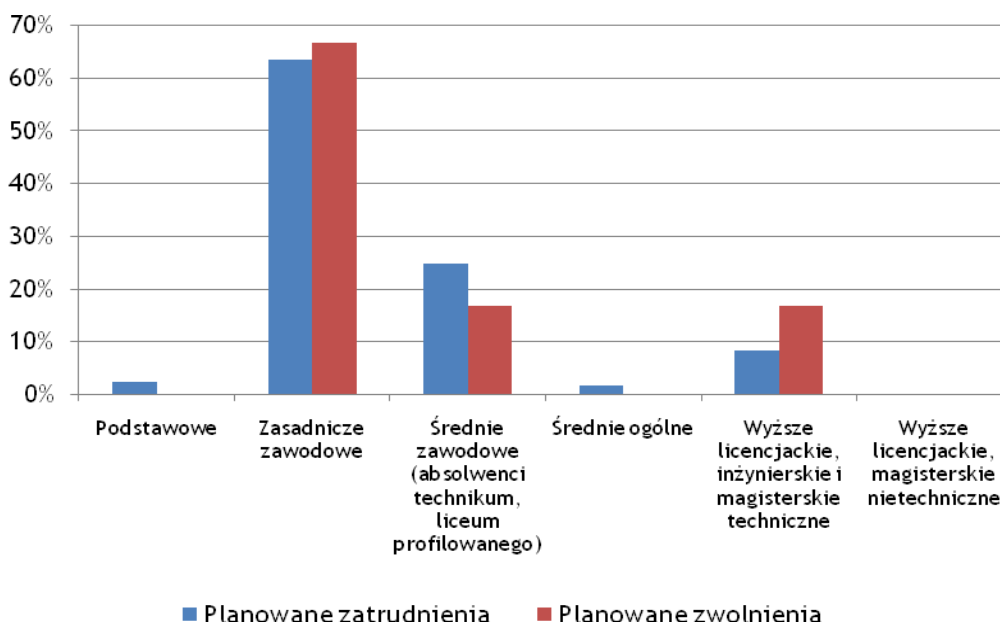


Możliwość wielokrotnych odpowiedzi. Procenty nie sumują się do 100%.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Porównując wykształcenie potencjalnych osób zwalnianych i zatrudnianych można zauważyć, iż odsetek zwalnianych będzie wyższy niż zatrudnianych w przypadku osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym oraz wyższym technicznym. Zwolnienie osób z wyższym wykształceniem technicznym, pomimo wiążących się z tym oszczędności, jest zjawiskiem niekorzystnym, gdyż powoduje odpływ „potencjału wiedzy” z przemysłu motoryzacyjnego. Szczegółowe porównanie odsetka planowanych zatrudnień i zwolnień pracowników z podziałem na wykształcenie przedstawia poniższy wykres.

Wykres 47. Odsetek pracowników zaplanowanych do przyjęcia i zwolnienia z podziałem na wykształcenie



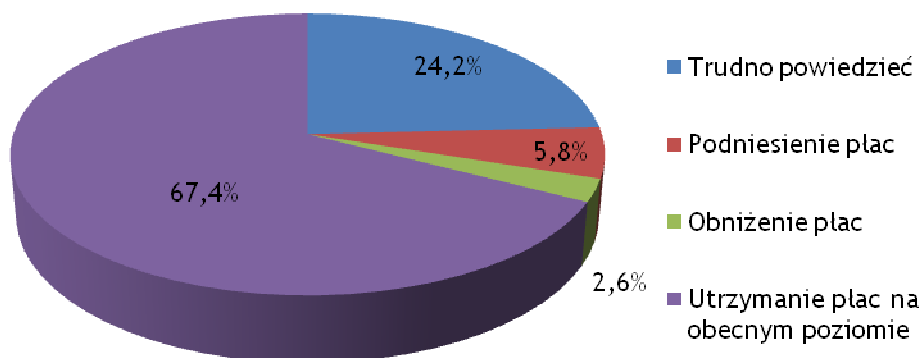
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Analizując prognozowane zmiany w liczbie pracowników, można dostrzec zbliżone tendencje do prognozowanego ogólnego rozwoju firmy określanego w tej samej perspektywie czasowej. Najmniejszy odsetek przedsiębiorstw planujących zwiększenie zatrudnienia odnotowano w przypadku przedsiębiorstw małych. Wśród podregionów najwięcej przedsiębiorstw planujących zwiększyć zatrudnienie wystąpiło na terenie podregionu leszczyńskiego. Największy odsetek przedsiębiorstw, które planują zmniejszyć zatrudnienie zanotowano na terenie miasta Poznań oraz podregionu kaliskiego. W największym stopniu zwiększenie zatrudnienia planują przedsiębiorstwa produkcyjne zajmujące się wytwarzaniem części i akcesoriów do pojazdów silnikowych. Wzrost odsetka podmiotów gospodarczych deklarujących zwiększenie zatrudnienia zanotowano także wraz ze zwiększeniem terytorialnego zakresu głównego rynku zbytu (wyjątek w określeniu tego trendu stanowią przedsiębiorstwa, dla których ważnym rynkiem zbytu jest zagranica – w przypadku tego typu podmiotów nastąpiło załamanie trendu).

3.9 Wynagrodzenia

Analizując wyniki badań, można stwierdzić, iż wynagrodzenia w ankietowanych przedsiębiorstwach uległy nieznacznym zmianom – jedynie 4% respondentów stwierdziło, iż w przeciągu 12 miesięcy nastąpił wzrost lub spadek poziomu wynagrodzeń. W okresie najbliższych 12 miesięcy większość przedsiębiorstw nie planuje zmian wynagrodzeń, co przedstawione zostało na poniższym wykresie.

Wykres 48. Prognozowane zmiany wynagrodzeń w przeciągu najbliższych 12 miesięcy



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

3.10 Wolne miejsca pracy

Ponad 5% respondentów deklaruje, iż w ich firmach są wolne miejsca pracy. Wśród najczęściej wymienianych stanowisk znajdował się mechanik samochodowy i sprzedawca, jednakże należy zaznaczyć, że ze względu na liczebności podanych zawodów, różnice między nimi były niewielkie (niewielka liczba podmiotów posiadających wolne miejsca pracy). Respondenci za spory problem uznali obsadzenie niektórych stanowisk pracy (sprzedawca, pracownicy techniczni związani z przemysłem motoryzacyjnym) – główną przyczyną jest brak wymaganego doświadczenia zawodowego. Ponad 69% pracodawców szuka pracowników na wolne stanowiska najwyżej na trzy miesiące.

3.11 Przygotowanie absolwentów szkół ponadgimnazjalnych i wyższych do pracy w ramach przemysłu motoryzacyjnego. Współpraca z instytucjami edukacyjnymi

Ponad 6% ogółu respondentów w przeciągu roku zatrudniło absolwentów szkół ponadgimnazjalnych lub wyższych (w okresie dwóch lat 20% firm zatrudniło nowych pracowników). Średnia liczba zatrudnionych absolwentów wynosiła dwie osoby. Większość przyjętych absolwentów ukończyła zasadnicze szkoły zawodowe oraz technika. Większość respondentów nie zgłasza żadnych oczekiwań względem instytucji edukacyjnych.

Tabela 9. Oczekiwania pracodawców

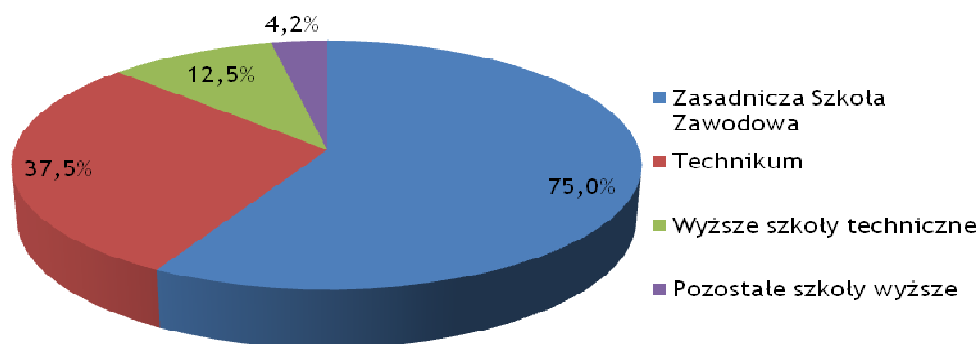
Szkolnictwo zawodowe		Szkolnictwo średnie		Szkolnictwo wyższe	
Żadnych	74,6%	Żadnych	84,2%	Żadnych	84,6%
Przygotowanie do pracy	7,0%	Trudno powiedzieć	6,2%	Trudno powiedzieć	6,4%
Trudno powiedzieć	6,4%	Praktyczne przygotowanie	3,8%	Praktyczne przygotowanie	3,0%
Praktyczne przygotowanie	5,0%	Przygotowanie do pracy	1,4%	Szerszy zakres praktyk	2,2%
Szerszy zakres praktyk	1,2%	Szerszy zakres praktyk	1,2%	Przygotowanie do pracy	1,0%

Pozostałe odpowiedzi: poniżej 1%.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Ze szkołami współpracuje niespełna 5% respondentów. Do najczęstszych kooperantów należą zasadnicze szkoły zawodowe (współpracuje z nimi trzech na czterech respondentów, którzy kooperują z instytucjami edukacyjnymi). Szczegółowe dane zostały przedstawione na poniższym wykresie.

Wykres 49. Typy szkół z którymi kooperują respondenci

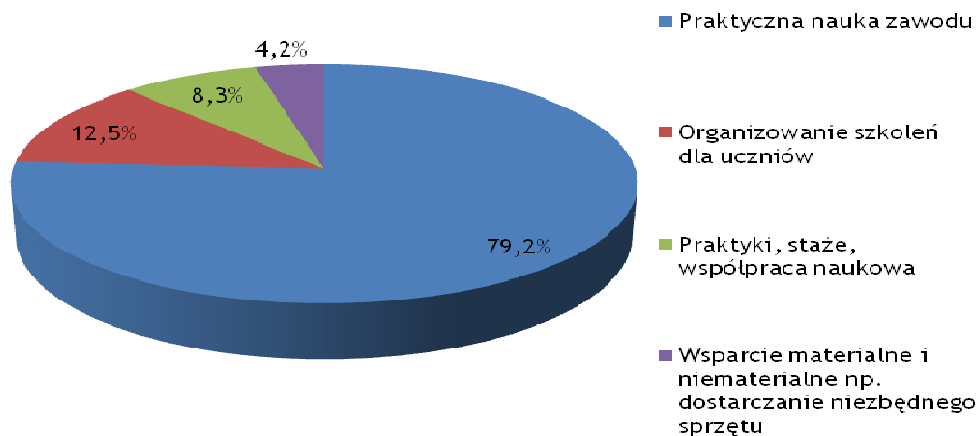


Możliwość wielokrotnych odpowiedzi. Procenty nie sumują się do 100%.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Ze względu na fakt, iż większość instytucji edukacyjnych współpracujących z przedsiębiorstwami to zasadnicze szkoły zawodowe, współpraca w większości ogranicza się do obowiązkowej, praktycznej nauki zawodu przez uczniów takich szkół na terenie zakładów pracy.

Wykres 50. Główny zakres współpracy podmiotów gospodarczych z instytucjami edukacyjnymi



Możliwość wielokrotnych odpowiedzi. Procenty nie sumują się do 100%.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań

3.12 Łańcuchy kooperacyjne

W tabeli poniżej zaprezentowano branże, które zdaniem respondentów w najszerszym stopniu współpracują z przemysłem motoryzacyjnym. Procenty obrazują średni odsetek, jaki stanowi współpraca z daną branżą w całej działalności przedsiębiorstwa. Jest on wyznaczony dla wszystkich respondentów.

Tabela 10. Główni współpracownicy

Nazwa branży	%
Handel hurtowy, z wyłączeniem handlu pojazdami samochodowymi	39,56
Handel hurtowy i detaliczny pojazdami samochodowymi; naprawa pojazdów samochodowych	18,92
Produkcja metalowych wyrobów gotowych, z wyłączeniem maszyn i urządzeń	3,90
Działalność prawnicza, rachunkowo-księgowa i doradztwo podatkowe	3,84
Produkcja maszyn i urządzeń, gdzie indziej niesklasyfikowana	3,19
Produkcja pozostałego sprzętu transportowego	2,38

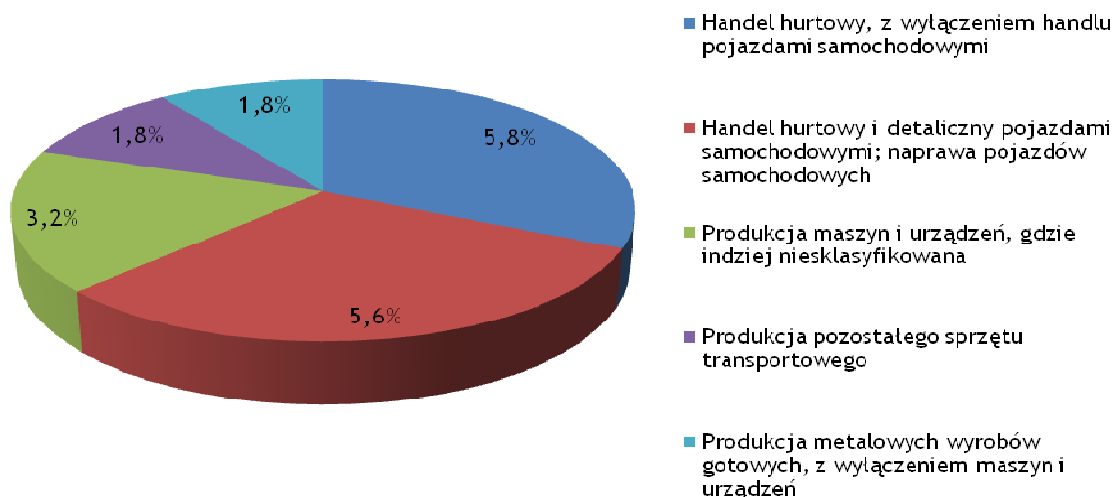
Pozostałe odpowiedzi: poniżej 2%.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Respondenci relatywnie często wskazywali także na szeroko pojętą działalność związaną z motoryzacją.

Poniższy wykres prezentuje najczęściej wskazywane branże, w których respondenci przewidują spadek współpracy. W ramach struktury nie ujęto odpowiedzi „nie wiem/trudno powiedzieć”, które stanowiły blisko 78% ogółu wskazań.

Wykres 51. Branże, w których respondenci przewidują największy spadek współpracy

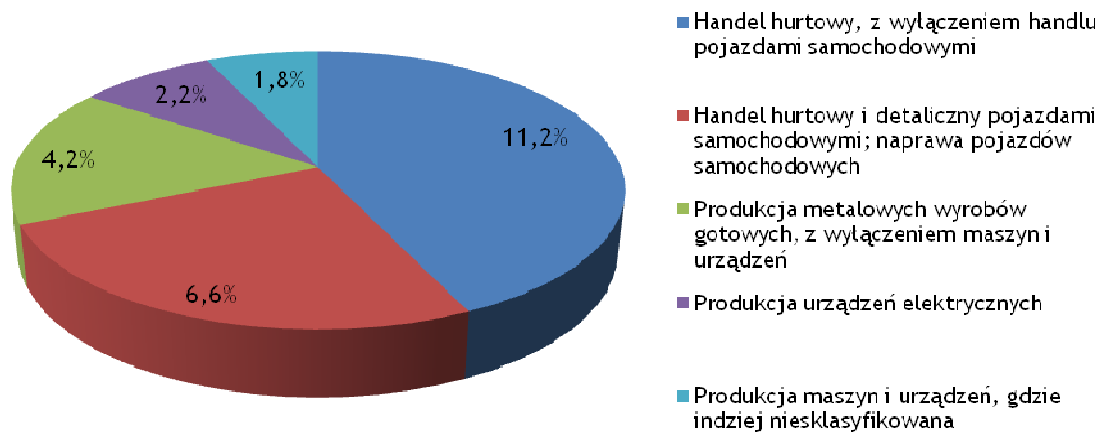


Pozostałe odpowiedzi: poniżej 1,5%.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Natomiast poniższy wykres prezentuje najczęściej wskazywane branże, w których respondenci przewidują wzrost współpracy. W ramach struktury nie ujęto odpowiedzi „nie wiem/trudno powiedzieć”, które stanowiły ponad 71% ogółu wskazań.

Wykres 52. Branże, w których respondenci przewidują największy wzrost współpracy



Pozostałe odpowiedzi: poniżej 1,5%.

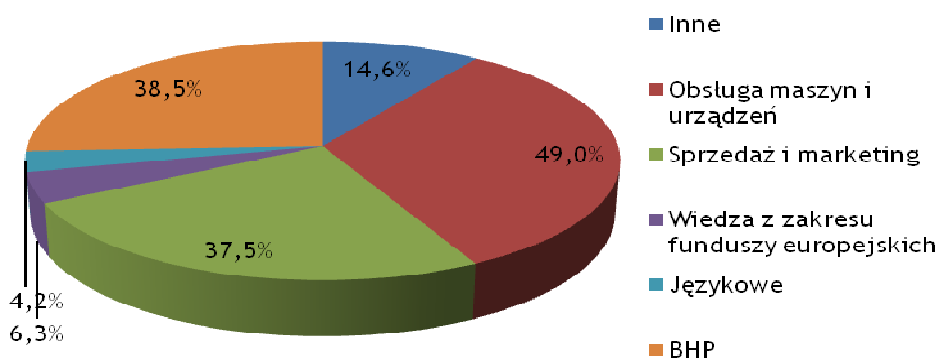
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań.

Branże, które respondenci wskazali jako potencjalne obszary, zarówno wzrostów, jak i spadków sprzedaży, są zbieżne. Świadczy to o fakcie, iż kluczowe dla respondentów branże wiążą się z rozbieżnymi opiniami, które uwarunkowane są jednostkowymi drogami rozwoju przedsiębiorstwa. Ocena dalszej współpracy nie jest zależna od systemowych, ogólnych tendencji, a kształtowana jest przez indywidualną kondycję przedsiębiorstwa.

3.13 Szkolenia pracowników

Ponad 19% respondentów skorzystało w ciągu ostatnich dwóch lat z oferty szkoleniowej, bądź też sami takie szkolenie zorganizowali. Blisko połowa szkoleń dotyczyła obsługi maszyn i urządzeń. Spory odsetek stanowiły także obowiązkowe szkolenia z zakresu BHP oraz szkolenia dotyczące marketingu i sprzedaży. Szczegółowy rozkład tematyki szkoleń, jakie miały miejsce w ankietowanych przedsiębiorstwach przedstawia poniższy wykres.

Wykres 53. Struktura tematyki szkoleń mających miejsce w ankietowanych przedsiębiorstwach

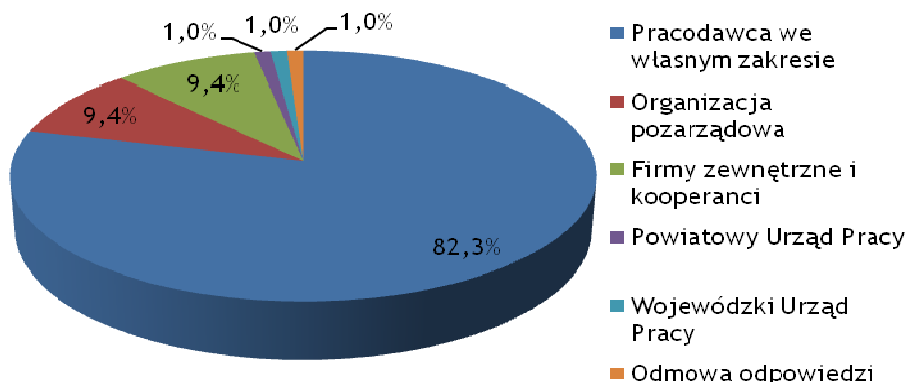


Możliwość wielokrotnych odpowiedzi. Procenty nie sumują się do 100%.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań

Średnia liczba uczestników szkoleń na dane przedsiębiorstwo wynosiła 23 osoby. Pracodawcy organizowali szkolenia najczęściej we własnym zakresie. Szczegółowy rozkład organizatorów szkoleń przedstawia poniższy wykres.

Wykres 54. Organizatorzy szkoleń w ankietowanych przedsiębiorstwach

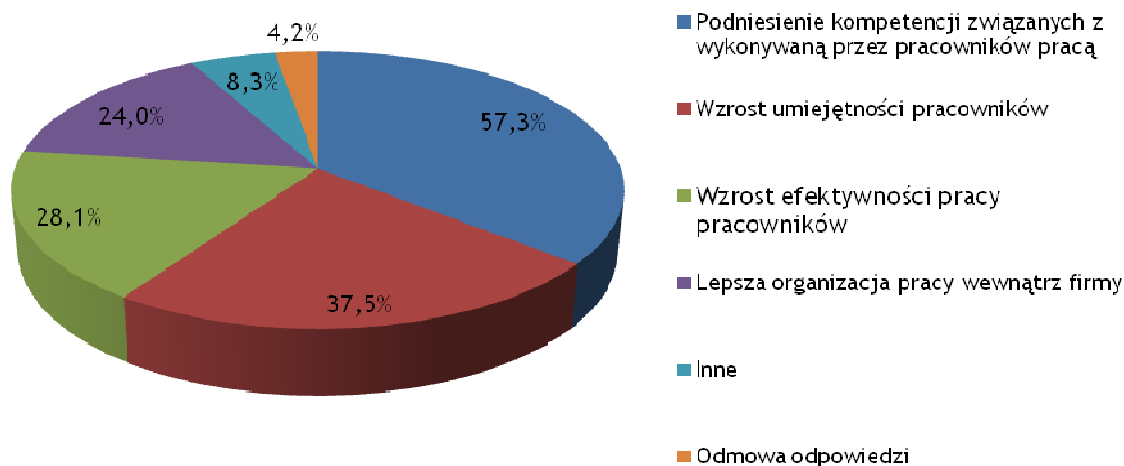


Możliwość wielokrotnych odpowiedzi. Procenty nie sumują się do 100%.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań

Jako główne korzyści z przeprowadzonych szkoleń, ankietowani najczęściej wymieniali podniesienie kompetencji związanych z wykonywaną przez pracowników pracą – to wzrost umiejętności i wiedzy na temat wykonywanych zadań jest głównym celem, dla którego pracodawcy organizują szkolenia.

Wykres 55. Zyski z przeprowadzonych szkoleń



Możliwość wielokrotnych odpowiedzi. Procenty nie sumują się do 100%.

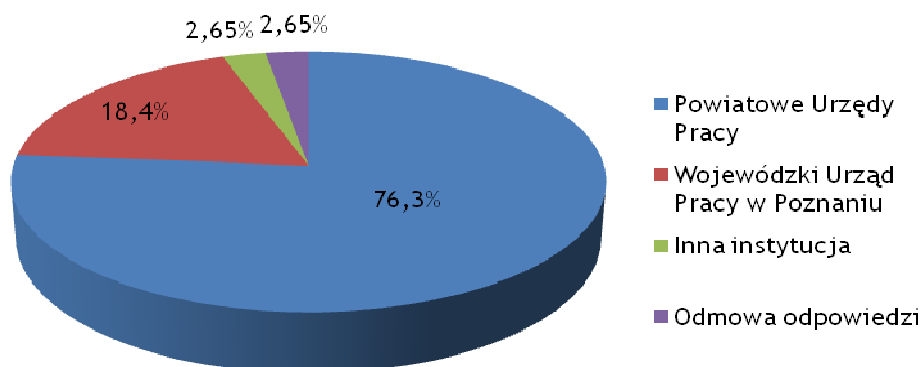
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań

Zdecydowana większość respondentów, którzy stwierdzili, iż w ciągu dwóch ostatnich lat nie organizowali żadnego szkolenia uznała, iż przyczyną takiej sytuacji jest brak konieczności organizowania takich przedsięwzięć.

