



Znaczenie sektora MŚP w kontekście zmian wielkopolskiego rynku pracy

Data wydania: listopad 2020

Nakład: 90 egzemplarzy

ISBN 978-83-944017-3-3



**SAMORZĄD WOJEWÓDZTWA
WIELKOPOLSKIEGO**

**WOJEWÓDZKI URZĄD PRACY
W POZNANIU**

Projekt finansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020

Zamawiający



**SAMORZĄD WOJEWÓDZTWA
WIELKOPOLSKIEGO**

**WOJEWÓDZKI URZĄD PRACY
W POZNANIU**

Wojewódzki Urząd Pracy w Poznaniu

ul. Szyperska 14

61-754 Poznań

Wykonawca (Konsorcjum firm)

Lider Konsorcjum:



Grupa BST sp. z o.o.

ul. Mieczyków 12

40-748 Katowice

Członek Konsorcjum:



EU-CONSULT sp. z o.o.

ul. Toruńska 18C, lokal D

80-747 Gdańsk

Poznań 2020

Spis treści

Wykaz skrótów i pojęć	4
Opis metodologii badania	6
Metody badawcze	6
Dobór próby do badania ilościowego	6
Metryka	8
Dobór próby do badania jakościowego	8
Wykorzystane metody analizy i prognozowania	9
Wprowadzenie	9
Opis wyników badania	11
Charakterystyka sektora MŚP w województwie wielkopolskim	11
Struktura firm MŚP w województwie wielkopolskim	11
Dynamika rozwoju firm MŚP w województwie wielkopolskim	16
Aktualna i prognozowana sytuacja wielkopolskiego sektora MŚP	32
Zakres terytorialny działalności firm 0-9, 10-49, 50-249 oraz plany rozszerzenia działalności	32
Cele strategiczne przedsiębiorstw sektora MŚP w ciągu najbliższych 12 miesięcy i 5 lat	38
Poziom satysfakcji przedsiębiorców z prowadzonej działalności gospodarczej, korzyści związane z prowadzeniem własnej firmy, przyszłe plany zawodowe przedsiębiorców	40
Problemy związane z prowadzeniem działalności gospodarczej w województwie wielkopolskim	41
Analiza SWOT dla sektora MŚP w województwie wielkopolskim	47
Kluczowe czynniki sukcesu sektora MŚP oraz wybranych branż działalności	49
Prognoza rozwoju sektora MŚP w województwie wielkopolskim	55
Poziom gotowości na zmianę wielkopolskiego sektora MŚP	67
Postawa wielkopolskich przedsiębiorców względem innowacyjnych rozwiązań	69
Poziom wykorzystania nowoczesnych technologii w ramach prowadzenia przedsiębiorstwa	81
Wielkopolskie Startupy	82
Podejmowanie współpracy w prowadzonej działalności	85
Zatrudnienie w wielkopolskim sektorze MŚP	93
Udział osób pracujących w firmach 0-9, 10-49, 50-249 w ogóle pracujących w Polsce oraz w województwie wielkopolskim, zmiany w tym zakresie na przestrzeni ostatnich 5 lat	96
Struktura zatrudnienia w sektorze MŚP	98
Plany w zakresie zatrudnienia pracowników w ciągu najbliższych 2 lat	100
Problemy kadrowe	103
Ocena kwalifikacji i kompetencji pracowników oraz kandydatów do pracy w sektorze MŚP	109
Warunki zatrudnienia w sektorze MŚP	112
Polityka kadrowa prowadzona przez firmy sektora MŚP	115
Zatrudnianie cudzoziemców	120
Firmy rodzinne w sektorze MŚP w województwie wielkopolskim (5 dobrych praktyk występujących w województwie wielkopolskim)	123
Wskaźnik syntetyczny w ramach sporządzenia analizy porównawczej poziomu przedsiębiorczości dla powiatów województwa wielkopolskiego	134
Metodologia opracowania wskaźnika syntetycznego	134
Wartości wskaźnika syntetycznego dla powiatów	135
Główne wnioski i rekomendacje	138
Wnioski i rekomendacje dla samorządów	138
Wnioski i rekomendacje dla oświaty	141
Wnioski i rekomendacje dla instytucji rynku pracy	143
Wnioski i rekomendacje dla przedsiębiorców	145
Wnioski i rekomendacje dla instytucji otoczenia biznesu	147
Spis wykresów, rysunków	149
Spis tabel	151
Bibliografia	153

Wykaz skrótów i pojęć

BIZ - bezpośrednie inwestycje zagraniczne

CATI – wywiad telefoniczny wspomagany komputerowo

IDI – indywidualny wywiad pogłębiony

MŚP – sektor publiczny i sektor prywatny grupujący średnie, małe przedsiębiorstwa oraz mikroprzedsiębiorstwa. W badaniu, ze względów organizacyjnych przyjęto klasę wielkości jako kryterium wystarczające, decydujące o przynależności do jednej z grup.

Średnie przedsiębiorstwo – przedsiębiorca, który w co najmniej jednym z dwóch ostatnich lat obrotowych zatrudniał średniorocznie więcej niż 49 oraz mniej niż 250 pracowników.

Mały przedsiębiorca – przedsiębiorca, który w co najmniej jednym z dwóch ostatnich lat obrotowych zatrudniał średniorocznie więcej niż 9 oraz mniej niż 50 pracowników

Mikroprzedsiębiorca – przedsiębiorca, który w co najmniej jednym z dwóch ostatnich lat obrotowych zatrudniał średniorocznie mniej niż 10 pracowników.

Branża – gałąź produkcji, handlu lub usług obejmująca jeden typ towaru lub działalności. Na potrzeby zamówienia, w przypadku potrzeby zastosowania podziału z uwzględnieniem kryterium branży stworzona zostanie klasyfikacja zgodna z podziałem na sekcje PKD 2007. Podczas prezentowania wyników, w celu zapewnienia czytelności raportu dopuszczalne jest zastosowanie następującego podziału: rolnictwo, przemysł, budownictwo, handel i naprawy pojazdów samochodowych, usługi, gdzie:

- a) grupa „rolnictwo” składa się z sekcji A PKD 2007,
- b) grupa „przemysł” składa się z sekcji: B, C, D oraz E PKD 2007,
- c) grupa „budownictwo” składa się z sekcji F,
- d) grupa „handel” składa się z sekcji G PKD 2007,
- e) grupa usługi składa się z sekcji: H, I, J, K, L, M, N, O, P, Q, R oraz U.

Grupa zawodowa – zbiór zawodów utworzony wg charakteru kwalifikacji wymaganych do realizacji określonych zadań. Na potrzeby zamówienia w przypadku potrzeby zastosowania podziału z uwzględnieniem kryterium grupy zawodowej zastosowany zostanie KZiS.

Dobra praktyka - sposób wykonania zadania, czy też rozwiązania problemu służący usprawnieniu, będący jednocześnie wzorcowym i godnym naśladowania. Ma być uniwersalnym rozwiązaniem transferowalnym na inne podobne podmioty. Jest to praktyka pozwalająca na osiągnięcie wyznaczonego celu w sposób skuteczny, efektywny i opłacalny pod względem ekonomicznym¹.

Zawód – stanowi źródło dochodów i oznacza zestaw zadań (czynności) wyodrębnionych w wyniku społecznego podziału pracy, wymagających kompetencji nabytych w toku uczenia się lub praktyki.

Region – jednostka terytorialna o poziomie wojewódzkim. Na potrzeby zamówienia pojęcie regionu jest traktowane zamiennie z pojęciem województwo.

Podregion – jednostka nie administracyjnego poziomu, wyznaczony obszar terytorialny grupujący powiaty. W projekcie przyjmuje się następujący podział na podregiony: kaliski, koniński, leszczyński, piłski, poznański oraz Miasto Poznań.

¹ <https://dsc.kprm.gov.pl>

Kwalifikacje – zestaw efektów uczenia się w zakresie wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych, nabytych w edukacji formalnej, edukacji poza formalnej lub poprzez uczenie się nieformalne, zgodnych z ustalonymi dla danej kwalifikacji wymaganiami, których osiągnięcie zostało sprawdzone w walidacji oraz formalnie potwierdzone przez uprawniony podmiot certyfikujący potwierdzone przez upoważnioną instytucję.

Kompetencje – zdolność podejmowania określonych działań i wykonywania zadań z wykorzystaniem efektów uczenia się i własnych doświadczeń.

Instytucje otoczenia biznesu (IOB) – podmioty wspierające funkcjonowanie przedsiębiorstw. W niniejszym projekcie przez instytucje otoczenia biznesu należy rozumieć ośrodki przedsiębiorczości, ośrodki innowacji oraz instytucje finansowe.

Start-up – tymczasowa organizacja lub młode innowacyjne przedsiębiorstwo poszukujące modelu biznesowego, który zapewniłby mu zyskowy wzrost². Najczęściej wskazywanymi cechami takich przedsiębiorstw są:

- a) wykorzystywanie przez nie nowoczesnych technologii, zwłaszcza informacyjno-komunikacyjnych (ang. Information and Communication Technologies, ICT),
- b) krótki okres działalności (najczęściej do 5 lat),
- c) poszukiwanie lub posiadanie powtarzalnego, skalowanego i rentownego modelu biznesowego,
- d) działalność w warunkach dużego ryzyka,
- e) dążenie do szybkiego wzrostu³.

Employer branding – (EB, z ang. *budowanie marki pracodawcy*) – działania firmy mające na celu budowanie firmy postrzeganej jako „pracodawca z wyboru”⁴.

Innowacje produktowe – „dotyczą towarów lub usług. Polegają na wprowadzeniu na rynek nowego produktu lub istotnym udoskonaleniu już istniejącego produktu w zakresie cech bądź zastosowań. Innowacja ta może być wynikiem zastosowania nowej wiedzy lub technologii bądź nowych zastosowań lub kombinacji istniejącej wiedzy i technologii⁵.

Innowacje procesowe – „polegają na wdrażaniu nowych lub wprowadzaniu istotnych ulepszeń w stosowanych przez organizację metodach wytwarzania, dystrybucji i wspieranie działalności w zakresie wyrobów lub usług. Pozwalają usprawnić i zwiększyć efektywność produkcji, obniżając jednocześnie jej koszty, poprawiając warunki pracy czy wpływ na środowisko⁶.

Innowacje organizacyjne – to wdrożenie nowej metody organizacyjnej w przyjętych przez przedsiębiorstwo zasadach działania, w organizacji miejsca pracy lub relacji z otoczeniem, która nie była dotychczas stosowana w danej firmie, a ma usprawnić jej działanie.⁷

Innowacje marketingowe – to zastosowanie nowej metody marketingowej, która wynika z nowej koncepcji lub strategii, istotnie różniącej się od dotychczas stosowanej przez przedsiębiorstwo.⁸

² [https://pl.wikipedia.org/wiki/Startup_\(przedsi%C4%99biorstwo\)](https://pl.wikipedia.org/wiki/Startup_(przedsi%C4%99biorstwo))

³ Adrian Grycuk. *Wybrane narzędzia wspierania startupów w Polsce*. „Studia BAS”. 2(58), s. 155, 2019

⁴ https://pl.wikipedia.org/wiki/Employer_branding

⁵ <http://www.mojasocjologia.pl/innowacje-i-rodzaje-innowacji/>

⁶ <http://www.mojasocjologia.pl/innowacje-i-rodzaje-innowacji/>

⁷ <http://www.mojasocjologia.pl/innowacje-i-rodzaje-innowacji/>

⁸ <http://www.mojasocjologia.pl/innowacje-i-rodzaje-innowacji/>

Opis metodologii badania

Metody badawcze

W celu realizacji badania wykorzystano zarówno dane zastane, jak i dane wywołane. Zastosowano różne, nakreślone niżej metody badawcze, pozwoliło to uzupełnić informacje zdobyte jedną metodą – innymi. Sytuacja taka jest korzystna z punktu widzenia weryfikacji i pogłębienia danych. Tak zwana triangulacja, czyli różnorodność technik analizy i gromadzenia informacji pozwoliła lepiej poznać i zrozumieć badane problemy oraz stworzyć możliwość dokonania odniesień i porównań. W ramach badania przeprowadzone zostały następujące badania i analizy:



Analiza desk research – zrealizowana została przy wykorzystaniu danych statystycznych gromadzonych przez m.in. Główny Urząd Statystyczny, Eurostat. Analiza danych zastanych uzupełniona została także o publikacje, ekspertyzy, raporty bezpośrednio nawiązujące do celu badania jak również dokumentów prawnych. Bibliografia wykazana została na końcu dokumentu.

Badanie ilościowe – zrealizowano przy wykorzystaniu wywiadów kwestionariuszowych wspieranych komputerowo CATI (ang. Computer Assisted Telephone Interview) wśród właścicieli firm lub osób zarządzających firmą kompetentnych do udzielenia informacji w zakresie wyznaczonym celami szczegółowymi.



Badanie jakościowe – zrealizowano przy wykorzystaniu Indywidualnych wywiadów pogłębionych IDI (ang. Individual in-Depth Interviews), które przeprowadzone zostały wśród przedstawicieli trzech grup: podmiotów wspierających rozwój przedsiębiorczości, prowadzących działalność na terenie województwa wielkopolskiego lub w zakresie ponadregionalnym; podmiotów wspierających rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu w województwie wielkopolskim; przedstawicieli małych i średnich przedsiębiorstw, którzy spełniali założenia odnośnie stażu pracy.

Analiza SWOT – zidentyfikowano czynniki wewnętrzne (słabe i mocne strony) oraz zewnętrzne (szanse i zagrożenia). Dokonanie analizy SWOT umożliwia poznanie słabych stron i ich wyeliminowanie, zbadanie mocnych stron i ich wzmocnienie, określenie i wykorzystanie szans na rozwój oraz zbadanie zagrożeń i opracowanie metod przeciwdziałania im.



Dobór próby do badania ilościowego

W ramach badania przeprowadzono trzy osobne badania ilościowe techniką CATI. Badaniem objęto następujące grupy respondentów: przedstawiciele firm mikro (0-9), przedstawiciele firm małych (10-49) oraz przedstawiciele firm średnich (50-249). W każdym przypadku badanie przeprowadzono na próbie reprezentatywnej dla województwa wielkopolskiego. Dobór próby oparto o dane uzyskane z Urzędu Statystycznego w Poznaniu dotyczące podmiotów gospodarczych zarejestrowanych w rejestrze REGON na dzień 31.05.2020 r. (ape=01 tj. podmiot aktywny prowadzący działalność). Wykorzystany został proporcjonalny losowo warstwowy dobór próby. Posłużono się kryterium podregionu (tj. z oddzielnie ujmowanymi podregionami: kaliskim, konińskim, leszczyńskim, pilskim, poznańskim oraz M. Poznaniem) oraz kryterium branży (zgodnie z przyjętą na potrzeby badania klasyfikacją,

tj. grupowaniem sekcji PKD 2007 na następujące branże: rolnictwo, przemysł, budownictwo, handel oraz usługi).⁹

Wielkość próby oraz udział przedsiębiorstw z poszczególnych podregionów i branż zostały ustalone w oparciu o zasady doboru reprezentatywnego na poziomie błędu szacunku 5%, przy poziomie ufności 0,96¹⁰. Wykorzystano, jak już wcześniej wspomniano, dane Urzędu Statystycznego. Na podstawie 2 tabeli (podmioty gospodarki narodowej według przewidywanej liczby pracujących oraz sekcji i działów polskiej klasyfikacji działalności (PKD)) określono wielkość próby dla trzech badanych grup przedsiębiorstw (mikro, małych, średnich). Szczegółowe dane zaprezentowano w tabeli.

Tabela 1. Wielkość próby badawczej dla przedstawicieli firm mikro (0-9), małych (10-49), średnich (50-249)

Wyszczególnienie	firm mikro (0-9)	firmy małe (10-49)	firmy średnie (50-249)
Liczba podmiotów gospodarczych zarejestrowanych w rejestrze REGON na dzień 31.05.2020 r. (wszystkie sekcje PKD; ape=01 tj. podmiot aktywny prowadzący działalność)	371 518	13 901	2 681
Poziom ufności:	96%	96%	96%
Wielkość frakcji:	0.5	0.5	0.5
Błąd maksymalny:	5%	5%	5%
Wielkość próby:	421	409	364

Tabela 2. Rozkład próby badawczej dla przedstawicieli firm mikro (0-9), małych (10-49), średnich (50-249)

Wyszczególnienie	firm mikro (0-9)			firmy małe (10-49)			firmy średnie (50-249)		
	Liczba podmiotów	% ogółu	Liczba wywiadów	Liczba podmiotów	% ogółu	Liczba wywiadów	Liczba podmiotów	% ogółu	Liczba wywiadów
Podregion									
kaliski	57 861	15,6%	66	2 214	15,9%	65	492	18,4%	67
koniński	54 274	14,6%	61	1 911	13,7%	56	380	14,2%	52
leszczyński	52 440	14,1%	59	2 355	16,9%	69	430	16,0%	58
piłski	30 759	8,3%	35	1 339	9,6%	40	244	9,1%	33
poznański	76 828	20,7%	87	2 759	19,8%	81	551	20,6%	75
M. Poznań	99 356	26,7%	113	3 323	23,9%	98	584	21,8%	79
Razem	371 518	100,0%	421	13 901	100,0%	409	2681	100,0%	364
Branża									
Rolnictwo	9 091	2,6%	11	397	2,9%	12	94	3,6%	13
Przemysł	34 172	10,0%	42	2 940	21,8%	89	840	32,2%	117
Budownictwo	49 944	14,6%	61	1 313	9,8%	40	130	5,0%	18
Handel	84 813	24,7%	104	2 562	19,0%	78	304	11,6%	43
Usługi	165 110	48,1%	203	6 246	46,4%	190	1 242	47,6%	173
Razem	343 130	100,0%	421	13 458	100,0%	409	2 610	100,0%	364

⁹ Grupa „rolnictwo” składa się z sekcji A PKD 2007; grupa „przemysł” składa się z sekcji: B, C, D oraz E PKD 2007; grupa „budownictwo” składa się z sekcji F; grupa „handel” składa się z sekcji G PKD 2007; grupa usługi składa się z sekcji: H, I, J, K, L, M, N, O, P, Q, R oraz U.

¹⁰ Zgodnie z deklaracją z oferty

Metryka

Przedstawiciele MŚP biorący udział w badaniu w przeważającej większości prowadzili przedsiębiorstwa prywatne, jednak co trzeci respondent średniej firmy reprezentował przedsiębiorstwo publiczne. Przedsiębiorcy mali i średni w zdecydowanej większości deklarowali okres funkcjonowania na rynku powyżej 15 lat, natomiast wśród mikroprzedsiębiorstw poza okresem działalności 16 lat i więcej, wyróżniała się grupa reprezentująca firmy z okresem działalności w przedziale 5-10 lat oraz 10-15 lat. Roczne przychody firm mieściły się w zakresie od 250 tys. do 1 mln zł. Niemal we wszystkich reprezentowanych przedsiębiorstwach dominował wyłącznie kapitał polski. Firmy rodzinne wśród wszystkich reprezentowanych przedsiębiorstw były prowadzone częściej przez mikroprzedsiębiorstwa.

Wyszczególnienie		mikro	małe	średnie
Forma własności	Przedsiębiorstwo prywatne (sektor prywatny)	98,6%	83,1%	66,8%
	Przedsiębiorstwo publiczne (sektor publiczny)	1,4%	16,9%	33,2%
Okres funkcjonowania na rynku	Do roku	3,3%	0,0%	0,0%
	Od 1 do 5 lat	11,4%	3,7%	2,5%
	Od 5 do 10 lat	23,8%	8,6%	2,5%
	Od 10 do 15 lat	23,0%	19,6%	10,7%
	16 i więcej lat	38,5%	68,2%	84,3%
Roczne przychody	poniżej 250 tys.	38,5%	24,7%	15,4%
	Od 250 do 1 mln	52,3%	63,1%	42,9%
	powyżej 1 mln	9,3%	12,2%	41,8%
Kapitał właścicielski	wyłącznie kapitał polski	92,9%	93,9%	87,4%
	częściowo kapitał polski i zagraniczny	5,0%	3,7%	7,4%
	wyłącznie kapitał zagraniczny	2,1%	2,4%	5,2%
Start-up	Tak	4,0%	0,2%	0,5%
Firma rodzinna	Tak	45,4%	28,4%	15,4%

Dobór próby do badania jakościowego

Próba do badania jakościowego liczyła 29 osób, reprezentujących następujące grupy:

- **Przedstawiciele podmiotów wspierających rozwój przedsiębiorczości, prowadzących działalność na terenie województwa wielkopolskiego lub w zakresie ponadregionalnym** – 10 wywiadów. Osoby zaproszone do badania spełniały założenie z OPZ dotyczące posiadania łącznie min. 5-letniego stażu pracy w ww. podmiotach lub o zbliżonym profilu działalności, kompetentnymi do udzielenia informacji w zakresie wyznaczonym głównym celem badania oraz celami szczegółowymi badania.
- **Przedstawiciele podmiotów wspierających rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu w województwie wielkopolskim** – 9 wywiadów. Osoby zaproszone do badania spełniały założenie z OPZ dotyczące posiadania 5-letniego stażu pracy w podmiocie wspierającym rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu w województwie wielkopolskim, na stanowisku związanym z udzielaniem wsparcia osobom planującym prowadzenie własnej działalności gospodarczej, kompetentnymi do udzielenia informacji w zakresie wyznaczonym głównym celem badania oraz celami szczegółowymi badania. W ramach tej grupy udział w badaniu wzięli przedstawiciele: powiatowych urzędów pracy; przedstawiciel Urzędu Miasta Poznania; przedstawiciele stowarzyszeń/agencji rozwoju/ośrodków wspierania przedsiębiorczości działających na terenie powiatów województwa wielkopolskiego.
- **Przedstawiciele przedsiębiorstw sektora MŚP** – 10 wywiadów. Osoby biorące udział w badaniu posiadały łącznie min. 5-letni staż pracy w małym lub średnim przedsiębiorstwie (z wyłączeniem

mikroprzedsiębiorców). Do badania zapraszano osoby reprezentujące firmy z różnych branż - każdy z wywiadów przeprowadzony został z przedstawicielem innej sekcji PKD.

Wykorzystane metody analizy i prognozowania

Szacowane zapotrzebowanie na kadre

Prognozy zostały wykonane metodą uśredniania 2 prognoz:

- prognozy z modelu ARIMA bazujące na danych historycznych dotyczących zapotrzebowania na zawody w latach 2015-2020, mierzonego w odstępach półrocznych
- prognozy z modelu trendu liniowego bazującego na raporcie firmy Randstad dotyczącym planowanych zmian poziomu zatrudnienia w firmach.

Finalnie pozwoliło to na uzyskanie prognoz uwzględniających historyczne trendy w zapotrzebowaniu na zawody, jak również opinie przedsiębiorców na temat historycznych planowanych zmian wielkości zatrudnienia. Osobno zostały przygotowane prognozy dla ofert pracy w Internecie oraz w CBOP.

Prognoza w zakresie zmian liczby podmiotów MŚP, udziału w ogóle przedsiębiorstw

Prognozy zostały wykonane metodą średniej ważonej z prognoz z modelu ARIMA bazujące na danych historycznych dotyczących liczby podmiotów MŚP z lat 2009-2019 oraz modeli trendu liniowego. Finalnie pozwoliło to na uzyskanie prognoz uwzględniających historyczne trendy, jak również opinie przedsiębiorców na temat historycznej, aktualnej oraz przyszłej sytuacji ekonomicznej firm, sytuacji gospodarczej w powiecie, województwie oraz kraju, planowanych zmian wielkości zatrudnienia oraz planowanego zatrudnienia cudzoziemców.

Modele ARIMA są modelami szeregów czasowych bazujące na trzech komponentach. Pierwszy z nich bazuje na modelu autoregresji (AR), drugi różnicach wartości w danym punkcie czasu i wartości w poprzednim punkcie czasu, zaś trzeci na średniej ruchomej (MA). Model ARIMA może być zredukowany tylko do jednego komponentów, na przykład w sytuacji, gdy dostępnych jest mało obserwacji historycznych, na których model ma zostać przygotowany.

Modele trendu liniowego były budowane pomiędzy punktami czasu (latami), dla których pozyskano odpowiednie dane ankietowe. Dla pozostałych lat z okresu 2020-2025 wykorzystano prognozowanie trendem liniowym do zasymulowania potencjalnych sytuacji gospodarczych, ekonomicznych oraz planowanego stosunku do zmiany zatrudnienia w tym zatrudniania cudzoziemców.

Wprowadzenie

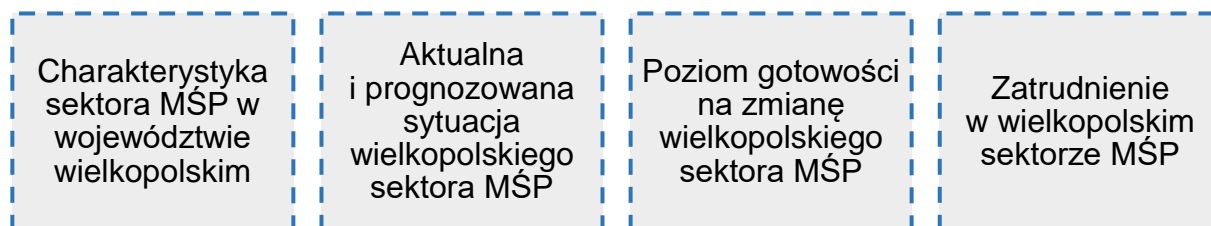
Zmiany zachodzące we współczesnym świecie wciąż stawiają nowe wyzwania przedsiębiorcom. Uwarunkowania społeczno-gospodarcze, zmiany klimatyczne i demograficzne, rozwiązania technologiczne czy preferencje konsumentów dynamicznie się zmieniają co sprawia, że rzeczywistość rynkowa również stale ulega przeobrażeniom. Wystąpienie pandemii w 2020 r. i wszystkie tego konsekwencje, pokazało, że tworząc strategię przedsiębiorstwa konieczne jest także uwzględnianie wystąpienia okoliczności nieoczekiwanych, mogących zakłócić lub zupełnie zablokować prowadzenie działalności.

Przedsiębiorstwa, które zamierzają trwać i efektywnie się rozwijać w tej niestalej rzeczywistości, muszą umiejętnie odczytywać zachodzące zmiany społeczno-gospodarcze i permanentnie przystosowywać się do nich, we wszystkich obszarach działalności. Konieczne jest budowanie rozwiązań opartych na innowacjach, które pozwolą kształtować w Wielkopolsce nowoczesne inteligentne przedsiębiorstwa przyszłości, utrzymujące wysoki poziom konkurencyjności, zarówno wobec firm krajowych jak i zagranicznych. Realizacja tego zadania spoczywa nie tylko na przedsiębiorcach ale na wszystkich podmiotach, które w zakresie swoich kompetencji są zobowiązane do zapewnienia wsparcia rozwoju przedsiębiorczości w regionie.

Zrealizowanie badania i niniejszy raport mają na celu analizę aktualnej kondycji sektora MŚP w województwie wielkopolskim, dostarczenie rzetelnych informacji nt. mocnych stron i szans wielkopolskich firm, ale także zagrożeń i barier na jakie narażony jest ich rozwój. W szczególności zwrócono uwagę na problematykę zatrudnienia w sektorze MŚP. W raporcie zamieszczono także prognozy rozwoju sektora, ranking przedsiębiorczości powiatów (stworzony na podstawie wskaźnika syntetycznego), wnioski oraz rekomendacje.

Celem głównym badania było pozyskanie informacji nt. kondycji sektora MŚP w województwie wielkopolskim zgodnie z wyznaczonymi celami szczegółowymi badania oraz przedstawienie ich w raporcie z badania, ze szczególnym uwzględnieniem potrzeb informacyjnych głównych odbiorców wyników badania. W ramach badania określono cztery cele szczegółowe, które zobrazowano w poszczególnych rozdziałach wraz z zagadnieniami wchodzącymi w ich skład.

Rysunek 1. Struktura dokumentu



Opis wyników badania

Charakterystyka sektora MŚP w województwie wielkopolskim

Struktura firm MŚP w województwie wielkopolskim

Zgodnie z danymi GUS w roku 2019 w województwie wielkopolskim w sektorze MŚP zarejestrowanych było 445 789 firm. Podmioty z sektora MŚP zdecydowanie dominowały wśród ogółu przedsiębiorstw w regionie, gdyż stanowiły 99,9% wszystkich podmiotów wpisanych do rejestru REGON (445 789 spośród 446 215 firm ogółem). Zdecydowaną większość z nich stanowiły mikroprzedsiębiorstwa zatrudniające do 9 pracowników, których liczba wyniosła 428 214 (96,1% ogółu sektora MŚP w regionie). Wśród zarejestrowanych podmiotów znalazło się również 14 757 firm małych (3,3% ogółu sektora MŚP w regionie) oraz 2 818 średnich (0,6% ogółu sektora MŚP w regionie). Najwięcej podmiotów zarejestrowanych było w podregionie miasto Poznań oraz poznańskim. Najmniej przedsiębiorstw z tego sektora zarejestrowano z kolei w podregionie pilskim.

W roku 2019 na każde 10 tysięcy mieszkańców w wieku produkcyjnym w województwie wielkopolskim przypadało 2 034,8 firm mikro, 70,1 firm małych oraz 13,4 firm średnich. Najwyższa wartość wskaźnika dotyczyła podregionów: miasto Poznań oraz poznańskiego. Najniższy wskaźnik pokazujący stosunek liczby firm z sektora MŚP do 10 tys. mieszkańców w wieku produkcyjnym posiadały regiony pilski i koniński.

Tabela 3. Liczba podmiotów gospodarki narodowej według rejestru REGON w województwie wielkopolskim w roku 2019¹¹ oraz średnia liczba firm sektora MŚP na 10 tysięcy mieszkańców w wieku produkcyjnym w województwie wielkopolskim

Nazwa jednostki	Liczba podmiotów				średnia liczba firm sektora MŚP		
	mikro	małe	średnie	Sektor MŚP	mikro	małe	średnie
Województwo wielkopolskie	428 214	14 757	2 818	445 789	2 034,8	70,1	13,4
Podregion kaliski	66 606	2 331	504	69 441	1 655,1	57,9	12,5
Powiat jarociński	6 551	205	59	6 815	1 521,2	47,6	13,7
Powiat kaliski	6 989	220	43	7 252	1 371,3	43,2	8,4
Powiat kępiński	6 160	302	71	6 533	1 784,7	87,5	20,6
Powiat krotoszyński	6 918	246	46	7 210	1 481,1	52,7	9,8
Powiat ostrowski	17 080	534	114	17 728	1 748,8	54,7	11,7
Powiat ostrzeszowski	5 823	177	37	6 037	1 721,3	52,3	10,9
Powiat pleszewski	5 832	216	38	6 086	1 527,7	56,6	10,0
Powiat m. Kalisz	11 253	431	96	11 780	1 956,7	74,9	16,7
Podregion koniński	63 421	2 005	398	65 824	1 591,3	50,3	10,0
Powiat gnieźnieński	15 618	493	111	16 222	1 796,2	56,7	12,8
Powiat kolski	6 860	192	41	7 093	1 309,0	36,6	7,8
Powiat koniński	11 556	319	46	11 921	1 412,3	39,0	5,6
Powiat słupecki	5 668	182	30	5 880	1 567,9	50,3	8,3
Powiat turecki	6 991	218	40	7 249	1 367,7	42,6	7,8
Powiat wrzesiński	8 696	310	45	9 051	1 844,1	65,7	9,5
Powiat m. Konin	8 032	291	85	8 408	1 870,2	67,8	19,8
Podregion leszczyński	59 715	2 444	447	62 606	1 773,4	72,6	13,3
Powiat gostyński	7 571	326	56	7 953	1 638,7	70,6	12,1
Powiat grodziski	5 133	193	47	5 373	1 613,6	60,7	14,8

¹¹ Liczba podmiotów zaprezentowanych w tabeli przedstawia dane BDL w ujęciu rocznym (31.12.2019). Dane dotyczące liczby podmiotów sektora MŚP, na podstawie których obliczano próbę badawczą badania ilościowego opierała się o dane półroczne (31.05.2020).

Nazwa jednostki	Liczba podmiotów				średnia liczba firm sektora MŚP		
	mikro	małe	średnie	Sektor MŚP	mikro	małe	średnie
Powiat kościański	8 016	293	66	8 375	1 661,6	60,7	13,7
Powiat leszczyński	6 280	248	31	6 559	1 792,4	70,8	8,8
Powiat międzychodzki	3 574	150	27	3 751	1 610,0	67,6	12,2
Powiat nowotomyski	8 470	332	46	8 848	1 856,7	72,8	10,1
Powiat rawicki	5 382	261	49	5 692	1 494,5	72,5	13,6
Powiat wolsztyński	6 661	287	56	7 004	1 924,9	82,9	16,2
Powiat m. Leszno	8 628	354	69	9 051	2 332,0	95,7	18,6
Podregion pilski	36 312	1 425	259	37 996	1 456,0	57,1	10,4
Powiat chodzieski	4 497	198	32	4 727	1 578,5	69,5	11,2
Powiat czarnkowsko-trzcianecki	7 327	275	51	7 653	1 386,0	52,0	9,6
Powiat pilski	12 794	449	101	13 344	1 551,1	54,4	12,2
Powiat wągrowiecki	6 367	246	38	6 651	1 490,5	57,6	8,9
Powiat złotowski	5 327	257	37	5 621	1 243,3	60,0	8,6
Podregion poznański	91 108	2 975	570	94 653	2 239,6	73,1	14,0
Powiat obornicki	6 578	278	32	6 888	1 812,5	76,6	8,8
Powiat poznański	62 700	1 898	372	64 970	2 587,3	78,3	15,4
Powiat szamotulski	9 094	343	68	9 505	1 639,9	61,9	12,3
Powiat średzki	5 980	225	45	6 250	1 679,4	63,2	12,6
Powiat śremski	6 756	231	53	7 040	1 820,6	62,3	14,3
Podregion m. Poznań	111 052	3 577	640	115 269	3 575,8	115,2	20,6
Powiat m. Poznań	111 052	3 577	640	115 269	3 575,8	115,2	20,6

Źródło: Opracowanie własne na podstawie Banku Danych Lokalnych GUS

We wszystkich podregionach i powiatach regionu udział sektora MŚP w ogólnej liczbie przedsiębiorstw był zbliżony i wyniósł 99,9%.¹²

Z danych bazy REGON wynika, że w roku 2019 w województwie wielkopolskim dominowały mikroprzedsiębiorstwa skupiające się na działalności usługowej (sekcje H, I, J, K, L, M, N, O, P, Q, R oraz U PKD 2007). Wśród wszystkich firm mikroprzedsiębiorstwa usługowe stanowiły 44,1%. Firmy usługowe przeważały wśród podmiotów zatrudniających do 9 pracowników we wszystkich podregionach oraz powiatach województwa.

W przypadku firm małych w skali regionu również przeważały podmioty usługowe, które stanowiły 43,9%. Podobnie jak w przypadku mikroprzedsiębiorstw, również w poszczególnych podregionach i powiatach przeważały podmioty usługowe. Wyjątek stanowiły trzy powiaty, w których dominowały firmy przemysłowe (powiat kępiński, leszczyński, wolsztyński).

Analogicznie wyglądała sytuacja w firmach zatrudniających od 50 do 249 osób – największa część z nich (44,7%) zarejestrowana była w sektorze usług. Firmy średnie w sektorze usług dominowały jednak tylko w 17 powiatach, w 16 przeważały firmy przemysłowe, a w dwóch pozostałych zarejestrowana była taka sama liczba podmiotów usługowych i przemysłowych.

We wszystkich analizowanych branżach firmy z sektora MŚP stanowiły absolutną większość. W ujęciu wojewódzkim ich udział największy był w branży budowlanej – na koniec roku 2019 wyniósł on 99,9% (tylko 10 zarejestrowanych podmiotów nie należało do sektora MŚP). Najmniejszy udział (99,6%) można było zaobserwować w przemyśle, niemniej firmy MŚP stanowiły także w tym przypadku zdecydowaną większość – (w przemyśle działało 43 215 firm, z czego 196 podmiotów zatrudniało od 250 pracowników wzwyż).

¹² Dane zaprezentowano w aneksie

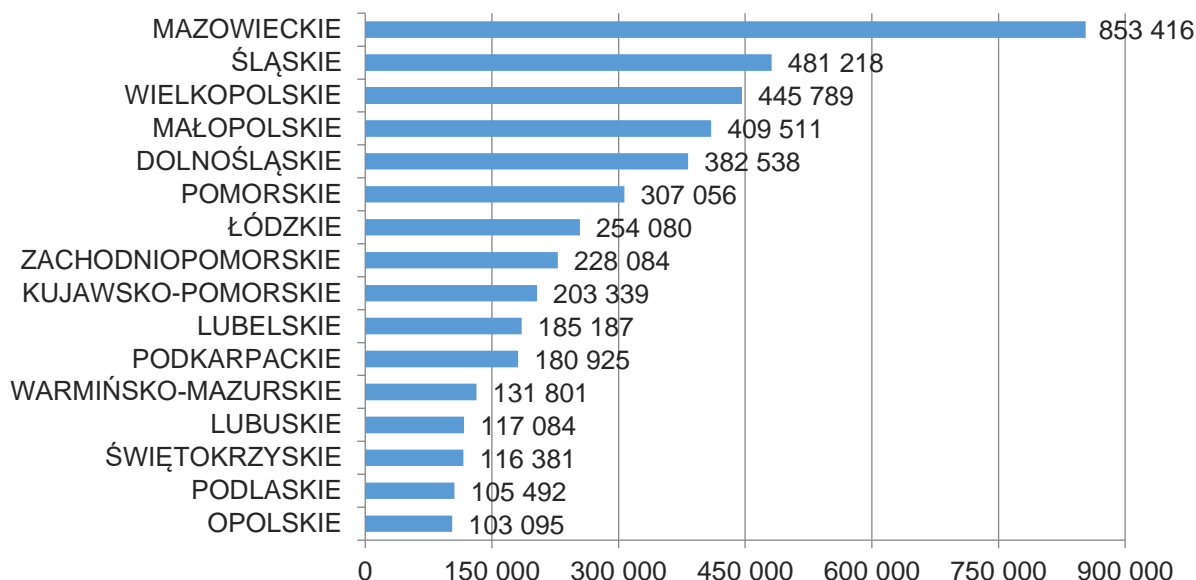
Podobne wskaźniki zauważalne były we wszystkich podregionach i powiatach. W wielu przypadkach wszystkie podmioty z danej branży należały do sektora MŚP – np. w rolnictwie, w budownictwie (firmy MŚP mają 100% udziału w branży w aż 31 powiatach) czy handlu (100% udział w 16 powiatach)¹³.

Równocześnie w każdym sektorze, na całym obszarze województwa udział sektora MŚP był na bardzo wysokim poziomie (nie schodził poniżej 99%).

WIELKOPOLSKIE MŚP NA TLE KRAJU

Biorąc pod uwagę liczbę wszystkich przedsiębiorstw z sektora MŚP w danym regionie Polski, województwo wielkopolskie plasuje się na trzecim miejscu w kraju z sumą 445 789 firm. Przedsiębiorstwa te stanowią 9,9% wszystkich podmiotów MŚP w kraju (4 505 610 firm). Większą liczbę podmiotów zarejestrowano jedynie w województwach: mazowieckim (853 416) oraz śląskim (481 218). Procentowy udział firm z tego sektora w skali kraju przeciętnie 99,9%, a występujące różnice są niewielkie i wahają się do 1%. Różnice w zakresie liczby firm z sektora MŚP w roku 2019 w poszczególnych regionach kraju przedstawiono na wykresie.¹⁴

Wykres 1. Liczba firm sektora MŚP w poszczególnych województwach w roku 2019



Źródło: Opracowanie własne na podstawie Banku Danych Lokalnych GUS

Jak pokazują dane Banku Danych Lokalnych województwo wielkopolskie z sumą 2 034,8, znalazło się na piątej pozycji, biorąc pod uwagę liczbę mikroprzedsiębiorstw w odniesieniu do 10 tys. mieszkańców w wieku produkcyjnym. Wyższą wartość wskaźnika osiągnęły województwa: mazowieckie, zachodniopomorskie, dolnośląskie oraz pomorskie. Pod względem średniej liczby małych firm na 10 tysięcy mieszkańców w wieku produkcyjnym Wielkopolska uplasowała się na drugiej pozycji z wartością 70,1. Wyższy wskaźnik odnotowano jedynie w województwie mazowieckim. Podobnie wyglądała sytuacja w odniesieniu do firm zatrudniających od 50 do 249 pracowników – województwo wielkopolskie znalazło się na drugim miejscu w skali kraju, za województwem mazowieckim.

Tabela 4. Średnia liczba firm sektora MŚP na 10 tysięcy mieszkańców w wieku produkcyjnym w województwie wielkopolskim oraz pozostałych regionach kraju w roku 2019

Województwo	0-9	Województwo	10-49	Województwo	50-249
Mazowieckie	2 577,9	Mazowieckie	75,1	Mazowieckie	15,2

¹³ Dane zaprezentowano w aneksie

¹⁴ Dane zaprezentowano w aneksie

Województwo	0-9	Województwo	10-49	Województwo	50-249
Zachodniopomorskie	2 166,9	Wielkopolskie	70,1	Wielkopolskie	13,4
Dolnośląskie	2 139,2	Śląskie	64,9	Śląskie	12,8
Pomorskie	2 120,2	Łódzkie	61,1	Pomorskie	12,7
Wielkopolskie	2 034,8	Polska	59,3	Polska	12,0
Małopolskie	1 912,5	Małopolskie	58,9	Dolnośląskie	11,8
Polska	1 885,4	Pomorskie	58,7	Lubuskie	11,7
Lubuskie	1 850,6	Zachodniopomorskie	58,0	Łódzkie	11,6
Śląskie	1 708,4	Lubuskie	56,5	Kujawsko-pomorskie	11,5
Łódzkie	1 689,1	Dolnośląskie	56,1	Zachodniopomorskie	11,5
Opolskie	1 646,0	Opolskie	54,4	Małopolskie	10,8
Kujawsko-pomorskie	1 559,8	Kujawsko-pomorskie	53,8	Warmińsko-mazurskie	10,8
Świętokrzyskie	1 513,3	Świętokrzyskie	51,8	Świętokrzyskie	10,6
Warmińsko-mazurskie	1 453,9	Warmińsko-mazurskie	48,0	Opolskie	10,4
Podlaskie	1 415,7	Podkarpackie	43,7	Podlaskie	9,8
Lubelskie	1 411,2	Lubelskie	42,0	Podkarpackie	9,6
Podkarpackie	1 330,9	Podlaskie	41,3	Lubelskie	9,1

Źródło: Opracowanie własne na podstawie Banku Danych Lokalnych GUS

Zgodnie z metodologią opracowaną przez PARP, województwo wielkopolskie znajduje się w czołówce regionów o najwyższym wskaźniku przedsiębiorczości w sektorze MŚP. W ramach przygotowania Rankingu Małej i Średniej Przedsiębiorczości opracowywany jest wskaźnik syntetyczny, który obejmuje dane dla aktywnych firm mikro, małych i średnich: liczbę przedsiębiorstw na 1000 mieszkańców, liczbę pracujących na podmiot, liczbę pracujących w przedsiębiorstwach, przychody na przedsiębiorstwo, przychody na pracującego w przedsiębiorstwie, udział kosztów w przychodach, przeciętne wynagrodzenie, nakłady inwestycyjne na podmiot, nakłady inwestycyjne na pracującego w przedsiębiorstwie. Na tej podstawie wyliczono wskaźniki dla wszystkich województw.

Według Raportu PARP z roku 2018 województwo wielkopolskie uplasowało się na trzecim miejscu pod względem poziomu przedsiębiorczości firm sektora MŚP. Uzyskało ono wartość 75,6. Miejsce pierwsze przypadło województwu mazowieckiemu (wskaźnik o wartości 84,6), a drugie – pomorskiemu (wskaźnik o wartości 76,2). Województwo wielkopolskie zajęło jednocześnie pierwszą pozycję, jeśli chodzi o liczbę osób pracujących w małych firmach na 1000 mieszkańców¹⁵.

W kolejnej edycji Rankingu, w roku 2019, wartość wskaźnika przedsiębiorczości dla Wielkopolski wyniosła 70,7 co, ponownie, dało jej trzecie miejsce w kraju (za województwem mazowieckim – 83,7 oraz pomorskim – 70,9). Uzyskany wynik wskaźnika był o kilka punktów niższy w porównaniu z poprzednim rokiem – niższy poziom przedsiębiorczości dotyczył całej czołówki regionów. Jednocześnie w tym samym roku odnotowano podniesienie wartości wskaźnika przedsiębiorczości podmiotów z sektora MŚP w tych województwach, które w roku 2018 uzyskały wartości najniższe. W roku 2019 województwo wielkopolskie ponownie zajęło pierwszą pozycję, jeśli chodzi o liczbę osób pracujących w małych firmach na 1000 mieszkańców¹⁶.

Także z deklaracji badanych wynika, że wielkopolska przedsiębiorczość jest na wysokim poziomie. Pojawiały się opinie, jakoby Wielkopolska znajdowała się w czołówce rankingu województw w tym zakresie. Niejednokrotnie respondenci podkreślali, iż przedsiębiorczość ta nie jest jednak najwyższa, aczkolwiek i tak wysoko uplasowała się w rankingu. Jednocześnie wielokrotnie wskazywano województwo mazowieckie jako region, w którym poziom przedsiębiorczości jest najwyższy.

¹⁵ Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce, PARP, Warszawa 2018, s. 35-37. Dane użyte do wyliczenia wskaźnika to dane za rok 2016.

¹⁶ Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce, PARP, Warszawa 2019, s. 44-46. Dane użyte do wyliczenia wskaźnika to dane za rok 2017.

„Sądzę, że jest jednym z pięciu lepszych województw w Polsce. Raczej jest w czołówce.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

„Myślę, że na pewno w top 3 Wielkopolska pod względem przedsiębiorczości na pewno stoi.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

„Porównując ją z innymi regionami, wygląda bardzo dobrze. Nas cieszy to zróżnicowanie branż na naszym terenie. Pokazujemy się jako ci, którzy mają świetnie funkcjonującą sieć branży, nie tylko budowlanej, ale i meblarskiej, spożywczej, motoryzacyjnej. Stąd powstały te specjalizacje wielkopolskie i nie ukrywam, że na tym tle Wielkopolska globalnie przedstawia się bardzo interesująco. I patrząc również całościowo, ta innowacyjność, można powiedzieć, że jest zdecydowanie bardziej konkurencyjna, a niżeli chociażby w województwie kujawsko-pomorskim.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

WIELKOPOLSKI SEKTOR MŚP NA TLE UE

W UE w roku 2018 zarejestrowanych było ponad 25 milionów firm zatrudniających od 0 do 249 pracowników (93% z nich stanowiły mikroprzedsiębiorstwa). Przedsiębiorstwa z sektora MŚP stanowiły 99,8% wszystkich niefinansowych podmiotów gospodarczych zarejestrowanych w Unii Europejskiej (UE-28¹⁷). Jednocześnie firmy te wygenerowały 56,4% wartości dodanej, dając zatrudnienie dla 61,4% pracowników¹⁸.

Tabela 5. Dane dotyczące sektora MŚP w krajach UE-28 za rok 2018

Wyszczególnienie	Podmioty gospodarcze ogółem	Firma mikro	Firma mała	Firma średnia	MŚP ogółem
Liczba przedsiębiorstw	25 079 312	23 323 938	1 472 402	235 668	25 032 008
% przedsiębiorstw w ogóle	100,0%	93,0%	5,9%	0,9%	99,8%
Wartość dodana w milionach EUR	7 723 625	1 610 134	1 358 496	1 388 416	4 357 046
% wartość dodana	100,0%	20,8%	17,6%	18,0%	56,4%
Liczba zatrudnionych	146 784 592	43 527 668	29 541 260	24 670 024	97 738 952
% zatrudnionych w ogóle	100,0%	29,7%	20,1%	16,8%	66,6%
Liczba przedsiębiorstw	25 079 312	23 323 938	1 472 402	235 668	25 032 008

Źródło: Opracowanie własne na podstawie Eurostat

Mikro, małe i średniej wielkości firmy stanowiły podstawę dla przedsiębiorczości oraz innowacji w UE, co ma zasadnicze znaczenie dla poziomu konkurencyjności przedsiębiorstw unijnych. W związku z powyższym jednym z celów UE jest sprawienie, aby polityka i podejmowane działania były przyjazne dla sektora małych przedsiębiorstw¹⁹.

Najbardziej aktualne dane pokazujące liczbę podmiotów gospodarczych w poszczególnych krajach Unii Europejskiej udostępnione przez Eurostat wskazują, że Polska znajduje się na piątej pozycji, zarówno pod względem liczby wszystkich zarejestrowanych podmiotów gospodarczych (1 744 285), jak i podmiotów z sektora MŚP (1 740 821) spośród wszystkich krajów UE. Najwięcej przedsiębiorstw ogółem (3 712 043) oraz w sektorze MŚP (3 660 478) zarejestrowanych było we Włoszech. Polskę wyprzedzały również Francja, Hiszpania i Niemcy.

Najwyższy procentowy udział firm z sektora MŚP w ogólnej liczbie zarejestrowanych podmiotów dotyczył Portugalii (99,9%), następnie Słowacji (99,9%) oraz Hiszpanii (99,9%). W tym ujęciu Polska,

¹⁷ Dane dla UE sprzed wystąpienia Wielkiej Brytanii.

¹⁸ „Annual Report on European SMEs 2018/2019, Research & Development and Innovation by SMEs”, European Commission, Brussels 2019 r., s. 17.

¹⁹ <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/pl/sheet/63/male-i-srednie-przedsiębiorstwa> [dostęp na dzień: 21.07.2020]

z wartością 99,8%, znalazła się na miejscu czternastym (spośród 27 krajów). Najniższy procentowy udział firm z sektora MŚP odnotowano we Włoszech (98,6%). Różnice w tym zakresie były jednak minimalne (wahały się o 1,4%).²⁰

Ranking europejski zmienia się po uwzględnieniu w statystykach liczby ludności danego kraju. W roku 2017 na każdy 1000 ludności w UE-28 przypadało 57 przedsiębiorstw MŚP. Najwięcej, bo 115 podmiotów, zarejestrowanych było w Czechach, z kolei najmniej – 29 w Rumunii. Polska znajdowała się dopiero na 21 miejscu, z liczbą 53 przedsiębiorstw (o 4 mniej niż średnia europejska).²¹

Poddając analizie dane Europejskiego Urzędu Statystycznego (EUROSTAT) możliwe jest stworzenie rankingu regionów Unii Europejskiej z uwzględnieniem liczby MŚP poprzez porównanie jej w województwie wielkopolskim do innych regionów kraju oraz regionów UE. Dane EUROSTAT w tym zakresie aktualizowane były w kwietniu 2020 roku, jednakże ostatnim rokiem objętym analizą przez Urząd był rok 2017. Jak wynika z danych, w 2017 roku w poddanych analizie regionach Unii Europejskiej ogólna liczba aktywnych MŚP w całkowitej liczbie przedsiębiorstw wynosiła 7 908 317. Średnia liczba funkcjonujących MŚP dla pojedynczego regionu równa jest 54 540 przedsiębiorstw, przy czym województwo wielkopolskie znacznie przekracza zidentyfikowaną średnią.

Pośród wszystkich objętych analizą regionów, dla których dostępne były dane statystyczne, województwo wielkopolskie zajmuje bardzo wysoką pozycję, znajdując się na 24 miejscu spośród 143 regionów UE, co świadczy o pozytywnej sytuacji województwa na tle regionów Unii Europejskiej. Biorąc pod uwagę jedynie regiony Polski, województwo wielkopolskie wyprzedzają wyłącznie region warszawski stołeczny oraz region śląski²².

Dynamika rozwoju firm MŚP w województwie wielkopolskim

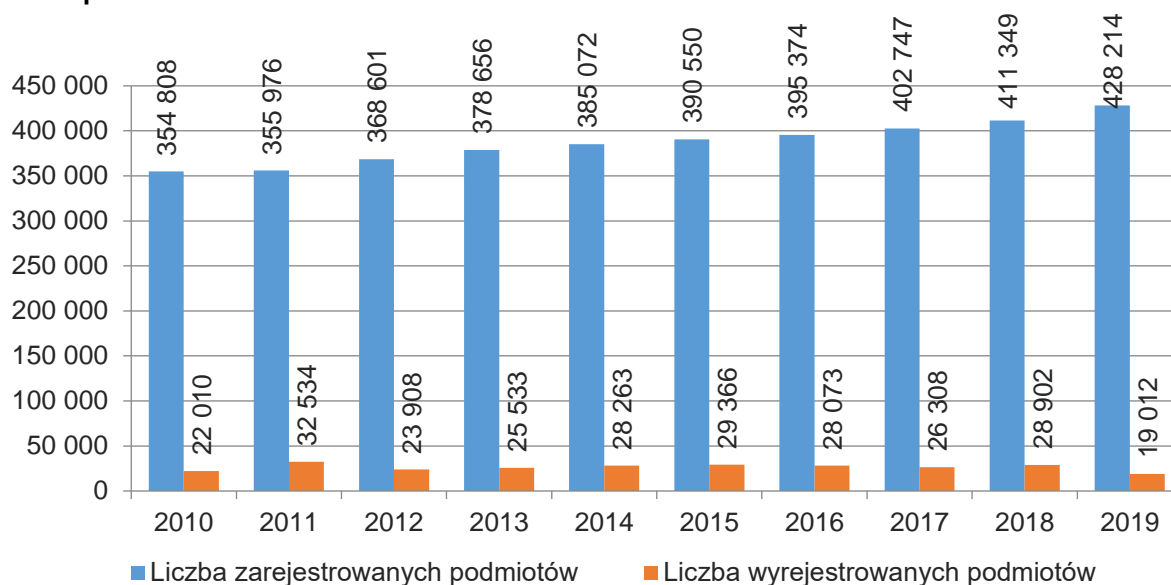
Jak pokazują statystyki GUS dotyczące mikroprzedsiębiorstw zarejestrowanych na terenie województwa wielkopolskiego w ciągu ostatnich 10 lat ich liczba rosła stale – od 2010 roku, w którym wynosiła 354 808 podmiotów, do roku 2019, w którym osiągnęła wartość 428 214 podmiotów. Oznacza to wzrost w tym okresie liczby najmniejszych firm w regionie o 20,7%²³. Najwyższy wzrost liczby wyrejestrowanych najmniejszych podmiotów nastąpił w roku 2011 oraz 2018. Z kolei najniższa liczba tych przedsiębiorstw została wyrejestrowana w roku 2019.

²⁰ Dane zaprezentowano w aneksie

²¹ Dane zaprezentowano w aneksie

²² Dane Eurostat wyodrębniają łącznie 162 europejskie regiony, dla których analizie poddana została liczba aktywnych MŚP. Pomimo aktualizacji w 2020 roku najnowsze dane dotyczą roku 2017, w zestawieniu przedstawionym w niniejszym dokumencie znalazły się więc wszystkie regiony, dla których udostępniono dane za rok 2017. Jednostkami, dla których dane nie zostały udostępnione są: Belgia, Niemcy, Irlandia, Grecja, Szwecja, Cypr, Malta, Słowenia, Luksemburg, Wielka Brytania oraz duńskie regiony Hovedstaden, Sjælland, Syddanmark, Midtjylland i Nordjylland, oraz holenderskie regiony Groningen, Friesland, Drenthe, Overijssel, Gelderland, Flevoland, Utrecht, Noord-Holland, Zuid-Holland, Zeeland, Noord-Brabant, Limburg.

²³ Porównaj z: Działalność gospodarcza mikroprzedsiębiorstw w województwie wielkopolskim w 2018 r., US w Poznaniu, Warszawa 2020 r., s. 1.

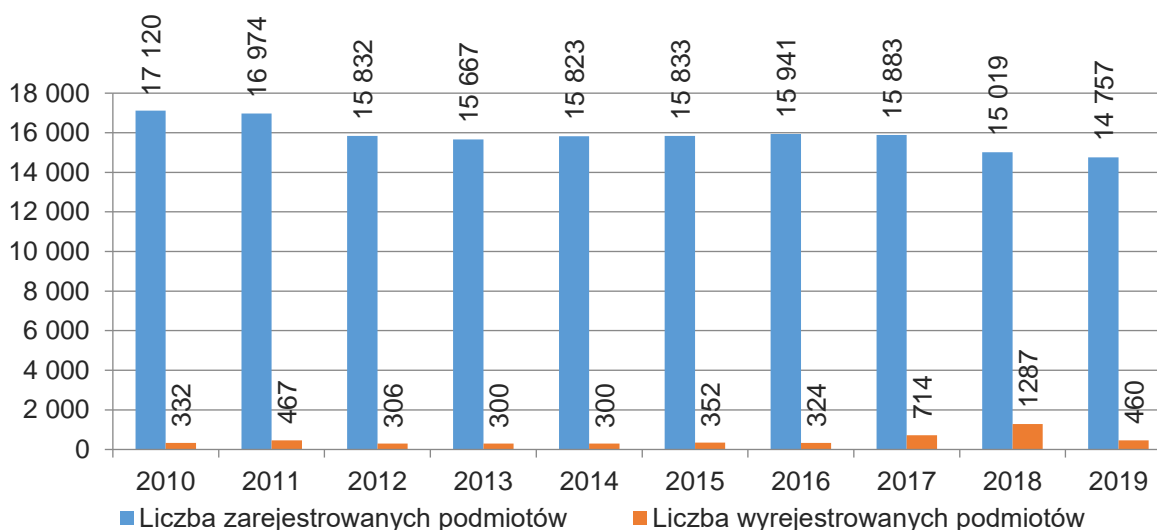
Wykres 2. Dynamika zmian liczby mikrofirm (od 0 do 9 pracowników) w województwie wielkopolskim w latach 2009-2019

Źródło: Opracowanie własne na podstawie Banku Danych Lokalnych GUS

Najwyższy wzrost liczby przedsiębiorstw zatrudniających od 0 do 9 osób odnotowano w podregionie poznańskim – o 42,7% (z 63 832 do 91 108 podmiotów), najniższy z kolei w leszczyńskim, o 19,9% (z 49 813 do 59 715). Na poziomie powiatów największy wzrost zauważalny był w powiecie konińskim – o 58,3% (z 7 300 do 11 556), zaś najniższy w Kaliszu – o 3,5% (z 10 878 do 11 253).²⁴

Z przeprowadzonej analizy danych statystycznych wynika, że wyraźnemu wzrostowi liczby najmniejszych firm w województwie wielkopolskim towarzyszył spadek liczby podmiotów zatrudniających od 10 do 49 pracowników – z 17 120 w roku 2010 do 14 757 w 2019, tj. o 13,8%. W przeciwieństwie do mikrofirm, w których wzrost liczby nowopowstałych podmiotów był sukcesywny, tendencje w przypadku małych przedsiębiorstw nie były równie jednoznaczne – pomimo ostatecznego spadku liczby podmiotów w województwie na przestrzeni ostatnich 10 lat, w trzech latach poddanych analizie odnotowany został wzrost liczby nowo rejestrowanych firm (dotyczył on roku 2014 i 2015). Największy wzrost liczby wyrejestrowanych małych firm dotyczył roku 2018 oraz roku 2017. Z kolei najmniej tego rodzaju podmiotów wyrejestrowano w latach 2013 i 2014.

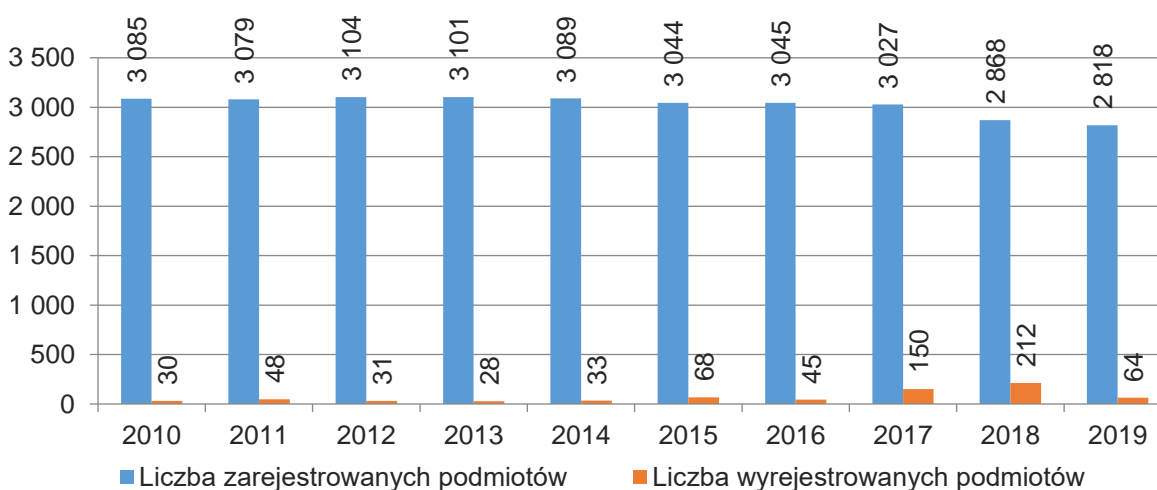
²⁴ Dane zaprezentowano w aneksie

Wykres 3. Dynamika zmian liczby małych firm (od 10 do 49 pracowników) w województwie wielkopolskim w latach 2009-2019

Źródło: Opracowanie własne na podstawie Banku Danych Lokalnych GUS

Zmiany zachodzące w województwie widoczne są również w podregionach oraz powiatach Wielkopolski. Biorąc pod uwagę cały rozpatrywany okres, najniższy spadek liczby podmiotów zatrudniających od 10 do 49 pracowników można zauważyć w podregionie poznańskim – o 8,5% (z 3 252 do 2 975). Największy z kolei odnotowano w podregionie pilskim – o 16,6% (z 1 709 do 1 425). Na poziomie powiatów najmniejszy spadek małych firm dotyczył powiatu nowotomyskiego (o 2,9% z 342 do 332 przedsiębiorstw), zaś najbardziej widoczny powiatu krotoszyńskiego (o 21,7% z 314 do 246).²⁵

Podobnie jak w przypadku małych firm, również przedsiębiorstwa średniej wielkości, czyli zatrudniające od 50 do 249 pracowników, na przestrzeni lat 2009-2019 odnotowały w województwie wielkopolskim spadek o 9,4%. W odróżnieniu od firm zatrudniających od 9 do 49 osób, wzrost liczby zarejestrowanych podmiotów średniej wielkości dotyczył tylko jednego roku w analizowanym okresie – 2012. W pozostałych latach obserwowano systematyczny spadek ich liczby – z 3 110 w roku 2009 do 2 818.

Wykres 4. Dynamika liczby średnich firm (od 50 do 249 pracowników) w województwie wielkopolskim w latach 2009-2019

Źródło: Opracowanie własne na podstawie Banku Danych Lokalnych GUS

²⁵ Dane zaprezentowano w aneksie

Na poziomie podregionów, zgodnie z danymi BDL, najniższy spadek liczby średnich firm odnotował region pilski – o 3,4%. Najwyższy spadek dotyczył z kolei podregionu leszczyńskiego – o 23,5%. Nieco inaczej przedstawiają się dane w podziale na powiaty województwa. Siedem z nich, na przełomie lat 2009-2019 odnotowało wzrost liczby przedsiębiorstw zatrudniających 50-249 pracowników. Najwyższy z nich zauważyć można w powiecie konińskim, gdzie w ubiegłym roku zarejestrowanych było o 58,6% więcej firm średniej wielkości w porównaniu do roku 2009. Wśród powiatów, które odnotowały spadek liczby przedsiębiorstw tej wielkości, największy spadek widoczny był w powiecie leszczyńskim – o 41,5%.²⁶

Biorąc pod uwagę różnicę pomiędzy liczbą firm nowo zarejestrowanych i wyrejestrowanych w sektorze MŚP w województwie wielkopolskim pomiędzy rokiem 2010 a 2019 każdego roku zaobserwowano wzrost liczby tych podmiotów ogółem. Największą liczbę nowo zarejestrowanych podmiotów odnotowano w roku 2018, najmniej nowych przedsiębiorstw pojawiło się w roku 2011. W roku 2011 nastąpiło jednocześnie wyrejestrowanie największej liczby podmiotów gospodarczych – zamknięto ich 33 055, skutkiem czego był to rok o najniższym dodatnim bilansie w analizowanym okresie (2,4% więcej podmiotów w sektorze ogółem). Najmniej firm zamknęło się z kolei w roku 2019, dzięki czemu był to rok o rekordowo wysokim bilansie (89,2% więcej podmiotów w sektorze MŚP). Na ogólny dodatni bilans liczby firm sektora MŚP kluczowy wpływ miał dynamiczny wzrost mikroprzedsiębiorstw. W przypadku firm małych i średnich bilans roczny częściej był ujemny. Najniższy bilans dla małych i średnich przedsiębiorstw można zauważyć w roku 2018, najkorzystniejszy zaś w 2012 r.²⁷

„Wszelkie narzędzia, które dawały możliwość uruchomienia swojego pierwszego biznesu, na początku pieniędzy chociażby z powiatowego urzędu pracy, później już z grantów, dofinansowań, chociażby wcześniej w poprzedniej perspektywie, teraz obecnie z wielkopolskiego programu operacyjnego, spowodowały, że faktycznie te mikro i małe firmy pojawiły się na naszym rynku (...). (...) Trochę narzekają firmy, które już trochę istnieją na rynku, że one nie miały tylu narzędzi do tego, żeby wzbogacić się, zwiększyć swój potencjał w ostatnich 10 latach, a bardziej chwalą ten okres mikro najmniejsi, że zafunkcjonowali na rynku”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

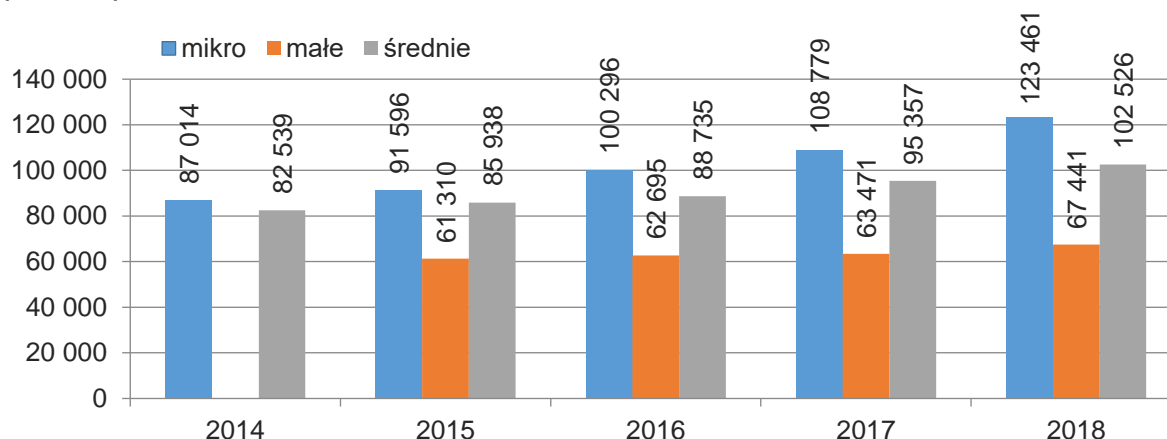
KONDYCJA FINANSOWA WIELKOPOLSKIEGO SEKTORA MŚP

Z analizy danych GUS wynika, że przychody przedsiębiorstw z sektora MŚP w województwie wielkopolskim rosły systematycznie od roku 2014. Do roku 2018 przychody mikrofirm wzrosły o 41,8% w porównaniu z rokiem 2014. W przypadku firm małych (od 10 do 49 pracowników) nastąpił wzrost o 10,0%²⁸. Przedsiębiorstwa średniej wielkości odnotowały z kolei wzrost przychodów w wysokości 24,2%.

²⁶ Dane zaprezentowano w aneksie

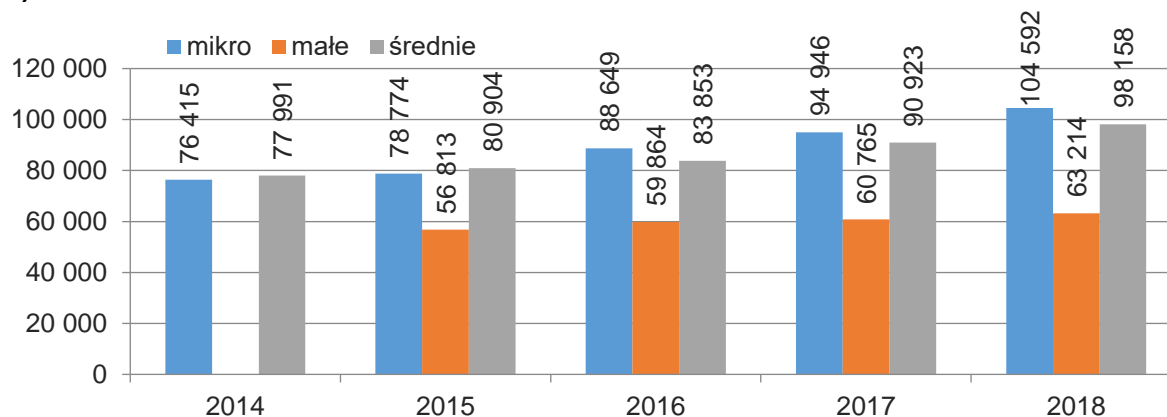
²⁷ Dane zaprezentowano w aneksie

²⁸ Brak danych w prezentowanym układzie za rok 2014 dla małych firm z uwagi na zmiany w zakresie metodologii GUS.

Wykres 5. Przychody firm z sektora MŚP w województwie wielkopolskim w latach 2014-2018 (w mln zł)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie Banku Danych Lokalnych GUS²⁹

Przedsiębiorstwa z sektora MŚP pomiędzy rokiem 2014 a 2018 odnotowały również wyższe koszty prowadzenia działalności. W przypadku mikroprzedsiębiorstw średnie koszty wzrosły o 36,8%. Wśród firm małych nastąpiło podniesienie kosztów działalności o 11,2%³⁰. Podmioty zatrudniające od 50 do 249 pracowników zarejestrowały we wskazanym okresie wzrost średnich kosztów na poziomie 25,8%.

Wykres 6. Koszty firm z sektora MŚP w województwie wielkopolskim w latach 2014-2018 (w mln zł)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie Banku Danych Lokalnych GUS³¹

W celu uzyskania informacji na temat zmiany kondycji finansowej firm z sektora MŚP w województwie wielkopolskim dokonano analizy wartości przychodów z całokształtu działalności przedsiębiorstwa³², kosztów ogółem³³ (dla firm mikro), uzyskanych wyników finansowych oraz wskaźnika rentowności obrotu. Z uwagi na zmiany w zakresie metodologii stosowanej przez GUS oraz różnice w sposobie publikowania danych dla firm mikro oraz małych i średnich, pozyskanie ujednoczonych danych dotyczących kondycji finansowej w MŚP dla regionu nie było możliwe. Z tego względu zagadnienie to

²⁹ BDL, podmioty niefinansowe prowadzące działalność gospodarczą według PKD 2007, przychody i koszty według klas wielkości przedsiębiorstw.

³⁰ Brak danych w prezentowanym układzie za rok 2014 dla małych firm z uwagi na zmiany w zakresie metodologii GUS

³¹ BDL, podmioty niefinansowe prowadzące działalność gospodarczą według PKD 2007, przychody i koszty według klas wielkości przedsiębiorstw

³² Przychody ogółem (przychody z całokształtu działalności) rozumiane jako przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów, pozostałe przychody operacyjne oraz przychody finansowe [Bilansowe wyniki finansowe podmiotów gospodarczych w 2018 roku, GUS 2020 r., s. 35.]

³³ Koszty ogółem (koszty uzyskania przychodów z całokształtu działalności) rozumiane jako koszty sprzedanych produktów, towarów i materiałów, pozostałe koszty operacyjne oraz koszty finansowe [Bilansowe wyniki finansowe podmiotów gospodarczych w 2018 roku, GUS 2020 r., s. 41.]

zostało opisane osobno dla mikroprzedsiębiorstw oraz podmiotów małych i średnich. W przypadku mikrofirm dane dotyczące wyników finansowych oraz wskaźnika rentowności obrotu prezentowane są w ujęciu brutto, w przypadku firm małych i średnich w ujęciu netto.

Analiza wskaźników finansowych mikroprzedsiębiorstw zlokalizowanych w województwie wielkopolskim w okresie 2014-2018³⁴ wskazuje na to, że ich kondycja ulegała systematycznej poprawie. W roku 2018 podmioty te osiągnęły rekordowo wysokie przychody oraz wyniki finansowe, przy czym wskaźnik rentowności obrotu brutto dla roku 2015 był o 0,8 p.p. wyższy, niż w roku 2018.

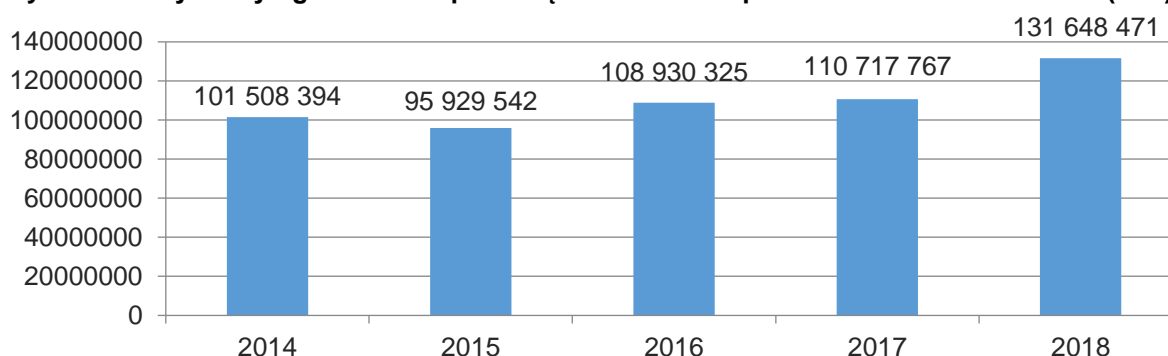
Tabela 6. Wskaźniki dotyczące sytuacji finansowej mikroprzedsiębiorstw wielkopolskich w latach 2014-2018

Wyszczególnienie	2014	2015	2016	2017	2018
Przychody ogółem (zł)	101 508 393,6	95 929 542	108 930 325	110 717 767	131 648 471
Koszty ogółem (zł)	90 656 369	82 454 636	96 985 944	96 874 267	114 263 716
Wynik finansowy³⁵	10 852 025	13 474 906	11 944 381	13 843 500	17 384 755
Rentowność obrotu brutto (%)	10,7	14,0	11,0	12,5	13,2

Źródło: Opracowanie własne na podstawie opracowań GUS oraz Urzędu Statystycznego w Łodzi

Pomiędzy rokiem 2014 a 2019 przedsiębiorstwa wielkopolskie zatrudniające do 9 pracowników odnotowały znaczący wzrost przychodów - o 29,7%. Przychody te rosły systematycznie we wskazanym okresie, za wyjątkiem roku 2015, kiedy to odnotowano spadek w wysokości 5,5 p.p. w porównaniu z rokiem poprzedzającym.

Wykres 7. Przychody ogółem mikroprzedsiębiorstw wielkopolskich w latach 2014-2018 (w zł)

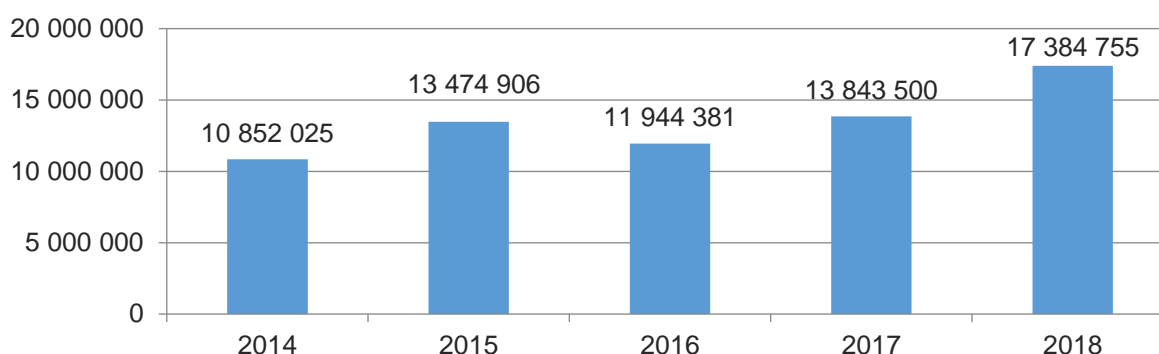


Źródło: Opracowanie własne na podstawie opracowań GUS oraz Urzędu Statystycznego w Łodzi

W badanym okresie doszło również do bardzo wysokiego wzrostu wyników finansowych osiąganych przez firmy mikro działające w regionie Wielkopolski. W roku 2014 firmy te uzyskały łącznie 10 852 025 zł, z kolei w roku 2018 było to 17 384 755 zł, czyli o 60,2% więcej. Jedyne rok w prezentowanym przedziale czasowym, w którym zanotowano spadek wyników finansowych, to 2016 (o 11,4% w stosunku do roku 2015).

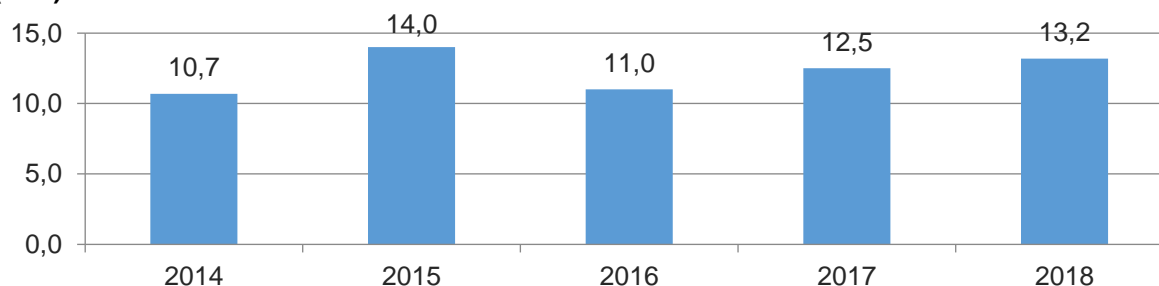
³⁴ Brak danych za rok 2019

³⁵ Wynik finansowy obliczony został jako różnica przychodów ogółem i kosztów ogółem

Wykres 8. Wynik finansowy mikroprzedsiębiorstw wielkopolskich w latach 2014-2018 (w zł)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie opracowań GUS oraz Urzędu Statystycznego w Łodzi

Analogicznie do przedstawionych wcześniej wskaźników, również rentowność obrotu brutto w mikroprzedsiębiorstwach uległa wzrostowi pomiędzy rokiem 2014 i 2018. Rekordowo wysoką wartość uzyskano w roku 2015 – 14,0%, po którym nastąpił spadek o 3 p.p. W kolejnych latach utrzymywała się tendencja wzrostowa. Najbardziej aktualne dane, za rok 2018, wskazują na rentowność obrotu brutto w wielkopolskich przedsiębiorstwach mikro na poziomie 13,2%.

Wykres 9. Rentowność obrotu brutto mikroprzedsiębiorstw wielkopolskich w latach 2014-2018 (w %)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie opracowań GUS oraz Urzędu Statystycznego w Łodzi

Analiza wyników finansowych małych i średnich przedsiębiorstw w województwie wielkopolskim w latach 2014-2019 wykazała wzrost przychodów z całokształtu działalności podmiotów, wzrost wyników finansowych netto oraz wzrost wskaźnika rentowności obrotu netto, zarówno w przypadku firm zatrudniających od 10 do 49, jak i od 50 do 249 pracowników.

Tabela 7. Wskaźniki dotyczące sytuacji finansowej małych i średnich przedsiębiorstw wielkopolskich w latach 2014-2019³⁶

Wielkość podmiotu		10-49	50-249	Ogółem
2014	Przychody z całokształtu działalności (w mln zł)	50 709,2	77 489,9	128 199,1
	Wynik finansowy netto (w mln zł)	1 956,7	2 989,2	4 945,9
	Wskaźnik rentowności obrotu netto (%)	3,7%	3,9%	3,9%
2015	Przychody z całokształtu działalności (w mln zł)	52 409,6	81 142,7	133 552,3
	Wynik finansowy netto (w mln zł)	2 253,6	3 135,5	5 389,1
	Wskaźnik rentowności obrotu netto (%)	4,3%	3,9%	4,0%
2016	Przychody z całokształtu działalności (w mln zł)	53 076,1	85 881,2	138 957,3
	Wynik finansowy netto (w mln zł)	2 289,1	4 266,2	6 555,3
	Wskaźnik rentowności obrotu netto (%)	4,3%	5,0%	4,7%
2017	Przychody z całokształtu działalności (w mln zł)	57 053,2	88 859,1	145 912,3
	Wynik finansowy netto (w mln zł)	1 431,4	3 529,8	4 961,2

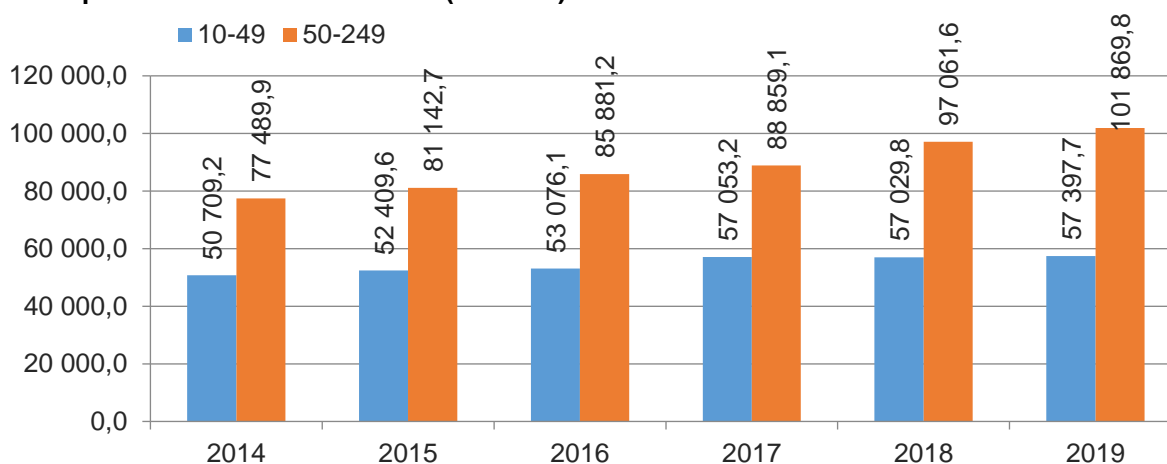
³⁶ Wskaźniki rentowności obrotu netto obliczone zostały jako relacja wyników finansowych netto oraz przychodów z całokształtu działalności

Wielkość podmiotu		10-49	50-249	Ogółem
2018	Wskaźnik rentowności obrotu netto (%)	2,5%	4,0%	3,4%
	Przychody z całokształtu działalności (w mln zł)	57 029,8	97 061,6	154 091,4
	Wynik finansowy netto (w mln zł)	2 525,1	3 672,8	6 197,9
	Wskaźnik rentowności obrotu netto (%)	4,4%	3,8%	4,0%
2019	Przychody z całokształtu działalności (w mln zł)	57 397,7	101 869,8	159 267,5
	Wynik finansowy netto (w mln zł)	3 481,7	4 057,5	7 539,2
	Wskaźnik rentowności obrotu netto (%)	6,1%	4,0%	4,7%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie opracowań GUS

W przypadku firm małych w roku 2014 wartość przychodów z całokształtu działalności wyniosła 50 709,2 mln zł, z kolei w roku 2019 wartość ta wyniosła 57 397,7 mln zł, co oznacza wzrost o 13,2%. W analogicznym okresie przychody te wśród firm średniej wielkości wzrosły o 31,5%.

Wykres 10. Przychody z całokształtu działalności małych i średnich przedsiębiorstw wielkopolskich w latach 2014-2019 (w mln zł)

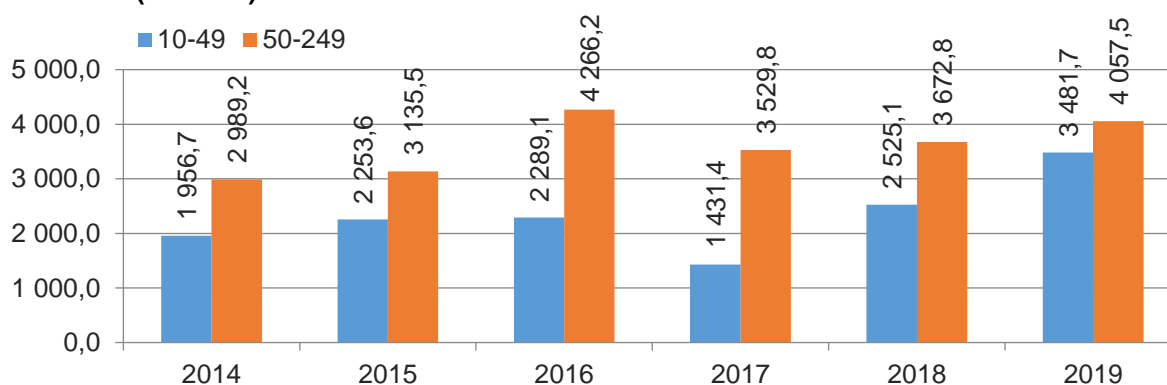


Źródło: Opracowanie własne na podstawie opracowań GUS

Pomiędzy rokiem 2014 a 2019 można zauważyć również wyraźny wzrost wyników finansowych, jakie uzyskały przedsiębiorstwa zatrudniające od 10 do 249 osób. Firmy małe w regionie zanotowały wzrost uzyskiwanych wyników o 77,9%, z kolei firmy średnie o 35,7%.

Warto przy tym zwrócić uwagę na fakt, że w roku 2016 uzyskano rekordowo wysoki wynik finansowy w przypadku firm średniej wielkości, tj. 4 266,2 mln zł, po którym nastąpił bardzo duży spadek tego wskaźnika w roku 2017 – zarówno w przypadku średnich przedsiębiorstw, jak i małych, dla których uzyskany wynik był w tym roku najniższy w całym analizowanym okresie.

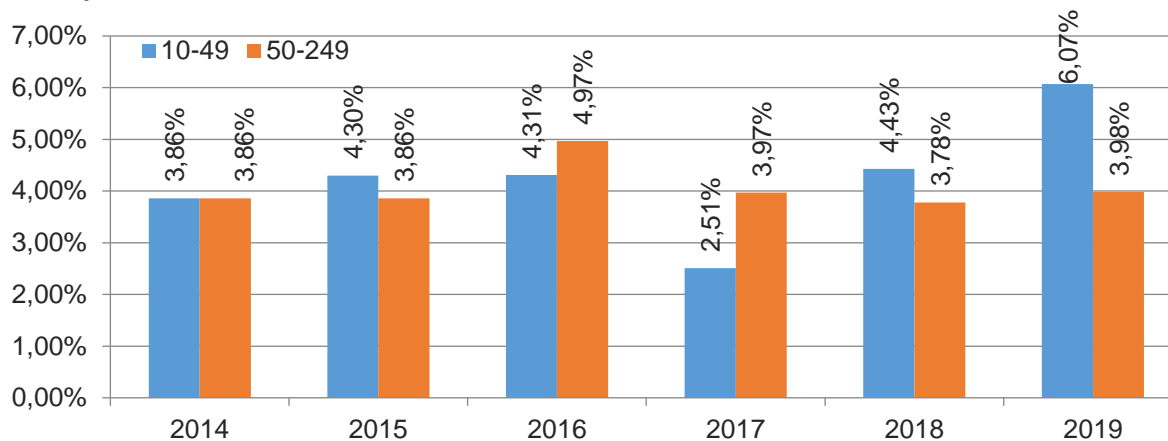
Wykres 11. Wynik finansowy netto małych i średnich przedsiębiorstw wielkopolskich w latach 2014-2019 (w mln zł)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie opracowań GUS

W analizowanym okresie odnotowano ponadto wzrost wskaźnika rentowności obrotu netto dla przedsiębiorstw zatrudniających od 10 do 249 osób. Wartości wskaźnika wzrosły przede wszystkim w przypadku firm małych – z 3,9% w pierwszym analizowanym roku do 6,1% w roku ostatnim (z wyraźnym spadkiem w roku 2017, gdy wskaźnik rentowności osiągnął poziom 2,5%). W przypadku firm średniej wielkości wskaźnik rentowności utrzymywał się na zbliżonym poziomie w całym analizowanym okresie.

Wykres 12. Wskaźnik rentowności obrotu netto³⁷ małych i średnich przedsiębiorstw wielkopolskich w latach 2014-2019



Źródło: Opracowanie własne na podstawie opracowań GUS

Średni udział kosztów dla wszystkich podmiotów gospodarczych w województwie wielkopolskim w roku 2018 wynosił 93,1%. Najwyższy dotyczył kolejno przedsiębiorstw średnich (95,7%) oraz dużych (95,5%), nieco mniejszy był udział w przypadku firm małych (93,7%). Z kolei w firmach mikro udział kosztów w przychodach wyniósł jedynie 84,7%³⁸.

Dynamika rozwoju sektora MŚP determinowana jest różnymi czynnikami, dlatego aby uzyskać pełniejszą ocenę sytuacji ekonomicznej przedsiębiorstw sektora MŚP pozyskano informacje na ten temat bezpośrednio od ich przedstawicieli.

Wyniki badania ilościowego pozwalają stwierdzić, iż bez względu na wielkość przedsiębiorstwa ocena sytuacji ekonomicznej sprzed roku była lepsza aniżeli w 2020 r., która determinowana jest przede wszystkim pandemią COVID-19 i związanym z nią spowolnieniem gospodarczym.

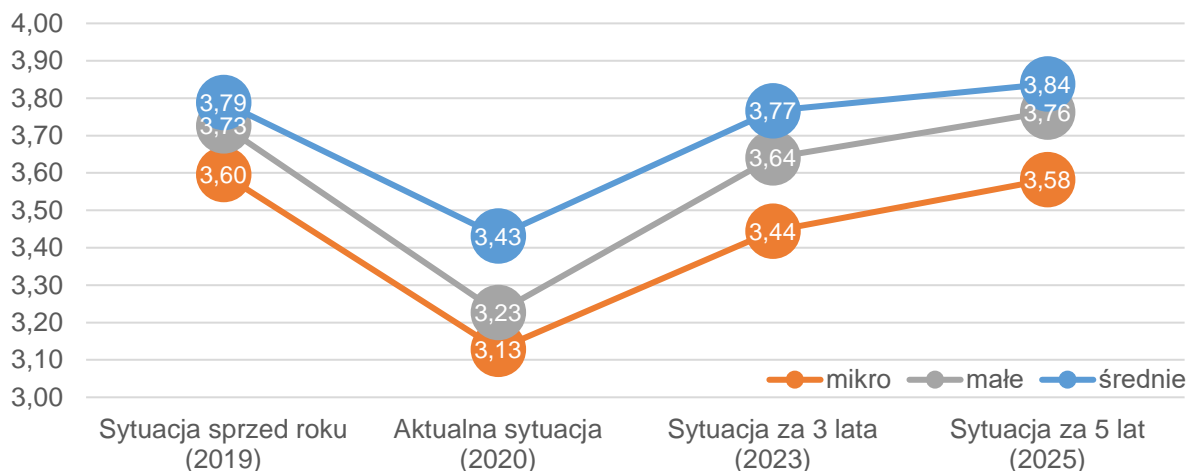
W opinii wszystkich respondentów sytuacja pogorszyła się w porównaniu z rokiem ubiegłym, jednak badani byli zgodni także co do tego, że w nadchodzących latach sytuacja będzie ulegać stopniowej poprawie. Najbardziej pogorszenie sytuacji odczuły najmniejsze firmy, jednocześnie ta grupa była najbardziej ostrożna w ocenie tego, jak będzie wyglądała sytuacja ekonomiczna ich firmy w przyszłości.

Warto zwrócić uwagę na deklaracje średnich firm w tym zakresie, gdyż ta grupa najlepiej ocenia zarówno obecną, jak i przyszłą sytuację ekonomiczną, co może być związane z ich ugruntowaną pozycją na rynku. Średnie oceny zaprezentowane na kolejnym wykresie pozwalają wnioskować, iż powrót do sytuacji ekonomicznej sprzed pandemii może zostać osiągnięty za około 3 lata.

³⁷ Wskaźnik rentowności obrotu netto, za GUS, rozumiemy jako relację wyniku finansowego netto do przychodów ogółem

³⁸ Opracowanie własne na podstawie Banku Danych Lokalnych GUS

Wykres 13. Proszę ocenić aktualną i przyszłą sytuację ekonomiczną Państwa firmy. Oceny proszę dokonać w skali od 1 do 5, gdzie 1 - oznacza bardzo złą a 5 - oznacza bardzo dobrą sytuację ekonomiczną. (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Deklaracje respondentów badania ilościowego znajdują potwierdzenie w wypowiedziach uczestników badania jakościowego. Dwoje spośród rozmówców podczas wywiadu zwróciło uwagę na fakt, iż aktualna sytuacja ekonomiczna przedstawicieli sektora MŚP jest gorsza aniżeli ich sytuacja sprzed roku, co ma bezpośredni związek z pandemią COVID-19. Takie opinie stanowią tym samym odzwierciedlenie deklaracji uczestników badania ilościowego.

„Na pewno jest gorsza niż rok temu, sytuacja COVID na pewno wpłynęła na firmy, na sektor MŚP, co widzimy po wnioskach, jakie są u nas składane i po sytuacji na rynku”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

„Sytuacja w porównaniu do poprzedniego roku się pogorszyła, ale nie jest to sytuacja tragiczna”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

Sytuacja ekonomiczna wielkopolskich przedstawicieli MŚP nie została oceniona źle przez uczestników wywiadów, co także stanowi potwierdzenie badań ilościowych w zakresie przeciętnych ocen kondycji finansowej mikro, małych i średnich podmiotów. Jednakże uczestnicy badań jakościowych sugerowali, że sytuacja ekonomiczna przedstawicieli MŚP zależna jest przede wszystkim od branży, w której ci działają; wielokrotnie podkreślano, iż dostrzegalne jest zróżnicowanie w tym zakresie. Pojawiły się opinie, jakoby sytuacja ekonomiczna była gorsza w przypadku podmiotów działających w branży handlowo-usługowej, produkcyjnej, turystycznej, gastronomicznej, kosmetycznej czy transportowej. Z deklaracji badanych można ponadto wnioskować, iż lepsza kondycja finansowa potencjalnie może dotyczyć przedstawicieli branż rolnej, farmaceutycznej, spirytusowej, spożywczej, budowlanej, czy też branż związanych z usługami komputerowymi, oprogramowaniem, gramami komputerowymi oraz aplikacjami mobilnymi.

„W mojej ocenie znaczna część firm handlowo-usługowych, w tym również produkcji przemysłowej, może odczuwać poważne kłopoty. Te kłopoty mogą być związane z zatrzymaniem procesów produkcji, brakiem świadczenia produktów i usług, ale też odpływem klientów. Mniejsze kłopoty mogą dotyczyć farmacji, branży spirytusowej, produkcji spożywczej, rolnej, czy rynku gier komputerowych oraz aplikacji mobilnych.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

„To jest bardzo różnie, mamy do czynienia z sytuacją kryzysową spowodowaną COVID, więc część przedsiębiorców dość aktywnie odczuła skutki tej pandemii – zwłaszcza, jeżeli chodzi

o branżę turystyczną, branżę transportową, również kwestia COVID wpłynęła na branżę związaną z gastronomią. Jeżeli chodzi o inne branże to tak naprawdę część z nich paradoksalnie skorzystała na tym dodatkowym zamieszaniu, część firm zajmujących się na przykład szyciem, na maseczkach w pierwszych dniach tej pandemii się odbiła. (...) Branża meblarska trochę przysiadła ze względu na to, że duża część produkcji realizowana była na eksport, bo o ile nasz wewnętrzny rynek, myślę, że mniej odczuł skutki COVID, o tyle eksport dość istotnie zmniejszył się zwłaszcza w branży meblarskiej, transportowej i turystycznej”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu

„Są firmy, które mają się bardzo dobrze, nawet jak był COVID-19. To są głównie firmy, które sprzedają materiały do budowy, firmy budowlane, firmy tapicerskie, u nich nie ma spadku obrotów. Firmy, które są związane z usługami komputerowymi, czyli sprzedaż urządzeń, pisanie oprogramowania - te firmy nie mają u nas problemu. Najgorzej w tej chwili to mają firmy, usługi kosmetyczne i małe firmy budowlane, takie jednoosobowe, wykończenia wewnątrz, ze względu na COVID ludzie odmawiali wykonywania tych usług i te firmy też mają się źle. Wszystko zależy od tego, jaka to jest firma, nie można uogólnić”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu

„Ona jest różna w różnych branżach. (...) Przy takich branżach jak usługi gastronomiczne, cały przemysł związany z przyjęciami weselnymi - to tu widzę duży kryzys”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

Aby precyzyjniej określić przyszłą sytuację ekonomiczną podmiotów sektora MŚP należących do różnych branż, analizie poddano sumy pozytywnych i negatywnych ocen ankietowanych przedsiębiorców, odnoszących się do sytuacji w kolejnych pięciu latach (odpowiednio: bardzo dobra i dobra oraz zła i bardzo zła). Wyniki badania pozwalają stwierdzić, iż występuje zróżnicowanie wśród branż, których przedstawiciele najwyżej oceniają swoją przyszłą sytuację finansową. Dostrzega się, że w grupie mikro i średnich przedsiębiorstw, swoją sytuację ekonomiczną na kolejne 5 lat najwyżej oceniają firmy z branży rolniczej, co znajduje potwierdzenie w wynikach badania jakościowego. Z kolei w grupie małych podmiotów przyszłą sytuację ekonomiczną najwyżej oceniają przedsiębiorcy działający w obszarze handlu. Wyniki z uwzględnieniem wielkości zatrudnienia potwierdziły, iż bez względu na branżę czy podregion, w większych podmiotach ocena przyszłej sytuacji prognozowana jest lepiej niż w pozostałych.

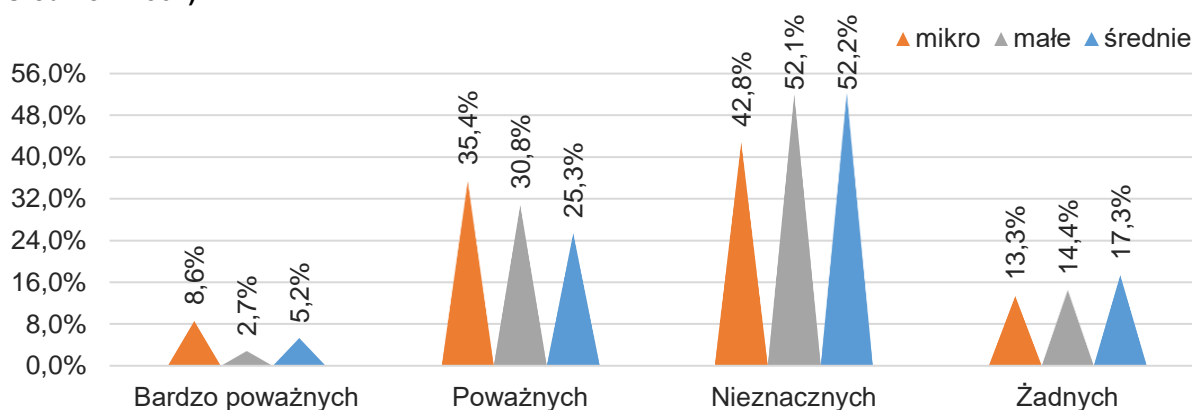
Tabela 8. Proszę ocenić przyszłą sytuację ekonomiczną Państwa firmy. Oceny proszę dokonać w skali od 1 do 5, gdzie 1 - oznacza bardzo złą a 5 - oznacza bardzo dobrą sytuację ekonomiczną. (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364) – wg branż oraz podregionów

Wyszczególnienie		mikro		małe		średnie	
		Bardzo zła, zła	Bardzo dobra, dobra	Bardzo zła, zła	Bardzo dobra, dobra	Bardzo zła, zła	Bardzo dobra, dobra
Branża	Budownictwo	6,6%	62,3%	5,0%	67,5%	0,0%	83,3%
	Handel	6,7%	60,6%	1,3%	76,9%	0,0%	83,7%
	Przemysł	4,8%	69,0%	1,1%	71,9%	1,7%	76,9%
	Rolnictwo	9,1%	72,7%	16,7%	50,0%	0,0%	92,3%
	Usługi	6,4%	53,7%	2,6%	68,9%	2,9%	79,8%
Podregion	Poznań	5,3%	57,5%	2,0%	73,5%	2,5%	84,8%
	kaliski	10,6%	62,1%	1,5%	69,2%	1,5%	85,1%
	koniński	6,6%	57,4%	8,9%	67,9%	3,8%	78,8%
	leszczyński	5,1%	62,7%	1,4%	75,4%	1,7%	74,1%
	pilski	8,6%	51,4%	0,0%	60,0%	0,0%	75,8%
	poznański	5,7%	48,3%	1,2%	65,4%	1,3%	72,0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Deklaracje ankietowanych pozwalają wysnuć wniosek, iż pandemia COVID-19 pociągnęła za sobą szereg konsekwencji dla sektora MŚP. Tylko nieliczni przedstawiciele podmiotów z tego sektora wskazali, iż nie doświadczyli żadnych negatywnych skutków wynikających z zaistniałej sytuacji. Dobrze rokuje fakt, iż negatywne skutki najczęściej określane były przez respondentów zaledwie jako nieznaczne. Jednocześnie niepokojąca jest liczebność grup które zadeklarowały, iż doznały poważnych, negatywnych skutków w rezultacie wystąpienia pandemii. Dostrzega się, że poważne skutki mikroprzedsiębiorstwa odczuwały znacznie częściej aniżeli średnie podmioty. Koresponduje to z faktem, iż grupa średnich podmiotów charakteryzuje się bardziej ugruntowaną pozycją na rynku, a jej przedstawiciele najlepiej oceniają swoją obecną i przyszłą sytuację ekonomiczną.

Wykres 14. Jakich negatywnych skutków doświadczyli Państwo jako przedsiębiorstwo w związku z wystąpieniem pandemii COVID-19 i jej konsekwencjami? (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Poważnych skutków pandemii COVID-19 najczęściej doświadczały mikroprzedsiębiorstwa działające w branży związanej z budownictwem oraz usługami. Również w przypadku średnich przedsiębiorstw z branży budowlanej dostrzega się wysoki odsetek deklaracji potwierdzających doświadczanie poważnych skutków zaistniałej sytuacji epidemicznej. W przypadku małych podmiotów, poważne skutki relatywnie najczęściej odczuwały firmy działające w obszarze handlu oraz usług. Co istotne, blisko 40% ankietowanych średnich podmiotów z branży rolniczej nie doświadczyło żadnych negatywnych skutków pandemii COVID-19, co potwierdza także opinia z badania jakościowego, jakoby podmioty z branży rolnej zmagaly się z mniejszymi trudnościami w tym przypadku aniżeli firmy z innych branż.

Tabela 9. Jakich negatywnych skutków doświadczyli Państwo jako przedsiębiorstwo w związku z wystąpieniem pandemii COVID-19 i jej konsekwencjami? (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364) – wg branż oraz podregionów

Wyszczególnienie	mikro		małe		średnie		
	Bardzo poważne, poważne	Żadne	Bardzo poważne, poważne	Żadne	Bardzo poważne, poważne	Żadne	
Branża	Budownictwo	49,2%	11,5%	32,5%	15,0%	44,4%	11,1%
	Handel	35,6%	11,5%	38,5%	11,5%	34,9%	25,6%
	Przemysł	42,9%	11,9%	28,1%	13,5%	38,5%	12,0%
	Rolnictwo	27,3%	27,3%	33,3%	16,7%	7,7%	38,5%
	Usługi	47,8%	14,3%	34,2%	15,8%	24,3%	17,9%
Podregion	Poznań	39,8%	14,2%	37,8%	16,3%	36,7%	17,7%
	kaliski	53,0%	4,5%	32,3%	10,8%	31,3%	19,4%
	koniński	42,6%	13,1%	39,3%	7,1%	26,9%	25,0%
	leszczyński	44,1%	22,0%	27,5%	17,4%	31,0%	13,8%
	piłski	48,6%	5,7%	35,0%	27,5%	33,3%	21,2%
	poznański	41,4%	16,1%	29,6%	11,1%	24,0%	10,7%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Wyniki badania jakościowego wskazują, iż do negatywnych skutków, jakich przedsiębiorcy z województwa doświadczyli w związku z pandemią COVID-19, należy zaliczyć przede wszystkim spadek obrotów i utratę płynności finansowej. Gorsze wyniki finansowe mogą dotyczyć w szczególności biur podróży, siłowni i klubów fitness, a także taksówkarzy, gdyż pandemia poskutkowała spadkiem popytu na świadczone przez nich usługi. Negatywne skutki z pewnością dotyczą podmiotów z branż, które w początkowym okresie pandemii zostały zamknięte z uwagi na wprowadzone obostrzenia, tj. firm z branży beauty (kosmetycznych i fryzjerskich) czy też gastronomicznych i działających w obszarze sportu (siłownie i kluby fitness). Dostrzega się zatem potwierdzenie wyników badania ilościowego, według których poważne skutki istotnie często odczuwały właśnie przedsiębiorstwa usługowe.

„Są branże, które odczuły to dużo mocniej, głównie sektor usług - takie branże, jak fryzjerstwo, kosmetologia, restauratorzy, ogólnie gastronomia”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

„Branże, które musiały zostać całkowicie zamknięte straciły płynność finansową, część musiała zawiesić działalność, część firm musiała zredukować zatrudnienie czy zmienić swoją działalność. Więc nie może to nie mieć wpływu – wpływ był bardzo duży, zwłaszcza na branże, które musiały zostać zamknięte, czyli: fryzjerstwo, gastronomia, branża turystyczna, branża mikro usługowa (kosmetyczki, fryzjerzy). To wszystko jest bardzo odczuwalne. Dla takich małych firm było odczuwalne i gdzieś te konsekwencje będą. Nim te firmy powrócą do normalnego funkcjonowania, przywrócą płynność finansową, to trochę czasu minie”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

Często zwracano także uwagę na zmianę świadomości ludzi i wynikającą z tego wstrzeźliwość finansową, która to przyczyni się do ograniczenia inwestycji i tym samym przyhamowania rozwoju firm. Podkreślano, iż ludzie w obliczu kryzysu związanego z pandemią nie chcą wydawać swoich środków ani też podejmować nowych inwestycji – wolą zabezpieczyć środki finansowe na wypadek podobnej sytuacji w przyszłości. W związku z powyższym negatywnym skutkiem zaistniałej sytuacji epidemicznej jest także brak nowych zleceń, co dostrzegalne jest przede wszystkim w branży budowlanej.

„Sądzę, że to jest tak duża zmiana, która nie wiąże się tylko ze zmianami, które mają związek tylko z gospodarką, ale też zmiany w świadomości ludzi. Te zmiany w świadomości, wydaje mi się, że będą dłużej z nami obecne, jeśli nie będą one trwałe”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu

„Oprócz tych negatywnych skutków ekonomicznych również trzeba spojrzeć na skutki natury społecznej. U wielu ludzi, w tym również biznesmenów czy osób zarządzających, pojawia się ludzki strach, a jeszcze bardziej wstrzeźliwość finansowa i ludzie mówią o zatrzymaniu złotówki na tak zwaną czarną godzinę. To może blokować rozwój inwestycji w sektorze MŚP”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

„Ci, z którymi my współpracujemy, bo nie jestem w stanie powiedzieć o wszystkich, to zmniejszają inwestycje. Dokonują zachowawczych ruchów, nie inwestują, czyli też nie rozwijają się. Nie planują wydać tyle, ile planowali wydać wcześniej albo nie zatrudniają nowych osób, zostawiają tych, którzy są, a niektórzy wręcz zwalniają”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

Wśród innych negatywnych skutków wskazywano także na przestoje produkcyjne, ograniczenie współpracy, problemy z rynkiem eksportu. Pojawiła się opinia, jakoby podmioty rezygnowały z dofinansowań z uwagi na brak środków na wkład własny. Trudnością wynikająca z pandemii COVID-19 może być ponadto brak kadry pracowniczej, co poniekąd może być związane m.in. z przebywaniem pracowników na kwarantannie bądź koniecznością sprawowania opieki nad dziećmi (zamknięcie szkół). W przypadku firm realizujących instalacje fotowoltaiczne, istotnym problemem

okazało się sprowadzenie z innych krajów (m.in. Chin, Włoszech) surowców niezbędnych dla dalszej działalności i realizacji zadań.

„Są również duże przestoje produkcyjne, mniejsza może być współpraca z korporantami i kłopoty z rynkiem eksportu”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

„Wypowiadają umowę o dofinansowanie projektów, nie chcą inwestować swojego wkładu własnego w te projekty i rezygnują z otrzymanego wsparcia, bo brakuje im tych środków”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

„Na pewno negatywnym skutkiem jest brak kadry pracowniczej”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

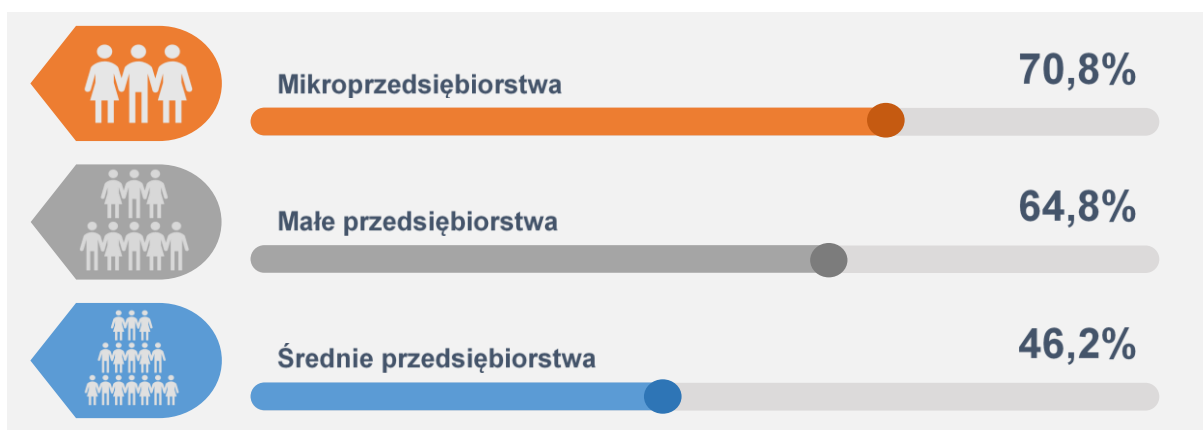
Wynikiem pandemii COVID-19 z całą pewnością będzie zamknięcie wielu firm. Jeden z przedstawicieli podmiotów wspierających rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu w województwie wielkopolskim zwrócił uwagę na to, iż otrzymuje ze strony przedsiębiorców informacje o tym, iż będą zmierzali do zamknięcia bądź zawieszenia działalności.

„Mamy sygnały, że jednak niektóre firmy będą zamykane. Na dzień dzisiejszy nie jesteśmy jeszcze w stanie powiedzieć, ile tych firm będzie zamykanych, ile zostanie zawieszonych”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu

Mikroprzedsiębiorcy nie tylko najbardziej odczuli skutki pandemii, ale także najmocniej obawiają się skutków przestoju gospodarczego w przyszłości. Nieco mniejszy odsetek małych przedsiębiorców również zgłosił obawy w tym zakresie. Średnie podmioty najrzadziej obawiają się o to, że skutki przestoju gospodarczego będą odczuwalne dla działalności ich firmy, a ponad połowa z nich w ogóle nie odczuwa obaw w tym zakresie. Ten fakt stanowić może kolejne potwierdzenie relatywnie wysokiej oceny sytuacji ekonomicznej w grupie średnich przedsiębiorców, ich stabilnej sytuacji finansowej i ugruntowanej pozycji na rynku.

Wykres 15. Czy obawiają się Państwo, że skutki przestoju gospodarczego będą odczuwalne w przyszłości? (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)



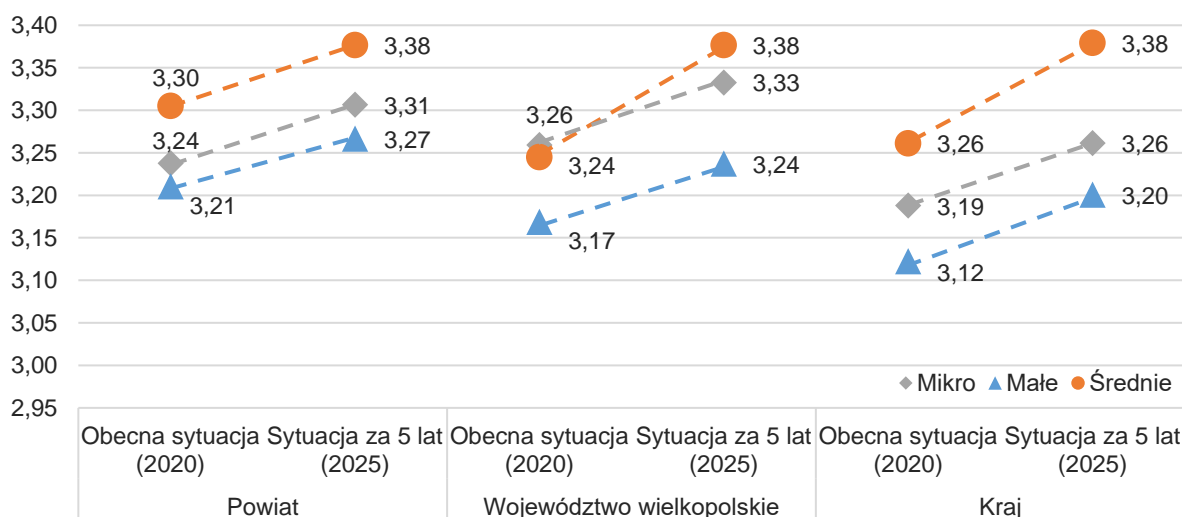
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Analiza wyników badania w odniesieniu do obaw związanych ze skutkami przestoju gospodarczego z uwzględnieniem branży wskazuje, że wśród mikroprzedsiębiorstw obawy najczęściej odczuwają podmioty z branży związanej z przemysłem, najrzadziej natomiast te z sekcji A – rolnictwo (bez względu na wielkość przedsiębiorstwa). W odniesieniu do małych i średnich firm branżą, w której obawy są największe jest budownictwo. Może być to związane z możliwym wstrzymaniem części planowanych inwestycji.

Wyniki badania ze względu na podregion pozwalają stwierdzić, że mikroprzedsiębiorstwa z Poznania oraz podregionu poznańskiego w najmniejszym stopniu boją się skutków przestoju. Co ciekawe firmy zatrudniające od 10 do 49 osób, które najbardziej obawiają się skutków przestoju zlokalizowane są właśnie w Poznaniu.³⁹ Skutki przestoju gospodarczego będą odczuwalne w przyszłości przede wszystkim dla sektora prywatnego, mikro i małych firm funkcjonujących na rynku od 1 do 5 lat oraz firm z przychodami od 250 tys. do 1 mln.

Zdaniem respondentów objętych badaniem ilościowym sytuacja gospodarcza ulegnie poprawie w kolejnych 5 latach, przy czym na poziomie kraju będzie ona nieco gorsza aniżeli na poziomie lokalnym. Najniższe oceny sytuacji gospodarczej przyznawali przedstawiciele małych przedsiębiorstw, którzy mimo to pozytywnie ocenili swoją sytuację ekonomiczną. Najlepiej sytuacja gospodarcza postrzegana jest ponownie przez firmy średniej wielkości.

Wykres 16. Proszę ocenić obecną i przyszłą (w kolejnych 5 latach) sytuację gospodarczą w powiecie, województwie i kraju. Oceny proszę dokonać w skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza ocenę najniższą/negatywną, 5 ocenę najwyższą/pozytywną. (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Analiza obecnej i przyszłej sytuacji gospodarczej w powiecie, województwie oraz kraju opracowana została także ze względu na branże oraz podregiony⁴⁰. Przedstawiciele mikroprzedsiębiorstw obecnie jak i za 5 lat najlepszą sytuację gospodarczą dostrzegają w rolnictwie oraz przemyśle. Respondenci z sektora małych przedsiębiorstw także ocenili wysoko sytuację gospodarczą rolnictwa w swoim powiecie, natomiast w perspektywie najbliższych kilku lat zdecydowanie najlepiej oceniono rozwój branży przemysłowej oraz handlowej. Również dobrą sytuację gospodarczą tych branż prognozowali przedstawiciele średnich przedsiębiorstw. W opinii tej grupy badanych sektor usług także w perspektywie 5 lat może poprawić swoją sytuację na rynku. Co istotne, żaden ze średnich przedsiębiorców nie ocenił w chwili obecnej pozytywnie sytuacji gospodarczej rolnictwa na terenie województwa.⁴¹

Podsumowanie celu szczegółowego

Przedsiębiorstwa sektora MŚP województwa wielkopolskiego stanowią 9,9% wszystkich podmiotów MŚP w kraju. Ich rozwój jest przejawem rosnącej konkurencji i motorem napędowym gospodarki państwa, ponieważ województwo pod względem liczby firm zajmuje trzecią pozycję w kraju.

³⁹ Dane zaprezentowano w aneksie

⁴⁰ W tym celu zsumowano najwyższe oceny tj. ocenę 4 i 5, dzięki czemu możliwe było ich porównywanie.

⁴¹ Dane zaprezentowano w aneksie

W województwie wielkopolskim pod koniec 2019 r. funkcjonowało 445 789 podmiotów sektora MŚP, przy czym mikroprzedsiębiorstwa stanowiły 96,1%, małe firmy – 3,3%, a średnie firmy – 0,6%. Sektor MŚP stanowił 99,9% wszystkich podmiotów wpisanych do rejestru REGON. Co czwarta firma w Wielkopolsce była zarejestrowana na terenie Poznania (25,6%).

Wielkopolska znajduje się w czołówce regionów o najwyższym wskaźniku przedsiębiorczości w sektorze MŚP. Jednym z elementów wysokiej oceny przedsiębiorczości była najwyższa liczba osób pracujących w małych firmach na 1000 mieszkańców w skali całego kraju. Kolejnym pozytywnym aspektem jest wysoki wskaźnik firm MŚP na każde 10 tysięcy mieszkańców w wieku produkcyjnym, który wynosi 2120,3 firm. Taki wynik plasuje województwo na 5. miejscu w skali kraju. Pod względem średniej liczby małych i średnich firm na 10 tysięcy mieszkańców w wieku produkcyjnym lepsze okazało się jedynie województwo mazowieckie.

Analizując obszary działalności przedsiębiorstw MŚP dostrzega się, że w regionie przeważały mikro i małe firmy działające w sektorze usług – dominowały one we wszystkich podregionach oraz powiatach województwa (poza powiatem kępińskim, leszczyńskim i wolsztyńskim gdzie przeważały małe przedsiębiorstwa przemysłowe). Z kolei wśród średnich przedsiębiorstw w 17 powiatach przeważał sektor usług, w 16 powiatach sektor przemysłowy, zaś w 2 pozostałych była taka sama liczba podmiotów usługowych i przemysłowych.

Nieustannie od 2009 r. obserwuje się wzrost liczby mikroprzedsiębiorstw zarejestrowanych na terenie województwa wielkopolskiego. Na przestrzeni ostatnich 10 lat, w podregionie poznańskim odnotowano najwyższy przyrost najmniejszych firm, wynoszący 42,7% przy jednoczesnej najmniejszej utracie małych firm. Z drugiej strony, wzrostowi zarejestrowanych mikroprzedsiębiorstw w województwie wielkopolskim towarzyszył spadek liczby małych i średnich przedsiębiorstw.

Analiza wskaźników finansowych mikroprzedsiębiorstw pozwala wnioskować, że kondycja mikroprzedsiębiorstw ulega systematycznej poprawie. W roku 2018 podmioty te osiągnęły rentowność obrotu brutto na poziomie 13,2%. Jednocześnie analiza kondycji finansowej małych i średnich przedsiębiorstw w województwie wielkopolskim w latach 2014 - 2019 wykazała wzrost przychodów z całokształtu działalności tych podmiotów, wzrost wyników finansowych netto oraz wzrost wskaźnika rentowności obrotu netto.

Mimo, że sytuacja ekonomiczna przedstawicieli sektora MŚP w ostatnich latach ulega stałej poprawie to obawy budzi ewentualne spowolnienie gospodarcze, spowodowane pandemią, mogące wystąpić w najbliższym czasie. Może ono być związane przede wszystkim ze spadkiem obrotów i utratą płynności finansowej. Skutki pandemii mogą nieść za sobą szereg dalszych niekorzystnych zmian, w tym przestoje produkcyjne, ograniczenie współpracy, spadek liczby zleceń, problemy z rynkiem zbytu, a także mniejsze zainteresowanie nowymi inwestycjami.

Opinie nt. skutków pandemii były zróżnicowane. Z badania ilościowego wynika, że im większe przedsiębiorstwo tym wyższa ocena aktualnej i przyszłej sytuacji ekonomicznej i jednocześnie mniejsze obawy, że skutki przestoju gospodarczego będą odczuwalne w przyszłości.

Na podstawie uzyskanych informacji można założyć, że w przyszłości dynamika rozwoju firmy będzie zależała od branży, w której znajduje się przedsiębiorstwo. W przyszłości dopatruje się poprawy sytuacji w branży farmaceutycznej, spożywczej, czy też całego sektora IT. Gorsze wyniki finansowe mogą dotyczyć głównie sektora usług, w tym biur podróży, hotelarstwa, klubów fitness czy branży beauty.

Pozytywnym może okazać się fakt, iż negatywne skutki pandemii COVID-19 najczęściej określane były przez respondentów jako nieznaczące. Skutki pandemii odczuli przede wszystkim mikroprzedsiębiorcy.

Wnioski dla celu szczegółowego

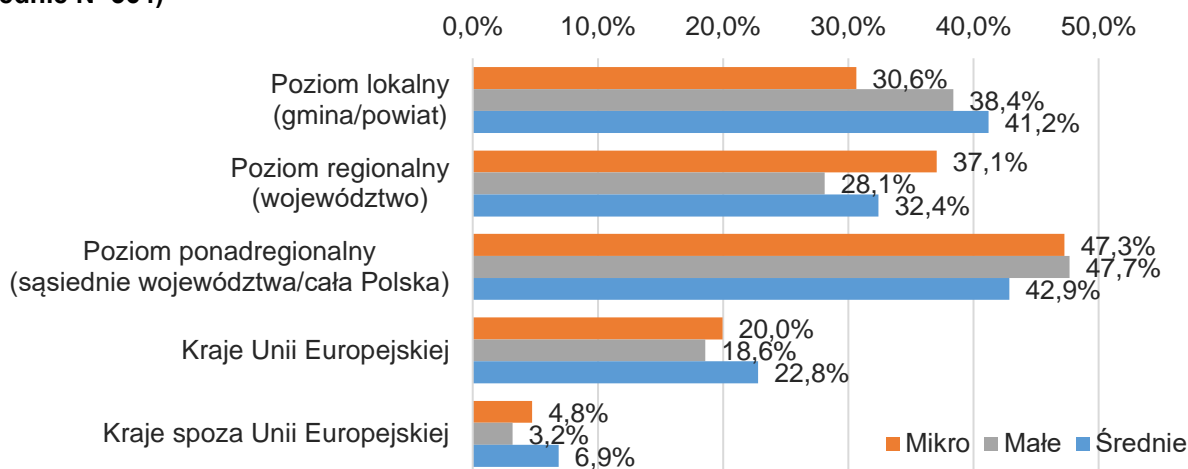
- ⇒ Dalszy rozwój przedsiębiorczości będzie sprzyjał rozwojowi gospodarstwu województwa wielkopolskiego.
- ⇒ Należy obserwować dynamikę zmian rejestracji i wyrejestrowań firm z sektora MŚP, zwłaszcza małych i średnich, ze względu na niewielki, ale widoczny w ostatnich latach spadek ich liczby w regionie.
- ⇒ Okoliczność pandemii może sprzyjać wdrażaniu innowacyjnych rozwiązań w firmach mogących przygotować je na wystąpienie takich sytuacji w przyszłości.
- ⇒ Nagłe wystąpienie kryzysu takiego jak np. pandemia jest największym zagrożeniem dla mikrofirm.
- ⇒ Firmy średnie charakteryzuje największe poczucie stabilizacji na rynku, zgodnie z deklaracjami przedsiębiorstw to one okazały się najbardziej odporne na wystąpienie trudności wynikających z obostrzeń związanych z wystąpieniem pandemii.
- ⇒ Czynnikiem sukcesu wielu firm w kolejnych latach będzie umiejętność elastycznego przystosowania się do zachodzących zmian w gospodarce.

Aktualna i prognozowana sytuacja wielkopolskiego sektora MŚP

Zakres terytorialny działalności firm 0-9, 10-49, 50-249 oraz plany rozszerzenia działalności

Z danych GUS wynika, że liczba przedsiębiorstw mających siedzibę w Polsce, które posiadają jednostki zagraniczne lub kapitał pochodzący z innego kraju ulega systematycznemu wzrostowi. W 2018 roku przedsiębiorstwa tego typu stanowiły 13,6% spośród wszystkich zarejestrowanych podmiotów. W województwie wielkopolskim 168 przedsiębiorstw wykazało posiadanie 345 jednostek zagranicznych. Terytoria ekspansji polskich przedsiębiorstw nie są tożsame z tymi, z których pochodzi kapitał zagraniczny firm działających na terenie Polski. Polacy inwestują na rynku niemieckim, czeskim, ukraińskim i rosyjskim. Natomiast kapitał zagraniczny pochodzi z rynku holenderskiego, francuskiego, luksemburskiego, brytyjskiego i niemieckiego. Podobieństwo występuje w kwestii rodzaju prowadzonych działalności, ponieważ zarówno Polacy, jak i cudzoziemcy, widzą swoje szanse za granicą w przetwórstwie przemysłowym, handlu i naprawie pojazdów samochodowych⁴².

Wykres 17. Jaki jest zakres terytorialny działalności Państwa firmy? (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI, możliwość wskazania wielokrotnej odpowiedzi

⁴² Działalność przedsiębiorstw posiadających jednostki zagraniczne w 2018 r., Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2020.

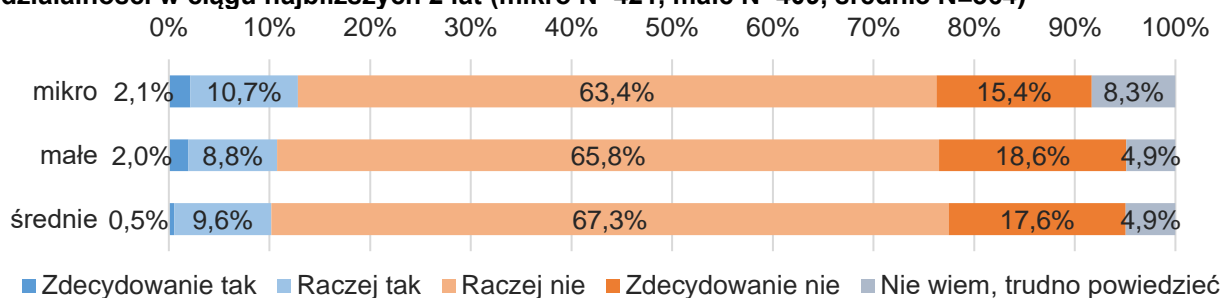
Z deklaracji przedsiębiorców objętych badaniem ilościowym wynika, iż często prowadzą oni działalność na poziomie ponadregionalnym. Prowadzenie działalności obejmującej kraje Unii Europejskiej oraz kraje spoza Unii Europejskiej najczęściej deklarowały średnie przedsiębiorstwa. Również podmioty te najczęściej z pozostałych działały na rynkach lokalnych.

Zakres działania małych firm najczęściej obejmował zakres lokalny i ponadregionalny. Przedstawiciele tej grupy najrzadziej deklarowali wychodzenie na rynki zagraniczne. Mikroprzedsiębiorstwa działały głównie na rynkach regionalnym i ponadregionalnym. Co czwarte obejmowało swą działalnością kraje UE.

Niezależnie od branży i wielkości kluczowym rynkiem zbytu dla podmiotów sektora MŚP był poziom ponadregionalny, a zatem nie tylko woj. wielkopolskie, ale także sąsiednie regiony, jak i cały kraj. Bardzo istotny dla firm świadczących usługi jest rynek lokalny. Może być to związane z charakterem świadczonych usług np. działalnością związaną z obsługą rynku nieruchomości, edukacją; działalnością związaną z kulturą, rozrywką i rekreacją.⁴³

Bez względu na wielkość zatrudnienia, badane podmioty w większości nie planują rozszerzenia zakresu terytorialnego działalności w ciągu najbliższych dwóch lat. Może to wynikać z deklarowanych obaw przedsiębiorców względem skutków przestoju gospodarczego w przyszłości – te z kolei mogą zniechęcać do podejmowania ryzyka, jakim w tej sytuacji może okazać się rozszerzenie zakresu terytorialnego działalności firmy. Niemniej jednak rozszerzenie zasięgu działalności firmy statystycznie najczęściej mają w planach badani mikroprzedsiębiorcy, z kolei najrzadziej – średni przedsiębiorcy.

Wykres 18. Czy Państwa przedsiębiorstwo ma w planach rozszerzenie zakresu terytorialnego działalności w ciągu najbliższych 2 lat (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Wyniki badania ilościowego pozwalają stwierdzić, że rozszerzenie zakresu terytorialnego działalności w ciągu najbliższych 2 lat w przypadku firm zatrudniających do 9 osób będzie dotyczyć przede wszystkim rolnictwa, przemysłu oraz handlu. W przypadku małych firm ekspansja na nowe rynki będzie realizowana przede wszystkim w podmiotach z branży przemysłowej, a wśród średnich z sekcji związanych z handlem. Zauważalne są zatem różnice w tym zakresie ze względu na wielkość przedsiębiorstwa. Mogą one wynikać z różnych celów, jakie stawiają sobie firmy reprezentujące różne klasy wielkości. Analizując plany firm MŚP w kontekście rozszerzenia zakresu terytorialnego działalności ze względu na podregion, w którym prowadzą swoją działalność firmy, także można dostrzec pewne zróżnicowanie. Bez względu na wielkość przedsiębiorstwa relatywnie niskie odsetki firm, które planują ekspansję odnotowano w podregionie konińskim.

⁴³ Dane zaprezentowano w aneksie

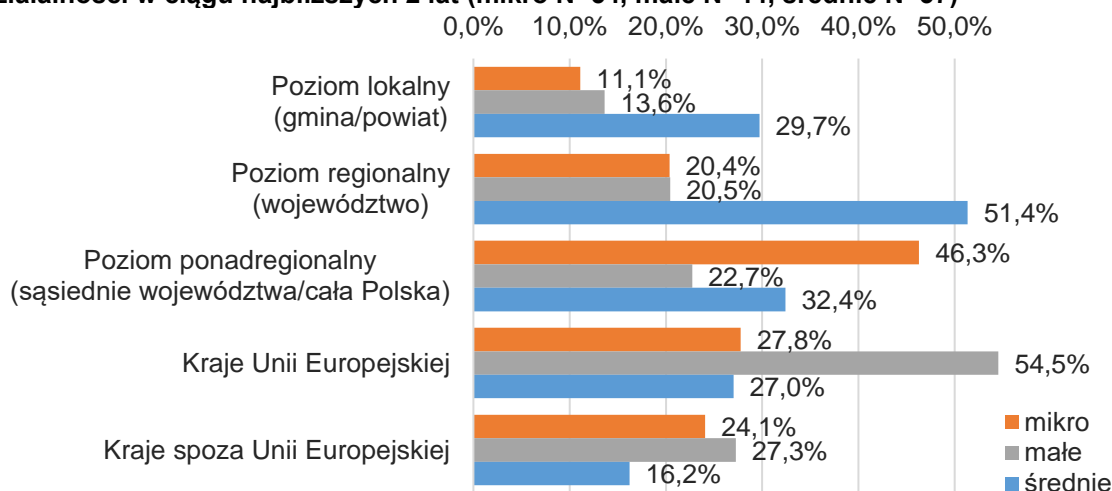
Tabela 10. Czy Państwa przedsiębiorstwo ma w planach rozszerzenie zakresu terytorialnego działalności w ciągu najbliższych 2 lat (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364) – wg branż oraz podregionów – suma odpowiedzi zdecydowanie tak, raczej tak

Wyszczególnienie	Branża					Podregion					
	Budownictwo	Handel	Przemysł	Rolnictwo	Usługi	Poznań	kaliski	koniński	leszczyński	piłski	poznański
mikro	9,8%	14,4%	16,7%	27,3%	11,3%	15,9%	18,2%	8,2%	8,5%	17,1%	9,2%
małe	5,0%	11,5%	18,0%	8,3%	8,4%	12,2%	9,2%	8,9%	11,6%	7,5%	12,3%
średnie	11,1%	16,3%	12,8%	0,0%	7,5%	8,9%	9,0%	9,6%	10,3%	21,2%	8,0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Firmy z sektora MŚP, które planują rozszerzenie zakresu terytorialnego mają zamiar prowadzić działalność na różnych poziomach. Mikroprzedsiębiorstwa najczęściej rozważają rozszerzenie działalności na rynek ponadregionalny oraz rynki zagraniczne. Dla małych firm kluczowe będzie rozszerzenie działalności na kraje Unii Europejskiej. Co istotne, średnie firmy planują rozpocząć szersze funkcjonowanie na poziomach lokalnym i regionalnym.

Wykres 19. Do jakiego poziomu mają Państwo w planach rozszerzenie zakresu terytorialnego działalności w ciągu najbliższych 2 lat (mikro N=54, małe N=44, średnie N=37)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Ocena wpływu udziału we wspólnym rynku europejskim oraz wskazanie pozytywnych i negatywnych konsekwencji uczestnictwa we wspólnym rynku europejskim

Przyłączenie się Polski do UE miało pozytywny wpływ na wzrost gospodarczy we wszystkich regionach kraju, w tym w województwie wielkopolskim. Uzyskane z UE środki finansowe, wydatkowane w dużej mierze na działania proinnowacyjne oraz badania i rozwój, pozwoliły na podniesienie konkurencyjności polskich przedsiębiorców oraz znaczny wzrost PKB. Od chwili przystąpienia do grona krajów członkowskich Polska rozwija się w średnim tempie niecałych 4%, tj. o około 1,5% do 2% szybciej od krajów wyżej rozwiniętych⁴⁴. Globalny Indeks Konkurencyjności 4.0 z 2019 roku analizie poddał konkurencyjność 141 krajów, definiując aspekt polityki i czynników, które wpływają na poziom

⁴⁴ Wpływ integracji europejskiej na polską gospodarkę, I. Morawski <http://ineuropa.pl/in15/wplyw-integracji-europejskiej/> [dostęp na dzień: 07.09.2020]

produktywności danego kraju. W 2019 roku Polska zajęła 37 pozycję pośród 141 objętych rankingiem krajów⁴⁵.

Z udzielonych odpowiedzi respondentów wynika, że udziału we wspólnym rynku europejskim ma większy wpływ dla mikroprzedsiębiorstw niż małych i średnich firm. Jednocześnie przedstawiciele mikroprzedsiębiorstw uważali, że udział we wspólnym rynku europejskim przekłada się w dużym stopniu na funkcjonowanie całej branży.

Tabela 11. Proszę ocenić wpływ udziału we wspólnym rynku europejskim na Państwa przedsiębiorstwo i branżę. Oceny proszę dokonać w skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza brak wpływu, a 5 bardzo duży wpływ. (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)

Wyszczególnienie	Ocena wpływu dla firmy			Ocena wpływu dla branży		
	mikro	małe	średnie	mikro	małe	średnie
Brak wpływu	5,9%	14,2%	22,5%	5,9%	14,7%	25,5%
Mały wpływ	12,6%	27,6%	21,4%	12,4%	25,9%	19,0%
Przeciętny wpływ	44,4%	40,3%	39,6%	42,0%	42,1%	39,6%
Duży wpływ	25,2%	15,2%	15,4%	27,6%	14,4%	14,8%
Bardzo duży wpływ	3,3%	2,7%	1,1%	2,6%	2,9%	1,1%
Nie wiem, trudno powiedzieć	8,6%	0,0%	0,0%	9,5%	0,0%	0,0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Z punktu widzenia podnoszenia innowacyjności całego kraju bardzo istotną rolę odegrały fundusze strukturalne, których beneficjentami były różnego rodzaju podmioty, nie tylko firmy duże, ale i mikroprzedsiębiorstwa, zarówno firmy z polskim, jak i zagranicznym kapitałem, bez względu na długość stażu na rynku pracy. Należy przy tym zaznaczyć, że wzrost wydatków ponoszonych przez polskie przedsiębiorstwa na działalność B+R związany był nie tylko z dofinansowaniem ze środków unijnych, ale też z napływem bezpośrednich inwestycji zagranicznych. Przyłączenie się Polski do krajów Unii bardzo korzystnie wpłynęło bowiem na podniesienie poziomu jej wiarygodności oraz atrakcyjności w oczach inwestorów zagranicznych, a także pozwoliło na wprowadzenie ujednoliconych standardów i stabilizacji w zakresie regulacji prawnych. W ciągu pierwszych 10 lat członkostwa w UE wartość BIZ w kraju przekroczyła 100 mld euro, z czego aż 85% tych inwestycji pochodziło z państw członkowskich⁴⁶. Do wzrostu inwestycji zagranicznych przyczyniło się również podniesienie jakości infrastruktury, m.in. drogowej czy komunikacyjnej⁴⁷.

Można przy tym zaobserwować pewne sprzężenie. Z jednej strony polskie przedsiębiorstwa zyskały dostęp do środków unijnych oraz inwestorów zagranicznych, którzy finansowali m.in. modernizację oraz podnoszenie innowacyjności polskich firm, z drugiej zaś strony przynależność do jednolitego rynku wspólnotowego wymusiła na polskich przedsiębiorstwach zwiększenie wydajności produkcji i pracy, w tym m.in. poprzez wykorzystanie nowoczesnych technologii podnoszących przewagę konkurencyjną podmiotów⁴⁸.

Akcesja Polski do UE wpłynęła ponadto na wzrost aktywności inwestycyjnej polskich przedsiębiorstw na rynkach europejskich. Dzięki sukcesom odniesionym za granicą, polskie podmioty gospodarcze zaczęły decydować się na podejmowanie działalności o charakterze międzynarodowym⁴⁹.

Kolejnym pozytywnym aspektem uczestnictwa Polski w rynku europejskim było włączenie kraju w międzynarodowe łańcuchy dostaw. Polska bardzo szybko zaczęła awansować w tym obszarze,

⁴⁵ World Economic Forum (2019). Global Competitiveness Report 2019 r., s.13.

⁴⁶ Polska w Unii Europejskiej - sukcesy, porażki, zagrożenia i perspektywy, Józef M. Fiszer, [w:] Myśl Ekonomiczna i Polityczna, 2019, nr 1 (64) | 269-293, s. 278.

⁴⁷ Wpływ integracji europejskiej na polską gospodarkę, I. Morawski <http://ineuropa.pl/in15/wplyw-integracji-europejskiej/> [dostęp na dzień: 07.09.2020]

⁴⁸ Polska w Unii Europejskiej - sukcesy, porażki, zagrożenia i perspektywy, Józef M. Fiszer, [w:] Myśl Ekonomiczna i Polityczna, 2019, nr 1 (64) | 269-293, s. 279.

⁴⁹ Polska w Unii Europejskiej - sukcesy, porażki, zagrożenia i perspektywy, Józef M. Fiszer, [w:] Myśl Ekonomiczna i Polityczna, 2019, nr 1 (64) | 269-293, s. 280.

w szczególności bezpośrednio po kryzysie gospodarczym z roku 2008 roku. Polacy działają jednak prężnie nie tylko w dziedzinie transportu i logistyki, ale też przemysłu, w którym pracuje 1/4 polskich pracowników, w porównaniu do średniej unijnej (16%). W kraju produkuje się na znaczącą skalę m.in. stolarkę okienną i drzwiową (Polska jest obecnie największym eksporterem tych produktów w UE), układy hamulcowe, układy sterownicze, elementy stalowe i plastikowe do pojazdów, opakowania papierowe i plastikowe czy konstrukcje stalowe. Jako producent dóbr pośrednich, osiągamy wysoką wartość dodaną. Ważnym sektorem przemysłu w kraju jest również przemysł meblarski (eksport tylko do trzech krajów członkowskich – Hiszpanii, Włoch i Portugalii w latach 2007-2017 wzrósł z 220 do 660 mln euro) oraz sektor rolno-spożywczy (pomiędzy rokiem 2004 a 2017 sprzedaż produktów tego sektora poza granice kraju zwiększyła się o 350%)⁵⁰.

Z przeprowadzonych badań jakościowych można wnioskować, że udział przedsiębiorców MŚP we wspólnym rynku europejskim niesie za sobą wiele korzyści. Wspólny rynek to stadium integracji gospodarczej, zniesienia barier handlowych, nasilenia konkurencji wewnętrznej czy zwiększenia skali produkcji. Co istotne firmy z Wielkopolski nie mają większych obaw przed wejściem na rynek europejski.

„Przedsiębiorcy nie obawiają się wprowadzenia produktu na rynek europejski, wchodzą w kooperację z przedsiębiorstwami europejskimi, wprowadzają swoje własne produkty na rynkach zagranicznych”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

„Nie dostrzegam negatywnych konsekwencji. Widzimy natomiast unifikację siatki cennikowej w wielu branżach, co oczywiście działa na korzyść polskich podmiotów”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem przedsiębiorstw z sektora MŚP

Niezaprzeczalnym jest fakt że celem działalności przedsiębiorstw jest chęć ciągłego zwiększania zysku, z kolei wyjście poza granice macierzystego kraju jest jednym ze sposobów jego realizacji. Poza tym rozszerzenie działalności i wejście na rynek europejski pośrednio napędza lokalny rynek np. poprzez zdobycie nowego doświadczenia wśród przedsiębiorców, zwiększenie ich świadomości na ekologię, społeczną odpowiedzialność czy nowe technologie.

„Jednym z pozytywów będzie to, że aby uczestniczyć w rynku europejskim trzeba się w jakimś sensie do niego dostosować, nie tylko w kontekście przepisów, ale także trzeba ten rynek poznać. Te rynki bywają różne i one mogą się różnić od rynku Polskiego, dostosowanie powoduje pewny rozwój, rynek europejski lepiej płaci. W ogóle rynek nie tylko europejski, ale poza europejski też. Te kwestie do których wracam są też w innych krajach silniej akcentowane niż na przykład w Wielkopolsce czy Polsce, to także powoduje większą świadomość przedsiębiorców różnego rodzaju kwestii na przykład związanych z zieloną gospodarką, elektro mobilnością czy z oszczędzaniem energii.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

„Możemy czerpać z innowacyjnych rozwiązań które są na terenie Unii i adaptować je elastycznie do tego jak to jest w Polsce”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem przedsiębiorstw z sektora MŚP

Do negatywnych konsekwencji udziału we wspólnym rynku europejskim należy zaliczyć przede wszystkim pogłębianie różnic w zakresie PKB poszczególnych województw. W pierwszych 10 latach środki unijne były koncentrowane na rozwijaniu oraz podnoszeniu jakości infrastruktury. Działania te prowadziły pośrednio do znacznie intensywniejszego rozwoju najbogatszych regionów, w szczególności województwa mazowieckiego, dolnośląskiego, śląskiego i wielkopolskiego. Regiony metropolitalne

⁵⁰ Wpływ integracji europejskiej na polską gospodarkę, I. Morawski <http://ineuropa.pl/in15/wpływ-integracji-europejskiej/> [dostęp na dzień: 07.09.2020]

kumulowały dochody z uwagi na rosnącą atrakcyjność inwestycyjną, w przeciwieństwie do regionów biedniejszych, gdzie nakłady finansowe przeznaczane były na inwestycje transportowe, tj. rozwój sieci drogowych.

Drugą ważną kwestią był masowy odpływ młodych Polaków. Akcesja Polski do UE zapewniła swobodny przepływ osób, kapitału, towarów i usług pomiędzy krajami. Dzięki niej polscy pracownicy uzyskali dostęp do zagranicznych rynków pracy. Podczas pierwszej dekady naszego członkostwa nastąpił blisko 140% wzrost liczby osób wyjeżdżających z Polski do państw członkowskich, co niosło za sobą negatywne skutki dla polskiej gospodarki. Odpływ osób w wieku produkcyjnym (w przedziale wiekowym od 20 do 39 lat stanowili oni ok. 61% wszystkich emigrantów), nie tylko spowodował odczuwalny spadek liczby pracowników o wysokich i specjalistycznych kwalifikacjach zawodowych, ale także wpłynął na zaburzenie struktury wiekowej społeczeństwa, co generuje problemy związane z finansowaniem systemu ubezpieczeń społecznych.

Innym przykładem negatywnego wpływu wejścia Polski na wspólny rynek była konieczność sprostania zagranicznej konkurencji przez polskich przedsiębiorców. Wiązały się z nią wysokie nakłady finansowe, jakie musieli oni przeznaczyć na modernizację czynników produkcyjnych oraz podnoszenie efektywności pracy. Rodzime produkty, szczególnie te pochodzące z sektora rolno-spożywczego, musiały ponadto sprostać unijnym standardom, jak również zaostrzonym wymogom higieniczno-sanitarnym. W wielu przypadkach ograniczenia te znacząco wpływały na podniesienie dotychczasowej ceny tych towarów, która osłabiała ich konkurencyjność na unijnym rynku.

Za negatywne zjawisko należy także uznać dysproporcję pomiędzy relatywnie niskim poziomem wsparcia polskich przedsiębiorstw przez rząd, w porównaniu do tworzenia bardzo korzystnych warunków dla zagranicznych inwestorów, którzy otwarcie polskiego rynku upatrywali jako szansę na wykorzystanie taniej, a jednocześnie dobrze wykształconej siły roboczej. Niskie koszty produkcji, stanowiące czynnik podnoszący atrakcyjność inwestycyjną Polski, z jednej strony doprowadziły do tzw. pułapki średniego dochodu, z drugiej, po raz kolejny wpłynęły na pogłębianie różnic w poziomie rozwoju i dochodu poszczególnych regionów kraju. Na dysproporcje tego rodzaju w skali UE wskazują również raporty OECD, gdzie zaznaczono, iż nawet wydajne MŚP znajdują się w niekorzystnej sytuacji, gdy konkurują z większymi przedsiębiorstwami na rynkach kredytowych z powodu nierównych warunków⁵¹. Warto zwrócić uwagę na fakt, iż analizowana literatura przedmiotu bardzo wysoko określa znaczenie bezpośredniego wsparcia rządu kierowanego do przedsiębiorstw, w tym szczególnie innowacyjnych. Bezpośrednie wsparcie rządowe, takie jak dotacje i pożyczki, może pozytywnie wpłynąć na poziom innowacyjności wśród regionalnych przedsiębiorstw, mając wpływ na zwiększoną liczbę patentów, sprzedaż nowego produktu i wprowadzenie nowych procesów⁵².

Negatywnym aspektem członkostwa Polski w Unii Europejskiej jest z pewnością także rosnący poziom zadłużenia zagranicznego, spowodowany łatwym dostępem do finansowania zewnętrznego, jak również obecnością zagranicznych instytucji bankowych. W roku 2013 zadłużenie publiczne w kraju przekroczyło poziom 58% PKB, z kolei zadłużenie prywatne wyniosło ok. 75% PKB. Jest to kwestia o tyle problematyczna, że doświadczenia innych państw członkowskich wskazują na możliwość wystąpienia kryzysu zadłużeniowego oraz konieczności wprowadzenia cięć budżetowych, wynikających z konsumpcyjnego stylu życia⁵³.

Jako argument negatywnych konsekwencji uczestnictwa we wspólnym rynku europejskim wskazano dodatkowe przepisy prawne, transakcje handlowe i związane z nimi przewalutowania oraz tłumaczenia, które mogą sprawiać wiele trudności na samym początku ekspansji.

⁵¹ SMEs in Public Procurement. Practices and strategies for shared benefits, OECD 2018 r., rozdział 3.

⁵² Petrin, T., A literature review on the impact and effectiveness of government support for R&D and innovation. Working Paper, Ljubljana 2018 r., s. 29.

⁵³ Polska w Unii Europejskiej - sukcesy, porażki, zagrożenia i perspektywy, Józef M. Fiszer, [w:] Myśl Ekonomiczna i Polityczna, 2019, nr 1 (64) | 269-293, s. 281-283.

„Pozytywne, że na pewno przedsiębiorstwo może się rozwijać, może pozyskiwać nowe rynki, dzięki temu ma tych nowych klientów, może też rozwijać sam siebie, bo musi zatrudniać pracowników, musi wprowadzać nowe technologie, musi dokonywać zakupu sprzętu. Natomiast ekspansja zagraniczna i wychodzenie poza swoją strefę komfortu powoduje też liczne problemy, natury finansowej, transakcje handlowe wszystkie, tłumaczeń, potwierdzeń, to powoduje, że zaangażowanie kapitałowe musi być bardzo duże, żeby w ogóle uzyskać aprobatę do swoich produktów, gdzie wymaganych przez rynki zagraniczne.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu

Problemem mogą okazać się także mniejsze zasoby finansowe oraz nierówne szanse konkurencyjne na rynku europejskim z krajami bardziej rozwiniętymi od Polski. Ponadto MŚP przegrywają walkę konkurencyjną z europejskimi firmami ze względu na to, że z uwagi na znacznie mniejszy wolumen produkcji lub sprzedaży nie osiągają korzyści skali dlatego powinny stawiać na jakość produktów oraz wypracowanie solidnego wizerunku firmy. Znajduje to uzasadnienie, ponieważ podczas gdy na Zachodzie od połowy ubiegłego wieku przedsiębiorcy mieli stworzone optymalne warunki do długofalowego rozwoju i prowadzenia działalności, w Europie Środkowo-Wschodniej te warunki przez wiele lat praktycznie nie istniały.

„Negatywne to niestety, często nie możemy porównywać pozycji finansowej dwóch partnerów, tak naprawdę, naszego polskiego z europejskim. Czyli, po prostu, mniejsze zasoby finansowe, mniejsze zapasy finansowe, mniejsze portfele polskich i europejskich przedsiębiorców, a to niestety blokuje.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

Cele strategiczne przedsiębiorstw sektora MŚP w ciągu najbliższych 12 miesięcy i 5 lat

Cele strategiczne przedsiębiorstw odzwierciedlają strategię jakie przedsiębiorstwa wybrały na kolejne lata. Wśród podmiotów komercyjnych określane są one np. przy wykorzystaniu szeregu zmiennych co zostało także wskazane w jednym z wywiadów jakościowych. Należy jednak zaznaczyć, iż nie zawsze określenie celów strategicznych poprzedzone jest analizami. Warto dodać, iż w sektorze publicznym nierzadko cele strategiczne nie są określane w samej instytucji, a narzucane odgórnie.

„Podobnie jak w innych firmach, które są firmami komercyjnymi, budujemy cele w oparciu o prognozy dochodowe na przyszłość. Bierzymy też pod uwagę bardzo różne rzeczy, czyli otoczenie zewnętrzne i to takie szeroko pojęte, otoczenie, w którym funkcjonuje branża. Zastanawiamy się też nad naszymi możliwościami, bierzemy pod uwagę sytuację na rynku pracy i dostępność specjalistów, z których moglibyśmy skorzystać. Patrzymy na to, co dzieje się nowego, jeśli chodzi o technologie i staramy się je jak najbardziej implementować, chodzi oczywiście o małoinwazyjne elementy dla otoczenia, itd. Tego jest mnóstwo. Za każdym razem patrzymy na to bardzo szczegółowo”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem przedsiębiorstw z sektora MŚP

„Cele strategiczne, u nas wynikają tak troszeczkę hierarchicznie, bo najpierw ministerstwo podaje podstawowe kierunki realizacji polityki oświatowej na dany rok, potem wytyczne podaje również kuratorium oświaty, czyli jakie rzeczy będą znajdowały się pod specjalnym nadzorem, kontrolą, które będą monitorowane w danym roku. Dopiero na podstawie tych kierunków są opracowywane działania szkoły. Oczywiście na cele strategiczne mają wpływ również rodzice i rada rodziców, ponieważ to z radą rodziców opracowujemy program profilaktyczno-wychowawczy, który będzie w danym roku obowiązywał, a który uwzględnia wytyczne ministerstwa i kuratorium”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem przedsiębiorstw z sektora MŚP

Wyniki badania ilościowego wskazują, iż bez względu na wielkość ankietowanych przedsiębiorstw, ich celem strategicznym na kolejne lata jest przede wszystkim utrzymanie się na rynku i stabilizacja.

Niewątpliwie to przestój gospodarczy spowodowany pandemią COVID-19 może rzutować na to, jakie priorytety na najbliższą przyszłość stawiają sobie przedsiębiorcy. Niestabilna sytuacja i doświadczanie negatywnych skutków pandemii mogą przekładać się na fakt, iż obecnie przedsiębiorstwa będą dążyły głównie do tego, aby w tym trudnym okresie utrzymać się na rynku.

Kolejny cel strategiczny, jaki często stawiają sobie przedsiębiorcy na okres kolejnych 12 miesięcy oraz 5 lat, to pozyskiwanie nowych klientów. Warto nadmienić, że realizacja tego celu przysłuży się również stabilizacji firmy i uprawdopodobni utrzymanie się na rynku. Dostrzega się zatem zgodność celów strategicznych stawianych sobie przez badane podmioty.