3.14 Współpraca z instytucjami rynku pracy

Wśród ankietowanych przedsiębiorców, blisko 8% współpracowało z instytucjami rynku pracy. Wśród instytucji, z którymi respondenci współpracowali najczęściej wymieniane były powiatowe urzędy pracy (Piła, Kalisz, Konin, Turek, Chodzież, Poznań) oraz Wojewódzki Urząd Pracy w Poznaniu.

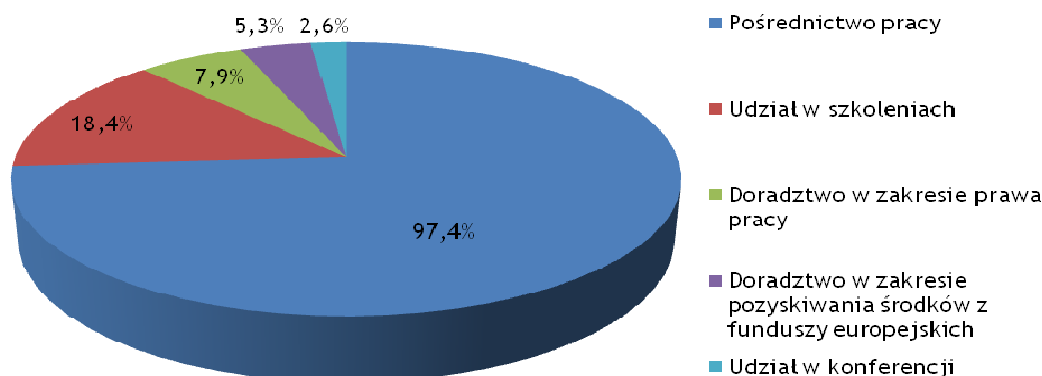
Wykres 56. Instytucje rynku pracy z którymi współpracowały osoby badane



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań

Zdecydowana większość przedsiębiorców współpracujących z instytucjami rynku pracy korzysta przede wszystkim z oferowanych przez nie usług pośrednictwa pracy. Ponad 18% respondentów wskazało także na współpracę w ramach organizacji szkoleń.

Wykres 57. Obszary współpracy osób badanych z instytucjami rynku pracy

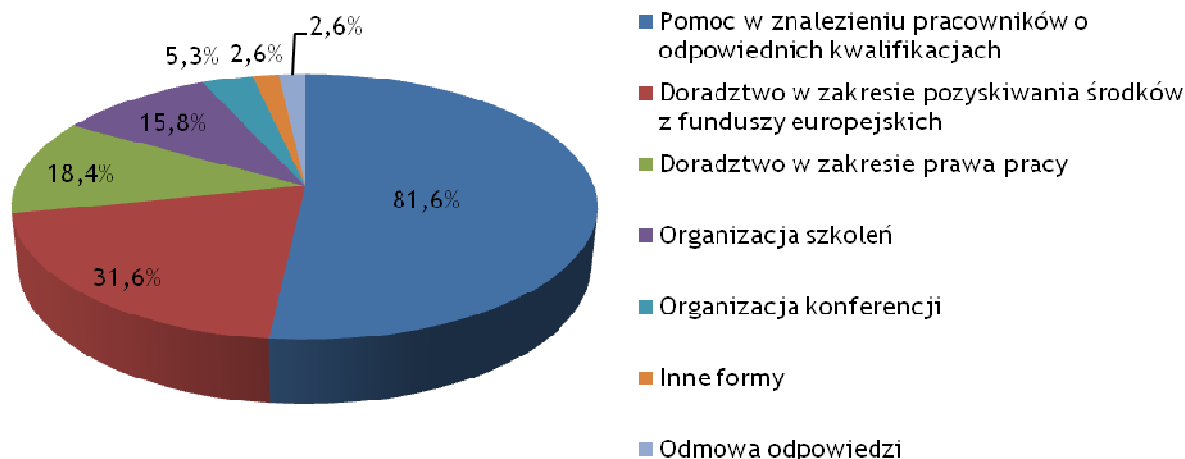


Możliwość wielokrotnych odpowiedzi. Procenty nie sumują się do 100%.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań

Żaden z respondentów nie ocenił współpracy z instytucjami rynku pracy negatywnie. Blisko 66% osób współpracujących z instytucjami tego typu oceniło współpracę w sposób umiarkowanie pozytywny, natomiast ponad 26% zdecydowanie pozytywny. Pozostały odsetek respondentów nie miał zdania. Niewielki odsetek respondentów korzysta z pomocy instytucji rynku pracy. Konieczne są działania mające na celu zainteresowanie kooperacją szerszego grona współpracowników, zwłaszcza ze względu na pozytywne oceny takiej współpracy. Pola potencjalnej kooperacji, na które uwagę zwrócili rozmówcy, przedstawia poniższy wykres.

Wykres 58. Oczekiwane wsparcie od instytucji rynku pracy



Możliwość wielokrotnych odpowiedzi. Procenty nie sumują się do 100%.

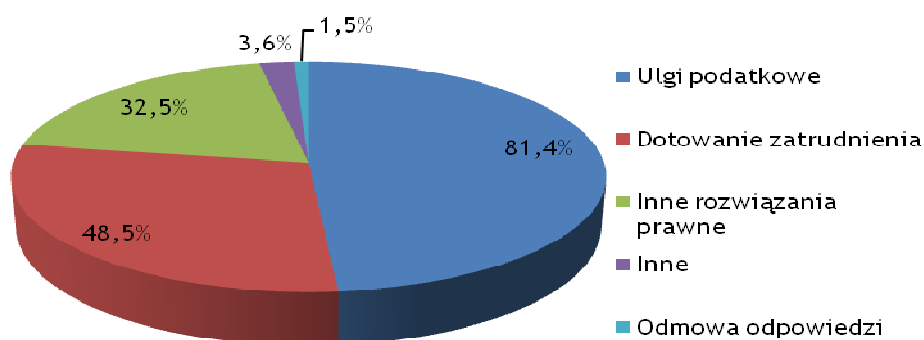
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań

Wśród osób, które nie korzystały ze współpracy z instytucjami rynku pracy, zdecydowana większość respondentów uznała, iż dotychczas nie było takiej potrzeby.

3.15 Potencjalne działania na poziomie centralnym

Blisko 68% respondentów uważa, iż władza na poziomie centralnym powinna podjąć odpowiednie kroki mające na celu poprawienie sytuacji przemysłu motoryzacyjnego. Wśród najczęściej wymienianych działań mających na celu poprawę obecnej sytuacji respondenci najczęściej wskazywali na wprowadzenie dodatkowych ulg podatkowych oraz dotowanie zatrudnienia. Odsetek respondentów wskazujących na poszczególne rozwiązania przedstawia poniższy wykres.

Wykres 59. Postulowane przez respondentów działania władz na szczeblu centralnym



Możliwość wielokrotnych odpowiedzi. Procenty nie sumują się do 100%.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badań

3.16 Podsumowanie badań ilościowych

W wielkopolskiej branży motoryzacyjnej dominują firmy usługowe, zatrudniające do 9 pracowników – stanowią one większość firm wchodzących w skład badanego obszaru (91,5% ogółu firm w ramach przemysłu motoryzacyjnego), a więc stanowią przewagę na płaszczyźnie organizacyjnej. Przedsiębiorstwa produkcyjne przeważają natomiast w wymiarze technologicznym i gospodarczym: ta niewielka liczba przedsiębiorstw zatrudnia 94,3% osób pracujących w przemyśle motoryzacyjnym, posiada 85,3% środków trwałych oraz ponosi 98,7% nakładów inwestycyjnych,

W opinii badanych przedsiębiorców, kondycja, w jakiej znajduje się wielkopolski przemysł motoryzacyjny, jest relatywnie lepsza niż analogiczna ocena dla całego kraju oraz świata. Pozytywne są również prognozy dotyczące linii rozwoju przedsiębiorstwa oraz liczby zatrudnianych pracowników – oba te wskaźniki świadczą o optymizmie przedsiębiorców i są podstawą do przewidywania korzystnych zmian, zarówno w perspektywie krótkoterminowej, jak i do roku 2020. Należy także zaznaczyć, że wielkopolscy pracodawcy branży motoryzacyjnej oferują stabilne zatrudnienie w ramach umów na czas nieokreślony (blisko 75%), a tylko 1,6% badanych planuje w ciągu najbliższego roku dokonać redukcji zatrudnienia w swojej firmie. Ponadto, odsetek przedsiębiorstw, w których w ciągu ostatnich dwóch lat zwalniano pracowników jest mniejszy niż tych, w których zatrudniano pracowników.

Powyższe wnioski nie niwelują jednakże negatywnych skutków kryzysu, jakie odcisnęły się na wielkopolskim przemyśle motoryzacyjnym. Symptomy kryzysu w ramach prowadzonej działalności zauważyła większość (blisko 59% ogółu) respondentów. Do najbardziej znaczących należał spadek zamówień na skutek obniżenia popytu na produkty i usługi, który dotyczył 50% przedsiębiorców zatrudniających od 50 do 249 pracowników, blisko 72% firm z podregionu leszczyńskiego oraz prawie 55% z podregionu pilskiego, a także 63% firm produkcyjnych z branży motoryzacyjnej.

Respondenci, pomocy w wyjściu z kryzysu, rzadko upatrują w funduszach strukturalnych. 89% respondentów nie korzystało z tej formy pomocy, mogącej pozytywnie wpłynąć na funkcjonowanie przedsiębiorstwa. Większość osób ankietowanych (92% ogółu respondentów) nie korzysta także z pomocy instytucji rynku pracy, choć oceny osób korzystających z tego rodzaju oferty są pozytywne.

Niekorzystną tendencją jest również znikoma współpraca podmiotów gospodarczych z uczelniami wyższymi oraz szkołami ponadgimnazjalnymi. Współpracę taką podjęło 5% respondentów, i w znacznej mierze ograniczała się ona do praktycznej nauki zawodu. W celu wytworzenia kadry odpowiadającej zapotrzebowaniu gospodarki potrzebny jest dialog przedsiębiorstw z instytucjami stanowiącymi otoczenie biznesu.

4 CZĘŚĆ CZWARTA – OPIS WYNIKÓW BADAŃ JAKOŚCIOWYCH

4.1 Analiza zogniskowanych wywiadów grupowych (FGI)

4.1.1 Rozumienie przemysłu motoryzacyjnego. Sytuacja przemysłu motoryzacyjnego.

Studenci kierunków inżynierskich rozumieją przemysł motoryzacyjny, z jednej strony jako przedsiębiorstwa zajmujące się wytwarzaniem środków transportu oraz części i podzespołów do nich (nie tylko transportu kołowego, ale również szynowego), z drugiej jako usługi związane z obsługą motoryzacji (a więc serwis, diagnostykę) oraz wykorzystujące motoryzację jako główny środek działania (transport, logistyka). Studenci studiów magisterskich rozumieją przemysł motoryzacyjny nieco szerzej: prócz zgodnych ze studentami technicznymi branż (produkcja pojazdów i nacze, części i podzespoły, serwis i naprawy) oraz transportu i logistyki, studenci studiów nietechnicznych do przemysłu motoryzacyjnego włączyli także usługi finansowe związane z zakupem i ubezpieczeniem środków transportu (towarzystwa leasingowe, banki). W przypadku studentów nietechnicznych, zgodnie z profilem studiów, rozumienie przemysłu motoryzacyjnego jest więc nieco szersze.

Najważniejsze firmy wielkopolskiego przemysłu motoryzacyjnego to, zdaniem respondentów:

Studenci studiów inżynierskich (Politechnika Poznańska)	Studenci studiów magisterskich (Wyższa Szkoła Logistyki, Uniwersytet Ekonomiczny)
<ul style="list-style-type: none"> • Solaris • Volkswagen Poznań • Man • SKF • DTL • Eurocash • Mahle 	<ul style="list-style-type: none"> • Inter Groclin Auto • Volkswagen Poznań • Solaris

Przemysł motoryzacyjny przez studentów studiów technicznych uważany jest za znaczącą gałąź gospodarki, problemy występujące w tej branży przekładają się bowiem na całą gospodarkę. Motoryzację można więc uznać za „koło zamachowe” napędzające pozostałe branże. Pojawiały się jednakże opinie głoszące, iż zależność pomiędzy gospodarką a branżą motoryzacyjną jest odwrotna, przemysł motoryzacyjny nie odgrywa tak ważnej roli jak u „motoryzacyjnych potentatów”, a kryzys w branży motoryzacyjnej jest odbiciem stanu całej gospodarki. Przez studentów studiów magisterskich przemysł motoryzacyjny pojmowany jest jako ważny element gospodarki, ale jego stan jest w pełni zależny od koniunktury, a więc nie ma na nią znacznego wpływu.

Kondycja przemysłu motoryzacyjnego na terenie Wielkopolski, zdaniem studentów technicznych studiów inżynierskich jest dobra, głównie za sprawą Volkswagena, który zdaniem respondentów, stanowi „siłę napędową” przemysłu motoryzacyjnego na terenie województwa. W odniesieniu do reszty kraju, wielkopolska motoryzacja radzi sobie relatywnie dobrze, jednakże respondenci zauważyli, iż w porównaniu z Europą Zachodnią oraz motoryzacją na poziomie globalnym, przemysł motoryzacyjny w naszym regionie jest jeszcze słabo rozwinięty i technologicznie zacofany. Szansą dla wielkopolskich przedsiębiorstw jest produkcja pojedynczych podzespołów i części – w tych płaszczyznach,

ze względu na tanią siłę roboczą, wysoki poziom kadr oraz możliwości techniczne jesteśmy w stanie konkurować, zdaniem respondentów, z producentami „zachodnimi”. Przez studentów studiów magisterskich kondycja przemysłu motoryzacyjnego na terenie województwa wielkopolskiego również oceniona jest dobrze – ich zdaniem pomimo wcześniejszych wahań popytu sytuacja uległa ustabilizowaniu i obecnie rynek funkcjonuje dobrze.

Na wielkopolski przemysł motoryzacyjny, zdaniem studentów kierunków inżynierskich, w chwili obecnej wpływa przede wszystkim recesja gospodarcza na poziomie globalnym. Kryzys spowodował obniżoną konsumpcję i zapotrzebowanie na dobra, w tym na środki transportu. Mniejszy popyt przełożył się na konieczność zmniejszenia produkcji, co niesie za sobą szereg niekorzystnych skutków nie tylko w wymiarze gospodarczym, ale i społecznym. Niekorzystna jest także „konkurencja kosztowa” ze strony uboższych regionów Polski (tzw. „ściana wschodnia”, która stanowi alternatywę dla Wielkopolski atrakcyjniejszą z uwagi na niższe zarobki)

Zdaniem studentów technicznych studiów inżynierskich, na wielkopolski przemysł motoryzacyjny pozytywny wpływ ma także położenie – geograficzna bliskość granicy zachodniej uatrakcyjnia tereny Wielkopolski pod względem inwestycyjnym. Do najważniejszych zalet należy jednakże doświadczona i kompetentna kadra potencjalnych pracowników (kształcona w znacznej mierze przez politechnikę) oraz władze lokalne prowadzące racjonalną politykę z wymierną korzyścią dla inwestora. Ocena działań władz samorządowych przez studentów studiów magisterskich również jest optymistyczna, zwłaszcza w odniesieniu do miasta Poznania. Poznań postrzegany jest jako centralny punkt regionu, „magnes” przyciągający inwestorów. Respondenci „nietechniczni” również, podobnie jak studenci Politechniki, zwrócili uwagę na bliskość granicy (choć w nieco innym kontekście) oraz rozwijającą się infrastrukturę drogową. Wysoko ocenione zostały również kadry, zwłaszcza absolwenci Politechniki Poznańskiej – to zwłaszcza oni postrzegani są przez studentów nietechnicznych jako potencjalni kandydaci do pracy w przemyśle motoryzacyjnym.

Globalna recesja gospodarcza, zdaniem studentów technicznych studiów inżynierskich, jest szansą dla państw o słabszej pozycji w przemyśle motoryzacyjnym, takich właśnie jak Polska. Za pomocą nowych technologii, gospodarcze i innowacyjne szanse mogą stać się znaczącym elementem w ramach analizowanej gałęzi przemysłu. W przypadku Polski szansa ta jest szczególnie wyraźna, gdyż Polska na tle Europy wyróżnia się dodatnim bilansem wzrostu gospodarczego.

4.1.2 Ocena przygotowania zawodowego absolwentów szkół wyższych

Studenci Politechniki Poznańskiej (PP) określają swoje przygotowanie do pracy w zawodzie jako relatywnie dobre. Do najważniejszych atutów należy dwutorowa droga edukacji, polegająca nie tylko na kompleksowym przygotowaniu teoretycznym, ale i na opanowaniu z praktyką (zajęcia w formie ćwiczeniowej i laboratoryjnej). Studenci podkreślają jednak, że jest to tylko wstęp do „prawdziwej pracy zawodowej”, która tak naprawdę „w warunkach bojowych” testuje wiedzę zdobytą na uczelni. Studenci Wyższej Szkoły Logistyki (WSL) oraz Uniwersytetu Ekonomicznego (UE) zwracali uwagę na brak doświadczenia zawodowego i praktyki w swoim systemie kształcenia. Postulaty studentów z podziałem na typ respondentów przedstawia poniższa tabela.

Studenci studiów inżynierskich (PP)	Studenci studiów magisterskich (WSL, UE)
<ul style="list-style-type: none"> • Zwiększenie liczby wizytacji w zakładach pracy stanowiących potencjalne miejsce zatrudnienia – ma to na celu uzupełnienie wiedzy teoretycznej poprzez poznanie praktycznych rozwiązań • Zwiększenie liczby godzin i poziomu nauczania języków obcych – obecny poziom nie zadowala pracodawców • W celu lepszego poznania przedmiotu jakim zajmuje się przemysł motoryzacyjny konieczne jest wprowadzenie zajęć (laboratoria) ściśle ukierunkowanych na tę gałąź przemysłu. Nie jest jednakże wskazana zbyt daleko idąca szczegółowość (nie można zamykać się np. wyłącznie do jednego producenta, konieczny jest pewien stopień ogólności) • Proponowane jest wyrównanie czasowe zajęć teoretycznych i praktycznych (w chwili obecnej w sposób niewielki przeważa teoria) • Zmniejszenie liczebności grup laboratoryjnych • W ramach programu nauczania powinny znajdować się wyłącznie aktualne informacje (prócz standardowego, klasycznego kanonu informacji historycznych) – część zajęć teoretycznych, a także praktycznych, przekazuje nieaktualne już informacje lub prowadzona jest na przestarzałym i nieużywanym sprzęcie • Likwidacja „czytanej” z gotowych opracowań formy wykładów, traktowanych jako strata czasu dydaktycznego • Poprawić należy programy nauczania, aby dostosować ich poziom trudności i zweryfikować zasób niezbędnych informacji (kolejność przyswajania kolejnych etapów wiedzy – od rzeczy prostych do złożonych) 	<ul style="list-style-type: none"> • Rozbieżne tory praktyki i wiedzy teoretycznej przekazywanej w ramach zajęć – konieczność wprowadzenia praktyk i zajęć przysposabiających do pracy w zawodzie. • Możliwość konfiguracji programów studiów przez studenta w celu rezygnacji z przedmiotów zbędnych w dalszej drodze rozwoju • Wprowadzenie praktyk w sposób realny przysposabiających do pracy w zawodzie • Praktyki powinny odbywać się tylko w przedsiębiorstwach do tego przygotowanych, zarówno w przestrzeni organizacyjnej, jak i merytorycznej • Organizacja przez duże podmioty biznesowe „zajęć otwartych”

4.1.3 Ocena przemysłu motoryzacyjnego jako potencjalnego miejsca zatrudnienia. Relacje ze sferą biznesu.

Studenci studiów technicznych zwracali uwagę, iż uczelnia w sposób instytucjonalny nie nawiązuje współpracy z otoczeniem biznesu. Na uczelni rozumiana jest jednak idea przedsiębiorczości – wykładowcy „w sposób oddolny” nawiązują współpracę z przedsiębiorstwami działającymi na wolnym rynku, za pomocą własnego kapitału społecznego wprowadzając studentów w środowisko biznesowe. Pozytywny wyjątek stanowią „kierunki zamawiane” – są one w znaczny sposób dofinansowane, co pozwala na lepszą organizację zajęć pod względem praktycznym. Z założenia, jako kierunki powstałe na wniosek otoczenia biznesu, są to więc kierunki charakteryzujące się lepszą współpracą pomiędzy uczelnią a sferą przedsiębiorców. Studenci zwracają także uwagę na niewielką, ale pożądaną liczbę staży w firmach działających na rynku.

Studenci Wyższej Szkoły Logistyki oraz Uniwersytetu Ekonomicznego uważają, iż nie istnieje nic współpracy pomiędzy uczelnią a przedsiębiorstwami prywatnymi z otoczenia biznesu. Studenci zaoczní nie pracują w zawodzie podczas studiów, podejmując się prac dorywczych. Co więcej, uczelnia w najmniejszym stopniu nie przygotowuje ich do pracy w zawodzie pod względem praktycznym, mimo iż wymagają tego pracodawcy (opinia ta dotyczy zwłaszcza Wyższej Szkoły Logistyki), co powoduje późniejsze problemy przy wkraczaniu absolwentów na rynek pracy. Nawiązana jest współpraca z kilkoma firmami spedycyjnymi, jednakże nie jest to w pełni dostosowane do możliwości studenta, zwłaszcza studentów zaoczních.

4.2 Analiza indywidualnych wywiadów pogłębionych (IDI)

Prezentacja wyników badań jakościowych przeprowadzonych techniką indywidualnych wywiadów pogłębionych obejmuje cztery obszary tematyczne:

- ocena sytuacji gospodarczej i kondycji przemysłu motoryzacyjnego – czyli, w jaki sposób badani oceniają branżę motoryzacyjną w Wielkopolsce na tle kraju i świata, jakie są elementy przewagi wobec innych branż, jaka jest jej specyfika,
- kontakty z otoczeniem biznesu – czyli, z kim współpracują przedstawiciele badanych pomiotów,
- ocena oferty edukacyjnej – czyli, jak badani oceniają przygotowanie absolwentów szkół kształcących przyszłych pracowników branży motoryzacyjnej,
- oferta dla przedsiębiorców – czyli, co badane przedmioty mogą zaoferować przedsiębiorstwom przemysłu motoryzacyjnego oraz jaki model współpracy jest pożądanym przez badanych.

Jak już wcześniej wspomniano, indywidualne wywiady pogłębione zostały przeprowadzone z trzema typami respondentów: (1) przedsiębiorcy, (2) pracownicy naukowcy oraz reprezentanci władz uczelni związanych z branżą motoryzacyjną, (3) przedstawiciele ośrodków innowacji i przedsiębiorczości związanych z branżą motoryzacyjną, centra B+R.

4.2.1 Ocena sytuacji gospodarczej i kondycji przemysłu motoryzacyjnego

Przedstawiciele uczelni postrzegają wielkopolski przemysł motoryzacyjny jako gałąź przemysłu będącą w relatywnie dobrej kondycji, przy czym porównując obecne warunki do lat ubiegłych, nie da się nie zauważyć kryzysu. Dotyka on Wielkopolskę w sposób łagodniejszy, jest jednakże dostrzegalny. Ponadto, kryzys ten dotyka przedsiębiorstwa z różną intensywnością. Kryzys wywołany jest ogólnoswiatowymi tendencjami, jest niejako odpowiedzią na globalną recesję, co przekłada się na szereg niekorzystnych tendencji: gospodarczych, fiskalno-skarbowych, a także społecznych. Podobnego zdania są przedstawiciele centrów B+R, którzy zauważają, że kondycja tego przemysłu jest raczej dobra, co więcej - wydaje się, że jest on w fazie rozwoju.