Niejednokrotnie celem strategicznym badanych mikroprzedsiębiorstw na najbliższe lata jest także rozszerzenie działalności. Z kolei średnie podmioty w kolejnych 12 miesiącach będą dążyły do zachowania dotychczasowego poziomu zatrudnienia. Szczegółowe dane dotyczące pozostałych celów, jakie stawiają sobie poszczególne podmioty, przedstawia kolejna tabela.

Analizując cele strategiczne firm na kolejny rok oraz do 2025 roku ze względu na branże nie ma istotnych różnic. Bez względu na wielkość przedsiębiorstwa wśród najważniejszych celów strategicznych wskazywane są utrzymanie się na rynku i stabilizacja, pozyskiwanie nowych klientów, zdecydowanie rzadziej rozszerzenie działalności. Warto dodać, że trzecim z kolei celem strategicznym wśród firmy zatrudniających od 50 do 249 pracowników z branż budowlanej, przemysłowej, rolniczej, usługowej w kolejnych 12 miesiącach jest chęć zachowania dotychczasowego poziomu zatrudnienia. Dla handlu natomiast istotne jest rozszerzenie działalności. Najprawdopodobniej związane jest to z obecną sytuacją spowodowaną spowolnieniem gospodarczym. Przedstawiciele średnich przedsiębiorstw częściej od pozostałych, nie posiadali celów strategicznych (10,4%).

Tabela 12. Proszę wskazać do 3 celów strategicznych jakie stawia sobie Państwa firma na najbliższe 12 miesięcy i 5 lat. (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)

Wyszczególnienie	mikro		małe		średnie	
	12 mies.	5 lat	12 mies.	5 lat	12 mies.	5 lat
Utrzymanie się na rynku i stabilizacja	82,9%	67,2%	73,1%	60,9%	61,3%	55,5%
Pozyskiwanie nowych klientów	68,6%	61,8%	56,2%	50,4%	42,9%	39,8%
Rozszerzenie działalności	22,8%	32,3%	14,4%	24,2%	9,9%	14,8%
Wzrost zysków i podnoszenie wartości firmy	10,2%	14,0%	9,5%	15,4%	9,3%	12,4%
Poprawa efektywności kosztowej	7,1%	9,3%	8,1%	7,3%	7,1%	9,3%
Świadczenie usług, produkcja produktów i poprawa ich jakości	8,3%	7,6%	8,1%	8,1%	7,1%	7,1%
Inwestycje w kapitał ludzki	2,9%	6,4%	5,4%	7,1%	7,7%	8,0%
Utrzymanie dotychczasowego poziomu zysków	7,8%	6,2%	9,8%	7,8%	7,1%	7,4%
Zachowanie dotychczasowego poziomu zatrudnienia	8,6%	5,0%	14,2%	12,2%	22,8%	11,8%
Inwestycje w zasoby produkcyjne	5,2%	4,5%	3,7%	7,3%	5,8%	5,5%
Poprawa zarządzania i elastyczności działania przedsiębiorstwa	1,4%	2,6%	1,0%	2,0%	2,2%	5,5%
Umiejscowienie działalności	0,7%	1,7%	0,2%	0,7%	0,0%	0,5%
Utrzymanie sprzedaży produktów i usług na dotychczasowym poziomie	3,1%	1,2%	1,0%	2,0%	1,9%	2,2%
Inne	1,2%	1,2%	2,7%	2,0%	0,8%	0,3%
Odmowa/nie wiem	0,2%	0,5%	0,5%	0,5%	0,8%	1,1%
Brak celów	1,7%	8,1%	4,6%	7,3%	7,1%	10,4%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Tabela 13. Proszę wskazać do 3 celów strategicznych jakie stawia sobie Państwa firma na najbliższe 12 miesięcy i 5 lat. (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364) – pierwszy wybór, wykazane wszystkie powyżej 5%

Wyszczególnienie	mikro		małe		średnie	
	12 mies.	5 lat	12 mies.	5 lat	12 mies.	5 lat
Utrzymanie się na rynku i stabilizacja	48,5%	52,6%	47,8%	48,5%	42,8%	40,4%
Pozyskiwanie nowych klientów	18,3%	19,6%	11,8%	18,3%	17,8%	14,3%
Rozszerzenie działalności	8,8%	-	-	8,8%	8,1%	-
Zachowanie dotychczasowego poziomu zatrudnienia	-	5,4%	11,5%	-	5,9%	6,0%
Brak celów	8,1%	-	7,1%	8,1%	7,3%	10,4%






Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Poziom satysfakcji przedsiębiorców z prowadzonej działalności gospodarczej, korzyści związane z prowadzeniem własnej firmy, przyszłe plany zawodowe przedsiębiorców

Pomimo niższej oceny kondycji ekonomicznej swoich firm od pozostałych, mikroprzedsiębiorcy są często usatysfakcjonowani z prowadzonej działalności gospodarczej, określając swój poziom satysfakcji z tego tytułu jako wysoki (42,3%). Nieco mniejszy odsetek respondentów w tej grupie odczuwa jednak przeciętny poziom satysfakcji z prowadzonej działalności gospodarczej (41,1%). Większość badanych mikroprzedsiębiorców w kolejnych 2 latach chce dalej prowadzić działalność (88,6%). Warto nadmienić, że zamknięcie działalności częściej rozważają osoby prowadzące firmy z branży przemysłowej i budowlanej. Również częściej od pozostałych w niedalekiej przyszłości zamknięcie przedsiębiorstwa planują firmy z podregionu kaliskiego oraz pilskiego.

Główne korzyści, na jakie ankietowani mikroprzedsiębiorcy wskazywali w związku z prowadzeniem własnej firmy to poczucie niezależności, wykonywanie pracy dla siebie, wyznaczanie własnych celów i satysfakcję z realizacji planów czy też możliwość samorozwoju i samorealizacji. Ponadto zaobserwowano, iż respondenci działający w obrębie handlu i rolnictwa często odczuwają także satysfakcję z realizacji planów i wyznaczania własnych celów, z kolei przedstawiciele budownictwa, przemysłu i usług doceniają możliwość pracy dla siebie.

Rysunek 2. Jakie korzyści odnosi Pan(i) w związku z prowadzeniem własnej firmy (mikro N=421) – wg branż – najczęściej wskazywane odpowiedzi

Budownictwo	Handel	Przemysł	Rolnictwo	Usługi
<ul style="list-style-type: none"> • 59,0% Poczucie niezależności, nie mam szefa nad sobą • 50,8% Pracuję dla siebie i wszystko zależy ode mnie • 39,3% Satysfakcja z realizacji planów, wyznaczanie własnych celów 	<ul style="list-style-type: none"> • 44,2% Poczucie niezależności, nie mam szefa nad sobą • 43,3% Satysfakcja z realizacji planów, wyznaczanie własnych celów • 36,5% Możliwość samorozwoju i samorealizacji 	<ul style="list-style-type: none"> • 47,6% Poczucie niezależności, nie mam szefa nad sobą • 38,1% Pracuję dla siebie i wszystko zależy ode mnie • 33,3% Możliwość samorozwoju i samorealizacji 	<ul style="list-style-type: none"> • 63,6% Poczucie niezależności, nie mam szefa nad sobą • 45,5% Satysfakcja z realizacji planów, wyznaczanie własnych celów • 36,4% Pracuję dla siebie i wszystko zależy ode mnie 	<ul style="list-style-type: none"> • 53,7% Poczucie niezależności, nie mam szefa nad sobą • 47,3% Pracuję dla siebie i wszystko zależy ode mnie • 47,3% Satysfakcja z realizacji planów, wyznaczanie własnych celów 

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Problemy związane z prowadzeniem działalności gospodarczej w województwie wielkopolskim

Barieri prowadzenia bieżącej działalności

W ocenie przedstawiciele badanych przedsiębiorstw w roku 2018 w województwie wielkopolskim głównymi barierami rozwoju podmiotów z sektora MŚP były wysokie koszty pracy oraz podatki, a także przepisy prawne i obciążenia biurokratyczne. Mniejszą liczbę wskazań, oscylując wokół średniej oceny (2,5 na pięciostopniowej skali) otrzymały: niska rentowność działalności i niewystarczające kwalifikacje pracowników, duża konkurencja na rynku i zatory płatnicze.

Wykres 20. Główne bariery rozwoju firm MŚP w województwie wielkopolskim - średnia ocena dla przedziału 1-5, gdzie 1 oznacza brak bariery, a 5 bardzo ograniczającą barierę



Źródło: Opracowanie własne na podstawie „Raportu o sytuacji mikro i małych firm w roku 2018, Bank Pekao, Warszawa 2019 r.”, s. 585

Podobne bariery w prowadzeniu działalności gospodarczej wskazano w ogólnopolskim badaniu mikroprzedsiębiorstw z roku 2019. Wśród najczęściej wymienianych znalazły się: wysokie podatki i inne obciążenia finansowe (77%), rosnące koszty zatrudnienia pracowników (74%) oraz konkurencja ze strony przedsiębiorstw krajowych (60%)⁵⁴. Warto przy tym zaznaczyć, że aż 52% spośród badanych mikrofirm przyznało, że wszystkie wymieniane bariery oceniało jako bardzo utrudniające działalność.

Na bariery w prowadzeniu działalności gospodarczej wskazują również Danielak, Mierzwa, Bartczak. Podczas ich badania za najbardziej uciążliwe elementy przedstawiciele firm małych (72,1%) oraz średnich (63,2%) uznali wysokie składki ZUS oraz zbyt skomplikowane przepisy podatkowe (70,5% małych i 50% średnich). Na kolejnym miejscu wymieniano rozbudowaną biurokrację (69,2% małych i 53,6% średnich). Firmy małe wskazywały dodatkowo na wysokie koszty zatrudnienia (67% wskazań), a także, w mniejszym stopniu, rozwój „szarej strefy”, wzrost konkurencji na rynku lokalnym oraz częste zmiany przepisów prawnych (wskazywała je ok. 1/3 małych przedsiębiorstw). Dla 18% firm małych i średnich utrudnienie w bieżącej działalności stanowił wzrost opłat lokalowych, podobnie 18% małych i 11% średnich firm wskazało na barierę, jaką jest wysokie oprocentowanie kredytów.

⁵⁴ „Mikrofirmy pod lupą w 2019 r.”, Polski Instytut Ekonomiczny, Warszawa 2020 r., s. 10.

W przypadku 28,6% badanych firm zatrudniających od 50 do 249 pracowników utrudnienie stanowił również brak przejrzystych przepisów prawnych, a dla 25% tej grupy był nim także zbyt długi okres zwrotu inwestycji. Ponadto średni przedsiębiorcy (21,4%) częściej niż mali (12,8%) zwracali uwagę na utrudnienia, które towarzyszyły im podczas ubiegania się o dofinansowanie ze środków unijnych, z uwagi na zbyt skomplikowane procedury⁵⁵.

Zgodnie z wynikami badań ilościowych zrealizowanych w ramach niniejszego projektu, niezależnie od klasy wielkości najczęstszymi barierami prowadzenia firmy były: koszty prowadzenia działalności, pandemia i związane z nią obostrzenia oraz biurokracja. W dalszej kolejności dla firm małych i mikro problemem jest spadek popytu, natomiast dla średnich konkurencja w sektorze.

Dla firm mikro i małych częściej niż dla średnich problemem są prawno-formalne aspekty prowadzenia firmy, co jest widoczne w mniejszym odsetku wśród firm średnich przedsiębiorców wskazujących jako bariery system podatkowy, regulacje prawne czy kontrole.

Tabela 14. Proszę wskazać bariery prowadzenia bieżącej działalności w Państwa firmie oraz nadać im wagi⁵⁶ (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364) – średnia waga

Wyszczególnienie	mikro		małe		średnie	
	odsetek	średnia waga	odsetek	średnia waga	odsetek	średnia waga
Poziom kosztów prowadzenia działalności	46,3%	3,97	42,3%	4,12	30,8%	4,20
Pandemia i związane z nią obostrzenia	39,7%	3,89	35,0%	3,99	42,0%	3,29
Biurokracja	36,3%	4,05	39,4%	4,07	39,3%	4,20
Spadek popytu	33,0%	3,87	30,8%	4,17	21,4%	4,14
Konkurencja w sektorze	31,6%	3,87	28,9%	3,90	26,6%	4,04
System podatkowy	27,1%	4,22	24,2%	4,20	16,5%	4,04
Regulacje prawne związane z prowadzeniem działalności gospodarczej	8,1%	3,82	7,3%	4,13	6,6%	4,33
Brak odpowiednio wykwalifikowanych pracowników	7,6%	3,84	5,4%	3,86	5,5%	3,75
Działalność wymiaru sprawiedliwości	6,4%	4,00	5,9%	4,33	5,5%	4,20
Inne	6,4%	3,92	6,6%	4,04	7,7%	3,93
Kontrole instytucji tj. Urzędu Skarbowego	6,2%	4,69	2,4%	4,60	0,8%	-
Funkcjonowanie szarej strefy i jej wpływ na działalność	2,4%	3,70	2,7%	3,73	1,9%	-
Wzrost ryzyka ze strony dostawców	2,1%	-	1,7%	-	1,1%	-
Utrudniony dostęp do innowacji i technologii	1,2%	-	0,0%	-	0,0%	-
Ograniczony przepływ informacji gospodarczej	1,0%	-	0,2%	-	0,3%	-

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Podczas analizy barier konieczne jest również uwzględnienie podziału na poszczególne branże. Dla mikroprzedsiębiorstw, niezależnie od branży najczęściej wskazywaną barierą jest poziom kosztów prowadzenia działalności. Jednocześnie dla handlu, rolnictwa oraz branży usługowej kluczowym problemem jest także spadek popytu. Wśród czynników blokujących bieżącą działalność firm z branż: budowlanej, handlowej oraz przemysłowej wskazywano na brak odpowiednio wykwalifikowanych pracowników.

⁵⁵ W. Danielak, D. Mierzwa, K. Bartczak, Małe i średnie przedsiębiorstwa w Polsce. Szanse i zagrożenia rynkowe, Wrocław 2017 r., s. 46-48.

⁵⁶ Wagi w skali od 1 do 5, gdzie: 1 - nieistotne, 2 - mało istotne, 3 - obojętne, 4 - dosyć istotne, 5 - bardzo istotne

Podobnie jak w przypadku firm zatrudniających do 9 osób, tak i wśród małych firm istotny jest poziom kosztów i brak odpowiednich pracowników (w mniejszym stopniu dotyczy rolnictwa). Dla firm z branży budowlanej oraz przemysłowej barierą są regulacje prawne związane z prowadzeniem działalności gospodarczej, które wcześniej nie były wskazywane wśród 3 najczęstszych. Dla średnich przedsiębiorstw bez względu na sektor barierą w bieżącej działalności jest brak odpowiednich pracowników, szczególnie dotyczy to branży budowlanej, w nieco mniejszym stopniu pozostałych branż. Często niezależnie od branży wskazywany był spadek popytu – była to najistotniejsza bariera dla firm z sektora przemysłowego.⁵⁷

Przedstawione opinie pokrywają się z wynikami badania jakościowego, z których wynika, że w opinii przedsiębiorców barierami utrudniającymi prowadzenie firmy są przede wszystkim wysokie koszty prowadzenia działalności (w tym koszty pracownicze) oraz ciągłe zmiany w regulacjach prawnych, w tym dotyczących systemu podatkowego. Zdaniem uczestników wywiadów, wynikające z przepisów koszty pracy, np. obciążenia w postaci składek ZUS czy wynagrodzeń chorobowych, najbardziej uderzają w sektor MŚP. Problemy te skłaniają pracodawców do ciągłego poszukiwania alternatywnych, bardziej elastycznych form zatrudnienia. Przedsiębiorcy wielokrotnie wskazywali także na problemy wynikające ze zmienności regulacji prawnych oraz na potrzebę jasnych przepisów lub zapewnienia większej pomocy ze strony urzędników.

„Jeśli chodzi o te rzeczy, które nas boją, to niestety niestabilność prawna, to, że pojawiają się takie przepisy, które blokują przedsiębiorców.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem przedsiębiorstw z sektora MŚP

„Koszty mogłyby być niższe, myślę, że obciążenia dotyczące wynagrodzeń pracowników są wysokie i to jest dość spory koszt. Fakt, że mamy takie, a nie inne przepisy prawa pracy, które nas, jako pracodawcę, bardzo mocno blokują, bo wielu rzeczy nie możemy zrobić, nie możemy być bardzo elastyczni, jak byśmy chcieli, jeśli chodzi o kadrę.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem przedsiębiorstw z sektora MŚP

„Koszty prowadzenia działalności wzrastają cały czas (...) mamy też trudności z pozyskaniem pracowników na rynku naszego powiatu.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem przedsiębiorstw z sektora MŚP

Podczas wywiadów poruszono również kwestię błędów, jakie popełniają przedsiębiorcy z sektora MŚP w ramach prowadzonej działalności. Do najczęściej popełnianych błędów w ramach prowadzonej działalności należy zaliczyć nadmierną ostrożność w działaniu. Niestabilna sytuacja związana z pandemią oraz wspomniane wcześniej bariery prowadzą do sytuacji, w której przedsiębiorcy sektora MŚP boją się inwestować i wdrażać innowacje. Zachowanie takiej ostrożności jest w pełni zrozumiałe, jednak jak wskazywali uczestnicy badania, przedsiębiorczości sprzyja gotowość do podejmowania ryzyka, gdyż ta cecha pozwala realizować nowe inwestycje, wdrażać innowacje, a tym samym rozwijać prowadzoną przez siebie działalność gospodarczą. W aktualnej sytuacji przedsiębiorcy planują tylko krótkoterminowo, nie wybiegając w przyszłość i ograniczając się do perspektywy kilkumiesięcznej.

„Myślę, że ostrożność w działaniu. Nie idzie się za bardzo w innowacje, nie idzie się w inwestycje, tylko działa się na tym, co ma się tu i teraz - taki mamy produkt, taką usługę sprzedajemy, tak działamy”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu

„W małych przedsiębiorstwach jest bardzo zauważalne, że nie prowadzą polityki takiej planowania na przyszłość. Często planują, jeśli już, to na pół roku. Nie mają planów przyszłościowych. Nie

⁵⁷ Dane zaprezentowano w aneksie

rozpisują sobie, że to chcą osiągnąć za rok czy dwa lata. Często się zdarza - dla mnie to jest błędem, no może nie mają pieniędzy - że nie inwestują w nowe technologie czy nowe maszyny”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu

Pojawiły się także opinie, dotyczące problemów związanych ze zbyt małą ostrożnością tj. złym oszacowaniem kosztów inwestycji i prowadzenia działalności gospodarczej. Jest to poważny błąd, ponieważ może prowadzić do wielu problemów, a ostatecznie do finansowej niewydolności podmiotu.

„To takie złe oszacowanie kosztów prowadzenia działalności. Myślę, że to jest częsta przyczyna niewydolności finansowej, która później następuje.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu

„Oszukiwanie samego siebie jeżeli chodzi o koszty realizacji przedsięwzięcia, potencjalny inwestor jest gotów stwierdzić, że on wybuduje tą halę za mniej niż rzeczywiście to się zdarzy albo zapomina o tym, że do rozpoczęcia realizacji zadania są potrzebne nie tylko środki inwestycyjne, ale również część kapitału gotowego”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu

Czynniki hamujące i pobudzające rozwój sektora MŚP oraz przedsiębiorczości

W 2015 roku naukowcy z Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu przeprowadzili badanie czynników wpływających na liczbę zakładanych działalności gospodarczych prowadzonych przez osoby fizyczne, będących wyznacznikiem poziomu przedsiębiorczości w polskich gminach. Badanie wykazało, że największy pozytywny wpływ na liczbę zakładanych działalności miał wzrost liczby mieszkań wyposażonych w instalację centralnego ogrzewania. Na drugim miejscu znalazła się liczba fundacji, stowarzyszeń oraz organizacji społecznych na 1000 mieszkańców danej gminy, a na trzecim – wysokość podatku od nieruchomości na 1 mieszkańca gminy. Badanie wykazało ponadto, że największy negatywny wpływ na liczbę prowadzonych działalności gospodarczych ma wzrost udział osób w wieku produkcyjnym w ogóle ludności danej gminy⁵⁸.

Jak zauważył Niedzielski, założenie działalności gospodarczej obarczone jest zazwyczaj dużym ryzykiem. Z tego też względu podstawowym warunkiem sukcesu w uruchomieniu oraz dalszym prowadzeniu tej działalności jest motywacja przyszłego przedsiębiorcy. Można tu wskazać zasadniczo dwie przyczyny tego rodzaju decyzji – wybór, gdy dana osoba upatruje we własnej firmie szansę samorealizacji oraz pomnażania dochodów lub też przymus – kiedy osoba ta nie widzi innych możliwości znalezienia zatrudnienia. Wśród czynników wpływających na opisywane sytuacje znajdują się np. uwarunkowania rynku pracy, to, w jaki sposób społeczność postrzega aktywność przedsiębiorcy, a także rozmiar i struktura popytu. Sama motywacja nie jest jednak wystarczająca do założenia własnej firmy, konieczny jest także pomysł na biznes, który powinien wynikać z przeprowadzonej analizy rynku oraz umiejętności dostrzegania szans rynkowych przez osobę, która planuje założyć działalność. Samo zrealizowanie posiadanego pomysłu również wiąże się z koniecznością zgromadzenia określonych zasobów, takich jak np. środki finansowe, odpowiednie zaplecze lokalowe, zasoby techniczne i informacyjne, ale też kwalifikacje i umiejętności niezbędne w danej pracy.

Badanie omówione w publikacji pn. „Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorstw z sektora małych i średnich przedsiębiorstw” wskazuje, że większość przedsiębiorców (80%) rozpoczynając działalność gospodarczą nie posiadało kapitału własnego. Trudności w pozyskaniu środków pieniężnych na założenie własnej firmy dotyczą w szczególności osób młodych oraz bezrobotnych. Respondenci rozpoczynając działalność najczęściej wykorzystywali pożyczki z funduszu poręczeń kredytowych oraz funduszu pożyczkowego, a także dofinansowanie ze środków unijnych. Jak wynika ze zrealizowanego

⁵⁸ D. Walczak, A. Żołądkiewicz, Wybrane determinanty rozwoju przedsiębiorczości w Polsce, "Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu" 2015, tom XVII, zeszyt 3, s. 398-402.

badania, mimo, iż przyszli przedsiębiorcy posiadają wiedzę na temat możliwości uzyskania dofinansowania, dostęp do źródeł finansowania przedsiębiorczości większość z nich oceniła jako zdecydowanie lub raczej trudny.

Kolejnym bardzo ważnym aspektem, który jest w stanie skutecznie pobudzać lub hamować rozwój sektora MŚP i przedsiębiorczości, są uwarunkowania zewnętrzne. To, jak na przedsiębiorstwo oddziałuje jego otoczenie w dużej mierze determinuje szanse i zagrożenia dla prowadzonej działalności. W pewnym stopniu niwelowanie negatywnych uwarunkowań oraz wykorzystywanie nadarżających się szans wiąże się ze sprawnością zarządzania firmą, zdarzają się jednak czynniki, na które przedsiębiorcy nie mają wpływu. W opisywanym badaniu przedsiębiorcy jako kluczowy element wpływający na działalność biznesową wskazali stabilizację makroekonomiczną, która gwarantuje względną stałość kursów walut, dając poczucie pewności i nie ograniczając perspektyw strategicznych działalności gospodarczej⁵⁹.

Czynnikiem, który niewątpliwie wpływa w sposób pozytywny na rozwój sektora MŚP jest współpraca przedsiębiorstw z innymi podmiotami – w tym z podmiotami gospodarczymi, instytucjami otoczenia biznesu, uczelniami, jednostkami badawczo-rozwojowymi i samorządami. Współpraca tego rodzaju stanowi ważny element gospodarczej konkurencyjności regionów. Duże znaczenie w zakresie wspierania osób, które planują założenie, ale też rozwój własnej działalności, odgrywa wsparcie instytucji otoczenia biznesu, które oferują szeroką pomoc szkoleniową i doradczą, m.in. pozwalającą uzyskać wiedzę z zakresu zewnętrznych źródeł finansowania. Bardzo dobre warunki pozwalające umacniać współpracę przedsiębiorstw stwarzają również klastry. Inicjatywy tego rodzaju nie tylko umożliwiają tworzenie sukcesu zbudowanego na wysokiej jakości konkurencji, ale też podnoszą zdolności innowacyjne firm, m.in. z uwagi na ich wpływ na rozwijanie kapitału ludzkiego⁶⁰. Aby klaster spełniał właściwie funkcję do jakiej został powołany, konieczne jest odpowiednie nastawienie wszystkich członków, przejrzyste zasady jego celów i funkcjonowania oraz solidarne działania nakierowane na osiągnięcie korzyści przez wszystkich jego członków.

Jako czynniki hamujące rozwój działalności przedsiębiorcy wskazują m.in. obciążenia fiskalne, wysokie oprocentowania kredytu oraz rosnące koszty zatrudnienia. Czynnikiem ograniczającym działalność, w szczególności najmniejszych przedsiębiorstw, jest ponadto, zdaniem samych przedsiębiorców, nieuczciwa konkurencja⁶¹.

Na podobne elementy zwracają uwagę Danielak, Mierzwa, Bartczak. W zrealizowanym przez nich badaniu jako główne czynniki utrudniające działalność innowacyjną podmiotów zatrudniających od 10 do 49 pracowników wskazano: niewystarczające środki finansowe (66,6%), wysokie koszty innowacji (58,9%), a także biurokrację (46,1%). Inicjatywy w zakresie innowacji ograniczają ponadto niesprzyjające regulacje (43,6%) oraz wysokie ryzyko niepowodzenia (38,5%). Wśród wskazanych czynników znalazły się również: brak odpowiedniej wiedzy (28,2%) i fachowców (28,2%) oraz utrudniony dostęp do informacji dotyczących nowych technologii (20,5%). W przypadku firm średniej wielkości najczęściej wskazywano na biurokrację urzędniczą (60,7%), zbyt wysokie ryzyko niepowodzenia (50%), a także brak środków finansowych (39,3%), konkurencję (32,1%) i niesprzyjające regulacje prawne (32,1%). Kolejnymi ze wskazanych elementów hamujących rozwój w zakresie innowacji w średnich podmiotach były: brak wsparcia ze strony władz lokalnych (28,6%), brak odpowiedniej wiedzy i informacji (25,0%) i brak motywacji do podejmowania działań proinnowacyjnych (21,4%)⁶².

⁵⁹ E. Niedzielski, Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorstw z sektora małych i średnich przedsiębiorstw, "Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu" 2015, tom XVIII, zeszyt 2, s. 192/193.

⁶⁰ Klastry w województwie wielkopolskim, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2017, s. 3-4.

⁶¹ E. Niedzielski, Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorstw z sektora małych i średnich przedsiębiorstw, "Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu" 2015, tom XVIII, zeszyt 2, s. 194.

⁶² W. Danielak, D. Mierzwa, K. Bartczak, Małe i średnie przedsiębiorstwa w Polsce. Szanse i zagrożenia rynkowe, Wrocław 2017 r., s. 51/52.

Uczestnicy badania jakościowego przyznali, że czynnikiem hamującym rozwój sektora MŚP jest niewątpliwie biurokracja, która pośrednio powoduje, że mniej energii idzie na rozwój przedsiębiorczości. Uczestnicy badania zaproponowali, że jednym z rozwiązań może być wdrożenie jakiś uproszczonych form związanych z rozliczaniem kwestii finansowych czy prawnych albo wyznaczenie osób do pomocy w tych sprawach. Należy mieć na uwadze, że w rozwoju firm, a także innowacyjności liczy się nie tylko pomysł, ale i wdrożenie. Z tym drugim przedsiębiorcom znacznie ciężiej, gdyż na pierwszym miejscu jest nadmierna biurokracja.

„Hamują na pewno nieprecyzyjność przepisów, w każdym regionie inna interpretacja, podatkowe, inna interpretacja w zakresie działalności gospodarczej, bardzo duży brak przejrzystości tych przepisów, zawilość, mnożenie, papierologia, brak możliwości uzyskania informacji w jednym miejscu, nie wszystkie urzędy są jeszcze z informatyzowane. Powinna być przejrzystość przepisów, ułatwianie przedsiębiorcą prowadzenia działalności gospodarczej, elektronizacja, możliwość robienia wszystkich rzeczy zdalnie, bez konieczności chodzenia do urzędów, składania dokumentów papierowych.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

Należy mieć na uwadze, że zgodnie z ustawą o swobodzie działalności gospodarczej (rozdz.7 art. 103) państwo jest zobowiązane do zapewnienia korzystnych warunków dla funkcjonowania małych i średnich firm. W tworzeniu „korzystnych warunków”, ogromną rolę odgrywają poszczególne działania władz samorządowych np. polityka w zakresie zamówień publicznych może sprzyjać stwarzaniu równych szans wszystkim podmiotom, ale może również w sposób nieuzasadniony ograniczać dostęp do zamówień. Co ważne, przedsiębiorcy wielokrotnie podkreślali, jak ważna jest dla nich swoboda działania oraz zmniejszenie biurokracji.

„Jeżeli firmy decydują się na pozyskiwanie środków z różnego rodzaju funduszy strukturalnych, grantów to mówią, że wysoki stopień zbiurokratyzowania oraz w niektórych sytuacjach bardzo skomplikowana struktura tego wniosku jest barierą. Też firmy podkreślają, że w ostatnim czasie jest duża zmienność aktów prawnych i w związku z tym firmy muszą korzystać z profesjonalnych podmiotów gospodarczych, z firm prawnych w celu dostosowania organizacji do zmieniających się przepisów, a to wymusza korzystanie specjalistycznej pomocy, która przekłada się na ponoszenie dodatkowych kosztów, które mogłyby być na przykład wykorzystane na rozwój firmy czy na innowację.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

Potwierdzeniem, że czas oczekiwania na decyzje administracyjne i ich jakość pozostawiają wiele do życzenia, są kolejne wypowiedzi przedsiębiorców.

„Złożyłem w lutym wniosek o nadanie numeru BDO i do dzisiaj tego numeru nie ma. W urzędzie - jak się uda się dodzwonić po całym dniu dzwonienia - że rozpatrują nowe wnioski. To jest jeden przykład, ale takich przykładów jest masa, ja nie wiem, czym się teraz państwo dalej będzie zajmować, jeżeli nie przedsiębiorczością to chyba to wszystko zginie.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem przedsiębiorstw z sektora MŚP

Przede wszystkim, są to momenty, kiedy chcemy właśnie np. pozyskać środki, może nie koniecznie z wojewódzkiego urzędu pracy, ale powiatowego urzędu pracy, to jest ryza papieru, która musi być podpisana przez jedną, jedyną osobę. Utrudnia nam to sprawę. Jeszcze jak zanośiłam dokumenty, musiałam to zrobić osobiście, nie mogłam tego wysłać elektronicznie.

Źródło: Wywiad z przedstawicielem przedsiębiorstw z sektora MŚP

Kolejnym czynnikiem, który w najbliższym czasie może spowodować stagnację jest spadek całej akcji kredytowej i utrudnienia zwłaszcza dla firm. Jest to spowodowane faktem, że banki obawiając się kryzysu, zaostrzyły politykę kredytową i zwiększyły wymagania względem klientów. Mniejsza

dostępność kredytów firmowych stała się faktem i można przewidzieć, że problem utrzyma się w dłuższej perspektywie.

Dzisiaj zdecydowana większość firm mówi jednym głosem, że jest utrudniona akcja kredytowa. Potężne zmiany zachodzą w sektorze bankowym i przypuszczam, że zdolność pozyskania kredytów na finansowanie różnych obszarów działalności firm z sektora MŚP będzie utrudniona

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

Pozytywnym aspektem, który pobudza rozwój sektora MŚP oraz przedsiębiorczości na wielkopolskim rynku jest system edukacji ukierunkowany do potrzeb rynku pracy (głównie szkolnictwa zawodowego), dostęp do różnych środowisk klastrowych czy start-upowych, które wprost odpowiadają na potrzeby związane z wprowadzaniem przez przedsiębiorstwa innowacyjnych rozwiązań. Właściwie realizowana współpraca ze szkołami, innymi firmami może więc być czynnikiem wspierającym rozwój przedsiębiorstwa, natomiast problemy, niemożność bądź niechęć związana z nawiązaniem takiej współpracy mogą go hamować.

„Dostęp do wiedzy, czy to wiedzy technologicznej czy wiedzy organizacyjnej, to jest czynnik pobudzający. Można znaleźć na naszym terenie dużą liczbę uniwersytetów, szkół zawodowych, możliwość zdobycia zawodu i też konsultacji w instytucjach branżowych.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

„W tej chwili myślę, że dostęp do informacji, wymiana informacji, środowiska klastrowe, start-upowe, które organizują różnego rodzaju eventy, spotkania, podcasty, które inspirują, uczą młodych ludzi prowadzenia biznesu”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

Analiza SWOT dla sektora MŚP w województwie wielkopolskim

Województwo wielkopolskie charakteryzuje się bardzo wysokim udziałem MŚP w ogóle wszystkich podmiotów gospodarczych, zarówno w skali województwa, jak i kraju. Potwierdza to wysoki poziom przedsiębiorczości MŚP w regionie. Na tak dobry wynik wpływ mają czynniki zewnętrzne i wewnętrzne, zarówno w skali mikro, jak i makro. Ważnym atutem obszaru jest centralne położenie na mapie Polski, a także bardzo dobre skomunikowanie z Europą Wschodnią i Zachodnią. Wielkopoleanie skutecznie i na dużą skalę wykorzystali szanse, jakie stwarzały Fundusze Europejskie, co pozwala przypuszczać, że jeżeli będzie taka możliwość nadal będą z nich chętnie korzystać. Nie należy również zapominać o czynniku ludzkim i społecznym. Wielkopoleanie są postrzegani jako osoby pracowite, zaradne i sumienne, a obecność ośrodków akademickich ułatwia dostęp do wykwalifikowanej kadry. Przedsiębiorcy z regionu doświadczyli negatywnych skutków pandemii, tak jak cała gospodarka, jednak optymizmem napawa fakt, że większość z nich odczuła je nieznacznie.

Tabela 15. Analiza SWOT

MOCNE STRONY	SŁABE STRONY
<ul style="list-style-type: none"> • Centralne położenie województwa, które jest korzystne w przypadku branży transportowej, logistycznej i spedycyjnej. • Wysoki wskaźnik przedsiębiorczości w sektorze MŚP (3. miejsce w rankingu PARP). • Dominacja firm usługowych, zarówno w przypadku mikro, małych jak i średnich przedsiębiorstw. • Wzrost liczby mikroprzedsiębiorstw w województwie wielkopolskim, co może świadczyć o wysokich postawach przedsiębiorczych 	<ul style="list-style-type: none"> • Spadek liczby małych i średnich przedsiębiorstw na przestrzeni ostatnich 10 lat, co może świadczyć o pewnych obawach w kierunku rozszerzania zakresu działalności (spadek liczby małych, średnich firm koreluje ze wzrostem liczby mikroprzedsiębiorstw). • Ocena sytuacji ekonomicznej przedsiębiorców z 2018 roku wyższa niż w roku 2019 – bardzo prawdopodobny wpływ pandemii COVID-19 i związanego z nią spowolnienia gospodarczego.

<p>mieszkańców regionu w zakładaniu własnej działalności.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elastyczność MŚP relatywnie łatwa zmiana profilu działalności w porównaniu z dużymi firmami. • Wizerunek Wielkopolan jako osób pracowitych, zaradnych, sumiennych. • Efektywne wykorzystywanie środków UE na zakładanie działalności, które przyczyniło się do znacznego rozwoju MŚP w regionie. • Dobrze rozwinięte środowisko wsparcia dla startupów. • Dostęp do wykwalifikowanej kadry (obecność ośrodków akademickich). • Korzystna infrastruktura drogowa (obecność autostrady łączącej Europę Wschodnią i Europę Zachodnią). • Wysoka koncentracja kapitału zagranicznego w skali kraju. • Wzrost poziomu współpracy z instytucjami otoczenia biznesu. • Udział we wspólnym rynku europejskim. 	<ul style="list-style-type: none"> • Niechęć przedsiębiorców z sektora MŚP do rozszerzenia zakresu terytorialnego działalności w ciągu najbliższych dwóch lat. • Cel strategiczny MŚP na kolejne lata to przede wszystkim utrzymanie się na rynku i stabilizacja. • Wysoki poziom kosztów prowadzenia działalności – najczęściej zgłaszana bariera przez firmy mikro i małe. • Obciążenia biurokratyczne, niejasność przepisów, częste zmiany regulacji prawnych. • Niski poziom aktywności innowacyjnej przedsiębiorstw z sektora (poniżej średniej dla kraju). • Niski poziom nakładów na działalność innowacyjną • Negatywne długofalowe trendy demograficzne. • Deficyty pracowników, zwłaszcza w zakresie prac prostych i robotników wykwalifikowanych. • Umiarkowane wykorzystanie nowoczesnych technologii .
SZANSE	ZAGROŻENIE
<ul style="list-style-type: none"> • Jednym z celów UE jest sprawienie, aby polityka i podejmowane działania były przyjazne dla sektora małych przedsiębiorstw, na czym będą korzystać MŚP z województwa wielkopolskiego. • Polska znajduje się na piątej pozycji, zarówno pod względem liczby wszystkich zarejestrowanych podmiotów gospodarczych (1 744 285), jak i podmiotów z sektora MŚP (1 740 821) spośród wszystkich krajów UE. MŚP są ważnym celem polityki państwa. • Poprawia się sytuacja finansowa MŚP w regionie. Zwiększające się przychody i zyski stwarzają możliwości w kontekście czynienia inwestycji i zwiększania poziomu innowacyjności podmiotów. • Prężnie rozwijający się ośrodek centralny (Aglomeracja Poznańska) stanowiący zaplecze innowacji i technologii oraz wysoko wyspecjalizowanych kadr dla regionu. • Pozytywne nastawienie przedsiębiorców do przyszłości (w perspektywie 3 i 5 letniej). • Satysfakcja MŚP w Wielkopolsce z prowadzenia własnej działalności gospodarczej. • Łagodzenie negatywnych skutków, które odczuły MŚP w województwie wielkopolskim w związku z pandemią COVID-19, poprzez wsparcie w ramach tzw. Tarczy antykryzysowej. • Migracje pracowników do Wielkopolski, zwłaszcza z wschodniej granicy kraju. • Upowszechnienie korzystania z technologii cyfrowych w związku z lockdownem. • Informatyzacja kraju, która usprawnia prowadzeniu biznesu (np. brak konieczności co miesięcznej wizyty w ZUS). 	<ul style="list-style-type: none"> • Zwiększające się koszty prowadzenia działalności przedsiębiorstw z sektora MŚP. • Skutki związane z pandemią COVID-19, poważne skutki pandemii częściej odczuwały mikroprzedsiębiorstwa niż średnie firmy. • Niepewna sytuacja epidemiczna na świecie i nie dające się przewidzieć jej konsekwencje dla gospodarki, w tym: <ul style="list-style-type: none"> ○ ograniczenie w możliwości funkcjonowania pewnych branż, ○ problemy wielkich przedsiębiorstw w Wielkopolsce, stanowiących odbiorców usług sektora MŚP, rozwiniętych specjalnie na ich potrzeby, ○ zmiana zachowań konsumenckich, ○ problemy z dostawami i wymianą międzynarodową, ○ zmiany w polityce zatrudnieniowej. • Poziom zawichości i zmienność polskiego prawa regulującego funkcjonowanie poszczególnych branż. • Odptyw młodych Polaków o wysokich i specjalistycznych kwalifikacjach zawodowych w związku z przystąpieniem do UE. • Odptyw pracowników ukraińskich poza granice kraju (np. rynek niemiecki) lub ich zatrzymanie w kraju pochodzenia (np. w efekcie pandemii). • Konieczność sprostania zagranicznej konkurencji w związku z przystąpieniem do UE. • Konieczność sprostania unijnym standardom, zwłaszcza przez rodzime produkty. • Rosnący poziom zadłużenia zagranicznego, spowodowany łatwym dostępem do finansowania

<ul style="list-style-type: none"> • MŚP w Wielkopolsce miały możliwość i mają nadal szansę skorzystać z pozytywnych aspektów przyłączenia się Polski do UE, takich jak: podniesienie konkurencyjności polskich przedsiębiorców (poprzez dofinansowanie działań proinnowacyjnych oraz badań i rozwoju) oraz wzrost PKB. • Rosnąca liczba ludności. • Przedsiębiorcy z Wielkopolski są beneficjentami działań zachodzących w sferze makroekonomicznej, takich jak: <ul style="list-style-type: none"> ○ wzrost PKB dzięki środkom UE, ○ zwiększenie poziomu innowacyjności dzięki środkom UE wydatkowanym na badania i rozwój, ○ pozytywne efekty napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych, ○ podniesienie jakości infrastruktury drogowej czy komunikacyjnej, ○ włączenie Polski w międzynarodowe łańcuchy dostaw dzięki obecności kraju w UE. 	<p>zewnątrznego, jak również obecnością zagranicznych instytucji bankowych.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zmiany klimatyczne wywołujące utrudniony dostęp do zasobów (np. woda, prąd) oraz konieczność dostosowania warunków produkcji do zmian. • Starzenie się społeczeństwa. • Automatyzacja i robotyzacja miejsc pracy (wygeneruje bezrobocie i dodatkowe koszty dla przedsiębiorców).
---	--

Źródło: Opracowanie własne

Kluczowe czynniki sukcesu sektora MŚP oraz wybranych branż działalności

Pod pojęciem kluczowych czynników sukcesu możemy rozumieć zasoby i umiejętności, w które przedsiębiorstwo inwestuje na rynku swojej działalności, i które wyjaśniają większą część obserwowanych różnic w uzyskanej wartości oraz w ponoszonych kosztach⁶³. Jak wskazuje literatura przedmiotu, podejście, w jaki przedsiębiorcy podchodzą do sukcesu w ramach sektora MŚP wynika z szeregu elementów, takich jak typ podmiotu, jego sytuacja ekonomiczna oraz forma prawa, ale również uwarunkowań zewnętrznych, m.in. otoczenia rynkowego, konkurencji, itp. Kluczowe czynniki sukcesu przedsiębiorstwa obejmują również przyjętą strategię działania firmy, poziom jej innowacyjności, a także efektywność pracy zatrudnionego zespołu. Konfederacja Lewiatan w roku 2014 wskazała następujące czynniki decydujące o konkurencyjności firm sektora MŚP: jakość oraz cena produktów i usług, jakość obsługi klientów, wąska specjalizacja działalności oraz zdolność dostosowania produktu/usług do indywidualnych potrzeb klienta, nowe innowacyjne produkty i usługi⁶⁴.

W inny sposób czynniki sukcesu postrzegają Skawińska i Zalewski, którzy opracowali model obejmujący cztery rodzaje kapitału: intelektualny (w tym ludzki, społeczny, strukturalny, relacyjny), technologiczny, kulturowy oraz finansowy, które oddziałują na siebie wzajemnie. Kapitał intelektualny dotyczy takich kwestii jak: wiedza, umiejętności oraz cechy charakteru przedsiębiorców i pracowników (w tym m.in. chęć współpracy, przedsiębiorczość czy zaangażowanie), jak również zaufanie społeczne i etyczne. Kapitał technologiczny, kulturowy i finansowy obejmuje z kolei te elementy, które dają możliwości rozwoju firmy, np. poziom innowacyjności i poziom technologiczny, dostęp do wiedzy, akceptacja istniejącego stanu rzeczy, stosunek do pracy, tolerancja⁶⁵.

W ramach badania „Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości w sektorze MŚP” przyjęty został podział czynników sukcesu dla sektora MŚP na dwa zasadnicze obszary: wewnętrzny, związany

⁶³ W. Danielak, D. Mierzwa, K. Bartczak, Małe i średnie przedsiębiorstwa w Polsce. Szanse i zagrożenia rynkowe, Wrocław 2017 r., s. 42, [za:] K.G. Grunert, Ch. Ellegard, *The Concept of Key Success Factors: Theory and Method*, „MAPP Working Paper” 1992, no. 4, October, <http://pure.au.dk/ws/files/32299581/wp04.pdf> (online: 21.01.2017).

⁶⁴ W. Danielak, D. Mierzwa, K. Bartczak, Małe i średnie przedsiębiorstwa w Polsce. Szanse i zagrożenia rynkowe, Wrocław 2017 r., s. 42

⁶⁵ Ibidem, s. 43

z zarządzaniem przedsiębiorstwem oraz zewnętrzny, tj. obejmujący otoczenie lokalne i instytucjonalne, w tym wsparcie zewnętrzne dla rozwoju przedsiębiorczości MŚP. Wśród wewnętrznych czynników zwiększających szansę na sukces przedsiębiorstwa można wymienić orientację przedsiębiorczą, która wskazuje na stopień, w jakim podmioty wprowadzają innowacyjne rozwiązania, podnoszące jakość oferty rynkowej, a także aktywne wykorzystywanie nadarzających się okazji i zdolność do podejmowania ryzyka by wprowadzać dotychczas niesprawdzone rozwiązania.

Nowe modele biznesowe funkcjonują w gospodarce opartej na wiedzy, w której duże znaczenie odgrywają zasoby ludzkie, a także silna rywalizacja. W związku z powyższym firmy muszą być gotowe na stałe podnoszenie jakości swojej oferty i organizowanie pracy zespołowej. Do bardzo istotnych czynników zaliczyć należy wykorzystanie technologii informacyjno-komunikacyjnych oraz posługiwanie się nowoczesnymi metodami zarządzania i narzędziami zarządzania strategicznego. Przedsiębiorcy coraz częściej dbają także o tworzenie stabilnego i zmotywowanego zespołu, który działa skutecznie, jest dobrze wykwalifikowany i potrafi współdziałać⁶⁶.

Wśród czynników istotnych z punktu widzenia sukcesu przedsiębiorstwa nie należy pomijać orientacji rynkowej, która obejmuje monitorowanie działań konkurencji oraz umiejętności wdrażania w życie nowoczesnych modeli biznesowych, przy czym element ten nie jest w chwili obecnej relatywnie rzadko wykorzystywany w sektorze mikro, małych oraz średnich firm w Polsce⁶⁷.

Kolejnym bardzo ważnym aspektem pozwalającym na osiągnięcie sukcesu przez firmę jest stosowany model przywództwa. Najwyżej oceniane przez pracowników są kooperatywne formy zarządzania zasobami ludzkimi, czyli te o charakterze bardziej zrównoważonym (w przeciwieństwie do form z jednym silnym liderem). Należy przy tym nadmienić, że motywacja osób zarządzających podmiotami sektora MŚP jest, zdaniem ekspertów, jednym z najistotniejszych czynników warunkujących sukces działalności tych podmiotów. Osoby te muszą bowiem z odwagą stawiać czoła nadchodzącym przeszkodom. Potwierdziło to badanie ankietowe przeprowadzone na 230 firmach. W badaniu tym zwrócono jednocześnie uwagę na trzy najważniejsze cechy dobrego menedżera, tj.: zdolność rozwiązywania problemów, kreatywność i skłonność do podejmowania ryzyka⁶⁸. Wyniki te korespondują też z wynikami uzyskanymi przez GUS, zgodnie z którymi ważnymi determinantami sukcesu są, zdaniem przedsiębiorców, znajomość rynku, wiara we własne siły, ambicja oraz pewność siebie, jak również, determinacja i konsekwencja, duże doświadczenie w zarządzaniu czy w końcu odporność na stres i poniesione porażki. Przedsiębiorcy jako kluczowe składowe sukcesu postrzegają ponadto zindywidualizowane relacje z klientami (70% podmiotów badanych przez GUS), stałe kontrolowanie osiąganych wyników rynkowych i bieżącej sytuacji ekonomicznej przy pomocy systemu wskaźników finansowych oraz podejmowanie w razie potrzeby działań korygujących (70% badanych podmiotów średnich oraz ponad 50% małych).

Wśród zewnętrznych czynników, które mają wpływ na sukces osiągany przez podmioty sektora MŚP można wskazać dostępność wykwalifikowanych zasobów kadrowych, jakość świadczonych usług telekomunikacyjnych, lokalny popyt na towary i usługi, jak również przychylność społeczności lokalnej – jako czynniki o charakterze lokalnym. Z kolei determinanty związane z otoczeniem instytucjonalnym działalności firm to głównie sprawnie funkcjonujące podmioty administracji publicznej⁶⁹. Ostatnim czynnikiem zewnętrznym jest wsparcie instytucjonalne dla MŚP. W tym obszarze za najważniejsze elementy uznano ulgi podatkowe oraz obniżenie podatków i opłat lokalnych. Istotną rolę, zdaniem przedsiębiorców, odgrywa także możliwość otrzymania wsparcia ze strony instytucji pośrednictwa

⁶⁶ Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości w sektorze MŚP, GUS, Warszawa 2018, s. 19

⁶⁷ Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości w sektorze MŚP, GUS, Warszawa 2018, s. 20

⁶⁸ M. Kochmańska, Czynniki sukcesu rozwoju przedsiębiorczości w zarządzaniu małymi i średnimi przedsiębiorstwami w regionie małopolskim, "Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas" 2008, nr 1, ss. 29-38

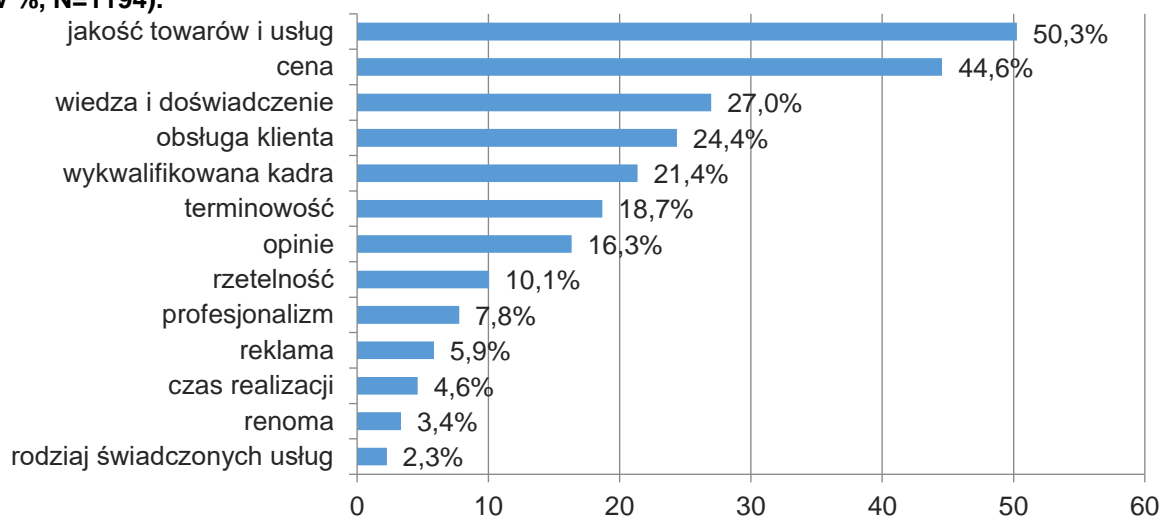
⁶⁹ Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości w sektorze MŚP, GUS, Warszawa 2018, s. 21

pracy, a także pomoc ze strony jednostek samorządu terytorialnego w pozyskiwaniu funduszy unijnych⁷⁰.

Podobne determinanty sukcesu możemy znaleźć w „Uwarunkowaniach rozwoju przedsiębiorstw z sektora małych i średnich przedsiębiorstw”, zgodnie z którymi za cenne wsparcie, które przyczynia się do sukcesu firm, można uznać instytucje otoczenia biznesu, jak Agencje Rozwoju Regionalnego i Lokalnego, które przekazują swoją wiedzę np. na temat możliwości uzyskania finansowania zewnętrznego oraz innych informacji potrzebnych do sprawnego zarządzania firmą. Przedsiębiorcy zgodnie twierdzą jednak, że konkurencyjność ich firm jest uwarunkowana przede wszystkim dbałością o stały rozwój oraz jakość oferowanych produktów i usług. Na poziomie otoczenia przedsiębiorstwa, na odnoszony sukces wpływa ponadto sytuacja makroekonomiczna państwa i regionu, wielkość popytu na produkty i usługi, a także poziom obciążeń fiskalnych⁷¹.

Do zidentyfikowania kluczowych czynników sukcesu MŚP w województwie wielkopolskim posłużyły wyniki badania ilościowego z przedsiębiorcami oraz wyniki badań jakościowych (wywiadów) z ekspertami. Udzielone w ramach badania ankiety odpowiedzi przedsiębiorców pozwoliły na wyodrębnienie 13 czynników, które zdaniem wszystkich respondentów stanowią przewagę konkurencyjne MŚP w regionie. Najczęściej wskazywaną przewagą konkurencyjną była jakość towarów i usług, choć nieznacznie rzadziej wskazywano cenę produktów i usług. Następne w kolejności odpowiedzi wiązały się z jakością kapitału ludzkiego i wskazywały na wiedzę i doświadczenie, obsługę klienta oraz wykwalifikowaną kadrę jako czynniki wpływające na uzyskanie przewagi konkurencyjnej przez MŚP w województwie wielkopolskim.

Wykres 21. Najważniejsze czynniki wpływające na uzyskanie przewagi konkurencyjnej w opinii wszystkich badanych przedsiębiorców, reprezentujących MŚP w województwie wielkopolskim (w %, N=1194).



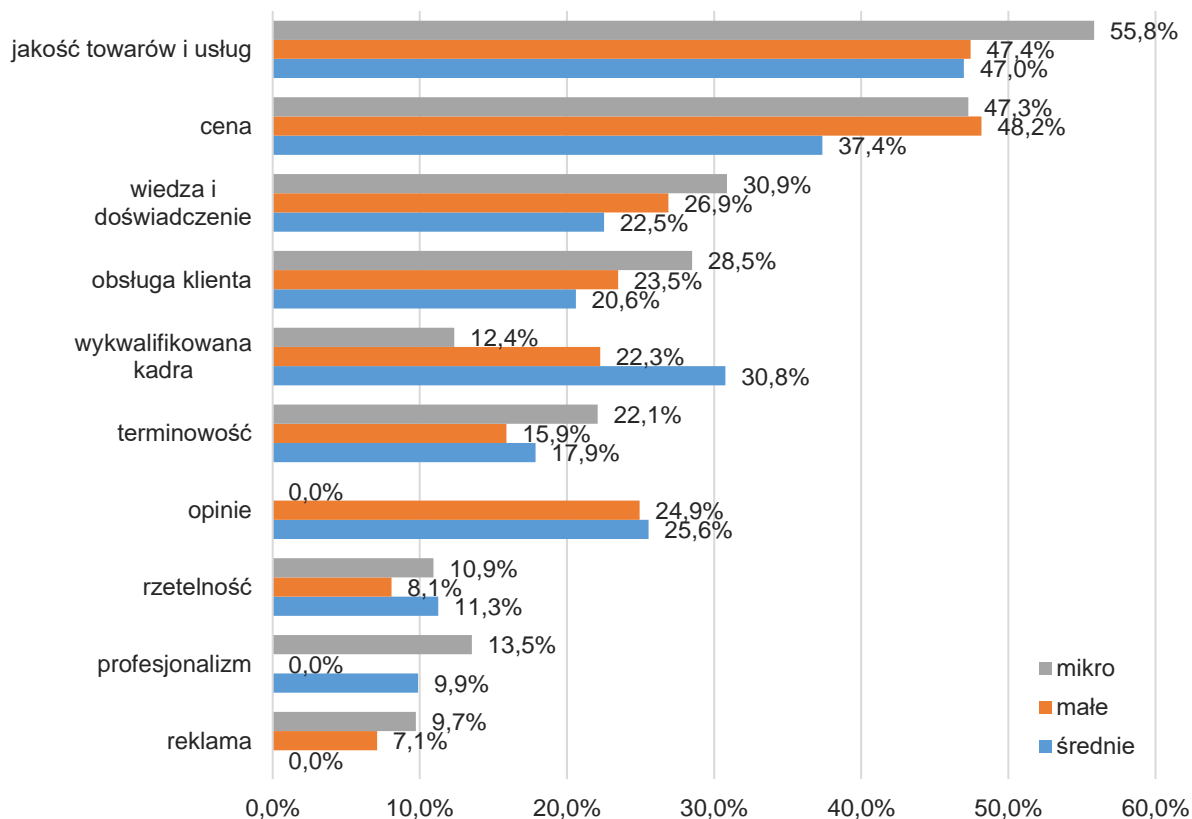
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Przedstawiciele MŚP w Wielkopolsce bez względu na wielkość firmy, na pierwszych dwóch miejscach wskazywali jakość towarów i usług oraz cenę. W odniesieniu do pozostałych czynników wpływających na uzyskanie przewagi konkurencyjnej mikro i małe przedsiębiorstwa wskazywały na wiedzę i doświadczenie, a średnie przedsiębiorstwa na wykwalifikowaną kadrę.

⁷⁰ Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości w sektorze MŚP, GUS, Warszawa 2018, s. 22

⁷¹ E. Niedzielski, Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorstw z sektora małych i średnich przedsiębiorstw, "Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu" 2015, tom XVIII, zeszyt 2, s. 191-195

Wykres 22. 10 najważniejszych czynników wpływających na uzyskanie przewagi konkurencyjnej w opinii mikro, małych i średnich przedsiębiorstw w województwie wielkopolskim (w %, mikro N=421, małe N=409, średnie N=364).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

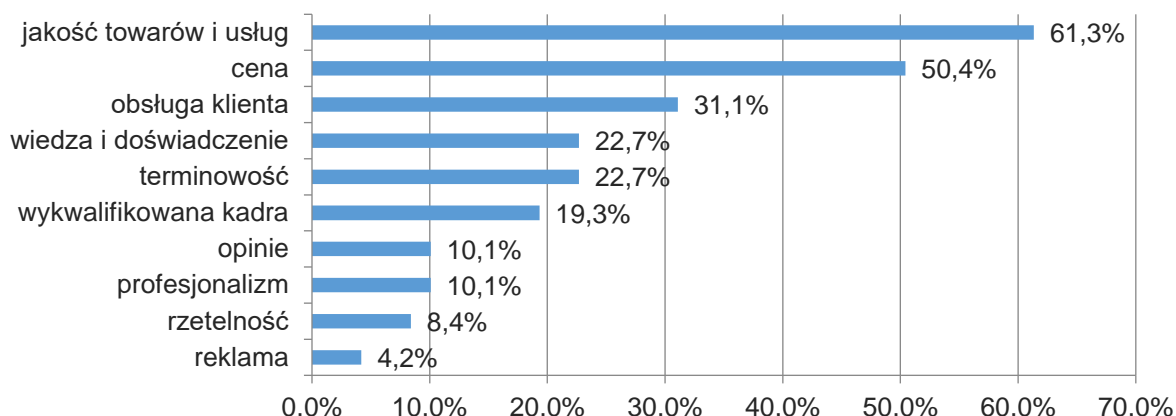
W odniesieniu do czynników, które stanowią przewagę konkurencyjną w poszczególnych branżach, należy wskazać, że jakość towarów i usług najczęściej stanowi przewagę konkurencyjną w branży przemysłowej, rolniczej i handlowej, z kolei cena została wymieniona jako przewaga konkurencyjna przez co drugiego przedstawiciela wszystkich branż, poza usługami. Wiedza i doświadczenie jako kluczowy czynnik przewagi konkurencyjnej najczęściej był wymieniany w branży rolniczej i usługowej, obsługa klienta w branży budowlanej i handlowej, z kolei wykwalfikowana kadra w branży usługowej.

Wykres 23. 10 najważniejszych czynników wpływających na uzyskanie przewagi konkurencyjnej w poszczególnych branżach (w %, budownictwo, N=119, handel, N=225, przemysł, N=248, rolnictwo, N=36, usługi, N=556).

Wyszczególnienie	Budownictwo	Handel	Przemysł	Rolnictwo	Usługi
Jakość towarów i usług	61,3%	50,7%	60,5%	55,6%	42,9%
Cena	50,4%	52,9%	50,0%	50,0%	37,3%
Wiedza i doświadczenie	22,7%	25,3%	23,8%	30,6%	29,7%
Obsługa klienta	31,1%	27,1%	17,7%	22,2%	24,9%
Wykwalfikowana kadra	19,3%	13,8%	16,9%	11,1%	27,4%
Terminowość	22,7%	18,2%	28,6%	16,7%	13,8%
Opinie	10,1%	12,4%	22,2%	19,4%	16,4%
Rzetelność	8,4%	11,6%	14,9%	5,6%	8,0%
Profesjonalizm	10,1%	5,8%	3,6%	16,7%	9,4%
Reklama	4,2%	8,9%	3,2%	2,8%	6,4%

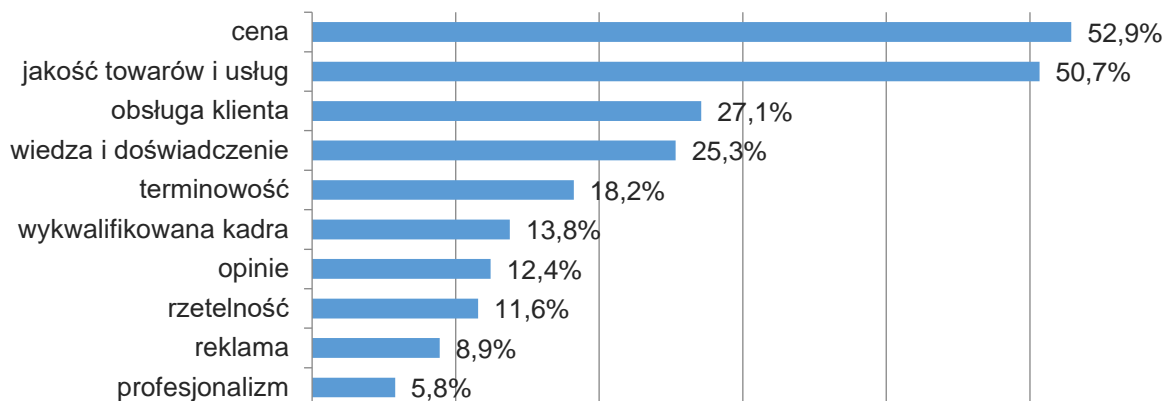
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Wykres 24. 10 najważniejszych czynników wpływających na uzyskanie przewagi konkurencyjnej w branży budowlanej (w %, N=119).



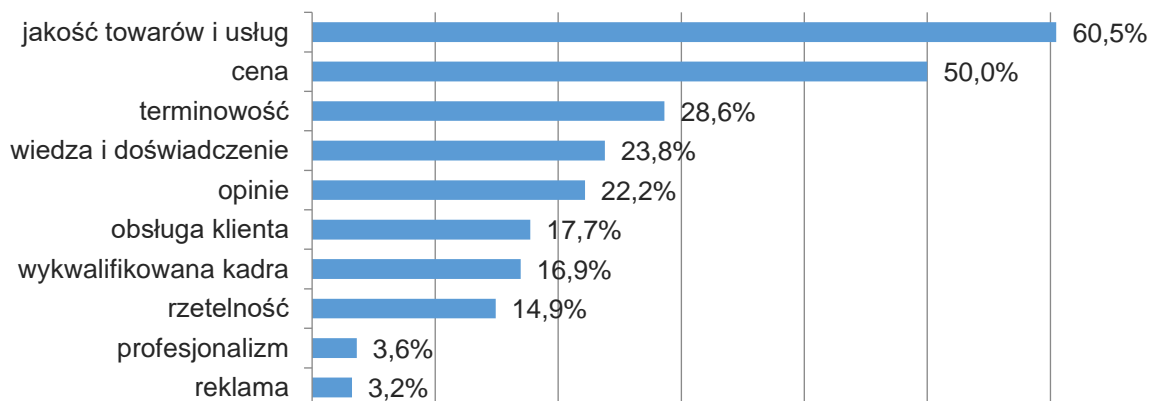
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Wykres 25. 10 najważniejszych czynników wpływających na uzyskanie przewagi konkurencyjnej w branży handlowej (w %, N=225).

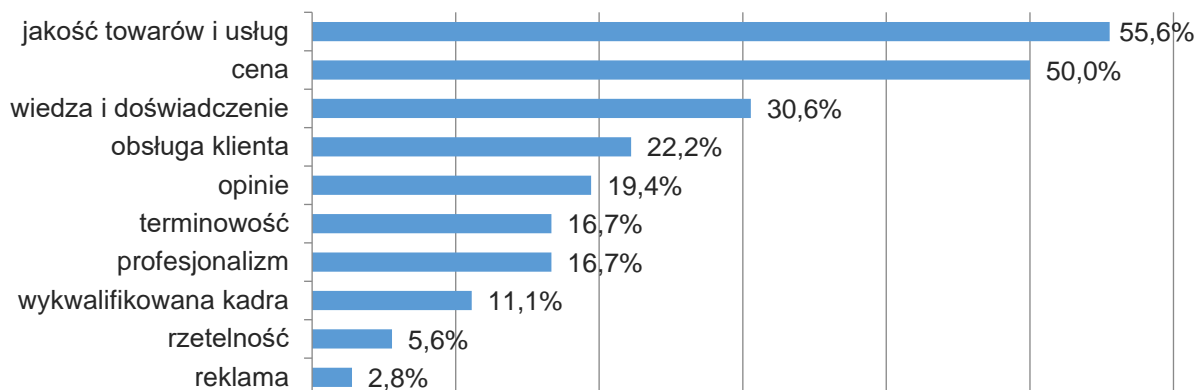


Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

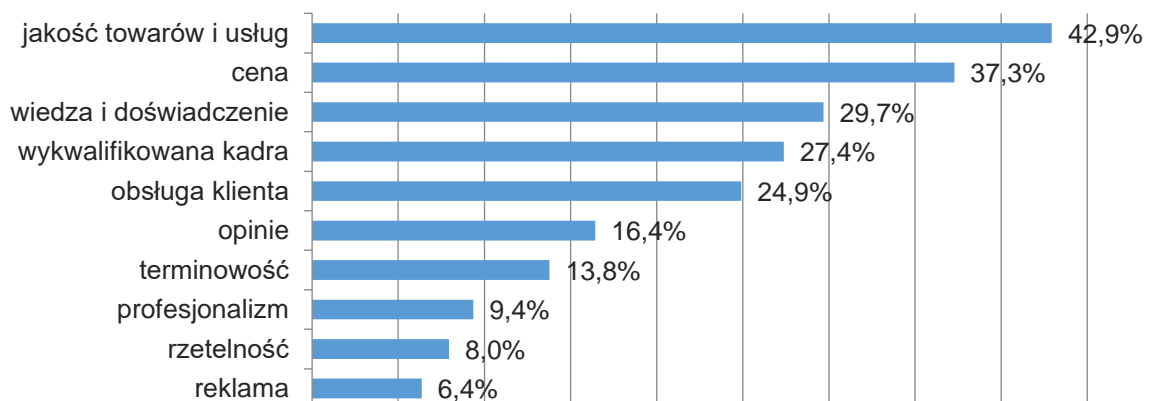
Wykres 26. 10 najważniejszych czynników wpływających na uzyskanie przewagi konkurencyjnej w branży przemysłowej (w %, N=248).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Wykres 27. 10 najważniejszych czynników wpływających na uzyskanie przewagi konkurencyjnej w branży rolniczej (w %, N=36).

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Wykres 28. 10 najważniejszych czynników wpływających na uzyskanie przewagi konkurencyjnej w branży usługowej (w %, N=566).

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Rozwój firmy w dużym stopniu zależy także od cech i umiejętności osób zatrudnionych i samego przedsiębiorcy. Postawie przedsiębiorczej sprzyja przede wszystkim gotowość do podejmowania ryzyka, rozumiana także jako determinacja, zdecydowanie i pewność siebie. Niewątpliwie elastyczność oraz umiejętność dostosowania się do zmian i bieżącej sytuacji, doświadczenie zawodowe, jak i innowacyjność może być kluczem do sukcesu w kolejnych latach. Wśród innych cech wpływających na rozwój przedsiębiorczości w regionie zaliczyć należy kreatywność, umiejętność wyszukiwania rozwiązań, zdolność analitycznego myślenia, zorientowanie na cel oraz sumienność.

„Cechy... to na pewno osoba, która podejmuje ryzyko. Osoba, która jest zdecydowana na cele”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu

„Ani wiek, ani płeć nie ma znaczenia, stan cywilny również. Główna cecha to jest to, że ktoś jest odważny, lubi ryzykować, jest elastyczny w swoich decyzjach”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu

„Jednym z najistotniejszych elementów jest determinacja, wewnętrzne przekonanie, że można, że potrafię, że jestem w stanie to zrobić. Jeżeli ktoś posiada taką cechę to nawet brak kapitału, właściwego wykształcenia czy inne przeszkody sprawiają, że on jest gotów je pokonywać. (...) Te

zdecydowanie, determinacja i wiara w to, że się uda, jest jednym z podstawowych kryteriów, które sprawiają, że jeżeli nawet brakuje nam innych zasobów to jesteśmy gotowi podjąć się ryzyka”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu

Wyniki przedstawionych powyżej badań ilościowych, a także analiza badań jakościowych, które służyły pogłębieniu problematyki kluczowych czynników sukcesu pozwoliły na wskazanie kierunków zmian w przedsiębiorstwach MŚP w województwie wielkopolskim, które pozwolą na zwiększenie konkurencyjności:

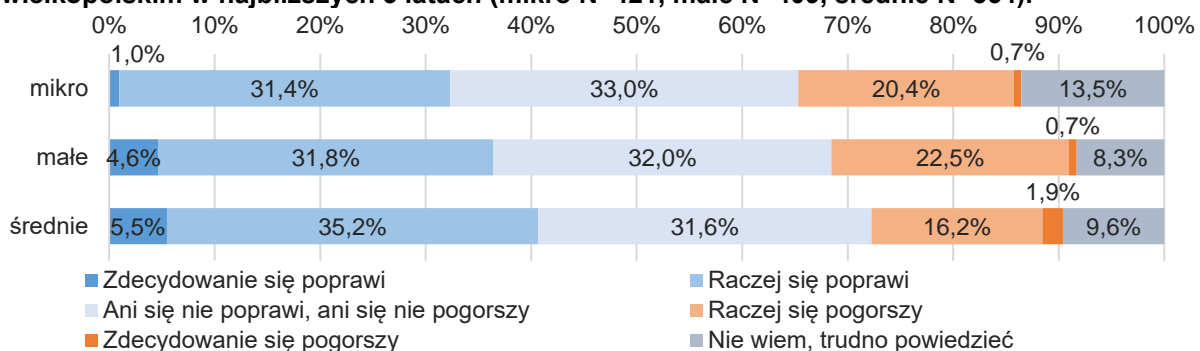
- Zwiększanie jakości towarów i usług musi być powiązane z wprowadzaniem działań innowacyjnych. Innowacyjność prowadzi bowiem do zwiększenia konkurencyjności (pozyskiwanie nowych rynków, również pozaeuropejskich) i zmniejszania kosztów (w wyniku innowacji technologicznych, procesowych). Przedsiębiorcy powinni poszukiwać nowych rozwiązań, rynków, procesów. Unikatowa oferta wysokiej jakości produktów pozwala na zbudowanie mocnej i rozpoznawalnej marki przedsiębiorstwa, która z kolei pozwala konkurować z najsilniejszymi podmiotami. Ważna jest również umiejętność dostosowywania oferty do mocno zindywidualizowanych potrzeb odbiorców.
- Ciągłe udoskonalanie polityki cenowej, która polega nie tylko na zaproponowaniu korzystnej relacji ceny do jakości, ale również na obsłudze przed i posprzedażowej oraz proponowaniu elastycznych/wydłużonych warunków płatności (szczególnie w budownictwie i handlu), a także wydłużonych okresów gwarancji produktów, rozbudowanych i atrakcyjnych systemów promocji i sprzedaży produktów i usług (handel, usługi)
- Udoskonalenie polityki kadrowej. Za sukcesem MŚP stoją przede wszystkim ludzie. Niezwykle istotne jest posiadanie cech nowoczesnego menadżera przez osoby kierujące MŚP (zorientowanie na relacje z zespołem, kreatywność, umiejętność podejmowania ryzyka, zdolność do pracy w warunkach stresowych, wysokie kwalifikacje). W przypadku kadr przedsiębiorcy równie mocno jak o podnoszenie kwalifikacji pracowników muszą dbać o wytworzenie pozytywnych relacji, które będą owocować lojalnością pracowników i zaangażowaniem w sukces firmy.
- Udoskonalenie kontaktów z klientami, które mogą przebiegać w atrakcyjny sposób – zwiększenie udziału technologii cyfrowych i mediów społecznościowych. W przypadku MŚP kluczowym czynnikiem sukcesu jest utrzymywanie i podtrzymywanie bliskich, serdecznych więzi z klientem.
- Działania w kierunku kreowania pozytywnego wizerunku firmy. W przypadku MŚP jest to niezwykle istotny czynnik sukcesu, ponieważ klientami tychże podmiotów są często osoby zadowolone i z polecenia.
- Elastyczność MŚP, w przypadku zmieniającej się sytuacji gospodarczej, zmienności popytu, zapotrzebowania na różnego typu produktu i usługi, śledzenie aktualnych trendów przez firmy i umiejętność elastycznego przystosowania się do zachodzących zmian może okazać się czynnikiem sukcesu wielu firm, a czasami również decydować o utrzymaniu się podmiotu na rynku.

Prognoza rozwoju sektora MŚP w województwie wielkopolskim

Prezentacja prognoz rozwoju sektora MŚP w województwie wielkopolskim przygotowana została w oparciu o różne metody badawcze. We wstępie przedstawiono opinie respondentów w tej kwestii, natomiast w dalszej części rozdziału przedstawiono prognozy 3 i 5-letnie.

Z badania ilościowego wynika, iż w najbliższych 3 latach sytuacja przedsiębiorstw z sektora MŚP w województwie wielkopolskim poprawi się bądź pozostanie niezmienną. Najczęściej to średni przedsiębiorcy przewidują poprawę sytuacji podmiotów swojej klasy wielkości. Nie bez znaczenia dla tej prognozy jest fakt, iż średnie podmioty najlepiej oceniają swoją sytuację ekonomiczną obecnie oraz jak wspomniano wcześniej najrzadziej także obawiają się ewentualnych skutków przestoju gospodarczego w przyszłości.

Wykres 29. Proszę ocenić jak będzie wyglądała sytuacja mikro/małych/średnich przedsiębiorstw (pytanie dostosowane do odpowiedniej grupy) w Państwa branży w województwie wielkopolskim w najbliższych 3 latach (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Optymistycznie w przyszłość patrzy ponad 36% przedstawicieli małych firm, w tej grupie jednak największy był udział przedsiębiorców obawiających się ewentualnego pogorszenia sytuacji w najbliższych latach.

Najmniejszy udział respondentów spodziewających się poprawy sytuacji wystąpił w przypadku mikroprzedsiębiorców, co trzeci z nich nie przewiduje zmian na przestrzeni najbliższych 3 lat, a co piąty obawia się pogorszenia sytuacji. Wśród przedstawicieli tej grupy największy był udział osób nie potrafiących wskazać, w jakim kierunku będzie zmierzać najbliższa przyszłość.

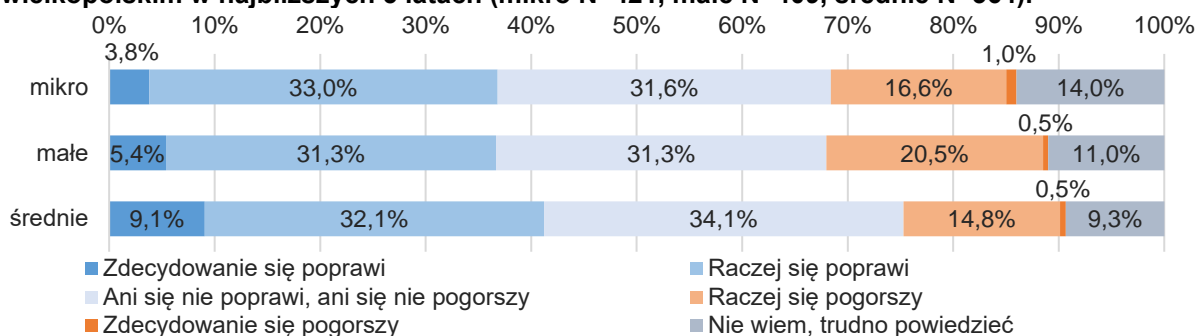
W przypadku wszystkich grup badanych można zaobserwować pewne zróżnicowanie ze względu na branżę i podregion. Przedstawiciele mikroprzedsiębiorstw prowadzących działalność związaną z rolnictwem relatywnie najczęściej deklarowali, że ich sytuacja w województwie wielkopolskim zdecydowanie lub raczej się poprawi. Również w przypadku małych firm działających w obszarze handlu oraz średnich firm przemysłowych i usługowych odnotowano znaczny odsetek respondentów, którzy przewidują poprawę sytuacji podmiotów swojej klasy i branży. Mikroprzedsiębiorstwa przemysłowe, a także małe i średnie firmy budowlane relatywnie często przewidują dla podmiotów swojego typu pogorszenie sytuacji. Analizując wyniki pod względem terytorium, dostrzega się, iż przedsiębiorcy z podregionu kaliskiego oraz pilskiego pozytywniej od pozostałych oceniają przyszłą sytuację małych przedsiębiorstw. Z kolei przedsiębiorcy z Poznania częściej oceniają pesymistycznie sytuację małych przedsiębiorstw w branży w województwie wielkopolskich w najbliższych 3 latach.⁷²

Wyniki badania wskazują ponadto, iż w najbliższych 5 latach sytuacja przedsiębiorstw z sektora MŚP także poprawi się bądź pozostanie niezmienną. Stanowi to tym samym potwierdzenie deklaracji odnoszących się do prognozy sytuacji podmiotów z sektora MŚP na nadchodzące 3 lata.

Ponownie najbardziej optymistyczne deklaracje co do 5-letniej perspektywy odnotowano w przypadku średnich przedsiębiorców – zdaniem ponad 40% ankietowanych w tej grupie sytuacja średnich firm ulegnie poprawie. W przypadku firm małych opinie rozkładały się podobnie jak w przypadku prognozy 3-letniej, w przypadku najmniejszych podmiotów zaobserwowano nieco większy optymizm – większy udział przedsiębiorców w perspektywie 5 lat spodziewa się poprawy sytuacji, mniej natomiast przewiduje jej pogorszenie.

⁷² Dane zaprezentowano w aneksie

Wykres 30. Proszę ocenić jak będzie wyglądała sytuacja mikro/małych/średnich przedsiębiorstw (pytanie dostosowane do odpowiedniej grupy) w Państwa branży w województwie wielkopolskim w najbliższych 5 latach (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364).



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Także tutaj wystąpiło pewne zróżnicowanie ze względu na branżę oraz podregion. Mikroprzedsiębiorstwa rolnicze relatywnie najczęściej prognozują poprawę swojej sytuacji w województwie wielkopolskim w najbliższych pięciu latach. Pozytywne prognozy na ten okres czasu deklarowali również często przedstawiciele małych podmiotów działających w obszarze handlu, jak i średnie przedsiębiorstwa przemysłowe i usługowe. Dostrzega się zatem, iż są to podmioty z grup, które równie pozytywnie postrzegają swoją sytuację w najbliższych trzech latach. W perspektywie najbliższych 5 lat przedstawiciele MŚP z podregionu kaliskiego oraz pilskiego lepiej oceniali sytuację małych przedsiębiorstw w województwie wielkopolski niż respondenci z innych regionów.

Tabela 16. Proszę ocenić jak będzie wyglądała sytuacja mikro/małych/średnich przedsiębiorstw (pytanie dostosowane do odpowiedniej grupy) w Państwa branży w województwie wielkopolskim w najbliższych 5 latach (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364) – wg branż oraz podregionów

Wyszczególnienie	Branża					Podregion						
	Budownictwo	Handel	Przemysł	Rolnictwo	Usługi	Poznań	kaliski	koniński	leszczyński	pilski	poznański	
mikro	Zdecydowanie lub raczej się poprawi	34,4%	37,5%	21,4%	54,5%	39,4%	40,7%	43,9%	32,8%	32,2%	34,3%	33,3%
	Zdecydowanie lub raczej się pogorszy	14,8%	17,3%	26,2%	18,2%	16,7%	17,7%	24,2%	13,1%	20,3%	22,9%	11,5%
małe	Zdecydowanie lub raczej się poprawi	35,0%	46,2%	34,8%	41,7%	33,7%	39,8%	33,8%	25,0%	37,7%	32,5%	44,4%
	Zdecydowanie lub raczej się pogorszy	37,5%	20,5%	14,6%	33,3%	20,0%	21,4%	24,6%	28,6%	15,9%	20,0%	17,3%
średnie	Zdecydowanie lub raczej się poprawi	27,8%	32,6%	43,6%	30,8%	43,9%	31,6%	49,3%	48,1%	41,4%	54,5%	33,3%
	Zdecydowanie lub raczej się pogorszy	33,3%	11,6%	15,4%	15,4%	14,5%	20,3%	17,9%	15,4%	13,8%	3,0%	14,7%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Prognoza 5-letnia

Szacowane zapotrzebowanie na kadre

Na podstawie ofert pracy zamieszczonych w Internecie i Centralnej Bazie Ofert Pracy szacuje się, że w najbliższych latach przedsiębiorcy na wielkopolskim rynku pracy będą zgłaszać najczęściej zapotrzebowanie na pracowników wykonujących prace proste (łącznie 29 224 ofert) i robotników wykonujących prace proste w przemyśle (łącznie 27 661 ofert), sprzedawców sklepowych (łącznie 23 592 ofert), magazynierów (20 731 ofert), kierowców samochodów osobowych i dostawczych (łącznie 19 295 ofert), pracowników obsługi biurowej (łącznie 18 559 ofert), natomiast w administracji rządowej szacuje się duży napływ ofert pracy dla policjantów (łącznie 19 560 ofert).

Tabela 17. Prognozowane zapotrzebowanie na kadre w latach 2020 - 2025⁷³

Kod	Elementarne grupy zawodów	2020		2021		2022		2023		2024		2025	
		I poł.	II poł.	I poł.	II poł.	I poł.	II poł.	I poł.	II poł.	I poł.	II poł.	I poł.	II poł.
1219	Kierownicy do spraw obsługi biznesu i zarządzania gdzie indziej niesklasyfikowani	424	554	434	516	436	487	433	465	428	422	421	415
1221	Kierownicy do spraw marketingu i sprzedaży	638	623	610	599	587	576	566	556	546	537	528	520
1321	Kierownicy do spraw produkcji przemysłowej	262	257	251	246	241	237	233	228	225	221	218	214
1346	Kierownicy w instytucjach finansowych i ubezpieczeniowych	880	862	845	828	813	798	783	769	756	743	731	719
1420	Kierownicy w handlu detalicznym i hurtowym	303	296	290	284	279	274	269	264	260	255	251	247
2423	Specjaliści do spraw zarządzania zasobami ludzkimi	395	631	623	616	609	602	595	589	583	577	572	567
2431	Specjaliści do spraw reklamy i marketingu	396	483	475	468	461	454	447	442	436	430	424	418
2433	Specjaliści do spraw sprzedaży (z wyłączeniem technologii informacyjno-komunikacyjnych)	1312	1411	1386	1340	1315	1293	1271	1251	1231	1211	1193	1176
2514	Programiści aplikacji	567	527	516	505	495	486	476	468	459	451	443	435
2619	Specjaliści z dziedziny prawa gdzie indziej niesklasyfikowani	864	502	485	469	454	439	425	411	398	386	373	362
3139	Kontrolerzy (sterowniczy) procesów przemysłowych gdzie indziej niesklasyfikowani	602	589	577	566	555	545	535	526	517	507	499	492
3313	Księgowi	865	870	853	837	822	807	793	780	766	754	742	730
3321	Agenci ubezpieczeniowi	2098	1281	1241	1201	1164	1129	1094	1061	1029	998	969	942
3322	Przedstawiciele handlowi	1083	1193	1159	1139	1120	1101	1083	1066	1049	1034	1019	1004
3355	Policjanci	663	843	1023	1204	1386	1568	1751	1934	2117	2108	2486	2477
4110	Pracownicy obsługi biurowej	1367	1680	1654	1629	1604	1580	1559	1537	1516	1496	1478	1459
4222	Pracownicy centrów obsługi telefonicznej (pracownicy call center)	159	243	240	237	235	232	229	227	225	223	219	217
4226	Recepcjoniści (z wyłączeniem hotelowych)	246	227	222	218	214	209	205	201	197	194	191	188
4311	Pracownicy do spraw rachunkowości i księgowości	235	317	313	308	305	300	296	293	289	286	282	279
4321	Magazynierzy i pokrewni	1682	1876	1843	1812	1783	1754	1726	1700	1674	1650	1627	1604
5153	Gospodarze budynków	1045	689	846	510	646	436	450	403	387	372	357	343
5221	Właściciele sklepów	582	571	560	549	538	528	519	510	501	492	484	477
5223	Sprzedawcy sklepowi (ekspedienci)	1837	2136	2100	2066	2033	2002	1971	1943	1915	1888	1863	1838
5230	Kasjerzy i sprzedawcy biletów	443	764	755	747	739	731	724	717	710	704	698	692
5249	Pracownicy sprzedaży i pokrewni gdzie indziej niesklasyfikowani	897	1217	1201	1184	1168	1152	1138	1123	1109	1097	1085	1072
6113	Ogrodnicy	566	511	500	489	479	470	460	451	443	435	427	419

⁷³ W tabeli zaprezentowano jedynie po 5 zawodów z każdej grupy z największym prognozowanym zapotrzebowaniem.

Opis wyników badania

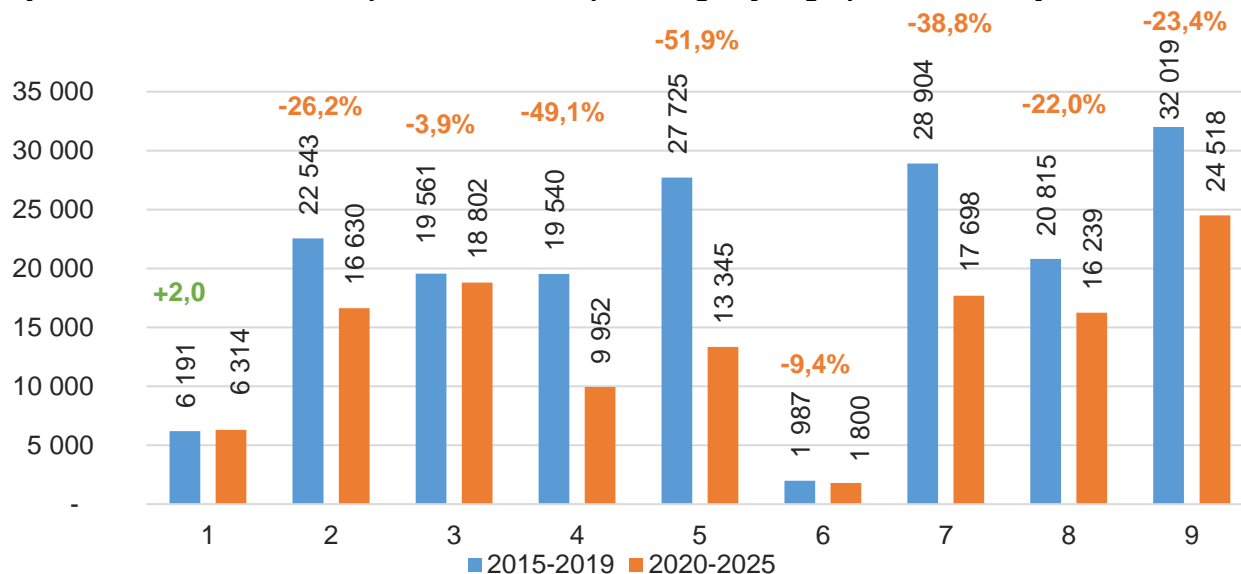
Kod	Elementarne grupy zawodów	2020		2021		2022		2023		2024		2025	
		I poł.	II poł.	I poł.	II poł.	I poł.	II poł.	I poł.	II poł.	I poł.	II poł.	I poł.	II poł.
6121	Hodowcy zwierząt gospodarskich i domowych	158	161	158	155	152	149	147	144	142	140	137	135
6122	Hodowcy drobiu	58	44	43	42	41	40	39	38	37	36	35	35
6210	Robotnicy leśni i pokrewni	48	38	44	38	41	37	38	36	37	36	35	34
6340	Rybacy i zbieracze pracujący na własne potrzeby	251	184	179	174	170	166	162	158	154	150	147	143
7112	Murarze i pokrewni	647	642	630	618	606	595	585	575	565	555	546	538
7126	Hydraulicy i monterzy rurociągów	450	486	478	469	461	453	446	439	432	426	420	414
7223	Ustawiacze i operatorzy obrabiarek do metali i pokrewni	450	700	691	682	674	666	660	652	645	639	633	627
7511	Masarze, robotnicy w przetwórstwie ryb i pokrewni	1625	1336	1305	1275	1246	1218	1191	1166	1141	1118	1095	1073
7522	Stolarze meblowi i pokrewni	617	621	610	598	588	577	566	557	548	539	530	521
8142	Operatorzy maszyn do produkcji wyrobów z tworzyw sztucznych	657	679	666	653	642	631	620	610	599	590	582	572
8160	Operatorzy maszyn i urządzeń do produkcji wyrobów spożywczych i pokrewni	1210	1005	981	959	938	917	897	877	860	842	825	809
8322	Kierowcy samochodów osobowych i dostawczych	1539	1551	1562	1574	1587	1601	1616	1633	1650	1628	1687	1667
8332	Kierowcy samochodów ciężarowych	357	523	516	510	503	498	492	486	480	476	470	465
8344	Kierowcy operatorzy wózków jezdniowych	773	908	893	879	865	852	839	826	815	804	793	783
9112	Pomoce i sprzątaczk biurowe, hotelowe i pokrewnie	1333	1324	1298	1273	1249	1227	1205	1184	1164	1144	1126	1108
9129	Pozostali pracownicy zajmujący się sprzątniem	1215	1247	1281	1315	1351	1387	1424	1462	1501	1484	1581	1565
9313	Robotnicy wykonujący prace proste w budownictwie ogólnym	947	930	911	893	877	861	845	829	815	802	789	776
9329	Robotnicy wykonujący prace proste w przemyśle gdzie indziej niesklasyfikowani	2618	2502	2451	2402	2356	2311	2268	2226	2187	2149	2113	2078
9629	Pracownicy wykonujący prace proste gdzie indziej niesklasyfikowani	2795	2692	2612	2544	2486	2433	2384	2338	2295	2254	2214	2177

Źródło: Opracowanie własne na podstawie prognozy metodą średniej ważonej z prognoz z modelu ARIMA

Porównując średnią liczbę ofert pracy w poszczególnych grupach zawodowych z przeszłości do prognozowanej sytuacji na rynku pracy, dostrzega się przyrost zapotrzebowania tylko na pracowników z grupy przedstawicieli władz publicznych, wyższych urzędników i kierowników. O połowę zmniejszy się zapotrzebowanie na pracowników usług i sprzedawców oraz pracowników biurowych. Zapotrzebowanie nadal największe pozostanie na pracowników wykonujących prace proste natomiast na drugim miejscu znajdą się oferty dla zawodów z grupy techników i innego średniego personelu.

Jak wynika z prognozy do 2025 r. przedsiębiorcy w najbliższych latach będą zgłaszać mniejsze zapotrzebowanie na pracowników o ok. 30%.

Wykres 31. Średnioroczne zapotrzebowania w poszczególnych grupach zawodowych



Źródło: Opracowanie własne na podstawie prognozy metodą średniej ważonej z prognoz z modelu ARIMA
 1 - Przedstawiciele władz publicznych, wyżsi urzędnicy i kierownicy, 2 – Specjaliści, 3 - Technicy i inny średni personel, 4 - Pracownicy biurowi, 5 - Pracownicy usług i sprzedawcy, 6 - Rolnicy, ogrodnicy, leśnicy i rybacy, 7 - Robotnicy przemysłowi i rzemieślnicy, 8 - Operatorzy i monterzy maszyn i urządzeń, 9 - Pracownicy wykonujący prace proste

Dokonana prognoza zatrudniania znajduje potwierdzenie wśród przedstawicieli przedsiębiorstwa MŚP. Pracodawcy przyznali w wywiadach, że obecnie w czasach pandemii kwestie zatrudnienia są pod wielkim znakiem zapytania. Co więcej perspektywa kontynuacji przywracania wymiaru etatów i powrót płac do poziomów względem stanu sprzed pandemii są niepewne.

„Ambitnym planem jest nie zwolnić żadnego pracownika”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem przedsiębiorstw z sektora MŚP

Skutki pandemii podkreślali także przedstawiciele podmiotów wspierających rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa oraz powiatu. Według nich w nadchodzących latach zdobycie pracy stanie się trudniejsze, ponieważ wielkopolskie firmy nie będą potrzebowały tylu pracowników. Ponadto wizja spowolnienia gospodarczego oraz wyższe koszty pracy mocno wpłyną na politykę kadrową pracodawców.

„Będziemy walczyć z tym kryzysem. Myślę że te 3 lata to lekko nam to zajmie żeby pozamiatać po koronawirusie, będzie trzeba budować nowe relacje, skutki pandemii będziemy odczuwać również w relacjach międzyludzkich, co jest ważne dla rozwoju przedsiębiorstw. Ja nie przewiduję że przez te 3 lata będzie jakiś wynik gospodarczy, raczej będziemy wychodzić i likwidować powoli skutki tego kryzysu, który spowodował koronawirus, to jest perspektywa 3 lat.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

„Będzie przestój, niestety. Kolejny rok to kolejny przestój, ponieważ wiemy, że w kolejnej perspektywie, chociażby wynegocjowane fundusze europejskie nie będą uruchomione w 2021 roku. Czyli w 2022 mamy dopiero składanie aplikacji, kontraktowanie środków. 3 lata to jest bardzo przestojowy, wyhamowany okres rozwoju firm, zdecydowanie”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

Z drugiej strony niektórzy dopatrują się gwałtownego przyspieszenia i intensyfikacji transformacji cyfrowej, która mocno zmienia rynek pracy i redefiniuje rolę człowieka w różnych procesach. Istotne jest aby przedsiębiorcy dostrzegli wzmocnienie znaczenia wzrostu automatyzacji. Firmy powinny postawić w najbliższym czasie na rozwój szeroko dostępnego systemu edukacji ustawicznej, w ramach, którego

będzie możliwy rozwój i dostosowanie kompetencji pracowników do potrzeb cyfryzacji zachodzącej w gospodarce.

„Myślę, że po roku funkcjonowania w tej sferze zdalnej, spowoduje to, że bardzo mocno biznes będzie przechodził w sferę IT, ze względu na sytuację, w której się wszyscy znaleźliśmy. Obecnie większość przedsiębiorców przeniosło część biznesu stacjonarnego w sferę wirtualną, więc to na pewno najbliższy kierunek rozwoju, aby przedsiębiorcy wykorzystali technologię ICT po to żeby funkcjonować na rynku, bo takie będą wyzwania w najbliższym czasie”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu

„Różne tempo rozwoju różnych firm, partie, które zajmują się na przykład produkcją szczególnie nastawione na rynek krajowy, będą pewnie rozwijały się wolniej, ponieważ tracą rynek zbytu i mają pewne problemy z utrzymaniem stanu posiadania, z kolei firmy świadczące wyspecjalizowane usługi, będą się rozwijały jeszcze szybciej bo mają ku temu dobre warunki czy na rynku krajowym czy na rynku zagranicznym. Będzie zróżnicowana dynamika rozwoju przez najbliższe lata, ale też ta dynamika rozwoju będzie uzależniona od chłonności rynku nie tylko krajowego ale także Europejskiego, dostępności środków pewnie też z funduszy europejskich, które będą dostępne na dedykowane działania.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

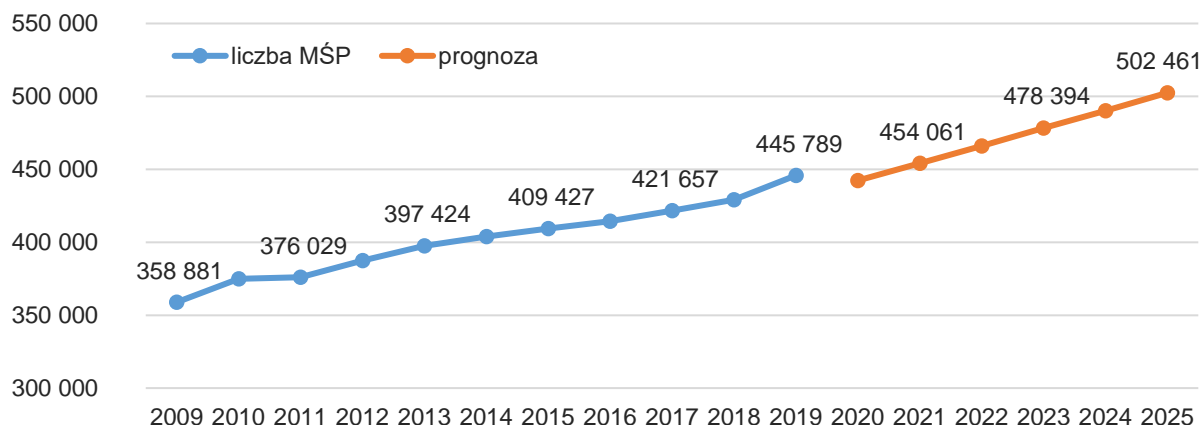
„Jesteśmy naprawdę w sytuacji niepewnej i jest to sytuacja ciężka dla przedsiębiorców. Oczywiście nie dla wszystkich, bo niektórzy przedsiębiorcy skorzystali na tej pandemii, ale większość ma wiele problemów i cały czas ta sytuacja jest niepewna”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu

Prognoza w zakresie zmian liczby podmiotów MŚP, udziału w ogóle przedsiębiorstw

W województwie wielkopolskim obserwuje się rosnący trend liczby podmiotów sektora MŚP. Dynamika zmian w latach 2009-2019 wynosiła 24,2% - 358 881 podmiotów w 2009 r. i 445 789 podmiotów w 2019 r., z kolei do 2025 r. szacuje się przyrost o kolejne 15,8 p.p. - wzrost do 502 461 w 2025 r. Szacuje się, że do 2025 r. nastąpi spadek liczby dużych przedsiębiorstw o 5,4% w stosunku do 2019 r. Mimo to udziału MŚP w ogóle przedsiębiorstw pozostanie na tym samym poziomie tj. 99,9%.

Wykres 32. Zmiana liczby podmiotów sektora MŚP



Źródło: Opracowanie własne na podstawie prognozy metodą średniej ważonej z prognoz z modelu ARIMA

Na podstawie przygotowanej prognozy do 2025 r. szacuje się wzrost liczby mikroprzedsiębiorstw o 13,2% w stosunku do 2019 r. W tym czasie największy przyrost zanotują podregiony: poznański (16,1%), koniński (12,6%) oraz kaliski (12,5%). Nie przewiduje się znaczących zmian w przypadku liczby małych oraz średnich firm w województwie wielkopolskim. Na koniec 2025 r. w podregionie pilińskim nastąpi spadek liczby małych podmiotów o 4,4% w stosunku do 2019 r., w podregionie leszczyńskim

funkcjonować będzie mniej firm średniej wielkości o 4,9%, a podregion koniński natomiast odnotuje przyrost średnich przedsiębiorstw o 2,5%.

Tabela 18. Prognoza w zakresie zmian liczby podmiotów MŚP w poszczególnych podregionach na lata 2020-2025

Wyszczególnienie		2020	2021	2022	2023	2024	2025	zmiana 2019/2025
Mikro	Województwo wielkopolskie	425 305	436 895	448 710	460 936	472 698	484 887	13,2%
	Podregion kaliski	65 971	67 701	69 480	71 313	73 085	74 914	12,5%
	Podregion koniński	62 875	64 528	66 230	67 977	69 670	71 415	12,6%
	Podregion leszczyński	59 222	60 681	62 193	63 749	65 252	66 806	11,9%
	Podregion pilski	35 960	36 922	37 812	38 811	39 710	40 697	12,1%
	Podregion poznański	90 984	93 864	96 811	99 834	102 759	105 769	16,1%
	Podregion m. Poznań	110 293	113 199	116 184	119 252	122 222	125 286	12,8%
Małe	Województwo wielkopolskie	14 257	14 391	14 522	14 649	14 709	14 761	0,0%
	Podregion kaliski	2 254	2 277	2 300	2 324	2 338	2 349	0,8%
	Podregion koniński	1 946	1 965	1 983	2 000	2 008	2 014	0,4%
	Podregion leszczyński	2 357	2 380	2 402	2 422	2 433	2 441	-0,1%
	Podregion pilski	1 364	1 368	1 370	1 372	1 368	1 363	-4,4%
	Podregion poznański	2 879	2 907	2 936	2 963	2 976	2 989	0,5%
	Podregion m. Poznań	3 457	3 494	3 531	3 568	3 586	3 605	0,8%
Średnie	Województwo wielkopolskie	2 753	2 775	2 754	2 809	2 813	2 813	-0,2%
	Podregion kaliski	493	496	500	503	504	503	-0,2%
	Podregion koniński	390	395	400	404	406	408	2,5%
	Podregion leszczyński	435	433	394	431	428	425	-4,9%
	Podregion pilski	254	258	259	261	261	260	0,4%
	Podregion poznański	556	562	565	568	569	570	0,0%
	Podregion m. Poznań	625	631	636	642	645	647	1,1%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie prognozy metodą średniej ważonej z prognoz z modelu ARIMA

Na podstawie liczby nowopowstałych oraz wyrejestrowanych podmiotów gospodarki narodowej w województwie wielkopolskim w latach 2010 – 2019 opracowano prognozę do 2025 r. W następnych latach szacuje się średniorocznie 35 819 nowo zarejestrowanych przedsiębiorstw i 23 358 wyrejestrowanych. Ponadto szacuje się ponad dwukrotnie wyższą liczbę nowo zarejestrowanych mikroprzedsiębiorstw od wyrejestrowanych. Z kolei średnie firmy będą częściej zamykane niż otwierane nowe.⁷⁴

Prognoza 3-letnia

SCENARIUSZ PESYMISTYCZNY

W perspektywie trzech lat wielkopolskie przedsiębiorstwa z sektora MŚP zmniejszają swoją konkurencyjną pozycję rynkową wobec pogłębiającego się spowolnienia gospodarczego

W tym scenariuszu należy oczekiwać w najbliższych 3-latach spowolnienia (kryzysu) rozwoju sektora MŚP wywołanego zachodzącymi zmianami społecznym (w tym demograficznymi) i gospodarczymi wywołanymi pandemią, objawiającym się m.in. wyraźnym wzrostem ludności biernej zawodowo, spadkiem wojewódzkiego PKB i dochodu narodowego per capita. W tym scenariuszu sektor MŚP wyhamowuje działania prorozwojowe. Następuje zmniejszenie jego obrotów, wzrasta zaś zadłużenie. Wzrastają koszty prowadzenia działalności, m.in. w związku ze zmianami w systemie podatkowym, wzrostem kosztów pracy.

W efekcie zachodzących w województwie wielkopolskim zmian w strukturze populacji dodatkowo pogłębia się na rynku pracy rozwarstwienie strumieni popytu na pracę i podaży pracy. Jest to rozwarstwienie w dwóch przekrojach: terytorialnym i sektorowym. W efekcie zachodzących niekorzystnych zmian w perspektywie trzech lat nadal trwałym jest wzrost populacji biernych zawodowo

⁷⁴ Dane zaprezentowano w aneksie

przy jednoczesnym zauważalnym spadku populacji ludności w rocznikach charakteryzujących się młodością demograficzną oraz najwyższą aktywnością i mobilnością zawodową. Rynki pracy w otoczeniu sektora MŚP powolnie zmniejszą popyt na pracę, w coraz bardziej odczuwalny sposób obserwuje się spadek prostej zastępowalności kadr kwalifikowanych. Kluczowym źródłem utrwalającym w perspektywie krótkoterminowej niekorzystne dla sektora MŚP w województwie wielkopolskim zmiany oddziaływające bezpośrednio na wojewódzki rynek pracy są – wspomniany już wcześniej – spadek prostej zastępowalności kadr kwalifikowanych w wieku najwyższej aktywności zawodowej przez systematycznie malejącą liczbowo populację ludzi najmłodszych. Jednocześnie w okresie kryzysu gospodarczego młodzi będą mieli trudność w wejściu na rynek pracy, często będą musieli dokonywać zmiany zatrudnienia, a oferowane im warunki pracy nie będą satysfakcjonujące. Absolwenci szkół i studiów będą mieli deficyty w wiedzy i umiejętnościach, spowodowane trudnościami systemu edukacji w zakresie praktycznej nauki zawodu. Wzrastać będzie średni wiek pracowników w kolejnych grupach zawodowych. Pożądane staną się kompetencje cyfrowe na różnych stanowiskach. Ograniczeniu ulegnie migracja pracowników z zagranicy (spadek w atrakcyjności wielkopolskiego rynku pracy, wzrost niechęci do migrantów, problemy z ruchem ludności), co pogłębi problemy w zatrudnieniu. Dodatkowo należy podkreślić, że pośrednio wskazane zmiany i prognozowane tendencje utrwała powracające ujemne saldo migracji (pustoszenie rynku pracy w najbardziej aktywnych grupach wiekowych zasobów pracy), utrwalające się sfeminizowane bezrobocie, wzrastający odsetek bezrobotnych nieposiadających doświadczenia zawodowego oraz bezrobotnych długookresowych.

Zahamowaniu wobec niepewnej sytuacji gospodarczej ulegną inwestycje przedsiębiorstw, zwłaszcza z zakresu kapitału ludzkiego czy znaczących zmian technologicznych. Realizowane będą inwestycje bezpieczne i konieczne, często związane z poszukiwaniem nowych rynków w związku z malejącym popytem krajowym. Dodatkowo sektor MŚP będzie musiał stopniowo dostosowywać się do zachodzących zmian klimatycznych. Konkurencja i niepewność nie będą sprzyjały zaufaniu społecznemu, współpracy i wymianie wiedzy i doświadczenia pomiędzy przedsiębiorstwami, a dodatkowo narastały będą nieporozumienia pomiędzy sferą publiczną (w tym samorządami) a prywatną. Rozwój województwa i sektora MŚP będzie nierównomierny. W dalszym ciągu koncentracja kapitału i inwestycji dotyczyć będzie Aglomeracji Poznańskiej (pogłębi się szczególnie rozwarstwienie w zakresie przedsiębiorczości pomiędzy zachodnią i centralną a wschodnią częścią województwa). Skutki spowolnienia będą nierównomierne dla wszystkich branż.

Zauważając powyższe krótkookresowe prognozowane wyzwania, przez pryzmat uwarunkowań ekonomicznych i społecznych, należy zwrócić uwagę na następujące procesy: narastającą dyskryminację na rynku pracy z powodu wieku, wzrastanie znaczenia systemów emerytalnych zachęcających do stosunkowo wczesnego kończenia kariery zawodowej, a w kontekście organizacji pracy i technologii m.in. coraz bardziej odczuwalne zmiany w tempie pracy, wzrost potrzeby zdobywania nowych umiejętności i kwalifikacji.

W Wielkopolsce w perspektywie trzech lat w wyniku odczuwalnych symptomów kryzysu gospodarczego zaznaczają się niekorzystne zmiany: odczuwalny brak na rynku pracy lokalnych liderów kreujących popyt na pracę, malejąca konkurencyjność oferty płacowej wielkopolskich przedsiębiorców wobec większych krajowych i europejskich rynków pracy, zmniejszanie się liczby pracowników o kwalifikacjach, na które występuje duże zapotrzebowanie, spadek liczby atrakcyjnych miejsc pracy dla osób z wysokimi kwalifikacjami zawodowymi, powracające migracje zarobkowe ludzi młodych i najlepiej wykształconych do największych miast kraju i Europy, zwiększające się wykluczenie społeczne i zanikające więzi społeczne, rozwarstwienie dochodów w społeczeństwie i wzrost liczby osób ubogich.

SCENARIUSZ OPTYMISTYCZNY

W perspektywie trzech lat sektor MŚP wciąż rozwija się dynamicznie budując przewagi konkurencyjne województwa wielkopolskiego w wymiarze krajowego, europejskiego i globalnego rynku pracy.

W perspektywie krótkoterminowej sytuacja ekonomiczna wielkopolskich przedsiębiorstw powtarza się z okresu badań i jest bardzo dobra i stabilna oraz determinowana rosnącymi wynikami sprzedaży – z wyraźną tendencją dalszego rozwoju. Wielkopolskie przedsiębiorstwa sektora MŚP utrwalają swoją internacjonalizację, obejmując swoim zasięgiem przede wszystkim ponadlokalne rynki zbytu, stabilną pozycję ukształtowaną wieloletnią działalnością na konkurencyjnym rynku produkcji i usług. Wciąż posiadają samodzielność w obszarze podmiotowości gospodarczej i silną pozycję wynikającą z formy prawnej wpisanej w Kodeks Spółek Handlowych

W obszarze potencjału rozwojowego należy zauważyć, że krótkoterminowymi determinantami wzrostu zatrudnienia są wciąż trwające otwieranie nowych oddziałów przedsiębiorstw, ich ekspansja na nowe rynki, rozwój sieci sprzedaży oraz wprowadzanie na rynek nowych produktów i usług o wysokiej jakości. Równie ważnym jest dynamiczny rozwój krótkoterminowych planów inwestycyjnych związanych w szczególności z: zakupem maszyn i urządzeń, środków transportu, robotami montażowo-budowlanymi oraz zakupem maszyn, komputerów oraz innego sprzętu z zakresu technologii informatycznych, co wiązać będzie się z dostosowywaniem kompetencji kadr. Wzrost zatrudnienia utrzymuje się na niezmiennym – w relacji do okresu badań – korzystnym poziomie m.in. dzięki pomyślnemu rozwojowi wielkopolskiego sektora przedsiębiorstw MŚP, w wyniku łatwego i sprawnego dostępu do krajowych źródeł finansowania inwestycji zarówno twardych i miękkich, napływu funduszy unijnych, upraszczania procedur uzyskiwania zezwoleń i podejmowania decyzji administracyjnych oraz doradztwo inwestycyjne prowadzone przez instytucje wspierające MŚP.

W Wielkopolsce występuje w prognozowanym okresie trwały wzrost liczby podmiotów gospodarczych podejmujących kooperacje z najnowocześniejszymi przemysłami, w tym: motoryzacyjnym, informatycznym, specjalizującymi się w pracach budowlanych, turystyce etc. W obszarze wsparcia i zaspokojenia potrzeb wielkopolskich przedsiębiorstw występuje optymalne zbliżenie współpracy reprezentantów samorządu wojewódzkiego i lokalnego z sektorem MŚP oraz dużymi i wielkimi firmami. Konieczność współpracy i sukcesy na tym polu, powoli podnoszą poziom zaufania społecznego. Równie ważnym okazuje się sprawny i poprawny przepływ informacji między wskazanymi podmiotami oraz systematyczne wsparcie sektora MŚP w sferze pozyskiwania środków strukturalnych UE i budżetu państwa, w tym na podnoszenie jakości zatrudnienia, rozwój kapitału społecznego czy tworzenie nowych miejsc pracy. Wielkopolska w perspektywie najbliższych trzech lat konkuruje z ofertą zatrudnieniową największych ośrodków gospodarczych kraju i Europy. Jest to naturalny proces kształtowany – w relacji do otoczenia – w szczególności przez konkurencyjność płac.

W perspektywie krótkookresowej wielkopolskie przedsiębiorstwa z sektora MŚP charakteryzuje wciąż trwająca dobra organizacja pracy, stosowanie nowoczesnych form zarządzania oraz umiejętne wykorzystywanie środków strukturalnych UE i działalność inwestycyjna. Wielkopolskie przedsiębiorstwa sektora MŚP dbają o innowacyjne rozwiązania zapewniające równowagę między pracą zawodową a życiem osobistym. Sektor MŚP generuje stabilne miejsca zatrudnienia, a warunki pracy ulegają poprawie. Zachodząca zmiana technologiczna (w tym autonomizacja, rozwój usług internetowych) doprowadza do zmian w strukturze zatrudnienia i wymaganiach wobec pracowników w zakresie kompetencji i kwalifikacji cyfrowych. Mimo rosnących kosztów pracy, poziom wynagrodzeń w Wielkopolsce wzrasta. Migranci zagraniczni stanowią napływ pracowników do zawodów, które trudno obsadzić polskimi pracownikami, zarówno związanymi z pracami prostymi, jak i wykwalifikowanych kadr (np. medycznych), dzięki wprowadzonym ułatwieniom w nostryfikacji dyplomów..

Do wyzwań z jakim mierzyć się będzie sektor należeć będą m.in. skutki spowolnienia wywołanego pandemią, zmiana zachowań konsumenckich, konieczność dostosowania się do zmian klimatycznych. Jednocześnie będą to pola, które będą wymuszać na przedsiębiorstwach zmiany innowacyjne, które mogą przyczynić się do wzrostu konkurencyjności.

W wysoce konkurencyjnym, napędzanym przez nowe technologie otoczeniu wielkopolski sektor MŚP posiada w perspektywie najbliższych trzech lat wysoko rozwiniętą specjalistyczną wiedzę

i doświadczenie oraz organizacyjny potencjał, który umożliwia uruchomienie wewnątrz przedsiębiorstwa procesów innowacyjnych. Buduje swoje przewagi konkurencyjne na podstawie takich zasobów jak; informacja, wiedza i kreatywność. W procesach twórczych bazuje na produkcji, dystrybucji oraz wykorzystaniu wiedzy i informacji. Trwałą podstawą sukcesu ekonomicznego wielkopolskiego przedsiębiorstw wielkopolskiego sektora MŚP jest kapitał intelektualny, a głównym czynnikiem sprawczym rozwoju jest wiedza, głównie wiedza informatyczna, umożliwiająca „poruszanie się” w informatycznym świecie.

SCENARIUSZ UMIARKOWANY

W perspektywie krótkoterminowej Wielkopolski sektor MŚP pozostaje w fazie umiarkowanego rozwoju

W tym scenariuszu w perspektywie krótkoterminowej z równą dynamiką ujawniają się – i wzajemnie na siebie oddziałują – czynniki wynikające z symptomów spowolnienia gospodarczego i działań sprzyjających rozwojowi sektora MŚP. W tym scenariuszu w perspektywie trzech lat w sektorze MŚP ujawniają się czynniki determinujące umiarkowane zawężanie się tego sektora w ujęciu ilościowym (liczba podmiotów gospodarczych) i jakościowym (PKB na mieszkańca). Wraz z tym trendem w województwie w perspektywie krótkoterminowej odczuwalne są na rynku pracy: niewielki wzrost stopy bezrobocia, spowolnienie wzrostu popytu na pracę przy rosnącej podaży, z jednoczesnym lekkim wzrostem nierówności między najwyżej i najslabiej rozwiniętymi częściami województwa (przekrój terytorialny), pierwsze symptomy mogącego – w wyniku zachodzących zmian – wzrastać rozwarstwienia społecznego i zróżnicowania między społecznościami ubogimi i bogatymi. Scenariusz ten charakteryzuje się wciąż zadawalającym poziomem konkurencyjności sektora MŚP. Instytucje wspierające rozwój sektora MŚP w województwie wielkopolskim prowadzą działania na rzecz promocji firm sektora, podnoszenia jego konkurencyjności i innowacyjności, usprawnia współpracy z samorządem i z oświatą. Realizowane są nadal – choć ze słabnącą dynamiką – krótkoterminowe inwestycje nieobciążone ryzykiem niepowodzenia, zachowania inwestycyjne i proinnowacyjne są znacznie bardziej ostrożne, a infrastruktura oraz otoczenie sektora wciąż przystosowują się do zachodzących zmian. W efekcie wystąpienia tego scenariusza na wielkopolskim rynku pracy w perspektywie 3 lat dominują i są rozwojowe małe i średnie przedsiębiorstwa o charakterze wyspecjalizowanych i nowoczesnych usług i produkcji. Działalność sektora MŚP w perspektywie trzech lat oparta jest na dotychczasowych – w ujęciu ilościowym i jakościowym – prorozwojowych sektorach gospodarczych. Sytuacja mikroprzedsiębiorstw w znacznej mierze uzależniona jest od branży i indywidualnych czynników.

Rozwój gospodarczy województwa w sektorze MŚP w prezentowanej perspektywie ukierunkowany jest na rynkową konkurencję – przy jednoczesnych symptomach mogących oznaczać nadchodzącą falę kryzysu w tym sektorze. W efekcie w perspektywie krótkoterminowej w województwie występuje powolny spadek wdrażania drogich i innowacyjnych technologii i kreowania ich przez dobrze wykształcone i dostosowane do potrzeb w zatrudnieniu w sektorze MŚP zasoby pracy. Mimo to w województwie w perspektywie trzech lat przeważa nadal zadowolenie z pracy w sektorze MŚP – a przede wszystkim ze stabilnych miejsc zatrudnienia i stopniowo rosnących wynagrodzeń. Postępujące starzenia populacji Wielkopolan wpływa na starzenie się kadr i deficyty w pewnych grupach zawodowych, co coraz bardziej staje się dotkliwie dla pracodawców. Wymusza to poszukiwanie pracowników innymi kanałami (w tym zatrudnianie migrantów), ale także upowszechnia szkolenia dla pracowników czy doszkalanie nowozatrudnionych. Zatrudnienie pozostaje na tym samym poziomie, nowe miejsca pracy tworzone są racjonalnie, w oparciu o faktyczne potrzeby firmy, główne przyczyny rekrutacji to rotacja pracowników. Sektor MŚP nie ulega zmniejszeniu z uwagi na swój potencjał rozwojowy, i nie wycofuje się na inne poza wojewódzki rynki.

Podsumowanie celu szczegółowego

Z deklaracji badanych przedsiębiorców wynika, iż często prowadzą oni działalność na poziomie ponadregionalnym. Zakres terytorialny działalności obejmujący kraje Unii Europejskiej oraz kraje spoza Unii Europejskiej najczęściej dotyczy średnich przedsiębiorstw. Bez względu na wielkość zatrudnienia, badane podmioty w większości nie planują rozszerzenia zakresu terytorialnego działalności w ciągu najbliższych dwóch lat.

Z udzielonych odpowiedzi respondentów wynika, że udział we wspólnym rynku europejskim ma większy wpływ dla mikroprzedsiębiorstw niż dla małych lub średnich firm. Korzyściami z uczestnictwa we wspólnym rynku są m.in. zniesienie barier handlowych, nasilenie konkurencji wewnętrznej czy zwiększenia skali produkcji. Negatywne skutki to m.in. dodatkowe przepisy prawne, transakcje handlowe i związane z nimi przewalutowania, tłumaczenia, konkurencja zagraniczna

Bez względu na wielkość, głównym celem strategicznym firm z sektora MŚP na kolejne lata będzie przede wszystkim utrzymanie się na rynku i stabilizacja. Kolejny cel strategiczny, jaki często stawiali sobie przedsiębiorcy na okres kolejnych 12 miesięcy oraz 5 lat, to pozyskiwanie nowych klientów.

Mikroprzedsiębiorcy są raczej usatysfakcjonowani z prowadzonej działalności gospodarczej, określając swój poziom satysfakcji z tego tytułu jako wysoki (42,3%) lub przeciętny (41,1%). Do głównych korzyści związanych z prowadzeniem własnej firmy zaliczono poczucie niezależności, wykonywanie pracy dla siebie, wyznaczanie własnych celów i satysfakcję z realizacji planów czy też możliwość samorozwoju i samorealizacji.

Dla mikro oraz małych przedsiębiorców największą barierę prowadzenia bieżącej działalności stanowi najczęściej poziom kosztów związany z jej prowadzeniem. Znaczącymi barierami są również pandemia COVID-19 oraz związane z nią obostrzenia, a także mocno rozwinięta biurokracja.

Przedstawiciele MŚP w Wielkopolsce bez względu na wielkość firmy jako kluczowe czynniki sukcesu na pierwszych dwóch miejscach wskazywali jakość towarów i usług oraz cenę. W odniesieniu do pozostałych czynników wpływających na uzyskanie przewagi konkurencyjnej mikro i małe przedsiębiorstwa wskazywały na wiedzę i doświadczenie, a średnie przedsiębiorstwa na wykwalifikowaną kadrę. Dla wielu firm bardzo ważna jest także w tym zakresie jakość obsługi klienta.

Z badania ilościowego wynika, iż w najbliższych 3 latach sytuacja przedsiębiorstw z sektora MŚP w województwie wielkopolskim poprawi się bądź pozostanie niezmieniona. Najczęściej to średni przedsiębiorcy przewidywali poprawę sytuacji podmiotów swojej klasy wielkości, najwięcej obaw w tym zakresie deklarowali przedstawiciele małych firm, natomiast najwięcej wątpliwości i niepewności cechowało mikroprzedsiębiorców.

Wg prognoz, pracodawcy MŚP do 2025 r. w kolejnych latach będą zgłaszać o około 30% mniej ofert pracy niż aktualnie. W porównaniu do sytuacji obecnej zapotrzebowanie na pracowników z prawie wszystkich grup zawodowych będzie mniejsze niż aktualnie. Wg prognoz zapotrzebowanie wzrośnie wyłącznie na stanowiska kierownicze.

W najbliższych latach szacowane zapotrzebowanie na kadrę na wielkopolskim rynku pracy będzie dotyczyć najczęściej zapotrzebowania na pracowników wykonujących prace proste i robotników wykonujących prace proste w przemyśle, sprzedawców sklepowych, magazynierów, kierowców samochodów osobowych i dostawczych, pracowników obsługi biurowej, natomiast w administracji rządowej szacuje się duży napływ ofert pracy dla policjantów.

W województwie wielkopolskim będzie rosła liczba mikroprzedsiębiorstw. Liczba firm małych pozostanie na zbliżonym poziomie, natomiast średnich w sposób nieznaczny ale spadnie.

Wnioski dla celu szczegółowego

- ⇒ Firmy z sektora MŚP ostrożnie podchodzą do perspektywy rozszerzenia zasięgu geograficznego rozszerzenia działalności gospodarczej – większość badanych firm nie przewiduje tego typu działań w ciągu najbliższych 2 lat
- ⇒ Sektor MŚP ostrożnie patrzy w przyszłość, w najbliższych latach przedsiębiorcom zależy przede wszystkim na przetrwaniu na rynku; najwięcej obaw w tym zakresie mają najmniejsi przedsiębiorcy
- ⇒ Ponad 40% mikroprzedsiębiorców oceniło swój poziom satysfakcji z prowadzonej działalności jako przeciętny, jednocześnie prawie 90% deklaruje, że w ciągu dwóch lat w dalszym ciągu chce prowadzić swoją firmę
- ⇒ Bardzo duży wpływ zarówno na prowadzenie działalności, jaki i na przyszłe plany miała pandemia koronawirusa
- ⇒ Oprócz wysokich kosztów pracy, obciążeń podatkowych, pandemii oraz biurokracji, jednym z problemów przedsiębiorców jaki zauważono w badaniu jest trudność z oceną ryzyka podejmowanych innowacji. Z jednej strony pracodawcy wykazują zbyt dużą ostrożność, co powstrzymuje ich przed wdrażaniem zmian, z drugiej strony występują przypadki wdrażania innowacji nierentownych. Dla firm zatrudniających poniżej 50 pracowników częstszym niż dla średnich problemem są prawno – formalne kwestie związane z prowadzeniem działalności.
- ⇒ Warunkiem rozwoju przedsiębiorczości regionu jest stały rozwój konkurencyjności przedsiębiorstw poprzez takie działania jak: podnoszenie jakości towarów i usług (również poprzez innowacyjne rozwiązania), rozwój obsługi klienta (w tym po i przedsprzedażowej), podnoszenie kwalifikacji personelu, dbanie o dobry wizerunek firmy, podtrzymywanie bliskich kontaktów z klientami (także przy pomocy mediów społecznościowych), elastyczne nastawienie do otaczającej rzeczywistości społeczno – gospodarczej.
- ⇒ Na poziomie województwa do 2025 r. będzie rosła liczba firm MŚP, będzie to jednak spowodowane wyłącznie dalszym wzrostem liczby mikroprzedsiębiorstw. Liczba firm małych pozostanie na stałym poziomie, a średnich w sposób nieznaczny ale spadnie
- ⇒ Pracodawcy do 2025 r. będą zgłaszać mniej ofert pracy (o około 30%) niż obecnie

Poziom gotowości na zmianę wielkopolskiego sektora MŚP

Działalność innowacyjna odgrywa zasadniczą rolę nie tylko dla wzrostu produktywności czy też wydajności firm, stanowi ona również fundament wzrostu ekonomicznego i konkurencyjności przedsiębiorstw⁷⁵. Innowacje są istotne dla rozwoju gospodarczego, a klasyczna teza Druckera mówi o tym, że przedsiębiorstwo, które nie decyduje się na wprowadzanie innowacji starzeje się i podupada⁷⁶. Co więcej, zapewnienie właściwych warunków do rozwoju przedsiębiorstw innowacyjnych spowoduje gotowość młodych przedsiębiorstw i startupów do wykorzystywania nowych, jeszcze nie stosowanych rozwiązań oraz wprowadzania radykalnych innowacji, odpowiadając na szereg wyzwań we wszystkich sferach nowoczesnego społeczeństwa⁷⁷.

Większość prac podkreśla konieczność nieustannego rozwoju innowacyjności podmiotów gospodarczych, jak również zdobywania kompetencji i umiejętności w zakresie zarówno zarządzania i wdrażania innowacjami przez kadry kierownicze, jak też bieżące korzystanie z innowacji jako zasadniczego elementu świadczącego o wartości przedsiębiorstwa. Ponadto, innowacyjność

⁷⁵ „Zarządzanie małymi i średnimi przedsiębiorstwami w układach konsorcjalnych i w warunkach wirtualnych”, Z. Cygan (red.), Warszawa 2001, s. 24

⁷⁶ P.F. Drucker, „Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady”, PWE, Warszawa 1992, s. 162

⁷⁷ Breschi, S., Lassébie, J. and C. Menon, A portrait of innovative start-ups across countries, OECD Science, Technology and Industry Working Papers, OECD 2018 r., s. 6

w literaturze przedmiotu często przedstawia się jako absolutną podstawę, która pozwala zbudować przewagę konkurencyjną firm. Zauważono jednakże, iż w kontekście zaadoptowania efektywnej polityki innowacyjnej, przed sektorem małych i średnich przedsiębiorstw stoją wyzwania, pośród których wskazać należy konieczność dostosowania i uaktualnienia stosowanych dotąd strategii rozwoju przedsiębiorstw – otwarte innowacje wymagają efektywnej strategii wyszukiwania (*search strategy*) nastawionej na nabywanie i eksploatację, oraz właściwego sposobu networkingu⁷⁸. Badania wykazały również, iż wiodące światowe innowacyjne przedsiębiorstwa wyróżniają się następującymi cechami – stosuje się w nich mniej środków trwałych i nakładów pracy, a więcej nakładów niematerialnych oraz wyższych poziomów digitalizacji i nadzoru regulacyjnego niż w innych sektorach. Z wyjątkiem nieruchomości, wiodące innowacyjne sektory nastawione są od dwóch do trzech razy bardziej na właściwe umiejętności, cechują się one również zwykle stosunkowo wyższą intensywnością badań i rozwoju oraz niższą kapitałochłonnością i pracochłonnością niż inne sektory⁷⁹.

Zgodnie z definicją GUS przedsiębiorstwo aktywne innowacyjnie to takie, które w badanym okresie wprowadziło minimum jedną innowację produktową lub procesów biznesowych, albo takie, które realizowało we wskazanym okresie przynajmniej jeden projekt innowacyjny, który został przerwany lub zaniechany w trakcie badanego okresu (niezakończony sukcesem) lub nie został do końca tego okresu ukończony (tzn. jest kontynuowany)⁸⁰.

Polska na tle Europy pozostaje krajem umiarkowanie innowacyjnym (na podstawie danych za 2016 r.). Jej pozycja w Unii Europejskiej w przedmiotowym zakresie wynika głównie z niskich nakładów na badania i rozwój polskich firm (niższe o 66,2% w porównaniu ze średnią UE), niskiego wykorzystywania innowacji przez sektor MŚP (wartość o 64,7% niższa w porównaniu ze średnią unijną) oraz niskiego wykorzystywania innowacji produktowych i procesowych przez sektor MŚP (o 57,3% niższe niż wynosi średnia dla UE)⁸¹.

Warto jednocześnie zaznaczyć, że odsetek innowacyjnych przedsiębiorstw w większości krajów UE maleje. W 2019 roku w raporcie z badań nad innowacjami (SME Innovation Research Report) wykazano, iż odsetek przedsiębiorstw innowacyjnych w sektorze MŚP spadł o cztery punkty procentowe, wynosząc 19%. Liczba innowacyjnych MŚP spadła o 125 000 do łącznej liczby około 725 000 przedsiębiorstw. Zgodnie z publikowanymi raportami, udział innowacyjnych MŚP spadł do najniższego poziomu od piętnastu lat – odsetek innowacyjnych przedsiębiorstw zmniejszył się o ponad połowę (-56%) w relacji do rekordowego poziomu odnotowanego w latach 2004-2006. Jak wynika z raportu, innowacje przestały wprowadzać przede wszystkim małe przedsiębiorstwa, zaś wskaźnik spadł najmniej w odniesieniu do działalności B+R⁸².

Działalność podmiotów gospodarczych będących aktywnymi innowacyjnie w Polsce od lat pozostaje domeną dużych przedsiębiorstw, co wynika wprost z większego potencjału ekonomicznego tych podmiotów. Dane GUS dotyczące poziomu innowacyjności pokazują, że w latach 2016-2018 nastąpił wzrost innowacyjności w sektorze MŚP w kraju w stosunku do lat 2015-2017. Najnowsze dane wskazują, że udział przedsiębiorstw aktywnych innowacyjnie w przemyśle wyniósł 26,1%, natomiast w sektorze usług – 21,0%. W przypadku firm przemysłowych aktywność innowacyjna charakteryzowała 18,7% małych i 40,1% średnich przedsiębiorstw, z kolei wśród podmiotów usługowych było to 17,7% firm małych i 32,5% średnich⁸³. W badaniu za okres poprzedzający wartość dla sektora przemysłowego wyniosła 18,5%, a w sektorze usługowym – 10,4%. Aktywność innowacyjną wykazywało wówczas

⁷⁸ Hossain, M., Kauranen, I., Open Innovation in SMEs: a systematic literature review, Journal of Strategy and Management, Vol. 9, issue 1, Finland 2016 r., s. 61

⁷⁹ Manyika, J., S. Ramaswamy, J. Bughin, J. Woetzel, M. Birshan and Z. Nagpal. Superstars: The dynamics of firms, sectors, and cities leading the global economy. McKinsey Global Institute (MGI) Discussion Paper, McKinsey Global Institute 2018 r., s. 3

⁸⁰ „Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2016–2018”, GUS, Warszawa 2019, s. 29

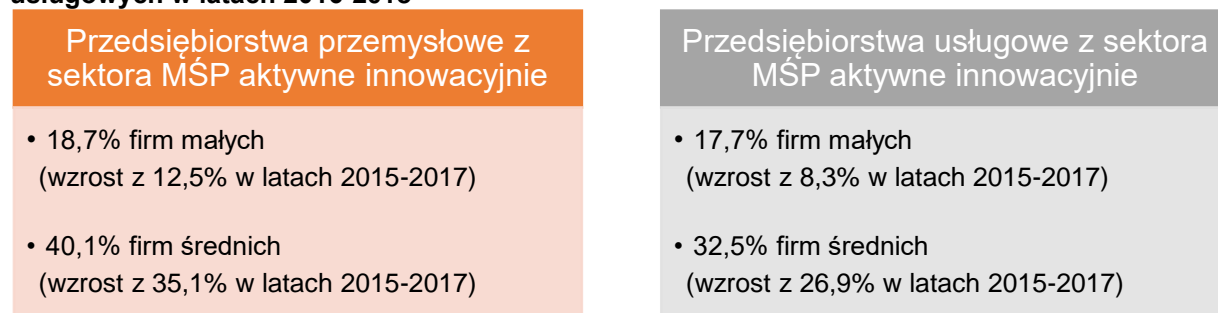
⁸¹ Dariusz Wielgórka, Małgorzata Idasiak, Analiza innowacyjności polskiego sektora małych i średnich przedsiębiorstw, Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej 2017, s. 546

⁸² Zimmermann, V. KfW SME Innovation Research Report 2019. KfW Research 2020, str. 1

⁸³ „Sektor MŚP w Polsce i UE”, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2017, s. 38/39

12,5% małych oraz 35,1% średnich przedsiębiorstw przemysłowych oraz 8,3% małych i 26,9% średnich firm usługowych w Polsce. Należy przy tym zaznaczyć, że badania realizowane przez GUS każdorazowo obejmowały wyłącznie przedsiębiorstwa zatrudniające powyżej 9 pracowników. Oznacza to, że analizy nie dostarczają wiedzy na temat ok. 98% podmiotów gospodarczych w Polsce, których liczba wzrasta w najwyższym tempie⁸⁴.

Rysunek 3. Innowacyjne przedsiębiorstwa w sektorze podmiotów przemysłowych oraz usługowych w latach 2016-2018



Źródło: Opracowanie własne na podstawie „Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2016–2018”, GUS, Warszawa 2019, s. 29

Postawa wielkopolskich przedsiębiorców względem innowacyjnych rozwiązań

Wdrażanie innowacji na przestrzeni ostatnich 2 lat

W oparciu o publikację Głównego Urzędu Statystycznego poświęconą działalności innowacyjnej w poszczególnych województwach Polski należy stwierdzić, że przedsiębiorstwa wielkopolskie charakteryzują się przeciętnym poziomem innowacyjności w porównaniu z pozostałymi regionami kraju. W latach 2016-2018 aktywność innowacyjną wykazało 22,9% wielkopolskich podmiotów z sektora przemysłu oraz 18,0% z sektora usługowego. Nieco mniejszy odsetek przedsiębiorstw wprowadził innowacje w zakresie procesów biznesowych – odpowiednio 18,1% i 13,5% dla firm przemysłowych i usługowych.

W roku 2018 stosunkowo niewielki odsetek podmiotów gospodarczych w województwie wielkopolskim ponosił nakłady na rzecz działalności innowacyjnej – było to 14,9% firm przemysłowych i 7,7% firm usługowych. Przedsiębiorstwa z sektora przemysłu przeznaczyły na ten cel w skali roku średnio 2 210,60 zł, z kolei z sektora usług – 354,30 zł. Udział przychodów podmiotów przemysłowych ze sprzedaży produktów nowych lub ulepszonych w przychodach ze sprzedaży ogółem wyniósł 10,0%.

W analizowanym okresie relatywnie niski odsetek podmiotów gospodarczych w Wielkopolsce uzyskał publiczne wsparcie finansowe na działalność innowacyjną w (odniesieniu do ogółu przedsiębiorstw aktywnych innowacyjnie w regionie) – dla sektora przemysłu było to 14,7% firm, a w sektorze usług – 10,2% firm.

Tabela 19. Analiza innowacyjności województwa wielkopolskiego na tle kraju w latach 2016-2018

Rodzaj bariery	Województwo z najwyższą wartością	Województwo z najniższą wartością	Pozycja uzyskana przez województwo wielkopolskie
Przedsiębiorstwa przemysłowe aktywne innowacyjnie w latach 2016-2018 (%)	Podkarpackie (34,8%)	Warmińsko-mazurskie (21,4%)	11 pozycja (22,9%)
Przedsiębiorstwa usługowe aktywne innowacyjnie w latach 2016-2018 (%)	Mazowieckie (29,8%)	Warmińsko-mazurskie (9,3%)	9 pozycja (18,0%)

⁸⁴ „Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce”, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2019 r., s. 53

Rodzaj bariery	Województwo z najwyższą wartością	Województwo z najniższą wartością	Pozycja uzyskana przez województwo wielkopolskie
Przedsiębiorstwa przemysłowe, które w latach 2016-2018 wprowadziły innowacje procesów biznesowych (%)	Lubelskie (24,5%)	Świętokrzyskie (15,2%)	11 pozycja (18,1%)
Przedsiębiorstwa usługowe, które w latach 2016-2018 wprowadziły innowacje procesów biznesowych (%)	Mazowieckie (25,3%)	Podkarpackie (7,8%)	10 pozycja (13,5%)
Udział przychodów przedsiębiorstw przemysłowych ze sprzedaży produktów nowych lub ulepszonych w przychodach ze sprzedaży ogółem według województw w 2018 r. (%)	Lubuskie (12,8%)	Zachodniopomorskie (3,2%)	4 pozycja (10,0%)
Nakłady na działalność innowacyjną w przedsiębiorstwach przemysłowych według województw w 2018 r. (ceny bieżące, zł)	Mazowieckie (3 926,2 zł)	Podlaskie (237,6 zł)	5 pozycja (2 210,6 zł)
Nakłady na działalność innowacyjną w przedsiębiorstwach usługowych według województw w 2018 r. (ceny bieżące, zł)	Mazowieckie (7 840,4 zł)	Opolskie (9,9 zł)	7 pozycja (354,3 zł)
Przedsiębiorstwa przemysłowe, które poniosły nakłady na działalność innowacyjną w roku 2018 według województw (%)	Podkarpackie (23,8%)	Zachodniopomorskie (8,9%)	10 pozycja (14,9%)
Przedsiębiorstwa usługowe, które poniosły nakłady na działalność innowacyjną w roku 2018 (%)	Mazowieckie (16,8%)	Warmińsko-mazurskie (3,9%)	11 pozycja (7,7%)
Przedsiębiorstwa przemysłowe, które w latach 2016-2018 otrzymały publiczne wsparcie finansowe na działalność innowacyjną w % przedsiębiorstw aktywnych innowacyjnie	Warmińsko-mazurskie (28,1%)	Pomorskie (11,6%)	10 pozycja (14,7%)
Przedsiębiorstwa usługowe, które w latach 2016-2018 otrzymały publiczne wsparcie finansowe na działalność innowacyjną w % przedsiębiorstw aktywnych innowacyjnie	Lubelskie (25,7%)	Zachodniopomorskie (1,8%)	8 pozycja (10,2%)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie „Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2016–2018”, GUS, Warszawa 2019, s. 32, 49, 53, 64, 70, 74

W ramach badania zrealizowanego dla PKO Bank Polski w roku 2018, w ciągu 12 miesięcy poprzedzających to badanie wysokość środków przeznaczonych na innowacje wdrażane w analizowanych przedsiębiorstwach wielkopolskich wynosiła poniżej 10 000 zł (60% podmiotów) lub od 10 001 do 100 000 zł (37%)⁸⁵. Innowacje te finansowane były głównie ze środków własnych przedsiębiorstwa (93% przypadków). Wśród innych źródeł finansowania wymieniano kredyty bankowe (5%), pożyczki od rodziny, leasing i dotacje⁸⁶.

Bez względu na wielkość firmy, większość ankietowanych przedsiębiorców z sektora MŚP na przestrzeni ostatnich 2 lat nie wdrażała innowacyjnych rozwiązań – zaledwie co czwarte przedsiębiorstwo potwierdziło działania w tym zakresie.

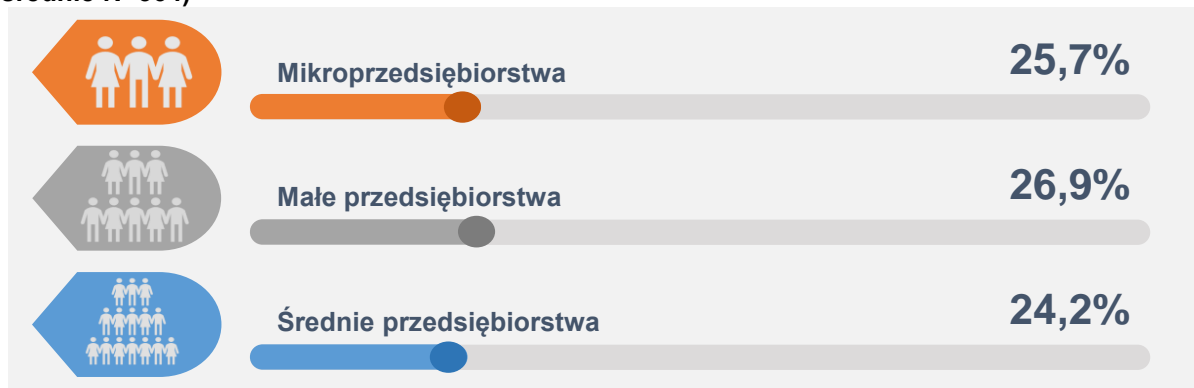
Wdrażanie innowacji w ostatnich latach potwierdził relatywnie istotny odsetek mikroprzedsiębiorstw z branży rolniczej, małych firm działających w obszarze handlu oraz średnich podmiotów zajmujących się budownictwem. Przy uwzględnieniu podregionu w jakim zlokalizowane są badane podmioty nie dostrzega się znacznego zróżnicowania ich postaw względem innowacyjnych rozwiązań. W podregionach kaliskim oraz leszczyńskim co trzecia średnia firma potwierdziła wdrażanie innowacji

⁸⁵ „Raport o sytuacji mikro, małych i średnich firm w roku 2018”, PKP Bank Polski Warszawa 2019, s. 581

⁸⁶ „Raport o sytuacji mikro, małych i średnich firm w roku 2018”, PKP Bank Polski Warszawa 2019, s. 582

na przestrzeni ubiegłych 2 lat.⁸⁷ W ostatnich 2 latach innowacje wdrażane były częściej w firmach z sektora prywatnego (szczególnie mikro, małe) oraz funkcjonujących na rynku od 5 do 10 lat (małe, średnie firmy).

Rysunek 4. Odpowiedź twierdząca na pytanie: Czy na przestrzeni ostatnich 2 lat w Państwa przedsiębiorstwie zostały wdrożone innowacyjne rozwiązania? (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie zrealizowanych badań

Z rozmów przeprowadzonych z przedstawicielami podmiotów wspierającymi rozwój przedsiębiorczości jasno wynika, że wielkopolscy przedsiębiorcy coraz częściej nastawiają swoje firmy na wdrażanie innowacji. Rozmówcy dodali, że sytuacja z roku na rok się poprawia co widać po liczbie składanych wniosków o dofinansowanie oraz liczbie uczestników w szkoleniach z zakresu wprowadzania innowacji – jest to niezwykle ważne ze względu na fakt, iż nie jest możliwe wdrażanie innowacji bez posiadania szerokiej wiedzy o tym, czym są. Ponadto w regionie dostrzega się, że w ciągu ostatnich kilku lat zwiększyła się świadomość przedsiębiorców na temat konieczności tworzenia odpowiedniej kultury i klimatu organizacyjnego sprzyjającego realizacji procesu innowacyjnego.

„Jest duża świadomość, widzimy, że coraz większa liczba osób uczestniczy w naszych szkoleniach, jest coraz większe zainteresowanie. Myśleliśmy, że ten rynek się tak nasyci i przestaną być popularne te szkolenia. Wydaje mi się, że w ciągu dwóch lat już jest lepiej pod tym względem, że ci przedsiębiorcy są coraz bardziej świadomi, że to nie jest tak, że założą firmę, złapią klientów, mają stałych klientów i to jest koniec, tylko są świadomi, że tą firmę cały czas muszą rozwijać, promować i dostosowywać się do nowych sytuacji.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu

„Tak, na pewno. Jest większa świadomość, że trzeba inwestować w innowacje, większa świadomość tego, co to jest w ogóle innowacja, chociaż dalej jest to uznaniowy termin, ale na pewno postawa się zmieniła.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

„Patrząc pod kątem ilości złożonych wniosków o dofinansowanie to z konkursu na konkurs przybywa przedsiębiorców, którzy realizują inwestycje wysoko innowacyjne. Myślę, że ta nasza gospodarność w Wielkopolsce powoduje, że przedsiębiorcy znając uwarunkowania gospodarcze na świecie mają świadomość, że trzeba wdrażać innowacje. One mogą być nawet na poziomie lokalnym czy wojewódzkim. Przedsiębiorcy wiedzą, że muszą się dostosować do potrzeb rynku, wdrażać nowe rozwiązania, bo inaczej z tego rynku znikną. Także myślę, że podejście przedsiębiorców do rozwoju pod względem innowacyjności i technologii na pewno się zmieniło na

⁸⁷ Dane zaprezentowano w aneksie

plus, w taki sposób że oni są bardziej świadomi tego, że taki jest po prostu kierunek rozwoju - albo wdrażają technologie i innowacje, albo zostają w tyle i mogą zamykać biznes.”

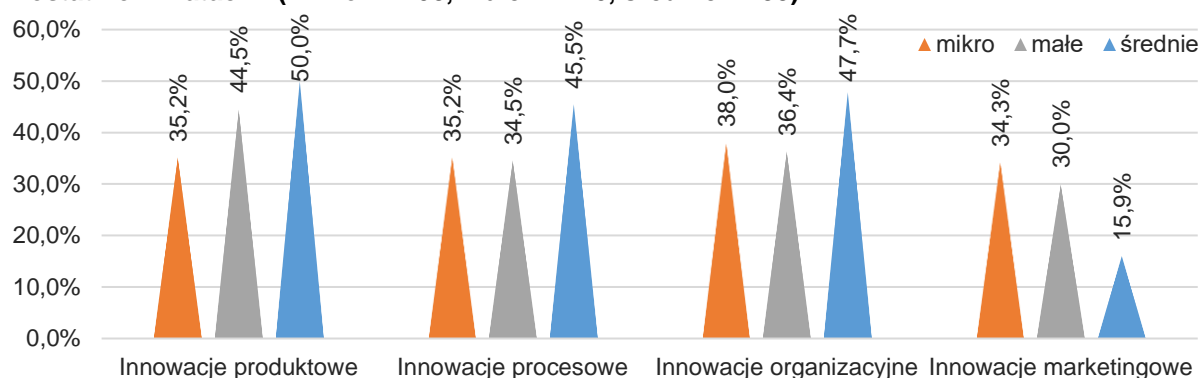
Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu

Rodzaj wdrażanych innowacji (z uwzględnieniem innowacji produktowych, procesowych, organizacyjnych, marketingowych)

Zgodnie z danymi przedstawionymi w „Raporcie o sytuacji mikro, małych i średnich firm w roku 2018”, w ciągu 12 miesięcy poprzedzających badanie 17%⁸⁸ przedsiębiorstw z sektora MŚP w województwie wielkopolskim wdrażało innowacje produktowe, z kolei 10%⁸⁹ z nich zadeklarowało wdrażanie innowacji procesowych⁹⁰.

W ramach niniejszego badania stwierdzono, że innowacje produktowe największym zainteresowaniem cieszą się wśród średnich i małych podmiotów, gdyż to w tych grupach w ostatnich 2 latach najczęściej decydowano się na wdrożenie tego właśnie rodzaju innowacyjnych rozwiązań. Z kolei w mikroprzedsiębiorstwach najczęściej wdrażano innowacje organizacyjne, a ponadto w tej grupie znacznie częściej aniżeli w średnich firmach podejmowano decyzje o wdrożeniu innowacji marketingowych.

Wykres 33. Jakiego rodzaju innowacje wdrożone zostały w Państwa przedsiębiorstwie w ostatnich 2 latach? (mikro N=108, małe N=110, średnie N=88)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Niezależnie od wielkości firmy czy rodzaju innowacji, spośród badanych którzy zadeklarowali wdrożenie innowacji w swoich firmach w ostatnich 2 latach zdecydowana większość potwierdziła ich przydatność i rentowość.

Innowacje organizacyjne, które zostały wdrożone w ciągu ostatnich 2 lat okazały się bardzo przydatne oraz rentowne – tak stwierdzili najczęściej przedstawiciele mikroprzedsiębiorstw i małych firm. Z kolei wśród średnich firm najczęściej przydatne okazały się innowacje marketingowe oraz innowacje procesowe.

Tabela 20. Przydatność/rentowność wdrożonych inwestycji w Państwa przedsiębiorstwie w ostatnich 2 latach? (N zaprezentowane w tabeli)

Wyszczególnienie		Innowacje produktowe		Innowacje procesowe		Innowacje organizacyjne		Innowacje marketingowe	
		Przy.	Rent.	Przy.	Rent.	Przy.	Rent.	Przy.	Rent.
mikro	Bardzo wysoka i wysoka	81,6%	68,4%	92,1%	73,7%	97,6%	85,4%	91,9%	81,1%
	Przeciętna	10,5%	23,7%	7,9%	26,3%	2,4%	14,6%	2,7%	13,5%
	Bardzo niska i niska	7,9%	7,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,4%	5,4%
	N	38	38	38	38	41	41	37	37

⁸⁸ Najwięcej w regionie poznańskim – 20%.

⁸⁹ Najwięcej w regionie poznańskim – 17%

⁹⁰ „Raport o sytuacji mikro, małych i średnich firm w roku 2018”, PKP Bank Polski Warszawa 2019, s. 580.

Wyszczególnienie		Innowacje produktowe		Innowacje procesowe		Innowacje organizacyjne		Innowacje marketingowe	
		Przy.	Rent.	Przy.	Rent.	Przy.	Rent.	Przy.	Rent.
małe	Bardzo wysoka i wysoka	83,7%	75,5%	92,1%	84,2%	92,5%	92,5%	84,8%	75,8%
	Przeciętna	16,3%	22,4%	7,9%	13,2%	7,5%	7,5%	15,2%	24,2%
	Bardzo niska i niska	0,0%	2,0%	0,0%	2,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	N	49	49	38	38	40	40	33	33
średnie	Bardzo wysoka i wysoka	88,6%	84,1%	90,0%	77,5%	85,7%	78,6%	100,0%	100,0%
	Przeciętna	11,4%	13,6%	10,0%	22,5%	14,3%	14,3%	0,0%	0,0%
	Bardzo niska i niska	0,0%	2,3%	0,0%	0,0%	0,0%	7,1%	0,0%	0,0%
	N	44	44	40	40	42	42	14	14

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

W Polsce dominuje przekonanie, że innowacje to przede wszystkim nowe technologie, które powstały w wyniku przeprowadzonych badań, z których powstaje nowy produkt materialny. Wprowadzaniem w przedsiębiorstwach zmian organizacyjnych czy zmian sposobu pracy ciągle jeszcze nie nadaje się odpowiedniej rangi. Jednak uczestnicy indywidualnych wywiadów przyznali, że na wielkopolskim rynku zaobserwować można zróżnicowanie w tym zakresie.

„Innowacje nie mogą być postrzegane tylko w kwestii czegoś zupełnie nowego technologicznie czy informatycznie. Często innowacją są zmiany w procesach obsługi czy działalności w danej firmie, poprawa tych procesów, taka logistyka wewnętrzna. Myślę, że to są tego rodzaju zmiany, które zachodzą najczęściej. Czyli dostosowanie procesów, które istniały przez jakiś czas w firmie do obecnego rynku, do podniesienia ich wydajności, uogólnienia kompetencji wśród pracowników i tym samym zwiększenie wydajności i przychodu firmy”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

„Z perspektywy naszej jednostki i współpracy, którą realizujemy z firmami, to myślę że tutaj nie ma jakiejś przewagi któregoś rodzaju innowacji. Myślę, że to się rozkłada bardzo podobnie. Gdybym miała wskazać wiodącą no to byłaby to produktowa i organizacyjna”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

„Myślę, że są to innowacje technologiczne. Najczęściej jest to zakup nowoczesnych maszyn na linii technologiczne”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

„Są to głównie innowacje produktowe i procesowe. Małe przedsiębiorstwa rozwijając innowację szanse zarówno na ich wdrożenie jak i rozwój innowacji wypatrują w środkach z funduszy unijnych. Można tutaj powiedzieć, że zdecydowana większość firm generalnie dostrzega potrzebę wdrażania innowacji, ponieważ firmy mają świadomość, że innowacje mogą być źródłem budowania przewagi konkurencyjnej”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

Postawa wielkopolskich przedsiębiorców względem innowacyjnych rozwiązań

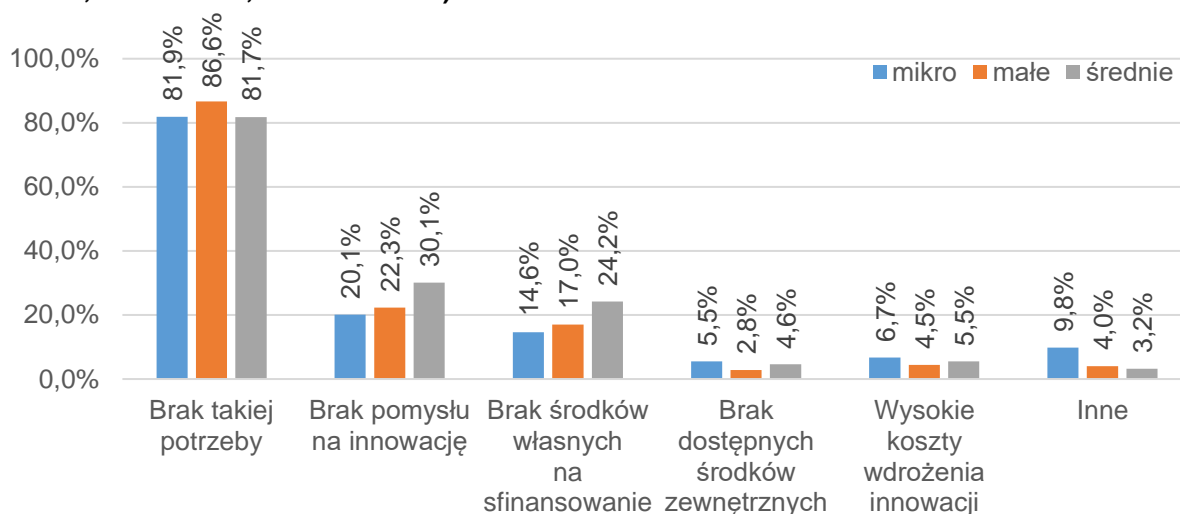
Główną przyczyną dla której w mikro i średnich firmach wdrożono innowacyjne rozwiązania było pojawienie się na rynku nowej technologii. Nie bez znaczenia dla decyzji o wdrożeniu innowacji w mikroprzedsiębiorstwach była także chęć zdobycia nowych rynków bądź klientów – wdrożenie innowacyjnych rozwiązań w tej grupie przedsiębiorstw może zatem znacznie uprawdopodobnić realizację celu strategicznego wyznaczonego na kolejne lata przez większość mikroprzedsiębiorstw. Należy przypomnieć, iż jednym z głównych celów strategicznych tychże firm było właśnie pozyskiwanie nowych klientów.