Zdaniem przedstawicieli uczelni związanych z branżą motoryzacyjną przemysł motoryzacyjny ma się nieco lepiej niż jego kondycja w Europie i na świecie. Znane są przypadki firm motoryzacyjnych w Wielkopolsce, które w roku spowolnienia gospodarczego osiągają rekordowe wyniki finansowe. Istnieje jednak obawa o kondycję rzeczonoego przemysłu – wskazują bowiem na to raporty i doniesienia z zagranicy. Innymi słowy, kryzys w gospodarce światowej, pomimo jego wyhamowania może odbić się jeszcze na polskiej gospodarce i polskiej branży motoryzacyjnej, nie mamy jednak do czynienia z radykalnie zmienioną sytuacją gospodarczą. Jedną z przyczyn takiego stanu rzeczy jest dopływ środków unijnych, które w opinii przedstawiciela uczelni hamują pogłębianie się spowolnienia w gospodarce. Ponadto, zdaniem przedstawicieli centrów B+R ostatnie dane statystyczne, wskazują, że poziom wynagrodzeń, poziom zatrudnienia czy obroty przedsiębiorstw są wyższe niż średnia krajowa.

Do negatywnych skutków kryzysu w przemyśle motoryzacyjnym respondenci zaliczyli przede wszystkim spadek produkcji, a co za tym idzie wzrost bezrobocia i niższe dochody państwa. W opinii niektórych badanych globalny kryzys gospodarczy niesie jednak pozytywne skutki, wpływa bowiem na zmianę zarządzania przedsiębiorstwem, szukania rezerw, poszukiwania nowych rozwiązań czy to technologicznych (np. pierwszy polski samochód elektryczny), czy związanych z administrowaniem firmą. Zauważa się bowiem

wzrost zainteresowania kadr zarządzających firmami doradztwem w zakresie optymalizacji sieci dystrybucji czy optymalizacji zapasów. Kolejną pozytywną stroną kryzysu w przemyśle motoryzacyjnym jest wynikająca dla konsumentów korzyść, gdyż znaczna część firm, po to aby przetrwać, musi obniżyć ceny.

Przedstawiciele centrów B+R wspomnieli także o dywersyfikacji oferty wielu przedsiębiorstw – nie jest bowiem bezpiecznie sprzedawać tylko jeden określony produkt. Efektem kryzysu, w opinii tej grupy respondentów jest także wzrost zapotrzebowania na samochody małowielkościowe (niższa cena), co z kolei przyczyniło się do rozwoju firm dostarczających części i podzespoły do tego typu pojazdów.

Przedstawiciele uczelni w czasie wywiadów postrzegali rolę przemysłu motoryzacyjnego w Wielkopolsce jako znaczącą – dzieje się tak przede wszystkim ze względu na sieć kooperantów. Przemysł motoryzacyjny wytworzył misterną sieć powiązań, sięgającą znacznie dalej niż tradycyjne i oczywiste relacje w ramach wąsko pojmowanej gałęzi gospodarki. Zaburzenie w jakimkolwiek elemencie (np. na skutek odczuwanej obecnie recesji gospodarczej) działa niczym „trącenie kostki domina” – powoduje szereg negatywnych konsekwencji następujących w sposób automatyczny. Rola przemysłu motoryzacyjnego jest znacząca również ze względu na wszechobecny w codziennym życiu transport, który opiera się na wytworach przemysłu motoryzacyjnego. Pojawiały się jednak głosy mówiące o tym, że branża motoryzacyjna w Wielkopolsce jest jeszcze ciągle zbyt słaba, by zawiązała się współpraca klastrowa. Jeden z rozmówców wspominał o nieudanej próbie zawiązania klastra w przemyśle motoryzacyjnym w naszym województwie. Fakt ten świadczy o tym, w jego opinii, że branża ta nie odgrywa jeszcze jakiejś specjalnej roli.

Nieco inną opinię na temat roli przemysłu motoryzacyjnego wyrażali przedstawiciele centrów. Niektórzy rozmówcy z tej grupy respondentów wskazywali, że branża ta nieco lepiej rozwija się na Dolnym i Górnym Śląsku, choć w porównaniu do branży spożywczej, z pewnością motoryzacja przoduje.

Przedstawiciele uczelni zwracają również uwagę na siłę wielkopolskiej branży motoryzacyjnej wynikającej z obecności na tym rynku firm MAN, Solaris oraz Volkswagen, które wykonują montaż podstawowy – pełny, oparty na kompleksowym działaniu. W nieco gorszej sytuacji mają się przedsiębiorstwa, które działają w roli podwykonawców dla głównych montażystów, ich słabsza kondycja wynika z dużego uzależnienia od swoich zleceńodawców, najczęściej od jednego do trzech.

Podobną opinię na temat kondycji małych przedsiębiorstw działających w branży motoryzacyjnej mają także przedstawiciele centrów B+R. Małym firmom trudniej jest zadbać o utrzymanie płynności finansowej, ich produkcja nie jest zdywersyfikowana (na rzecz wielu odbiorców), a także w wyniku oszczędności czynionych w dużych przedsiębiorstwach tracą swoich głównych odbiorców. Zauważony został jednak fakt trudniejszej niż dotychczas sytuacji Volkswagena, który w ostatnim roku był zmuszony do zmniejszenia produkcji, zwolnień grupowych oraz przestojów.

Najważniejsi kooperanci:	Najważniejsze branże zależne:
<ul style="list-style-type: none"> • Przemysł oponiarski (Stomil, Bridgestone) • Produkcja akumulatorów (Centra-Exide) • Produkcja przewodów • Produkcja katalizatorów (Filtron) • Produkcja reaktorów katalitycznych • Przemysł wysokich technologii 	<ul style="list-style-type: none"> • Transport i logistyka • Budownictwo • Przemysł spożywczy • Instytucje finansowe (finansowanie produkcji)

Do najważniejszych partnerów sfery pozabiznesowej zaliczyć można przede wszystkim instytucje edukacyjne – szkoły ponadgimnazjalne i wyższe stanowią naturalnych partnerów dla przemysłu motoryzacyjnego. Kształcą one kadry nie tylko dla produkcji, ale również całego utrzymania parku maszynowego. Wspomniano także o jednostkach samorządu terytorialnego, od których oczekuje się wsparcia w przypadku realizacji dużych inwestycji oraz o specjalistycznych firmach szkoleniowych kształcących w specjalistycznych dziedzinach wiedzy.

4.2.2 Kontakty z otoczeniem biznesu

Przedstawiciele uczelni związanych z branżą motoryzacyjną podkreślają, że istnienie tego typu szkolnictwa jest uzależnione od kontaktów ze sferą przemysłu motoryzacyjnego. Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu współpracuje m.in. z firmą Volkswagen oraz MAN w ramach Klubu Partnera²⁰.

W ramach współpracy uczelni z firmami prowadzone są przez przedstawicieli przedsiębiorstw wykłady otwarte, realizowane są warsztaty czy zajęcia nakierowane na poznanie środowiska branżowego (np. wspólne rozwiązywanie problemów, opracowywanie planów, usprawnień w funkcjonowaniu przedsiębiorstwa). Uczelnie współpracują także z przedsiębiorstwami motoryzacyjnym w obszarze badań, które prowadzą na ich rzecz. Z kolei przedsiębiorstwa współpracujące ze szkołami wyższymi wyposażają laboratoria, remontują sale wykładowe i podejmują inne działania sponsorskie.

Działalność centrów B+R jest *stricte* nakierowana na współpracę z tzw. otoczeniem biznesu. Współpraca ta polega głównie na doradztwie w zakresie zarządzania, pomocy w pozyskaniu środków z funduszy europejskich czy doradztwie inwestycyjnym. Badani podkreślają, że istnieje chęć współpracy pomiędzy podmiotami działającymi w branży motoryzacyjnej a ośrodkami innowacji, lecz najczęściej pojawiającą się barierą jest brak środków finansowych. W opinii respondentów, bariera ta dotyczy obu stron ewentualnej współpracy, tj. ośrodków innowacji, jak i przedsiębiorców. Drugim istotnym elementem stojącym na przeszkodzie współpracy jest nieufność wobec niesprawdzonych rozwiązań i konieczność poniesienia ryzyka. Jednym z zadań centrów B+R jest kojarzenie potencjalnych partnerów z obszaru nauki i z obszaru biznesu oraz niwelowanie barier nieufności. Warto jednak dodać, że z podobnymi problemami ciągle borykają się podobne, starsze ośrodki w Europie i na świecie.

4.2.3 Ocena oferty edukacyjnej

Ocena dopasowania kadr, zdaniem części respondentów, uzależniona jest od kwestii indywidualnych. To sami studenci czy uczniowie decydują o swoim losie, starając się na własną rękę podejmować inicjatywy i działania. Istotny jest fakt, iż wśród reprezentantów uczelni powszechna była opinia przenoszenia ciężaru dbania o praktyki i staże na studenta – uczelnia miała pełnić rolę wyłącznie „dostawcy wiedzy”. Respondenci uznawali wręcz, że połączenie studiowania i pracy zawodowej zgodnej z profilem studiów nie jest możliwe.

Zjawisko luki kompetencyjnej tłumaczone było ograniczonym potencjałem uczelni oraz brakiem dostępu do nowych technologii (prywatni producenci chronią swoje patenty). Przedstawiciele uczelni mają świadomość konieczności ciągłego zwiększania kompetencji studentów w zakresie umiejętności związanych z przemysłem motoryzacyjnym. Wiedza

²⁰ Klub Partnera Uniwersytetu Ekonomicznego to prestiżowe grono wiodących przedsiębiorstw i instytucji ważnych dla gospodarki Wielkopolski i kraju. Jest ramową płaszczyzną współpracy, służącą podejmowaniu i rozwojowi różnorodnych inicjatyw mających na względzie wspólny interes Partnerów. Misją założonego w czerwcu 2003 r. klubu jest umacnianie więzi pomiędzy nauką a gospodarką. Źródło: <http://www.klubpartnera.ue.poznan.pl/>, data odwiedzin: 02-12-2009.

o obszarach luk kompetencyjnych jest uzyskiwana bezpośrednio od pracodawców, jednakże częstą barierą w odpowiedzi na zapotrzebowanie pracodawców jest brak środków finansowych, które mogłyby być przeznaczone np. na laboratoria czy specjalistyczne programy komputerowe. Celem zwiększenia umiejętności studentów w zakresie motoryzacji uczelnie stale współpracują z firmami z tej branży i polega ona m.in. na wysyłaniu uczniów na praktyki. Niejednokrotnie takie działania kończą się zatrudnieniem studentów w tychże przedsiębiorstwach, po ukończeniu przez nich studiów. Takie praktyki, w opinii przedstawicieli centrów innowacji są rozwiązaniem skutecznie niwelującym lukę kompetencyjną.

Przedstawiciele uczelni zgodnie uznają, że oferta edukacyjna ich placówek jest innowacyjna i w dużej mierze odpowiada na zapotrzebowanie przemysłu motoryzacyjnego. Uniwersytet Ekonomiczny upatruje swoją przewagę konkurencyjną w dwóch obszarach nauczania: (1) organizacja produkcji oraz zarządzanie produkcją i (2) logistyka. Absolwenci uczelni znajdują pracę w wielu dużych przedsiębiorstwach z terenu województwa wielkopolskiego, w tym w firmach działających w branży motoryzacyjnej (np. Volkswagen). Trzeci obszar związany z produkcją jest realizowany w Politechnice Poznańskiej, która kształci inżynierów. Uczelnie uczestniczą w także w programach, które wspomagają tradycyjne formy nauczania.

4.2.4 Oferta dla przedsiębiorców z branży motoryzacyjnej

Przedstawiciele uczelni mają w swojej ofercie działania skierowane do przedsiębiorców z branży motoryzacyjnej. Wspomniano o szkoleniu kadr, pracach badawczych (np. badania czystości spalin), doradztwie (np. Centrum Ekspertyz Gospodarczych działające przy Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu lub Wielkopolska Szkoła Biznesu).

Przedstawiciele centrów innowacji podkreślają, że są merytorycznie i technicznie przygotowani do prowadzenia swojej działalności. Placówki te, w odpowiedzi na zapotrzebowanie przedsiębiorstw z branży motoryzacyjnej są gotowe rozszerzać ofertę. Przedstawiciele badanych centrów mają wysokie przekonanie o możliwości praktycznego wykorzystania wiedzy.

Wszyscy przedstawiciele uczelni podkreślali konieczność komercjalizowania wyników prowadzonych badań. Kwestia komercjalizacji wyników w obszarze motoryzacji właściwie nie istnieje. Przyczyną takiego stanu rzeczy jest fakt, że badania dla przedsiębiorstw z branży motoryzacyjnej zwykle zlecane są badaczom indywidualnie, nie zaś bezpośrednio uczelni. Ich wyników nie można więc propagować poprzez uczelnię. Uczelnie, nie znając zapotrzebowania na określone badania technologiczne, raczej nie podejmują działań samodzielnie w tym zakresie z tego względu, że są one związane z wysokimi kosztami finansowania. Kwestia komercjalizacji efektów prac badawczych prowadzonych na uczelniach ma łatwiejsze zastosowanie w przypadku obszarów nie wymagających nakładów finansowych, np. w dziedzinie informatyki. Przedstawiciele uczelni oczekują od pracodawców działających w branży motoryzacyjnej zgłaszania zapotrzebowania na badania.

4.3 Analiza indywidualnych wywiadów pogłębionych (IDI) przeprowadzonych wśród przedsiębiorców

4.3.1 Ocena sytuacji gospodarczej i kondycji przemysłu motoryzacyjnego

Przedsiębiorcy, z którymi przeprowadzone były indywidualne wywiady pogłębione, dostrzegają skutki kryzysu gospodarczego na terenie Wielkopolski. Ich zdaniem motoryzacja jest jedną z branż silniej dotkniętych przez kryzys, gdyż produkuje dobra, z których można zrezygnować kosztem dalszego użytkowania posiadanych zasobów (uznawane są one nawet za luksusowe), choć część popytu ze względu na zużycie materiału będzie stale niezbędna. Jednak, mimo powyższych opinii, zdaniem przedsiębiorców, sytuacja wielkopolskiej branży motoryzacyjnej w odniesieniu zarówno do całego kraju, jak i reszty Europy, jest relatywnie dobra, choć zaznaczyć należy, że rozwój przemysłu na zachodzie jest na odmiennym, wyższym poziomie.

W opinii badanych przedsiębiorców globalny kryzys gospodarczy może nieść także pozytywne skutki. Do IV kwartału 2008 roku rynek pracy był rynkiem pracownika, a pracodawcy mieli większe problemy z pozyskaniem wykwalifikowanych kadr. Wraz z nadejściem kryzysu gospodarczego, rynek ten przekształcił się w rynek pracodawcy - zwiększyła się liczba chętnych do podjęcia pracy, niejednokrotnie za mniejsze wynagrodzenie, co umożliwia przedsiębiorcom obniżenie kosztów pracy, a tym samym stanowi w ich opinii pozytywny skutek kryzysu. Podobnie, upadek drobnych firm, które nie wytrzymają skutków recesji gospodarczej, jest przez pracodawców postrzegane jako pozytywna strona kryzysu, gdyż zmniejsza konkurencję, jednak dla konsumentów i rynku stanowi efekt negatywny.

Kryzys gospodarczy stwarza, zdaniem respondentów, okoliczności do nawiązywania współpracy, która przeważnie ma charakter wymiany doświadczeń i pozytywnych wzorów w celu wypracowania metod działania w okresie recesji gospodarczej.

Przemysł motoryzacyjny na terenie wielkopolski jest oceniany przez przedsiębiorców, jako bardzo istotna dziedzina regionalnej gospodarki. Respondenci wśród jego elementów wymieniają nie tylko producentów gotowych pojazdów i części (Volkswagen, Man, Solaris, Bridgestone, Inter Groclin, Ster), ale też wszystkie branże współpracujące (tekstylna, elektronika, branża paliw, branża chemiczna, reklama).

4.3.2 Ocena oferty edukacyjnej oraz partnerzy ze sfery otoczenia biznesu

Przedstawiciele przedsiębiorców z branży motoryzacyjnej, jako partnerów pochodzących ze sfery pozabiznesowej wskazali:

- Uczelnie – stanowią one źródło kadr potencjalnych pracowników oraz mogą stanowić partnera w badaniach (outsourcing projektów badawczych).
- Urzędy pracy – pomoc w utrzymaniu zatrudnienia (celem przedsiębiorstw nie jest „dobroczynność” – konieczne jest dofinansowanie wynagrodzeń w celu utrzymania zatrudnienia).

Konieczny jest więc dialog za pośrednictwem samorządów w zakresie oczekiwań branży motoryzacyjnej wobec absolwentów. Firmy postulują, aby programy nauczania uwzględniały specyfikę branży, regionu, a nie były narzucane przez resort.

- Samorzady terytorialne – wsparcie w przypadku gwałtownego spadku popytu poprzez system ulg podatkowych lub ich czasowe zawieszenie.
- Władze państwowe – przede wszystkim w ramach wspierania przedsiębiorstw, zwłaszcza poprzez system ulg podatkowych lub ich czasowe zawieszenie, a także poprawienia jakości

samego prawa i systemu legislacyjnego, który w wielu obszarach jest nieadekwatny do rzeczywistości.

Wśród głównych braków kompetencyjnych, spotykanych u potencjalnych kandydatów do pracy, respondenci wskazywali przeważnie na:

- Brak przełożenia wiedzy praktycznej na teoretyczną, absolwenci nie posiadają umiejętności będących w stanie sprostać wysokim wymaganiom związanym z produkcją.
- Brak umiejętności „miękkich”, znajomości praktycznego funkcjonowania przedsiębiorstw, umiejętności współpracowania z zespołem oraz chęci dalszego rozwijania się.
- Brak znajomości języków obcych na zadowalającym poziomie.
- Brak wiedzy technicznej, który jednak przy założeniu dobrych chęci i ambicji, jest możliwy do uzupełnienia.

Dotyczy to głównie Zasadniczych Szkół Zawodowych i Techników.

Obecny system kształcenia uniemożliwia, zdaniem respondentów, przekazanie najświeższych informacji, ze względu na organizację zajęć oraz praktyki przedsiębiorstw. Osoby zajmujące się dydaktyką na uczelniach wyższych nie są „praktykami”, posiadają nieaktualne informacje, natomiast przedsiębiorstwa pilnie strzegą swoich patentów i najnowszych technologii starając się nie dopuścić do przejęcia ich, przy udziale uczelni, przez konkurencję. O ile przekazanie prostych informacji jest na poziomie wystarczającym, o tyle informacje skomplikowane nie mieszczą się w ramach programu nauczania.

Uczelnie wyższe postrzegane są przez przedsiębiorców jako atrakcyjni partnerzy w ramach komercjalizacji wiedzy oraz jako zewnętrzne centra B+R, które niejednokrotnie proponują wyższy poziom badań niż niezależne centra badawcze. Dodatkowo respondenci zwracają uwagę na korzyści, jakie z takiej współpracy odnieśliby studenci, zapoznając się z praktycznym wymiarem zdobywanej wiedzy. Oferta ta szczególnie atrakcyjna jest dla firm nieposiadających własnych ośrodków badawczych.

Absolwenci technicznych szkół ponadgimnazjalnych są pozytywnie postrzegani przez przedsiębiorców, jednakże niedopasowanie profili kształcenia znacząco obniża tę ocenę. W celu polepszenia i nawiązania współpracy konieczny byłby dialog dotyczący wymagań edukacyjnych, które miałyby na celu naukę sprofilowanych pod względem przedsiębiorstwa zagadnień.

4.3.3 Oczekiwanie względem urzędów pracy

Od urzędów pracy pracodawcy oczekują możliwości zatrudniania kierowanych do nich osób bezrobotnych w ramach elastycznych form zatrudnienia (pracownicy tymczasowi) w związku z chwilowymi, jak określają to respondenci, problemami z produkcją. Firmy dążą do utrzymania obecnego stanu zatrudnienia, ale większość z nich rzadko korzysta z oferty urzędów pracy, przy czym należy zaznaczyć, że urzędy same tej pomocy nie oferują. Zdaniem przedsiębiorców, urzędy pracy to instytucje, które pomagają przede wszystkim osobom niewykształconym, bez doświadczenia zawodowego, które są postrzegane przez pracodawców jako nieatrakcyjne na rynku pracy. Jednym z powodów, dla których firmy nie są zainteresowane pomocą oferowaną przez urzędy pracy, jest fakt, iż najczęściej osoby przez nie polecane okazują się niekompetentne. W celu polepszenia współpracy, respondenci zwracali uwagę na konieczność przejęcia przez urzędy pracy funkcji i kompetencji firm rekrutacyjnych, aby umożliwić pracodawcom pozyskiwanie kandydatów o wyższych kwalifikacjach.

4.3.4 Fundusze strukturalne

Fundusze strukturalne postrzegane są przez pracodawców jako zdecydowane szanse wspierające rozwój firmy, jednak respondenci zwracali uwagę na ograniczenia w pozyskiwaniu funduszy strukturalnych, jakimi są zbyt rozbudowana biurokracja, trudności w sporządzaniu wniosków oraz rozliczaniu całych projektów.

Stymulatorem korzystania z funduszy strukturalnych przez przemysł motoryzacyjny powinny być organizacje pracodawców aplikujące o środki EFS w ramach Priorytetu VIII PO KL.

Pozyskane w obecnej perspektywie środki europejskie mogą w znaczącym stopniu poprawić i unowocześnić bazę edukacyjną i praktycznej nauki zawodu. Równocześnie środki Priorytetu IX PO KL umożliwiają podniesienie kwalifikacji nauczycieli, a tym samym wzrost umiejętności absolwentów zgodnie z oczekiwaniami podmiotów gospodarczych branży.

4.4 Podsumowanie badań jakościowych

Większość respondentów postrzega przemysł motoryzacyjny w sposób szeroki – nie tylko jako samych producentów, ale i branże współpracujące, prócz tych bliskich, jakimi są usługi serwisowe i diagnostyczne, także te dosyć odległe, takie jak reklama czy usługi finansowe. Sytuacja przemysłu motoryzacyjnego w Wielkopolsce określana jest przez respondentów jako relatywnie dobra – pomimo dostrzegalnych symptomów kryzysu.

W odniesieniu do oceny przygotowania absolwentów do pracy zawodowej, wszystkie grupy respondentów zgadzają się z opinią, iż przeważa wiedza teoretyczna, natomiast praktyka obciążona jest pewnymi brakami. Ponadto, nawet wiedza teoretyczna przekazywana na uczelni nie jest innowacyjna – ma to swoje przyczyny w fakcie, iż uczelnie nie mają dostępu do najnowszych technologii, które ze względu na wysokie koszty dostępne są tylko dla sfery biznesu. Powoduje to występowanie znacznego dysonansu pomiędzy oczekiwaniami a oferowanymi przez pracowników umiejętnościami. Zaznaczyć należy, iż przedsiębiorcy wykazują bierną postawę wobec dialogu z instytucjami edukacyjnymi. Niekorzystne doświadczenia oraz rozbudowana biurokracja powodują występowanie tendencji ograniczających współpracę na tym polu. W celu lepszego przygotowania do pracy konieczne jest również kształcenie w zakresie języków obcych (postulat zgłaszany zarówno wśród studentów, jak i przedsiębiorców).