Tabela 21. Jakie były przyczyny wdrożenia innowacji w Państwa firmie? (mikro N=108, małe N=110, średnie N=88)

Wyszczególnienie	mikro	małe	średnie
Nowa technologia, która pojawiła się na rynku	41,7%	42,7%	62,5%
Konkurencja	29,6%	22,7%	12,5%
Rozszerzenie działalności o nowe rynki zbytu	28,7%	43,6%	35,2%
Możliwość pozyskania środków zewnętrznych na inwestycje	17,6%	8,2%	3,4%
Wzrost wymagań klientów	13,0%	41,8%	26,1%
Wzrost innych kosztów np. energii	0,9%	0,9%	1,1%
Inne	9,3%	5,5%	12,5%
Chęć zdobycia nowych rynków/klientów	32,4%	nd.	nd.
Nowe rozwiązania w zakresie marketingu	10,2%	nd.	nd.
Chęć ograniczenia kosztów prowadzenia działalności	6,5%	nd.	nd.
Środki własne na sfinansowanie inwestycji	nd.	11,8%	17,0%
Pojawienie się inwestora z dodatkowym kapitałem	nd.	2,7%	1,1%
Wzrost kosztów pracy	nd.	5,5%	2,3%
Niewystarczająca liczba pracowników na rynku pracy	nd.	0,9%	2,3%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI, możliwość wskazania wielokrotnej odpowiedzi

Bez względu na wielkość przedsiębiorstwa, w większości podmiotów, w których nie zdecydowano się na wdrożenie innowacji, jako przyczynę wskazano brak takiej potrzeby. Niejednokrotnie przedsiębiorcom brakowało również pomysłu na innowację bądź też środków własnych na jej sfinansowanie.

Wykres 34. Dlaczego w przedsiębiorstwie nie zdecydowano się na wdrożenie innowacji? (mikro N=254, małe N=247, średnie N=219)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI, możliwość wskazania maksymalnie 3 odpowiedzi

W zakresie postaw względem wdrażania innowacji zaobserwowano pewne zróżnicowanie ze względu na branże oraz podregion. Jak wynika z badania ilościowego, mikroprzedsiębiorstwa działające w przemyśle nie zdecydowały się na wdrożenie innowacji z powodu braku pomysłu na innowację oraz niewystarczających środków własnych na sfinansowanie przedsięwzięcia. Brak środków był również barierą dla mikrofirm z rolnictwa. Według wskaźników wśród małych przedsiębiorstw działających w branży budowlanej było to najczęściej – poza brakiem potrzeby – brak pomysłu oraz środków własnych na sfinansowanie innowacji. Mikroprzedsiębiorstwa oraz średnie firmy zlokalizowane w podregionie kaliskim często nie wdrożyły innowacji z powodu braku pomysłu na innowację. Taki sam powód częściej niż w pozostałych regionach zaobserwowano w podregionie pilskim wśród średnich firm.⁹¹

⁹¹ Dane zaprezentowano w aneksie

Mimo, że uczestnicy badań deklarowali najczęściej brak potrzeby wdrażania innowacji, w ostatnich latach zmienia się postawa przedsiębiorców i jak wynika z badań jakościowych wzrasta świadomość przedsiębiorców na temat rodzajów oraz możliwości jakie niosą za sobą innowacje. Z rozmowy z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa wynika, że wielkopolscy przedsiębiorcy coraz częściej sięgają po doradztwo takiej instytucji jak Poznański Park Naukowo Technologiczny czy chociażby współpracują z Izbą Przemysłową w Poznaniu. Ponadto coraz częściej zraszają się w różnego rodzaju stowarzyszenia klastrowe, które wspierają przepływ innowacyjnego *know-how*, dzięki czemu są w stanie wychodzić naprzeciw innowacją i wdrażać je w swoich przedsiębiorstwach.

Respondenci dostrzegają zmiany w warunkach prowadzenia działalności, jakie nastąpiły na przestrzeni ostatnich 10 lat, w szczególności tych związanych z postępem technologicznym. Z jednej strony pozytywnie wpływają one na prowadzenie działalności gospodarczej - zwrócono uwagę na fakt, iż informatyzacja pozwala na szybszą wymianę informacji oraz umożliwia zdalne załatwianie formalności związanych z prowadzeniem działalności. Z drugiej strony zdarza się, iż zmiany te – szczególnie w zakresie postępu technologicznego i informatyzacji – negatywnie wpływają na prowadzenie działalności, ponieważ wdrażanie nowoczesnych technologii i usług IT podnosi niejednokrotnie koszty funkcjonowania firmy. Zgodnie z powyższym, z jednej strony postęp technologiczny i informatyzacja to znaczne ułatwienie dla przedsiębiorców, z drugiej natomiast – może stanowić barierę i przyczynę kryzysu. Z opinii respondentów wynika, iż zdarzały się kryzysy w firmach, które nie nadążały z wdrażaniem nowych technologii, pozostając tym samym daleko za konkurencją.

„Zmiany w technologii produkcyjnej, przekazu reklamowego czy druku, ale też szczególne zmiany w sprzedaży - spora część sprzedaży przeniosła się do Internetu i to są zmiany, które spowodowały kryzys w niektórych firmach, które nie zdążyły wprowadzić innowacyjnych sprzedaży czy też technologii produkcyjnych”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

„Tak, przede wszystkim informatyzacja i szybkość wymiany informacji. (Moderator: Jaki mają wpływ?) Bardzo dużo, podnoszą koszty funkcjonowania każdej firmy, ponieważ wszelkie usługi IT są dosyć kosztowne. Z drugiej strony na pewno przepływ informacji, wymiana informacji, zleceń i ich dokładność podniosła się”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

„Ciężko nie zauważyć że przedsiębiorca wiele rzeczy może załatwić dzisiaj bez wychodzenia z domu i sprawy w urzędzie skarbowym i z ZUS-em można załatwić przez Internet. To zdecydowanie na plus, aczkolwiek i z tym czasami bywają problemy. Sami mamy problem że w powiatowym urzędzie pracy na portalu praca.gov.pl od prawie roku musimy zmienić administratora żeby móc się zalogować do tego systemu i nie wychodzi na razie, nie możemy się z urzędem dogadać, nie jest to sprawa życia i śmierci, dlatego trwa to tak długo, można to załatwić w 15 min telefonem, ale trwa to już 12 miesięcy. Tego typu problemy się czasami zdarzają. Ale ogólnie jest to sytuacja ułatwiająca biznes, nie trzeba w miesiącu jechać do ZUS-u i składać papierów osobiście. Po za tym to nie, nadal jak Polskie prawo podatkowe jak było skomplikowane, tak dalej jest skomplikowane i zmiany jeżeli się pojawiają to mam wrażenie że komplikują sytuację, a nie ja upraszczają”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

„Na pewno są pozytywne zmiany, jest większy dostęp do innowacji, same też wprowadzają innowacje. Początkowo te przedsiębiorstwa działały na zasadzie zakupu starych technologii, maszyn z upadających firm. W tej chwili te przedsiębiorstwa zakupują nowej generacji maszyny i wprowadzają innowacje”

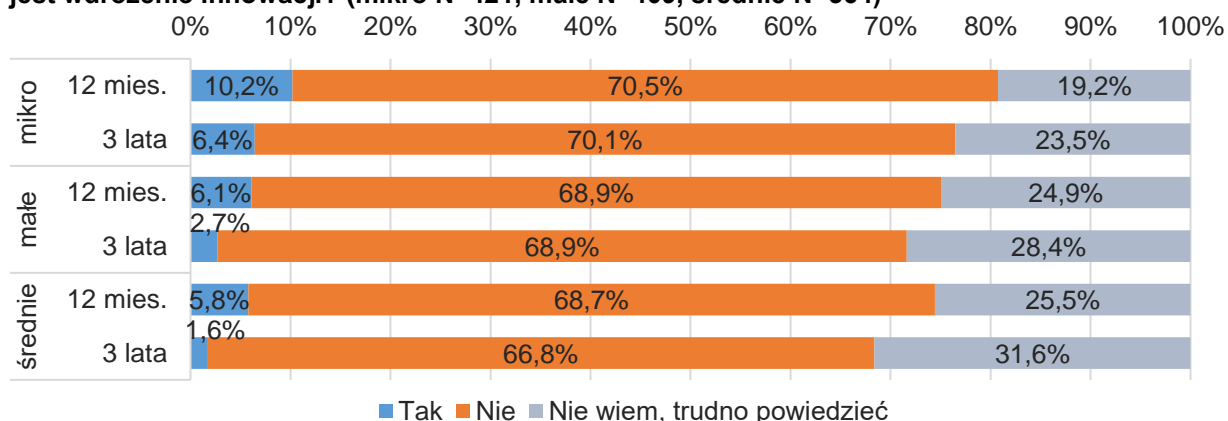
Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

Plany w zakresie wdrażania innowacji w perspektywie kolejnych 12 miesięcy i 3 lat

W „Raportcie o sytuacji mikro, małych i średnich firm w roku 2018” przygotowanym dla PKO Bank Polski pokazane zostały plany badanych przedsiębiorstw dotyczące innowacji w ciągu najbliższych 12 miesięcy. Wdrożenie innowacji produktowych planowało wówczas 20%⁹² badanych podmiotów z sektora MŚP w Wielkopolsce, z kolei innowacje procesowe planowało 13%⁹³ spośród tych przedsiębiorstw⁹⁴. Zdecydowana większość badanych podmiotów zamierzała przeznaczyć na wdrażane innowacje środki własne (86%). Znacznie mniejszy odsetek planował wykorzystać w tym celu kredyt bankowy (12%), dotacje (12%) i leasing (10%).

Bez względu na wielkość przedsiębiorstwa, większość ankietowanych nie planuje wdrożenia innowacji w swoich firmach, co może wynikać z faktu, iż dotychczas dominująca grupa respondentów nie miała takiej potrzeby. Brak planów odnośnie wdrażania innowacji w niedalekiej przyszłości może również być związany z obawami respondentów dotyczącymi skutków przestoju gospodarczego – jak zauważono wcześniej, przedsiębiorcy mają obecnie inne priorytety i głównie dążą do stabilizacji i utrzymania się na rynku. Niemniej jednak z deklaracji badanych przedsiębiorców wynika, iż jeśli mają w planach wdrożenie innowacyjnych rozwiązań to nieco częściej plany te obejmują perspektywę krótkoterminową aniżeli długoterminową. Znaczny odsetek ankietowanych przedsiębiorców nie potrafił określić swojego stanowiska w tej kwestii.

Wykres 35. Czy w perspektywie kolejnych 12 miesięcy oraz 3 lat w przedsiębiorstwie planowane jest wdrożenie innowacji? (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Wśród mikroprzedsiębiorstw z branży rolniczej dostrzega się chęć wdrożenia innowacji w najbliższej perspektywie, z kolei u średnich przedsiębiorców zauważono taką tendencję w branży handlowej. Małe firmy z Poznania w najbliższym roku planują wdrożyć innowacje częściej niż w innych regionach, zależność tą można zaobserwować także wśród wskazań udzielonych od mikroprzedsiębiorców z podregionu kaliskiego i konińskiego.⁹⁵ Wdrożenie innowacji w kolejnych 12 miesiącach jest zróżnicowane ze względu na okres funkcjonowania firm. Wśród mikroprzedsiębiorstw częściej wdrożenie nowych rozwiązań deklarowały firmy prowadzące działalność do 5 lat oraz od 10 do 15 lat. Małe firmy, które częściej planują takie działania to podmioty funkcjonujące od 1 do 5 lat, natomiast średnie firmy - głównie podmioty istniejące od 5 do 15 lat. Znaczenie ma także kapitał założycielski, gdyż plany wdrożenia innowacji częściej deklarują firmy z częściowo kapitałem polskim i zagranicznym.

W małych firmach w perspektywie 3 lat częściej niż w mikro i średnich planowane jest wdrożenie innowacji produktowych i procesowych. Wśród uczestników badania ilościowego w ciągu 12 miesięcy

⁹² Najwięcej w regionie poznańskim – 44%

⁹³ Najwięcej w regionie poznańskim – 20%

⁹⁴ „Raport o sytuacji mikro, małych i średnich firm w roku 2018”, PKO Bank Polski Warszawa 2019, s. 580

⁹⁵ Dane zaprezentowano w aneksie

innowacje procesowe zostaną wprowadzone częściej niż w co drugiej średniej firmie, natomiast innowacje produktowe w mikro i małych przedsiębiorstwach. W małych i średnich firmach środki własne wykorzystane do wdrożenia innowacji będą częściej wykorzystywane za 3 lata niż w ciągu najbliższego roku. Ponadto w średnich firmach w krótszej perspektywie będą wykorzystywane dotacje i środki zewnętrzne.

Tabela 22. Czy w perspektywie kolejnych 12 miesięcy oraz 3 lat w przedsiębiorstwie planowane jest wdrożenie innowacji? (N zaprezentowane w tabeli) Proszę wskazać, które środki finansowe będą wykorzystywane do wdrożenia innowacji w kolejnych 12 miesiącach oraz 3 latach? (N zaprezentowane w tabeli)

Wyszczególnienie	mikro		małe		średnie	
	12 mies.	3 lata	12 mies.	3 lata	12 mies.	3 lata
Typy innowacji						
Innowacje produktowe	60,5%	44,4%	60,0%	72,7%	42,9%	50,0%
Innowacje procesowe	39,5%	48,1%	36,0%	54,5%	57,1%	50,0%
Innowacje organizacyjne	20,9%	11,1%	28,0%	9,1%	33,3%	0,0%
Innowacje marketingowe	16,3%	18,5%	20,0%	9,1%	4,8%	16,7%
Środki finansowe wykorzystane do wdrożenia innowacji						
Środki własne	88,4%	88,9%	80,0%	100,0%	66,7%	83,3%
Kredyty, pożyczki	11,6%	18,5%	8,0%	18,2%	23,8%	16,7%
Dotacje, środki zewnętrzne	20,9%	18,5%	20,0%	27,3%	28,6%	0,0%
Sprzedaż udziałów w firmie	0,0%	0,0%	4,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Inne	0,0%	0,0%	4,0%	0,0%	0,0%	0,0%
N	43	27	25	11	21	6

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI, możliwość wskazania wielokrotnej odpowiedzi

Znaczenie wdrażania poszczególnych typów innowacji dla rozwoju sektora MŚP w regionie

Jak wskazano w „Strategii rozwoju województwa wielkopolskiego do 2030 roku” głównymi kierunkami innowacyjności proponowanymi przez władze samorządowe są: cyfryzacja i wykorzystanie jej do optymalizacji produkcji, dostaw i oferowanych usług, a także usprawnienie rolnictwa przy wykorzystaniu tzw. smart farming. Drugim z głównych kierunków są działania w kierunku ekotechnologii i bezemisyjności. Wprowadzenie przez przedsiębiorstwa tego rodzaju rozwiązań może przynieść ogromne zainteresowanie dla sektorów usług, w których kontrahenci cenią dbałość o środowisko.

Wskazane kierunki działań mogą się odnosić do wszystkich rodzajów wdrażanych innowacji (tak produktowych, procesowych, organizacyjnych, jak i marketingowych). Dla podmiotów mikro, małych oraz średnich ogromną szansę upatruje się w otwarciu na nowe rynki i we współpracy międzynarodowej, która pozwala na pozyskanie nowej wiedzy i technologii oraz, w przypadku eksportu, zwiększonych przychodów⁹⁶.

Uczestnicy w wywiadach nie potrafili jednoznacznie wskazać, który rodzaj innowacji ma największe znaczenie, ponieważ uważali, że wdrażane innowacje są ze sobą ściśle powiązane. Tym samym często wszystkie typy innowacji występują łącznie, zwłaszcza w przedsiębiorstwach produkcyjnych. W przedsiębiorstwach usługowych zastosowanie mają przede wszystkim innowacje organizacyjne oraz marketingowe.

„Są ściśle powiązane, bo jeżeli mówimy o innowacji produktowej to związane jest z innowacją zarządzania i wszystkimi innymi. To są czynniki powiązane. Natomiast, jeżeli w firmie nie za funkcjonuje myślenie innowacyjne i nie będą działania na innowację produktową, usługową to nie pójdzie za tym reszta”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

⁹⁶ Strategia rozwoju województwa wielkopolskiego do 2030 roku, Zarząd Województwa Wielkopolskiego, Poznań 2020 r.

„Wydaje mi się, że wszystkie mają znaczenie, ciężko tutaj wybrać jedną konkretną. Wszystkie te innowacje usprawniają prace. Procesowe pozwalają usprawnić proces na przykład coś jest produkowane szybciej, a co za tym idzie - taniej. Organizacyjne też, bo usprawniają te procesy a co za tym idzie, ta produkcja jest bardziej wydajna, tańsza i szybsza gdzie o to w tym wszystkim chodzi.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu

Współcześnie nie wystarczają już rozwiązania przypadkowe, konieczne staje się tworzenie warunków sprzyjających innowacjom i systematycznemu ich poszukiwaniu. Przewagi konkurencyjnej należy upatrywać przede wszystkim w zdolności do bycia innowacyjnym, do ciągłego podnoszenia jej poziomu i uzyskiwania dzięki temu odpowiedniej efektywności. Również takiego zdania byli uczestnicy wywiadów, którzy przyznali, iż dla wielkopolskich przedsiębiorców sposobem na osiągnięcie sukcesu jak i budowaniu silnej gospodarki jest wykorzystanie innowacyjności produktowo-procesowej.

„Technologiczny. Patrząc na Wielkopolskę, to zdecydowanie innowacyjność technologiczna, powiększanie tego zaplecza technologicznego. Jednak przedsiębiorstwa mają obawę wprowadzając innowacyjność technologiczną, zmniejszając przy tym zasób ludzki bo pracownicy generują w tej chwili największe koszty i jest problem z pracownikami. Te innowacje idą przede wszystkim w tym kierunku, aby zmniejszyć zatrudnienie w zakładach pracy”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

„Pod względem podniesienia innowacyjności gospodarki musimy mówić o innowacji na poziomie produktowym. Epidemia spowodowała, że przedsiębiorcy w tej chwili są bardziej skłonni i świadomi tego, że trzeba wdrażać innowacje na poziomie organizacyjnym i marketingowym dlatego, że trochę ta działalność przyniosła inny kierunek rozwoju. Natomiast z punktu widzenia podnoszenia innowacyjności kraju i gospodarki musimy mówić o innowacjach produktowo procesowych”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu

„Najwięcej innowacji wdrożonych przez firmy chociażby z sektora spożywczego czy firmy które zrzeszone były w inicjatywach klastrowych były to innowacje produktowe, które pozwoliły firmie budować unikatową ofertę produktową oraz silnie wyróżniać firmę w kontekście budowania marki oraz innowacje procesowe, które usprawniają procesy wytwarzanie produktów usług. Te innowacje uważam jako najbardziej wiodące i zauważalne w aspekcie wdrażania ich w sektorze MŚP w Wielkopolsce.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

Czynniki decydujące o poziomie adaptacyjności rozwiązań innowacyjnych przez firmy z sektora MŚP

Czynnikiem, które należy uznać za niezbędne w kontekście adaptowania rozwiązań innowacyjnych w mikro, małych i średnich firmach są: wiedza i doradztwo w zakresie rozwiązań innowacyjnych, wiedza na temat możliwości pozyskiwania funduszy przeznaczonych na innowacje, umiejętności techniczne oraz upowszechnienie informacji na temat sukcesu wynikającego z zastosowania innowacji przez konkurencję. W zdobyciu ww. informacji oraz umiejętności dużym wsparciem dla podmiotów gospodarczych są m.in. instytucje otoczenia biznesu (które ze względu na różnorodność działania oferują szeroki zakres wsparcia). Przez długi czas dostęp do rozwiązań innowacyjnych dotyczył głównie największych i najbogatszych podmiotów. Dzięki licznym działaniom pomocowym, z jakich mogą aktualnie korzystać firmy z sektora MŚP, dostęp do innowacji staje się dużo łatwiejszy⁹⁷.

⁹⁷ Rola otoczenia biznesu we wspieraniu przedsiębiorczości i innowacyjności gospodarki. Przykład Wielkopolski., J. Dominiak, [w:] 2016/12. Przedsiębiorczość – Edukacja, s. 98–113

Na poziom adaptacji rozwiązań innowacyjnych składa się typ sektora i rynku, warunki regionalne i lokalne, otoczenie ekonomiczne, technologiczne, polityczno-prawne, społeczno-kulturowe i ekologiczne. Jak wynika z badania jakościowego, barierą decydującą o niskim poziomie adaptacyjności rozwiązań innowacyjnych jest brak wykwalifikowanego personelu. W opinii badanych, osoby kreatywne są dzisiaj jednym z najcenniejszych zasobów jakie firma może posiadać, gdyż to dzięki nim następuje rozwój i wzrost poziomu innowacyjności organizacji. Niejednokrotnie problemem są również kwestie organizacyjne w firmie.

„Uwarunkowania naukowe - trudno mi się wypowiedzieć. Wiem, że w Wielkopolsce, Politechnika Poznańska jest jedną z lepszych uczelni technicznych w Polsce ale wiem, że wiele osób wyjeżdża, po prostu, uczyć się tutaj i wyjeżdżają za granicę i ich tracimy.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem przedsiębiorstw z sektora MŚP

Przystosowanie rozwiązań innowacyjnych w przedsiębiorstwach jest także utrudnione z powodu braku dodatkowych środków na rozwój oraz ze względu na fakt, że projekty te wiążą się na ogół z dużym ryzykiem. Nie każde bowiem przedsięwzięcie tego rodzaju kończy się wytworzeniem nowego produktu lub usługi przynoszącej spodziewane zyski.

„Wszystko się rozbija o pieniądze. Jak firma ma zbyt na swoje produkty, zarabia, to każde przedsiębiorstwo jest zainteresowane innowacyjnością, wprowadzeniem zmian, ulepszaniem, szkoleniem pracowników. Do tego nie trzeba ani przymuszać przedsiębiorców ani w żaden sposób ustawowy nakłaniać. Każde przedsiębiorstwo by to robiło. Ale jeśli nie ma pieniędzy to nie można wprowadzać innowacji. My byśmy u siebie wprowadzili innowacje, gdybyśmy mieli pieniądze, nasza branża to studnia bez dna.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem przedsiębiorstw z sektora MŚP

„Możliwość dofinansowania tego, jeżeli są środki na to że firma może spróbować czegoś nowego, jakiegoś nowego produktu i dostanie na to środki i jeszcze może obliczyć warunkowania podatkowe to wpływa to bardzo znacznie że coraz chętniej są te innowacje wprowadzane”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu

„Najbardziej chyba uwarunkowania ekonomiczne. Wiadomo, że to rozwiązanie innowacyjne usprawni ten proces dla danej firmy, ale właśnie ze względów ekonomicznych no to też jest to dla nich często trudna decyzja czy coś takiego wprowadzać do swojej firmy”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu

W dobie pandemii każda firma walczy o utrzymanie swojej firmy na konkurencyjnym rynku i mierzy się z barierami rozwoju technologicznego. Konsekwencją tych codziennych zmagania jest odkładanie na drugi plan tematyki innowacji i długofalowej strategii. O powodzeniu wdrażania w przyszłości innowacyjnych rozwiązań decydują w dużym stopniu wysoka świadomość przedsiębiorcy w zakresie dostępnych źródeł finansowania, wsparcia instytucjonalnego, kompetencje właściciela firmy oraz większa otwartość przedstawicieli sektora nauki.

„W pierwszej kolejności uważam, że jest to czynnik ekonomiczny, czyli posiadanie kapitału własnego na rozwój innowacji, czy też możliwość korzystania z funduszy unijnych, dostępność do kapitału w postaci kredytu. Tutaj w dobie koronawirusa ten czynnik może być czynnikiem hamującym. Kolejnym czynnikiem jest dostępność do infrastruktury, na przykład firmy branży spożywczej potrzebują laboratoriów badawczych czy też kadry wysoko specjalistycznej i tutaj w niektórych obszarach zarówno z infrastrukturą jak i również kadrą wysoko specjalistyczną może być problem.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

„Na pewno ich wiedza i dostępność do wiedzy o innowacjach przy współpracy z firmami, które mogą przekazać tę informację z uczelniami, teraz bardzo duży mamy problem z współpracą

sektora MŚP z uczelniami, naukowcami i na pewno ten dostęp do wiedzy o tym jakie są innowacyjne rozwiązania jest kluczowy.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

Pandemia była okolicznością nieoczekiwaną, która w znacznym stopniu utrudniła, a w niektórych przypadkach całkowicie uniemożliwiła prowadzenie działalności wielu firmom. Wprowadzone obostrzenia niejednokrotnie wymusiły na przedsiębiorcach wprowadzenie pewnych innowacyjnych działań umożliwiających przetrwanie przedsiębiorstwa w tym okresie (np. wprowadzenie pracy zdalnej dotychczas nie stosowanej). Zważywszy na możliwość wystąpienia takiej sytuacji w przyszłości oraz uwzględniając ryzyko, jakie ze sobą niesie warto aby firmy uwzględniały w swoich strategiach działania (z uwzględnieniem specyfiki typu firmy) rozwiązania możliwe do zastosowania w takiej sytuacji.

Działania, jakie są oraz powinny być podejmowane w celu promowania i wdrażania innowacji w sektorze MŚP w regionie

Województwo wielkopolskie podejmuje szereg działań, które mają zachęcić podmioty gospodarcze do wdrażania innowacji. W celu umożliwienia rozwoju firm z sektora MŚP przygotowywane są tereny inwestycyjne, które likwidują ograniczenia terytorialne dla rozwoju działalności. Działania obejmują także organizację targów, podczas których poszczególne podmioty oraz instytucje mają możliwość prezentacji różnych rozwiązań, wystaw promujących region czy międzynarodowych konferencji. Ważną rolę odgrywa w tej kwestii możliwość wykorzystania obiektu Międzynarodowych Targów Poznańskich. W regionie podejmowane są także liczne inicjatywy klastrowe nastawione na zjednoczenie przedsiębiorstw w celu nawiązania współpracy w prowadzonej działalności. Samorząd województwa planuje ponadto wdrożenie działań nakierowanych na rozwój instytucji otoczenia biznesu, które mają stanowić dla mikro, małych oraz średnich firm wsparcie w pozyskiwaniu wiedzy, umiejętności technicznych, a także funduszy niezbędnych do rozwijania działalności proinnowacyjnej. W opracowywaniu własnych nowoczesnych rozwiązań możliwe jest również nawiązywanie współpracy z instytucjami naukowymi, które w kolejnych latach mają być zachęcane do kooperacji ze sferą biznesu⁹⁸.

Polscy przedsiębiorcy wciąż mają wątpliwości, czy warto inwestować w innowacje, dlatego ważnym jest aby na bieżąco informować właścicieli firm czym są innowacje oraz w jaki sposób wpływają na rozwój przedsiębiorstwa. Najlepszym na to sposobem jest zaprezentowanie dobrych praktyk, czy organizacja targów i konferencji poświęconych tej tematyce. Jak przyznali przedstawiciele podmiotów wspierających rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa takie akcje są aktualnie prowadzone w regionie.

„Myślę, że duża pula środków pomocowych czy grantów powinna być uruchomiona na targi i wystawiennictwo. Wówczas firmy mogłyby pokazywać te rozwiązania innowacyjne, które zostały z sukcesem wdrożone w firmach. Dzielenie się dobrymi praktykami w formie konferencji czy też prowadzenie bardzo skutecznej współpracy w środowisku akademickim. Na pewno są to aktualne działania, które są prowadzone w zakresie promowanie działań innowacyjnych.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

„Nic bardziej nie poprawia zainteresowania przedsiębiorcy wdrażaniem innowacji niż zobaczenie naocznie tych rozwiązań. To co robi województwo, czyli organizowanie wyjazdów studyjnych, misji gospodarczych, jest dobrym kierunkiem, aby wносить w przedsiębiorcach potrzebę wdrażania innowacyjnych rozwiązań.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

⁹⁸ Strategia rozwoju województwa wielkopolskiego do 2030 roku, Zarząd Województwa Wielkopolskiego, Poznań 2020 r.

Działania jakie powinny być podejmowane w celu dalszego wdrażania innowacji w sektorze MŚP w województwie wielkopolski powinny być ukierunkowane na finansowanie innowacji oraz dalszej promocji. Jednym z wymienionych sposobów były wszelkiego rodzaju ulgi podatkowe oraz specjalistyczna pomoc przy wypełnianiu wniosków o dofinansowania.

„Czynnikiem, który mógłby najbardziej zachęcić firmy sektora MŚP do wdrażania innowacji byłyby to zachęty fiskalne, które pozwalałyby uzyskać realne oszczędności podatków dochodowych z tytułu prowadzonej i podejmowanej działalności innowacyjnej. Te zachęty fiskalne uważam za czynnik, który mógłby być prorozwojowy.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

„Żeby skłaniać przedsiębiorców, uświadamiać ich że muszą się rozwijać, należałoby wprowadzać takie instrumenty finansowe, żeby przedsiębiorcy mogli te swoje często ryzykowne pomysły wdrażać żeby dostęp do tego kapitału był większy. Dlatego, że co nam z tego, że my na jeden okres programowania, mieliśmy jeden konkurs dotacyjny, w którym wpłynęło 1000 wniosków a dotacji było na 200. Natomiast oczywiście programy krajowe, które są dostępne dla przedsiębiorców, są często tak skomplikowane, że nie oceniamy pomysłów, czy przedsiębiorca wdraża coś fajnego tylko oceniamy jego zdolność do przygotowania dokumentacji.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu

W opinii uczestników wywiadów kluczową rolę w perspektywie kolejnych lat będzie miało zapewnienie odpowiedniej infrastruktury informacyjnej i informatycznej ułatwiającej przedsiębiorcom MŚP zdobywanie wiedzy na temat możliwości podejmowania działań innowacyjnych. Działania te zwiększą świadomość lokalnych przedsiębiorców, a prezentacja dobrych praktyk napędzi do działania. Innowacje to nie tylko wielkie inwestycje technologiczne, to także usprawnianie zarządzania czy procesów wytwórczych. Zdaniem badanych, aktualnie nie wszyscy przedsiębiorcy wiedzą czym są innowacje oraz w jaki sposób mogą pozyskać środki na ich rozwój.

„Ja myślę że tutaj jest rola informacyjna, największe pole informacyjne instytucji ogłaszających konkursy czy jednostek samorządu, żeby jakimiś drogami komunikować przedsiębiorcą że istnieje tego typu działka. Czy to ma być reklama telewizyjna, prasowa, chociaż czasopisma schodzą z listy najskuteczniejszych metod dotarcia do odbiorców, może internetowa, radiowa. Żeby w jakiś sposób również odczarować tą innowację, żeby przedsiębiorcy nie myśleli tylko i wyłącznie w takich kategoriach, że innowacyjnym jest tylko budowa promu kosmicznego.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu

„Wydaje mi się, że szkolenia czy akcje promocyjne, które by pokazały że to nie jest takie trudne albo spotkania z przedsiębiorcami i pomaganie w wypełnianiu tych wszystkich dokumentów.”

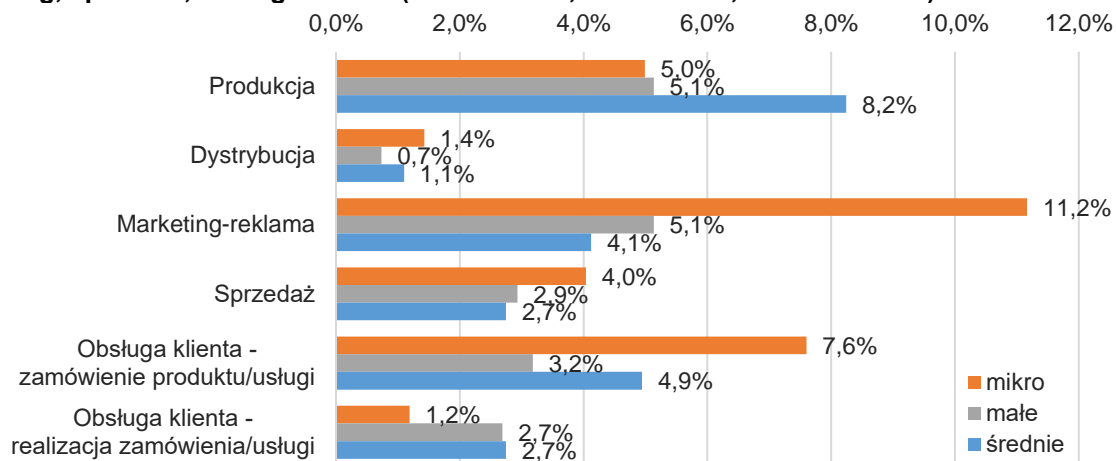
Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu

Poziom wykorzystania nowoczesnych technologii w ramach prowadzenia przedsiębiorstwa

Przeprowadzone badania własne wskazują na to, że poziom wykorzystania nowoczesnych technologii w przedsiębiorstwach sektora MŚP, to domena firm mikro, które korzystają z nowej technologii przede wszystkim w marketingu i reklamie (11,2% wskazań, w porównaniu do 5,1% w małych i 4,1% w średnich przedsiębiorstwach) oraz w obsłudze klienta przy zamawianiu produktu bądź usługi (7,6% odpowiedzi, w porównaniu do 3,2% w małych i 4,9% w średnich firmach). Przeważają one również pod tym względem w sprzedaży, chociaż w tym przypadku wykorzystanie zasobów technologicznych nie jest na wysokim poziomie (odpowiednio 4% dla mikrofirm, 2,9% dla małych i 2,7% dla średnich). Średnie przedsiębiorstwa natomiast przeważają w tym zakresie w produkcji (8,2%, w porównaniu do ok. 5% odpowiednio w małych i średnich przedsiębiorstwach). Zarówno w obsłudze klienta przy realizacji

zamówienia, jak i w dystrybucji, wykorzystanie nowoczesnych technologii jest niewielkie bez względu na wielkość firmy.

Wykres 36. Poziom wykorzystania nowoczesnych technologii w ramach prowadzenia przedsiębiorstwa, z uwzględnieniem następujących obszarów: produkcja, dystrybucja, marketing, sprzedaż, obsługa klienta (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Uwzględniając branżę firmy, stwierdzono że z nowoczesnych technologii najczęściej korzystają mikrofirmy związane z branżą przemysłową (28,6%, wykorzystywane głównie w produkcji), handlem (14,4%, wykorzystywane głównie w marketingu i reklamie) oraz firmy usługowe (12,8% wykorzystywane głównie w marketingu i reklamie). W przypadku firm małych są to najczęściej przedsiębiorstwa związane z handlem (12,8%, wykorzystywane głównie w marketingu i reklamie), a w przypadku średnich firmy przemysłowe (19,7%, wykorzystywane głównie w produkcji) i budowlane (11,1%, wykorzystywane głównie w obsłudze klienta przy zamówieniach).

Biorąc pod uwagę poszczególne podregiony, technologie wykorzystują przede wszystkim mikrofirmy z Poznania i podregionu kaliskiego w marketingu i reklamie (odpowiednio 14,2% i 13,6%) oraz w obsłudze klientów przy zamówieniach produktów czy usług (odpowiednio 10,6% i 13,6%). Zasoby te wykorzystywane są również w marketingu i reklamie w mikroprzedsiębiorstwach podregionów: leszczyńskiego, pilskiego i poznańskiego (odpowiednio 11,9%, 11,4% oraz 10,3%). W małych przedsiębiorstwach stopień wykorzystania nowych technologii jest znacznie niższy, najwyższy poziom notuje się w marketingu i reklamie w podregionie konińskim oraz w produkcji w Poznaniu (odpowiednio 8,9% i 8,2%). Jeśli chodzi o średnie firmy, najczęściej wykorzystują one te zasoby w produkcji w podregionie leszczyńskim i poznańskim (po ok 12% wskazań) oraz w marketingu i reklamie w podregionie kaliskim (10,4% odpowiedzi).

Wielkopolskie Startupy

Startup można zdefiniować jako *niezależne przedsięwzięcie biznesowe, bazujące na innowacji, którego celem jest dynamiczny rozwój w oparciu o rozwiązanie ważnego problemu poprzez stworzenie nowego produktu, usługi czy rozwiązania, funkcjonujące w znaczącej niepewności w odniesieniu do czynników wewnętrznych, jak i zewnętrznych*⁹⁹. Tego rodzaju przedsięwzięcia mają ogromny wpływ zarówno na życie gospodarcze, jak i społeczne. Specyfika działalności startupów powoduje, że tylko nieliczne z nich przeobrażają się w dojrzałe firmy. Tego rodzaju podmioty stanowią jednak bardzo ważny element gospodarki kraju i regionu, które generują zyski na wielu różnych płaszczyznach¹⁰⁰:

⁹⁹ „Co to jest startup? Czy każda nowa firma to startup?”, M. Malec <https://www.private-equity.pl/co-to-jest-startup/> [dostęp na dzień: 17.07.2020]

¹⁰⁰ Diagnoza ekosystemu startupów w Polsce, Deloitte, Czerwiec 2016 r., s. 85-86

- 1) Przyczyniają się do wytwarzania wartości dodanej w gospodarce, dzięki czemu biorą udział w tworzeniu PKB;
- 2) Wpływają na podniesienie stanu finansów publicznych, z uwagi na odprowadzane podatki;
- 3) Generują nowe miejsca pracy, szczególnie dla osób młodych;
- 4) Stanowią ważne źródło dochodów gospodarstw domowych;
- 5) Podnoszą zasoby kapitału ludzkiego poprzez zachęcanie pracowników do podnoszenia posiadanej wiedzy, umiejętności i kwalifikacji w dynamicznie rozwijających się kierunkach;
- 6) Swoją działalnością innowacyjną przyczyniają się do tworzenia kultury dzielenia się wiedzą i rozwoju działalności kolejnych podmiotów gospodarczych, prowadząc do powstawania efektów zewnętrznych innowacji;
- 7) Podnoszenie jakości życia dzięki tworzeniu produktów i usług, które dają korzyści w wielu obszarach funkcjonowania ludzi (np. zdrowie i życie ludzi, stan środowiska naturalnego, komunikacja, oszczędność zasobów, itd.).

Badanie przeprowadzone przez firmę Deloitte w 2016 roku pozwoliło na stworzenie modelu dojrzałości ekosystemu startupów, który obejmuje pięć głównych zakresów: finansowanie, regulacje prawne, kapitał ludzki i społeczny, a także otoczenie instytucjonalne. Zgodnie z uzyskanymi wynikami Polska uzyskała stopień dojrzałości o wartości 1,93 na 4 stopniowej skali. Najwyżej oceniono regulacje prawne (2,55) i otoczenia instytucjonalne (2,5), na trzecim miejscu znalazł się kapitał ludzki (2,27), a najniższe noty przypadły na dostępność finansowania (1,68) i kapitał społeczny (1,5).

Tabela 23. Słabe strony obszarów modelu dojrzałości ekosystemu startupów w Polsce

Obszar modelu	Obszar modelu
Regulacje prawne	<ul style="list-style-type: none"> • Niewystarczająca przejrzystość systemu podatkowego; • Zbyt długi czas potrzebny na założenie działalności gospodarczej. • Niska efektywność wsparcia publicznego dla działalności badawczo-rozwojowej;
Otoczenie instytucjonalne	<ul style="list-style-type: none"> • Brak długotrwałych i skoordynowanych działań samorządów na rzecz rozwoju środowiska startupowego; • Niski poziom współpracy jednostek B+R ze sferą biznesu;
Kapitał ludzki	<ul style="list-style-type: none"> • Niskie poziom aplikacyjności kształcenia akademickiego związany z dużą liczbą studentów kierunków inżynierskich; • Niska produktywność pracy;
Dostępność finansowania	<ul style="list-style-type: none"> • Niski poziom oszczędności w gospodarce; • Niewielka liczba funduszy venture capital oraz aniołów biznesu; • Brak zachęt fiskalnych do inwestowania w startupy; • Brak możliwości korzystania z szerszej liczby schematów finansowania (np. option pool);
Kapitał społeczny	<ul style="list-style-type: none"> • Niski poziom zaufania; • Brak umiejętności współdziałania; • Niechęć i obawa do podejmowania ryzyka; • Brak otwartości do dzielenia się wiedzą; • Niski poziom zaangażowania w życie społeczne.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie Diagnozy ekosystemu startupów w Polsce, Deloitte, czerwiec 2016 r.

Z danych przedstawionych w raporcie PARP z roku 2019 wynika, że wsparcie ekosystemu startupów ma kluczowe znaczenie dla podniesienia ich roli w rozwoju gospodarki lokalnej, krajowej i międzynarodowej. Zgodnie z wypowiedziami przedstawicieli polskich startupów główną barierą rozwoju ich działalności jest niewystarczający poziom kompetencji związanych z organizacją i zarządzaniem firmą, które są niezbędne do rozpoczęcia działalności, a także umiejętności zdobywania kapitału na rozpoczęcie działalności. Z tego względu za kluczowe działania uważają oni wzmocnienie kapitału ludzkiego oraz kapitału społecznego, w tym dostępność kształcenia, rozwój kreatywności i umiejętności planowania własnych pomysłów biznesowych u osób młodych, jak również zachęcanie

ich do samorozwoju w zakresie wiedzy branżowej i specjalistycznej, niezbędnej do rozpoczęcia i rozwoju działalności¹⁰¹.

W kontekście wspierania startupów niezwykle istotny jest również aspekt dotyczący wsparcia finansowego. Jak wynika z opracowania Międzynarodowego Centrum Handlu (*International Trade Centre*), startupy w kraju rozwijającym się często poszukują kapitału początkowego w kwotach zbyt niskich dla dużych międzynarodowych funduszy inwestycyjnych, co wpływa na potrzebę znalezienia prywatnych inwestorów. Przedstawienie atrakcyjnej okazji inwestycyjnej ma kluczowe znaczenie dla przyciągnięcia uwagi inwestorów. Aby robić to skutecznie, mniejsze firmy muszą skupić się na stworzeniu właściwego biznesplanu, zwiększając tym swoją widoczność. Zrozumienie ryzyka z perspektywy prywatnych inwestorów również może w znaczący sposób pomóc przewidzieć obawy, które mogą się pojawić, gdy inwestorzy sprawdzą możliwości inwestycyjne. Do najważniejszych kategorii ryzyka należą ryzyka rynkowe, operacyjne, finansowe, regulacyjne i cybernetyczne. Różne kombinacje wymienionych aspektów odgrywają rolę, gdy inwestorzy oceniają konkretną inwestycję. Praktycznie we wszystkich przypadkach małe firmy muszą przekonać inwestorów, że potrafią ocenić ryzyko rynkowe i operacyjne¹⁰².

Według danych Fundacji Startup Poland w roku 2018 Poznań zajmował 4 pozycję wśród miast o największej liczbie start-upów w kraju. Respondenci uczestniczący w badaniu realizowanym przez Fundację, których siedziba firmy zlokalizowana była w Poznaniu stanowili 6% ogółu badanych (podobnie jak osoby z Trójmiasta i Lublina). Czołówkę stanowiły Warszawa (29%), Wrocław (12%) oraz Kraków (10%)¹⁰³. O silnej pozycji stolicy Wielkopolski, jako ośrodka start-upowego świadczy liczba oraz znaczenie startupów, takich jak Legimi, IC Solutions czy jakdojade.pl. Na terenie Poznania działają ponadto różnego rodzaju fundusze inwestycyjne, a także liczne instytucje otoczenia biznesu (m.in. Poznański Park Naukowo-Technologiczny czy inkubatory przedsiębiorczości). Społeczność start-upowa wspierana jest również przez władze samorządowe¹⁰⁴.

Wyniki badania zrealizowanego przez Startup Poland w roku 2019 wskazują, że 38% startupów, których siedziba zlokalizowana była w Poznaniu, posiadała klientów zagranicznych¹⁰⁵. Z badania wynika również, że w Poznaniu odnotowano drugi największy w kraju przyrost, jeśli chodzi o liczbę osób zatrudnionych w startupach (68%)¹⁰⁶, co świadczy o dynamicznym rozwoju tych podmiotów.

Z danych Deloitte wynika, że obszarem działania start-upów w Polsce są przede wszystkim: ICT oraz transformacja cyfrowa, a także przemysł kreatywny i multimedialny¹⁰⁷. Podobne dziedziny działalności można zauważyć wśród podmiotów działających na terenie województwa wielkopolskiego. Fundacja Startup Poland w roku 2017 za kluczowe w regionie startupy uznała 12 przedsięwzięć¹⁰⁸¹⁰⁹.

Zdania przedstawicieli podmiotów wspierających rozwój przedsiębiorczości, prowadzących działalność na terenie województwa wielkopolskiego lub w zakresie ponadregionalnym na temat tego, jakie znaczenie dla rozwoju gospodarczego regionu mają startupy działające w województwie wielkopolskim, były podzielone. Generalnie badani zgadzali się co do tego, że startupy są potrzebne, wspierają bowiem rozwój regionu dzięki wprowadzaniu innowacyjnych technologii czy rozwijaniu produktów. Ich znaczenie w Wielkopolsce nie jest jednak duże, przede wszystkim dlatego, że „prawdziwych” startupów nie jest tam wiele. Jak wskazuje jeden z respondentów:

¹⁰¹ Startupy w Polsce. Raport 2019, PARP, Warszawa 2019, s. 38

¹⁰² SME Competitiveness Outlook 2019, International Trade Center, Switzerland 2019 r., s. 19

¹⁰³ Polskie Startupy. Raport 2018, Fundacja Startup Poland, Warszawa 2018, s. 14

¹⁰⁴ „Polskie Startupy. Raport 2017”, Fundacja Startup Poland, Warszawa 2017, s. 64

¹⁰⁵ Polskie Startupy. Raport 2019, Startup Poland, Warszawa 2019, s. 86

¹⁰⁶ Polskie Startupy. Raport 2019, Startup Poland, Warszawa 2019, s. 118/119

¹⁰⁷ Diagnoza ekosystemu startupów w Polsce, Deloitte, Czerwiec 2016 r.

¹⁰⁸ „Polskie Startupy. Raport 2017”, Fundacja Startup Poland, Warszawa 2017, s. 64

¹⁰⁹ Dane zaprezentowano w aneksie

„Startupy, które działają w Wielkopolsce, działają w obszarze aglomeracji poznańskiej i mają zasadnicze znaczenie. Park przedsiębiorczości w Poznaniu wokół inkubatorów przedsiębiorczości. Niestety Startupów w tym pojęciu typowo Startupowym w pozostałych obszarach Wielkopolski, mamy bardzo mało. To jest ten problem. Ona świetnie prosperują, dają świetną szansę na rozwój w obszarze aglomeracji, niestety na obszarach tych krańcowych tutaj, na terenie województwa, te pojęcie typowo Startupowe, nie funkcjonuje.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

Część respondentów wskazywała, że rozszerzenie wykorzystywania definicji startupów, a co za tym idzie – wzrost ich liczby, zaburza konkurencyjność regionalnego rynku. Większość badanych wskazuje jednak, że w Wielkopolsce istnieje konieczność wsparcia i rozwijania działalności startupowej, mimo ryzyka, jakie wiąże się z prowadzeniem tego typu działalności.

„Na pewno muszą powstawać te start-upy i musi być miejsce, gdzie one będą powstawały, muszą być wspomagane. Są to firmy, które startują, mają fajny pomysł i nie wiadomo, czy to wypali czy nie, ale muszą być wspomagane. Młodzi ludzie mają szczególnie w Polsce wiele fantastycznych pomysłów, jesteśmy kreatywni i jesteśmy w stanie wielu na świecie pobić pod tym względem.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

Nie chodzi jednak tylko o wsparcie finansowe, ale i pozafinansowe – brakuje bowiem odpowiednio wykwalifikowanych inżynierów, programistów czy deweloperów aplikacji, którzy są niezbędni w przypadku tworzenia innowacyjnych rozwiązań. Większość przedstawicieli podmiotów wspierających rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu w województwie wielkopolskim zgadzała się co do tego, że startupy stanowią potencjalny obszar rozwoju województwa. Po pierwsze, mają szansę rozwinąć się w większe firmy, zwiększając tym samym zatrudnienie, zapotrzebowanie na półprodukty, a także ofertę oferowanych dóbr i usług. Po drugie, startupy dają możliwość ludziom młodym, kreatywnym i zdeterminowanym na stworzenie własnego biznesu, a tym samym pozwalają rozwinąć potencjał młodego pokolenia i odpowiedzieć na jego potrzeby, nieuwzględniane często przez firmy z wieloletnią tradycją. Ponadto, tego typu firmom zapewniono odpowiednie narzędzia, warunki i ulgi, które są jeszcze nie w pełni wykorzystanym potencjałem rozwoju. Dlatego też powinno się zwiększyć promocję startupów.

„To jest bardzo fajna forma, szczególnie dla osób młodych, duży zakres wsparcia, pomocy dla osób, które nie miały do czynienia z zakładaniem działalności gospodarczej. Tylko myślę, że w naszym regionie jest to za mało rozpropagowane. I tutaj rzeczywiście widziałabym większe pole do popisu, jeśli chodzi o rozpowszechnianie Start-upów i wspieranie.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu

Również w tej grupie badani wskazują ryzyko związane z prowadzeniem tego typu działalności i negatywny wpływ, jaki krótki czas działalności startupów może mieć na miejscową gospodarkę. Jak wskazał jeden z respondentów:

„Fajnie że powstają, ale psują rynek, dlatego, że często operują usługi za dużo niższe ceny, po roku, dwóch znikają z rynku z zepsutym rynkiem, przedsiębiorcy działający długotrwale mają określone koszty i prowadzące w miarę uczciwie swój biznes, okazuje się że zostają z zepsutym rynkiem, niskimi cenami za swoje produkty, usługi i jakoś muszą sobie radzić. Fajnie, że Start-upy są, ale często są to biznesy krótkotrwałe.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu

Podjęmowanie współpracy w prowadzonej działalności

Badanie zrealizowane na terenie województwa wielkopolskiego w roku 2012 wykazało średni poziom współpracy sektora MŚP z podmiotami otaczającymi biznes. Korzystanie z oferty urzędów pracy zadeklarowało wówczas odpowiednio 39,2% przedsiębiorstw, a 27,9% respondentów przyznało,

że współpracuje ze szkołami i uczelniami wyższymi. Urzędy pracy zostały pozytywnie ocenione za organizowanie staży dla bezrobotnych, aż 75% ankietowanych oceniło je dobrze lub bardzo dobrze¹¹⁰.

W ramach badania przeprowadzonego przez Joannę Dominiak z Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu w roku 2016 przedsiębiorstwa podzielone zostały na te znajdujące się w obszarach wzrostu i te z obszarów stagnacji gospodarczej. Do obszarów wzrostu zaliczone zostały: Poznań, Kalisz, Leszno, Konin (powiaty grodzkie) i powiat poznański (powiat ziemski), a do obszarów stagnacji z kolei powiaty: kaliski, pleszewski i słupecki (powiaty ziemskie).

Wyniki badania wykazały, że aż 71% firm z obszaru wzrostu korzystało z usług różnych podmiotów związanych z biznesem. W przypadku obszarów stagnacji było to 59% przedsiębiorstw. Z usług otoczenia biznesu najchętniej korzystały firmy znajdujące się w Poznaniu i powiecie poznańskim. Jest to spowodowane m.in. największą dostępnością tego rodzaju usług w dużych miastach. Dostęp do wsparcia sprzyja z kolei większemu zainteresowaniu przedsiębiorców, jak również posiadaniu informacji o usługach dla biznesu świadczonych przez różne instytucje i firmy. Wśród wskazanego odsetka przedsiębiorstw z obszaru wzrostu, prawie wszystkie (95%) korzystały z usług dla biznesu oferowanych przez inne firmy komercyjne. Wśród podmiotów tych dominują banki i instytucje pośrednictwa finansowego, a także firmy doradztwa finansowego i gospodarczego. Dużo mniej popularne były usługi świadczone przez IOB-y, w tym na instytucje gospodarcze oraz podmioty ze środowiska innowacyjnego. Wśród tych pierwszych najpopularniejsze były ośrodki szkoleniowo-doradcze, z których korzystało 20% badanych firm z obszaru wzrostu i tylko 10% z obszaru stagnacji. Z pozostałymi instytucjami, tj. m.in. władzami samorządowymi czy organizacjami gospodarczymi współpracowało tylko 10% przedsiębiorstw. Jeszcze mniejszym zainteresowaniem cieszyło się środowisko innowacyjne, czyli sfera badań i rozwoju, parki naukowo-technologiczne i centra transferu technologii, na współpracę z którymi zdecydowało się jedynie 5% badanych przedsiębiorstw.

Badanie pokazało, że firmy nawiązujące współpracę z instytucjami otoczenia biznesu, są z niej na ogół zadowolone. 65% ankietowanych przedsiębiorstw z obszaru wzrostu pozytywnie oceniło funkcjonowanie tych instytucji, a tylko 5% badanych oceniło je negatywnie. Co istotne, aż 92% spośród firm, które współpracują z instytucjami otoczenia biznesu to podmioty należące do sektora MŚP. Związane jest to m.in. z brakiem działów odpowiedzialnych za innowacje w tych firmach, w szczególności brakami w zakresie pracowników specjalizujących się w jednej dziedzinie, a co za tym idzie, koniecznością korzystania ze wsparcia zewnętrznego¹¹¹.

Pozytywne oceny współdziałania i dostępna podaż przedsiębiorstw chętnych do współpracy z podmiotami wspierającymi biznes, mogą świadczyć o tym, że kooperacja otoczenia biznesu z sektorem mikro, małych i średnich firm, w przyszłości będzie się rozwijać.

Zgodnie z wynikami badanie zrealizowanego na potrzeby niniejszego zamówienia firmy z sektora MŚP w większości nie podejmowały współpracy z innymi podmiotami.

Najczęściej działania w tym zakresie podejmowały firmy średnie. Współpracę nawiązywały one najczęściej z innymi firmami tej samej wielkości, ze szkołami średnimi i wyższymi oraz pozostałymi przedsiębiorstwami. Dominowały one również pod względem kooperacji z publicznymi służbami zatrudnienia i agencjami zatrudnienia.

Małe przedsiębiorstwa najczęściej współpracowały z innymi przedsiębiorstwami tej samej wielkości, pozostałymi firmami i szkołami. Podejmowanie wspólnego działania z publicznymi służbami

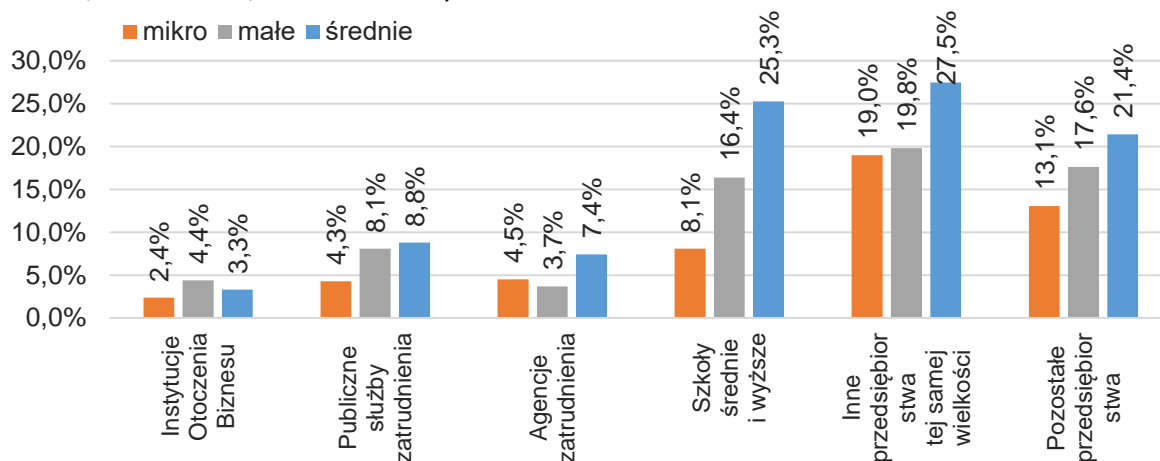
¹¹⁰ Znaczenie sektora MŚP dla rozwoju Wielkopolski. Raport z analizy oraz badania społecznego dotyczącego przedsiębiorstw sektora MŚP w województwie wielkopolskim, WUP Poznań, 2012 r.

¹¹¹ Rola otoczenia biznesu we wspieraniu przedsiębiorczości i innowacyjności gospodarki. Przykład Wielkopolski., J. Dominiak, [w:] 2016/12. Przedsiębiorczość – Edukacja, s. 98–113

zatrudnienia było na podobnym poziomie, jak w przypadku firm średnich. W porównaniu z pozostałymi firmami z sektora MŚP małe firmy najczęściej podejmowały współpracę z IOB.

Kooperacja mikrofirm z innymi podmiotami była na znacznie niższym poziomie od pozostałych, choć i tu przeważało podejmowanie współpracy z innymi przedsiębiorstwami tej samej wielkości bądź pozostałymi przedsiębiorstwami. Na dość wysokim poziomie było również współdziałanie ze szkołami średnimi i wyższymi.

Wykres 37. Czy Państwa firma współpracuje z poniższymi podmiotami/instytucjami? (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI,

Przedsiębiorstwa MŚP, które współpracują z innymi podmiotami dokonały oceny tejże współpracy. Oceny współpracy różnią się ze względu na wielkość przedsiębiorstwa, jednakże najgorzej ocenianymi instytucjami w zakresie współpracy były agencje zatrudnienia. Mikroprzedsiębiorstwa oraz średnie firmy najlepiej oceniły współpracę z innymi podmiotami gospodarczymi. Podmioty te relatywnie nisko oceniły też współpracę z publicznymi służbami zatrudnienia. Średnie firmy nisko (w porównaniu do mniejszych podmiotów) oceniły także współpracę z IOB. Opinie przedstawicieli małych przedsiębiorstw różniły się od pozostałych – najwyższej oceniono współpracę z IOB, natomiast relatywnie nisko z innymi przedsiębiorstwami.

Tabela 24. Proszę ocenić przydatność realizowanej współpracy w skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza bardzo małą przydatność, a 5 bardzo dużą przydatność. (N zaprezentowane w tabeli)

Wyszczególnienie	mikro		małe		średnie	
	średnia	N	średnia	N	średnia	N
Instytucje Otoczenia Biznesu	3,70	10	4,06	18	3,67	12
Publiczne służby zatrudnienia	3,61	18	3,94	33	3,69	32
Agencje zatrudnienia	3,58	19	3,73	15	3,70	27
Szkoły średnie i wyższe	3,74	34	3,97	67	3,84	92
Inne przedsiębiorstwa tej samej wielkości	3,84	80	3,84	81	4,00	100
Pozostałe przedsiębiorstwa	3,78	55	3,90	72	3,95	78

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Podczas indywidualnych wywiadów pogłębionych, przedstawiciele podmiotów wspierających rozwój przedsiębiorczości, prowadzących działalność na terenie województwa wielkopolskiego lub w zakresie ponadregionalnym zapytano o to, czy firmy z sektora MŚP chętnie podejmują współpracę z innymi instytucjami. Zdecydowana większość badanych zgadzała się, że poziom tej współpracy nie jest na wystarczającym poziomie. Wskazywano, że najczęściej podejmowana jest współpraca z uczelniami, IOB-ami czy publicznymi służbami zatrudnienia. W przypadku współpracy ze środowiskiem edukacyjnym podkreślano, że współpraca taka dla firm niesie za sobą zarówno możliwości w postaci

pozyskania wysoko wykwalifikowanego pracownika, jak i ryzyko, że potencjał ten zostanie wykorzystany przez konkurencyjne przedsiębiorstwo.

„Gdyby relacje dobrze układały się w jakimkolwiek sektorze przedsiębiorstw a środowiskiem edukacji to edukacja szkolnictwo mogłoby dużo lepiej przygotować kadry tego sektora przemysłu. W związku z tym, przedsiębiorstwa miałyby większość łatwość w pozyskiwaniu kapitału ludzkiego. Prosta konsekwencja, której przedsiębiorcy (...) być może nie widzą, albo widzą niektórzy, tylko nie mają gwarancji, (że) z mojej aktywności w procesie kształcenia to ja będę odnosił korzyści. Niestety może też tak być, że (...) korzyści będzie odnosił bezpośredni konkurent. To też może mieć wpływ na relacje. Gdyby przedsiębiorstwa uczestniczyły w procesie edukacji kapitału ludzkiego, to jakość tego kapitału byłaby wyższa i dostępność tego kapitału również byłaby większa.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

Warto jednak zwrócić uwagę na to, że współpraca między przedsiębiorstwami a uczelniami może mieć i ma różne formy, a dopasowanie ich do potrzeb danej firmy może przynosić wiele korzyści. Przedsiębiorcom jednak często brakuje świadomości i wiedzy na temat możliwości podejmowania współpracy z innymi podmiotami, w związku z tym potencjał ten w przeważającej mierze nadal nie jest wykorzystany.

„Firmy sektora MŚP regionu Kaliskiego bardzo skutecznie współpracują, na przykład organizacja praktyk dla studentów. Oczywiście to powoduje w przyszłości z jednej strony pozyskanie wykwalifikowanej kadry, ale z drugiej strony tworzy potencjalne miejsca pracy dla studentów, którzy odbywają praktyki. Można powiedzieć, że ta forma jest bardzo skuteczna i jest metodą pozyskiwania sprawdzonego już przeszkolonego absolwenta uczelni wyższej.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

Według przedstawicieli podmiotów wspierających rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu w województwie wielkopolskim, współpraca z nimi jest chętnie podejmowana przez firmy, choć jej zakres i rodzaj różni się w zależności od podmiotu – czasami jest to pomoc finansowa czy wsparcie w poszukiwaniu pracownika w kraju bądź załatwieniem formalności związanych z zatrudnianiem obcokrajowców, jak w przypadku kooperacji z publicznymi służbami zatrudnienia i agencjami zatrudnienia. Innym razem owocem współpracy jest organizacja praktyk/staży dla studentów czy tworzenie klas patronackich w szkołach. Ponadto, przez przedsiębiorców organizowane są nieraz bezpłatne szkolenia, które dla uczestników są okazją do poszerzenia wiedzy na dany temat, a dla firmy – dodatkową reklamą i potencjalnym miejscem zdobycia nowych klientów. W kwestii współdziałania z innymi firmami, organizowane są spotkania branżowe, gdzie przedsiębiorcy mogą omawiać problemy występujące w danym sektorze. Jednak jak zaznaczył jeden z badanych, tego rodzaju kooperacja nie jest częsta, zwłaszcza między konkurencyjnymi firmami.

„My widzimy na spotkaniach, które robimy, jak się komuś napomni to coś fajnego, ale jak jest rynek jednego producenta zwłaszcza tej samej produkcji, np. meblarzy, to bardzo niechętnie chcą opowiadać co wprowadzają, jest taka zamknięta konkurencja.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu

Również w tej grupie respondenci zwracali uwagę, że brakuje wiedzy przedsiębiorców na temat tego, z kim i w jaki sposób mogą współpracować. Co więcej, nie mają oni świadomości, jakie korzyści mogą czerpać z tego rodzaju działań.

„Wydaje mi się, że nie uświadamia się przedsiębiorców, że ta współpraca powoduje wartość dodaną (...). Brak świadomości przedsiębiorców powoduje, że współpraca z otoczeniem biznesu jest kiepska. To też zależy od regionu, od aktywności IOB-a, samorządu, od wielu czynników. My też budujemy współpracę z przedsiębiorcami. W tej chwili przedsiębiorca nie przychodzi do

instytucji przedsiębiorczości, tylko przychodzi do konkretnej osoby i z tą osobą coś robi. Przedsiębiorcy muszą być uświadamiani, jakie potrzeby mogą mieć w przyszłości.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu

Przedstawiciele podmiotów wspierających rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu wskazywali równocześnie, że firmy niezbyt chętnie współpracują ze sobą nawzajem. Pomimo potencjalnych korzyści wynikających z takiej współpracy, wielkopolskich przedsiębiorców od lat cechuje nieufność w tym zakresie¹¹². Właściwie prowadzona współpraca pozwala budować lepszy wizerunek zarówno firmy jak i całej branży. Ponadto przedsiębiorstwo zyskuje nowe możliwości, może przyspieszyć niektóre procesy, a przez to zwiększać efektywność działania. Członkostwo np. w klastrach może być korzystne chociażby ze względu na to, że zrzeszone firmy mogą łatwiej realizować wspólne inicjatywy na rzecz danej branży czy walczyć o uchwalenie korzystniejszego dla tej branży prawa. Członkowie takich stowarzyszeń mają też możliwość wymiany wiedzy i doświadczeń przez co napędzają cały rynek i osiągają duże sukcesy.

„Często jest tak, że przedsiębiorca chciałby wszystko zrobić sam bo jest to jego biznes i on za niego odpowiada i uważa, że on sam najlepiej robi. To powoduje, że nie wywiązuje się z określonych terminowości swoich odbiorców, i jest wiele problemów.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu

„Nagminnym błędem MŚP jest to, że jeżeli zobaczy, że ktoś otworzył coś na rynku – tu podam dziwny przykład – na przykład sklep obuwniczy i ma ten sklep, sprowadza towar i za 2 lata kupuje Mercedesa, czyli on musiał się podnieść, więc ja też otworzę kolejny sklep obuwniczy i tak kilku. I teraz zamiast ten jeden mieć duże przychody, to się rozdrabnia i te przychody się rozchodzą i nikogo nie stać na nic. Powielanie niektórych rzeczy i powielanie tego wszystkiego. Dużo się otwiera gabinetów kosmetycznych, to jest coś nagminnego i to też jest trochę taki błąd, bo dostać środki na otwarcie gabinetu kosmetycznego jest problem, nawet pożyczek nie chcą dawać, bo nie wiadomo czy to zaraz nie stanie. Idą w takie przepaście trochę”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu

Większość przedstawicieli firm sektora MŚP, z jakimi przeprowadzono wywiady indywidualne wskazuje, że współpraca z innymi podmiotami jest dla nich bardzo ważna, jeśli nie kluczowa. Chodzi tu przede wszystkim o szkoły wyższe, czasami także i średnie, które są w stanie wykształcić młodych ludzi i zapewnić przedsiębiorcom odpowiednio wykwalifikowanych pracowników. Ponadto, współpraca ta jest często przez badanych chwalona – firmy zapewniają praktyki czy staże, które są dla młodych okazją do zdobycia praktycznych umiejętności, a dla przedsiębiorców stanowią możliwość wyszkolenia i pozyskania nowego pracownika.

„(...) współpracujemy ze szkołami średnimi i wyższymi, przyjmujemy ich uczniów na praktyki. W ten sposób pomagamy im utworzyć wykwalifikowaną kadrę w (...) na rynek wielkopolski.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu

Kooperacja ta powinna być jednak większa, by zwiększyć kompetencje potencjalnych przyszłych pracowników. Jeśli natomiast chodzi o współpracę z innymi instytucjami, podejmowana była ona albo z podmiotami o podobnym profilu działalności, albo też w sytuacji, gdy zaistniała taka potrzeba ze strony przedsiębiorcy. Negatywnie oceniano próby współdziałania z różnego rodzaju urzędami. Przedsiębiorcy napotykali w tym zakresie na liczne trudności lub wskazywali na brak korzyści wynikających z tego typu współpracy.

¹¹² Brak chęci do współpracy z konkurentami w celu wzmocnienia pozycji konkurencyjnej został wskazany w analizie SWOT jako słaba strona w publikacji pn. „Znaczenie sektora MŚP dla rozwoju Wielkopolski”, WUP w Poznaniu, 2012

Niezależnie od wielkości firmy, podstawowym celem nawiązywania współpracy z powiatowymi urzędami pracy lub agencjami zatrudnienia było pozyskanie nowych pracowników. W przypadku pozostałych podmiotów powody nawiązywania współpracy były nieco inne w zależności od wielkości firmy.

Jednym z najczęstszych powodów podejmowania przez mikroprzedsiębiorstwa współpracy z Instytucjami Otoczenia Biznesu było rozszerzenie asortymentu oraz kształcenie i doskonalenie zawodowe pracowników. Ważnym elementem współpracy ze szkołami było także kształcenie i doskonalenie zawodowe pracowników. Przedstawiciele mikroprzedsiębiorstw przyznali, że głównym powodem zawiązania współpracy z innymi przedsiębiorstwami było zwiększenie udziału w rynku oraz rozszerzenie asortymentu.

Jednym z najczęstszych powodów podejmowania przez małe przedsiębiorstwa współpracy z Instytucjami Otoczenia Biznesu było kształcenie i doskonalenie zawodowe pracowników. Należy wspomnieć, że współpraca ze szkołami pozwoliła na kształcenie i doskonalenie zawodowe pracowników. Przedstawiciele małych przedsiębiorstw przyznali, że głównym powodem zawiązania współpracy z innymi przedsiębiorstwami było rozszerzenie asortymentu, w następnej kolejności zwiększanie udziału w rynku oraz wzrost wydajności pracy.

Przeważającym powodem do podejmowania współpracy z Instytucjami Otoczenia Biznesu przez średnie firmy było kształcenie i doskonalenie zawodowe pracowników. Ważnym elementem współpracy średnich firm ze szkołami średnimi i wyższymi było kształcenie i doskonalenie zawodowe pracowników oraz pozyskanie nowych pracowników. W przypadku współpracy z innymi przedsiębiorstwami trudno znaleźć jednoznaczne uzasadnienie. Na pewno ważną kwestią współpracy jest zwiększanie udziału w rynku czy rozszerzenie asortymentu oraz wejście na nowe rynki czy wzrost wydajności pracy.¹¹³

Przedstawiciele MŚP zostali poproszeni o wskazanie powodów dlaczego nie podejmują współpracy z wybranymi podmiotami/instytucjami. Analizując zebrane informacje nie dostrzega się znaczących różnic między wielkością firmy a przyczyną niezawiązania współpracy. Jednym z głównych czynników był brak potrzeby takiej współpracy oraz niedostrzeganie profitów z takiego działania. Co istotne, w średnich firmach dostrzega się większe niedoinformowanie, gdyż otrzymano wyższy odsetek odpowiedzi "Nie wiem, czy taka współpraca jest możliwa" niż w mikro i małych przedsiębiorstwach. Z drugiej strony najmniejsze firmy nie darzą tak dużym zaufaniem innych podmiotów/instytucji, jak małe i średnie przedsiębiorstwa.¹¹⁴

Deklaracja podmiotów MŚP, które nie współpracowały do tej pory z poszczególnymi instytucjami, nie wskazuje na duże zainteresowanie nawiązaniem takiej współpracy w przyszłości. Jedynie nieliczne podmioty udzielały odpowiedzi twierdzących - głównie mikroprzedsiębiorstwa. Warto nadmienić, iż deklarowana współpraca dotyczyła wszystkich instytucji, a w szczególności szkół średnich i wyższych oraz innych firm bez względu na ich wielkość. Średnie firmy, które deklarują zainteresowanie współpracą mają zamiar ją nawiązywać z publicznymi służbami zatrudnienia oraz innymi średnimi podmiotami.

Tabela 25. Czy Państwa firma zamierza nawiązać współpracę w kolejnych 12 miesiącach, z którymś z poniższych podmiotów/instytucji? (N zaprezentowane w tabeli)

Wyszczególnienie	mikro	małe	średnie
Instytucje Otoczenia Biznesu	7 (1,7%)	1 (0,3%)	3 (0,9%)
Publiczne służby zatrudnienia	9 (2,2%)	1 (0,3%)	5 (1,5%)
Agencje zatrudnienia	8 (2,0%)	2 (0,5%)	2 (0,6%)
Szkoły średnie i wyższe	12 (3,1%)	2 (0,6%)	2 (0,7%)
Inne przedsiębiorstwa tej samej wielkości	9 (2,6%)	2 (0,6%)	4 (1,5%)

¹¹³ Dane zaprezentowano w aneksie

¹¹⁴ Dane zaprezentowano w aneksie

Wyszczególnienie	mikro	małe	średnie
Pozostałe przedsiębiorstwa	9 (2,5%)	0 (0,0%)	1 (0,3%)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Podsumowanie dla celu szczegółowego

Bez względu na wielkość firmy, większość ankietowanych przedsiębiorców z sektora MŚP na przestrzeni ostatnich 2 lat nie wdrażała innowacyjnych rozwiązań, działania takie zadeklarowała jedynie co czwarta firma. Z przeprowadzonych rozmów z przedstawicielami podmiotów wspierającymi rozwój przedsiębiorczości wynika, że wielkopolscy przedsiębiorcy coraz częściej rozważają wdrażanie innowacji w swoich firmach, jednak nie znajduje to odzwierciedlenia w opiniach przedsiębiorców biorących udział w badaniu ankietowym (około 70% nie przewiduje podjęcia takich działań na przestrzeni najbliższych 3 lat).

Firmy, które wdrożyły innowacje w ostatnim czasie stosowały zarówno innowacje produktowe, procesowe, organizacyjne oraz marketingowe. Najczęściej wdrażano innowacje marketingowe, szczególnie w średnich firmach. Innowacje produktowe największym zainteresowaniem cieszyły się wśród średnich i małych podmiotów.

W sektorze MŚP w większości podmiotów nie zdecydowano się na wdrożenie innowacji ze względu na brak takiej potrzeby. Niejednokrotnie przedsiębiorcom brakowało również pomysłu na innowację bądź też środków własnych na jej sfinansowanie.

Główną przyczyną, dla której w mikro i średnich firmach wdrożono innowacyjne rozwiązania było pojawienie się na rynku nowej technologii. Nie bez znaczenia dla decyzji o wdrożeniu innowacji w mikroprzedsiębiorstwach była także chęć zdobycia nowych rynków bądź klientów, co jest jednym z najczęściej wskazywanych celów strategicznych.

Niezależnie od wielkości firmy czy rodzaju innowacji, spośród badanych którzy zadeklarowali wdrożenie innowacji w swoich firmach w ostatnich 2 latach zdecydowana większość potwierdziła ich przydatność i rentowość.

Na poziom adaptacyjności rozwiązań innowacyjnych składają się przede wszystkim: wiedza i doradztwo w zakresie rozwiązań innowacyjnych, wiedza na temat możliwości pozyskiwania funduszy przeznaczonych na innowacje oraz umiejętności techniczne kadry. Jedną z kluczowych barier wdrażania innowacji na regionalnym rynku jest obecnie brak wykwalifikowanego personelu. Osoby kreatywne to dzisiaj dla wielu firm jeden z najcenniejszych zasobów, gdyż to dzięki nim następuje rozwój i wzrost poziomu innowacyjności organizacji. Kolejną barierą jest brak dodatkowych środków na rozwój.

Województwo wielkopolskie podejmuje szereg działań, które mają zachęcić podmioty gospodarcze do wdrażania innowacji. W tym celu przygotowywane są tereny inwestycyjne, które likwidują ograniczenia terytorialne dla rozwoju działalności. Działania obejmują także organizację targów, podczas których poszczególne podmioty oraz instytucje mają możliwość prezentacji różnych rozwiązań, wystaw promujących region czy międzynarodowych konferencji.

Przeprowadzone analizy wskazują na to, że poziom wykorzystania nowoczesnych technologii w przedsiębiorstwach sektora MŚP jest niski. Działania takie najczęściej deklarują firmy mikro, które korzystają z nowej technologii przede wszystkim w marketingu i reklamie oraz w obsłudze klienta przy zamawianiu produktu bądź usługi.

Generalnie badani zgadzali się co do tego, że startupy są potrzebne, wspierają bowiem rozwój regionu dzięki wprowadzaniu innowacyjnych technologii czy rozwijaniu produktów. Ich znaczenie w Wielkopolsce nie jest jednak duże, w opinii jednego z badanych dlatego, że „prawdziwych” startupów nie jest tam wiele. *Specyfika działalności startupów powoduje, że tylko nieliczne z nich przeobrażają się w dojrzałe firmy, dlatego też istotne jest wsparcie w tym zakresie.* Nie chodzi jednak tylko o wsparcie finansowe, ale i pozafinansowe – brakuje bowiem odpowiednio wykwalifikowanych inżynierów,

programistów czy deweloperów aplikacji, którzy są niezbędni w przypadku tworzenia innowacyjnych rozwiązań.

Większość podmiotów z sektora MŚP nie współpracuje z innymi instytucjami/pomiotami. Głównym powodem nie podejmowania takiej współpracy był fakt, że pracodawcy nie widzieli potrzeby jej nawiązywania oraz nie dostrzegali jakichkolwiek korzyści, jakie mogłyby dla nich z niej płynąć. Deklaracje podmiotów MŚP które nie współpracowały do tej pory z poszczególnymi instytucjami, nie wskazują na duże zainteresowanie podjęciem takich działań w przyszłości. Jedynie nieliczne podmioty udzielały odpowiedzi twierdzących - głównie mikroprzedsiębiorstwa.

Podmioty, które deklarują współpracę z innymi podmiotami najczęściej nawiązują relacje z innymi firmami (bez względu na wielkość). Najczęściej taką współpracę prowadzą firmy średnie we wszystkich branżach pod uwagę w badaniu podmiotach z wyjątkiem instytucji otoczenia biznesu (w tym przypadku częściej współpraca jest podejmowana przez firmy małe).

Wnioski dla celu szczegółowego

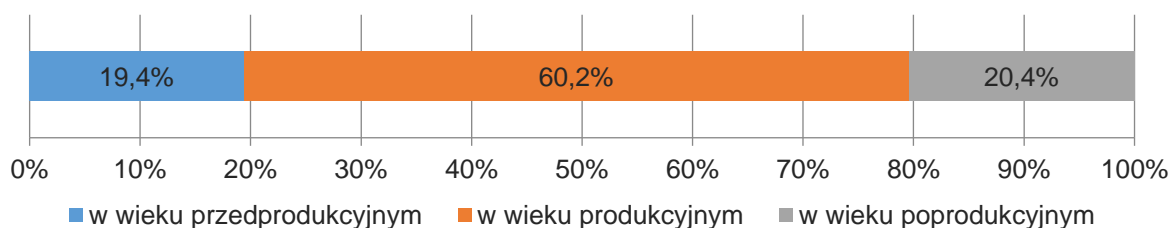
- ⇒ Procesy związane z wdrażaniem innowacji, w tym także z automatyzacją, mogą mieć istotne znaczenie dla rozwoju sektora MŚP w regionie, szczególnie w kontekście zmian demograficznych
- ⇒ Mimo niskiej popularności wdrażania innowacji przez wielkopolskie firmy, zdecydowana większość firm oceniła przydatność/rentowność innowacji wdrożonych w ciągu ostatnich 2 lat wysoko lub bardzo wysoko
- ⇒ W porównaniu z innymi regionami Wielkopolskę cechuje przeciętny poziom innowacyjności. Zaledwie co czwarta firma deklarowała wdrożenie innowacji na przestrzeni ostatnich 2 lat.
- ⇒ Większość przedsiębiorców nie przewiduje w najbliższej przyszłości wdrażania innowacji. Widoczne jest tutaj pewne zróżnicowanie z uwzględnieniem wielkości firmy, zgodnie z którym: im mniejsza firma tym większy udział badanych deklarujących chęć podjęcia takich działań oraz im większa firma tym większy udział przedsiębiorców niezdecydowanych w tym obszarze.
- ⇒ Większość przedsiębiorców wielkopolskich nie widzi potrzeby wdrażania innowacji lub w mniejszym stopniu nie ma na nią pomysłu. Potrzebne jest wspieranie podmiotów gospodarczych w zakresie wdrażania innowacji, nie tylko finansowo ale także niefinansowo m.in. poprzez działania promocyjne, które pozwolą na dostosowanie się sektora MŚP do przyszłych zmian.
- ⇒ Konkurencja między podmiotami MŚP oraz jeden z kluczowych celów strategicznych jakim jest pozyskanie nowych klientów może wywołać pozytywny wpływ na decyzje odnośnie wdrażania innowacji.
- ⇒ Należy zbudować programy mające na celu dywersyfikację struktury gospodarczej wielkopolskiego sektora MŚP w kierunku powstawania rozwojowych i innowacyjnych przedsiębiorstw produkcyjnych i usługowych.
- ⇒ Kluczem do efektywnego wdrożenia innowacji według osób udzielających wywiadów jest posiadanie odpowiedniej kadry w obszarze dwóch grup zawodowych: pracowników posiadających wiedzę w zakresie pozyskiwania dofinansowań na działania innowacyjne oraz pracowników posiadających kwalifikacje konieczne do wdrożenia innowacji w praktyce.
- ⇒ W celu optymalizacji efektywności wdrażania innowacji w wielkopolskich przedsiębiorstwach konieczne jest dostarczanie im informacji nt. istniejących w przestrzeni rynkowej innowacji, a także korzyści i zagrożeń związanych z jej wprowadzeniem w przypadku danego przedsiębiorstwa.
- ⇒ Dla wielkopolskich firm znaczące jest ograniczanie zagrożeń i ryzyka strat wynikających z podejmowania innowacyjnych działań, co potwierdza, że jednym z ważnych argumentów za wprowadzeniem danego rozwiązania jest wcześniejsze wdrożenie go przez firmy konkurencyjne i potwierdzenie u nich osiągnięcia z niego korzyści

- ⇒ Szansą na podniesienie innowacyjności wielkopolskich firm są start-upy, które w Wielkopolsce mają relatywnie dobre warunki do powstawania i rozwoju
- ⇒ Obecnie znaczna część firm nie nawiązuje współpracy z żadnymi podmiotami i nie planuje podejmowania w tym zakresie działań w przyszłości. Głównym powodem nie podejmowania współpracy oraz nie planowania jej podjęcia w przyszłości przez większość firm jest przekonanie przedsiębiorców o braku potrzeby jej nawiązania. Konieczne jest podnoszenie jakości współpracy z poszczególnymi podmiotami oraz promocja takich działań, zwłaszcza jest to ważne w kontekście obecnego spowolnienia gospodarczego

Zatrudnienie w wielkopolskim sektorze MŚP

W 2019 roku na terenie województwa wielkopolskiego mieszkało 3 498 733 osób. Ponad połowę z nich stanowiły osoby w wieku produkcyjnym. Nieco ponad 1/5 to mieszkańcy w wieku poprodukcyjnym, a pozostali – w wieku przedprodukcyjnym. Zgodnie z prognozami przygotowanymi przez GUS, liczba osób w wieku przedprodukcyjnym i produkcyjnym będzie ulegała systematycznemu spadkowi do roku 2050¹¹⁵.

Wykres 38. Liczba ludności w województwie wielkopolskim w roku 2019 w podziale na wiek przedprodukcyjny, produkcyjny i poprodukcyjny



Źródło: Opracowanie własne na podstawie Banku Danych Lokalnych GUS

Na poziomie podregionów udział osób w wieku produkcyjnym w populacji w roku 2019 był zbliżony do wartości wojewódzkiej, wahając się od 60,9% w podregionie pilskim do 58,1% w Poznaniu. W przypadku powiatów wartość ta wynosiła od 61,7% w powiecie złotowskim do 57,4% w Kaliszu.

Tabela 26. Liczba ludności w wieku przedprodukcyjnym, produkcyjnym i poprodukcyjnym w województwie wielkopolskim w roku 2019

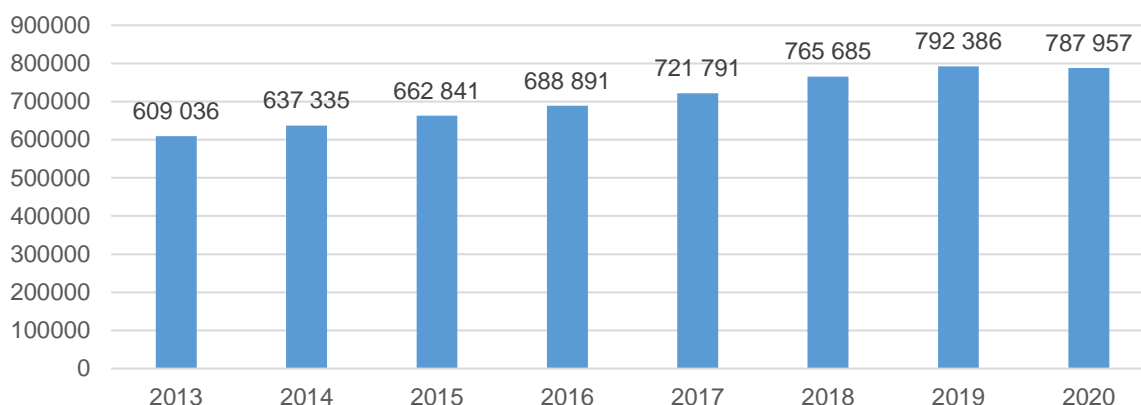
Nazwa jednostki	Ludność ogółem	Ludność w wieku przedprodukcyjnym	Ludność w wieku produkcyjnym	Ludność w wieku poprodukcyjnym	% ludności w wieku produkcyjnym do ogółu mieszkańców
Województwo wielkopolskie	3 498 733	679 113	2 104 475	715 145	60,2
Podregion kaliski	668 655	126 088	402 440	140 127	60,2
Pow. jarociński	71 563	14 018	43 064	14 481	60,2
Pow. kaliski	83 026	15 899	50 968	16 159	61,4
Pow. kępiński	56 451	11 011	34 516	10 924	61,1
Pow. krotoszyński	77 274	15 205	46 709	15 360	60,5
Pow. ostrowski	161 581	30 202	97 667	33 712	60,4
Pow. ostrzeszowski	55 500	10 676	33 829	10 995	61,0
Pow. pleszewski	63 014	12 223	38 176	12 615	60,6
Pow. m. Kalisz	100 246	16 854	57 511	25 881	57,4
Podregion koniński	656 685	123 255	398 551	134 879	60,7

¹¹⁵ Prognoza gospodarstw domowych na lata 2016-2050, GUS 2016 r., s. 26

Nazwa jednostki	Ludność ogółem	Ludność w wieku przedprodukcyjnym	Ludność w wieku produkcyjnym	Ludność w wieku poprodukcyjnym	% ludności w wieku produkcyjnym do ogółu mieszkańców
Pow. gnieźnieński	145 418	28 953	86 950	29 515	59,8
Pow. kolski	86 727	15 599	52 408	18 720	60,4
Pow. koniński	130 053	24 959	81 825	23 269	62,9
Pow. słupecki	59 077	10 876	36 150	12 051	61,2
Pow. turecki	83 894	16 047	51 115	16 732	60,9
Pow. wrzesiński	77 994	15 516	47 156	15 322	60,5
Pow. m. Konin	73 522	11 305	42 947	19 270	58,4
Podregion leszczyński	557 692	112 692	336 723	108 277	60,4
Pow. gostyński	75 908	15 160	46 201	14 547	60,9
Pow. grodziski	51 893	11 172	31 810	8 911	61,3
Pow. kościański	79 183	15 227	48 242	15 714	60,9
Pow. leszczyński	57 201	12 427	35 036	9 738	61,3
Pow. międzychodzki	36 751	7 055	22 199	7 497	60,4
Pow. nowotomyski	75 543	15 802	45 618	14 123	60,4
Pow. rawicki	60 262	12 152	36 013	12 097	59,8
Pow. wolsztyński	57 446	12 126	34 605	10 715	60,2
Pow. m. Leszno	63 505	11 571	36 999	14 935	58,3
Podregion pilski	409 823	78 693	249 398	81 732	60,9
Pow. chodzieski	47 055	8 921	28 489	9 645	60,5
Pow. czarnkowsko-trzcianecki	86 990	16 767	52 864	17 359	60,8
Pow. pilski	136 112	25 403	82 483	28 226	60,6
Pow. wągrowiecki	70 233	14 320	42 718	13 195	60,8
Pow. złotowski	69 433	13 282	42 844	13 307	61,7
Podregion poznański	671 065	147 323	406 801	116 941	60,6
Pow. obornicki	59 825	12 291	36 292	11 242	60,7
Pow. poznański	399 272	91 689	242 339	65 244	60,7
Pow. szamotulski	91 664	18 629	55 453	17 582	60,5
Pow. średzki	58 879	12 206	35 609	11 064	60,5
Pow. Śremski	61 425	12 508	37 108	11 809	60,4
Podregion miasto Poznań	534 813	91 062	310 562	133 189	58,1
Pow. m. Poznań	534 813	91 062	310 562	133 189	58,1

Źródło: Opracowanie własne na podstawie Banku Danych Lokalnych GUS

Od 2013 r. przeciętne zatrudnienie w sektorze przedsiębiorstw w województwie wielkopolskim stale rosło. Wg stanu na koniec czerwca 2020 roku w województwie wielkopolskim wyniosło ono 787 957, co oznaczało niewielki spadek względem roku ubiegłego.

Wykres 39. Przeciętne zatrudnienie w sektorze przedsiębiorstw w województwie wielkopolskim (stan na koniec I półrocza)¹¹⁶

Źródło: Opracowanie własne na podstawie Banku Danych Lokalnych GUS

Jak pokazała analiza danych statystycznych GUS dotyczących zatrudnienia w sektorze MŚP w Polsce oraz województwie wielkopolskim, na przestrzeni lat 2014 i 2018 odnotowano wzrost ogólnej liczby pracowników (Polska = 9,5%, Wielkopolska = 12,9%). W przypadku sektora MŚP tendencja wzrostowa dotyczyła przede wszystkim mikroprzedsiębiorstw oraz w mniejszym stopniu firm średniej wielkości. W przypadku firm małych nastąpił kilkuprocentowy spadek zatrudnienia. W województwie wielkopolskim pomiędzy rokiem 2014 a 2018 zatrudnienie w mikroprzedsiębiorstwach wzrosło o 16,2%. Firmy małe odnotowały spadek liczby pracujących o 2,4%. Podmioty średniej wielkości z kolei zatrudniały o 1,8% więcej osób niż w roku 2014¹¹⁷. Największy wzrost w tym okresie liczby pracujących zarówno w Polsce jak i Wielkopolsce wystąpił w dużych firmach, w których na poziomie kraju liczba ta wzrosła o 13,8%, natomiast w regionie aż o 22,2%.

Tabela 27. Zmiany w zakresie liczby osób pracujących w firmach z sektora MŚP w Polsce oraz województwie wielkopolskim w latach 2014-2018

Rok	Polska				Województwo wielkopolskie			
	mikro	małe	średnie	duże	mikro	małe	średnie	duże
2014	3 495 101	bd ¹¹⁸	1 602 795	2 796 367	372 183	bd ¹¹⁹	175 981	327 866
2015	3 667 604	1 193 497	1 624 708	2 889 469	389 103	124 135	179 644	348 353
2016	3 861 975	1 184 618	1 610 599	3 016 056	407 543	125 646	179 297	369 302
2017	3 985 620	1 135 324	1 610 193	3 110 219	428 811	120 429	182 365	383 291
2018	4 075 325	1 116 137	1 608 337	3 181 761	432 575	121 134	179 143	400 660
Różnica % pomiędzy rokiem bazowym a 2018¹²⁰	16,6	-6,5	0,4	13,8	16,2	-2,4	1,8	22,2

Źródło: Opracowanie własne na podstawie Banku Danych Lokalnych GUS (dane dotyczące podmiotów niefinansowych prowadzących działalność gospodarczą)

¹¹⁶ Dane wg sekcji PKD 2007. Dane w zakresie przeciętnego zatrudnienia dotyczą podmiotów gospodarczych sektora przedsiębiorstw, w których liczba pracujących przekracza 9 osób. Dane obejmują osoby zatrudnione na podstawie stosunku pracy w pełnym wymiarze czasu pracy oraz w niepełnym, po przeliczeniu na pełnozatrudnionych; dane do roku 2011 nie obejmują poczty publicznej oraz operatorów telekomunikacyjnych sieci publicznej.

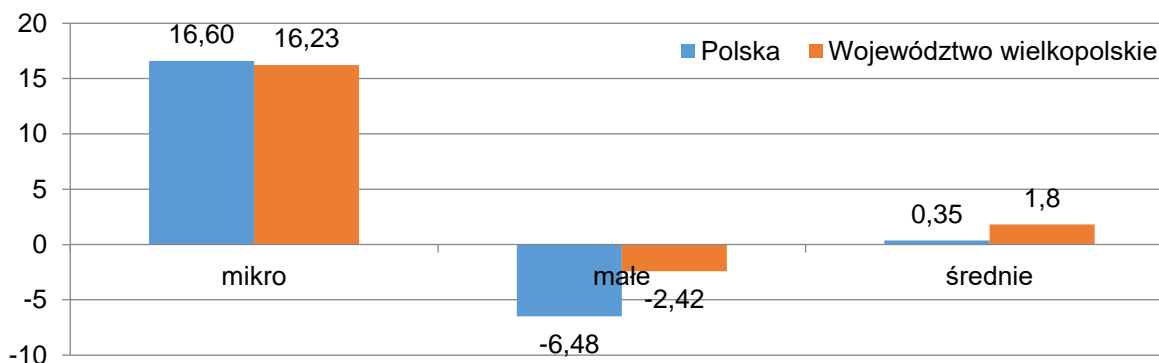
¹¹⁷ Porównaj z: Zmiany strukturalne grup podmiotów gospodarki narodowej w rejestrze REGON, dla kraju i dla województwa wielkopolskiego – 2019 r., GUS, Warszawa 2020 r., s. 66-68

¹¹⁸ Brak danych ze względu na różnice w metodologii stosowanej przez GUS w roku 2014

¹¹⁹ Brak danych ze względu na różnice w metodologii stosowanej przez GUS w roku 2014

¹²⁰ W przypadku firm mikro i średnich rokiem bazowym był 2014, dla firm małych, z uwagi na rozbieżności w metodologii stosowanej przez GUS, był to rok 2015

Wykres 40. Zmiany w zakresie liczby pracujących w przedsiębiorstwach MŚP w Polsce i województwie wielkopolskim pomiędzy rokiem 2014 (firmy mikro i średnie) i 2015 (firmy małe) a 2018



Źródło: Opracowanie własne na podstawie Banku Danych Lokalnych GUS (dane dotyczące podmiotów niefinansowych prowadzących działalność gospodarczą)

Udział osób pracujących w firmach 0-9, 10-49, 50-249 w ogóle pracujących w Polsce oraz w województwie wielkopolskim, zmiany w tym zakresie na przestrzeni ostatnich 5 lat

Udział osób pracujących w sektorze MŚP w Polsce w latach 2015–2018 był na zbliżonym poziomie, wykazując niewielką tendencją spadkową. Znacząca część mieszkańców kraju pracowała w mikroprzedsiębiorstwach. Udział pracujących w najmniejszych podmiotach wzrósł w tym okresie z 38,3% w 2014 do 40,8% w 2018 pośród wszystkich pracujących.

Tabela 28. Udział osób pracujących w sektorze MŚP w ogóle pracujących w Polsce w latach 2014-2018

Rodzaj podmiotu	2014		2015		2016		2017		2018	
	Liczba pracujących	% udział MŚP	Liczba pracujących	% udział MŚP	Liczba pracujących	% udział MŚP	Liczba pracujących	% udział MŚP	Liczba pracujących	% udział MŚP
Ogółem	9 116 732	-	9 375 278	-	9 673 248	-	9 841 356	-	9 981 560	-
Mikro	3 495 101	38,3	3 667 604	39,1	3 861 975	39,9	3 985 620	40,5	4 075 325	40,8
Małe	bd ¹²¹	bd ¹²²	1 193 497	12,7	1 184 618	12,2	1 135 324	11,5	1 116 137	11,2
Średnie	1 602 795	17,6	1 624 708	17,3	1 610 599	16,7	1 610 193	16,4	1 608 337	16,1
Duże	2 796 367	30,7	2 889 469	30,8	3 016 056	31,2	3 110 219	31,6	3 181 761	31,9
Łącznie % pracujących w sektorze MŚP w ogólnej liczbie pracujących	-	38,3	-	39,2	-	39,9	-	40,5	-	40,8

Źródło: Opracowanie własne na podstawie Banku Danych Lokalnych GUS (dane dotyczące podmiotów niefinansowych prowadzących działalność gospodarczą)

Dane dotyczące zmian zachodzących w poziomie udziału osób pracujących w firmach należących do sektora MŚP w Polsce wskazują, że pomiędzy rokiem 2014 a 2018 tendencją wzrostową dotyczyła tylko

¹²¹ Brak danych ze względu na różnice w metodologii stosowanej przez GUS w roku 2014.

¹²² Brak danych ze względu na różnice w metodologii stosowanej przez GUS w roku 2014.

¹²³ Brak danych ze względu na różnice w metodologii stosowanej przez GUS w roku 2014.

podmiotów mikro (wzrost o 2,5%). W przypadku firm małych nastąpił spadek o 1,6% (między rokiem 2015¹²⁴ i 2018), a w średnich o 1,5%.

W 2018 r. udział osób pracujących w sektorze MŚP w Wielkopolsce był niższy o 3,5 p. p niż na poziomie kraju. W latach 2015-2018, podobnie jak w skali ogólnopolskiej w województwie wielkopolskim udział osób pracujących w sektorze MŚP w ogóle pracujących zmniejszył się, przy czym spadek ten był większy niż w Polsce (Polska = -1,1 p. p., Wielkopolska = -1,9 p. p.). W 2015 roku 66,5% ogółu pracujących pracowało w tym sektorze, natomiast w roku 2018 było to już 64,6%.

Tabela 29. Udział osób pracujących w sektorze MŚP w ogóle pracujących w województwie wielkopolskim w latach 2014-2018

Rodzaj podmiotu	2014		2015		2016		2017		2018	
	Liczba pracujących	% udział MŚP	Liczba pracujących	% udział MŚP	Liczba pracujących	% udział MŚP	Liczba pracujących	% udział MŚP	Liczba pracujących	% udział MŚP
Ogółem	1 003 662	-	1 041 235	-	1 081 788	-	1 114 896	-	1 133 512	-
Mikro	372 183	37,1	389 103	37,4	407 543	37,7	428 811	38,5	432 575	38,2
Małe	bd ¹²⁵	bd ¹²⁶	124 135	11,9	125 646	11,6	120 429	10,8	121 134	10,7
Średnie	175 981	17,5	179 644	17,3	179 297	16,6	182 365	16,4	179 143	15,8
Duże	327 866	32,7	348 353	33,5	369 302	34,1	383 291	34,4	400 660	35,3
Łącznie % pracujących w sektorze MŚP w ogólnej liczbie pracujących	-	54,6 ¹²⁷	-	66,5	-	65,9	-	65,6	-	64,6

Źródło: Opracowanie własne na podstawie Banku Danych Lokalnych GUS (dane dotyczące podmiotów niefinansowych prowadzących działalność gospodarczą)

Podobnie jak w przypadku danych krajowych, w Wielkopolsce na przestrzeni ostatnich lat wzrósł udział osób pracujących w mikroprzedsiębiorstwach oraz w dużych firmach, spadł natomiast w firmach małych i średnich. Zarówno na poziomie krajowym jak i regionalnym wystąpiły podobne tendencja, miały one jednak inne rozmiary. W województwie wielkopolskim zaobserwowano bowiem niższy niż w Polsce wzrost udziału osób pracujących w najmniejszych firmach oraz wyższy udział osób pracujących w dużych przedsiębiorstwach. W efekcie, mimo tego że zarówno w kraju jak i w regionie największy udział osób pracuje w mikroprzedsiębiorstwach, to w Wielkopolsce różnica między tą wartością a udziałem osób pracujących w dużych firmach jest wyraźnie mniejsza.

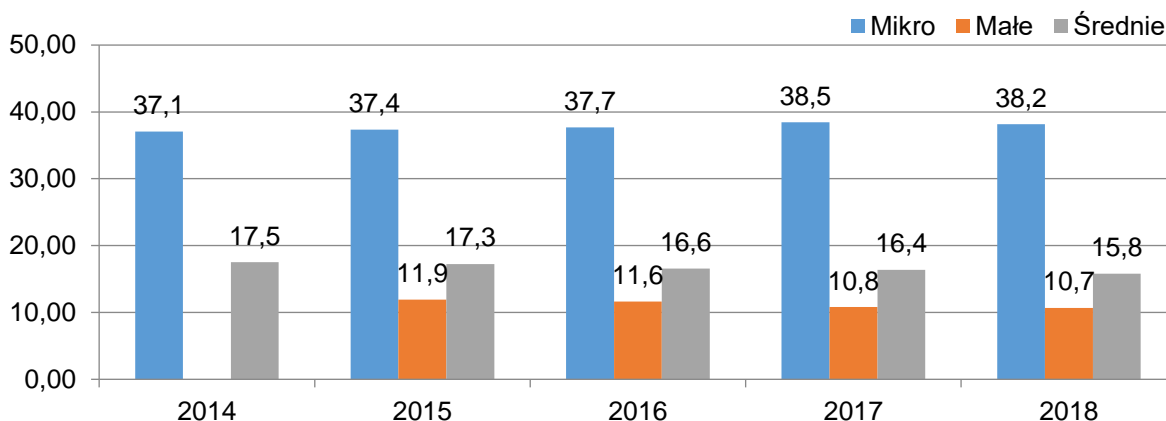
¹²⁴ Brak danych za rok 2014 ze względu na różnice w metodologii stosowanej przez GUS.

¹²⁵ Brak danych za rok 2014 ze względu na różnice w metodologii stosowanej przez GUS

¹²⁶ Brak danych za rok 2014 ze względu na różnice w metodologii stosowanej przez GUS

¹²⁷ Wartość jest niższa od rzeczywistej, ze względu na brak danych za rok 2014, wynikający z różnic w metodologii stosowanej przez GUS w roku 2014

Wykres 41. Zmiany w zakresie udziału liczby pracujących w sektorze mikro, małych i średnich przedsiębiorstw w ogólnej liczbie pracujących w województwie wielkopolskim w latach 2014-2018 (w %)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie Banku Danych Lokalnych GUS (dane dotyczące podmiotów niefinansowych prowadzących działalność gospodarczą)

Struktura zatrudnienia w sektorze MŚP

Struktura osób zatrudnionych w MŚP poddana została analizie ze względu na pięć zmiennych: płeć, wiek, wykształcenie, staż pracy, strukturę zatrudnienia. Porównując strukturę zatrudnionych w firmach można stwierdzić, że występuje wyraźne podobieństwo w każdej grupie w przypadku prawie każdej zmiennej.

Wśród zatrudnionych w mikroprzedsiębiorstwach większy udział częściej mieli mężczyźni niż kobiety. Pracownicy do 30 roku życia przeważnie stanowili niewielki odsetek w firmie, najczęściej to pracownicy od 31 do 45 lat stanowili połowę wszystkich osób zatrudnionych w przedsiębiorstwie. Osoby z wykształceniem wyższym częściej miały większy udział w ogóle zatrudnionych niż pozostali. Pracowników mikroprzedsiębiorstw charakteryzował najczęściej staż pracy powyżej 5 lat. Specjaliści oraz robotnicy wykwalifikowani w mikroprzedsiębiorstwach stanowili największy odsetek w strukturze zatrudnionych.

Tabela 30. Struktura zatrudnienia w mikroprzedsiębiorstwach ze względu na płeć, wiek, wykształcenie, staż pracy, strukturę zatrudnienia (N=421)

Wyszczególnienie		0-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
Płeć	Kobiety	42,5%	11,9%	22,1%	10,2%	13,3%
	Mężczyźni	18,5%	7,8%	22,8%	16,4%	34,4%
Wiek	Do 30 lat	72,2%	16,2%	5,9%	2,4%	3,3%
	31- 45 lat	16,2%	17,3%	26,4%	15,9%	24,2%
	46 i więcej lat	59,6%	20,4%	8,6%	3,3%	8,1%
Wykształcenie	Podstawowe	98,3%	1,4%	0,2%	0,0%	0,0%
	Zasadnicze zawodowe	85,3%	5,7%	4,5%	2,1%	2,4%
	Średnie zawodowe	65,6%	20,4%	5,7%	2,1%	6,2%
	Średnie ogólne	63,7%	18,5%	12,1%	1,9%	3,8%
	Wyższe	40,1%	10,9%	13,3%	6,9%	28,7%
Staż pracy	Do 5 lat	62,9%	15,4%	9,0%	1,7%	10,9%
	Od 6 do 10 lat	38,7%	20,4%	23,5%	7,4%	10,0%
	Powyżej 10 lat	45,4%	15,0%	16,6%	5,5%	17,6%
Strukturę zatrudnienia	Robotnicy niewykwalifikowani	93,3%	2,9%	2,4%	1,2%	0,2%
	Robotnicy wykwalifikowani	56,3%	15,4%	13,8%	7,1%	7,4%

Wyszczególnienie		0-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
	Szeregowi pracownicy biurowi	89,3%	6,7%	1,7%	1,2%	1,2%
	Specjaliści	47,3%	17,3%	14,5%	6,4%	14,5%
	Kadra kierownicza niższego i średniego szczebla	95,5%	2,9%	1,2%	0,0%	0,5%
	Kadra kierownicza wyższego szczebla	88,6%	5,7%	3,1%	0,2%	2,4%
	Inne	93,3%	0,7%	0,2%	0,2%	5,5%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

W małych przedsiębiorstwach większość zatrudnionych stanowili mężczyźni. Wśród zatrudnionych najczęściej dominowały osoby w wieku od 31-45 lat. Na tle pozostałych grup większy odsetek zatrudnionych stanowiły osoby z wykształceniem wyższym. W zdecydowanej większości firm, osoby z wykształceniem podstawowym stanowiły mniej niż 20% ogółu zatrudnionych, w żadnej z badanych firm grupa ta nie stanowiła większości zatrudnionych (tj. ponad 60%). Pracownicy ze stażem pracy do 5 lat nie stanowili przeważnie więcej niż 40% wszystkich zatrudnionych. Największą część stanowiły osoby posiadające co najmniej 10 – letnią praktykę zawodową. Uwzględniając grupę zawodową w małych firmach najwyższy udział w strukturze zatrudnionych mieli specjaliści oraz robotnicy wykwalifikowani.

Tabela 31. Struktura zatrudnienia w małych przedsiębiorstwach ze względu na płeć, wiek, wykształcenie, staż pracy, strukturę zatrudnienia (N=421)

Wyszczególnienie		0-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
Płeć	Kobiety	39,1%	13,9%	17,6%	17,1%	12,2%
	Mężczyźni	20,5%	13,7%	16,4%	25,2%	24,2%
Wiek	Do 30 lat	61,4%	27,9%	8,1%	1,7%	1,0%
	31- 45 lat	10,0%	26,9%	41,6%	12,7%	8,8%
	46 i więcej lat	49,9%	32,5%	12,0%	2,4%	3,2%
Wykształcenie	Podstawowe	98,5%	1,2%	0,0%	0,2%	0,0%
	Zasadnicze zawodowe	75,6%	14,9%	6,6%	2,0%	1,0%
	Średnie zawodowe	57,5%	25,4%	13,4%	2,0%	1,7%
	Średnie ogólne	69,7%	19,3%	8,1%	0,7%	2,2%
	Wyższe	41,1%	18,3%	14,4%	9,5%	16,6%
Staż pracy	Do 5 lat	57,9%	26,7%	5,6%	4,2%	5,6%
	Od 6 do 10 lat	27,4%	41,3%	22,5%	4,6%	4,2%
	Powyżej 10 lat	31,8%	32,5%	21,5%	6,1%	8,1%
Strukturę zatrudnienia	Robotnicy niewykwalifikowani	93,2%	3,2%	2,4%	1,2%	0,0%
	Robotnicy wykwalifikowani	48,4%	27,9%	13,0%	8,1%	2,7%
	Szeregowi pracownicy biurowi	87,5%	9,5%	2,0%	0,2%	0,7%
	Specjaliści	42,8%	28,4%	15,2%	8,1%	5,6%
	Kadra kierownicza niższego i średniego szczebla	95,1%	3,7%	0,5%	0,2%	0,5%
	Kadra kierownicza wyższego szczebla	92,2%	4,4%	2,4%	0,2%	0,7%
	Inne	98,0%	0,7%	0,5%	0,0%	0,7%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

W średnich przedsiębiorstwach mężczyźni częściej niż kobiety stanowili od 81% do 100% struktury zatrudnionych. Przeważnie pracownicy do 30 roku życia stanowią niewielki udział w firmie, z kolei osoby od 31 do 45 lat, częściej od pozostałych stanowili większość zatrudnionych w przedsiębiorstwie. Biorąc pod uwagę wykształcenie, stwierdza się, że osoby, które ukończyły szkołę wyższą dominują w przedsiębiorstwach, natomiast pracownicy posiadający wykształcenie podstawowe stanowią niewielki procent. Pracowników średnich przedsiębiorstw charakteryzował najczęściej staż pracy powyżej 5 lat. Średnie przedsiębiorstwa opierają strukturę zatrudnienia na specjalistach oraz robotnikach wykwalifikowanych, gdyż stanowili przeważającą część pracowników.

Tabela 32. Struktura zatrudnienia w średnich przedsiębiorstwach ze względu na płeć, wiek, wykształcenie, staż pracy, strukturę zatrudnienia (N=421)

Wyszczególnienie		0-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
Płeć	Kobiety	37,6%	13,7%	15,1%	23,4%	10,2%
	Mężczyźni	24,5%	13,7%	14,6%	24,7%	22,5%
Wiek	Do 30 lat	58,2%	34,1%	5,5%	1,6%	0,5%
	31- 45 lat	8,5%	45,1%	38,2%	6,3%	1,9%
	46 i więcej lat	31,3%	45,9%	19,0%	2,7%	1,1%
Wykształcenie	Podstawowe	97,5%	2,2%	0,3%	0,0%	0,0%
	Zasadnicze zawodowe	74,2%	19,2%	3,6%	1,4%	1,6%
	Średnie zawodowe	54,1%	32,4%	10,7%	1,9%	0,8%
	Średnie ogólne	67,9%	24,5%	4,7%	0,8%	2,2%
	Wyższe	48,4%	16,2%	9,9%	10,7%	14,8%
Staż pracy	Do 5 lat	64,6%	27,5%	4,9%	1,1%	1,9%
	Od 6 do 10 lat	19,5%	51,4%	23,1%	3,0%	3,0%
	Powyżej 10 lat	22,3%	37,6%	28,8%	9,3%	1,9%
Strukturę zatrudnienia	Robotnicy niewykwalifikowani	93,1%	2,2%	0,8%	3,3%	0,5%
	Robotnicy wykwalifikowani	47,3%	38,7%	8,0%	4,1%	1,9%
	Szeregowi pracownicy biurowi	88,2%	9,9%	1,1%	0,3%	0,5%
	Specjaliści	43,4%	31,0%	9,1%	9,9%	6,6%
	Kadra kierownicza niższego i średniego szczebla	96,7%	3,0%	0,3%	0,0%	0,0%
	Kadra kierownicza wyższego szczebla	95,9%	3,3%	0,3%	0,3%	0,3%
	Inne	99,5%	0,3%	0,0%	0,0%	0,3%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Plany w zakresie zatrudnienia pracowników w ciągu najbliższych 2 lat

Podczas badania ilościowego respondentów poproszono o przedstawienie planów zatrudnienia w ich przedsiębiorstwie w perspektywie kolejnych 2 lat. Zdecydowana większość firm z sektora MŚP nie planowała ani zatrudniać, ani zwalniać pracowników. Decyzja ta determinowana była przede wszystkim brakiem takiej potrzeby, wśród innych powodów wskazywano na posiadanie stałej kadry pracowników oraz niepewną sytuacją spowodowaną koronawirusem. Takie deklaracje korespondują z wspomnianymi wcześniej celami strategicznymi, gdyż jak zauważono najważniejszym celem jest dla podmiotów MŚP utrzymanie się na rynku i stabilizacja oraz pozyskiwanie nowych klientów. Tylko niewielki odsetek przedsiębiorstw przewidywał zwolnienia. Jeśli zakładano zmiany w liczbie pracowników, niezależnie od branży czy podregionu dotyczyły one raczej zwiększenia poziomu zatrudnienia. Zatrudnianie nowych pracowników determinowane było wystąpieniem takiej potrzeby związanej m.in. z rozszerzeniem działalności czy chęcią rozwoju firmy. Zwiększenie zatrudnienia deklarowały częściej małe i średnie firmy z sektora prywatnego, które funkcjonują na rynku od 5 do 10 lat.

Rysunek 5. Czy w ciągu najbliższych 2 lat Państwa firma planuje zmienić wielkość zatrudnienia? (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie zrealizowanych badań

Bez względu na wielkość, przedsiębiorstwa, które deklarują zwiększenie zatrudnienia będą poszukiwać głównie robotników wykwalifikowanych (pracowników budowy, produkcji, kierowców, magazynierów) oraz specjalistów (zapotrzebowanie bardzo zróżnicowane i uzależnione od prowadzonej działalności). Zdecydowanie rzadziej będą zatrudniani kierownicy.

Tabela 33. Jakich pracowników będą Państwo zatrudniać w ciągu najbliższych 2 lat?

Wyszczególnienie	mikro		małe		średnie	
	spadek	wzrost	spadek	wzrost	spadek	wzrost
Robotnicy niewykwalifikowani	0	14	0	19	0	23
Robotnicy wykwalifikowani	4	32	1	35	1	36
Szeregowi pracownicy biurowi	0	9	0	7	0	5
Specjaliści	2	29	0	45	2	36
Kadra kierownicza niższego i średniego szczebla	0	1	0	1	0	1
Kadra kierownicza wyższego szczebla	0	0	0	0	0	1
Inne	0	14	0	19	0	23
N respondentów	6	60	2	79	3	76

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Oceniając sytuację na rynku pracy w perspektywie kolejnych dwóch lat, przedstawiciele podmiotów wspierających rozwój przedsiębiorczości, prowadzących działalność w województwie wielkopolskim lub w zakresie ponadregionalnym, wskazywali na trudność przewidzenia przyszłej sytuacji z powodu kryzysu gospodarczego wywołanego działaniami mającymi zapobiec rozprzestrzenianiu się pandemii koronawirusa. Zwłaszcza, że pozostaje niepewne, w jakim kierunku rozwine się sytuacja pandemiczna. Mimo to, większość respondentów przewidywała stabilność, a nawet wzrost zapotrzebowania na pracowników. Zwracano jednak uwagę, że pracownicy ci będą musieli posiadać określone kwalifikacje i to z pozyskaniem specjalistów w danym zakresie może być problem.

„Utrzymany (zostanie), tak zwany rynek pracownika. W naszym przypadku, w czasie najbliższych 2 lat, tylko i wyłącznie umiejętność przebranżowienia pracowników, dostosowanie ich do aktualnych wymogów rynku pracy, firm, które istnieją na rynku, czyli ciągłe przebranżawianie pracowników i kompetencje, dostosowanie do sytuacji na rynku pracy. W przypadku Wielkopolski Wschodniej, jest to olbrzymi problem, przekwalifikowanie pracowników przemysłu ciężkiego.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

Zdania respondentów wspierających rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu w województwie wielkopolskim były silnie podzielone. Część badanych wskazywała, że będzie wzrastać

zapotrzebowanie na pracowników fizycznych i przedstawicieli zawodów, takich jak krawiec czy rzeźnik. Spadać natomiast będzie poziom zatrudniania tych, którzy pracują umysłowo.

„Pracowników brakuje cały czas, tylko trzeba powiedzieć w jakich zawodach, brakuje pracowników fizycznych, cała budowlanka, nie ma panów, którzy obsługują dźwigi wieżowe, (...) którzy spawają. Są zawody, gdzie brakuje masaży, rzeźników, czyli są zawody, które cały czas są, ale w tej chwili mamy za dużo tych którzy chcą siedzieć za biurkiem, zaczyna brakować szewców, krawców, takie zawody się wykruszają i jest coraz gorzej.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu

Z drugiej strony, inni respondenci przewidywali sytuację odwrotną – wzrost zapotrzebowania na wysoko wykwalifikowanych pracowników ze względu na rozwój automatyzacji i spowodowany nią spadek zatrudnienia osób pracujących fizycznie. Rozwój technologiczny wiąże się bowiem ze zmniejszeniem zapotrzebowania na pracowników, w związku z tym, zatrudnieni na stanowiskach nie wymagających wysokich kwalifikacji i kompetencji, mogą, wraz z postępującą automatyzacją, stracić dotychczasowe miejsca pracy. Równocześnie jednak, większa będzie potrzeba pozyskania bardziej kompetentnych pracowników, którzy byłoby w stanie zapewnić sprawne funkcjonowanie tych maszyn i urządzeń.

Sytuacja na rynku pracy będzie więc zależna przede wszystkim od branży, na co zwracała uwagę większość badanych. Znaczenie będzie miało również to, jakie działania podejmą pracownicy zza wschodniej granicy. Jak wskazuje jeden z reprezentantów podmiotów wspierających rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu w województwie wielkopolskim:

„(...) jeżeli się okaże, że (...) rynek zachodni się dla nich otworzy, to oni w dużej części opuszczą kraj i pojedą dalej, bo dla nich jest bez znaczenia czy pracują 1000 kilometrów od domu czy 3000, a cena czy koszt pracy pewnie byłyby inne. Także jeżeli to się zdarzy to myślę, że to zapotrzebowanie na pracowników tutaj lokalnie (...) może być zwiększone.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

W grupie przedstawicieli firm sektora MŚP również zwracano uwagę na niepewność sytuacji na rynku krajowym i regionalnym spowodowaną przez pandemię koronawirusa.

„W tym momencie, wszystko jest przystopowane. Nawet najwięksi uczeni, nie są w stanie stwierdzić, jaki wpływ pandemia będzie miała na to, co się będzie działo. Czynnikiem wpływającym na to, jak będzie wyglądała sytuacja rynku pracy w ciągu najbliższych 2 lat, wyjaśni się w ciągu pół roku. Mam na myśli pandemię, czy będzie się rozwijało, czy będą większe obostrzenia czy nie. Jeśli znowu będą obostrzenia, to będziemy potrzebować mniej pracowników. W mojej ocenie, gospodarka będzie na tym mocno traciła.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem przedsiębiorstw z sektora MŚP

Sytuacja ta, jak wskazują badani, będzie zróżnicowana w zależności od obszaru działalności, którym zajmuje się dana firma, a wpływ na poziom zatrudnienia będą miały przede wszystkim popyt na oferowany towar bądź usługę i wartość pieniądza. Część badanych wskazywała na wzrost poziomu zatrudnienia, inni na zastój lub nawet wyraźny spadek liczby zatrudnianych osób. Wobec tego, konieczne jest pogłębienie analizy wyników badania ilościowego dotyczących firm planujących zmianę poziomu zatrudnienia z uwzględnieniem branży oraz podregionu.

Jeśli chodzi o mikrofirmy, zwiększenie zatrudnienia przewidywano we wszystkich branżach, przy czym najczęściej w budownictwie i rolnictwie. Zatrudnienie nowych pracowników deklarowało również 15,4% mikrofirm działających w handlu i blisko po 12% mikroprzedsiębiorstw działających w przemyśle i usługach. Zmniejszenie poziomu zatrudnienia planowały jedynie mikrofirmy zajmujące się przemysłem bądź usługami. Większość mikroprzedsiębiorstw planowała pozostawić poziom zatrudnienia na dotychczasowym poziomie.

Podobnie w małych przedsiębiorstwach, zwiększenie liczby pracowników planowano przede wszystkim w przemyśle i usługach. Wzrost poziomu zatrudnienia zakładano również w pozostałych sekcjach, w 16,7% małych przedsiębiorstw działających w rolnictwie, 15,4% firm działających w handlu i w 12,5% zajmujących się budownictwem. Zmniejszenie zatrudnienia przewidywano natomiast w handlu i przemyśle.

Z kolei w średnich przedsiębiorstwach wzrost zatrudnienia na najwyższym poziomie zakładano w rolnictwie, następnie przemyśle, usługach i handlu. Co dziesiąte średnie przedsiębiorstwo działające w branży budowlanej planowało zwiększenie zatrudnienia w ciągu kolejnych 2 lat. Zmniejszenie liczby pracowników zakładały jedynie firmy z branż usług i przemysłu.

Rozpatrując badaną kwestię pod kątem podziału na podregiony, zwiększenie liczby zatrudnionych w mikrofirmach na najwyższym poziomie planowane było w podregionach kaliskim i poznańskim (odpowiednio 19,7% i 18,4%), następnie w podregionie leszczyńskim (16,9%). Tam też planowano najwięcej zwolnień (w 3,4% tamtejszych mikrofirm). Stosunkowo wysoki poziom planowanych zwolnień pracowników był również w podregionie kaliskim (3% mikroprzedsiębiorstw). Jeśli chodzi o małe firmy, planowany wzrost liczby zatrudnionych na najwyższym poziomie był w podregionach poznańskim i pilskim (odpowiednio 27,2% i 25%), a także w samym mieście Poznań (19,4%). Zwolnienia na niewielkim poziomie planowano natomiast w podregionie kaliskim i w Poznaniu (odpowiednio 1,5% i 1%). Wzrost liczby zatrudnionych w przedsiębiorstwach średniej wielkości planowano przede wszystkim w podregionie konińskim, na co wskazywało co czwarte tamtejsze przedsiębiorstwo, następnie w mieście Poznań i podregionie leszczyńskim (odpowiednio 22,8% i 22,4%). Zwolnienia z kolei przewidywano w podregionach: konińskim (1,9%), leszczyńskim (1,7%) i poznańskim (1,3%).¹²⁸

Problemy kadrowe

Zawody deficytowe oraz najczęściej poszukiwane zawody, kwalifikacje i kompetencje

Zgodnie z wynikami badania „Barometr zawodów” do zawodów deficytowych najczęściej występujących w województwie wielkopolskim w roku 2020 należy zaliczyć: kierowców samochodów ciężarowych i ciągników siodłowych, elektryków, elektromechaników i elektromonterów, magazynierów, operatorów i mechaników sprzętu do robót ziemnych, pielęgniarki i położne. Wskazane zawody były deficytowe w 31 i 29 spośród 31 badanych powiatów województwa (od 100 do 94%).

Tabela 34. Zawody deficytowe najczęściej występujące w województwie wielkopolskim w roku 2020¹²⁹

Zawód	Liczba powiatów, w których prognozowany jest deficyt	Udział w liczbie powiatów ogółem
Kierowcy samochodów ciężarowych i ciągników siodłowych	31	100,0
Elektrycy, elektromechanicy i elektromonterzy	29	94,0
Magazynierzy	29	94,0
Operatorzy i mechanicy sprzętu do robót ziemnych	29	94,0
Pielęgniarki i położne	29	94,0
Murarze i tynkarze	28	90,0
Robotnicy budowlani	28	90,0
Spawacze	28	90,0
Ślusarze	27	87,0
Robotnicy obróbki drewna i stolarze	27	87,0
Kucharze	27	87,0

¹²⁸ Dane zaprezentowano w aneksie

¹²⁹ Badanie zrealizowane zostało na terenie 31 powiatów. W przypadku powiatu kaliskiego, konińskiego, leszczyńskiego i poznańskiego eksperci dokonali oceny łącznej dla obszaru ziemskiego i miasta na prawach powiatu

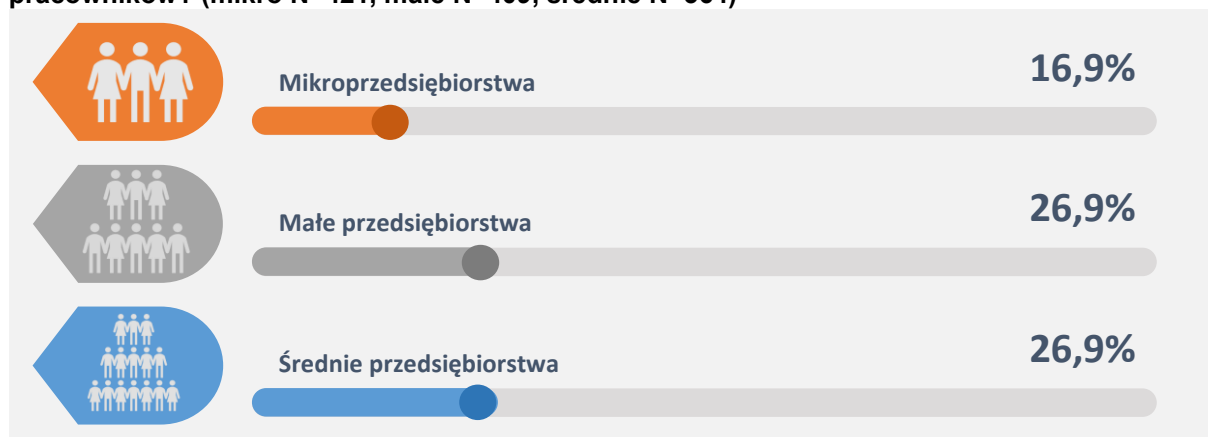
Zawód	Liczba powiatów, w których prognozowany jest deficyt	Udział w liczbie powiatów ogółem
Kierowcy autobusów	27	87,0
Monterzy instalacji budowlanych	27	87,0
Pracownicy fizyczni w produkcji i pracach prostych	27	87,0
Lekarze	25	81,0
Dekarze i blacharze budowlani	25	81,0
Cieśle i stolarze budowlani	25	81,0
Pracownicy robót wykończeniowych w budownictwie	23	74,0
Opiekunowie osoby starszej lub niepełnosprawnej	22	71,0
Operatorzy obrabiarek skrawających	22	71,0
Brukarze	22	71,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie „Barometr zawodów 2020”

Zgodnie z zaleceniami Rady i Parlamentu Europejskiego współcześnie jako kompetencję kluczową w strategiach zatrudnienia podmiotów prowadzących działalność gospodarczą należy rozpatrywać przedsiębiorczość pracowników, w tym również w sektorze MŚP. Tego rodzaju podejście zakłada, że kluczowe kompetencje nie tylko oddziałują na poziom pracy zatrudnionych, ale również stanowią istotny czynnik innowacyjności i konkurencyjności podmiotów na rynku¹³⁰.

W ramach zrealizowanego badania zdecydowana większość respondentów przyznała, iż w firmie nie występuje problem z pozyskaniem odpowiednich pracowników. Z drugiej strony częściej niż co czwarty przedstawiciel małego i średniego przedsiębiorstwa dostrzegał taki problem. W większości małych firm nowi pracownicy są pozyskiwani sporadycznie, natomiast w co czwartej firmie rekrutuje się do pracy „od czasu do czasu”. Podobna sytuacja występuje wśród przedstawicieli średnich przedsiębiorstw. Problem z pozyskaniem odpowiednich pracowników dotyczy częściej podmiotów z sektora prywatnego aniżeli publicznego. Znaczenie ma także okres funkcjonowania firmy na rynku, problem dotyczy przede wszystkim podmiotów działających na rynku od 10 do 15 lat. Dostrzega się zróżnicowanie także ze względu na kapitał właścicielski – podmioty wyłącznie z polskim kapitałem częściej deklarują, że taki problem nie występuje.

Rysunek 6. Czy w Państwa firmie występują problemy z pozyskaniem odpowiednich pracowników? (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

¹³⁰ E. Multan, A. Rak, Przedsiębiorczość w sektorze MŚP – źródłem informacji w procesie formułowania strategii zatrudnienia w organizacji, [w:] Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach, Seria: Administracja i Zarządzanie, Nr 110/2016, Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach, Siedlce 2016 r., s. 63

Wśród uczestników badania deklarujących trudności z pozyskaniem nowych pracowników główną barierą był brak odpowiednich kwalifikacji u kandydatów na dane stanowisko. Połowa przedstawicieli średnich przedsiębiorstw stwierdziła, że kandydaci nie posiadają doświadczenia zawodowego lub umiejętności praktycznych, problem ten wskazywano nieco rzadziej w mikroprzedsiębiorstwach. Wśród mikroprzedsiębiorstw natomiast częściej niż w małych czy średnich firmach występował problem braku chęci do pracy/nieodpowiedniej postawy kandydatów (49,3%).

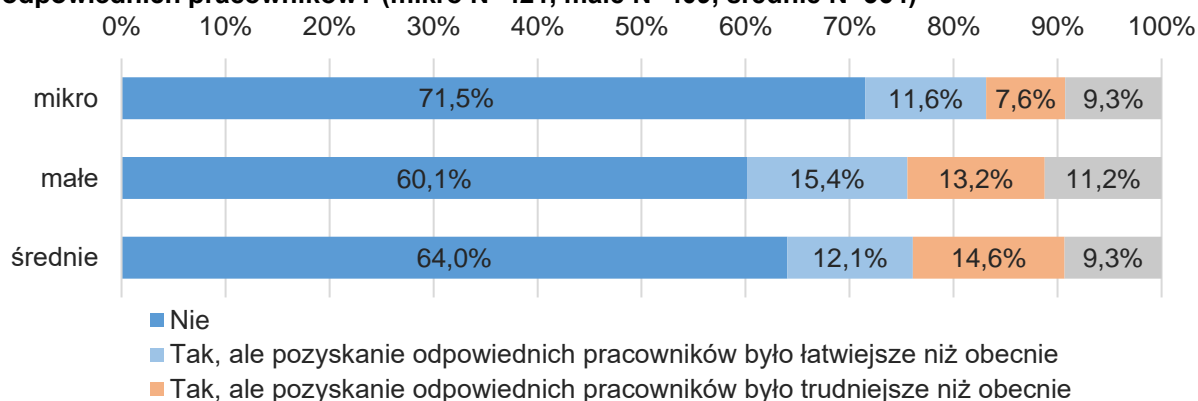
Tabela 35. Z czego wynikają trudności z pozyskaniem odpowiednich pracowników? (mikro N=71, małe N=110, średnie N=98)

Wyszczególnienie	mikro	małe	średnie
Kandydaci nie posiadają odpowiednich kwalifikacji (kierunek wykształcenia, ukończone kursy itp.)	60,6%	79,1%	77,6%
Kandydaci nie posiadają doświadczenia zawodowego lub umiejętności praktycznych	43,7%	37,3%	51,0%
Oczekiwania płacowe kandydatów są wyższe niż możliwości firmy	5,6%	11,8%	18,4%
Kandydaci nie mają odpowiedniego poziomu wykształcenia	15,5%	8,2%	6,1%
Kandydaci nie mają motywacji do pracy /nieodpowiednia postawa kandydatów	49,3%	23,6%	12,2%
Kandydaci nie posiadają poszukiwanych kompetencji miękkich np. umiejętność pracy w zespole, komunikatywność etc.	8,5%	3,6%	2,0%
Kandydaci nie są mobilni/dyspozycyjni	4,2%	0,9%	1,0%
Rodzaj pracy (ze względu na warunki) nie jest atrakcyjny dla kandydatów	11,3%	0,9%	6,1%
Stan zdrowia kandydatów	0,0%	0,0%	2,0%
Nie ma odzewu kandydatów na ogłoszenia o pracę	7,0%	6,4%	7,1%
Duża konkurencja na rynku w poszukiwanych zawodach (walka o pracownika)	1,4%	4,5%	2,0%
Inne	2,8%	1,8%	5,1%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Osoby ankietywane zostały poproszone o ustosunkowanie się do kwestii problemów z pozyskaniem odpowiednich pracowników w ciągu ostatnich 3 lat prowadzonej działalności. Większość ankietywanych niezależnie od wielkości firmy nie zaobserwowała problemów z pozyskaniem pracownika w tym okresie. Rozkład udzielonych odpowiedzi był zbliżony do siebie, przy czym w mikroprzedsiębiorstwach problem ten obserwowano znacznie rzadziej niż w małych czy średnich firmach. W przypadku małych przedsiębiorstw częściej pozyskanie odpowiedniego pracownika w przeszłości było łatwiejsze niż obecnie, natomiast w średnich przedsiębiorstwach częściej pozyskanie pracownika w przeszłości było trudniejsze niż obecnie.

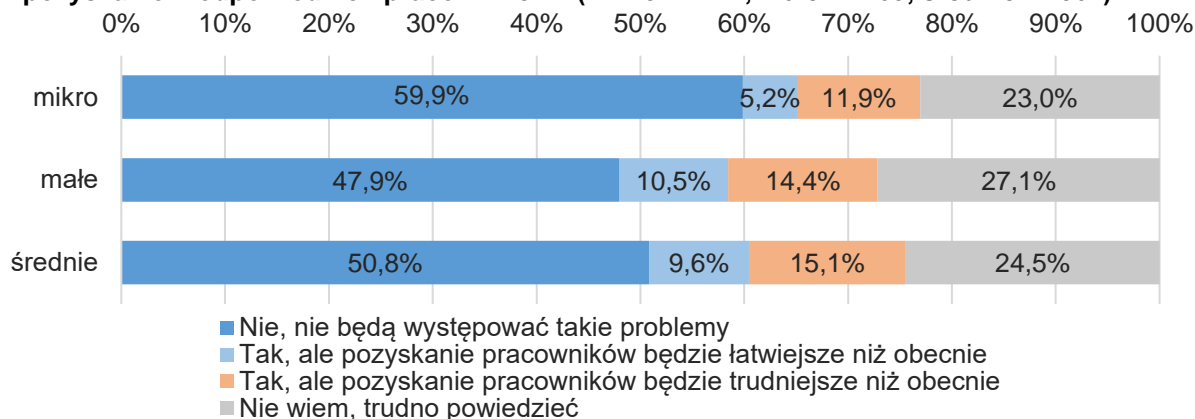
Wykres 42. Czy w przedsiębiorstwie w ostatnich 3 latach występowały problemy z pozyskaniem odpowiednich pracowników? (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Częściej niż co drugi przedstawiciel mikroprzedsiębiorstwa (59,9%) oraz połowa przedstawicieli małych i średnich firm była zgodna, że w perspektywie kolejnych 2 lat nie będzie występował problem z pozyskaniem odpowiednich pracowników. Z drugiej strony w blisko 12% mikroprzedsiębiorstw oraz 14,4% małych i 15,1% średnich firmach istnieją obawy, że rekrutacja nowych pracowników będzie trudniejsza niż w chwili obecnej. Niezależnie od wielkości firmy, przeciętnie co czwarty nie umiał sprecyzować opinii w tym zakresie.

Wykres 43. Czy w Państwa opinii w ciągu kolejnych 2 lat będą występować problemy z pozyskaniem odpowiednich pracowników? (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Z opinii respondentów badania ilościowego wynika, że niezależnie od wielkości firmy najtrudniej było pozyskać specjalistów oraz robotników wykwalifikowanych, te same grupy były równocześnie najczęściej poszukiwane przez pracodawców z sektoru MŚP.

Tabela 36. Jakiego typu pracowników najtrudniej jest pozyskać do firmy? Jakiego typu pracowników najczęściej poszukuje firma? (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)

Wyszczególnienie	Typu pracowników najtrudniej pozyskać do firmy			Typu pracowników najczęściej poszukiwane do firmy		
	mikro	małe	średnie	mikro	małe	średnie
Robotnicy niewykwalifikowani	7,1%	6,8%	3,3%	11,2%	9,0%	5,5%
Robotnicy wykwalifikowani	39,2%	46,2%	43,4%	40,4%	47,7%	45,9%
Szeregowi pracownicy biurowi	8,1%	12,0%	12,6%	8,6%	11,5%	14,8%
Specjaliści	63,2%	68,7%	69,0%	58,9%	66,5%	66,8%
Kadra kierownicza niższego i średniego	11,6%	9,5%	5,8%	12,1%	9,8%	8,8%
Kadra kierownicza wyższego szczebla	12,8%	11,0%	6,9%	13,5%	11,0%	11,5%
Inne	8,6%	2,9%	4,9%	7,8%	1,2%	0,0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Najczęściej poszukiwanymi kwalifikacjami, niezależnie od wielkości firmy były: kwalifikacje cyfrowe oraz umiejętności związane z obsługą klienta (częściej w mikroprzedsiębiorstwach). Bez względu na wielkość firmy poszukiwane były także osoby posiadające prawo jazdy kat. B lub inne, a także umiejętności z obszaru finansowo-księgowego, zarządzania czy marketingu. Cenne przede wszystkim w oczach pracodawców małych i średnich firm były umiejętności obsługi maszyn i urządzeń, umiejętności związane ze świadczeniem usług osobistych oraz opiekuńczo-społecznych, a także znajomość języków obcych. Przedsiębiorstwa zatrudniające mniej niż 50 pracowników częściej od firm średnich poszukiwały osób posiadających kwalifikacje z zakresu sprzedaży czy wykonywania prac budowlanych / elektrycznych.

Tabela 37. Jakich kwalifikacji najczęściej poszukuje firm? (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)

Wyszczególnienie	mikro	małe	średnie
Umiejętność obsługi komputera / specjalistycznego oprogramowania	72,2%	63,3%	76,4%
Umiejętności z zakresu księgowości/ finansów / zarządzania / marketingu	44,9%	40,1%	45,6%
Umiejętności z zakresu obsługi klienta (doradztwo, negocjacje itp.)	68,6%	56,7%	44,5%
Umiejętność prowadzenia pojazdów (prawo jazdy kategorii B lub innych)	44,2%	47,2%	37,9%
Umiejętność obsługi maszyn i urządzeń	14,7%	22,0%	22,3%
Umiejętności związane ze sprzedażą (kasa fiskalna, terminal płatniczy, fakturowanie)	16,4%	10,5%	8,0%
Umiejętności związane ze świadczeniem usług osobistych oraz opiekuńczo – społecznych	6,4%	13,0%	15,7%
Umiejętności spawania / obróbki metalu	5,9%	12,5%	13,7%
Umiejętności z zakresu wykonywania prac budowlanych / elektrycznych	14,7%	15,2%	12,9%
Znajomość języków obcych, jakich-	5,0%	11,2%	11,5%
Inne	9,0%	12,2%	17,6%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Najczęściej poszukiwanymi kompetencjami w firmach z sektora MŚP (bez względu na wielkość przedsiębiorstwa) były komunikatywność oraz motywacja do pracy. W nieco mniejszym stopniu jednak cenna była także umiejętność dobrej organizacji pracy. W mikro i małych przedsiębiorstwach częściej niż w średnich firmach podkreślano znaczenie dyspozycyjności, natomiast w małych i średnich częściej niż w mikroprzedsiębiorstwach poszukiwano odpowiedzialności i profesjonalizmu oraz odporności na stres.

Tabela 38. Jakich kompetencji najczęściej poszukuje firma? (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)

Wyszczególnienie	mikro	małe	średnie
Dyspozycyjność	35,4%	34,0%	25,5%
Komunikatywność	39,9%	40,8%	35,4%
Kreatywność, innowacyjność, pomysłowość	29,5%	19,1%	26,6%
Mobilność terenowa	13,1%	8,6%	12,1%
Motywacja do pracy	36,8%	37,9%	37,9%
Myślenie analityczne i syntetyczne	10,9%	10,8%	14,6%
Odporność na stres	10,9%	19,3%	22,3%
Odpowiedzialność i profesjonalizm	28,5%	37,9%	34,1%
Poziom kultury osobistej	10,5%	17,6%	16,2%
Stan zdrowia pod kątem wymagań na stanowisku pracy	nd	4,4%	11,3%
Uczciwość	20,4%	22,5%	18,1%
Umiejętność dobrej organizacji pracy	29,2%	27,9%	25,3%
Umiejętność pracy w grupie	13,8%	15,9%	15,7%
Zaangażowanie/ chęć do pracy	29,5%	27,1%	20,3%
Zdolności manualne	7,8%	7,1%	8,0%
Zdolność szybkiego uczenia się/podnoszenia kwalifikacji	9,0%	15,4%	15,1%
Znajomość branży, w której kandydat chce podjąć pracę	9,5%	13,2%	13,7%
Inne	3,8%	1,7%	1,1%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Problem możliwości pozyskania wykwalifikowanego pracownika tj. w poszukiwanym zawodzie, posiadającego odpowiednie kwalifikacje i kompetencje, został poruszony także w ramach wywiadów indywidualnych. Przedstawiciele podmiotów wspierających rozwój przedsiębiorczości zapytano m.in. o to, czy problemy kadrowe uzależnione są w jakiś sposób od branży, w której działa dane

przedsiębiorstwo. Większość respondentów przyznała, że występują tu silne zależności. Z jednej strony brakuje bowiem pracowników fizycznych, m.in. w branży budowlanej i do pracy sezonowej w rolnictwie, związanej przede wszystkim ze zbieraniem owoców. Z drugiej strony natomiast, widoczne jest również zapotrzebowanie na pracowników posiadających określone kompetencje i kwalifikacje, udokumentowane przebytymi kursami czy szkoleniami. W związku z tym wzrasta również zainteresowanie możliwościami otrzymania dofinansowania na doszkalanie czy przekwalifikowywanie pracowników.

„Firmy zmieniają swoje profile, a przez to pracownicy ciągle muszą podnosić swoje kwalifikacje, a skoro są na to środki, a są, finansowe, no to przez 2 lata będzie ciągle przekwalifikowanie pracowników.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

Przedstawiciele podmiotów wspierających rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu w województwie wielkopolskim również wskazywali na silną zależność między sekcją działalności przedsiębiorstwa a problemami kadrowymi. Badani wskazywali na problemy z zatrudnieniem w branży handlowej i w produkcyjnej, ze względu na niskie zainteresowanie ze strony pracowników. Podobna sytuacja występuje w branży turystycznej. Nie ma także pracowników posiadających uprawnienia do prowadzenia pojazdów kategorii C+E. Deficyt pracowników może się pojawić również w przypadku wąsko wyspecjalizowanej branży technicznej oraz pracowników z zakresu podstawowych usług, ze względu na brak zainteresowania podjęciem kształcenia w kierunku przez osoby młode. Istotne braki widoczne są również wśród lekarzy i pielęgniarek. Podsumowując, brakuje zarówno specjalistów i kadry wykwalifikowanej, jak i pracowników fizycznych.

Na trudności z rekrutacją pracowników zwrócili także uwagę przedstawiciele sektora MŚP w ramach wywiadów indywidualnych. Zdecydowana większość potwierdziła napotykanie problemów w tym obszarze. W przypadku osób wysoko wykwalifikowanych, fachowców i specjalistów, problemem są emigracje oraz zakładanie własnej działalności. Zasadniczą kwestią w pozyskaniu tego typu pracowników jest wysokość proponowanego honorarium, na które może sobie pozwolić dane przedsiębiorstwo, a które często nie jest satysfakcjonujące dla potencjalnego pracownika. Dla specjalistów istotnym czynnikiem zatrudnienia są także warunki okołopłacowe. Jak wskazuje jeden z badanych:

„Jeśli chodzi o specjalistów i te osoby, które są najważniejsze dla firmy, czyli tych bardzo wysoko wykwalifikowanych pracowników, jakiej znaczenia ma ta nowoczesność miejsca pracy, to jak ono funkcjonuje, jak sobie radzi i jakich metod można się nauczyć pracując w tym miejscu. I kto pracuje.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem przedsiębiorstw z sektora MŚP

Respondenci zwrócili również uwagę na problem tzw. „rozdawnictwa”, które sprawia, że „nie opłaca się pracować” i w konsekwencji potencjalni pracownicy wolą zostać w domach, utrzymując się ze świadczeń społecznych.

Podczas analizy problemów kadrowych występujących w podmiotach MŚP należy także omówić kwestię rotacji pracowników. Dotyczy ona przede wszystkim podmiotów zatrudniających od 50 do 249 pracowników (9,6%). Wśród małych firm rotacja pracowników występuje w 7,3%, natomiast wśród mikroprzedsiębiorstw jest to niespełna 5%. Dla średnich i małych firm problem rotacyjności dotyczy przede wszystkim robotników wykwalifikowanych, a w dalszej kolejności specjalistów i robotników niewykwalifikowanych. Mikroprzedsiębiorstwa rotację pracowników odczuwają głównie wśród robotników wykwalifikowanych, ale również w przypadku specjalistów. Można zatem stwierdzić, że rotacja pracowników sektora MŚP dotyczy głównie tych trzech grup zawodowych.

Temat rotacji pracowników poruszono także w ramach wywiadów indywidualnych. Z problemem tym spotkała się większość badanych. Jako przyczyny rotacji wskazywane były: wąska specjalizacja

pracowników, przewaga liczby kobiet w ogóle zatrudnionych, a w związku z tym częste potrzeby związane ze znalezieniem pracownika na zastępstwo, a także możliwość zaoferowania jedynie pracy w niepełnym wymiarze godzin. Problemem były również wysokie oczekiwania pracowników co do wynagrodzeń, których firmy często nie były w stanie spełnić. Wysoka rotacja występuje ponadto w przypadku przedsiębiorstw zatrudniających dużą liczbę pracowników niższego szczebla, zwłaszcza, jeśli chodzi o prace mało atrakcyjne, jak sprzątanie czy *call center*. Dużym problemem, na który zwrócili uwagę badani, jest również nieodpowiedzialny stosunek do pracy przedstawicieli młodego pokolenia.

„Młodsze roczniki, które teraz wchodzą na rynek pracy, oni są trudni. Oni są nie nauczeni (...) odpowiedzialności za pracę. Jednego dnia przychodzą, drugiego nie przychodzą, trzeciego dnia przychodzą. Później są wkurzeni, że ktoś jest na nich zły i zwraca się im uwagę. Jak ktoś im zwróci uwagę, to biorą swoje klocki i wychodzą. Nie mówię oczywiście, że wszyscy. Zdarza się, że moje pokolenie czy starsze, że jest dokładnie takie samo. To też po części kwestia wychowania, ale widzę bardziej tę tendencję bardziej u młodych niż u starszych. Jest taki moment, że jak ktoś dostanie pracę, to się jej po prostu trzyma, a ci młodszy pracownicy częściej, szybciej odchodzą, potrzebują więcej bodźców.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem przedsiębiorstw z sektora MŚP

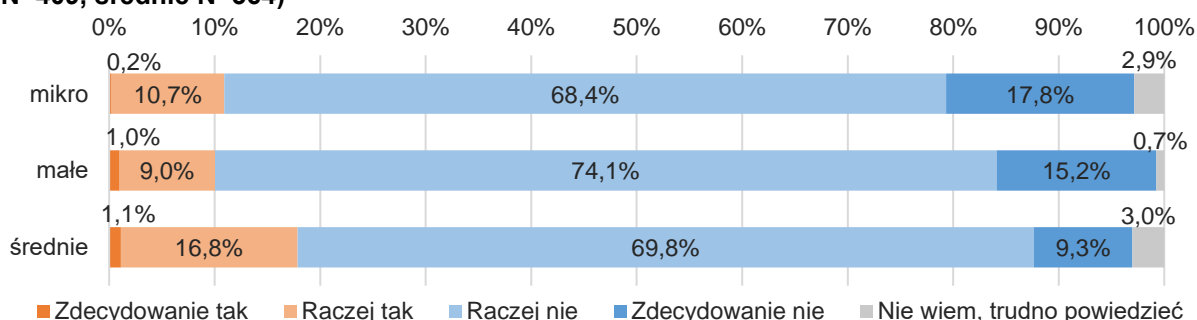
Jeśli chodzi o sposoby zapobiegania rotacji pracowników, duże znaczenie miało zapewnienie odpowiednich warunków pracy pod kątem indywidualnych potrzeb pracownika, jak i stosowanie dodatkowych zachęt. Jak wskazał jeden z badanych:

„Nie mamy dużych kłopotów (z rotacją pracowników), dlatego, że jeśli się ktoś już zdecyduje u nas pracować to staramy się tak kształtować jego ścieżkę kariery, budować wszystkie zachęty, żeby u nas pozostał i zindywidualizować system pod potrzebę danej osoby, że rotacja nie jest wielka.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem przedsiębiorstw z sektora MŚP

Kolejnym problemem z jakim będzie musiał się mierzyć wielkopolski rynek pracy w przyszłości będą zmiany demograficzne, a w efekcie starzejące się społeczeństwo. Zjawisko starzenia się kadry, powinno więc być brane pod uwagę podczas planowania polityki zatrudnienia mimo tego, że obecnie przedsiębiorcy nie odczuwają tego problemu w znaczącym stopniu. Problem starzenia się kadry częściej zauważały firmy średnie aniżeli małe i mikroprzedsiębiorstwa.

Wykres 44. Czy w przedsiębiorstwie występuje problem starzenia się kadry? (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Ocena kwalifikacji i kompetencji pracowników oraz kandydatów do pracy w sektorze MŚP

Firma Deloitte w roku 2017 przeprowadziła ogólnopolskie badanie studentów i absolwentów, w ramach którego ankietowanych poproszono m.in. o ocenę własnych umiejętności oraz kompetencji przydatnych na rynku zatrudnienia. Wśród posiadanych zdolności najczęściej wskazywano wysokie umiejętności analizy informacji oraz wyciągania wniosków, znaczna część badanych deklaruowała także posiadanie umiejętności radzenia sobie z konfliktami. Osoby uczestniczące w badaniu dość nisko oceniły z kolei

swoje zdolności w zakresie radzenia sobie ze stresem oraz przywództwa (umiejętności kierownicze), przedsiębiorczości i podejmowania inicjatywy w działaniu. Oznacza to, że młode osoby wchodzące na rynek pracy częściej oceniają siebie jako analityków i ekspertów, niż liderów grupy¹³¹.

Wśród swoich zalet, jako potencjalnych pracowników, respondenci wskazywali na zdolność do przyswajania nowej wiedzy, komunikatywność, wysoką efektywność w pracy zespołowej. Jako słabe strony wymieniali zaś zdolności przywódcze, a także delegowanie i zarządzanie pracą innych. Innymi wskazywanymi przez ankietowanych słabościami były niska samoorganizacja pracy, zależność w zakresie podejmowania decyzji, niewystarczające umiejętności rozwiązywania problemów, niski poziom przedsiębiorczości, podejmowania inicjatywy i kreatywności¹³².

Młode osoby, które wchodzą na rynek zatrudnienia mają na ogół umiejętności, które pozyskali w trakcie nauki w szkole średniej lub na uczelni. Doświadczenie zawodowe zwykle zdobywane jest w trakcie staży, praktyk i pierwszych prac o charakterze dorywczym. Znacząca część ankietowanych oceniła, że wiedza i umiejętności zdobyte podczas nauki nie przygotowały ich do pracy zawodowej. Tylko 17% badanych studentów i absolwentów oceniło, że zdobyte wykształcenie dobrze przygotowało ich do pracy zawodowej. Warto przy tym zaznaczyć, że dokonana ocena wypadła lepiej niż podczas analogicznego badania z roku 2015, kiedy to aspekt ten negatywnie oceniło blisko połowa respondentów. Oznacza to, że opinia na temat przydatności kształcenia z punktu widzenia późniejszego zatrudnienia ulega stopniowej poprawie¹³³.

Zdecydowana większość ankietowanych studentów i absolwentów deklарowała ponadto, że ma zamiar kontynuować naukę. Studia magisterskie planował co piąty absolwent licencjatu, z kolei doktoranckie, co czwarty magister. Blisko połowa respondentów planowała z kolei studia podyplomowe, a 68% certyfikowany kurs zapewniający specjalistyczne uprawnienia do wykonywania określonego zawodu¹³⁴. Z uwagi na fakt, iż wiedza akademicka nie zawsze odpowiada na zapotrzebowanie sfery przedsiębiorstw, coraz więcej młodych ludzi stara się podjąć pracę podczas nauki. Biorą oni również pod rozwagę to, by praca ta była związana kierunkowo z ich edukacją lub też pozwoliła im zyskać wiedzę i umiejętności, które podniosą ich wartość na rynku zatrudnienia i będą przydatne z punktu widzenia kierunku, w jakim chcieliby pracować w przyszłości. Aż 85% badanych deklарowało, iż posiada jakiegokolwiek doświadczenie zawodowe, a ponad połowa przyznała, że doświadczenie to było zbieżne z ich kierunkiem studiów.

Podczas badania CATI przedsiębiorców poproszono o ocenę kwalifikacji i kompetencji pracowników zatrudnionych w ich podmiotach, a także kandydatów do pracy. Niezależnie od wielkości firmy kwalifikacje i kompetencje osób zatrudnionych były oceniane wyżej niż osób ubiegających się o zatrudnienie. W przypadku absolwentów każda grupa badanych wyżej oceniła przygotowanie absolwentów szkół wyższych niż średnich. Przygotowanie absolwentów zarówno szkół wyższych, jak i średnich zostało jednak przeważnie ocenione niżej niż kandydatów do pracy i pracowników. Wszystkie wskazane grupy zostały ocenione najlepiej przez przedstawicieli średnich firm. Kwalifikacje i kompetencje pracowników i kandydatów najgorzej oceniali mikroprzedsiębiorcy, natomiast absolwentów przedstawiciele małych firm.

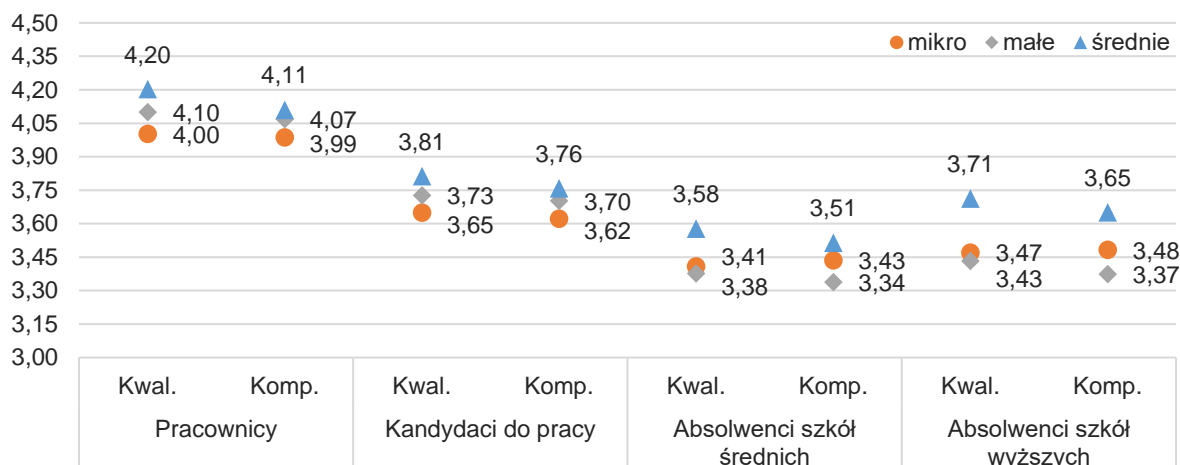
¹³¹ Pierwsze kroki na rynku pracy 2018, Polska edycja badania studentów i absolwentów, Deloitte 2018 r., s. 15.