Urzędy pracy nie są postrzegane przez przedsiębiorców, jako atrakcyjni partnerzy na rynku pracy, czego przyczyną są niekorzystne opinie dotyczące oferty urzędów oraz bierna postawa osób bezrobotnych. Podobnie jak w przypadku badań ilościowych, respondenci traktowali urzędy pracy wyłącznie jako „pośredniaki”, nie przekonując się do pozostałej oferty jaką dysponują wskazane instytucje. Ponadto, zdecydowanie negatywnie oceniane były zarówno same kompetencje, jak i motywacje osób korzystających z pomocy urzędów pracy w znalezieniu zatrudnienia.

5 CZĘŚĆ PIĄTA. PLAN STRATEGII

5.1 Analiza SWOT

<p>Silne strony</p> <ul style="list-style-type: none"> • W skali kraju znaczny wzrost wartości dodanej brutto (w latach 2000-2004 w przypadku produkcji pojazdów samochodowych, przyczep i naczepe wynosił on 19,0% wzrostu całej gospodarki – pod względem poziomu wzrostu w nadwyżce ogółem to druga w gospodarce branża). • W skali kraju znaczny wzrost produkcji sprzedanej (w latach 2000-2004 w przypadku produkcji pojazdów samochodowych, przyczep i naczepe wynosił on 16,8% wzrostu całej gospodarki – pod względem poziomu wzrostu w nadwyżce ogółem to pierwsza w gospodarce branża). • W skali kraju w latach 2000-2004 najwyższe wzrosty wydajności pracy (stosunek produkcja/zatrudnienie) zanotowano w branży jaką jest produkcja pojazdów samochodowych przyczep i naczepe (200,3 %). • Powstanie Wielkopolskiego Klastra Motoryzacyjnego (jeden z filarów przeciwdziałających destabilizacji, wdrażanie innowacji oraz współpraca naukowo-przemysłowa). • Co dwudziesty wyprodukowany w Europie samochód osobowy pochodzi z polskiej fabryki. • Polska jest największym producentem samochodowym oraz wiodącym producentem części zamiennych w regionie. 	<p>Słabe strony</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tradycyjna struktura sektorowa przemysłu motoryzacyjnego (tendencja ogólnopolska). • W Wielkopolskim Klastrze Motoryzacyjnym nie bierze udziału największy producent w województwie – Volkswagen. • Relatywnie niewielka liczba podmiotów, zwłaszcza w branży produkcyjnej. • W produkcyjnej części przemysłu motoryzacyjnego konieczne jest posiadanie znacznych środków trwałych oraz uruchamianie wysokich nakładów inwestycyjnych (zjawisko typowe dla całego przemysłu). • 48% respondentów zauważających skutki kryzysu w swojej firmie nie podejmuje działań naprawczych/zaradczych. • 89% respondentów nie korzysta z funduszy strukturalnych UE, mechanizmów finansowych itp. • Skuteczność złożonych wniosków o dofinansowanie wynosiła 45% (sytuacja docelowa 100%, bez względu na rzeczywisty poziom wykonalności). Ponadto, wśród projektów, które otrzymały dofinansowanie, zdecydowaną mniejszość stanowiły projekty „twarde”. • Główne powody nieaplikowania o dofinansowanie: przekroczenie o braku potrzeby wsparcia (bariery mentalne) oraz brak umiejętności
--	--

<ul style="list-style-type: none">• Przemysł motoryzacyjny zajmuje drugie miejsce w zestawieniu wartości produkcji sprzedanej oraz czwarte pod względem wielkości zatrudnienia w województwie wielkopolskim (porównanie do branż).• Wytwory przemysłu motoryzacyjnego (wyłącznie jego produkcyjnej części) stanowią blisko 14% ogółu dóbr i produktów wytworzonych przez przemysł i budownictwo.• Tylko 15% przedsiębiorców określa sytuację firmy jako złą, a blisko 9% uznaje, iż firma w ciągu najbliższych 3 lat wejdzie w okres regresu.• W perspektywie 3 lat jedynie 1,2% przedsiębiorców prognozuje likwidację firmy, a do roku 2020 odsetek ten wynosi 1,8%.• Pomimo iż 59% respondentów odczuwa skutki recesji, wyłącznie 6% z nich zdecydowało się na zmniejszenie zatrudnienia.• Doświadczona kadra pracownicza (długi staż pracy).• Korzystne zmiany w przedsiębiorstwach ze względu na wielkość zatrudnienia (w ostatnim okresie większość przedsiębiorstw nie zmieniła poziomu zatrudnienia ograniczając się do rotacji pracowników w zawodach dla których jest to charakterystyczne (niskie kwalifikacje), natomiast odsetek przedsiębiorstw w których zwiększono zatrudnienie był wyższy niż odsetek podmiotów w których zatrudnienie zmniejszono).• Większość odejść pracowników – na ich własną prośbę.• 40% całościowej współpracy wszystkich badanych przedsiębiorstw stanowi współpraca z branżą „handel hurtowy, z	<p>i niewiedza na temat programów wsparcia (bariery kompetencyjne).</p> <ul style="list-style-type: none">• Jedynie 8% respondentów korzystało z pomocy instytucji rynku pracy (76% - PUP).• 89% respondentów uznaje, iż nie ma potrzeby korzystania z pomocy instytucji rynku pracy.• 81% przedsiębiorców nie prowadzi szkoleń dla pracowników, pomimo iż ich ocena jest pozytywna (wzrost umiejętności, kompetencji, efektywności). Większość respondentów (90%) uznaje, iż nie ma potrzeby wysyłania pracowników na szkolenia.• 5% respondentów deklaruje, iż w ich zakładach pracy są wolne miejsca pracy.
---	---

<p>wylęczeniem handlu pojazdami samochodowymi”. Dwuokrotnie więcej respondentów deklaruje wzrost współpracy w tej dziedzinie, niż jej spadek. W przypadku drugiej co do znaczenia branży, „handel hurtowy i detaliczny pojazdami samochodowymi; naprawa pojazdów samochodowych”, która stanowi 19% całościowej współpracy wszystkich badanych przedsiębiorstw, również większy odsetek respondentów prognozuje wzrost współpracy niż jej spadek, choć jest to różnica niewielka.</p>	
<p>Szanse</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zdecydowane dążenia rządów zagranicznych (m.in. Francja, Niemcy, USA) do popularyzacji napędu hybrydowego i elektrycznego (jest to szansa na transfer technologii w ramach wielkopolskich ośrodków innowacji i transferu technologii). • Powrót do mniej rygorystycznych przepisów umożliwiających odpiśnięcie podatku VAT od zakupionych samochodów. • Skomplikowane i różnie interpretowane przepisy prawne oraz bariery administracyjne. • Przedsiębiorcy oczekują od instytucji rynku pracy pomocy w postaci poszukiwania pracowników o odpowiednich kwalifikacjach (82%) oraz pomocy w aplikowaniu o dofinansowania (32%). • Kampanie promocyjne w ramach funduszy strukturalnych wpływające na świadomość przedsiębiorców i uwyppuklające korzyści. • W społeczeństwie występuje tendencja do zwiększania poziomu wykształcenia (wykształcenie zasadnicze zawodowe zaczyna być 	<p>Zagrożenia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recesja gospodarcza ograniczająca wydatki zarówno osób prywatnych, jak i podmiotów gospodarczych (59% respondentów odczuwa jej skutki, 37% respondentów spotyka się z obniżonym popytem). • Protekcyjne wobec własnych gospodarek narodowych działania rządów państw zagranicznych mające na celu chronić rodzimy wytwórczy przemysł motoryzacyjny (m.in. Włochy, Francja, Niemcy, USA). • Malejący kurs Euro (eksporterzy, sprzedawcy i dealerzy współpracujący z klientami z zachodu). • Na skutek kryzysu gospodarczego rośnie liczba niewypłacalnych kontrahentów, zwiększają się problemy z utrzymaniem płynności finansowej. • Brak zdecydowanych i przede wszystkim wymiernych w kwestiach finansowych działań rządu wspierających przemysł motoryzacyjny (np. dopłaty do nowych aut). • 37% respondentów zgłasza problemy z wysokimi kosztami pracy

deprecjonowane), co przekłada się na automatyczny wzrost wykształcenia wśród nowych pracowników przemysłu motoryzacyjnego, a więc i wzrost teoretycznych kompetencji.

(ZUS, NFZ). 68% respondentów oczekuje od państwa pomocy (z czego 81% z nich w postaci ulg podatkowych).

- Niedostosowanie struktury zatrudnienia (50% osób z wykształceniem zawodowym) i obecnych trendów w edukacji (tylko znikoma część respondentów współpracuje z placówkami edukacyjnymi, nawet w toku badania tylko nieliczna część z nich zgłasza wobec szkół ponadgimnazjalnych i wyższych jakiegokolwiek oczekiwania – brak dialogu skutkuje wzajemnym niedopasowaniem).
- Spory problem stanowi obsadzenie niektórych stanowisk pracy (sprzedawca, pracownicy techniczni związani z przemysłem motoryzacyjnym) – główną przyczyną jest brak osób o odpowiednich kwalifikacjach oraz brak zainteresowania ofertą.
- Brak doświadczenia zawodowego wśród absolwentów – posiadają oni wyłącznie umiejętności teoretyczne.
- Niebezpieczeństwo likwidacji niektórych zakładów i przeniesienia ich do krajów o niższych kosztach siły roboczej.
- Niebezpieczeństwo „wypadnięcia z rynku” podmiotów, które oferują nieautoryzowane przez producentów części zamienne, podzespoły i akcesoria - można sobie wyobrazić, że producenci tacy zaczną mieć coraz więcej problemów z dwóch przyczyn. Po pierwsze, prawdopodobne są bardziej restrykcyjne regulacje formalno-prawne, które ograniczą rynek nieoryginalnych części, podzespołów i akcesoriów. Po drugie, w miarę wzrostu zamożności społeczeństwa polskiego popyt na „ofertę substytutową” będzie spadać.

5.2 Rola przemysłu motoryzacyjnego dla regionalnego rynku pracy na lata 2010-2020

- **Największy wpływ na regionalny rynek pracy będzie miała „część produkcyjna” przemysłu motoryzacyjnego** – w chwili obecnej, pomimo niewielkiej ilościowo liczby podmiotów, to ta właśnie część zatrudnia większość pracowników w ramach sektora, posiada większość zgromadzonych zasobów i środków trwałych oraz inwestuje w rozwój przeważające środki. Przewiduje się, iż kontynuowane będą pozytywne tendencje dążące do dominacji kluczowych uczestników części produkcyjnej przemysłu. Priorytetowe dla wielkopolskiego przemysłu motoryzacyjnego są podmioty charakteryzujące się w ramach prowadzonych badań największym optymizmem co do dróg rozwoju firmy w ramach horyzontu czasowego do roku 2020. W znacznej mierze przedsiębiorstwa te pokrywają się z przedsiębiorstwami deklarującymi wzrost zatrudnienia w tej samej perspektywie czasowej, a więc:

- ✓ **Przedsiębiorstwa duże ze względu na liczbę pracowników** – posiadają one zakumulowane zasoby oraz środki trwałe umożliwiające bezpieczne i długotrwałe działanie, przeprowadzone inwestycje są wyznacznikiem strategicznego myślenia i długofalowej polityki firmy, przedsiębiorstwa te, w odróżnieniu od przedsiębiorstw małych nie wykazują znamion czasowości. Wśród badanych przedsiębiorców, żaden spośród zatrudniających powyżej 50 pracowników nie uważa, iż jego zakład pracy będzie w perspektywie do 2020 roku ograniczać swą działalność lub zostanie zlikwidowany. Ponadto, blisko 57% respondentów zatrudniających co najmniej 50 osób jest przekonanych o liniowym rozwoju firmy w perspektywie do roku 2020. Istotnym elementem tych przedsiębiorstw jest także liczna kadra pracownicza, w większości składająca się z doświadczonych fachowców (ponadto duża ilość pracowników autonomizuje i uodparnia zakład pracy od jednostkowych decyzji). Odsetek badanych przedsiębiorstw deklarujących zwiększenie zatrudnienia w najbliższej perspektywie rośnie wprost proporcjonalnie do liczby pracowników – dla mikroprzedsiębiorstw wynosi on 8,5%, dla przedsiębiorstw zatrudniających od 10 do 49 osób 18,5%, dla przedsiębiorstw największych kształtuje się na poziomie blisko 35%. Odsetek przedsiębiorstw deklarujących zwiększenie zatrudnienia w perspektywie do roku 2020 najniższy jest w przypadku mikroprzedsiębiorstw, w przedsiębiorstwach większych utrzymany jest na poziomie zbliżonym do 60%.

- ✓ **Przedsiębiorstwa zajmujące się produkcją części i akcesoriów**, zwłaszcza na najwyższym poziomie technologicznym – przedsiębiorstwa takie są w stanie, przy założeniu wysokiego poziomu innowacyjności oraz zachowaniu ściśle określonych standardów, stać się dostawcami i podwykonawcami działającymi na licencji bezpośrednich producentów pojazdów, co skutkować będzie długofalową współpracą będącą gwarancją stabilnych rynków zbytu oferowanych produktów. Przedsiębiorstwa zajmujące się tą częścią przemysłu motoryzacyjnego, pomijając nieliczne ilościowo grupy producentów gotowych pojazdów, charakteryzują się najwyższym wśród pozostałych grup respondentów odsetkiem przedsiębiorstw prognozujących w perspektywie do roku 2020 liniowy rozwój firmy (48,1% przedsiębiorstw tego typu, nieznacznie lepszy wynik od przedsiębiorców z grupy zajmującej się sprzedażą hurtową i detaliczną motocykli, ich naprawą i konserwacją oraz sprzedażą hurtową i detaliczną

części i akcesoriów) oraz zwiększenie zatrudnienia (44,4% przedsiębiorstw tego typu).

- ✓ **Na czoło wysuną się przede wszystkim przedsiębiorstwa charakteryzujące się:** zasięgiem ponadlokalnym, eksportujące i importujące produkty z zagranicy. Blisko 93% przedsiębiorstw tego typu jest przekonanych o liniowym rozwoju firmy w perspektywie do roku 2020. Jest to zdecydowanie najwyższy wynik wśród pozostałych grup przedsiębiorstw wyróżnionych ze względu na zasięg głównego rynku zbytu. Podmioty gospodarcze o węższym zasięgu charakteryzują się zdecydowanie mniejszym optymizmem.

Podmioty, dla których głównym rynkiem zbytu jest zagranica, w stopniu znacznie częściej deklarują także prognozowane zwiększenie zatrudnienia w perspektywie do roku 2020 – sędzi tak blisko 79% przedsiębiorstw tego typu. W przypadku pozostałych grup respondentów wartości te nie przekraczają 30%. W czasach globalnej recesji gospodarczej państwa będące „naturalnymi” producentami samochodów starając się chronić narodowe gospodarki, przenosząc, na skutek decyzji politycznych, produkcję do krajów rodzimych (nie licząc się z ponoszonymi kosztami, czego przykładem jest *casus* niemieckiego producenta aut Opel, który za sprawą „lobbowania” rządu niemieckiego miał zostać wyprowadzony z portfela grupy GM; czy też spekulowanie przeniesienia części produkcji samochodów Fiat z fabryk w Tychach do włoskich zakładów). Szansą na wykorzystanie tego niekorzystnego zjawiska jest zaoferowanie zachodnim producentom części i podzespołów, jednakże w celu maksymalizacji zysków, produkty te muszą charakteryzować się wysokim stopniem innowacyjności i zaawansowania technologicznego. Produkty takie pozwalają na wypracowanie „wartości dodanej”, którą jest dodatkowy zysk uzyskany w zamian za konkurencyjność technologiczną. Wielkopolska posiada odpowiedni potencjał technologiczno-kadrowy, aby wypracować sobie markę produktów nie tylko tanich i dobrych jakościowo, ale również innowacyjnych. Szansą jest otwierający się właśnie rynek pojazdów elektrycznych – w Europie nie ma jeszcze ugruntowanych liderów na tym polu, zwłaszcza wśród pojazdów codziennego użytku, co w połączeniu z rygorystycznymi przepisami Unii Europejskiej dotyczącymi nowych norm emisji spalin, stwarza polskim przedsiębiorstwom nowe szanse rozwoju. Promować więc należy podmioty otwarte na rynki zachodnie, przedsiębiorstwa innowacyjne i wprowadzające na rynek nowe technologie.

- ✓ **Przedsiębiorstwa o wysokim przychodzie netto**, które jako przedsiębiorstwa o znacznej liczbie posiadanych środków są w stanie skutecznie konkurować na rynku. Odsetek przedsiębiorstw prognozujących liniowy wzrost firmy do roku 2020 jest najwyższy w przypadku przedsiębiorstw charakteryzujących się przychodem od 200 tys. zł. do miliona złotych. Wraz ze wzrostem przychodu netto, pomijając największą grupę, rośnie także odsetek przedsiębiorstw deklarujących zwiększenie zatrudnienia w perspektywie do roku 2020.
- Podmioty, które deklarują w badaniu, że ich potencjał będzie w bliższej i dalszej przyszłości podobny do dzisiejszego będą w rzeczywistości – z większym prawdopodobieństwem kurczyć się, niż zachowywać swoją obecną pozycję. Pozycja zachowawcza powoduje, iż nawet o ile nie następuje recesja, na skutek zmiennych warunków i przy założeniu starań konkurencji, przedsiębiorstwa takie będą traciły swą pozycję, co może przełożyć się na zmniejszenie udziału tych przedsiębiorstw

w wielkopolskim rynku pracy, co dokona się wskutek odpływu pracowników spowodowanym utratą konkurencyjności.

- Na terenie województwa dostrzegalny jest relatywnie duży odsetek mikroprzedsiębiorstw opartych na względnie uniwersalnych kompetencjach związanych ze sprzedażą wytworów przemysłu motoryzacyjnego. Firmy takie w znacznej mierze podlegać mogą procesom transformacji oferty, które uwarunkowane będą okresowymi zmianami zapotrzebowań klientów. Przyjąć należy, że te firmy z jednej strony mogą „wyparować” z branży motoryzacyjnej, lecz z drugiej strony – jest stosunkowo mało prawdopodobne, że znikną one z rynku; po prostu się przebranżowią. Zaznaczyć należy także, iż w ich miejsce mogą pojawiać się nowe podmioty, z kolei przebranżowione z innych dziedzin.
- Niezmiernie trudno jest prognozować przyszłą rolę przemysłu motoryzacyjnego w regionie wielkopolskim (i w Polsce) z uwagi na fakt, że strategiczne decyzje w branży motoryzacyjnej mają charakter polityczno-ekonomiczny, nie zaś wyłącznie ekonomiczny. Nie wiadomo, czy rządy najsilniejszych europejskich gospodarek (przede wszystkim - Niemiec, Francji, Włoch, mających swoje „narodowe” marki) nie podejmą w bliższej lub dalszej przyszłości zdecydowanych działań ochrony przed konkurencją, o których wspomniano już wcześniej. Można sobie więc wyobrazić, że np. wspomniane kraje podejmą decyzję o jakiejś formie dotowania nie tylko zakupów nowych samochodów (casus Niemiec z 2009 roku), lecz również ich produkcji „u siebie” (wówczas np. gliwicka montownia Opla lub poznańska Volkswagena znalazłyby się praktycznie na straconej pozycji). Można sobie też jednak wyobrazić i zupełnie inny (bardziej optymistyczny, choć tylko w krótko- i średniookresowej perspektywie czasowej) scenariusz polegający na powierzaniu krajom „nowej Unii” zadań produkcyjnych związanych z nowymi technologiami (przede wszystkim „hybrydowymi” i w pełni elektrycznymi). Zgodnie z tym scenariuszem, nowi członkowie struktur Unii Europejskiej zostaliby wprowadzeni (de facto, podobnie jak to się dzieje obecnie) za „bliskie zaplecze produkcyjne”, atrakcyjne m. in. z uwagi na relatywnie niższe koszty pracy, ale jednocześnie – za obszar gwarantujący z uwagi na poziom kapitału ludzkiego i standardy organizacyjno-prawne należyty standard produkcji.

Aby zapewnić stosowną do potencjału regionu pozycję branży motoryzacyjnej warto podjąć starania o umieszczenie w Wielkopolsce produkcji pojazdów o napędzie hybrydowym. Stąd też branża powinna zainicjować podjęcie starań o pozyskanie tej produkcji poprzez samorząd województwa, Komitet Regionów oraz europarlamentarzystów.

Poniżej umieszczone scenariusze przedstawiające prognozę dotyczącą przemysłu motoryzacyjnego w trzech wariantach:

Scenariusz optymistyczny

Głównym założeniem scenariusza optymistycznego jest zakończenie się recesji gospodarczej - w latach koniunktury, charakteryzującej się pozytywnymi wartościami wskaźników, przemysł motoryzacyjny rozwijał się w sposób liniowy. Ze względu na obecne wskaźniki makroekonomiczne, założenie to wydaje się możliwe. Do zjawisk zdecydowanie mniej prawdopodobnych, jednakże nie niemożliwych, zaliczyć można by również ulokowanie na terenie Wielkopolski kolejnego dużego zakładu produkcyjnego – to takie przedsiębiorstwa są siłą napędową przemysłu i stanowią stałe źródło oparcia dla kontrahentów. Wzrost zamówień przełoży się nie tylko na utrzymanie liczby podmiotów, ale i na ich zwiększenie. Przedsiębiorstwa duże odzyskają stracone rynki zbytu, zwłaszcza zagraniczne, które na skutek kryzysu uległy znacznemu ograniczeniu (widoczny był spadek eksportu, a także importu). Wzrost zapotrzebowania na produkty przemysłu motoryzacyjnego

przełoży się na konieczność zwiększenia produkcji, a więc i zatrudnienia. Na skutek prowadzonych programów, mających na celu zwiększenie innowacyjności i transferu technologii, a także programów mających na celu wykształcenie kadry (zarówno doksztalcanie kadry obecnej, jak i edukacja kadr przyszłych), zwłaszcza w dziedzinie wdrożeń, możliwe będzie przeniesienie pakietu innowacyjnych technologii do sfery produkcyjnej. Spowoduje to, w połączeniu z atrakcyjnością kosztową ze względu na poniesione nakłady finansowe, znaczny wzrost konkurencyjności wielkopolskich wytworów przemysłu motoryzacyjnego, w tym także akceptację przez czołowe koncerny motoryzacyjne (certyfikacja wytwarzanych produktów, utworzenie z nich tzw. „wyrobów fabrycznych”). Wskutek prowadzonych działań i programów zaradczych, małe i średnie przedsiębiorstwa nie znikną z rynku, lecz rozszerzą swoją działalność (następstwo rozszerzenia wiedzy i zdolności merytorycznych oraz zwiększenia zasobów).

Scenariusz pesymistyczny

Scenariusz pesymistyczny zakłada kolejny nawrót recesji gospodarczej, który spowoduje dalsze kurczenie się gospodarki. Krytyczną częścią scenariusza byłoby przeniesienie, głównie wskutek nacisków politycznych, produkcji „lokomotyw” wielkopolskiego przemysłu motoryzacyjnego do krajów rodzimych (np. Volkswagen lub Man). Zjawisko takie pociągnęłoby za sobą szereg niekorzystnych następstw, które charakteryzowałyby się daleko idącymi konsekwencjami. Zmalałaby liczba kontrahentów, wskutek czego prócz osób zwolnionych z zakładów produkcyjnych nastąpiłaby fala zwolnień wśród kontrahentów. Zachwianie się części przedsiębiorstw zmusiłoby pozostałe podmioty do wyznaczenia nowej definicji sytuacji i zbudowania na nowo sieci powiązań korporacyjnych, co w niektórych przypadkach byłoby niemożliwe. Ze względu na daleko sięgające „łańcuchy kooperacyjne”, znacząco wzrosłoby bezrobocie w regionie, nie tylko w branży motoryzacyjnej, ale również wśród współpracowników analizowanego sektora. Doprowadziłoby to do zmniejszenia zapotrzebowania na kadry, dotychczas niezbędnego, co spowodowałoby odpływ absolwentów oraz zmniejszone zapotrzebowanie na usługi sektora B+R. Zjawisko to dodatkowo obniżyłoby konkurencyjność technologiczną oferowanych produktów, co pogłębiłoby zmniejszenie zapotrzebowania na produkty. Na obniżony popyt na wytwory przemysłu motoryzacyjnego wpływałaby, na poziomie makro, również sama recesja gospodarcza, ograniczająca wydatki konsumentów.

Scenariusz powolnego rozwoju

Scenariusz powolnego rozwoju wydaje się opcją najbardziej prawdopodobną – polska gospodarka wychodzi z fali kryzysu, ponownie rozpoczyna się okres pozytywnych tendencji. Opinię tę podziela większość ankietowanych, zwłaszcza w kluczowej dla wielkopolskiej motoryzacji produkcyjnej części przemysłu, optymistycznie patrzy w przyszłość. Spory odsetek przedsiębiorstw planuje zarówno w najbliższym okresie, jak i w dalszej perspektywie czasowej zwiększenie zatrudnienia, co wywołane być musi zwiększeniem popytu. Istotny wpływ na sytuację na rynku związanym z wielkopolskim przemysłem motoryzacyjnym będą miały prowadzone projekty, działania oraz fundusze strukturalne – przyczynią się one zarówno do rozwoju kapitału ludzkiego (nie tylko w kwestiach „miękkich”, ale będą też dotyczyły umiejętności technicznych, zarówno obecnych kadr, ale poprzez udział w nich uczniów i studentów, również odległego horyzontu czasowego), a także do rozwoju infrastruktury oraz w sposób bezpośredni wspierać będą podmioty gospodarcze. Wykształcona kadra będzie w stanie połączyć praktykę z teorią, czyli wdrożyć wiedzę otrzymaną na uczelniach wyższych oraz w centrach badawczo-rozwojowych. Widoczne rezultaty wdrożeń oraz innowacji przełożą się, w sposób oddolny, na zainteresowanie podmiotów gospodarczych współpracą z instytucjami edukacyjnymi – widoczne, wymierne

rezultaty są w stanie przekonać dotychczas niewspółpracujących przedsiębiorców (w ramach badań stwierdzono, iż współpraca ogranicza się w ogromnej większości do tradycyjnych form, takich jak kształcenie praktycznie uczniów) do podjęcia takich działań. Przemysł motoryzacyjny stanie się „napędem” gospodarki i spowoduje łagodny i stopniowy wzrost zatrudnienia do poziomu optymalnego.

5.3 Strategia rozwojowa przemysłu motoryzacyjnego w Wielkopolsce

Z punktu widzenia strategii rozwojowej regionalnego rynku pracy - zadanie minimalne w odniesieniu do przemysłu motoryzacyjnego to utrzymanie jego dotychczasowego udziału procentowego w całkowitej produkcji przemysłowej województwa wielkopolskiego i w całkowitej liczbie miejsc pracy na terenie Wielkopolski.

Strategia bardziej ambitna musiałaby oznaczać natomiast dążenie do sukcesywnego wzrostu potencjału regionalnego przemysłu motoryzacyjnego. Dlatego strategia powinna być nie tylko nakierowana na dalszy wzrost potencjału branży motoryzacyjnej (mierzony standardowymi wskaźnikami ilościowymi), ale przede wszystkim na zmianę jej struktury:

1) Pracodawcy powinni dążyć do sukcesywnego wzrostu w wielkopolskim przemyśle motoryzacyjnym liczby stanowisk wymagających wysokich kwalifikacji. W chwili obecnej największy odsetek ogółu zatrudnionych w przemyśle motoryzacyjnym stanowią pracownicy fizyczni z wykształceniem zasadniczym zawodowym. Sukcesywny wzrost kosztów pracy w Polsce będzie jednak powodował, że sytuowanie w naszym kraju produkcji nie wymagającej wysokich kwalifikacji stawać się będzie coraz mniej opłacalne. „Czarny” scenariusz to wycofanie z Polski „produkcji fabrycznej” i przeniesienie jej do krajów mogących zaoferować niższe koszty pracy prostej. Wydaje się, że można zmniejszać prawdopodobieństwo owego „czarnego scenariusza” tylko w jeden sposób: dążąc do zwiększania liczby zadań produkcyjnych wymagających wysokich i bardzo wysokich kompetencji.

2) W chwili obecnej większość podmiotów działających w wielkopolskim przemyśle motoryzacyjnym to mikroprzedsiębiorstwa zatrudniające do 9 pracowników. Sytuacja ta, jakkolwiek charakterystyczna dla całej polskiej gospodarki niesie ze sobą kilka istotnych zagrożeń. Przede wszystkim małe podmioty są bardziej zagrożone upadkiem – statystycznie rzecz biorąc średni żywot mikroprzedsiębiorstw jest krótszy, niż średni żywot firm większych. Małe przedsiębiorstwa, ze względu na znikome zasoby mogące służyć jako „zawór bezpieczeństwa” są w znacznej mierze podatne na chwilowe wahania koniunktury. Zatem strategicznym zadaniem dla przemysłu motoryzacyjnego w Wielkopolsce jest stabilizowanie mikroprzedsiębiorstw poprzez wspieranie ich wzrostu.

3) Spora część producentów części i akcesoriów samochodowych wytwarza produkty nieautoryzowane. Prędzej czy później popyt na takie produkty zacznie się kurczyć (m.in. za sprawą działań sprzedawców samochodów dążących do eliminacji z rynku części nieoryginalnych, być może za sprawą formalno-prawnych posunięć ubezpieczycieli). Można obawiać się zatem, że wspomniana kategoria producentów znajdzie się w przyszłości w sytuacji gorszej niż obecnie. Strategicznym celem wobec tych podmiotów jest w tych okolicznościach m.in. wspieranie ich w dążeniu do autoryzacji oferowanych produktów.

4) Jakościowe, strukturalne wzmocnienie regionalnej branży motoryzacyjnej jest na dłuższą metę zależne od wzrostu udziału w jej strukturze segmentu B+R. Jeśli to nie nastąpi, przemysł motoryzacyjny będzie się oddalał od gospodarki opartej na wiedzy, nie zaś zbliżał do niej (będzie w coraz większym stopniu utożsamiany z sytuowanymi w obszarach

półperyferyjnych Europy podmiotami *low economy*). Produkty o niskim stopniu innowacyjności, w znacznym stopniu nieprzetworzone nie generują zysków w taki sposób jak produkty zaawansowane technologicznie, które pozwalają na wygenerowanie zysków rekompensujących poniesione nakłady na B+R oraz generujące dodatkowe zyski.

Pierwszym elementem składającym się na zespół metod, których celem jest zapewnienie istniejącym podmiotom odpowiednich warunków gwarantujących możliwości stabilnego rozwoju, jest wspieranie przedsiębiorstw istniejących. Zakładając, iż historyczny potencjał wytwórczy stanowiący bazę służącą uruchamianiu nowych fabryk i montowni produkujących kompletne pojazdy jest już wyczerpany, przez co, zlokalizowanie nowych, dużych podmiotów zajmujących się produkcją gotowych pojazdów w regionie jest mało prawdopodobne. Z tego też powodu konieczne wydaje się zapewnienie istniejącym, zwłaszcza istotnym podmiotom, dobrych warunków rozwojowych.

Wielkopolska gwarantuje, ze względu na położenie, a także na istniejącą (a także planowaną lub będącą w budowie) infrastrukturę drogową dobre warunki logistyczno-transportowe. Istotnym argumentem przemawiającym za silnym potencjałem Wielkopolski jest także posiadanie nie tylko wykształconych kadr pracowniczych, ale i zaplecza edukacyjnego umożliwiającego powielanie tychże zasobów ludzkich. W celu zapewnienia warunków w jak największym stopniu sprzyjających rozwojowi podmiotów działających w ramach przemysłu motoryzacyjnego (ale też i przedsiębiorstw w innych gałęziach gospodarki) konieczne jest, prócz realizacji projektów infrastrukturalno-drogowych, wykonywanie zadań związanych z polepszaniem jakości aktualnych kadr pracowniczych, których przykładem mogą być między innymi:

- Projekt „Era inżyniera. Rozbudowa potencjału rozwojowego Politechniki Poznańskiej”, w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, Poddziałanie 4.1.1 „Wzmocnienie potencjału dydaktycznego uczelni”.

Głównym celem przedsięwzięcia jest dostosowanie kształcenia na poziomie wyższym do potrzeb gospodarki, a przede wszystkim rynku pracy oraz poprawa jakości edukacyjnej Politechniki Poznańskiej.

W ramach Projektu zostaną uruchomione nowe kierunki studiów, specjalizacje oraz studia podyplomowe. Studenci otrzymają ofertę praktyk i staży oraz możliwość skorzystania z zajęć wyrównawczych z matematyki i fizyki. Na potrzeby projektu powstanie także innowacyjna platforma e-recruitment. Odbiorcami rezultatów Projektu będą również nauczyciele akademicy, którzy dzięki kursom, szkoleniom, konferencjom i stażom w najlepszych ośrodkach światowych podniosą jakość swojego warsztatu dydaktycznego i naukowego. Projekt obejmuje też szkolenia dla kadry zarządzającej uczelnią oraz wdrożenie modelu zarządzania jakością w uczelni.

- Działanie 8.1 PO KL „Rozwój pracowników i przedsiębiorstw w regionie” - Poddziałanie 8.1.1 PO KL „Wspieranie rozwoju kwalifikacji zawodowych i doradztwo dla przedsiębiorstw” oferujące ogólne i specjalistyczne szkolenia oraz doradztwo związane ze szkoleniami dla kadry zarządzającej i pracowników przedsiębiorstw m.in. w zakresie zarządzania, organizacji pracy, BHP, elastycznych form pracy, wdrażania technologii produkcyjnych przyjaznych środowisku, wykorzystania w prowadzonej działalności technologii informacyjnych i komunikacyjnych oraz szkolenia, kursy i doradztwo zawodowe dla dorosłych osób pracujących, które chcą się kształcić z własnej inicjatywy i nabywać nowe, uzupełniać i podwyższać umiejętności i kwalifikacje.

- Działanie 5.2 WRPO „Rozwój infrastruktury edukacyjnej, w tym kształcenia ustawicznego” – działanie ma na celu poprawę warunków kształcenia, unowocześnienie i wzbogacenie bazy regionalnych placówek oświatowych.

- Działanie 9.1 PO KL „Wyrównywanie szans edukacyjnych i zapewnienie wysokiej jakości usług edukacyjnych świadczonych w systemie oświaty”, dzięki któremu nastąpi m.in. wprowadzenie innowacyjnych form nauczania do szkół oraz pomoc stypendialna dla uczniów szczególnie uzdolnionych w zakresie nauk matematyczno-przyrodniczych i technicznych.
- Działanie 9.2 PO KL „Podniesienie atrakcyjności i jakości szkolnictwa zawodowego” – działanie to przyczyni się do zwiększenia liczby specjalistów związanych z kwestiami technicznymi, którzy w większym stopniu odpowiadają na zapotrzebowanie pracodawców.
- Promocja wprowadzania nowych zawodów ujętych w obowiązującej klasyfikacji zawodów szkolnictwa zawodowego, co ma na celu stworzenie nowych zawodów odpowiadających na zapotrzebowanie gospodarki, w tym przemysłu motoryzacyjnego.
- Działanie 9.4 PO KL „Wysoko wykwalifikowane kadry systemu oświaty” – projekt ten poprzez zwiększenie kwalifikacji i umiejętności kadry nauczycielskiej, przyczyni się do zwiększenia i upowszechnienia wiedzy wśród uczniów stanowiących potencjalne kadry dla przemysłu motoryzacyjnego.

Wspomniane wspieranie bezpośrednio przedsiębiorstw, zwłaszcza przedsiębiorstw małych, które ze względu na niewielkie zasoby w dużej mierze podatne są na chwilowe załamania koniunktury, może odbywać się poprzez:

- Działanie 1.1 WRPO „Rozwój mikroprzedsiębiorstw”,
- Działanie 1.2 WRPO „Rozwój MSP”.

Poprzez podniesienie innowacyjności przedsiębiorstw, rozszerzenie ich działalności, bardziej elastyczne będzie reagowanie na potrzeby regionalnej gospodarki, co pozwoli na lepsze przystosowanie się przedsiębiorstw do nowych warunków spowodowanych recesją gospodarczą. Jest to istotne dla przedsiębiorstw małych, działających w sferze handlu i usług związanej z przemysłem motoryzacyjnym. Dzięki uzyskanemu wsparciu przedsiębiorstwa otrzymają narzędzia (wiedza merytoryczna i techniczna) i środki (zasoby finansowe, otrzymywane także pośrednio) umożliwiające im utrzymanie się na rynku pomimo recesji gospodarczej. Poprzez możliwość łatwego przebranżowienia (cecha charakterystyczna sektora szczególnie mikro i małych przedsiębiorstw) wspieranie jednostek w branży motoryzacyjnej przełoży się na wymierne skutki dla całej gospodarki i rynku pracy.

Wspieranie przedsiębiorstw produkcyjnych powinno odbywać się, prócz wskazanych powyżej działań, dwutorowo: na polu motywacji do sukcesywnej poprawy jakości oraz bezpośredniemu wsparciu, które przedsiębiorstwa te otrzymają. Stała poprawa jakości zmierzać powinno do nawiązywania współpracy z dużymi koncernami motoryzacyjnymi – poprzez fakt bycia „oficjalnym dostawcą części” producent gwarantuje sobie stały rynek zbytu (podlegający co prawda wahaniom, ale gwarantujący większą stałość zamówień). Drugą sferą wsparcia jest udzielanie bezpośredniej pomocy wskazanym przedsiębiorstwom, także poprzez np. ulgi podatkowe proponowane przez jednostki samorządu terytorialnego.

Transfer wiedzy do gospodarki jest istotnym założeniem wpływającym na jej konkurencyjność. Innowacyjność traktować należy nie tylko jako szukanie w ramach działalności segmentu B+R innowacyjnych pomysłów, ale przede wszystkim ich wdrażanie. W gospodarce brakuje elementu, który nowoczesne pomysły i technologie byłby w stanie w sposób praktyczny zastosować w przemyśle. Innowacyjne projekty nie znajdują zastosowania, gdyż brakuje wiedzy na temat ich wdrażania w praktyce.

Istotny element w ramach wzmocnienia i stymulowania współpracy branży motoryzacyjnej z segmentem B+R stanowi czynnik ludzki – to pracownicy posiadający odpowiednią wiedzę są niezbędni do prawidłowego funkcjonowania jednostek. Dlatego niezwykle istotne jest wspomaganie kształcenia na kierunkach technicznych (projekty „Kierunki zamawiane” czy „Era Inżyniera”). Istotna jest również współpraca z czołowymi, potencjalnymi partnerami dla wielkopolskiego przemysłu motoryzacyjnego – Politechniką Poznańską oraz Poznańskim Akademickim Inkubatorem Przedsiębiorczości.

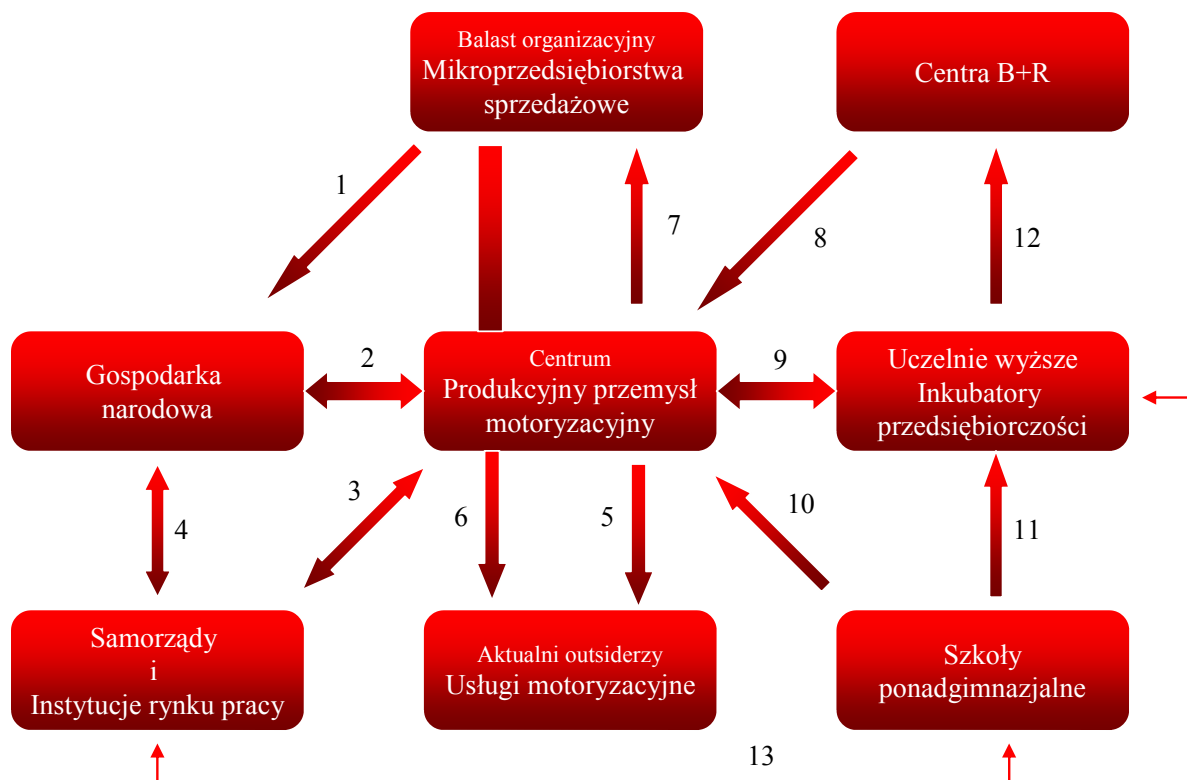
Wzmocnienie współpracy przemysłu motoryzacyjnego z segmentem B+R dokonuje się poprzez realizację programów:

- Działanie 8.2 PO KL „Transfer wiedzy” - Poddziałanie 8.2.1 PO KL „Wsparcie dla współpracy sfery nauki i przedsiębiorstw” oraz Poddziałanie 8.2.2 PO KL „Regionalne Strategie Innowacji”. Działanie ma na celu zwiększenie i nawiązanie bliskich powiązań pomiędzy nauką a przemysłem w celu zwiększenia innowacyjności przedsiębiorstw. Realizacja działania przyczyni się do wzmocnienia korzystnych procesów i zmian, jakie obecnie zachodzą w poszczególnych regionach w zakresie właściwego pojmowania i wspierania innowacyjności przedsiębiorstw. Inwestowanie w młode kadry naukowe, realizowane za pomocą naukowych stypendiów doktoranckich.
- Działanie 1.6 Rozwój sieci i kooperacji - Tworzenie powiązań kooperacyjnych przedsiębiorstw z instytucjami otoczenia biznesu.

5.4 Metody i narzędzia wspierania regionalnego przemysłu motoryzacyjnego

- Wspieranie segmentu B+R, stymulowanie i wspieranie bardziej trwałych i strukturalnych powiązań między segmentem B+R a gospodarką, co pozwoli na wypracowanie konkurencyjności technologicznej, a w dalszej kolejności wypracowanie dodatkowych zysków (mogą one zostać przeznaczone na dalsze inwestycje).
- Wspieranie nowych innowacyjnych projektów i przedsiębiorstw w fazie start up (np. poprzez wspieranie dobrze działających inkubatorów i preinkubatorów przedsiębiorczości, zwłaszcza powiązanych z uczelniami technicznymi – jak Preinkubator Akademicki PP, które poprzez relatywnie niewielkie koszty, dzięki „świeżemu dopływowi kapitału wiedzy” pozwolą na wypracowanie innowacyjnych technologii i ich transfer do gospodarki).
- Wspieranie i stymulowanie wszelkich inicjatyw i procesów zmierzających do wzrostu liczby miejsc pracy w sektorze usług motoryzacyjnych, co przełoży się na wzrost ilościowego znaczenia branży.
- Pomoc producentom nieautoryzowanych części i akcesoriów (polityka informacyjna mobilizująca do wszczęcia procedury autoryzacji, współfinansowanie autoryzacji itp.), co umożliwi nawiązanie trwałej współpracy z producentami oraz zapewni trwałe i stabilne rynki zbytu.
- Pomoc w pozyskiwaniu pracowników o odpowiednich kwalifikacjach, co pozwoli obniżyć wydatki związane z rosnącymi kosztami pracy (zatrudnianie osób o wysokich kwalifikacjach przekłada się na wzrost efektywności ekonomicznej).
- Pomoc przedsiębiorstwom w aplikowaniu o dofinansowanie ze środków UE, zwłaszcza w ramach projektów „twardych”, które charakteryzują się najmniejszym stopniem przyznanych dotacji przy największych ilościowo kwotach.
- Wzrost i „uniwersalizacja” kompetencji zawodowych pracowników fizycznych z wykształceniem zasadniczym zawodowym zatrudnionych w przemyśle motoryzacyjnym (dodatkowe szkolenia, kursy wyposażające w nowe umiejętności i kwalifikacje).
- Wsparcie dla mikroprzedsiębiorstw (uzależnione od gotowości do dywersyfikacji ich oferty rynkowej i mające ów proces sprowokować i przyspieszyć).

Poniższy schemat przedstawia mapę kluczowych zależności pomiędzy kluczowymi kooperantami w ramach gospodarki narodowej.