¹³² Ibidem, s. 17

¹³³ Ibidem, s. 18

¹³⁴ Ibidem, s. 19

Wykres 45. Oceny poziomu kwalifikacji i kompetencji pracowników i kandydatów do pracy w sektorze MŚP, gdzie 1 oznacza bardzo niskie kwalifikacje i kompetencje, a 5 bardzo wysokie kwalifikacje i kompetencje (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Podczas wywiadów pogłębionych część osób reprezentujących podmioty wspierające rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu w województwie wielkopolskim wskazywała na to, że szkoły zapewniają przyszłym absolwentom tylko zdobycie wiedzy teoretycznej, niepopartej ćwiczeniami praktycznymi. Korzystnym rozwiązaniem są tu staże zawodowe, podczas których młody człowiek może zdobyć „obycie” w pracy zawodowej i doświadczenie potrzebne do podjęcia zatrudnienia, a pracodawca ma okazję przyjrzeć się pracy potencjalnego pracownika i umożliwić mu rozwój w danym zakresie. Istotne znaczenie mają tu klasy patronackie, a szerzej – współpraca między przedsiębiorstwami a jednostkami zajmującymi się edukacją. Trzeba jednak pamiętać, że o ile jakość i zakres kształcenia mogą i powinny ulegać poprawie, to szkoła nie jest w stanie wyedukować młodego człowieka w taki sposób, by pod każdym względem spełniał on oczekiwania pracodawcy. Dlatego też niezbędna jest wyrozumiałość ze strony zatrudniających i świadomość, że należy dać nowemu pracownikowi czas i warunki do rozwoju.

„Prawda jest taka, że szkoła nigdy w 100% nie przygotowuje do zawodu. W szkołach średnich są tylko miesięczne praktyki, a w szkołach zawodowych często praktyki są w pracowniach szkolnych. Uczeń musiałby pracować w takich warunkach, w jakich by sobie pracodawca życzył i w jakich pracodawca pracuje.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

Zdaniem większości przedstawicieli przedsiębiorstw sektora MŚP, którzy uczestniczyli w badaniu IDI, dopasowanie kształcenia do potrzeb regionalnego rynku pracy nie jest na wystarczającym poziomie. Również w tej grupie zwracano uwagę na konieczność zapewnienia młodym ludziom możliwości zdobywania umiejętności praktycznych, które powinny iść w parze z teorią. W przypadku szkół wyższych, zwracano uwagę, że zapewniane przez nie wykształcenie ma jedynie charakter formalny i nie przygotowuje do wejścia na rynek pracy, a nierzadko zdarza się, że dany przedmiot uczelniany wykładany jest przez osobę, która nie ma doświadczenia w pracy zawodowej, a jedynie doświadczenie akademickie. Problemem nie są jednak tylko kadry nauczycielskie, ale również brak mechanizmów na poziomie regionalnym, które zachęcałyby wykształconych młodych ludzi do pozostania w regionie.

„Lepiej byłoby, gdyby uczelnie wyższe mogły przygotowywać do pracy większą liczbę specjalistów i te osoby chętniej znajdowałyby dla siebie miejsce w Wielkopolsce. To byłoby dla nas łatwiej. Natomiast trudno mi sobie wyobrazić mechanizmy, które mogłyby z poziomu regionalnego to

ułatwić. Jak np. pomoc młodym ludziom w szybszym znalezieniu mieszkania, aby gdzieś znaleźli swoje miejsce do życia, blisko swojego pracodawcy.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem przedsiębiorstw z sektora MŚP

Warunki zatrudnienia w sektorze MŚP

Jak pokazują aktualne badania rynku, mimo że ponad połowa zatrudnionych (56%) nie jest zadowolona z warunków finansowych swojej pracy, polscy pracodawcy niechętnie reagują na presję płacową i coraz częściej wycofują się z konkurowania o kandydatów jedynie za pomocą oferty finansowej. Choć w roku 2019 blisko połowa pracowników uzyskała premię uzależnioną od wyników swojej pracy, to jej wysokość była satysfakcjonująca dla 64% z nich^{135, 136}. Wysokość wynagrodzenia jest jedną z podstawowych przyczyn, dla których pracownicy podejmują decyzję na temat zmiany miejsca zatrudnienia, mimo to pracodawcy podejmują starania, aby docierać do osób, które przy wyborze pracy kierują się również innymi motywacjami. Poszukujący zatrudnienia zwracają uwagę na pozapłacowe elementy systemu zachęt dla pracowników, np. oferowane możliwości rozwoju osobistego czy ścieżki kariery, atmosferę, jaka panuje w miejscu pracy, czy w końcu elastyczny czas i miejsce pracy.

Świadczenia dodatkowe są oferowane znacznie częściej przez duże podmioty gospodarcze. Firmy z sektora MŚP wciąż korzystają z nich na niższym poziomie. Wśród trzech rodzajów zachęt, z których przedsiębiorstwa korzystają najczęściej znajdują się: karty sportowe, podstawowy pakiet opieki medycznej, a także spotkania oraz wyjazdy integracyjne dla pracowników. Ponad połowa pracodawców oferuje pracownikom takie zachęty, jak: ubezpieczenie na życie, elastyczne metody oraz czas pracy, czy korzystanie z telefonu służbowego (w tym na użytek prywatny). W ostatnich latach coraz częściej pojawia się także możliwość uzyskania dofinansowania edukacji, jak również rozszerzony pakiet opieki medycznej.

Zgodnie z wynikami badania Hays Poland z roku 2020 ponad połowa przedsiębiorstw różnicuje ofertę świadczeń dodatkowych dla swoich pracowników. Na popularności zyskały w szczególności programy emerytalne dla pracowników, pakiety opieki medycznej, a także bony prezentowe oraz karty przedpłacone. Dla zatrudnionych najistotniejszą rolę odgrywa możliwość korzystania z pracy elastycznej oraz prywatna opieka medyczna w pakiecie rozszerzonym. Na kolejnych miejscach wymieniają oni dofinansowanie edukacji, dodatkowe dni urlopowe, a także samochód służbowy¹³⁷.

Jak wynika z przeprowadzonego badania ankietowego, zarówno w mikro, jak i małych oraz średnich przedsiębiorstwach najczęściej spotykaną formą zatrudnienia jest umowa na czas nieokreślony – ponad ¾ ogółu zatrudnionych. Umowy na czas określony zawierane są najczęściej w średnich przedsiębiorstwach, następnie w małych firmach. W mikroprzedsiębiorstwach tego rodzaju umowy zawierane są w niespełna 38% przypadków. Stosunkowo często wykorzystywane są również umowy zlecenia bądź umowy o dzieło, zwłaszcza w mikro i małych przedsiębiorstwach (średnio co piąta firma zawierała tego rodzaju umowy). W niewielkim stopniu zawierane są umowy na zastępstwo lub na niepełny wymiar czasu pracy.

Tabela 39. Formy zatrudnienia występujące w przedsiębiorstwie (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)

Wyszczególnienie	mikro	małe	średnie
Umowa na czas nieokreślony	76,7%	77,5%	78,3%
Umowa na czas określony	37,8%	58,7%	69,8%
Umowa zlecenia/umowa o dzieło	20,2%	21,0%	15,4%
Umowa na zastępstwo	0,7%	2,9%	2,7%

¹³⁵ Rynek pracy, edukacja, kompetencje. Aktualne trendy i wyniki badań, PARP 2020 r., s. 15

¹³⁶ Porównaj: Atlas przedsiębiorstw, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2019, s. 21

¹³⁷ Raport płacowy 2020. Trendy na rynku pracy, Hays Poland, 2020, s. 26

Wyszczególnienie	mikro	małe	średnie
Umowa w niepełnym wymiarze czasu pracy	0,2%	0,0%	0,0%
Inna	4,0%	0,5%	0,8%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI, możliwość wskazania wielokrotnej odpowiedzi

Dominującą formą zatrudnienia we wszystkich sektorach MŚP jest zatrudnienie w oparciu o umowę na czas nieokreślony. Forma ta jest wykorzystywana przez ok. 70% firm MŚP. Umowa na czas określony jest dominującym rodzajem zawieranych umów w 19,7% mikrofirm, 24,2% małych firm i 26,6% średnich przedsiębiorstw. W mikrofirmach stosunkowo często wykorzystywana jest również umowa zlecenie/umowa o dzieło.

Tabela 40. Dominująca forma zatrudnienia ze względu na rodzaj zawieranej umowy (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)

Wyszczególnienie	mikro	małe	średnie
Inna	3,6%	0,5%	0,6%
Umowa na czas nieokreślony	70,5%	70,7%	71,4%
Umowa na czas określony	19,7%	24,2%	26,6%
Umowa zlecenia/umowa o dzieło	6,2%	4,6%	1,4%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

W zdecydowanej większości praca w sektorze MŚP to praca w pełnym wymiarze godzin. Taką formę zatrudnienia stosuje 96,7% mikrofirm, 96,1% firm małych i 93,7% średnich. Zatrudnienie na ¼ etatu spotykane jest najczęściej w mikroprzedsiębiorstwach (7,4%). Stosunkowo często zatrudnia się również pracowników na pół etatu – forma ta dominuje w 9,3% mikroprzedsiębiorstw oraz ok. 15% firm małych i średnich.

Tabela 41. Dominująca forma zatrudnienia ze względu na wymiar czasu pracy (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)

Wyszczególnienie	mikro	małe	średnie
Pełny etat	96,7%	96,1%	93,7%
¾ etatu	7,4%	3,2%	2,2%
Pół etatu	9,3%	15,2%	15,1%
¼ etatu	0,2%	0,7%	1,1%
Inny	0,7%	0,2%	0,3%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI, możliwość wskazania wielokrotnej odpowiedzi

W przedsiębiorstwach w latach 2014-2018 odnotowano wzrost przeciętnego wynagrodzenia miesięcznego brutto. Najwyższy średni wzrost dotyczył mikroprzedsiębiorstw, natomiast najmniejszy w firmach zatrudniających od 10 do 49 pracowników. W Wielkopolsce wynagrodzenie wzrosło porównywalnie w stosunku do kraju.

Tabela 42. Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto wg klasy wielkości przedsiębiorstw

Wyszczególnienie	Przeciętne wynagrodzenie miesięczne brutto [zł]					Wzrost/spadek w 2018 względem 2014 i 2015 (dla małych firm)	
	2014	2015	2016	2017	2018		
ogółem	Polska	3 899	4 017	4 182	4 454	4 816	+ 23,5
	Wielkopolska	3 471	3 586	3 829	4 068	4 397	+ 26,7
mikro	Polska	2 315	2 437	2 616	2 822	3 093	+ 33,6
	Wielkopolska	2 287	2 339	2 536	2 812	3 076	+ 34,5
małe	Polska	-	3 652	3 720	3 981	4 283	+ 17,3
	Wielkopolska	-	3 450	3 542	3 815	4 060	+ 17,7
średnie	Polska	4 015	4 180	4 392	4 662	5 024	+ 25,1
	Wielkopolska	3 679	3 850	4 039	4 293	4 662	+ 26,7
duże	Polska	4 731	4 832	5 003	5 301	5 705	+ 20,6
	Wielkopolska	3 933	4 051	4 378	4 610	4 896	+ 24,5

Źródło: Opracowanie własne na podstawie Banku Danych Lokalnych GUS (dane dotyczące podmiotów niefinansowych prowadzących działalność gospodarczą)

Większość podmiotów odmówiła odpowiedzi dotyczącej średniej wysokości wynagrodzenia brutto oferowanego zatrudnianym przez nich pracownikom. Istotnym jest, iż średnie podmioty najrzadziej spośród pozostałych odmawiali odpowiedzi w tym zakresie.

Niemniej jednak deklaracje badanych wskazują, iż średnie wynagrodzenie brutto pracowników niższego szczebla oraz pracowników średniego szczebla w podmiotach sektora MŚP może oscylować w przedziale od 2500 do 3500 zł. Średnia wysokość wynagrodzenia brutto w przypadku pracowników wyższego szczebla potencjalnie może mieścić się w przedziale od 4500 do 6000 zł.

Tabela 43. Średnia wysokość wynagrodzenia brutto oferowana w sektorze MŚP

Wysokość wynagrodzenia	Wielkość przedsiębiorstwa		
	mikro	małe	średnie
Pracownicy niższego szczebla (w tym pracownicy produkcyjni, szeregowi pracownicy obsługi klienta, pracownicy niewykwalifikowani, szeregowi pracownicy biurowi)			
Od 2250 do 2500 zł	10,5%	7,1%	6,9%
Powyżej 2500 do 3500 zł	25,2%	34,7%	42,0%
Powyżej 3500 do 4500 zł	5,2%	6,4%	8,8%
Powyżej 4500 do 5500 zł	0,7%	1,2%	1,4%
Powyżej 5500 zł	0,2%	0,5%	1,4%
Brak/odmowa odpowiedzi	58,2%	50,1%	39,6%
Pracownicy średniego szczebla (w tym specjaliści, pracownicy wykwalifikowani)			
Od 2250 do 2500 zł	3,6%	3,7%	2,7%
Powyżej 2500 do 3500 zł	28,7%	29,1%	30,5%
Powyżej 3500 do 4500 zł	9,5%	13,2%	19,2%
Powyżej 4500 do 6000 zł	2,9%	4,2%	4,4%
Powyżej 6000 do 7500 zł	0,0%	0,2%	0,8%
Powyżej 7500	0,0%	0,0%	0,3%
Brak/odmowa odpowiedzi	55,3%	49,6%	42,0%
Pracownicy wyższego szczebla (w tym kadra kierownicza)			
poniżej 4500 zł	14,5%	9,5%	6,0%
Powyżej 4500 do 6000 zł	24,2%	26,7%	38,5%
Powyżej 6000 do 7500 zł	5,5%	4,9%	5,8%
Powyżej 7500 do 9000 zł	0,5%	1,5%	2,5%
Powyżej 9000 zł	0,0%	0,2%	0,5%
Brak/odmowa odpowiedzi	55,3%	57,2%	46,7%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Większość przedsiębiorstw przewiduje stosowanie różnego typu premii. Najczęściej wykorzystywanym w firmach sektora MŚP systemem premiowania jest premia uznaniowa. Stosowana jest ona w 47,8% mikrofirm, 53,3% małych przedsiębiorstw i 45,3% firm średnich. Rzadziej korzysta się z premii regulaminowej – system ten stosuje 15,2% mikroprzedsiębiorstw, 17,4% małych przedsiębiorstw i aż 29,9% firm średniej wielkości. Pozostałe przedsiębiorstwa nie korzystały z systemu premiowania, przy czym w ciągu kolejnego roku zamierzało wprowadzić go 11,6% ogółu mikrofirm, 9% firm małych i 6,3% średnich przedsiębiorstw.

Tabela 44. Czy w przedsiębiorstwie jest system premiowania? (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)

Wyszczególnienie	mikro	małe	średnie
Tak (premia regulaminowa)	15,2%	17,4%	29,9%
Tak (premia uznaniowa)	47,8%	53,3%	45,3%
Nie, ale zamierzamy wprowadzić go w kolejnych 12 miesiącach	11,6%	9,0%	6,3%
Nie i nie zamierzamy wprowadzić systemu	25,4%	20,3%	18,5%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Kolejne pytanie dotyczyło pozafinansowych zachęt oferowanych pracownikom. Miały one najczęściej formę szkoleń, kursów i dostępu do wody mineralnej. Często oferowano także ubezpieczenie na życie, gwarancję opieki medycznej, ekspres do kawy - nielimitowany dostęp do ciepłych napojów, możliwość

korzystania ze sprzętu służbowego (samochód bądź komputer/telefon) oraz wyjścia firmowe. Mikroprzedsiębiorstwa relatywnie częściej od pozostałych stosowały możliwość dopasowania godzin pracy do potrzeb pracownika.

Tabela 45. Pozafinansowe zachęty oferowane pracownikom przez przedsiębiorstwo (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)

Rodzaj stosowanych pozafinansowych zachęt dla pracowników	mikro	małe	średnie
Szkolenia i kursy zawodowe	49,9%	48,7%	58,8%
Zajęcia językowe	1,7%	4,4%	6,0%
Organizacja bezpłatnego transportu do pracy	1,0%	2,7%	0,5%
Elastyczne godziny pracy (dopasowane do potrzeb)	10,2%	3,9%	2,5%
Praca zdalna	6,4%	5,1%	7,7%
Praca częściowo zdalna	3,6%	5,1%	4,7%
Dodatkowy płatny urlop	1,4%	3,7%	3,3%
Dofinansowanie do wypoczynku	4,5%	6,8%	9,1%
Opieka medyczna	15,2%	19,1%	16,8%
Ubezpieczenie na życie	27,8%	28,4%	30,5%
Pracowniczy program emerytalny	0,0%	1,7%	1,4%
Karnety sportowe	3,3%	8,1%	7,7%
Karnety turystyczne	1,4%	2,4%	4,4%
Karty zniżkowe	2,1%	3,9%	3,0%
Preferencyjne kredyty pracownicze	0,2%	0,2%	0,5%
Prezenty okolicznościowe	1,4%	2,9%	3,0%
Bilety na imprezy/wydarzenia kulturalne	1,4%	3,2%	2,2%
Dostęp do wody mineralnej	29,0%	37,2%	45,6%
Dostęp do profesjonalnego ekspresu oraz Nielimitowana kawa i herbata	15,7%	20,0%	27,5%
Wyjścia firmowe	5,2%	6,1%	11,0%
Służbowy samochód	12,1%	8,3%	9,9%
Służbowy telefon i/lub laptop	12,4%	10,8%	11,0%
Inne	3,3%	2,7%	5,2%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI, możliwość wskazania wielokrotnej odpowiedzi

Polityka kadrowa prowadzona przez firmy sektora MŚP

Sposoby rekrutowania pracowników w wielkopolskim MŚP

W zrealizowanym badaniu ilościowym z przedsiębiorcami poruszono także kwestie dotyczące realizowanej przez nich polityki kadrowej. W mikroprzedsiębiorstwach dominują ogłoszenia o pracę umieszczane w Internecie: na portalach ogłoszeniowych lub stronie firmy. Często wykorzystuje się również sieć kontaktów bądź polecenia innych pracowników. Podobnie jak w mikro, w małych przedsiębiorstwach do celów rekrutacji również najczęściej wykorzystuje się Internet - 61,9% małych firm umieszcza ogłoszenia na portalach ogłoszeniowych, a 27,4%, na stronie firmowej. Popularnością cieszy się też wykorzystywanie własnej sieci kontaktów – na ten sposób pozyskiwania pracowników wskazuje co czwarte małe przedsiębiorstwo, nieco ponad 20% w celu znalezienia kandydata do pracy korzysta z usług PUP.

W przedsiębiorstwach średniej wielkości najpopularniejszym sposobem rekrutowania pracowników także są ogłoszenia umieszczane na portalach internetowych lub na stronie firmy. Często korzysta się również z usług PUP lub polecenia pracowników.

Tabela 46. Sposoby rekrutowania pracowników (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)

Sposoby rekrutowania pracowników	mikro	małe	średnie
Ogłoszenia o pracę w prasie	6,2%	6,6%	7,1%
Ogłoszenia o pracę w TV, radiu	0,7%	1,5%	1,9%

Sposoby rekrutowania pracowników	mikro	małe	średnie
Ogłoszenia o pracę w Internecie na stronie firmowej	29,9%	27,4%	28,0%
Ogłoszenia o pracę w Internecie na portalach ogłoszeniowych	53,2%	61,9%	64,0%
Zatrudniamy osoby, które były u nas na praktyce, stażu	7,6%	12,7%	14,6%
Znajomi, rodzina (sieć kontaktów)	26,6%	25,4%	13,7%
Powiatowy urząd pracy	8,6%	21,3%	29,9%
Agencja pracy	2,9%	3,7%	9,9%
Targi pracy	0,7%	1,2%	0,0%
Zatrudniamy osoby, które złożyły aplikację spontaniczną	7,6%	9,0%	13,2%
Z polecenia innych pracowników	24,7%	-	24,5%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI, możliwość wskazania wielokrotnej odpowiedzi

Według przedstawicieli sektora MŚP najskuteczniejszą formą rekrutacji nowych pracowników jest umieszczanie ogłoszeń o pracę w Internecie na portalach ogłoszeniowych. Polecenia innych pracowników za najskuteczniejsze uznaje 14,7% mikro- i 10,4% średnich firm, osobistą sieć kontaktów preferuje 15,9% przedstawicieli mikroprzedsiębiorstw i 11,7% małych firm, a usługi PUP – 9,5% małych przedsiębiorstw i 14% średnich firm.

Tabela 47. Najskuteczniejsze formy rekrutacji (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)

Stosowane formy rekrutacji	mikro	małe	średnie
Ogłoszenia o pracę w Internecie na portalach ogłoszeniowych (np. pracuj.pl)	36,3%	46,7%	40,7%
Ogłoszenia o pracę w Internecie na stronie firmowej	17,3%	15,2%	12,9%
Z polecenia innych pracowników	14,7%	-	10,4%
Znajomi, rodzina (sieć kontaktów)	15,9%	11,7%	-
Powiatowy urząd pracy	-	9,5%	14,0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Średni czas trwania rekrutacji w sektorze MŚP uzależniony jest zarówno od liczby zatrudnianych pracowników, jak i stanowiska. Jak wynika z deklaracji respondentów, w firmach najszybciej rekrutowani są robotnicy niewykwalifikowani oraz szeregowi pracownicy biurowi, natomiast najdłużej specjaliści. Jednocześnie wraz z wielkością firmy wydłuża się czas pozyskania nowego pracownika.

Tabela 48. Przeciętny czas trwania rekrutacji (w tygodniach) (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)

Kategoria pracowników	mikro	małe	średnie
Robotnicy niewykwalifikowani	3,2	4,5	5,7
Robotnicy wykwalifikowani	4,7	4,3	5,2
Szeregowi pracownicy biurowi	4,1	4,4	5,3
Specjaliści	6,5	5,9	5,9
Kadra kierownicza niższego i średniego szczebla	4,7	5,1	5,3
Kadra kierownicza wyższego szczebla	4,9	5,2	5,5

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Działania podejmowane na rzecz poniesienia kwalifikacji zawodowych pracowników w wielkopolskim MŚP

W 34,2% mikroprzedsiębiorstw prowadzone były działania mające na celu podniesienie kwalifikacji pracowników. Ponad połowa mikrofirm nie prowadziła tego typu działań, a 11,2% nie miało na ten temat informacji. Działania tego typu podejmowane były najczęściej w małych firmach, co zadeklarowała niemal połowa z nich, 40,1% wskazało, że nie prowadzi takich działań, a co dziesiąty nie miał na ten temat informacji. W 45,6% średnich przedsiębiorstw prowadzono działania zmierzające do podniesienia kwalifikacji pracowników, w 45,1% działań takich nie prowadzono, a w 9,3% przypadków nie posiadano informacji na ten temat.

Tabela 49. Czy w przedsiębiorstwie prowadzone są obecnie działania zmierzające do podniesienia kwalifikacji pracowników? (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)

Wyszczególnienie	mikro	małe	średnie
Tak	34,2%	49,9%	45,6%
Nie	54,6%	40,1%	45,1%
Nie wiem, trudno powiedzieć	11,2%	10,0%	9,3%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

W odpowiedzi na pytanie o to, czy w ciągu najbliższych 5 lat planowane jest podejmowanie działań zmierzających do podniesienia kwalifikacji pracowników, 38,5% przedstawicieli mikrofirm wskazało, że działania takie będą lub raczej będą podejmowane. W przypadku małych i średnich przedsiębiorstw odpowiedzi takiej udzieliło ponad ok 50% badanych. Na odpowiedź, że działania takie nie będą lub raczej nie będą podejmowane wskazało odpowiednio 45,4% przedstawicieli mikrofirm, 37,1% przedstawicieli firm małych i 41,7% przedstawicieli średnich przedsiębiorstw. Pozostali badani nie byli w stanie jednoznacznie udzielić odpowiedzi na to pytanie.

Tabela 50. Czy w ciągu najbliższych 5 lat planowane jest podejmowanie działań zmierzających do podniesienia kwalifikacji pracowników? (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)

Wyszczególnienie	mikro	małe	średnie
Zdecydowanie tak	9,5%	17,8%	15,9%
Raczej tak	29,0%	33,0%	32,7%
Raczej nie	38,7%	32,5%	37,6%
Zdecydowanie nie	6,7%	4,6%	4,1%
Nie wiem, trudno powiedzieć	16,2%	12,0%	9,6%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Przedstawiciele podmiotów wspierających rozwój przedsiębiorczości, prowadzących działalność na terenie województwa wielkopolskiego lub w zakresie ponadregionalnym zostali zapytani o to, czy z ich punktu widzenia obserwuje się jakieś trendy dotyczące podnoszenia jakości kapitału ludzkiego przez sektor MŚP a jeśli tak, to jakie są to działania i jakie są tego przyczyny. Zdania badanych na ten temat były podzielone, zdecydowanie przeważały jednak odpowiedzi wskazujące na wzrost zainteresowania przedsiębiorców doszkalaniami czy przekwalifikowywaniem pracowników, zwłaszcza z zakresu nowych technologii, IT czy ogółem, wąskich specjalizacji.

„Tutaj śmiało mogę powiedzieć, że coraz większa liczba firm korzysta z tych szkoleń. Coraz większa liczba firm korzysta również z daleko idących specjalizacji, jeżeli korzysta z tych specjalizacji, to za tym idzie również konieczność korzystania z specjalistycznych szkoleń. Mamy bardzo skomplikowane przepisy i procedury z zakresu zamówień publicznych, które wymuszają konieczność szkolenia kadry, a obecna sytuacja związana z epidemią pokazała również konieczność ciągłego szkolenia w obszarze IT. Tu widoczne są ciągłe braki wiedzy, szczególnie w sektorze przedsiębiorstw mikro. Firmy, które posiadały potencjał kadrowy z zakresu IT dość szybko dokonały zmian chociażby w zakresie dystrybucji, obsługi docierania do centrum, do swoich klientów.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

Ponadto, wielkopolscy przedsiębiorcy inwestowali w swoich pracowników organizując dla nich kursy oraz szkolenia. Z drugiej strony natomiast, część badanych wskazywała, że pracodawcy ograniczają liczbę szkoleń pracowniczych ze względów finansowych, ale również z powodu konieczności oddelegowania osoby zatrudnionej na szkolenie w godzinach pracy. Większym zainteresowaniem cieszą się szkolenia, które organizowane są w całości z funduszy unijnych, bez konieczności ponoszenia kosztów przez pracodawcę. Jak wskazywał jeden z respondentów.

„Jeśli chodzi o podnoszenie wiedzy to przedsiębiorstwa są zainteresowane bardzo wyspecjalizowanymi szkoleniami, jakiegoś skomplikowanego, rozbudowanego technologicznie. (...) Gdyby się okazało, że na przykład z poziomu regionu czy kraju będą dostępne środki na

realizację szkoleń to myślę, że przedsiębiorcy byłiby zainteresowani, ale musiałyby być duża elastyczność w doborze tematyki. Z jednej strony potrzeba wiedzy specjalistycznej jest, a z drugiej strony trudno wskazać właściwą metodę jaka byłaby do zaakceptowania przedsiębiorstw, jak już trzeba poświęcić 8 godzin, żeby wydelegować pracownika to już nie za bardzo byłoby chętni.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

Zdaniem większości respondentów reprezentujących podmioty wspierające rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu w regionie, przedsiębiorcy z sektora MŚP zwykle inwestują w podnoszenie kwalifikacji pracowników. Wynika to m.in. z większej świadomości tak pracodawców, jak i pracowników, odnośnie korzyści płynącej z doszkalania kadr, a także z dostępności i szerokiej oferty organizowanych szkoleń. Ponadto przedsiębiorcy wykazują duże zainteresowanie, jeśli chodzi o pozyskiwanie dofinansowań na szkolenia pracownicze.

„Pracodawcy korzystają ze wszystkich form, które są im potrzebne, przygotowują pracownika do tego, żeby objął stanowisko, czy to jest przekształcanie stanowisk czy tworzenie nowych. Pracownik nabywa nowych kwalifikacji.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu

W wielu przypadkach, inwestowanie w rozwój pracownika nie jest kwestią wyboru, ale obowiązku pracodawcy, jak na przykład w sytuacji zatrudniania spawaczy czy kierowców, których uprawnienia muszą być odnawiane co kilka lat. Większość badanych zapytanych, czy działania te są wystarczające, wskazywało, że tak i że raczej nie zdarzają się przypadki, żeby pracodawca czy pracownik, który brał udział w kursie doszkalającym, wskazywał na brak jego przydatności. Zwłaszcza, że niejednokrotnie szkolenia te pozwalają nie tyle podnieść posiadane już umiejętności, ale wyszkolić w całkiem nowym zakresie.

Przedstawiciele firm z sektora MŚP jednogłośnie wskazywali, że z ich perspektywy podnoszenie kwalifikacji zawodowych zatrudnionych osób jest bardzo potrzebne, a niejednokrotnie i niezbędne, np. w przypadku pracowników obsługujących specjalistyczne urządzenia. Szkolenie pracowników wspomaga funkcjonowanie całej firmy, a tym samym jest zyskowne dla przedsiębiorcy. Równocześnie, wpływa pozytywnie na samopoczucie pracowników, którzy czują się wyróżnieni i docenieni, ponieważ pracodawca w nich inwestuje. Brakuje jednak wsparcia finansowego w tym zakresie, a nawet, gdy jest możliwość jego pozyskania, procedury są często bardzo zawiłe, niejednoznaczne i czasochłonne.

„Przedsiębiorstwa potrzebują wsparcia finansowego. Do tego, żeby nie były one okraszone tonażem papierologii i biurokracji. Żeby był do tego łatwy dostęp, łatwe zasady. Czasem jest tak, że można pozyskać pieniądze bez dużej ilości biurokracji, ale żeby znaleźć informacje dotyczące tej pomocy: kto może brać w tym udział, jakie dokumenty powinniśmy przygotować jako przedsiębiorca... to jest karkołomne.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem przedsiębiorstw z sektora MŚP

Ponadto, szkolenia takie często organizowane są w innych miejscowościach, niejednokrotnie w innych województwach, co dodatkowo wiąże się z koniecznością oddelegowania pracownika na kilka dni. Brakuje kursów organizowanych na poziomie lokalnym, w których uczestnictwo nie wymagałoby od pracowników dalekich dojazdów.

Wykorzystywanie elastycznych form zatrudnienia w wielkopolskim MŚP

Z elastycznych form zatrudnienia korzysta większość firm działających w sektorze MŚP, jednak są one wykorzystywane najczęściej tylko w sytuacjach nagłych i nieprzewidzianych. Jak wskazują wyniki badań, jest to stały element polityki zatrudnienia niewielkiej liczby firm sektora MŚP, niezależnie od klasy wielkości. Około połowa dopuszcza wykorzystywanie elastycznych form zatrudnienia jedynie w nagłych, nieprzewidzianych sytuacjach. Około 40% firm niezależnie od wielkości nie dopuszcza, w żadnej sytuacji stosowania elastycznych form zatrudnienia.

Tabela 51. Czy w Państwa firmie wykorzystywane są elastyczne formy zatrudnienia? (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)

Wyszczególnienie	mikro	małe	średnie
Tak, jest to stały element naszej polityki zatrudnienia	14,0%	11,0%	7,1%
Tak, практикуjemy to tylko w sytuacjach nagłych, nieprzewidywanych	45,8%	45,7%	56,0%
Nie	40,1%	43,3%	36,8%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Elastyczne formy zatrudnienia w MŚP mogą mieć różny charakter. Najczęściej wykorzystywane są: praca zdalna, ruchomy czas pracy oraz praca w niepełnym wymiarze czasu.

Tabela 52. Rodzaje stosowanych elastycznych form zatrudnienia (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)

Wyszczególnienie	mikro	małe	średnie
Telepraca	4,3%	3,7%	10,2%
Praca zdalna	22,6%	22,7%	34,3%
Praca w niepełnym wymiarze czasu pracy	21,9%	15,6%	17,6%
Ruchomy czas pracy	28,5%	26,2%	13,7%
Kumulowanie godzin pracy	4,8%	2,4%	8,2%
Inne	0,0%	0,7%	0,0%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI, możliwość wskazania wielokrotnej odpowiedzi

Employer branding w wielkopolskim MŚP

Większość przedsiębiorstw z sektora MŚP, których przedstawiciele wzięli udział w badaniu IDI, podejmowała działania z obszaru Employer branding. Zgodnie z wypowiedziami respondentów dzięki takim działaniom dana firma może być postrzegana jako dobry pracodawca, u którego pracuje się z wyboru i na dobrych warunkach. Realizowane inicjatywy przybierały różne formy, w zależności od branży. Wśród wymienionych dobrych praktyk wielkopolskich firm w zakresie budowania marki jako pracodawcy znalazły się:

1. Dbanie o wizerunek zewnętrzny firmy i jej pozytywny odbiór nie tylko jako przedsiębiorstwa, ale również jako uczestnika życia społecznego. Ten korzystny wizerunek, w opinii badanego przedstawiciela firmy, oddziaływał również na postrzeganie przedsiębiorstwa przez samego pracownika.
2. Otwartość i komunikacja między przedsiębiorstwem a podmiotami zainteresowanymi dbaniem o wizerunek firmy, z wykorzystaniem komunikacji między przedsiębiorstwem a podmiotami zainteresowanymi dla badania oczekiwań i potrzeb całej grupy. Rozmowy te znajdowały odzwierciedlenie w późniejszych planach i podejmowanych działaniach. Podejmowanie tego typu działań pozwala włączyć wszystkie podmioty mające związek z przedsiębiorstwem, uwzględniając różne punkty widzenia, co przekłada się na zwiększenie poczucia przynależności.
3. Prowadzenie cyklicznej ewaluacji wewnętrznej – w jednym z przedsiębiorstw dwa razy w roku prowadzono ewaluację wewnętrzną, koncentrującą się na określonym wcześniej problemie czy zagadnieniu, które było wynikiem własnych obserwacji bądź zgłoszonych uwag. Tego rodzaju praktyka pozwala zawczasu zareagować na pojawiające się trudności, czy to w kontekście funkcjonowania całego przedsiębiorstwa czy poszczególnych jego aspektów.
4. Inwestowanie w pracowników – jedną ze wskazanych dobrych praktyk było podejmowanie działań w zakresie podnoszenia kwalifikacji zatrudnionych osób dzięki specjalistycznym kursom i szkoleniom. Stanowi to formę docenienia pracownika, a z drugiej strony przekłada się na zwiększenie jego kompetencji zawodowych.

5. Budowanie u pracowników poczucia jedności i przynależności – działanie obejmowało docenianie pracowników, przede wszystkim w formie słownej. To oni, jak wskazał badany, stanowili wizytówkę firmy.
6. System premiowania – premie są jednym z bardziej znanych działań koncentrujących się na docenieniu pracownika. Mogą przybierać różne formy, w zależności od możliwości przedsiębiorstwa i przyjętego systemu (np. premie świąteczne, uznaniowe itp.).
7. Ubezpieczenie zdrowotne dla pracowników – ta forma dobrych praktyk służących budowaniu pozytywnego wizerunku pracodawcy jest coraz bardziej popularna, przyczynia się do utrzymania lepszej kondycji zdrowotnej pracowników dzięki łatwiejszemu dostępowi do specjalistów, a w konsekwencji przekłada się zarówno na lepsze samopoczucie osoby zatrudnionej, jak i jej większą efektywność w pracy.
8. Imprezy firmowe – organizowane imprezy firmowe mogą być przeznaczone zarówno dla samych pracowników, służąc ich integracji, jak i skierowane do całych rodzin.
9. Współdziałanie przedsiębiorstwa w różnego typu przedsięwzięciach – działanie to koncentruje się przede wszystkim na aktywnym uczestnictwie firmy w życiu społecznym, poprzez np. udział w organizowanych zawodach sportowych, wsparcie działalności charytatywnej itp.

Zatrudnianie cudzoziemców

Polscy pracodawcy, w tym z rejonu Wielkopolski są otwarci na zatrudnianie cudzoziemców, jednak spotykają w tym obszarze istotną barierę, w postaci licznych wymagań formalnych oraz rozwiniętej biurokracji. Trudności polegają między innymi na konieczności dodania do wniosku o pozwolenie na pracę dla cudzoziemca informacji od starosty, zgodnie z którą chęć zatrudnienia osoby zza granicy wynika z braku możliwości zaspokojenia potrzeb kadrowych pracodawcy poprzez zatrudnienie osoby wpisanej do rejestru bezrobotnych.

Pracodawcy postulują, aby wprowadzono możliwość zatrudnienia w ramach tzw. „procedury świadczeniowej” cudzoziemców z większej liczby krajów, niż ma to miejsce obecnie, ponieważ są oni mile widziani jako potencjalni pracownicy¹³⁸.

Zrealizowane badanie ankietowe przedsiębiorstw MŚP w województwie wielkopolskim wykazało, że w sektorze MŚP cudzoziemcy najczęściej znajdują zatrudnienie w firmach średnich, najrzadziej w mikroprzedsiębiorstwach. Aż dziewięć na dziesięć mikroprzedsiębiorstw nie zatrudnia osób pochodzących z innych krajów niż Polska. Odsetek małych firm niezatrudniających cudzoziemców jest nieco niższy i wynosi 86,3%. Najniższy odsetek firm deklarujących niezatrudnianie osób z zagranicy zaobserwowano w przypadku firm średniej wielkości – takiej odpowiedzi udzieliło czterech na pięciu badanych przedstawicieli przedsiębiorstw zatrudniających od 50 do 249 pracowników.

Cudzoziemcy w mikro, małych, średnich firmach średnio stanowią odpowiednio 17,6%, 14,1% oraz 10,1% wszystkich zatrudnionych pracowników. Cudzoziemcy zdecydowanie częściej pracują w sektorze prywatnym aniżeli publicznym. Analizując okres funkcjonowania firmy na rynku, częściej są to firmy istniejące co najmniej 5 lat (szczególnie od 5 do 15 lat w małych i średnich firmach) oraz firmy z przychodami większymi niż 250 tys. zł.

¹³⁸ <http://www.czarnalistabariery.pl/bariery-w-zatrudnianiu-cudzoziemcow.html?widok=lista> [dostęp na dzień: 28.08.2020]

Wykres 46. Odsetek wielkopolskich firm z sektora MŚP, które nie zatrudniają cudzoziemców (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Z deklaracji przedstawicieli MŚP wynika ponadto, że w chwili realizacji badania 3,3% mikroprzedsiębiorstw planowało zatrudnienie cudzoziemców. Takiej odpowiedzi udzieliło również 2,9% przedstawicieli małych firm i 4,9% firm średnich. Natomiast w perspektywie najbliższego roku, przyjęcie do pracy osób pochodzących z innych krajów zakładano w 5% mikroprzedsiębiorstw, 4,4% małych firm i 7,7% firm średniej wielkości.

Tabela 53. Czy Państwa przedsiębiorstwo planuje zatrudnienie cudzoziemców? (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)

Okres, w jakim planowane jest zatrudnienie	Odpowiedź	mikro	małe	średnie
Aktualnie	Tak	3,3%	2,9%	4,9%
	Nie	96,7%	97,1%	95,1%
W ciągu najbliższych 12 miesięcy	Tak	5,0%	4,4%	7,7%
	Nie	95,0%	95,6%	92,3%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Kolejne pytanie dotyczyło stosunku przedstawicieli firm z sektora MŚP do zatrudniania osób pochodzących z poszczególnych regionów świata. Jeśli chodzi o pracowników z krajów unijnych, 34% przedstawicieli mikroprzedsiębiorstw wskazało, że zdecydowanie bądź raczej zatrudniłoby pracownika z tego regionu. Podobnej odpowiedzi udzieliło 24,4% reprezentantów firm małych i 31,1% przedstawicieli firm średnich. Przedstawiciele mikroprzedsiębiorstw rzadziej niż przedstawiciele firm małych i średnich zatrudniłoby pracowników z krajów zza wschodniej granicy. Jeśli chodzi o przedstawicieli krajów afrykańskich, gotowość do ich zatrudnienia wykazywało 29% mikrofirm, 20,3% małych przedsiębiorstw i 29,2% średnich przedsiębiorstw. Na podobnym poziomie był pozytywny stosunek reprezentantów firm do zatrudniania osób pochodzących z krajów azjatyckich – odpowiednio 30,4% dla mikroprzedsiębiorstw, 28% dla firm średnich i 19,8% dla małych firm.

Tabela 54. Aktualny stosunek do zatrudnienia cudzoziemców z różnych regionów świata

Region świata	Odpowiedź	mikro	małe	średnie
Kraje Unii Europejskiej	Zdecydowanie zatrudniłbym	6,2%	6,8%	11,3%
	Raczej zatrudniłbym	27,8%	17,6%	19,8%
	Raczej nie zatrudniłbym	17,3%	19,1%	24,2%
	Zdecydowanie nie zatrudniłbym	20,0%	22,5%	17,0%
	Nie wiem, trudno powiedzieć	28,7%	34,0%	27,7%
Kraje zza wschodniej granicy (np. Ukraina)	Zdecydowanie zatrudniłbym	6,7%	7,3%	13,5%
	Raczej zatrudniłbym	25,2%	20,3%	22,5%
	Raczej nie zatrudniłbym	19,0%	17,4%	23,1%
	Zdecydowanie nie zatrudniłbym	20,9%	19,8%	14,0%

Region świata	Odpowiedź	mikro	małe	średnie
Kraje afrykańskie	Nie wiem, trudno powiedzieć	28,3%	35,2%	26,9%
	Zdecydowanie zatrudniłbym	5,2%	5,1%	11,3%
	Raczej zatrudniłbym	23,8%	15,2%	17,9%
	Raczej nie zatrudniłbym	19,7%	17,8%	24,7%
	Zdecydowanie nie zatrudniłbym	20,4%	23,5%	17,3%
Kraje azjatyckie	Nie wiem, trudno powiedzieć	30,9%	38,4%	28,8%
	Zdecydowanie zatrudniłbym	5,9%	6,4%	10,4%
	Raczej zatrudniłbym	24,5%	13,4%	17,6%
	Raczej nie zatrudniłbym	18,3%	18,1%	24,7%
	Zdecydowanie nie zatrudniłbym	20,4%	23,5%	17,3%
	Nie wiem, trudno powiedzieć	30,9%	38,6%	29,9%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania CATI

Według większości przedstawicieli podmiotów zajmujących się wspieraniem rozwoju przedsiębiorczości, prowadzących działalność na terenie województwa wielkopolskiego lub w zakresie ponadregionalnym, zatrudnianie cudzoziemców przyczynia się do rozwoju sektora MŚP dzięki możliwości zatrudnienia pracowników za stosunkowo niższe wynagrodzenie, a w związku z tym – zmniejszenia kosztów ponoszonych przez pracodawców bez konieczności zmniejszenia poziomu produkcji czy stopnia świadczonych usług. Część badanych wskazuje jednak, że osoby zza granicy rzadko zatrudniane są w małych firmach, ze względu na konieczność załatwienia licznych formalności i innych problemów związanych z przyjmowaniem do pracy cudzoziemca.

„Myślę, że większość małych firm nie będzie jeszcze sięgała na tego rodzaju wsparcie kadry pracowniczej, ze względu na koszty i mały zwrot tej inwestycji, jeżeli chodzi o jakość wykonywanej pracy, związane z tym kwestie komunikacyjne i formalności.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

Napływ pracowników zza granicy pozwala na obsadzenie głównie tych stanowisk, które nie cieszyły się zainteresowaniem ze strony Polaków, czy też nie wiązały się z oczekiwanymi przez nich zarobkami, przede wszystkim do prac fizycznych czy produkcyjnych. Przyszła sytuacja nie jest jednak jasna, po pierwsze, z powodu pandemii koronawirusa i związanych z tym obostrzeń, zatrudnianie cudzoziemców może być znacznie trudniejsze. Po drugie, jak wskazał jeden z respondentów, obserwuje się tendencję do odpływu pracowników zza wschodniej granicy z Polski, do innych krajów.

„Pracujemy z agencjami zatrudnienia, są one naszymi członkami. Niestety przeżywały kryzys, nie chodzi o COVID-19, a kryzys obecny już w ubiegłym roku, kiedy nastąpił odpływ pracowników zza wschodniej granicy z naszych terenów. Przemieszczali się oni do Czech i do Niemiec, szukając kolejnych miejsc zatrudnienia. A to się wiązało z tym, że nastąpiło przebudzenie wśród przedsiębiorców i szukanie pracowników pośród Polaków.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

Podobnie przedstawiciele podmiotów wspierających rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu w województwie wielkopolskim wskazywali, że wysokie jest zainteresowanie zatrudnianiem pracowników zagranicznych, głównie ze względu na niższe wymagania finansowe tych pracowników, ale także większą ich skłonność do podejmowania trudnej, często męczącej fizycznie pracy.

„W okresie przed epidemią odnotowano duży napływ cudzoziemców, zwłaszcza pracowników z Ukrainy i mimo tego, że te procedury związane z zatrudnieniem cudzoziemców nie należą do łatwych, przedsiębiorcy mają potrzebę zatrudnienia takich pracowników, dlatego że są tańsi. To są osoby, które przyjeżdżają pracować i dla nich kwestia nadgodzin, zostawiania w pracy sobotę i niedzielę, nie jest żadnym kłopotem,(...) a przy tym robotę robią dobrze.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu

Cudzoziemcy najczęściej zatrudniani są w przetwórstwie spożywczym, rolnictwie, transporcie czy budownictwie. Coraz częściej znajdują oni pracę także w innych branżach, w tym wymagających wyższych kwalifikacji. Jednak pomimo dużego zapotrzebowania na pracowników zza granicy, możliwość ich zatrudnienia w dużym stopniu będzie uzależniona od rozwoju epidemii oraz rozwiązań przyjętych na poziomie europejskim dotyczących przemieszczania się obywateli Ukrainy.

Firmy rodzinne w sektorze MŚP w województwie wielkopolskim (5 dobrych praktyk występujących w województwie wielkopolskim)

Zgodnie z danymi GUS, w roku 2017 w województwie wielkopolskim spośród 4 964 małych oraz średnich przedsiębiorstw 37,6% stanowiły firmy rodzinne, w tym 1 507 to firmy małe, a 358 – średnie^{139,140}. Z analizy zgromadzonych danych wynika, że przedsiębiorstwa rodzinne dobrze radziły sobie na rynku, czego dowodzi długość okresu ich funkcjonowania. W roku 2017 stanowiły one 38,4% spośród wszystkich małych i średnich podmiotów w województwie, których okres funkcjonowania wynosił od 6 lat wzwyż oraz 37,8% tych ze stażem od 3 do 5 lat włącznie. Pod względem udziału w ogóle podmiotów MŚP¹⁴¹ w województwie, firmy rodzinne dominowały w branżach: zakwaterowanie i gastronomia, handel i naprawa pojazdów samochodowych, transport i gospodarka magazynowa. Biorąc pod uwagę zasięg działania, najliczniejszą część podmiotów rodzinnych, w ogóle podmiotów małych i średnich w województwie wielkopolskim, stanowiły firmy działające na rynku regionalnym. Najmniej z kolei odnotowano ich wśród podmiotów o zasięgu lokalnym.

Tabela 55. Przedsiębiorstwa rodzinne w województwie wielkopolskim w roku 2017

Przekrój	Wyszczególnienie	Podmioty ogółem	W tym rodzinne	
			razem	w % ogółu podmiotów
Klasa wielkości	Razem	4 964	1 865	37,6
	10-49	3 975	1 507	37,9
	50-249	989	358	36,2
Okres funkcjonowania	Razem	4 964	1 865	37,6
	Mniej niż 3 lata	216	69	31,9
	3 lata i więcej	4 748	1 796	37,8
	w tym 6 lat i więcej	4 267	1 639	38,4
Sekcja PKD	Razem	4 964	1 865	37,6
	Przetwórstwo przemysłowe	1 687	769	45,6
	Dostawa wody; gospodarowanie ściekami i odpadami; rekultywacja	110	15	13,6
	Budownictwo	604	212	35,1
	Handel; naprawa pojazdów samochodowych	1 340	522	39,0
	Transport i gospodarka magazynowa	342	133	38,9
	Zakwaterowanie i gastronomia	115	50	43,5
	Informacja i komunikacja	127	18	14,2
	Obsługa rynku nieruchomości	88	9	10,2

¹³⁹ Pod pojęciem przedsiębiorstwa rodzinnego rozumie się podmiot gospodarczy, w którym: pracuje co najmniej dwóch członków rodziny właścicieli lub osób z nią spokrewnionych, przynajmniej jedna z nich ma wpływ na zarządzanie przedsiębiorstwem, do rodziny lub osób z nią spokrewnionych należy ponad 50% udziałów przedsiębiorstwa. Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości w sektorze MŚP, GUS, Warszawa 2018 r., s. 27 [za: Firmy rodzinne w polskiej gospodarce – szanse i wyzwania, PARP 2009, s. 52]

¹⁴⁰ Dane dotyczące firm rodzinnych, które prezentuje GUS, dotyczą wyłącznie firm zatrudniających od 10 do 249 osób. Statystyki dla mikroprzedsiębiorstw nie są prowadzone

¹⁴¹ W opisie niniejszego zagadnienia sektor MŚP rozumiany będzie jako małe i średnie firmy, z uwagi na brak danych dla mikroprzedsiębiorstw

Przekrój	Wyszczególnienie	Podmioty ogółem	W tym rodzinne	
			razem	w % ogółu podmiotów
	Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	208	40	19,2
	Administrowanie i działalność wspierająca	139	35	25,2
	Opieka zdrowotna i pomoc społeczna	96	31	32,3
	Razem	4 964	1 865	37,6
Rodzaj rynku	Lokalny	1 393	473	34,0
	Regionalny	690	312	45,2
	Krajowy	1 905	709	37,2
	Międzynarodowy	976	371	38,0
	w tym UE	952	364	38,2

Źródło: Opracowanie własne na podstawie tablic wynikowych Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości w sektorze MŚP, GUS, Warszawa 2018 r.

Tabele obrazujące poniższą analizę zamieszczono w aneksie. Z analizy danych zgromadzonych przez GUS wynika, że w latach 2015-2017 ponad połowa małych i średnich przedsiębiorstw rodzinnych w województwie wielkopolskim utrzymała podobny poziom zatrudnienia, a 31,9% z nich odnotowało wzrost liczby pracowników. Wśród firm, w których zwiększono zatrudnienie dominowały podmioty o najkrótszym okresie funkcjonowania, tj. do 3 lat. Biorąc pod uwagę sekcje PKD, największy wzrost zatrudnienia nastąpił w administracji i działalności wspierającej – 37,1% podmiotów zatrudniło nowych pracowników w latach 2015-2017.

Blisko połowa badanych podmiotów rodzinnych w województwie zadeklarowała, że w analizowanym okresie utrzymała liczbę obsłużonych klientów na porównywalnym poziomie. Z kolei 41,8% podmiotów odnotowało poprawę we wskazanym zakresie, w tym 11,6% stwierdziło, że poprawa ta była znacząca. Wskaźnik rozwoju przedsiębiorstw rodzinnych w zakresie obsłużonych klientów był zdecydowanie wyższy w przypadku firm średniej wielkości oraz wśród podmiotów branży opieki zdrowotnej i pomocy społecznej. Z kolei uwzględniając zakres działalności – były to firmy na rynku UE.

Wielkopolskie przedsiębiorstwa rodzinne z sektora MŚP w latach 2015-2017 w większości przypadków utrzymały również na podobnym poziomie liczbę kooperantów oraz dostawców. Nieco ponad 1/4 podmiotów w województwie zadeklarowała poprawę w omawianym zakresie. Wskaźnik rozwoju przedsiębiorstw rodzinnych w zakresie kooperantów i dostawców był wyższy w przypadku firm średniej wielkości, podmiotów z najkrótszym okresem funkcjonowania (poniżej 3 lat), a także u przedsiębiorstw działających w branży ICT oraz na rynku Unii Europejskiej.

Kolejny zakres dotyczący rozwoju działalności małych i średnich przedsiębiorstw rodzinnych, który został zbadany przez GUS, dotyczył zmian w sytuacji finansowej podmiotów. Zgodnie z pozyskanymi danymi 50,8% firm w województwie wielkopolskim pomiędzy rokiem 2015 a 2017 utrzymała swoją dotychczasową kondycję finansową na porównywalnym poziomie. Blisko 1/3 z nich zanotowała poprawę. Polepszenie sytuacji finansowej dotyczyło częściej firm rodzinnych średniej wielkości (oraz podmiotów działających na rynku do 3 lat). Biorąc pod uwagę sekcję PKD, największa liczba firm, w której polepszyła się kondycja finansowa, należała do sektora informacji i komunikacji, z kolei rozpatrując zasięg działania podmiotów – były to jednostki działające na terenie Europy.

Wartości przychodów netto w firmach rodzinnych w Wielkopolsce w latach 2015-2017 na ogół utrzymywały się na zbliżonym poziomie. Wzrost przychodów netto dotyczył 42,1% podmiotów. Firmami, wśród których częściej notowano wzrost wartości przychodów netto we wskazanym przedziale czasowym, były firmy średniej wielkości, podmioty z branży ICT oraz przedsiębiorstwa o zasięgu europejskim.

Podobne wyniki dotyczą osiąganego zakresu aktywów obrotowych. W ciągu trzech analizowanych lat wielkopolskie firmy rodzinne w 52,1% przypadków utrzymały zbliżony poziom aktywów, a 36,3% z nich podniosło ich wartość. Polepszenie sytuacji we wskazanym zakresie dotyczyło częściej firm średnich (49,2%), a także podmiotów będących na rynku do 3 lat. W przypadku dominujących sekcji działalności były to podmioty zajmujące informacją i komunikacją oraz dostawą wody, gospodarowaniem ściekami i odpadami oraz rekultywacją. Z kolei uwzględniając zasięg działania, podobnie jak we wcześniej opisywanych zakresach, wzrost wartości aktywów obrotowych najczęściej dotyczył firm rodzinnych funkcjonujących na rynku UE.

W ramach realizowanego badania analizą objęto ponadto wartość kapitału własnego przedsiębiorstw rodzinnych. Pomiędzy rokiem 2015 i 2017 wyraźna większość podmiotów utrzymywała tę wartość na porównywalnym poziomie. Poprawa w omawianym zakresie dotyczyła 29,7% firm MŚP w województwie. Analogicznie jak w przypadku wcześniejszych elementów, również w tym zakresie wzrost wartości kapitału własnego podmiotów dotyczył częściej firm średniej wielkości oraz firm o najkrótszym okresie funkcjonowania. Uwzględniając branżę działalności podmiotów, zbliżony udział przedsiębiorstw, w których nastąpił wzrost analizowanej wartości dotyczył sektorów: ICT, obsługa rynku nieruchomości oraz dostawa wody, gospodarowanie ściekami i odpadami i rekultywacja. Rozpatrując zaś rodzaj rynku, na którym funkcjonują przedsiębiorstwa rodzinne, największy udział w ogólnej liczbie z nich – 35,1% – dotyczył ponownie firm na rynku unijnym.

Przedsiębiorstwa rodzinne w województwie wielkopolskim w latach 2015-2017 zazwyczaj utrzymywały na porównywalnym poziomie wartość nakładów inwestycyjnych – taka sytuacja dotyczyła 52,1% podmiotów. Niemal 1/3 z nich odnotowała wzrost wartości nakładów. Wskaźnik rozwoju przedsiębiorstw w zakresie wartości nakładów inwestycyjnych dla sektora MŚP firm rodzinnych wyniósł 16,4. Biorąc pod uwagę klasę wielkości podmiotów, polepszenie sytuacji dotyczyło częściej firm średnich. Nakłady inwestycyjne były wyższe wśród firm najkrócej działających oraz firm o europejskim zasięgu działania. W podziale na sekcje PKD były to z kolei podmioty zajmujące się dostawą wody, gospodarowaniem ściekami i odpadami oraz rekultywacją, a także ICT.

Ostatnia z rozpatrywanych kwestii dotyczyła pozycji konkurencyjnej firm rodzinnych. Wskaźnik rozwoju przedsiębiorstw w tym zakresie wyniósł 14,3. Aż 63,1% podmiotów oceniło, że w latach 2015-2017 utrzymało swoją pozycję na porównywalnym poziomie. Wzrost pozycji konkurencyjnej zadeklarowało 25,6% z nich. Częściej sytuacja taka dotyczyła średniej wielkości firm. Z uwagi na sektor działalności polepszenie sytuacji przedsiębiorstw rodzinnych deklarowały podmioty zajmujące się opieką zdrowotną i pomocą społeczną. Wśród firm, które podniosły swoją konkurencyjność należy także wskazać podmioty na rynku UE.

Z przeprowadzonej analizy wynika, że na przestrzeni lat 2015 i 2017 nastąpił wyraźny rozwój małych i średnich przedsiębiorstw rodzinnych w województwie wielkopolskim. Podmioty tego rodzaju stanowiły 37,6% wszystkich podmiotów we wskazanej klasie wielkości. Firmy te stanowiły ponadto 38,4% ogółu małych i średnich przedsiębiorstw funkcjonujących na rynku od co najmniej 6 lat, co wskazuje na to, że udało im się osiągnąć stabilną pozycję na rynku.

Przedsiębiorstwa rodzinne w ciągu trzech rozpatrywanych lat utrzymały lub poprawiły swoją kondycję we wszystkich dziewięciu analizowanych zakresach. Wyniki badania zrealizowanego przez GUS wskazują, że podmioty rodzinne rozwinęły się najbardziej pod kątem liczby obsłużonych klientów. Wskaźnik rozwoju dla tego zakresu wyniósł 29,7. Aż 41,8% firm rodzinnych w ogóle małych i średnich przedsiębiorstw stanowiły firmy, w których odnotowano co najmniej niewielką poprawę sytuacji w omawianym zakresie. Z kolei najniższy wskaźnik rozwoju dotyczył pozycji konkurencyjnej firm. W tym zakresie udział podmiotów rodzinnych, które odnotowały poprawę sytuacji w stopniu niewielkim lub wysokim, w ogóle firm MŚP w regionie wyniósł 25,6%.

Tabela 56. Zmiany w zakresie kondycji małych i średnich przedsiębiorstw rodzinnych w województwie wielkopolskim w latach 2015-2017

Rozpatrywany zakres	Udział firm, które utrzymały wartość na porównywalnym poziomie	Udział podmiotów, które odnotowały poprawę sytuacji w przedstawianym zakresie	Wskaźniki rozwoju przedsiębiorstw dla wybranych zakresów
Poziom zatrudnienia	51,7%	31,9%	15,5
Liczba obsłużonych klientów	46,2%	41,8%	29,7
Liczba kooperantów i dostawców	64,6%	28,0%	20,8
Sytuacja finansowa przedsiębiorstwa	50,8%	32,7%	16,2
Wartość przychodów netto	42,0%	42,1%	26,1
Wartość aktywów obrotowych	52,1%	36,3%	24,8
Wartość kapitału własnego	60,5%	29,7%	20,1
Wartość nakładów inwestycyjnych	52,1%	32,2%	16,4
Pozycja konkurencyjna	63,1%	25,6%	14,3

Źródło: Opracowanie własne na podstawie tablic wynikowych Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości w sektorze MŚP, GUS, Warszawa 2018 r.

Podczas wywiadów IDI przedstawiciele podmiotów wspierających rozwój przedsiębiorczości, prowadzących działalność na terenie województwa wielkopolskiego lub w zakresie ponadregionalnym wskazywali, że w sektorze MŚP województwa wielkopolskiego funkcjonują liczne firmy rodzinne, choć ich sytuacja nie jest jednorodna. Część z nich to małe firmy, niewidoczne na rynku, inne to prężnie działające przedsiębiorstwa, zatrudniające nawet kilkaset osób. Jak wskazywali badani, działają one zwykle w branżach takich jak usługi, produkcja, branża spożywcza, budownictwo, naprawy i inne drobne usługi, handel, a także usługi związane z produkcją produktów rolnych, suplementów diety, itp. Do korzyści płynących z prowadzenia firmy rodzinnej badani zaliczali:

- Większe zainteresowanie ze strony członków rodziny interesem i rozwijaniem go;
- Przekazywanie firmy i zainteresowań z pokolenia na pokolenie;
- Większe zrozumienie w przypadku pojawiających się trudności;
- Osobiste zaangażowanie;
- Zakorzenie firmy i wiarygodność na rynku;
- Tradycja firmy;
- Mała rotacja pracowników;
- Większa dyscyplina;
- Wsparcie;
- Wnoszenie nowego spojrzenia przez młode pokolenie.

Jak wskazuje jeden z badanych:

„Rodzinne firmy świetnie sobie dają radę i odnosimy wrażenie, że tak naprawdę, pokolenie z pokolenia przejmuje już od swoich rodziców, którzy zakładali firmę w latach 80., 90., wprowadzają nową jakość, nowe produkty, zupełnie świeży sposób na marketing, pozyskiwanie pracowników, na szacunek pracowników nawet taką społeczną odpowiedzialność tego biznesu w swoich firmach. Dziś, te osoby ze zdecydowaną świeżością podeszły do prowadzenia firm. Ale

takich firm jest niewiele na terenie Wielkopolski Wschodniej, a te, które my znamy, z którymi współpracujemy, zdecydowanie postawiły na nową jakość.”

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie województwa

Do trudności związanych z prowadzeniem tego typu działalności zaliczano:

- Skostnienie i małą otwartość na innowacje;
- Brak zainteresowania prowadzeniem przedsiębiorstwa ze strony młodszego pokolenia;
- Klótnie rodzinne i negatywne emocje związane z koniecznością wyboru członka rodziny, któremu należy przekazać zarządzanie nad firmą;
- Problemy z obiektywnym wynagradzaniem;
- Różnice w sposobie zarządzania firmą, wynikające z różnic międzypokoleniowych;
- Problemy związane z zatrudnianiem nowych osób, spoza rodziny.

Badani wskazywali ponadto, że fakt, iż przedsiębiorstwo jest firmą rodzinną może pozytywnie lub negatywnie wpływać na jego potencjał. Z jednej strony, z uwagi na posiadaną tradycję, firma rodzinna może cieszyć się dobrym wizerunkiem oraz wyższym poziomem zaufania klientów. Równocześnie w firmie rodzinnej jest szansa na utrzymanie małej rotacji pracowników oraz wysokiej kultury organizacyjnej. W sytuacji kryzysowej firma rodzinna ma także większe szanse na przetrwanie, dzięki zaangażowaniu członków rodziny, a nierzadko wsparciu jej działalności ze środków prywatnych. Do negatywnych aspektów zaliczyć można natomiast niski stopień innowacyjności i możliwości konkurencyjności na rynku, a także konflikty wewnętrzne i różnice w podejściach między pokoleniami.

Podobnie wskazywali przedstawiciele podmiotów wspierających rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu w województwie wielkopolskim. Z jednej strony, wieloletnia tradycja i rozpoznawalność na rynku lokalnym stanowią duży potencjał firm rodzinnych, z drugiej natomiast, istnieje ryzyko, że osiadając na dotychczasowych dokonaniach, przedsiębiorstwo przestanie nadążać za zmieniającymi się warunkami społeczno-gospodarczymi i nie zapewni sobie zainteresowania ze strony nowych klientów. Ogółem, do pozytywnych aspektów firm rodzinnych zaliczano przede wszystkim większe zaangażowanie w prowadzoną działalność, a także poczucie odpowiedzialności za firmę ze strony członków rodziny, małą rotację pracowników, renomę na rynku i pozytywny wizerunek wśród klientów oraz wysoki kapitał wiedzy i doświadczenia poprzednich pokoleń.

Rodziny robią to jakby dla siebie, mają inne podejście, dopilnują każdej sytuacji. Pracownik ma osiem godzin i idzie do domu. W przedsiębiorstwach rodzinnych pracujemy praktycznie dwadzieścia cztery godziny na dobę.

Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu

Do problemów związanych z prowadzeniem rodzinnego przedsiębiorstwa zaliczano natomiast:

- Problemy z rozdziałaniem życia zawodowego i prywatnego;
- Brak zainteresowania ze strony młodego pokolenia prowadzeniem działalności;
- Brak rozwoju firmy i niedostosowywanie jej do nowych potrzeb;
- Konflikty rodzinne.

„Często jest tak, że ta sukcesja nie następuje i z tymi firmami rodzinnymi, że może się okazać że po jakimś czasie one wygasają. Nie ma takiej świadomości firmy osób, firm rodzinnych, że ten biznes można gdzieś sprzedać, jeżeli nie ma innej alternatywy, że ktoś mógłby go kupić, przejąć, on umiera wraz z właścicielem.”

Źródło: Źródło: Wywiad z przedstawicielem podmiotu wspierającego rozwój przedsiębiorczości na poziomie powiatu

Mając na uwadze stały wysoki potencjał firm rodzinnych dla rozwoju województwa analizie należy poddać stosowane przez odnoszące sukcesy przedsiębiorstwa dobre praktyki, które powielane mogą być przez inne podmioty w celu podwyższenia jakości oferowanych usług oraz ich znaczenia

w województwie oraz kraju. Definiując dobre praktyki są to działania przynoszące pozytywne i wymierne rezultaty, zawierające potencjał innowacji. Główną cechą dobrych praktyk jest ich powtarzalność oraz trwałość¹⁴². Dobre praktyki stanowią skuteczne narzędzie nauki i poprawy standardu poprzez analizę doświadczenia innych przedsiębiorstw oraz wypracowanych przez nie rozwiązań stanowiących o wysokim potencjalne firmy.

Na potrzeby niniejszego opracowania wyodrębniono pięć odnoszących sukcesy firm rodzinnych z różnych sektorów gospodarki, funkcjonujących na terenie województwa wielkopolskiego, które stosują dobre praktyki. Każda z wskazanych firm znalazła się w rankingu najszybciej rozwijających się firm rodzinnych w województwie wielkopolskim przeprowadzonym przez portal Forbes. Co więcej, większość analizowanych firm była laureatami Diamentów Forbesa na podstawie bazy danych Bisnode. Informacje o realizowanych dobrych praktykach zamieszczono w zestawieniu tabelarycznym.

Tabela 57. Dobre praktyki stosowane w wybranych firmach rodzinnych województwa wielkopolskiego

Firma	Dynamika ze sprzedaży 2016/2015 (%)	Przychody ze sprzedaży w 2016 (zł)	Stosowane dobre praktyki
MCKEEN BEEF SP. Z O.O.	71,73%	410 020 673,27	<ul style="list-style-type: none"> Analiza potrzeb i otwarcie się na rynek zagraniczny. Wzięcie pod uwagę aspektów środowiskowych poprzez zrównoważoną i ekologiczną produkcję. Wprowadzanie innowacyjnych rozwiązań. Inwestycje w rozwój, m.in. park maszynowy. Nacisk na stałe podnoszenie kompetencji kadry. Analiza bieżących trendów i potrzeb konsumentów.
ELMEX LOGISTIC GROUPE SP. Z O.O.	17,81%	100 941 928,59	<ul style="list-style-type: none"> Inicjowanie efektywnej współpracy z innymi przedsiębiorstwami. Otwarcie na rynek europejski. Stać analiza potrzeb i reakcja na zmieniające się warunki. Stosowanie i promowanie innowacyjności. Działalność proekologiczna.
ONIX SP. Z O.O.	17,31%	130 956 485,50	<ul style="list-style-type: none"> Nawiązywanie współpracy z lokalnymi przedsiębiorcami oraz rolnikami. Zapewnienie wzrostu kompetencji rolników poprzez organizowane przez firmę szkolenia. Ponoszone inwestycje w zaplecze techniczne umożliwiające produkcję rzadkich produktów, stanowiąc o potencjale przedsiębiorstwa.
TDC POLSKA SP. Z O.O.	255,30%	15 764 105,75	<ul style="list-style-type: none"> Nacisk na innowacyjność stosowanych rozwiązań. Promowanie innowacyjności w regionie. Zapewnienie kompleksowości oferowanych usług. Prowadzenie badań rynkowych na dużą skalę.

¹⁴² Definicję dobrej praktyki zaczerpnięto z portalu informacyjnego dla lokalnych społeczności Leaderorium, <http://cdr112.e-kei.pl/leader/index.php/200-czym-jest-dobra-praktyka-zasady-i-kryteria-identyfikacji> [dostęp na dzień: 7.09.2020].

Firma	Dynamika ze sprzedaży 2016/2015 (%)	Przychody ze sprzedaży w 2016 (zł)	Stosowane dobre praktyki
FLUX MEDICAL SP. Z O.O.	46,32%	5 629 941,09	<ul style="list-style-type: none"> • Dostosowanie oferowanych rozwiązań zarówno do specjalistycznych potrzeb branży medycznej, jak również otworzenie się na potrzeby branży przemysłowej. • Promocja polskich produktów za granicą. • Oparcie działalności o nowe technologie. • Działalność informacyjno-promocyjna.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie rankingu firm rodzinnych w województwie wielkopolskim, listy laureatów rankingu Diamentów Forbes oraz danych Bisnode

1. MCKEEN BEEF SP Z O. O.¹⁴³

Firma MCKEEN-BEEF Sp. z o.o. jest producentem wołowiny o wysokiej pozycji zarówno w kraju, jak za granicą (m.in. w Japonii oraz krajach skandynawskich). Przedsiębiorstwo rozpoczęło swoją działalność w 2009 roku, w miejscowości Lisków koło Kalisza. Początkowo przedsiębiorstwo zajmowało się rozbiorem i pakowaniem wołowiny, w 2013 roku rozszerzając swoją działalność o ubój. Stabilna pozycja firmy osiągnięta została przede wszystkim poprzez działania dążące do modernizacji oraz inwestycji w nowoczesną, wysokowydajną linię ubojową oraz park maszynowy, otwierając tym samym nowe możliwości i kierunki zbytu produktu.

Ponoszone inwestycje oraz ekspansywny charakter firmy McKeen-Beef stanowią o fakcie, iż przedsiębiorstwo jest w stanie sprostać wymaganiom jakościowym, logistycznym i cenowym odbiorców oraz utrzymywać partnerskie relacje z obecnymi i nowymi klientami – w skład grupy wchodzi wyspecjalizowane firmy odpowiadające za poszczególne etapy produkcji wołowiny: zakład uboju, zakład rozbioru i pakowania, mroźnia oraz chłodnia; terminowe dostawy i sprzedaż produktów leżą zaś w kompetencjach profesjonalnie ukierunkowanych w tym zakresie dedykowanych zespołów specjalistów.

Przedsiębiorstwo realizuje swoją działalność zgodnie z czterema głównymi standardami: jakością, pasją, wiedzą oraz doświadczeniem.

Produkcja wysokojakościowego mięsa wołowego jest głównym celem firmy, która realizuje produkcję w sposób zrównoważony, na pierwszym miejscu stawiając dobrostan zwierząt - produkty przedsiębiorstwa pochodzą wyłącznie ze sprawdzonych hodowli, które zapewniają zwierzętom harmonijny rozwój w bezpiecznym i naturalnym środowisku. Priorytetem dla przedsiębiorstwa jest wykorzystywanie technologii bezpiecznych, efektywnych i nieszkodzących środowisku naturalnemu. W zakładach ograniczana jest ilość odpadów, które poddawane są selektywnej zbiórce. Stale zwiększana jest także produkcja „zielonej energii” z własnej instalacji fotowoltaicznej. Przedsiębiorstwo racjonalnie wykorzystuje zasoby naturalne z myślą o środowisku. Ponadto, istotną kwestią dla przedsiębiorstwa jest rygorystyczne przestrzeganie zasad dotyczących higieny produkcji oraz stałe udoskonalanie technik produkcyjnych i technologii - funkcjonowanie przedsiębiorstwa zgodne jest z systemami zarządzania jakością HACCP, IFS i BRC. Personel zakładów tworzą wykwalifikowani i przeszkoleni pracownicy, których kompetencje stale są podnoszone poprzez systematyczne szkolenia, organizowane kursy, wprowadzanie innowacyjnych technologii oraz systematyczne inwestowanie w nowoczesny park maszynowy.

¹⁴³ Informacje o firmie pochodzą ze strony internetowej przedsiębiorstwa: <http://www.mckeen-beef.eu/> [dostęp na dzień: 7.09.2020]

2. ELMEX LOGISTIC GROUPE SP Z O. O.¹⁴⁴

Firma Elmex jest przedsiębiorstwem transportowym z ponad dwudziestoletnim stażem na rynku, realizującym usługi na terenie całej Europy oraz zatrudniającym ponad 300 pracowników. Filozofią firmy jest ciągły rozwój i wdrażanie nowych rozwiązań, stanowiących o wysokiej jakości oferowanych usług oraz sukcesie, jakim osiągnęło przedsiębiorstwo.

Firma działa w oparciu o własną flotę ponad 200 pojazdów, podejmując jednakże efektywną współpracę z zakontraktowanymi przewoźnikami w celu zapewnienia terminowości przewozów oraz możliwości reakcji na zmieniające się warunki na obsługiwanych rynkach. Firma działalność swą opiera na analizie bieżących potrzeb i dostosowaniu do nich swojego profilu działalności - w oparciu o analizę potrzeb rynku w zakresie zapotrzebowania na obsługę obejmującą krajowy i międzynarodowy transport towarów przedsiębiorstwo oferuje szeroki zakres usług spedycyjnych zróżnicowany pod względem obsługiwanych rynków oraz środków transportowych. Firma działa w różnych sektorach, m.in. automotive, papierniczym oraz e-commerce. Działalność firmy opiera się o twierdzenie, iż w dzisiejszej logistyce o skuteczności procesów działania decydują nowoczesne rozwiązania. Od samego początku istnienia firmy eksplorowane są innowacyjne rozwiązania, w tym m.in. najnowocześniejsze systemy TMS, WMS i rozwiązania telematyczne. Posiadana przez przedsiębiorstwo flota w całości składa się z pojazdów działających zgodnie z technologią przyjazną środowisku, spełniającą normy emisji euro6, ponadto pojazdy napędzane są gazem LNG, który jest znacznie mniej szkodliwy, niż ropa naftowa czy LPG. LNG jest najczystszy paliwem bez właściwości toksycznych, korozyjnych, dzięki któremu napędzane nim pojazdy nie wydzielają cząstek stałych (sadzy), w związku z czym LNG to technologia łącząca ekologię i ekonomię. Dla przedsiębiorstwa istotnym aspektem funkcjonowania jest nawiązywanie skutecznych relacji biznesowej z licznymi partnerami, promując tym samym współpracę przedsiębiorstw.

3. ONIX SP Z O. O.¹⁴⁵

Firma Onix powstała w 1995 roku. Jest to firma rodzinna, która zajmuje się produkcją i konfekcjonowaniem ziemniaków uprawianych w Polsce oraz wszystkich gatunków cebuli żółtej, czerwonej, szalotki, cebuli typu pikles, oraz czosnku na rynek krajowy i międzynarodowy. Zakład produkcyjny usytuowany jest w Zakrzewie (zachodnia Wielkopolska). Działalność przedsiębiorstwa i jednocześnie jego czołowa pozycja na rynku jest owocem współpracy z partnerami biznesowymi i nawiązaną spółką handlową.

ONIX Sp. z o.o. wspomaga poziom zatrudnienia w regionie współpracując z wykwalifikowanymi rolnikami, których kompetencje są podnoszone poprzez szkolenia organizowane przez firmę. Zarówno uprawa jak i produkcja oparta jest na systemie zarządzania jakością standard Global GAP – jest to istotny certyfikat na produkty rolne, świeże owoce i warzywa. Cały proces technologiczny jest dokładnie sprawdzany i monitorowany, zapewniając odpowiedniej jakości wyrób gotowy. Dokonywane kontrole zapewniają spełnienie wymagań klienta, przepisów prawa oraz standardów międzynarodowych.

Przedsiębiorstwo wyróżnia możliwość produkcji najbardziej wymagających odmian ziemniaków wyróżniających się wysokimi walorami kulinarnymi dzięki wysokim kwalifikacjom agronomów oraz rozwiniętemu, modernizowanemu zapleczu technicznemu. Wykwalifikowana kadra jest stale szkolona w celu podnoszenia świadomości zagrożeń jakie mogą pojawić się na każdym etapie produkcji. Pozycja firmy oraz wysoka jakość oferowanych usług potwierdzona jest przez współpracę z przedsiębiorstwami takimi jak Biedronka, Lidl, Selgros, Społem, E. Leclerc, Intermarche. Firma prowadzi również działania informacyjno-promocyjne, oferując „mini encyklopedię”, w której

¹⁴⁴ Informacje o firmie pochodzą ze strony internetowej przedsiębiorstwa: <http://www.elmex.com.pl/> [dostęp na dzień: 7.09.2020]

¹⁴⁵ Informacje o firmie pochodzą ze strony internetowej przedsiębiorstwa: <http://www.onix.pl> [dostęp na dzień: 7.09.2020]

umieszczone zostały produkowane warzywa wraz z ich dokładnym opisem oraz właściwościami odżywczymi.