Podstawowe zależności można wyjaśnić w sposób następujący:

LP	Opis zależności
1	Przepływ mikroprzedsiębiorstw z przemysłu motoryzacyjnego do pozostałych branż – jest to zjawisko wynikające z charakteru małych podmiotów, które „przemieszczają się” pomiędzy branżami. Jest to zjawisko pozytywne, gdyż sprzyja zachowywaniu etatów na rynku pracy. Działania takie powinny być wspomagane (np. Działanie 8.1 PO KL).
2	Obopólna wymiana towarów, zasobów i usług pomiędzy produkcyjnym przemysłem motoryzacyjnym a resztą gospodarki narodowej, polegająca na wzajemnym dostarczaniu komponentów niezbędnych do funkcjonowania na każdym etapie działalności. Wymiana ta zakłada istnienie wzajemnych zależności, które są niezbędne do funkcjonowania określonych sektorów (lub ewentualnie, ich brak mocno ogranicza ich działanie). Wymiana odbywa się na zasadach wolnorynkowych.
3	Obopólna wymiana informacji i współpraca: 1) sygnały płynące z przemysłu motoryzacyjnego do samorządów i instytucji rynku pracy, dotyczące problemów z jakimi boryka się branża, jak również zapotrzebowania na pracowników w tym sektorze – jest to w chwili obecnej założenie w ogromnej większości czysto teoretyczne, jednakże ze względu na swoją słuszność, należy do niego dążyć, 2) wskutek lepszej komunikacji i rozpoznania potrzeb przedsiębiorców z branży motoryzacyjnej, samorządy i instytucje rynku pracy kierują do nich pomoc związaną z szeroko pojętym rynkiem pracy, stosując efektywne działania zaradcze. W oparciu o informacje napływające z przedsiębiorstw motoryzacyjnych, instytucje rynku pracy realizują programy mające na celu poprawę sytuacji branży na regionalnym rynku

	pracy, a także gromadzą i rozpowszechniają wiedzę dotyczącą zapotrzebowania pracodawców na wykwalifikowane kadry.
4	Sygnały płynące z gospodarki (w tym „centrum” przemysłu motoryzacyjnego oraz mikroprzedsiębiorstw) pozwalają na podejmowanie przez samorzady i instytucje rynku pracy, w tym publiczne służby zatrudnienia, czyli powiatowe urzędy pracy i Wojewódzki Urząd Pracy w Poznaniu, działań i realizację programów wpływających na tę gospodarkę w sposób motywujący i naprawczy (do przykładowych działań zaliczyć można: doradztwo zawodowe, pośrednictwo zawodowe, realizowanie programów mających na celu poprawę sytuacji na regionalnym rynku pracy, programy lokalne i rządowe organizowane przez powiatowe urzędy pracy).
5	Dostarczanie materiałów wytwórczych – zależność ta polega na dostarczeniu przez producentów niezbędnych do działania usług motoryzacyjnych części i akcesoriów. Części te, wytworzone przez produkcyjną część przemysłu motoryzacyjnego w Wielkopolsce, uzupełniają pulę materiałów dostarczanych przez producentów z innych regionów Polski oraz krajów i wykorzystywane są w bieżącej działalności. Zaznaczyć należy także, iż nie cała pula produkcji przeznaczana jest do użytku w usługach – część jest przeznaczona do dalszej sprzedaży przez pośredników, część natomiast jest używana przez samych producentów.
6	Pośrednie dostarczanie materiałów wytwórczych – ta zależność określa część dystrybucyjną wielkopolskiego przemysłu motoryzacyjnego jako pośredników pomiędzy produkcją części a przedsiębiorstwami usługowymi wykorzystującymi części i podzespoły w ramach prowadzonej działalności.
7	Dostarczanie materiałów wytwórczych – dostarczenie przez bezpośrednich producentów materiałów, części i podzespołów do pośredników, zajmujących się ich dalszą sprzedażą.
8	Transfer technologii i innowacji – „przenoszenie” wiedzy oraz wdrażanie innowacyjnych pomysłów i projektów przez wykształconą i kompetentną kadre.
9	Transfer wyższych kadr oraz wiedzy przez uczelnie wyższe, zarówno zasobów ludzkich w postaci absolwentów (kadry wyższego szczebla, inżynierowie), jak i wiedzy w celu jej zastosowania w przemyśle. Przemysł motoryzacyjny dostarcza szkołom wyższym nowoczesne technologie, możliwość organizowania praktyk i staży dla studentów, jak również informacje dotyczące zapotrzebowania na specjalistów w branży.
10	Transfer kadr niższego szczebla przez szkoły ponadgimnazjalne, zwłaszcza o profilu technicznym. Współpraca przemysłu motoryzacyjnego ze szkołami ponadgimnazjalnymi we współpracy z samorządami oraz dostarczanie materiałów, specjalistycznej wiedzy, organizowanie praktyk i staży dla uczniów, tworzenie klas patronackich oraz przekazywanie informacji dotyczących zapotrzebowania na specjalistów w branży.
11	Uczniowie – absolwenci szkół ponadgimnazjalnych podlegający dalszemu procesowi edukacji na uczelniach wyższych.
12	Kadry, wiedza podlegająca dalszej „obróbce” – doszczegóławianie wiedzy teoretycznej, „przekuwanie” jej na praktykę i dostosowywanie jej do potrzeb gospodarki.
13	Samorzady i instytucje rynku pracy przekazują szkołom ponadgimnazjalnym i uczelniom wyższym informacje dotyczące sytuacji na regionalnym rynku pracy oraz zapotrzebowania na pracowników w poszczególnych zawodach, które umożliwiają podejmowanie przez te jednostki adekwatnych dla potrzeb branży działań w zakresie kształcenia i dostarczania zasobów ludzkich.

6 PODSUMOWANIE

Komitet Regionów Komisji Europejskiej przyjął 18 czerwca 2009 r. Rezolucję w sprawie działań Unii Europejskiej podejmowanych w odpowiedzi na kryzys w sektorze motoryzacyjnym. W Rezolucji zwraca się między innymi uwagę na konieczność wypracowania wspólnego europejskiego podejścia do problemów przemysłu motoryzacyjnego, przy zaangażowaniu wszystkich zainteresowanych stron. Konieczność współpracy wielu partnerów uczestniczących w przemyśle motoryzacyjnym uprawniona jest skomplikowaną siecią zależności oraz powiązań pomiędzy podmiotami – przeprowadzone badania wskazały na szereg łańcuchów kooperacyjnych łączących, zarówno sferę przedsiębiorców, jak i otoczenie biznesu (najważniejszymi podmiotami są, prócz podmiotów gospodarczych w ramach przemysłu motoryzacyjnego, uczelnie wyższe, instytucje rynku pracy z wiodącymi w tej dziedzinie urzędami pracy, szkoły ponadgimnazjalne, centra B+R, samorządy terytorialne, organizacje działające w ramach Przedsiębiorczości Akademickiej).

Przemysł motoryzacyjny to jedna z najważniejszych gałęzi unijnej gospodarki, w których kłopoty dużych producentów oddziałują w sposób zwielokrotniony na kooperujące z nimi małe i średnie firmy. W sektorze dostawców sytuacja wygląda obecnie najgorzej. Spadają zamówienia, rosną zatory płatnicze, banki nie chcą udzielać przedsiębiorstwom z branży motoryzacyjnej kredytów. Według szacunków Komisji Europejskiej, w 2009 roku w przemyśle motoryzacyjnym może zostać zwolnionych około 1,5 miliona osób.

Kondycja wielkopolskich przedsiębiorców działających w ramach przemysłu motoryzacyjnego może zostać, na podstawie przeprowadzonego badania, określona jako dobra. Pomimo, iż spory odsetek respondentów dostrzega skutki kryzysu, prognozy zarówno długo-, jak i krótkoterminowe są w znacznej mierze optymistyczne. Pomimo faktu, iż przedsiębiorcy w Wielkopolsce zgłaszali podobne problemy, jakie widoczne są w przypadku gospodarek zachodnich, skala regionalnych problemów jest znacznie niższa. Respondenci, porównując sytuację w Wielkopolsce zarówno do reszty kraju, jak i do sytuacji globalnej deklarują lepszą koniunkturę w regionie, niż w innych analizowanych obszarach.

W związku z kryzysem i recesją gospodarek zachodnich, wielkopolski przemysł motoryzacyjny jawi się jako stabilny i budzący zaufanie, co stanowi dla niego szansę rozwoju. Podjęcie szeregu działań może skutkować wzrostem znaczenia przemysłu nie tylko w skali regionalnej, ale i europejskiej. Aby to osiągnąć, konieczna jest kooperacja całości branży wraz z otoczeniem pozabiznesowym. Taka koncepcja jest zgodna ze „Strategią horyzontalnej polityki przemysłowej”, która „ma stać się instrumentem, prowadzącym do porozumienia gospodarczego, społecznego i środowiskowego w budowaniu zrównoważonego rozwoju”. Strategia, podobnie jak założenia przyjęte w niniejszym dokumencie, zakładają konieczność kooperacji wszystkich podmiotów mieszczących się w ramach zagadnienia.

Przykładem dobrego współdziałania sektora publicznego i prywatnego jest Wielkopolski Klaster Motoryzacyjny. W jego działalności uczestniczą między innymi:

1. Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu,
2. Politechnika Poznańska,
3. Instytut Budownictwa, Mechanizacji i Elektryfikacji Rolnictwa,
4. Wielkopolska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, powołana przez samorząd województwa dla wspierania rozwoju gospodarczego regionu,
5. Nickel Technology Park Poznań Sp. z o.o.,
6. firmy z sektora motoryzacyjnego.

Do najważniejszych zadań klastra, które potraktować można jako przykład dobrych praktyk, należą:

1. Wizyty studyjne i międzynarodowe spotkania biznesowe.

2. Wyjazdy na zagraniczne targi motoryzacyjne.
3. Warsztaty dla przedsiębiorców.
4. Rozpowszechnianie informacji i promocję klastra.
5. Konferencje popularyzujące współpracę w ramach klastrów.
6. Przygotowanie wspólnych projektów badawczo-rozwojowych i szkoleniowych.

Działania te, popularyzujące współpracę publiczno-prywatną, przyczyniają się do rozpowszechniania idei kooperacji, wnosząc wymierne rezultaty w ramach przemysłu motoryzacyjnego. W celu poprawienia skuteczności działania klastra, zasadne jest nakłonienie wszystkich regionalnych podmiotów w dziedzinie produkcji pojazdów do udziału w nim.

Wynikające z badania konkluzje mające przyczynić się do ożywienia branży motoryzacyjnej w regionie, a także uodpornienia jej na skutki kryzysu i wahań koniunktury gospodarczej, powinny stać się przedmiotem szczególnej analizy i wniosków praktycznych Wielkopolskiego Klastra Motoryzacyjnego. Opracowanie praktycznych wniosków dla branży w regionie utrzyma miejsca pracy i złagodzi społeczne skutki kryzysu, a tym samym przyczyni się do realizacji Rezolucji Komitetu Regionów w sektorze motoryzacyjnym.

W celu rozwoju przemysłu konieczne jest również podejmowanie innych działań, które są już w części realizowane na terenie Wielkopolski. Do działań takich należy wspieranie i rozwijanie potencjału ludzkiego, na który składają się wykształcone i profesjonalnie przygotowane kadry. W celu zapewnienia jak największej konkurencyjności i jak najwyższego poziomu innowacyjności, szkoli się i doksztalca kadry już zatrudnione. Ponadto, w celu zapewnienia jak najwyższego poziomu kadr w przyszłości, realizowane są programy i działania mające na celu poprawę jakości i poziomu nauczania, co skutkować będzie nie tylko wzrostem kompetencji, ale i lepszym dopasowaniem do potrzeb rynkowo-gospodarczych. Na terenie wielkopolski dostosowuje się także infrastrukturę dydaktyczną do potrzeb nowoczesnych metod i wymagań edukacyjnych.

Jak wspomina Rezolucja Polityczna Komitetu Regionów w sprawie działań Unii Europejskiej podejmowanych w odpowiedzi na recesję gospodarczą, recesja gospodarcza w znacznej mierze przekłada się na problemy sektora małych i średnich firm. Na terenie Wielkopolski firmy te również charakteryzują się największym pesymizmem, jednakże dzięki otrzymywanemu wsparciu, głównie dzięki funduszom strukturalnym, są one w stanie sprostać wyzwaniom stawianym im w czasie kryzysu i przetrwać ten niekorzystny okres. Szkolenia dla kadry i personelu oraz bezpośrednie wspieranie przedsiębiorstw korzystnie wpływa na całość gospodarki, utrzymując liczbę pracujących, choć czasami może się to wiązać z opuszczeniem przez daną firmę sektora związanego z motoryzacją.

Prognoza, jaką przygotowano dla wielkopolskiego przemysłu motoryzacyjnego, stawia ten sektor w umiarkowanie optymistycznym świetle. Gałąź gospodarki, jaką jest przemysł motoryzacyjny w Wielkopolsce, pomimo fazy zwiększonego poziomu problemów, jest sektorem, który się rozwija. Charakteryzuje się on relatywnie wysokim poziomem wytwórczym oraz zaawansowanym potencjałem kadrowym z możliwościami rozwoju.

SPIS TABEL, WYKRESÓW I MAP

SPIS DIAGRAMÓW

Diagram 1. Zgłoszenia zwolnień grupowych, dokonane i zaniechane zwolnienia w Wielkopolsce w 2008 i 2009 roku.....	4
Diagram 2. Zgłoszone, dokonane i zaniechane zwolnienia w przemyśle motoryzacyjnym (wg sekcji PKD) w poszczególnych podregionach województwa wielkopolskiego w 2008 i 2009 roku.....	5

SPIS WYKRESÓW

Wykres 1. Wyniki analizy wskaźnikowej przedstawiające pozycję przemysłu motoryzacyjnego na tle sekcji PKD ze względu na liczbę zarejestrowanych podmiotów	31
Wykres 2. Wyniki analizy wskaźnikowej przedstawiające pozycję przemysłu motoryzacyjnego na tle sekcji PKD ze względu na liczbę nowo zarejestrowanych podmiotów	32
Wykres 3. Wyniki analizy wskaźnikowej przedstawiające pozycję przemysłu motoryzacyjnego na tle sekcji PKD ze względu na liczbę wyrejestrowanych podmiotów	33
Wykres 4. Wyniki analizy wskaźnikowej przedstawiające pozycję przemysłu motoryzacyjnego na tle sekcji PKD ze względu na liczbę pracujących osób.....	34
Wykres 5. Wyniki analizy wskaźnikowej przedstawiające pozycję przemysłu motoryzacyjnego na tle sekcji PKD ze względu na wysokość nakładów inwestycyjnych.....	34
Wykres 6. Wyniki analizy wskaźnikowej przedstawiające pozycję przemysłu motoryzacyjnego na tle sekcji PKD ze względu na wartość środków trwałych.....	35
Wykres 7. Zbiorczy wynik analizy wskaźnikowej przedstawiające pozycję przemysłu motoryzacyjnego na tle sekcji PKD	35
Wykres 8. Produkcja sprzedana przemysłu ogółem w roku 2007.....	36
Wykres 9. Charakterystyka części produkcyjnej i dystrybucyjnej przemysłu motoryzacyjnego w płaszczyźnie technologicznej, gospodarczej i organizacyjnej.....	37
Wykres 10. Struktura badanych przedsiębiorstw ze względu na wielkość zatrudnienia [N=500].....	38
Wykres 11. Struktura przedsiębiorstw za względu na lokalizację w podregionach województwa wielkopolskiego	38
Wykres 12. Struktura badanych przedsiębiorstw ze względu na typ prowadzonej działalności.....	39
Wykres 13. Struktura badanych przedsiębiorstw ze względu na formę prawną.....	39
Wykres 14. Struktura badanych przedsiębiorstw ze względu na rok założenia firmy.	40
Wykres 15. Struktura badanych przedsiębiorstw ze względu na główne rynki zbytu.	40
Wykres 16. Sytuacja wielkopolskiego przemysłu motoryzacyjnego w porównaniu do ogólnego poziomu całego przemysłu w Wielkopolsce [N=500]	41
Wykres 17. Ogólna ocena przemysłu motoryzacyjnego na świecie, w Polsce i Wielkopolsce [N=500]	42
Wykres 18. Ocena tendencji w ramach przemysłu motoryzacyjnego na świecie, w Polsce i Wielkopolsce [N=500].....	43
Wykres 19. Znaczenie przemysłu motoryzacyjnego na tle całości gospodarki. [N=500]	45
Wykres 20. Ocena kondycji firmy. [N=500].....	45
Wykres 21. Ocena prognozowanego rozwoju firmy w perspektywie 3 lat. [N=500]..	46
Wykres 22. Ocena prognozowanego rozwoju firmy do roku 2020. [N=500].....	48
Wykres 23. Lista problemów zgłaszanych przez osoby ankietowane. [N=500].....	49

Wykres 24. Lista prognozowanych problemów zgłaszanych przez osoby ankietowane. [N=500].....	51
Wykres 25. Prognozowany wynik finansowy w odniesieniu do roku poprzedniego...	52
Wykres 26. Dostrzeganie skutków kryzysu gospodarczego w przedsiębiorstwach działających w ramach przemysłu motoryzacyjnego.....	52
Wykres 27. Skutki kryzysu gospodarczego w przedsiębiorstwach związanych z branżą motoryzacyjną [N=308].....	53
Wykres 28. Szacowany czas trwania kryzysu gospodarczego. [N=308].....	54
Wykres 29. Działania zaradcze podejmowane przez przedsiębiorstwa działające w ramach przemysłu motoryzacyjnego w związku z recesją gospodarczą. [N=308].....	54
Wykres 30. Średnia ocena istotności czynników wpływających na rozwój przedsiębiorstwa w czasie kryzysu.	55
Wykres 31. Odsetek firm ubiegających się o dofinansowanie w ramach funduszy strukturalnych Unii Europejskiej.	55
Wykres 32. Skuteczność składania aplikacji dotyczących dofinansowania z funduszu Unii Europejskiej.....	56
Wykres 33. Struktura programów, z których ankietowani otrzymali wsparcie.	56
Wykres 34. Cele, na które przeznaczone były/miały być środki przyznane z funduszy strukturalnych Unii Europejskiej.	57
Wykres 35. Powody rezygnacji z dofinansowania pochodzącego z funduszy strukturalnych Unii Europejskiej.	58
Wykres 36. Struktura pracowników w badanych przedsiębiorstwach ze względu na formę zatrudnienia.....	58
Wykres 37. Struktura pracowników w badanych przedsiębiorstwach ze względu na wykształcenie pracowników.	59
Wykres 38. Struktura pracowników w badanych przedsiębiorstwach ze względu na staż pracy.....	59
Wykres 39. Struktura pracowników w badanych przedsiębiorstwach ze względu na charakter wykonywanej pracy.....	60
Wykres 40. Struktura pracowników w badanych przedsiębiorstwach ze względu na miesięczne zarobki.....	60
Wykres 41. Zmiany poziomu zatrudnienia w przeciągu dwóch ostatnich lat.....	61
Wykres 42. Przyczyny decydujące o zatrudnieniu nowych pracowników.	62
Wykres 43. Struktura wykształcenia nowo przyjętych pracowników.....	62
Wykres 44. Powody zwolnień pracowników.....	63
Wykres 45. Struktura wykształcenia zwalnianych pracowników.....	64
Wykres 46. Bariery uniemożliwiające zatrudnienie nowych pracowników.....	65
Wykres 47. Odsetek planowanych pracowników przyjmowanych i zwalnianych z podziałem na wykształcenie.....	65
Wykres 48. Prognozowane zmiany wynagrodzeń w przeciągu najbliższych 12 miesięcy.....	66
Wykres 49. Typy szkół z którymi kooperują respondenci.....	67
Wykres 50. Główny zakres współpracy podmiotów gospodarczych z instytucjami edukacyjnymi.....	68
Wykres 51. Branże, w których respondenci przewidują największy spadek współpracy.....	69
Wykres 52. Branże, w których respondenci przewidują największy wzrost współpracy.....	70
Wykres 53. Struktura tematyki szkoleń mających miejsce w ankietowanych przedsiębiorstwach.....	71

Wykres 54. Organizatorzy szkoleń w ankietowanych przedsiębiorstwach.....	71
Wykres 55. Zyski z przeprowadzonych szkoleń.....	72
Wykres 56. Instytucje rynku pracy z którymi współpracowały osoby badane.....	73
Wykres 57. Obszary współpracy osób badanych z instytucjami rynku pracy.....	73
Wykres 58. Oczekiwane wsparcie od instytucji rynku pracy.....	74
Wykres 59. Postulowane przez respondentów działania władz na szczeblu centralnym.....	74

SPIS TABEL

Tabela 1. Lista użytych w analizie wskaźnikowej zakresów danych.....	29
Tabela 2. Grupy sekcji PKD porównywane do przemysłu motoryzacyjnego w ramach analizy wskaźnikowej.....	30
Tabela 3. Opinie dotyczące stanu przemysłu motoryzacyjnego w Wielkopolsce oraz kooperantów działających w ramach przemysłu tego rodzaju. [N=500].....	44
Tabela 4. Lista problemów zgłaszanych przez osoby ankietowane według wielkości zatrudnienia oraz według podregionów województwa wielkopolskiego [N=500].....	50
Tabela 5. Lista problemów zgłaszanych przez osoby ankietowane według głównego zakresu prowadzonej działalności [N=500].....	50
Tabela 6. Stanowiska, na które przyjęto w ciągu dwóch ostatnich lat nowych pracowników.....	61
Tabela 7. Stanowiska, z których zwolniono w ciągu dwóch ostatnich lat najwięcej pracowników.....	63
Tabela 8. Lista zawodów w których pracodawcy szukać będą pracowników w ciągu najbliższych 12 miesięcy.....	64
Tabela 9. Oczekiwania pracodawców.....	67
Tabela 10. Główni współpracownicy.....	69

SPIS MAP

Mapa 1. Liczba zgłoszonych i dokonanych zwolnień grupowych w 2008 roku w Wielkopolsce.....	6
Mapa 2. Liczba zgłoszonych i dokonanych zwolnień grupowych w 2009 roku w Wielkopolsce.....	7
Mapa 3. Podział województwa wielkopolskiego na podregiony.....	10

WZÓR ANKIETY

„Charakterystyka przemysłu motoryzacyjnego w Wielkopolsce i strategia jego rozwoju” [553-1]

Dzień dobry, nazywam się (...) Jestem pracownikiem firmy badawczej Public Profits z Poznania, która na zlecenie Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Poznaniu prowadzi badania pn. „Charakterystyka przemysłu motoryzacyjnego w Wielkopolsce i strategia jego rozwoju”. Badanie to, poprzez scharakteryzowanie przemysłu motoryzacyjnego w Wielkopolsce i określenie miejsca branży motoryzacyjnej w gospodarce regionu, wyznaczy rolę przemysłu motoryzacyjnego dla regionalnego rynku pracy na lata 2010 – 2020, pomoże stworzyć strategię rozwoju przemysłu motoryzacyjnego w Wielkopolsce a także określi metody i narzędzia regionalnej polityki wspomagania rozwoju przemysłu.

Nasza rozmowa potrwa około 30 minut. Bardzo zależy mi na tym, aby P. odpowiedzi były otwarte i szczerze. Od tego bowiem zależy prawdziwa wartość naszego badania i jego praktyczna przydatność. Wyniki tego badania mają dopomóc w ustaleniu tego jak jest. Przede wszystkim jednak, mają one stać się podstawą rekomendacji oraz wypracowania metod i narzędzi regionalnej polityki wspomagania rozwoju przemysłu.

Oczywiście - niniejsza ankieta ma charakter całkowicie anonimowy. Jej rezultaty posłużą nam wyłącznie do sporządzenia zbiorczych zestawień statystycznych. Żaden z uczestników badania nie będzie w żadnym razie rozpoznawalny w końcowym raporcie jako konkretna osoba, która reprezentuje konkretne przedsiębiorstwo bądź instytucję.

REKRUTACJA – zgodnie z założeniami próby																																																												
R1. NAZWA PODKLASY PKD Z BAZY <input style="width: 100%; height: 20px;" type="text"/>	R2. NUMER ID BAZY <input style="width: 100%; height: 20px;" type="text"/>	R3. SEKTOR WŁASNOŚCI <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 60%;">Publiczny</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">→</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">1</td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> </tr> <tr> <td>Prywatny</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td style="text-align: center;">2</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>				Publiczny	→	1			Prywatny	→	2																																															
Publiczny	→	1																																																										
Prywatny	→	2																																																										
R4. WIELKOŚĆ ZATRUDNIENIA/ ZGODNIE Z BAZĄ <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 60%;">Do 9 pracowników</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">→</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">1</td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> </tr> <tr> <td>Od 10 do 49 pracowników</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td style="text-align: center;">2</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Od 50 do 249 pracowników</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td style="text-align: center;">3</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Od 250 do 999 pracowników</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td style="text-align: center;">4</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Powyżej 1000 zatrudnionych</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td style="text-align: center;">5</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>			Do 9 pracowników	→	1			Od 10 do 49 pracowników	→	2			Od 50 do 249 pracowników	→	3			Od 250 do 999 pracowników	→	4			Powyżej 1000 zatrudnionych	→	5			R5. PODREGION/ ZGODNIE Z BAZĄ <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 60%;">kaliski</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">→</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">1</td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> </tr> <tr> <td>koniński</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td style="text-align: center;">2</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>leszczyński</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td style="text-align: center;">3</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>pilski</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td style="text-align: center;">4</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>poznański</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td style="text-align: center;">5</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>m. Poznań</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td style="text-align: center;">6</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>			kaliski	→	1			koniński	→	2			leszczyński	→	3			pilski	→	4			poznański	→	5			m. Poznań	→	6		
Do 9 pracowników	→	1																																																										
Od 10 do 49 pracowników	→	2																																																										
Od 50 do 249 pracowników	→	3																																																										
Od 250 do 999 pracowników	→	4																																																										
Powyżej 1000 zatrudnionych	→	5																																																										
kaliski	→	1																																																										
koniński	→	2																																																										
leszczyński	→	3																																																										
pilski	→	4																																																										
poznański	→	5																																																										
m. Poznań	→	6																																																										
R6. GŁÓWNY ZAKRES DZIAŁALNOŚCI P. PRZEDSIĘBIORSTWA <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 80%;">Produkcja pojazdów samochodowych, z wyłączeniem motocykli</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">→</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">1</td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> </tr> <tr> <td>Produkcja nadwozi do pojazdów silnikowych; produkcja przyczep i naczep</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td style="text-align: center;">2</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Produkcja części i akcesoriów do pojazdów silnikowych</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td style="text-align: center;">3</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Sprzedaż hurtowa i detaliczna części i akcesoriów do pojazdów samochodowych, z wyłączeniem motocykli</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td style="text-align: center;">4</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Sprzedaż hurtowa i detaliczna motocykli, ich naprawa i konserwacja oraz sprzedaż hurtowa i detaliczna części i akcesoriów do nich</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td style="text-align: center;">5</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Produkcja motocykli</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td style="text-align: center;">6</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>						Produkcja pojazdów samochodowych, z wyłączeniem motocykli	→	1			Produkcja nadwozi do pojazdów silnikowych; produkcja przyczep i naczep	→	2			Produkcja części i akcesoriów do pojazdów silnikowych	→	3			Sprzedaż hurtowa i detaliczna części i akcesoriów do pojazdów samochodowych, z wyłączeniem motocykli	→	4			Sprzedaż hurtowa i detaliczna motocykli, ich naprawa i konserwacja oraz sprzedaż hurtowa i detaliczna części i akcesoriów do nich	→	5			Produkcja motocykli	→	6																											
Produkcja pojazdów samochodowych, z wyłączeniem motocykli	→	1																																																										
Produkcja nadwozi do pojazdów silnikowych; produkcja przyczep i naczep	→	2																																																										
Produkcja części i akcesoriów do pojazdów silnikowych	→	3																																																										
Sprzedaż hurtowa i detaliczna części i akcesoriów do pojazdów samochodowych, z wyłączeniem motocykli	→	4																																																										
Sprzedaż hurtowa i detaliczna motocykli, ich naprawa i konserwacja oraz sprzedaż hurtowa i detaliczna części i akcesoriów do nich	→	5																																																										
Produkcja motocykli	→	6																																																										
BEZPOŚREDNI WYWIAD KWESTIONARIUSZOWY																																																												
I. OGÓLNA OCENA I ROZUMIENIE PRZEMYSŁU MOTORYZACYJNEGO																																																												
1. Sytuacja wielkopolskiego przemysłu motoryzacyjnego jest w porównaniu do ogólnego poziomu całego przemysłu w Wielkopolsce: <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <tr> <td style="width: 60%;">Zdecydowanie gorsza</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">→</td> <td style="width: 10%; text-align: center;">1</td> <td style="width: 10%;"></td> <td style="width: 10%;"></td> </tr> <tr> <td>Gorsza</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td style="text-align: center;">2</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Taka sama</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td style="text-align: center;">3</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Lepsza</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td style="text-align: center;">4</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Zdecydowanie lepsza</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td style="text-align: center;">5</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>						Zdecydowanie gorsza	→	1			Gorsza	→	2			Taka sama	→	3			Lepsza	→	4			Zdecydowanie lepsza	→	5																																
Zdecydowanie gorsza	→	1																																																										
Gorsza	→	2																																																										
Taka sama	→	3																																																										
Lepsza	→	4																																																										
Zdecydowanie lepsza	→	5																																																										

Nie mam zdania [Ankieter: nie czytać!]		→ 6				
2. Jak ocenia P. ogólną sytuację przemysłu motoryzacyjnego:						
	Zdecydowa nie zła	Zła	Umiarkowana	Dobra	Zdecydowanie dobra	Nie mam zdania
Na świecie	1	2	3	4	5	6
W Polsce	1	2	3	4	5	6
W Wielkopolsce	1	2	3	4	5	6
3. Jak ocenia P. tendencje związane z przemysłem motoryzacyjnym:						
	Jest w zdecydowanej regresji	Jest w regresji	Jest stabilny	Rozwija się	Zdecydowani e się rozwija	Nie mam zdania
Na świecie	1	2	3	4	5	6
W Polsce	1	2	3	4	5	6
W Wielkopolsce	1	2	3	4	5	6
4. Jak P. ocenia znaczenie przemysłu motoryzacyjnego na tle całości gospodarki:						
	Zdecydowanie mało znaczący	Mało znaczący	Obojętny	Istotny	Zdecydowanie istotny	Nie mam zdania
Na świecie	1	2	3	4	5	6
W Polsce	1	2	3	4	5	6
W Wielkopolsce	1	2	3	4	5	6
5. Prosimy o odpowiedź, do jakiego stopnia zgadza się P. z następującymi opiniami dotyczącymi <u>przemysłu motoryzacyjnego w Wielkopolsce oraz kooperantów działających w ramach przemysłu tego rodzaju:</u>						
Opinia	Zdecydowanie zgadzam się	Raczej zgadzam się	Raczej nie zgadzam się	Zdecydowanie nie zgadzam się	Trudno powiedzi eć	
a. Przemysł motoryzacyjny jest w dobrej kondycji	4	3	2	1	0	
b. Przemysł motoryzacyjny wszedł w fazę kryzysu	4	3	2	1	0	
c. Przemysł motoryzacyjny wchodzi w fazę kryzysu	4	3	2	1	0	
d. Kryzys gospodarczy negatywnie odbije się na wielkopolskich przedsiębiorstwach w branży motoryzacyjnej	4	3	2	1	0	
e. Kryzys spowoduje, że drastycznie spadnie wartość zamówień	4	3	2	1	0	
f. Skutki kryzysu dotkną wielkopolski przemysł motoryzacyjny dopiero za kilka miesięcy	4	3	2	1	0	
g. Wielkopolskie przedsiębiorstwa branży motoryzacyjnej i jej kooperanci nie muszą obawiać się kryzysu, który będzie krótkotrwały i nie przyniesie takich negatywnych skutków, o jakich donoszą media	4	3	2	1	0	
II. AKTUALNA SYTUACJA PRZEDSIĘBIORSTWA						

RAPORT Z BADANIA
CHARAKTERYSTYKA PRZEMYSŁU MOTORYZACYJNEGO W WIELKOPOLSCE I STRATEGIA JEGO ROZWOJU

6. Jak aktualnie oceniają Państwo kondycję swojej firmy?	Bardzo dobrze	→	5
	Dobrze	→	4
	Przeciętnie	→	3
	Raczej zła	→	2
	Bardzo zła	→	1
	<i>Trudno powiedzieć [nie czytać]</i>	→	0
7. Jak P. ocenia perspektywy firmy/instytucji na najbliższe trzy lata?	Firma będzie się liniowo rozwijać	→	1
	Firma utrzyma się na obecnym poziomie rozwoju	→	2
	Firma będzie ograniczać swoją działalność	→	3
	Firma zostanie zlikwidowana	→	4
	<i>Trudno powiedzieć [nie czytać]</i>	→	5
8. Jak P. ocenia perspektywy firmy/instytucji do roku 2020?	Firma będzie się liniowo rozwijać	→	1
	Firma utrzyma się na obecnym poziomie rozwoju	→	2
	Firma będzie ograniczać swoją działalność	→	3
	Firma zostanie zlikwidowana	→	4
	<i>Trudno powiedzieć [nie czytać]</i>	→	5
9. Czy Państwa firma przeżywa aktualnie... <i>[ANKIETER: Możliwość wskazania maksymalnie trzech największych problemów]</i>	Problemy z kredytowaniem	→	1
	Problemy z płynnością finansową	→	2
	Problemy z brakiem pracowników	→	3
	Problemy z wysokimi kosztami/obciążeniami płac składkami ZUS i NFZ	→	4
	Problemy z obniżonym popytem na produkty/usługi firmy	→	5
	Problemy z obniżonym eksportem	→	6
	Problemy z kooperacją (niewiarygodni kooperanci)	→	7
	Firma nie przeżywa żadnych trudności	→	8
	Inne problemy, jakie?	→	
10. Czy spodziewa się P. polepszenia wyników finansowych z ubiegłego roku?	Tak	→	1
	Nie	→	2
	<i>Trudno powiedzieć [nie czytać]</i>	→	0
	<i>Odmowa odpowiedzi [nie czytać]</i>	→	77
11. Jakich problemów związanych z funkcjonowaniem przedsiębiorstwa spodziewa się P. w najbliższym 12 miesięcznym okresie? <i>[ANKIETER: Możliwość wskazania maksymalnie trzech największych problemów]</i>	Problem z kredytowaniem	→	1
	Problem z płynnością finansową	→	2
	Problem z brakiem pracowników	→	3
	Problem z wysokimi kosztami/obciążeniami płac składkami ZUS i NFZ	→	4
	Problem z obniżonym popytem na produkty/usługi firmy	→	5
	Problem z obniżonym eksportem	→	6
	Problem z kooperacją (niewiarygodni kooperanci)	→	7
	Żadnych/ nie spodziewam się problemów	→	8
	Inne problemy, jakie?	→	
III. WPLYW KRYZYSU GOSPODARCZEGO NA SYTAUCJĘ W FIRMIE			
12. Czy dostrzega P. w swoim przedsiębiorstwie skutki kryzysu gospodarczego?	Tak ⇒ Zadać pyt. 13	→	1
	Nie ⇒ Przejsć do pyt. 17	→	2
	<i>Trudno powiedzieć [nie czytać]</i>	→	0
	<i>Odmowa odpowiedzi [nie czytać]</i>	→	77
13. Jakie skutki kryzysu dostrzega P. w przedsiębiorstwie?	Redukcja etatów	→	1
	Redukcja inwestycji	→	2
	Redukcja produkcji	→	3
	Spadek zamówień	→	4
	Inne, jakie?	→	
14. Ile miesięcy temu zauważył/a P. pierwsze symptomy kryzysu?	<input type="text"/>	<input type="text"/>	

RAPORT Z BADANIA
CHARAKTERYSTYKA PRZEMYSŁU MOTORYZACYJNEGO W WIELKOPOLSCE I STRATEGIA JEGO ROZWOJU

15. Jak P. sądzi kiedy skończy się kryzys gospodarczy?	W ciągu 3 miesięcy	→	1												
	W ciągu 6 miesięcy	→	2												
	W ciągu roku	→	3												
	Będzie trwał 2-3 lata	→	4												
	Będzie trwał dłużej niż 3 lata	→	5												
	<i>Trudno powiedzieć [nie czytać]</i>	→	0												
	<i>Odmowa odpowiedzi [nie czytać]</i>	→	77												
16. Jakiego typu działania podejmują P., aby ustrzec się przed kryzysem? <i>[Możliwość udzielenia wielokrotnej odpowiedzi]</i>	Redukcja etatów	→	1												
	Redukcja inwestycji	→	2												
	Redukcja produkcji	→	3												
	Przebranzżowanie	→	4												
	Nie podejmujemy żadnych działań	→	5												
	Inne, jakie?	→													
17. Czy kryzys finansowy może być szansą rozwoju przedsiębiorstwa?	Tak ⇒ Zadać pyt. 18	→	1												
	Nie ⇒ Przejdź do pyt. 19	→	2												
	<i>Trudno powiedzieć [nie czytać]</i>	→	0												
	<i>Odmowa odpowiedzi [nie czytać]</i>	→	77												
18. Odczytam P. listę czynników, które mogą wpłynąć na rozwój przedsiębiorstwa, również w czasie kryzysu. Proszę o <u>uszeregowanie</u> tych czynników w kolejności od najważniejszego, do najmniej ważnego. <i>[ANKIETER: wpisać nr porządkowy przy każdym czynniku]</i>	Wzrost popytu	→													
	Zmniejszenie kosztów (w tym kosztów pracy)	→													
	Wzrost kompetencji pracowników	→													
	Poszerzenie oferty firmy	→													
	Pozyskanie kapitału na inwestycje	→													
	Inne, jakie?	→													
IV. ŚRODKI UNII EUROPEJSKIEJ															
19. Czy P. firma ubiegała się w ostatnich latach o dofinansowanie ze środków Unii Europejskiej?	Tak	→	1	<i>przejdź do pyt. 20</i>											
	Nie	→	2	<i>przejdź do pyt. 24</i>											
	<i>Odmowa odpowiedzi [nie czytać]</i>	→	77	<i>przejdź do pyt. 25</i>											
20. Czy firma uzyskała dofinansowanie ze środków Unii Europejskiej?	Tak, w ramach każdej złożonej aplikacji	→	1												
	Tak, w ramach nie wszystkich aplikacji	→	2												
	Nie uzyskała wsparcia	→	3	Przejdź do pyt. 22											
21. Z jakich programów P. firma uzyskała wsparcie? <i>[Możliwość udzielenia wielokrotnej odpowiedzi]</i>	Europejski Fundusz Społeczny (EFS)	→	1												
	ZPORR	→	2												
	PO Kapitał Ludzki	→	3												
	PO Innowacyjna Gospodarka	→	4												
	Fundusze PHARE	→	5												
	SPO Wzrost Konkurencyjności Przedsiębiorstw	→	6												
	Regionalny Program Operacyjny (RPO)	→	8												
	Inne, jakie?	→													
22. Na co przeznaczone były/ miały być przeznaczone środki uzyskane z programów i funduszy unijnych? <i>[Możliwość udzielenia wielokrotnej odpowiedzi]</i> <i>ANKIETER: po udzieleniu odpowiedzi na to pytanie w przypadku jeśli w pyt. 20 wybrano odpowiedź 3. „nie uzyskała wsparcia” należy przejść do pyt. 25]</i>	Szkolenia pracowników	→	1												
	Zakup nowych maszyn i urządzeń	→	2												
	Doradztwo	→	3												
	Wdrożenie nowych technologii	→	4												
	Założenie przedsiębiorstwa	→	5												
	Inne, jakie?	→													
23. Jaka była wielkość wsparcia uzyskanego ze środków unijnych? (w złotych brutto)	<table border="1" style="width: 100%; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 10%;"> </td> <td style="width: 10%;"> </td> <td style="width: 10%;"> </td> <td style="width: 10%;"> </td> <td style="width: 10%;"> </td> <td style="width: 10%;"> </td> <td style="width: 10%;"> </td> <td style="width: 10%;"> </td> <td style="width: 10%;"> </td> <td style="width: 10%;"> </td> <td>zł brutto</td> </tr> </table>														zł brutto
										zł brutto					

24. Dlaczego P. firma nie aplikowała o dofinansowanie przedsiębiorstwa ze środków Unii Europejskiej?	Nie ma takiej potrzeby	→	1	
	Brak kompetencji potrzebnych do opracowania wniosku	→	2	
	Brak zainteresowania środkami unijnymi	→	3	
	Obawa przed unijną biurokracją	→	4	
	Brak znajomości programów skierowanych do takich firm jak ta, którą zarządzam	→	5	
	<i>Trudno powiedzieć [nie czytać]</i>	→	0	
	Inne, jakie?	→		
V. STRUKTURA STANOWISK PRACY				
25. Proszę powiedzieć ile dokładnie osób pracuje w P. firmie?	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> osoby/ osób			
26. Prosimy o podanie liczby osób aktualnie zatrudnionych według następujących kategorii:	Osoby zatrudnione na umowę o pracę na czas nieokreślony	→		
	Osoby zatrudnione na umowę o pracę na czas określony	→		
	Osoby zatrudnione na umowę zlecenie	→		
	Osoby zatrudnione na umowę o dzieło	→		
	Inne formy zatrudnienia – jakie?	→		
27. Prosimy o podanie liczby osób aktualnie zatrudnionych z następujących kategorii wykształcenia:	Podstawowym	→		
	Zasadniczym zawodowym	→		
	Średnim zawodowym (absolwenci technikum, liceum profilowanego)			
	Średnim ogólnym	→		
	Wyższym licencjackim, inżynierskim i magisterskim technicznym	→		
	Wyższym licencjackim, magisterskim nietechnicznym	→		
28. Prosimy o podanie liczby osób aktualnie zatrudnionych ze względu na staż pracy:	Poniżej 3 miesięcy	→		
	Do 6 miesięcy	→		
	Do 12 miesięcy	→		
	Do 3 lat	→		
	Do 5 lat	→		
	Do 10 lat	→		
	Powyżej 10 lat	→		
29. Prosimy o podanie liczby osób aktualnie zatrudnionych ze względu na charakter pracownika:	Pracownicy merytoryczni	→		
	Pracownicy merytoryczno-techniczni	→		
	Pracownicy techniczni	→		
	Pracownicy fizyczni	→		
30. Prosimy o podanie liczby osób aktualnie zatrudnionych ze względu na miesięczne wynagrodzenie brutto w wysokości:	Poniżej 1300 zł	→		
	Do 2000 złotych	→		
	Do 3000 złotych	→		
	Do 5000 złotych	→		
	Do 10 tys. złotych	→		
	Powyżej 10 tys. złotych	→		
	<i>Odmowa odpowiedzi [nie czytać]</i>	→		
VI. ZMIANY W POZIOMIE ZATRUDNIENIA W PRZESZŁOŚCI (w ciągu ostatnich dwóch lat)				
31. Jak zmienił się poziom zatrudnienia w P. firmie w okresie ostatnich 2 lat?	Wzrósł	→	1	
	Nie zmienił się	→	2	
	Zmalał	→	3	
	<i>Trudno powiedzieć [nie czytać]</i>	→	0	
32. Czy w okresie ostatnich dwóch lat zatrudniono nowych pracowników?	Tak	→	1	<i>przejdź do pyt. 33</i>
	Nie	→	2	<i>przejdź do pyt. 36</i>
33. Jakimi były warunki, na których przyjęto do pracy nowego pracownika?				
Zawód/ Nazwa stanowiska	Liczba pracowników	Na jak długi okres zatrudniono tego pracownika (ANKIETER: podać w miesiącach lub wpisać czas)		

			<i>nieokreślony)</i>																																																								
a.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																									
b.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																									
c.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																									
d.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																									
e.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																									
<p>34. Które z wymienionych czynników zadecydowały o zatrudnieniu nowych pracowników?</p> <p><i>ANKIETER: Proszę zaznaczyć nie więcej niż 3 odpowiedzi</i></p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>Wzrost popytu na produkty/ usługi firmy</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td style="text-align: center;">1</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Wprowadzenie na rynek nowych produktów/usług firmy</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td style="text-align: center;">2</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Wprowadzenie nowych technologii</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td style="text-align: center;">3</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Rotacja zatrudnienia</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td style="text-align: center;">4</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Potrzeba rekrutacji nowych pracowników ze specyficznymi kwalifikacjami</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td style="text-align: center;">5</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Wprowadzenie elastycznych form zatrudnienia</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td style="text-align: center;">6</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Restrukturyzacja, przemiany w firmie</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td style="text-align: center;">7</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Przejęcie innej firmy</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td style="text-align: center;">8</td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Inne, jakie?</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>					Wzrost popytu na produkty/ usługi firmy	→	1				Wprowadzenie na rynek nowych produktów/usług firmy	→	2				Wprowadzenie nowych technologii	→	3				Rotacja zatrudnienia	→	4				Potrzeba rekrutacji nowych pracowników ze specyficznymi kwalifikacjami	→	5				Wprowadzenie elastycznych form zatrudnienia	→	6				Restrukturyzacja, przemiany w firmie	→	7				Przejęcie innej firmy	→	8				Inne, jakie?	→				
	Wzrost popytu na produkty/ usługi firmy	→	1																																																								
	Wprowadzenie na rynek nowych produktów/usług firmy	→	2																																																								
	Wprowadzenie nowych technologii	→	3																																																								
	Rotacja zatrudnienia	→	4																																																								
	Potrzeba rekrutacji nowych pracowników ze specyficznymi kwalifikacjami	→	5																																																								
	Wprowadzenie elastycznych form zatrudnienia	→	6																																																								
	Restrukturyzacja, przemiany w firmie	→	7																																																								
	Przejęcie innej firmy	→	8																																																								
Inne, jakie?	→																																																										
<p>35. Prosimy o podanie liczby osób zatrudnionych w ciągu ostatnich 2 lat ze względu na poziom wykształcenia:</p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>Podstawowym</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Zasadniczym zawodowym</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Średnim zawodowym (absolwenci technikum, liceum profilowanego)</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Średnim ogólnym</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Wyższym licencjackim, inżynierskim i magisterskim technicznym</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Wyższym licencjackim, magisterskim nietechnicznym</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>					Podstawowym	→					Zasadniczym zawodowym	→					Średnim zawodowym (absolwenci technikum, liceum profilowanego)						Średnim ogólnym	→					Wyższym licencjackim, inżynierskim i magisterskim technicznym	→					Wyższym licencjackim, magisterskim nietechnicznym	→																						
	Podstawowym	→																																																									
	Zasadniczym zawodowym	→																																																									
	Średnim zawodowym (absolwenci technikum, liceum profilowanego)																																																										
	Średnim ogólnym	→																																																									
	Wyższym licencjackim, inżynierskim i magisterskim technicznym	→																																																									
Wyższym licencjackim, magisterskim nietechnicznym	→																																																										
<p>36. Czy w okresie ostatnich 2 lat z firmy odeszli/zostali zwolnieni pracownicy?</p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>Tak</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td style="text-align: center;">1</td> <td colspan="3"><i>przejdź do pyt. 37</i></td> </tr> <tr> <td>Nie</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td style="text-align: center;">2</td> <td colspan="3"><i>przejdź do pyt. 41</i></td> </tr> </table>					Tak	→	1	<i>przejdź do pyt. 37</i>			Nie	→	2	<i>przejdź do pyt. 41</i>																																												
	Tak	→	1	<i>przejdź do pyt. 37</i>																																																							
Nie	→	2	<i>przejdź do pyt. 41</i>																																																								
<p>37. Jakich stanowisk/ jakich zawodów dotyczyły zwolnienia w ciągu ostatnich 2 lat?</p>	Nazwa stanowiska/ zawodu		Liczba pracowników																																																								
	a.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																								
	b.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																								
	c.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																								
	d.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>																																																								
<p>38. Z jakiego powodu zwolniono tych pracowników</p> <p><i>[Możliwość udzielenia wielokrotnej odpowiedzi]</i></p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>Spadek popytu na produkty/ usługi P. firmy</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td style="text-align: center;">1</td> <td colspan="3" rowspan="8" style="text-align: center; vertical-align: middle;"><i>przejdź do pyt. 40</i></td> </tr> <tr> <td>Ograniczenie działalności w wyniku problemów z uzyskaniem kredytu</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td style="text-align: center;">2</td> </tr> <tr> <td>Wzrost kosztów pracy</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td style="text-align: center;">3</td> </tr> <tr> <td>Zmiana kursu walutowego</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td style="text-align: center;">4</td> </tr> <tr> <td>Niezadowolenie z pracownika</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td style="text-align: center;">5</td> </tr> <tr> <td>Niesprzyjające regulacje prawne</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td style="text-align: center;">6</td> </tr> <tr> <td>Fuzja, przejęcie przez inną firmę</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td style="text-align: center;">7</td> </tr> <tr> <td>Restrukturyzacja, przemiany w firmie</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td style="text-align: center;">8</td> </tr> <tr> <td>Odejście pracownika na własną prośbę</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td style="text-align: center;">9</td> <td colspan="3" style="text-align: center;"><i>przejdź do pyt. 39</i></td> </tr> <tr> <td>Inne, jakie?</td> <td style="text-align: center;">→</td> <td></td> <td colspan="3" style="text-align: center;"><i>przejdź do pyt. 40</i></td> </tr> </table>					Spadek popytu na produkty/ usługi P. firmy	→	1	<i>przejdź do pyt. 40</i>			Ograniczenie działalności w wyniku problemów z uzyskaniem kredytu	→	2	Wzrost kosztów pracy	→	3	Zmiana kursu walutowego	→	4	Niezadowolenie z pracownika	→	5	Niesprzyjające regulacje prawne	→	6	Fuzja, przejęcie przez inną firmę	→	7	Restrukturyzacja, przemiany w firmie	→	8	Odejście pracownika na własną prośbę	→	9	<i>przejdź do pyt. 39</i>			Inne, jakie?	→		<i>przejdź do pyt. 40</i>																	
	Spadek popytu na produkty/ usługi P. firmy	→	1	<i>przejdź do pyt. 40</i>																																																							
	Ograniczenie działalności w wyniku problemów z uzyskaniem kredytu	→	2																																																								
	Wzrost kosztów pracy	→	3																																																								
	Zmiana kursu walutowego	→	4																																																								
	Niezadowolenie z pracownika	→	5																																																								
	Niesprzyjające regulacje prawne	→	6																																																								
	Fuzja, przejęcie przez inną firmę	→	7																																																								
	Restrukturyzacja, przemiany w firmie	→	8																																																								
	Odejście pracownika na własną prośbę	→	9	<i>przejdź do pyt. 39</i>																																																							
Inne, jakie?	→		<i>przejdź do pyt. 40</i>																																																								

39. Jakie były najważniejsze powody odejść na własną prośbę? [Możliwość udzielenia wielokrotnej odpowiedzi]	Wyjazd do pracy za granicą	→	1		
	Przejsie do innego pracodawcy na podobne lub wyższe stanowisko	→	2		
	Rozpoczęcie własnej działalności gospodarczej	→	3		
	Konflikty personalne, ambicjonalne itp.	→	4		
	Przejsie do innego pracodawcy połączone z przekwalifikowaniem, zmianą zawodu	→	5		
	Inne, jakie?	→			
40. Prosimy o podanie liczby osób zwolnionych w ciągu ostatnich 2 lat ze względu na poziom wykształcenia:	Podstawowym	→			
	Zasadniczym zawodowym	→			
	Średnim zawodowym (absolwenci technikum, liceum profilowanego)				
	Średnim ogólnym	→			
	Wyższym licencjackim, inżynierskim i magisterskim technicznym	→			
	Wyższym licencjackim, magisterskim nietechnicznym	→			
VII. ZMIANY W POZIOMIE ZATRUDNIENIA W PRZYSZŁOŚCI (w perspektywie najbliższych 12 miesięcy oraz do 2020 roku)					
41. Czy w ciągu najbliższych 12 miesięcy planują P. przyjąć nowych pracowników?	Tak	→	1	przejsie do pyt. 42	
	Nie	→	2	przejsie do pyt. 45	
	Trudno powiedziec [nie czytać]	→	0		
42. Kogo zamierzają P. zatrudnić? [Chodzi o podanie nazwy stanowiska/ lub zawodu oraz o liczbę pracowników, których pracodawca zamierza zatrudnić na konkretne stanowisko/ w danym zawodzie]	Nazwa stanowiska/ zawodu	Liczba pracowników			
	a.				
	b.				
	c.				
	d.				
e.					
43. Prosimy o podanie planowanej liczby osób zatrudnionych w ciągu następnych 12 miesięcy ze względu na poziom wykształcenia:	Podstawowym	→			
	Zasadniczym zawodowym	→			
	Średnim zawodowym (absolwenci technikum, liceum profilowanego)				
	Średnim ogólnym	→			
	Wyższym licencjackim, inżynierskim i magisterskim technicznym	→			
	Wyższym licencjackim, magisterskim nietechnicznym	→			
44. Czy w perspektywie do 2020 roku planują P. zatrudnienie w firmie?	Tak	→	1		
	Nie	→	2		
	Trudno powiedziec [nie czytać]	→	0		
45. Czy w ciągu najbliższych 12 miesięcy zamierzają P. zwalniać pracowników?	Tak	→	1	przejsie do pyt. 46	
	Nie	→	2	przejsie do pyt. 48	
	Trudno powiedziec [nie czytać]	→	0		
46. Kogo zamierzają P. zwolnić? [Chodzi o podanie nazwy]	Nazwa stanowiska/ zawodu	Liczba pracowników			
	a.				

stanowiska/ lub zawodu oraz o liczbę pracowników, których pracodawca zamierza zatrudnić na konkretne stanowisko/ w danym zawodzie]	b.							
	c.							
	d.							
	e.							
47. Prosimy o podanie planowanej liczby osób zwalnianych w ciągu najbliższych 12 miesięcy ze względu na poziom wykształcenia:	Podstawowym	→						
	Zasadniczym zawodowym	→						
	Średnim zawodowym (absolwenci technikum, liceum profilowanego)							
	Średnim ogólnym	→						
	Wyższym licencjackim, inżynierskim i magisterskim technicznym	→						
	Wyższym licencjackim, magisterskim nietechnicznym	→						
48. Czy w perspektywie do 2020 roku planują P. zwolnienia w firmie?	Tak	→	1					
	Nie	→	2					
	<i>Trudno powiedzieć [nie czytać]</i>	→	0					
49. Co obecnie hamuje wzrost liczby miejsc pracy w P. przedsiębiorstwie?	Bariery prawne	→	1					
	Bariery organizacyjne	→	2					
	Bariery mentalne	→	3					
	Bariery ekonomiczne	→	4					
	Bariery kompetencyjne	→	5					
	Nic nie hamuje	→	6					
	<i>Trudno powiedzieć [nie czytać]</i>	→	0					
<i>Odmowa odpowiedzi [nie czytać]</i>	→	77						
VIII. PRZYGOTOWANIE ABSOLWENTÓW DO PRACY. INSTYTUCJE EDUKACYJNE.								
50. Czy P. firma zatrudniła w ciągu ostatnich 12 miesięcy absolwentów szkół?	Tak	→	1	Ilu?				<i>przejdź do pyt. 51</i>
	Nie	→	2	<i>przejdź do pyt. 54</i>				
51. Proszę podać liczbę absolwentów zatrudnionych w ciągu 12 miesięcy ze względu na ukończony typ szkoły:	Zasadnicza Szkoła Zawodowa							
	Technikum							
	Liceum profilowane							
	Inne szkoły gimnazjalne i ponadgimnazjalne							
	Wyższe szkoły techniczne							
	Pozostałe szkoły wyższe							
52. Jak P. ocenia przygotowanie absolwentów do pracy w P. firmie?		ZSZ	Technikum	Liceum profilowane	Inne ponadgimnazjalne	Wyższe szkoły techniczne	Pozostałe szkoły wyższe	
	Zdecydowanie pozytywnie	1	1	1	1	1	1	<i>do pyt. 52</i>
	Raczej pozytywnie	2	2	2	2	2	2	
	Raczej negatywnie	3	3	3	3	3	3	
	Zdecydowanie negatywnie	4	4	4	4	4	4	<i>do pyt. 51</i>
	<i>Trudno</i>	0	0	0	0	0	0	<i>do pyt.</i>

	<i>powiedzieć [nie czytać]</i>							52
	<i>Odmowa odpowiedzi [nie czytać]</i>	77	77	77	77	77	77	
53. Jakie są powody negatywnej oceny przygotowania absolwentów w szkół do pracy?		ZSZ	Technikum	Liceum profilowane	Inne ponadgimnazjalne	Wyższe szkoły techniczne	Pozostałe szkoły wyższe	
	Brak doświadczenia zawodowego	1	1	1	1	1	1	
	Niska motywacja, niewłaściwa postawa kandydata	2	2	2	2	2	2	
	Brak „miękkich” umiejętności	3	3	3	3	3	3	
	Brak kwalifikacji zawodowych	4	4	4	4	4	4	
	Inne powody, jakie?							
54. Czy P. firma współpracuje ze szkołami na ponadgimnazjalnym i wyższym poziomie edukacji?	Tak	→	1					
	Nie	→	2	<i>przejsć do pyt. 57</i>				
55. Jakie to szkoły?	Zasadnicza Szkoła Zawodowa							
	Technikum							
	Liceum profilowane							
	Inne szkoły gimnazjalne i ponadgimnazjalne							
	Wyższe szkoły techniczne							
	Pozostałe szkoły wyższe							
56. Na czym polega współpraca P. firmy ze szkołami? <i>ANKIETER: [możliwość udzielenia wielokrotnej odpowiedzi]</i>	Tworzenie klas patronackich							
	Organizowanie szkoleń dla uczniów							
	Praktyczna nauka zawodu							
	Wsparcie materialne i niematerialne np. dostarczanie niezbędnego sprzętu							
	Inne – jakie?							
							
57. Jakie są P. oczekiwania pod adresem instytucji		Szkolnictwo zawodowe	Szkolnictwo średnie	Szkolnictwo wyższe				
	1.							

edukacyjny ch?	2.						
	3.						
IX. WYNAGRODZENIA							
58. Proszę wskazać 3 zawody/ stanowiska, w których w P. firmie w ciągu ostatnich 12 miesięcy płace rosły najszybciej	a.					→	
	b.					→	
	c.					→	
	Nie było takich					→	88
59. Proszę wskazać 3 zawody, notujące w P. firmie najwyższy spadek wynagrodzeń w ciągu ostatnich 12 miesięcy	a.					→	
	b.					→	
	c.					→	
	Nie było takich					→	88
60. Czy w ciągu najbliższych 12 miesięcy planują Państwo:	Podniesienie płac					→	1
	Obniżenie płac					→	2
	Utrzymanie płac na obecnym poziomie					→	3
	Trudno powiedzieć [nie czytać]					→	0
X. WOLNE MIEJSCA PRACY							
61. Czy w P. firmie są obecnie wolne miejsca pracy?	Tak		→	1	Ile?		przejsć do pyt. 62
	Nie		→	2	przejsć do pyt. 71		
62. Proszę wskazać na jakie stanowiska posiadają P. wolne miejsca pracy?	a.					→	
	b.					→	
	c.					→	
	d.					→	
	e.					→	
63. Proszę wskazać stanowisko pracy (zawód), z którego obsadzeniem jest największy problem?	a.					→	
64. Jakie są bariery nie obsadzenia tych stanowisk?	Brak kandydatów o odpowiednich kwalifikacjach					→	1 przejsć do pyt. 65
	Brak zainteresowania ofertą					→	2 przejsć do pyt. 68
65. Jakie są główne przyczyny problemów z jakością kwalifikacji kandydatów na dane stanowisko pracy?	Brak wymaganego doświadczenia zawodowego					→	1 przejsć do pyt. 69
	Niska motywacja, niewłaściwa postawa kandydata					→	2 przejsć do pyt. 66
	Brak wymaganych umiejętności,					→	3 przejsć do pyt. 67
	Brak wymaganych kwalifikacji zawodowych					→	4 przejsć do pyt. 67
66. Jakich umiejętności brakuje u pożądanego pracownika na dane stanowisko?						→	
67. Jakich kwalifikacji brakuje u pożądanego pracownika na dane stanowisko?						→	

68. Jakie są przyczyny niezainteresowania ofertą pracy w P. firmie?	Niekorzystne godziny pracy	→	1	
	Nieatrakcyjne zarobki	→	2	
	Trudne warunki pracy	→	3	
	<i>Trudno powiedzieć [nie czytać]</i>	→	0	
	Inne, jakie?	→		
69. Od jakiego czasu poszukują P. pracownika na wskazane stanowisko?	Krócej niż 1 miesiąc	→	1	
	Do trzech miesięcy	→	2	
	Od 3 do 12 miesięcy	→	3	
	Dłużej niż rok	→	4	
XI. SZKOLENIA PRACOWNIKÓW				
70. Czy w ciągu ostatnich 2 lat przeprowadzali lub zlecali P. szkolenia dla pracowników?	Tak	→	1	<i>przejsć do pyt. 71</i>
	Nie	→	2	<i>przejsć do pyt. 75</i>
71. Jaka była tematyka szkoleń?	Wiedza z zakresu funduszy europejskich	→	1	
	Językowe	→	2	
	Sprzedaż i marketing	→	3	
	Obsługa maszyn i urządzeń	→	4	
	Inne, jakie?	→		
72. Ile osób z P. firmy wzięło udział w szkoleniach w tym okresie?	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> osoby/ osób			
73. Kto był organizatorem tych szkoleń?	Pracodawca we własnym zakresie	→	1	
	Powiatowy Urząd Pracy	→	2	
	Wojewódzki Urząd Pracy	→	3	
	Organizacja pozarządowa	→	4	
	Inna instytucja/ podmiot, jaki?	→		
74. Do czego przyczyniły się przeprowadzone w P. firmie szkolenia?	Podniesienie kompetencji związanych z wykonywaną przez pracowników pracą	→	1	
	Wzrost umiejętności pracowników	→	2	
	Lepsza organizacja pracy wewnątrz firmy	→	3	
	Wzrost efektywności pracy pracowników	→	4	
	Inne – jakie?.....	→	5	
75. Dlaczego P. firma w ciągu ostatnich 2 lat nie organizowała lub nie wysyłała pracowników na szkolenia?	Nie było takiej potrzeby	→	1	
	Brak środków finansowych	→	2	
	<i>Trudno powiedzieć [nie czytać]</i>	→	0	
	Inne powody, jakie?	→		
XII. ŁAŃCUCHY KOOPERACYJNE				
76. Z przedsiębiorstwami w jakich branżach P. przedsiębiorstwo współpracuje? Proszę określić jaki odsetek ogółu działalności przedsiębiorstwa stanowi współpraca z poszczególnymi branżami: ANKIETER: PODAĆ KARTĘ RESPONDENTA				
PRODUKCJA Nazwa branży	%	USŁUGI Nazwa branży	%	
1. Produkcja wyrobów tekstylnych		23. Działalność prawnicza, rachunkowo-księgowa i doradztwo podatkowe		
2. Produkcja skór i wyrobów ze skór wyprawionych		24. Działalność w zakresie architektury i inżynierii; badania i analizy techniczne		
3. Produkcja chemikaliów i wyrobów chemicznych		25. Badania naukowe i prace rozwojowe		
4. Produkcja wyrobów z pozostałych mineralnych surowców niemetalicznych (np. szkło, włókna szklane)		26. Reklama, badanie rynku i opinii publicznej		

5. Produkcja metali		27. Działalność związana z zatrudnieniem	
6. Produkcja metalowych wyrobów gotowych, z wyłączeniem maszyn i urządzeń		28. Działalność związana z administracyjną obsługą biura i pozostała działalność wspomagająca prowadzenie działalności gospodarczej	
7. Produkcja komputerów, wyrobów elektronicznych i optycznych		29. Inne:.....	
8. Produkcja urządzeń elektrycznych		30. Inne:.....	
9. Produkcja maszyn i urządzeń, gdzie indziej niesklasyfikowana		31. Inne:.....	
10. Produkcja pojazdów samochodowych, przyczep i naczep, z wyłączeniem motocykli			
11. Produkcja pozostałego sprzętu transportowego			
12. Naprawa, konserwacja i instalowanie maszyn i urządzeń			
13. Górnictwo rud metali			
14. Wytwarzanie i zaopatrywanie w energię elektryczną, gaz, parę wodną, gorącą wodę i powietrze do układów klimatyzacyjnych			
15.	16.	17.	18.
19.			
20. Dostawa wody; gospodarowanie ściekami i odpadami oraz działalność związana z rekultywacją			
21. Handel hurtowy i detaliczny pojazdami samochodowymi; naprawa pojazdów samochodowych			
22. Handel hurtowy, z wyłączeniem handlu pojazdami samochodowymi			
23. Transport lądowy oraz transport rurociągowy			
24. Magazynowanie i działalność usługowa wspomagająca transport			
25. Inne:.....			
26. Inne:.....			
27. Inne:.....			
77. W jakich trzech branżach przewiduje P. największy spadek współpracy? Ankieter: wpisać numer z poprzedniej listy			
78. W jakich trzech branżach przewiduje P. największy wzrost współpracy? Ankieter: wpisać numer z poprzedniej listy			
XIII. OCENA WSPÓŁPRACY Z INSTYTUCJAMI RYNKU PRACY			
79. Czy P. firma współpracuje lub współpracowała	Tak	→	1 <i>przejdź do pyt. 80</i>
	Nie	→	2 <i>przejdź do pyt. 85</i>

z instytucjami rynku pracy? (Czy firma korzysta lub korzystała z usług oferowanych przez instytucje wspierające rozwój rynku pracy?)				
80. Z jakimi instytucjami rynku pracy P. firma do tej pory współpracowała?	Wojewódzki Urząd Pracy w Poznaniu	→	1	
	Powiatowy Urząd Pracy w [wpisać miejscowość]	→	—	
	Organizacja pozarządowa działająca w obszarze rynku pracy	→	3	
	Ochotniczy Hufiec Pracy	→	4	
	Biuro Karier	→	5	
	Inna instytucja, jaka?	→	6	
81. Jakich obszarów dotyczyła ta współpraca?	Pośrednictwo pracy	→	1	
	Udział w szkoleniach	→	2	
	Udział w konferencji	→	3	
	Doradztwo w zakresie pozyskiwania środków z funduszy europejskich	→	4	
	Doradztwo w zakresie prawa pracy	→	5	
	Inne, jakie?	→		
82. Jak P. ocenia współpracę z instytucjami rynku pracy?	Zdecydowanie pozytywnie	→	1	<i>przejdź do pyt. 84</i>
	Raczej pozytywnie	→	2	
	Raczej negatywnie	→	3	<i>przejdź do pyt. 83</i>
	Zdecydowanie negatywnie	→	4	
	<i>Trudno powiedzieć [nie czytać]</i>	→	0	<i>przejdź do pyt. 84</i>
	<i>Odmowa odpowiedzi [nie czytać]</i>	→	77	
83. Co wpłynęło na negatywną ocenę tej współpracy?		→		
		→		
84. Jakiego wsparcia oczekuje P. od instytucji rynku pracy? <i>[Możliwość udzielenia wielokrotnej odpowiedzi]</i>	Pomocy w znalezieniu pracowników o odpowiednich kwalifikacjach	→	1	
	Organizacji szkoleń – z jakiego zakresu?	→	2	
	Organizacji konferencji – na jaki temat?	→	3	
	Doradztwa w zakresie pozyskiwania środków z funduszy europejskich	→	4	
	Doradztwa w zakresie prawa pracy	→	5	
	Inne formy, jakie?	→		
85. Dlaczego do tej pory P. firma nie korzystała z usług instytucji rynku pracy?	Nie było takiej potrzeby	→	1	
	Nie znam zakresu obszarów udzielanego wsparcia	→	2	
	Brak zaufania	→	3	
	Inne powody, jakie?	→		
XIV. OCENA WSPÓLPRACY Z WŁADZĄ NA POZIOMIE CENTRALNYM				
86. Czy sądzi P., że władza na poziomie centralnym powinna podjąć kroki mające na celu poprawienie sytuacji przemysłu motoryzacyjnego?	Tak	→	1	<i>przejdź do pyt. 86</i>
	Nie	→	2	<i>przejdź do pyt. M1</i>
87. Co to powinny być za działania	Ulgi podatkowe	→	1	
	Dotowanie zatrudnienia	→	2	
	Inne rozwiązania prawne	→	3	
	Inne, jakie?	→		
	Inne, jakie?	→		

METRYCZKA				
M1. Jaka jest forma prawna firmy?	Przedsiębiorstwo państwowe (także jednoosobowa spółka Skarbu Państwa)	→	1	
	Spółka akcyjna	→	2	
	Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością	→	3	
	Spółka komandytowa	→	4	
	Spółka jawna	→	5	
	Spółka cywilna	→	6	
	Zakład osoby fizycznej, prowadzącej działalność gospodarczą	→	7	
	Spółdzielnia	→	8	
	Inna forma, jaka?	→		
M2. W którym roku powstała firma?				rok
M3. Czy w Państwa firmie posiadają udziały osoby zagraniczne (osoby fizyczne zamieszkałe zagranicą lub firmy zarejestrowane zagranicą)?	Tak	→	1	<i>przejdź do pyt. M4</i>
	Nie	→	2	<i>przejdź do pyt. M5</i>
M4. Jaki procent akcji/ udziałów firmy posiadają osoby zagraniczne?	1% - 25%	→	1	
	26% - 50%	→	2	
	51% - 75%	→	3	
	76% - 100%	→	4	
M5. Jakie są kierunki zbytu w P. firmie? Proszę wskazać wszystkie kierunki zbytu w P. firmie. <i>[Możliwość udzielenia wielokrotnej odpowiedzi]</i>	Gmina	→	1	
	Powiat	→	2	
	Województwo	→	3	
	Kraj	→	4	
	Zagranica	→	5	
M6. Jaki jest główny kierunek zbytu produktów/ usług w P. firmie?	Gmina	→	1	
	Powiat	→	2	
	Województwo	→	3	
	Kraj	→	4	
	Zagranica	→	5	
M7. Czy P. firma eksportuje?	Tak	→	1	<i>przejdź do pyt. M8</i>
	Nie	→	2	<i>przejdź do pyt. M9</i>
M8. Jaka jest wartość eksportu?				PLN
M9. Czy P. firma importuje?	Tak	→	1	<i>przejdź do pyt. M10</i>
	Nie	→	2	<i>przejdź do pyt. M11</i>
M10. Jaka jest wartość importu w PLN?				PLN
M11. Jaki był przychód netto firmy w roku 2008? <i>[Szacunkowo jeżeli firma nie dysponuje takimi danymi]</i>	Do 30 000 zł	→	1	
	30 001 – 100 000 zł	→	2	
	100 001 – 200 000 zł	→	3	
	200 001 – 600 000 zł	→	4	
	600 001 – 1 000 000 zł	→	5	
	1 000 001 – 5 000 000 zł	→	6	
	5 000 001 zł i więcej	→	7	
	<i>Odmowa odpowiedzi [nie czytać]</i>	→	77	
M12. Jakie jest Pana(i) stanowisko w firmie/ instytucji?	Szef firmy/ instytucji (właściciel, prezes, dyrektor)	→	1	
	Zastępca szefa (współwłaściciel, wiceprezes, zastępca dyrektora)	→	2	
	Osoba odpowiedzialna za HRM/ dyrektor personalny/ dyrektor wykonawczy	→	3	
	Inne, jakie?	→		

M13. Płeć respondenta <i>UWAGA DLA ANKIETERA:</i> <i>odpowieź zapisać samemu.</i>	Mężczyzna	→	1
	Kobieta	→	2
ANEKS DLA ANKIETERA			
A1. Dokładna nazwa instytucji/firmy, w której był prowadzony wywiad <i>[UWAGA: PIECZĄTKA FIRMY – TYLKO NA POTRZEBY KONTROLI RZETELNOŚCI PRZEPROWADZIENIA WYWIADU, ZASADA ANONIMOWOŚCI ZOSTANIE ZACHOWANA]</i>			
A2. Adres instytucji/ firmy, w której był prowadzony wywiad			
A3. Data przeprowadzenia wywiadu	<input type="text"/> <input type="text"/> - <input type="text"/> <input type="text"/>	dzień miesiąc	
A4. Dokładny czas trwania wywiadu	rozmowa trwała minut		
<i>Własnoręcznym podpisem potwierdzam fakt osobistego przeprowadzenia wywiadu</i>	podpis ankietera		
<i>Stwierdzam prawidłowość przeprowadzenia wywiadu (w tym kompletność zadanych pytań i zaznaczonych odpowiedzi zgodnie z zastosowanymi filtrami)</i>	podpis koordynatora		