4. TDC POLSKA SP Z O. O.¹⁴⁶

Firma TDC Polska jest wiodącym dostawcą ekranów LED oraz kreatywnych rozwiązań multimedialnych. Obszarem działalności przedsiębiorstwa są szeroko rozumiane systemy Digital Signage, Ekran LED oraz Systemy Audiowizualne. Firma zajmuje się zarówno instalacjami telebimów, sieci ekranów LED, infokiosków, sprzedają oprogramowania zarządzania treścią, jak również tworzeniem interaktywnych ekspozycji muzealnych, dostarczaniem sprzętu AV dla sal konferencyjnych i szkoleniowych oraz realizacją indywidualnych projektów klientów. Oferowane są usługi w zakresie wszystkich faz projektu: planowania, projektowania, doboru sprzętu, produkcji, wykonania i montażu, aż po konfigurację i integrację z istniejącą infrastrukturą.

Swoją działalność przedsiębiorstwo opiera o innowacyjność stosowanych rozwiązań, wysokie doświadczenie w branży instalacji audiowizualnych i know-how, ale także inne kompleksowe działania, takie jak umiejętności projektowania oraz aranżacji wnętrz. Firma jest pionierem na rynku europejskim i jednym z najbardziej doświadczonych przedsiębiorstw w branży technologicznej w Polsce, nieustannie analizując rozwój najnowszych technologii – firma na bieżąco obserwuje zmieniające się trendy oraz testuje nowe technologie.

5. FLUX MEDICAL SP Z O. O.¹⁴⁷

Flux Medical jest producentem klatek Faradaya (kabin RF), drzwi do bunkrów radioterapii oraz osłon antyradiacyjnych dla pomieszczeń z promieniowaniem rentgenowskim. Rozwiązania firmy sprawdzają się w zastosowaniach zarówno medycznych, jak i przemysłowych. Firma posiada doświadczenie w produkcji, dostawie i instalacji tego typu produktów w kraju i za granicą, specjalizując się również w dostawie wyposażenia niemagnetycznego dla pomieszczeń z rezonansem magnetycznym oraz urządzeń mogących pracować w tym specjalistycznym środowisku. Filozofią firmy jest stały rozwój oraz poszukiwanie i wdrażanie nowych technik i rozwiązań, dostosowując się do indywidualnych, bieżących potrzeb klientów.

Przedsiębiorstwo posiada bogate doświadczenie zarówno na rynku polskim jak i zagranicznym, dzięki zastosowaniu najnowocześniejszych i wysokiej jakości produktów od wielu lat z sukcesami budując nową jakość w medycynie. Firma zatrudnia wykwalifikowaną kadrę inżynierów i techników, których kompetencje są stale podnoszone. Realizowane przez nią projekty to przedsięwzięcia kompleksowe, zaczynające się od wyceny poprzez projekt i dobór odpowiednich osłon, instalację i usługi serwisowe. Dzięki realizowanej wizji opartej na innowacyjności oraz filozofii firmy polegającej na elastyczności, najwyższej jakości oraz terminowości, pomimo specjalistycznej działalności skierowanej do konkretnego rodzaju klienta, firma odnosi znaczne sukcesy na rynku – do tej pory zrealizowano ponad dwieście dostaw produktów i wyposażenia niemagnetycznych oraz urządzeń mogących pracować w środowisku MRI w kraju i zagranicą, jak również ponad sto trzydzieści instalacji klatek Faradaya dla medycznych rezonansów magnetycznych MRI i placówek naukowo badawczych w całym kraju. Przedsiębiorstwo prowadzi również działania informacyjno-promocyjne, na swojej stronie internetowej realizując „strefę wiedzy”.

¹⁴⁶ Informacje o firmie pochodzą ze strony internetowej przedsiębiorstwa: <https://tdcpolska.pl> [dostęp na dzień: 7.09.2020]

¹⁴⁷ Informacje o firmie pochodzą ze strony internetowej przedsiębiorstwa: <http://flux-medical.pl/> [dostęp na dzień: 7.09.2020]

Podsumowanie dla celu szczegółowego

Osoby w wieku produkcyjnym stanowiły 60,2% wszystkich mieszkańców województwa wielkopolskiego jednak do 2050 r. przewidywany jest systematyczny spadek liczby osób w wieku przedprodukcyjnym i produkcyjnym.

W latach 2014-2018 zarówno na terenie Polski jak i Wielkopolski, zaobserwowano spadek udziału pracujących w firmach małych i średnich oraz wzrost pracujących w mikroprzedsiębiorstwach i firmach dużych. Udział osób pracujących w sektorze MŚP nieznacznie spadał, co było spowodowane m.in. wzrostem liczby osób pracujących w dużych firmach.

Pracownicy sektora MŚP w województwie wielkopolskim w 2018 r. liczyli 732 852 osoby. Łącznie osoby pracujące w sektorze MŚP w ogólnej liczbie pracujących stanowili 64,6%.

Pomimo skutków pandemii większość respondentów przyznała, że planuje utrzymać obecne zatrudnienie. Ponadto, co piąte małe i średnie przedsiębiorstwo w ciągu najbliższych 2 lat zamierza zwiększyć zatrudnienie. Pracodawcy będą zgłaszać w najbliższym czasie zapotrzebowanie głównie na robotników wykwalifikowanych oraz specjalistów – w opinii pracodawców są to obecnie stanowiska na które najtrudniej znaleźć odpowiedniego pracownika.

Niezależnie od klasy wielkości przedsiębiorstwa w zakresie struktury zatrudnienia zaobserwowano, że:

- a) mężczyźni byli częściej zatrudniani w sektorze MŚP niż kobiety,
- b) największy udział wśród zatrudnionych osób w MŚP stanowiły osoby w wieku 31-45,
- c) najmniejszą grupę zatrudnionych w MŚP stanowiły osoby do 30 roku życia,
- d) pracownicy poniżej 45 roku życia nieco częściej byli zatrudniani w średnich firmach,
- e) wśród zatrudnionych dominowały osoby z wykształceniem wyższym i średnim zawodowym, najmniejszą grupę stanowiły osoby z wykształceniem podstawowym,
- f) osoby zatrudnione w sektorze MŚP najczęściej posiadały co najmniej 10-letni staż pracy,
- g) wśród zatrudnionych w sektorze MŚP dominowali specjaliści i pracownicy wykwalifikowani.

Do zawodów deficytowych w województwie wielkopolskim należy zaliczyć kierowców kat. C+E, elektryków, magazynierów czy operatorów i mechaników sprzętu do robót ziemnych. Najczęściej poszukiwanymi pracownikami w przedsiębiorstwach MŚP byli specjaliści i robotnicy wykwalifikowani. Jednocześnie byli to pracownicy najtrudniejsi do pozyskania. W obszarze poszukiwanych kwalifikacji, najbardziej pożądane były osoby posiadające kwalifikacje związane z budownictwem oraz prowadzeniem pojazdów. W oczach pracodawców, kandydaci musieli wykazać się także komunikatywnością, dyspozycyjnością oraz motywacją do pracy.

Większość przedsiębiorców nie miała problemów z rekrutacją pracowników. Trudności z pozyskaniem pracownika wystąpiły wśród ¼ uczestników badania. Wynikały one przede wszystkim z braku kwalifikacji, doświadczenia zawodowego lub umiejętności praktycznych kandydatów.

Jak wynika z przeprowadzonego badania pracodawcy znacznie lepiej oceniali kwalifikacje i kompetencje pracowników oraz kandydatów do pracy aniżeli absolwentów szkół średnich czy wyższych, co może być związane z brakiem doświadczenia tych ostatnich. Zwracano uwagę na niewystarczające umiejętności praktyczne absolwentów, tym samym w opinii pracodawców dopasowanie kształcenia do regionalnego rynku pracy w dalszym ciągu nie jest na wystarczającym poziomie. Blisko połowa małych i średnich firm decydowała się na działania zmierzające do podniesienia kwalifikacji pracowników.

Przedsiębiorcy sektora MŚP wielokrotnie podkreślali trudności związane z wysokimi kosztami zatrudnienia, mimo to najczęściej spotykaną formą zatrudnienia była umowa na czas nieokreślony w pełnym wymiarze czasowym. Najczęściej wynagrodzenie dla pracownika oscylowało w przedziale powyżej 2500 do 3500 zł dla niższego i średniego szczebla oraz powyżej 4500 do 6000 zł dla szczebla wyższego. Pracodawcy dodatkowo motywują swoich pracowników głównie premiami uznaniowymi.

Najczęstszą pozafinansową zachętą oferowaną w wielkopolskim MŚP była możliwość podjęcia szkoleń i kursów zawodowych.

W czasach powszechnej dostępności Internetu nie dziwi fakt, że ogłoszenia o pracę były zamieszczane przez przedsiębiorstwa głównie w Internecie na portalach ogłoszeniowych – była to również w opinii badanych najskuteczniejsza forma rekrutacji. Czas poszukiwania pracownika jest uzależniony m.in. od stanowiska jakiego dotyczy rekrutacja. Najdłużej trwa rekrutacja na stanowiska specjalistyczne.

Pandemia spowodowała częstsze stosowanie elastycznych form zatrudnienia, jednak mimo to ok. 40% przedsiębiorców MŚP w dalszym ciągu nie praktykuje takiej formy pracy.

Osoby z zagranicy rzadziej zatrudniane są w mikroprzedsiębiorstwach niż w małych i średnich firmach. W opinii badanych znaczącą barierą w zatrudnianiu osób z zagranicy są wymogi formalne z tym związane oraz rozwinięta biurokracja. Głównym powodem, dla którego pracodawcy decydowali się na zatrudnienie cudzoziemców były niższe koszty zatrudnienia. Pracownicy z zagranicy byli przede wszystkim obywatelami Ukrainy i podejmowali pracę głównie na stanowiskach niższego szczebla w przetwórstwie spożywczym, rolnictwie, transporcie czy budownictwie. Zwrócono uwagę, że obcokrajowcy coraz częściej są zatrudniani na stanowiskach wymagających wyższych kwalifikacji.

Sektor MŚP stanowi dominujące środowisko w którym powstają i funkcjonują przedsiębiorstwa rodzinne. Niewątpliwie silną stroną firm rodzinnych są m.in. ugruntowany wizerunek, mała rotacja pracowników oraz wysoka kultura organizacyjna, co w sytuacji kryzysowej daje większe szanse na przetrwanie. Z drugiej strony firmy te w opinii badanych charakteryzować może mniejsza innowacyjność, różnice w poglądach międzypokoleniowych czy konflikty wewnętrzne. Analizując szanse i zagrożenia rodzinnych firm oraz wartości wnoszone do życia gospodarczego i społecznego, firmy te należy uznać za wartościowy element sektora przedsiębiorczości.

Wnioski dla celu szczegółowego

- ⇒ Okolicznością, jaka musi być brana pod uwagę we wszystkich planach w zakresie polityk zatrudnienia są postępujące zmiany demograficzne w Polsce i regionie.
- ⇒ W ostatnich latach widoczna jest zmiana struktury zatrudnienia. Zarówno na poziomie krajowym, jak i wielkopolskim obserwowany jest wzrost liczby pracujących w mikroprzedsiębiorstwach i dużych firmach, zmniejszał się natomiast udział pracujących w firmach małych i średnich. W Wielkopolsce szybciej niż w Polsce wzrastał udział pracujących w największych firmach.
- ⇒ Około 80% badanych firm nie planuje zmiany poziomu zatrudnienia w ciągu najbliższych 2 lat; spośród tych, którzy mają plany w tym zakresie częściej dotyczy on wzrostu niż redukcji zatrudnienia; zatrudniani będą przede wszystkim specjaliści i robotnicy wykwalifikowani.
- ⇒ Najczęściej poszukiwanymi pracownikami w wielkopolskim MŚP byli specjaliści i robotnicy wykwalifikowani. Tacy pracownicy zostali wskazani jednocześnie jako najtrudniejsi do pozyskania.
- ⇒ Im większa firma tym dłużej trwa rekrutacja pracowników, najszybciej rekrutowano robotników niewykwalifikowanych i pracowników biurowych, najdłużej specjalistów i wykwalifikowanych robotników.
- ⇒ Firmy z sektora MŚP najczęściej poszukują pracowników posiadających kwalifikacje cyfrowe, umiejętności związane z obsługą klienta, finansowo-księgowo oraz uprawnienia do prowadzenia pojazdów.
- ⇒ Najbardziej cenionymi kompetencjami w MŚP są: komunikatywność, motywacja do pracy i dobra organizacja.
- ⇒ Przedsiębiorcy sektora MŚP wysoko oceniają kwalifikacje i kompetencje swoich pracowników. Przygotowanie absolwentów, zwłaszcza szkół średnich zostało ocenione niżej niż przygotowanie pracowników oraz kandydatów do pracy.

- ⇒ Wyniki badania ukazały niewystarczającą wiedzę praktyczną wśród absolwentów szkół średnich i wyższych. Poprawę w tym aspekcie przynoszą klasy patronackie oraz stała współpraca między przedsiębiorstwami a jednostkami zajmującymi się edukacją.
- ⇒ Najpopularniejszą formą rekrutacji wśród pracodawców z sektora MŚP jest Internet. Z usług PUP korzystało 8,6% mikroprzedsiębiorstw, 21,3% firm małych oraz 29,9% firm średnich. PUP za najskuteczniejszą formę rekrutacji uznało 9,5% firm małych i 14% średnich spośród wszystkich badanych.
- ⇒ Około 40% małych i średnich firm oraz ponad połowa mikroprzedsiębiorstw nie podejmuje żadnych działań mających na celu podniesienie kwalifikacji swoich pracowników, powodem są koszty z tym związane oraz konieczność oddelegowania pracownika.
- ⇒ Cudzoziemcy stanowią niewielki odsetek wszystkich pracowników w firmach MŚP; pracodawcy chętnie zatrudnialiby większą ilość cudzoziemców, lecz zniechęcają ich do tego bariery związane z wymogami formalnymi oraz biurokracją.
- ⇒ Większość firm tylko w sytuacjach nagłych lub nieprzewidzianych wykorzystuje elastyczne formy zatrudnienia; około 40% badanych firm nie dopuszcza stosowania elastycznych form zatrudnienia niezależnie od okoliczności.
- ⇒ Większość badanych jest świadoma konieczności dbania o dobry wizerunek firmy jako pracodawcy.
- ⇒ Firmy rodzinne są podmiotami o szczególnym potencjale dla rozwoju regionu.

Wskaźnik syntetyczny w ramach sporządzenia analizy porównawczej poziomu przedsiębiorczości dla powiatów województwa wielkopolskiego

Metodologia opracowania wskaźnika syntetycznego

W celu sporządzenia **analizy porównawczej poziomu przedsiębiorczości dla powiatów województwa wielkopolskiego** Wykonawca wykorzystał syntetyczny wskaźnik sporządzony z wykorzystaniem autorskiej metodologii, stanowiącej modyfikację metodyki wyliczania wskaźnika syntetycznego zaproponowanej przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości¹⁴⁸.

Każdy z 31 powiatów oraz 4 miast na prawach powiatu, znajdujących się w województwie wielkopolskim został ujęty w **tabelarycznym rankingu**, obejmującym następujące kryteria:

- **Kryterium 1:** liczba przedsiębiorstw aktywnych na 1000 mieszkańców;
- **Kryterium 2:** liczba osób pracujących na aktywny podmiot;
- **Kryterium 3:** liczba osób pracujących w przedsiębiorstwach aktywnych na 1000 mieszkańców;
- **Kryterium 4:** przychody (zyskowność sprzedaży brutto) na aktywne przedsiębiorstwo;
- **Kryterium 5:** przychody na pracującego w aktywnym przedsiębiorstwie;
- **Kryterium 6:** przeciętne wynagrodzenie brutto w przedsiębiorstwach aktywnych;
- **Kryterium 7:** liczba nowo zarejestrowanych przedsiębiorstw na 1 000 mieszkańców w przeciągu 5 lat poprzedzających badanie;
- **Kryterium 8:** osoby fizyczne prowadzące działalność na 1 000 mieszkańców;
- **Kryterium 9:** osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą na 100 osób w wieku produkcyjnym;

¹⁴⁸ Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa, czerwiec 2019

- **Kryterium 10:** udział osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą w liczbie podmiotów gospodarki narodowej ogółem.¹⁴⁹

Następnie, każdy sporządzony w ten sposób ranking obejmujący dane kryterium został uszeregowany według uzyskanych wyników. Każdemu powiatowi przyznano miejsce w rankingu, przy czym najwyższe miejsce uzyskał powiat, który osiągnął największą wartość kryterium, drugie w kolejności miejsce uzyskał powiat, który osiągnął drugą w kolejności wartość analizowanego kryterium itd., aż do miejsca 35. Następnie każdemu powiatowi w ramach danego kryterium została przyporządkowana punktacja, zgodnie z zaprezentowaną poniżej skalą:

miejsce	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
punktacja	35	34	33	32	31	30	29	28	27	26	25	24	23	22	21	20	19	18

miejsce	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35
punktacja	17	16	15	14	13	12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1

Za każde kryterium poszczególnym powiatom zostały przyznane punkty, przy czym najwyższą liczbę punktów (35 punktów) uzyskał powiat, który osiągnął najwyższy wynik w ramach danego kryterium, najniższą zaś liczbę punktów (1 punkt) uzyskał powiat, który osiągnął najniższy wynik w ramach danego kryterium.

Procedura taka została powtórzona dla każdego ze wskazanych powyżej kryteriów. Następnie dla każdego powiatu/miasta na prawach powiatu został obliczony wskaźnik syntetyczny.

Wskaźnik syntetyczny skonstruowany został według następującego wzoru:

$$WS = \frac{(p * n - x) * 100}{max(p * n - x)}$$

gdzie:

WS – wskaźnik syntetyczny

n – liczba zmiennych (kategorii);

x – liczba punktów za zmienne stanowiące sumę miejsc zajętych przez powiat/miasto na prawach powiatu w rankingu w poszczególnych kategoriach;

p – liczba miejsc w rankingu;

max (p*n-x) – maksymalna liczba punktów, jakie można uzyskać w przypadku zajęcia pierwszego miejsca we wszystkich kategoriach.

Wartość wskaźnika oznacza osiągnięcie przez dany powiat maksymalnego wyniku, czyli zajęcia pierwszego miejsca we wszystkich kategoriach.

Wartości wskaźnika syntetycznego dla powiatów

Powiaty zostały uszeregowane według uzyskanych wyników. Każdemu powiatowi przyznano miejsce w rankingu od 1 do 35. Najwyższe miejsca uzyskały:

1. Powiat m. Poznań – 281 punktów, wskaźnik o wartości 80,29 (zajął pierwsze miejsce w 6 kategoriach);
2. Powiat poznański – 273 punkty, wskaźnik o wartości 78,00 (zajął pierwsze miejsce w 1 kategorii);

¹⁴⁹ Dane zaprezentowano w aneksie

3. Powiat m. Konin – 254 punkty, wskaźnik o wartości 72,57.

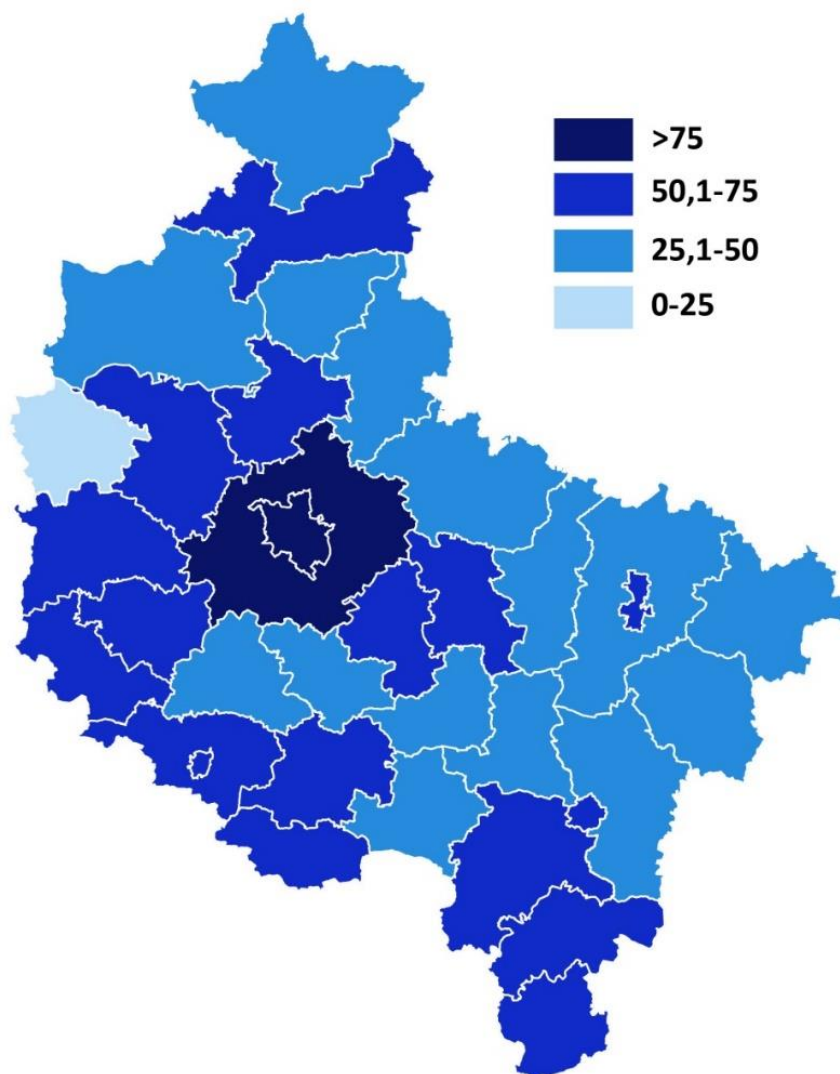
Tabela 58. Liczba punktów uzyskanych przez poszczególne powiaty województwa wielkopolskiego w ramach poszczególnych kategorii oraz uzyskana wartość wskaźnika przedsiębiorczości

Nazwa powiatu	Numer badanej kategorii										Suma punktów za kategorie	Wartość wskaźnika
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
1. Powiat m. Poznań	35	3	35	34	33	35	35	35	35	1	281	80,29
2. Powiat poznański	31	1	31	35	32	26	34	34	34	15	273	78,00
3. Powiat m. Konin	32	19	30	28	24	25	32	24	29	11	254	72,57
4. Powiat leszczyński	18	13	15	20	26	30	30	31	31	34	248	70,86
5. Powiat wrzesiński	16	22	28	27	30	27	17	29	28	17	241	68,86
6. Powiat wolsztyński	29	26	27	16	19	10	11	32	32	30	232	66,29
7. Powiat gostyński	25	27	18	25	25	17	25	20	20	26	228	65,14
8. Powiat kępiński	33	34	34	24	3	1	22	30	27	20	228	65,14
9. Powiat obornicki	22	5	14	29	35	28	26	27	25	13	224	64,00
10. Powiat m. Leszno	34	8	33	17	4	21	33	33	33	2	218	62,29
11. Powiat m. Kalisz	30	20	32	22	2	23	23	22	30	4	208	59,43
12. Powiat szamotulski	23	21	23	32	34	24	12	13	14	10	206	58,86
13. Powiat ostrowski	10	23	25	30	14	20	18	21	21	22	204	58,29
14. Powiat nowotomyski	24	14	26	21	8	31	19	26	26	6	201	57,43
15. Powiat pilski	14	17	21	33	28	32	8	12	13	21	199	56,86
16. Powiat grodziski	28	28	19	14	21	7	14	18	18	25	192	54,86
17. Powiat ostrzeszowski	7	18	14	9	13	15	29	28	23	32	188	53,71
18. Powiat średzki	20	11	16	13	20	33	27	16	17	7	180	51,43
19. Powiat rawicki	27	29	22	23	29	9	15	7	7	9	177	50,57
20. Powiat gnieźnieński	15	2	8	26	22	18	13	23	24	19	170	48,57
21. Powiat chodzieski	21	16	20	4	5	19	24	15	15	24	163	46,57
22. Powiat kościański	19	9	11	11	17	22	10	19	19	23	160	45,71
23. Powiat słupecki	8	12	3	6	27	12	28	17	16	31	160	45,71
24. Powiat śremski	26	6	13	7	10	11	20	25	22	12	152	43,43
25. Powiat turecki	9	33	17	19	9	3	16	5	5	33	149	42,57
26. Powiat krotoszyński	11	32	24	31	7	8	4	6	6	8	137	39,14
27. Powiat koniński	1	10	1	12	15	5	31	14	12	35	136	38,86
28. Powiat czarnkowsko-trzcianecki	13	24	9	15	12	29	6	3	3	16	130	37,14
29. Powiat kaliski	3	31	2	18	31	4	5	4	4	28	130	37,14
30. Powiat kolski	2	30	4	10	16	24	1	2	2	27	118	33,71
31. Powiat pleszewski	6	25	7	5	23	13	3	10	9	14	115	32,86
32. Powiat wągrowiecki	4	7	5	3	6	16	21	11	11	29	113	32,29
33. Powiat jarociński	5	15	10	8	18	6	7	8	8	18	103	29,43
34. Powiat złotowski	12	35	29	2	1	2	2	1	1	5	90	25,71
35. Powiat międzychodzki	17	4	6	1	11	14	9	9	10	3	84	24,00

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych BDL oraz danych udostępnionych przez GUS

Obliczone wartości wskaźniki dla wszystkich powiatów województwa wielkopolskiego zostały zaprezentowane w postaci kartogramu. Dzięki temu możliwe jest zaobserwowanie terytorialnego rozmieszczenia wyników.

Rysunek 7. Poziom przedsiębiorczości w powiatach województwa wielkopolskiego



Źródło: Opracowanie własne na podstawie wskaźnika syntetycznego

Główne wnioski i rekomendacje

Uwzględniając potrzebę wzmocnienia znaczenia sektora MŚP w kontekście zmian wielkopolskiego rynku pracy, poniżej zaprezentowano interdyscyplinarne wnioski i rekomendacje wynikające ze zrealizowanych badań. Wnioski i rekomendacje zostały uporządkowane według następujących obszarów ich implementacji: samorząd, oświata, rynek pracy – instytucje, przedsiębiorcy i otoczenie biznesu. Definicje wskazanych powyżej obszarów zamieszczono we właściwej części metodologicznej raportu.

Istotnym jest, iż w kształtowaniu wniosków i rekomendacji uwzględniono nieuchronnie już zauważalne globalne skutki, którymi są zmiana demograficzna i technologiczna. Ich pominięcie w procesie wnioskowania i formułowaniu rekomendacji – wydaje się – byłoby poważnym zaniechaniem.

Wnioski i rekomendacje dla samorządów

1. Trudna sytuacja rynkowa wielkopolskich firm sektora MŚP (zwłaszcza mikroprzedsiębiorstw usługowych, w tym: biur podróży, klubów fitness, branży beauty czy hotelarstwa) w związku z pandemią COVID-19.
2. Niski poziom aktywności innowacyjnej podmiotów sektora MŚW w regionie (przede wszystkim firm mikro), w stosunku do pozostałych regionów kraju, związany m.in. z obawą przedsiębiorców przed podejmowaniem ryzyka oraz brakiem środków finansowych na tę działalność.
3. Przedsiębiorstwa z sektora MŚP (w tym podmioty średniej wielkości) zwracają uwagę na ograniczenia natury formalnej i prawnej, które wpływają na obniżenie ich konkurencyjności.
4. Przedsiębiorcy sektora MŚP w województwie wielkopolskim oceniają, że przygotowanie absolwentów (w szczególności szkół średnich), w tym posiadane przez nich umiejętności oraz kwalifikacje, nie są wystarczające do podejmowania przez nich zatrudnienia. Jednocześnie młodym ludziom często brakuje wiedzy i umiejętności, które pozwoliłyby im na założenie własnej działalności gospodarczej.
5. Duże rozbieżności w zakresie poziomu przedsiębiorczości poszczególnych powiatów województwa.

Rekomendacje:

1. Rekomenduje się, aby w pierwszej kolejności samorządy lokalne na poziomie powiatu zdecydowały się na działania pozwalające na doraźną pomoc dla przedsiębiorstw z sektora MŚP (w szczególności mikrofirm, które prowadzą działalność usługową i są najbardziej narażone na negatywny wpływ pandemii na prowadzoną przez siebie działalność). JST mogą podejmować szereg działań (głównie instrumentów dochodowych), które wspierają wskazane podmioty m.in. poprzez:
 - Obniżenie podatków (np. podatku od nieruchomości, rolnego, od środków transportu) czy innych opłat urzędowych;
 - Obniżenie stawek czynszu za miejskie lokale użytkowe oraz dzierżawę na określonych warunkach;
 - Zwolnienia z opłat takich jak gospodarowanie odpadami komunalnymi;
 - Ulgi w spłacie zaległości przez przedsiębiorców, takie jak odroczenie terminów płatności lub rozłożenie na raty zapłaty lokalnych podatków oraz innych powstałych zaległości;
 - Wprowadzenie bezpłatnego doradztwa oraz/lub szkoleń z zakresu księgowości, prowadzenia biznesu i/lub prawnego dla przedsiębiorców online;
 - Wspieranie przedsiębiorców, którzy korzystają z prywatnych lokali użytkowych poprzez prowadzenie dialogu z właścicielami tych lokali, nakierowanemu na obniżenie przez nich czynszów lub rozłożenie płatności w czasie;
 - Zachęcanie mieszkańców do korzystania z usług przedsiębiorców lokalnych.
2. W celu wspierania rozwoju innowacyjnego w regionie zalecane jest podejmowanie przez władze samorządowe działań w kilku zakresach:

- Ważnym działaniem ze strony samorządów jest wspieranie przedsiębiorców z sektora MŚP (zwłaszcza mikrofirm) w zakresie pozyskiwania środków finansowych ze źródeł zewnętrznych (krajowych i zagranicznych), w szczególności pozwalających na finansowanie działalności innowacyjnej oraz podnoszenie kwalifikacji pracowników. Działania te mogą obejmować m.in. udostępnianie informacji nt. programów, w ramach których oferowane jest wsparcie dla firm, organizowanie szkoleń i konferencji w tym zakresie. W celu podniesienia innowacyjności firm MŚP samorzady mogą również zdecydować się na udzielanie pożyczek na finansowanie przedsięwzięć umożliwiających postęp techniczny i innowacyjny podmiotów. Najmniejsze przedsiębiorstwa nierzadko borykają się z ograniczonymi zasobami (pracowników, czasu, wiedzy), co skutkuje często z brakiem możliwości wykorzystania przez nie dostępnych źródeł finansowania.
 - Pobudzenie przedsiębiorczości oraz innowacyjności może następować również poprzez:
 - a. rozwój instytucji otoczenia biznesu,
 - b. rozwijanie środowiska startupów,
 - c. podejmowanie działań nakierowanych na podniesienie poziomu współpracy przedsiębiorstw z sektora MŚP z jednostkami B+R oraz placówkami systemu oświaty, zarówno na poziomie województwa, jak i powiatu.

Jest to ważna rola samorządów, a wskazane działania mogą obejmować np. organizację spotkań, forów czy konferencji, które pozwoliłyby na nawiązanie tego rodzaju kontaktów i określenie wzajemnych potrzeb i oczekiwań wszystkich wymienionych grup (np. bezpośrednie przekazanie przez przedsiębiorców informacji nt. zapotrzebowania na konkretne umiejętności i kwalifikacje potencjalnych pracowników).
 - Ważne jest ponadto rozwijanie systemu szerokiego doradztwa dla podmiotów gospodarczych w obszarze prowadzenia i rozwijania przedsiębiorstwa, w tym:
 - a. tworzenie oraz udostępnianie baz dotyczących potencjalnych możliwości współpracy czy eksportu, jak również regulacji obowiązujących na rynkach zagranicznych,
 - b. organizowanie szkoleń i kursów dla przedsiębiorców oraz ich pracowników,
 - c. oferowanie nieodpłatnego doradztwa prawnego (przede wszystkim dla firm mikro, które często nie posiadają odpowiedniego zaplecza finansowego i prawnego, a ich liczba w regionie rośnie w najszybszym tempie).

Działania te są kluczowe w przypadku powiatów o najniższych wskaźnikach przedsiębiorczości w województwie.
3. Aby zminimalizować negatywny wpływ ograniczeń formalno-prawnych na prowadzenie działalności gospodarczej w regionie zaleca się podejmowanie działań skoncentrowanych na podniesienie sprawności instytucjonalnej, a w tym na ograniczenie obciążeń oraz barier administracyjnych, które prowadzą do wyższych kosztów prowadzenia działalności przedsiębiorstw, m.in.:
- wprowadzanie ułatwień w zakresie zatrudniania cudzoziemców (wymogi formalne są najtrudniejsze do pokonania dla mikroprzedsiębiorców),
 - uproszczenia procedury uzyskiwania zezwoleń i podejmowania decyzji administracyjnych na szczeblu lokalnym,
 - opiniowanie oraz lobbowanie przez samorzady lokalne zmian w systemie podatkowym, prawie gospodarczym, prawie zamówień publicznych, regulacjach dotyczących prawa pracy, polityce podatkowej.
4. W związku ze złożonym problemem, jakim jest brak wiedzy, doświadczenia i kwalifikacji wśród młodych mieszkańców województwa, władze samorządowe mogą podjąć się realizacji zadań, które pozwoliłyby na wzmocnienie i rozwinięcia kapitału społecznego w sektorze MŚP. W zakresie edukacji młodych ludzi konieczne jest położenie nacisku na rozwijanie postaw przedsiębiorczości oraz umożliwienie uczniom pozyskiwania praktycznych umiejętności i kwalifikacji aktualnie poszukiwanych na rynku zatrudnienia (również w tym zakresie warto podjąć działania zmierzające do wspierania współpracy szkół i przedsiębiorców). Kluczowe jest ponadto wzmocnienie kapitału

ludzkiego oraz społecznego przez podnoszenie dostępności kształcenia zawodowego, rozwijania kreatywności i umiejętności planowania własnych pomysłów biznesowych u osób młodych, jak również zachęcanie ich do samorozwoju w zakresie wiedzy branżowej i specjalistycznej, niezbędnej do rozpoczęcia i rozwoju działalności.

5. Z uwagi na fakt, iż najwyższy wskaźnik przedsiębiorczości charakteryzuje największe miasta w regionie, w celu aktywizacji obszarów o niskim poziomie przedsiębiorczości rekomenduje się wykorzystywanie przez samorządy lokalne zarówno instrumentów dochodowych (wskazywanych w rekomendacji 1), jak i wydatkowych, które mogą obejmować wszelkie inwestycje w infrastrukturę, tj. inwestycje drogowe, wodociągowe i kanalizacyjne, inwestycje w sieci energetyczne czy szerokopasmowy Internet, wyznaczanie terenów pod inwestycje. Działania te z jednej strony mogą podnosić zainteresowanie zakładaniem działalności przez członków społeczności lokalnej, z drugiej, stanowią zachętę dla inwestorów zewnętrznych.

Wnioski i rekomendacje dla oświaty

1. Wyniki badania sugerują, jakoby absolwenci szkół – w szczególności średnich – nie byli właściwie przygotowani do wejścia na rynek pracy i podjęcia zatrudnienia, co niejednokrotnie powoduje konieczność doksztalcania ich już przez pracodawcę i przekłada się na trudności napotykane przez przedstawicieli sektora MŚP. Dostrzega się przede wszystkim braki w zakresie wiedzy praktycznej u osób wchodzących na rynek pracy. Istotnym jest zatem podjęcie działań mających na celu dostosowanie kształcenia do potrzeb lokalnych rynków pracy.
2. W dobie postępującej cyfryzacji i zmian technologicznych podkreśla się wagę kompetencji cyfrowych u kandydatów do pracy. Warto zatem zadbać o to, by uczniowie w momencie ukończenia szkoły byli wyposażeni w takie kompetencje, co pozwoli im na lepszą adaptację do wymogów stawianych przez pracodawców. Niewątpliwie będzie to również znacznym ułatwieniem dla mikro, małych i średnich przedsiębiorców.
3. Z badania wynika ponadto, iż przedsiębiorcy z sektora MŚP cenią sobie ponadto kompetencje miękkie, takie jak np. komunikatywność. Zasadnym wydaje się zintensyfikowanie prac nad doskonaleniem tychże umiejętności na etapie edukacji szkolnej.
4. Niedopasowanie kompetencyjne absolwentów szkół do potrzeb rynku pracy powoduje konieczność podejmowania działań mających na celu minimalizowanie nadmiaru kształcenia nieodpowiednich zawodów w relacji do stanowisk pracy w sektorze MŚP. Nie bez znaczenia jest tutaj poradnictwo zawodowe, które powinno ukazywać młodym ludziom możliwe ścieżki kariery, gwarantujące im w przyszłości zatrudnienie.
5. Sektor MŚP w niektórych branżach musi bazować na systematycznym aktualizowaniu kompetencji swoich pracowników. Jest to konieczne m.in. w branży IT, HR, rachunkowości, prawie. Dlatego też jednym z wyzwań dla systemu oświaty jest konieczność przygotowania się do zmian demograficznych i technologicznych.

Rekomendacje:

1. Kształcenie zawodowe powinno być ściśle dopasowane do potrzeb lokalnych rynków pracy. Należy zatem zacieśnić współpracę oświaty z przedstawicielami lokalnych przedsiębiorców z sektora MŚP – warto byłoby, aby to jednostki oświatowe wychodziły do przedsiębiorców z inicjatywą takiej kooperacji. Rekomenduje się, by w tworzenie i realizację programów nauczania zawodowego zaangażować mikro, małych i średnich przedsiębiorców, jako osoby o praktycznej wiedzy zawodowej, znające aktualne potrzeby lokalnych rynków pracy. Warto rozważyć również udział tychże pracodawców w ewaluacji efektów kształcenia w zakresie przedmiotów zawodowych. Ich zaangażowanie w proces tworzenia i realizacji programów nauczania zawodowego oraz ewaluacji jego efektów może korzystnie wpłynąć na sektor MŚP, zapewniając mu w przyszłości pracowników odpowiednio przygotowanych do pracy zawodowej, niewymagających dodatkowych nakładów finansowych na szkolenia przygotowujące do pracy.
2. Należy zmodyfikować program edukacyjny w taki sposób, by ten w jak największym stopniu uwzględniał kompetencje cyfrowe. Zaleca się, aby w kierunkach kształcenia i programach nauczania nabywanie kompetencji cyfrowych i wiedzy teleinformatycznej uwzględnic jako stały ich element, bez względu na profil kształcenia (interdyscyplinarność kształcenia w kierunku nowoczesnych kompetencji). Biorąc pod uwagę dynamiczny rozwój nowych technologii i postępującą cyfryzację, przewiduje się, iż kompetencje cyfrowe będą niezbędne dla wszystkich osób wchodzących na rynek pracy, co stanowi argument przemawiający za wdrożeniem takiego rozwiązania bez względu na kierunek kształcenia. Co więcej, istotę kompetencji cyfrowych ukazała także pandemia COVID-19 (m.in. poprzez konieczność pracy zdalnej i wdrożenie zdalnego nauczania).
3. Uczniowie, już na początku procesu edukacji, powinni nabywać i rozwijać kompetencje społeczne. Rekomenduje się, aby jednostki oświatowe w zakresie indywidualnym podejmowały działania zmierzające w kierunku wykształcenia u uczniów niezbędnych kompetencji miękkich. Istotnym jest,

by uczniowie podczas zajęć mieli możliwość komunikowania się, działania w grupie czy też organizacji własnej pracy.

4. Jednostki oświatowe powinny zadbać o właściwy poziom poradnictwa zawodowego. Istotnym jest, aby doradztwo zawodowe uwzględniało zmieniającą się sytuację gospodarczą oraz potrzeby rynku pracy. Młodzi ludzie powinni mieć możliwość poznania realiów panujących w zakładach pracy i dokonać właściwego wyboru ścieżki kształcenia. Należy zatem rozważyć zaangażowanie przedstawicieli sektora MŚP w organizację wizyt studyjnych w ramach poradnictwa zawodowego. Jednostki oświatowe powinny podjąć próbę nawiązania współpracy z lokalnymi przedsiębiorcami z sektora MŚP w tymże zakresie.
5. Zasadna wydaje się potrzeba promowania idei uczenia się przez całe życie, ponieważ coraz częściej konieczne jest dostosowywanie się do zmian technologicznych i demograficznych, które dotyczą firm bez względu na ich wielkość. Jednostki oświatowe powinny wyjść naprzeciw tym zmianom i wspierać podnoszenie lub uzupełnianie kwalifikacji przez osoby zatrudnione w celu dopasowania ich umiejętności do aktualnych potrzeb rynku.

Wnioski i rekomendacje dla instytucji rynku pracy

1. W związku z pandemią COVID-19 wiele firm sektora MŚP w regionie zgłasza obawy dotyczące z utrzymaniem prowadzonej działalności (najtrudniejsza sytuacja dotyczy firm mikro, w szczególności działających w branży usługowej).
2. Około ¼ badanych przedsiębiorców zgłaszała trudności w rekrutacji pracowników posiadających odpowiednie kwalifikacje, doświadczenie zawodowe oraz umiejętności praktycznych. Brak odpowiednio wykwalifikowanych pracowników przekłada się jednocześnie na niższy poziom innowacyjności firm z sektora MŚP w regionie, a tym samym na jego niższy poziom konkurencyjności w gospodarce.
3. Przedsiębiorcy z sektora MŚP chętnie podejmują działalność na poziomie ponadregionalnym. Zasięg krajowy, europejski lub międzynarodowy działalności dotyczy głównie podmiotów średniej wielkości. Mimo iż przedstawiciele mikroprzedsiębiorstw chcieliby wyjść ze swoją ofertą poza rynek krajowy, większość z nich nie posiada jednak zasobów, które pozwoliłyby im na zwiększenie zasięgu. Obawę stanowią dla nich m.in. prawo zagraniczne (międzynarodowe), przewalutowania związane z transakcjami handlowymi, brak znajomości języka branżowego.
4. Niski poziom innowacyjności przedsiębiorstw MŚP (przede wszystkim podmiotów zatrudniających do 10 pracowników), wynikające z braku wiedzy w zakresie rozwiązań innowacyjnych oraz możliwości pozyskiwania funduszy przeznaczonych na innowacje, a także braku wykwalifikowanego personelu.
5. Większość badanych podmiotów z sektora MŚP zadeklarowała, iż nie współpracuje z innymi instytucjami/pomiotami w zakresie prowadzonej działalności. Głównym powodem nie podejmowania takiej współpracy był fakt, że pracodawcy nie ostrzegali potencjalnych korzyści płynących z tego rodzaju działalności.

Rekomendacje:

1. W związku z trudną sytuacją najmniejszych podmiotów na rynku w regionie zaleca się podjęcie działań wspierających te firmy przez instytucje rynku pracy, takie jak:
 - dokonywanie diagnozy sytuacji w przedsiębiorstwie i opracowywanie dla niego planu działania,
 - konsultacje specjalistyczne dla przedsiębiorców w trudnej sytuacji (psycholog, finansista, prawnik, itp.),
 - organizowanie wsparcia ze strony innych, doświadczonych przedsiębiorców lokalnych,
 - dofinansowanie wynagrodzeń oraz należnych od tych wynagrodzeń składek na ubezpieczenia społeczne dla osób zatrudnionych na podstawie umowy o pracę lub umowę zlecenie,
 - współpraca w zakresie organizacji szkoleń (oraz nabywania uprawnień) dla pracowników.
2. Podejmowanie działań nastawionych na podnoszenie wiedzy, kwalifikacji, umiejętności i doświadczenia osób poszukujących zatrudnienia, w szczególności absolwentów szkół średnich i wyższych:
 - rozwijanie współpracy przedsiębiorstw MŚP z powiatowymi urzędami pracy w zakresie pozyskiwania pracowników,
 - stała współpraca z przedsiębiorcami, która pozwoli na przygotowywanie oferty dla osób poszukujących zatrudnienia, odpowiedniej do aktualnego zapotrzebowania na rynku lokalnym,
 - promocja sektora MŚP jako atrakcyjnego dla specjalistów miejsca pracy,
 - współpraca z systemem szkolnictwa zawodowego, w tym dostosowywanie kształcenia do potrzeb pracodawców sektora MŚP, tworzenie oferty szkoleń i kursów do osób bezrobotnych, pracujących i poszukujących pracy adekwatną do potrzeb rynku,
 - prowadzenie akcji informacyjnych dla oświaty i uczniów dotyczących potrzeb pracodawców sektora MŚP z lokalnych rynków pracy,
 - wsparcie osób młodych w wchodzenie na rynek pracy i w nabywaniu umiejętności praktycznych, cenionych przez pracodawców (w tym szkolenia, kursy i warsztaty zawodowe oraz

organizowanie praktyk oraz staży zawodowych zgodnie z aktualnym zapotrzebowaniem na zawody w powiecie/regionie).

Działania wspierające młode osoby wchodzące na rynek zatrudnienia mogą być również realizowane przez Ochotnicze Hufce Pracy.

3. Zaleca się, aby instytucje rynku pracy wyszły z inicjatywą wspierania przedsiębiorców, szczególnie mikroprzedsiębiorstw, w nawiązywaniu współpracy zagranicznej poprzez np. organizowanie szkoleń oraz kursów, które pozwoliłyby na zdobycie wiedzy i umiejętności przydatnej do rozszerzenia działalności (z zakresu języka branżowego, znajomości prawa międzynarodowego, czy kultury prowadzenia biznesu w wybranych krajach Europy i świata).

Bardzo ważne, z punktu widzenia szansy na zwiększenie zasięgu działalności przedsiębiorstw MŚP, jest również podniesienie konkurencyjności tych podmiotów, m.in. poprzez wzrost ich aktywności innowacyjnej. Rekomenduje się zatem oferowanie wsparcia w postaci szkoleń dla przedsiębiorców oraz ich pracowników w zakresie pozyskiwania środków finansowych na działalność innowacyjną, a także szkoleń z zakresu praktycznego wykorzystania (wdrażania) nowych rozwiązań (innowacji produktowych czy procesowych).

4. Duży potencjał w zakresie rozwijania przedsiębiorczości i innowacyjności w regionie, szczególnie na poziomie powiatów słabiej rozwiniętych, dają inicjatywy związane z zakładaniem partnerstw lokalnych (biur pośrednictwa pracy, przedsiębiorców, izb handlowych, związków zawodowych, samorządów, ośrodków szkoleniowych i doradczych, urzędów pracy oraz innych podmiotów i instytucji). Instytucje partnerstwa lokalnego mogą działać m.in. w obszarach gospodarczym (promowanie rozwoju przedsiębiorczości i konkurencyjności w społeczności lokalnej), rynku pracy (tworzenie warunków do aktywizacji zawodowej społeczności lokalnej), ale też w obszarze innowacji, dzięki podejmowaniu działań skoncentrowanych na promowaniu i wdrażaniu nowych, innowacyjnych metod działania czy wykorzystywaniu technologii informatycznych i komunikacyjnych.
5. Zaleca się, aby publiczne służby zatrudnienia oraz inicjatywy partnerskie na poziomie lokalnym podejmowały działania, które pozwolą przedsiębiorcom uzyskać wiedzę na temat możliwości współpracy z innymi instytucjami, podmiotami w zakresie prowadzonej działalności. Ważne są w tym przypadku działania informacyjno-promocyjne, które określą jakie są potencjalne korzyści płynące z takiej współpracy, co jest ważne szczególnie istotne w przypadku obszarów słabiej rozwiniętych (zwłaszcza w kontekście obecnego spowolnienia gospodarczego).

Wnioski i rekomendacje dla przedsiębiorców

1. Badanie wykazało, że przedsiębiorstwa powinny być elastyczne względem zmieniającej się sytuacji gospodarczej. Elastyczność jest czynnikiem niejednokrotnie gwarantującym sukces firmy, jak również czynnikiem pozwalającym utrzymać się jej na rynku. Podmioty, aby przetrwać – w szczególności w obecnych warunkach spowolnienia gospodarczego wywołanego pandemią COVID-19 – muszą być zatem elastyczne i wykazywać gotowość do dalszego działania na wypadek wystąpienia nagłych (kryzysowych) sytuacji.
2. Należy mieć na uwadze, że czynnikiem sukcesu jest nie tylko dostosowanie się do zmian w gospodarce, ale także dostosowanie się do zmian zachodzących w społeczeństwie. Przedstawiciele sektora MŚP powinni zatem uwzględniać proces starzenia się ludności, jednocześnie podejmując działania umożliwiające im adaptację do nowych warunków.
3. Wyniki badania wskazują na niewielką współpracę podmiotów sektora MŚP z innymi instytucjami. Przedsiębiorcy potencjalnie nie są świadomi możliwości, jakie otwiera przed nimi taka kooperacja – wymiana wiedzy i doświadczeń, transfer technologii czy też wsparcie w sytuacji spowolnienia gospodarczego wywołanego pandemią COVID-19. Tymczasem obecna sytuacja kształtuje potrzebę poszukiwania rozwiązań, dzięki którym sektor MŚP będzie przygotowany na kryzys i poradzi sobie w trudnej sytuacji.
4. Przedsiębiorcy deklarowali, że obawiają się skutków przestoju gospodarczego. Z badania wynika natomiast, że jednym z kluczowych czynników sukcesu dla sektora MŚP jest udoskonalenie polityki cenowej, kadrowej i kreowanie pozytywnego wizerunku firmy. Jest to szczególnie istotne ze względu na pandemię COVID-19, która zaburzyła dotychczasową sytuację na rynku.
5. Z badania wynika, iż problemem dla przedsiębiorców z sektora MŚP jest niedopasowanie kompetencyjne kandydatów do pracy. Należy podkreślić, że problem ten stanowi wyzwanie nie tylko dla systemu oświaty, lecz również dla przedsiębiorców, którzy mogą mieć realny wpływ na przygotowanie absolwentów do potrzeb rynku pracy.

Rekomendacje:

1. Przedsiębiorstwa powinny dążyć do osiągnięcia możliwie wysokiego poziomu elastyczności względem zmieniających się warunków ich funkcjonowania. Niewątpliwie wysokiej adaptacji przedsiębiorstw do aktualnej sytuacji sprzyjać może tworzenie strategii zarządzania kryzysowego. Rekomenduje się zatem, aby przedstawiciele sektora MŚP tworzyli takie dokumenty strategiczne, które uwzględniałyby różnego rodzaju sytuacje kryzysowe. Przedsiębiorstwa powinny więc podjąć działania zmierzające do wypracowania procedur, które określałyby jak postępować na wypadek wystąpienia nagłych sytuacji kryzysowych oraz w jaki sposób redukować ich negatywne skutki. Konieczne jest przy tym określenie swoich zasobów i budowanie zaplecza, mogącego wspierać w sytuacji potencjalnych zagrożeń.
2. Dążąc do maksymalizacji zdolności adaptacyjnych swojej działalności względem zmieniających się uwarunkowań funkcjonowania, przedsiębiorstwa powinny uwzględniać także zmiany demograficzne. Zaleca się, aby przedstawiciele sektora MŚP dążyli do tego, by w swoim portfelu usług uwzględniać potrzeby osób starszych. Takie działanie wydaje się być korzystne także z uwagi na deklarowany przez przedsiębiorców cel strategiczny związany z pozyskiwaniem nowych klientów, gdyż dopasowanie usług do potrzeb osób starszych może przełożyć się na poszerzenie grupy odbiorców. Warte rozważenia jest także ukierunkowanie się przedsiębiorstw na wykorzystanie potencjału osób starszych jako pracowników.
3. Przedsiębiorstwa z sektora MŚP powinny otworzyć się na współpracę z innymi podmiotami. Warto byłoby poddać analizie możliwe korzyści, jakie kooperacja z innymi podmiotami może przynieść firmom, a także w jaki sposób przełoży się na możliwość przetrwania na rynku w warunkach spowolnienia gospodarczego. Zaleca się, by firmy rozpoczęły od podejmowania współpracy

z firmami z branży i zaczerpnęły wiedzy o możliwościach współpracy z instytucjami sektora publicznego, dokonując tym samym oceny możliwych korzyści wynikających z takiej kooperacji.

4. W sektorze MŚP z uwagi na prawdopodobne skutki pandemii koniecznością jest podejmowanie i dążenie do:
 - podnoszenia konkurencyjności podmiotów sektora MŚP poprzez doskonalenie polityki cenowej, oraz polityki kadrowej,
 - wzrostu wielkości inwestycji,
 - poprawy wizerunku przedsiębiorstw sektora MŚP poprzez działania m.in. w zakresie: employer branding, kreowania postawy przyjaznej spełnianiu oczekiwań klientów, czy też ochrony środowiska.
 - wzmacniania internacjonalizacji sektora,
 - zwiększania samodzielności podmiotowej sektora,
5. Przedsiębiorstwa powinny podjąć kroki dążące do przeciwdziałania niedopasowaniu kształcenia do potrzeb rynku pracy. Rekomenduje się zaangażowanie sektora MŚP na poziomie lokalnym w kształtowanie systemu edukacji zawodowej poprzez zaangażowanie w praktyczną naukę zawodu na wysokim poziomie (np. praktyki zawodowe, wizyty studyjne).

Wnioski i rekomendacje dla instytucji otoczenia biznesu

1. Wyniki badania wskazują, iż poszukiwanie i wdrażanie nowych rozwiązań przez przedsiębiorców jest jednym z kluczowych czynników sukcesu. Jednocześnie okazuje się, iż większość przedstawicieli sektora MŚP w ostatnich 2 latach nie wdrożyła w swoich firmach innowacyjnych rozwiązań. Niepokojącym jest również, że przedsiębiorcy mają trudność z oceną ryzyka podejmowanych innowacji, a większość spośród ankietowanych nie dostrzega nawet potrzeby wdrażania innowacji w swojej działalności – istotna w tym zakresie mogłaby okazać się rola instytucji otoczenia biznesu jako podmiotów, które uświadamiają potrzebę wdrożenia innowacji, uwidaczniając tym samym korzyści płynące ze stosowania innowacyjnych rozwiązań.
2. Istotnym współczesnym wyzwaniem dla instytucji otoczenia biznesu i osób kreujących przyszłość wielkopolskiego sektora MŚP jest utrzymywanie na maksymalnie wysokim poziomie aktywności zawodowej starzejących się Wielkopolan i tym samym ograniczanie bierności zawodowej wynikającej również ze zmiany technologicznej.
3. Przedsiębiorcy wyrażają chęć do zatrudniania obcokrajowców, aczkolwiek mają względem tego pewne obawy. Badanie wykazało, iż barierą dla przedsiębiorców sektora MŚP w tym zakresie są formalności i biurokracja. Rolą instytucji otoczenia biznesu powinno być niwelowanie tychże barier i pośrednie wsparcie przedstawicieli sektora MŚP w zatrudnianiu pracowników z zagranicy.
4. Pandemia COVID-19 wymusza na przedsiębiorstwach elastyczność, a zatem konieczność podejmowania dodatkowych działań celem adaptacji do zmiennych warunków na rynku, takich jak np. opracowanie strategii zarządzania kryzysowego. Instytucje otoczenia biznesu powinny stanowić wsparcie dla przedsiębiorców również w tym zakresie.
5. Z badania wynika, że przedsiębiorcy z sektora MŚP są raczej niechętni do podejmowania współpracy z innymi instytucjami, nie dostrzegając potrzeby jej nawiązywania ani też korzyści jakie taka kooperacja może przynieść. W obecnej sytuacji spowolnienia gospodarczego wywołanego pandemią COVID-19 współpraca i wynikające z niej korzyści mogą mieć wpływ na zdolność kooperujących przedsiębiorców do utrzymania się na rynku.

Rekomendacje:

1. Instytucje otoczenia biznesu powinny zintensyfikować swoje działania informacyjno-promocyjne skierowane do przedsiębiorców. Rekomenduje się, by to instytucje otoczenia biznesu wychodziły z inicjatywą i jako pierwsze nawiązywały kontakt z lokalnymi przedsiębiorcami reprezentującymi wielkopolski sektor MŚP. W podejmowanych działaniach instytucje otoczenia biznesu powinny skupiać się w szczególności na tym, by uświadomić przedsiębiorcom potrzebę wdrażania innowacyjnych rozwiązań i korzyści płynące z tego tytułu. Dobrym rozwiązaniem wydaje się być organizacja spotkań przedsiębiorców z sektor MŚP – tych, którzy wdrożyli już innowacje w swoich firmach oraz tych, którzy nie widzą korzyści z wdrażania innowacyjnych rozwiązań. Warto rozważyć utworzenie standardów komunikacji z przedsiębiorcami, które ujednoliciłyby sposób nawiązywania relacji i wpłynęłyby na ich jakość.
2. Rekomenduje się przygotowanie przez instytucje otoczenia biznesu kampanii informacyjnej prezentującej pozytywne aspekty wdrażania innowacji w przedsiębiorstwie, w kontekście zmiany demograficznej oraz skutków pandemii COVID-19. Dodatkowa informacja w tym zakresie może ukazać przedsiębiorcom potrzebę wdrażania innowacji i dostosowania się za ich pomocą do nieuchronnych zmian.
3. Instytucje otoczenia biznesu powinny minimalizować bariery ograniczające możliwości rozwoju przedsiębiorców z sektora MŚP. Zaleca się, by instytucje otoczenia biznesu skupiły się na wsparciu firm w zakresie zatrudniania pracowników zagranicznych. Warto byłoby poszerzyć ofertę szkoleniową i doradczą dla właścicieli firm i pracowników działów kadr, w szczególności dotyczącą przepisów prawa pracy dotyczących procedur i koniecznych dokumentów przy zatrudnianiu pracowników spoza kraju.

4. Instytucje otoczenia biznesu powinny propagować myślenie strategiczne wśród przedsiębiorców bez względu na skalę prowadzonej działalności. Rekomenduje się, by w ofercie instytucji otoczenia biznesu znalazło się wsparcie dla firm w zakresie opracowywania strategii zarządzania kryzysowego.
5. Zwiększenie kooperacji sektora instytucji publicznych i nauki z sektorem własności prywatnej – w szczególności MŚP. Warto rozważyć tworzenie baz danych firm deklarujących chęć nawiązania współpracy i sugerowanie im możliwych partnerów do kooperacji. Działanie te przełoży się pośrednio na poszerzenie wiedzy przedsiębiorców na temat możliwości nawiązywania kontaktów z innymi podmiotami/instytucjami. Pozyskanie takiej wiedzy może też stymulować nowe kontakty pomiędzy nauką a biznesem, co umożliwi szybsze oraz bardziej trafne wdrażanie innowacyjnych rozwiązań.

Spis wykresów, rysunków

Wykres 1. Liczba firm sektora MŚP w poszczególnych województwach w roku 2019	13
Wykres 2. Dynamika zmian liczby mikrofirm (od 0 do 9 pracowników) w województwie wielkopolskim w latach 2009-2019	17
Wykres 3. Dynamika zmian liczby małych firm (od 10 do 49 pracowników) w województwie wielkopolskim w latach 2009-2019	18
Wykres 4. Dynamika liczby średnich firm (od 50 do 249 pracowników) w województwie wielkopolskim w latach 2009-2019	18
Wykres 5. Przychody firm z sektora MŚP w województwie wielkopolskim w latach 2014-2018 (w mln zł).....	20
Wykres 6. Koszty firm z sektora MŚP w województwie wielkopolskim w latach 2014-2018 (w mln zł).....	20
Wykres 7. Przychody ogółem mikroprzedsiębiorstw wielkopolskich w latach 2014-2018 (w zł)	21
Wykres 8. Wynik finansowy mikroprzedsiębiorstw wielkopolskich w latach 2014-2018 (w zł).....	22
Wykres 9. Rentowność obrotu brutto mikroprzedsiębiorstw wielkopolskich w latach 2014-2018 (w %).....	22
Wykres 10. Przychody z całokształtu działalności małych i średnich przedsiębiorstw wielkopolskich w latach 2014-2019 (w mln zł)	23
Wykres 11. Wynik finansowy netto małych i średnich przedsiębiorstw wielkopolskich w latach 2014-2019 (w mln zł)	23
Wykres 12. Wskaźnik rentowności obrotu netto małych i średnich przedsiębiorstw wielkopolskich w latach 2014-2019	24
Wykres 13. Proszę ocenić aktualną i przyszłą sytuację ekonomiczną Państwa firmy. Oceny proszę dokonać w skali od 1 do 5, gdzie 1 - oznacza bardzo złą a 5 - oznacza bardzo dobrą sytuację ekonomiczną. (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)	25
Wykres 14. Jakich negatywnych skutków doświadczyli Państwo jako przedsiębiorstwo w związku z wystąpieniem pandemii COVID-19 i jej konsekwencjami? (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364).....	27
Wykres 15. Czy obawiają się Państwo, że skutki przestoju gospodarczego będą odczuwalne w przyszłości? (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)	29
Wykres 16. Proszę ocenić obecną i przyszłą (w kolejnych 5 latach) sytuację gospodarczą w powiecie, województwie i kraju. Oceny proszę dokonać w skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza ocenę najniższą/negatywną, 5 ocenę najwyższą/pozytywną. (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364).....	30
Wykres 17. Jaki jest zakres terytorialny działalności Państwa firmy. (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364).....	32
Wykres 18. Czy Państwa przedsiębiorstwo ma w planach rozszerzenie zakresu terytorialnego działalności w ciągu najbliższych 2 lat (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)	33
Wykres 19. Do jakiego poziomu mają Państwo w planach rozszerzenie zakresu terytorialnego działalności w ciągu najbliższych 2 lat (mikro N=54, małe N=44, średnie N=37)	34
Wykres 20. Główne bariery rozwoju firm MŚP w województwie wielkopolskim - średnia ocena dla przedziału 1-5, gdzie 1 oznacza brak bariery, a 5 bardzo ograniczającą barierę.....	41
Wykres 21. Najważniejsze czynniki wpływające na uzyskanie przewagi konkurencyjnej w opinii wszystkich badanych przedsiębiorców, reprezentujących MŚP w województwie wielkopolskim (w %, N=1194).	51
Wykres 22. 10 najważniejszych czynników wpływających na uzyskanie przewagi konkurencyjnej w opinii mikro, małych i średnich przedsiębiorstw w województwie wielkopolskim (w %, mikro N=421, małe N=409, średnie N=364).....	52
Wykres 23. 10 najważniejszych czynników wpływających na uzyskanie przewagi konkurencyjnej w poszczególnych branżach (w %, budownictwo, N=119, handel, N=225, przemysł, N=248, rolnictwo, N=36, usługi, N=556).....	52
Wykres 24. 10 najważniejszych czynników wpływających na uzyskanie przewagi konkurencyjnej w branży budowlanej (w %, N=119).....	53
Wykres 25. 10 najważniejszych czynników wpływających na uzyskanie przewagi konkurencyjnej w branży handlowej (w %, N=225).....	53
Wykres 26. 10 najważniejszych czynników wpływających na uzyskanie przewagi konkurencyjnej w branży przemysłowej (w %, N=248).	53
Wykres 27. 10 najważniejszych czynników wpływających na uzyskanie przewagi konkurencyjnej w branży rolniczej (w %, N=36).....	54
Wykres 28. 10 najważniejszych czynników wpływających na uzyskanie przewagi konkurencyjnej w branży usługowej (w %, N=566).....	54

Wykres 29. Proszę ocenić jak będzie wyglądała sytuacja mikro/małych/średnich przedsiębiorstw (pytanie dostosowane do odpowiedniej grupy) w Państwa branży w województwie wielkopolskim w najbliższych 3 latach (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364).....	56
Wykres 30. Proszę ocenić jak będzie wyglądała sytuacja mikro/małych/średnich przedsiębiorstw (pytanie dostosowane do odpowiedniej grupy) w Państwa branży w województwie wielkopolskim w najbliższych 5 latach (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364).....	57
Wykres 31. Średnioroczne zapotrzebowania w poszczególnych grupach zawodowych	60
Wykres 32. Zmiana liczby podmiotów sektora MŚP	61
Wykres 33. Jakiego rodzaju innowacje wdrożone zostały w Państwa przedsiębiorstwie w ostatnich 2 latach? (mikro N=108, małe N=110, średnie N=88).....	72
Wykres 34. Dlaczego w przedsiębiorstwie nie zdecydowano się na wdrożenie innowacji? (mikro N=254, małe N=247, średnie N=219)	74
Wykres 35. Czy w perspektywie kolejnych 12 miesięcy oraz 3 lat w przedsiębiorstwie planowane jest wdrożenie innowacji? (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)	76
Wykres 36. Poziom wykorzystania nowoczesnych technologii w ramach prowadzenia przedsiębiorstwa, z uwzględnieniem następujących obszarów: produkcja, dystrybucja, marketing, sprzedaż, obsługa klienta (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364).....	82
Wykres 37. Czy Państwa firma współpracuje z poniższymi podmiotami/instytucjami? (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364).....	87
Wykres 38. Liczba ludności w województwie wielkopolskim w roku 2019 w podziale na wiek przedprodukcyjny, produkcyjny i poprodukcyjny.....	93
Wykres 39. Przeciętne zatrudnienie w sektorze przedsiębiorstw w województwie wielkopolskim (stan na koniec I półrocza).....	95
Wykres 40. Zmiany w zakresie liczby pracujących w przedsiębiorstwach MŚP w Polsce i województwie wielkopolskim pomiędzy rokiem 2014 (firmy mikro i średnie) i 2015 (firmy małe) a 2018.....	96
Wykres 41. Zmiany w zakresie udziału liczby pracujących w sektorze mikro, małych i średnich przedsiębiorstw w ogólnej liczbie pracujących w województwie wielkopolskim w latach 2014-2018 (w %)	98
Wykres 42. Czy w przedsiębiorstwie w ostatnich 3 latach występowały problemy z pozyskaniem odpowiednich pracowników? (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)	105
Wykres 43. Czy w Państwa opinii w ciągu kolejnych 2 lat będą występować problemy z pozyskaniem odpowiednich pracowników? (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)	106
Wykres 44. Czy w przedsiębiorstwie występuje problem starzenia się kadry? (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364).....	109
Wykres 45. Oceny poziomu kwalifikacji i kompetencji pracowników i kandydatów do pracy w sektorze MŚP, gdzie 1 oznacza bardzo niskie kwalifikacje i kompetencje, a 5 bardzo wysokie kwalifikacje i kompetencje (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364).....	111
Wykres 46. Odsetek wielkopolskich firm z sektora MŚP, które nie zatrudniają cudzoziemców (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)	121
Rysunek 1. Struktura dokumentu	10
Rysunek 2. Jakie korzyści odnosi Pan(i) w związku z prowadzeniem własnej firmy (mikro N=421) – wg branż – najczęściej wskazywane odpowiedzi	40
Rysunek 4. Innowacyjne przedsiębiorstwa w sektorze podmiotów przemysłowych oraz usługowych w latach 2016-2018	69
Rysunek 5. Odpowiedź twierdząca na pytanie: Czy na przestrzeni ostatnich 2 lat w Państwa przedsiębiorstwie zostały wdrożone innowacyjne rozwiązania? (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364).....	71
Rysunek 6. Czy w ciągu najbliższych 2 lat Państwa firma planuje zmienić wielkość zatrudnienia? (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364).....	101
Rysunek 7. Czy w Państwa firmie występują problemy z pozyskaniem odpowiednich pracowników? (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364).....	104
Rysunek 8. Poziom przedsiębiorczości w powiatach województwa wielkopolskiego	137

Spis tabel

Tabela 1. Wielkość próby badawczej dla przedstawicieli firm mikro (0-9), małych (10-49), średnich (50-249).....	7
Tabela 2. Rozkład próby badawczej dla przedstawicieli firm mikro (0-9), małych (10-49), średnich (50-249).....	7
Tabela 3. Liczba podmiotów gospodarki narodowej według rejestru REGON w województwie wielkopolskim w roku 2019 oraz średnia liczba firm sektora MŚP na 10 tysięcy mieszkańców w wieku produkcyjnym w województwie wielkopolskim	11
Tabela 4. Średnia liczba firm sektora MŚP na 10 tysięcy mieszkańców w wieku produkcyjnym w województwie wielkopolskim oraz pozostałych regionach kraju w roku 2019.....	13
Tabela 5. Dane dotyczące sektora MŚP w krajach UE-28 za rok 2018.....	15
Tabela 6. Wskaźniki dotyczące sytuacji finansowej mikroprzedsiębiorstw wielkopolskich w latach 2014-2018	21
Tabela 7. Wskaźniki dotyczące sytuacji finansowej małych i średnich przedsiębiorstw wielkopolskich w latach 2014-2019	22
Tabela 8. Proszę ocenić przyszłą sytuację ekonomiczną Państwa firmy. Oceny proszę dokonać w skali od 1 do 5, gdzie 1 - oznacza bardzo złą a 5 - oznacza bardzo dobrą sytuację ekonomiczną. (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364) – wg branż oraz podregionów	26
Tabela 9. Jakich negatywnych skutków doświadczyli Państwo jako przedsiębiorstwo w związku z wystąpieniem pandemii COVID-19 i jej konsekwencjami? (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364) – wg branż oraz podregionów.....	27
Tabela 10. Czy Państwa przedsiębiorstwo ma w planach rozszerzenie zakresu terytorialnego działalności w ciągu najbliższych 2 lat (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364) – wg branż oraz podregionów – suma odpowiedzi zdecydowanie tak, raczej tak.....	34
Tabela 11. Proszę ocenić wpływ udziału we wspólnym rynku europejskim na Państwa przedsiębiorstwo i branżę. Oceny proszę dokonać w skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza brak wpływu, a 5 bardzo duży wpływ. (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364).....	35
Tabela 12. Proszę wskazać do 3 celów strategicznych jakie stawia sobie Państwa firma na najbliższe 12 miesięcy i 5 lat. (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364).....	39
Tabela 13. Proszę wskazać do 3 celów strategicznych jakie stawia sobie Państwa firma na najbliższe 12 miesięcy i 5 lat. (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364) – pierwszy wybór, wykazane wszystkie powyżej 5%	40
Tabela 14. Proszę wskazać bariery prowadzenia bieżącej działalności w Państwa firmie oraz nadać im wagi (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364) – średnia waga.....	42
Tabela 15. Analiza SWOT	47
Tabela 16. Proszę ocenić jak będzie wyglądała sytuacja mikro/małych/średnich przedsiębiorstw (pytanie dostosowane do odpowiedniej grupy) w Państwa branży w województwie wielkopolskim w najbliższych 5 latach (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364) – wg branż oraz podregionów	57
Tabela 17. Prognozowane zapotrzebowanie na kadrę w latach 2020 - 2025.....	58
Tabela 18. Prognoza w zakresie zmian liczby podmiotów MŚP w poszczególnych podregionach na lata 2020-2025	62
Tabela 19. Analiza innowacyjności województwa wielkopolskiego na tle kraju w latach 2016-2018	69
Tabela 20. Przydatność/rentowność wdrożonych inwestycji w Państwa przedsiębiorstwie w ostatnich 2 latach? (N zaprezentowane w tabeli)	72
Tabela 21. Jakie były przyczyny wdrożenia innowacji w Państwa firmie? (mikro N=108, małe N=110, średnie N=88).....	74
Tabela 22. Czy w perspektywie kolejnych 12 miesięcy oraz 3 lat w przedsiębiorstwie planowane jest wdrożenie innowacji? (N zaprezentowane w tabeli) Proszę wskazać, które środki finansowe będą wykorzystywane do wdrożenia innowacji w kolejnych 12 miesiącach oraz 3 latach? (N zaprezentowane w tabeli)	77
Tabela 23. Słabe strony obszarów modelu dojrzałości ekosystemu startupów w Polsce	83
Tabela 24. Proszę ocenić przydatność realizowanej współpracy w skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza bardzo małą przydatność, a 5 bardzo dużą przydatność. (N zaprezentowane w tabeli)	87
Tabela 25. Czy Państwa firma zamierza nawiązać współpracę w kolejnych 12 miesiącach, z którymś z poniższych podmiotów/institucji? (N zaprezentowane w tabeli)	90
Tabela 26. Liczba ludności w wieku przedprodukcyjnym, produkcyjnym i poprodukcyjnym w województwie wielkopolskim w roku 2019.....	93
Tabela 27. Zmiany w zakresie liczby osób pracujących w firmach z sektora MŚP w Polsce oraz województwie wielkopolskim w latach 2014-2018	95

Tabela 28. Udział osób pracujących w sektorze MŚP w ogóle pracujących w Polsce w latach 2014-2018	96
Tabela 29. Udział osób pracujących w sektorze MŚP w ogóle pracujących w województwie wielkopolskim w latach 2014-2018	97
Tabela 30. Struktura zatrudnienia w mikroprzedsiębiorstwach ze względu na płeć, wiek, wykształcenie, staż pracy, strukturę zatrudnienia (N=421)	98
Tabela 31. Struktura zatrudnienia w małych przedsiębiorstwach ze względu na płeć, wiek, wykształcenie, staż pracy, strukturę zatrudnienia (N=421)	99
Tabela 32. Struktura zatrudnienia w średnich przedsiębiorstwach ze względu na płeć, wiek, wykształcenie, staż pracy, strukturę zatrudnienia (N=421)	100
Tabela 33. Jakich pracowników będą Państwo zatrudniać w ciągu najbliższych 2 lat?	101
Tabela 34. Zawody deficytowe najczęściej występujące w województwie wielkopolskim w roku 2020	103
Tabela 35. Z czego wynikają trudności z pozyskaniem odpowiednich pracowników? (mikro N=71, małe N=110, średnie N=98)	105
Tabela 36. Jakiego typu pracowników najtrudniej jest pozyskać do firmy? Jakiego typu pracowników najczęściej poszukuje firma? (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)	106
Tabela 37. Jakich kwalifikacji najczęściej poszukuje firma? (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)	107
Tabela 38. Jakich kompetencji najczęściej poszukuje firma? (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)	107
Tabela 39. Formy zatrudnienia występujące w przedsiębiorstwie (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)	112
Tabela 40. Dominująca forma zatrudnienia ze względu na rodzaj zawieranej umowy (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)	113
Tabela 41. Dominująca forma zatrudnienia ze względu na wymiar czasu pracy (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)	113
Tabela 42. Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto wg klasy wielkości przedsiębiorstw	113
Tabela 43. Średnia wysokość wynagrodzenia brutto oferowana w sektorze MŚP	114
Tabela 44. Czy w przedsiębiorstwie jest system premiowania? (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)	114
Tabela 45. Pozafinansowe zachęty oferowane pracownikom przez przedsiębiorstwo (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)	115
Tabela 46. Sposoby rekrutowania pracowników (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)	115
Tabela 47. Najskuteczniejsze formy rekrutacji (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)	116
Tabela 48. Przeciętny czas trwania rekrutacji (w tygodniach) (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)	116
Tabela 49. Czy w przedsiębiorstwie prowadzone są obecnie działania zmierzające do podniesienia kwalifikacji pracowników? (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)	117
Tabela 50. Czy w ciągu najbliższych 5 lat planowane jest podejmowanie działań zmierzających do podniesienia kwalifikacji pracowników? (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)	117
Tabela 51. Czy w Państwa firmie wykorzystywane są elastyczne formy zatrudnienia? (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)	119
Tabela 52. Rodzaje stosowanych elastycznych form zatrudnienia (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)	119
Tabela 53. Czy Państwa przedsiębiorstwo planuje zatrudnienie cudzoziemców? (mikro N=421, małe N=409, średnie N=364)	121
Tabela 54. Aktualny stosunek do zatrudnienia cudzoziemców z różnych regionów świata	121
Tabela 55. Przedsiębiorstwa rodzinne w województwie wielkopolskim w roku 2017	123
Tabela 56. Zmiany w zakresie kondycji małych i średnich przedsiębiorstw rodzinnych w województwie wielkopolskim w latach 2015-2017	126
Tabela 57. Dobre praktyki stosowane w wybranych firmach rodzinnych województwa wielkopolskiego	128
Tabela 58. Liczba punktów uzyskanych przez poszczególne powiaty województwa wielkopolskiego w ramach poszczególnych kategorii oraz uzyskana wartość wskaźnika przedsiębiorczości	136

Bibliografia

1. Aktywność ekonomiczna ludności w województwie wielkopolskim w IV kwartale 2019 r., Urząd Statystyczny w Poznaniu 2020 r.;
2. Annual Report on European SMEs 2018/2019, Research & Development and Innovation by SMEs, European Commission, Brussels 2019 r.;
3. Annual Report on European SMEs 2017/2018, The 10th anniversary of the Small Business Act, SME Performance Review 2017/2018, Luxembourg 2018;
4. Atlas przedsiębiorstw, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2019;
5. Atrakcyjność inwestycyjna regionów 2017 – województwo wielkopolskie, Szkoła Główna Handlowa na zlecenie Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu, Warszawa, listopad 2017;
6. Bank Danych Lokalnych GUS;
7. Barometr Zawodów 2020. Raport podsumowujący badanie w województwie wielkopolskim, WUP Poznań 2019 r.;
8. Bilansowe wyniki finansowe podmiotów gospodarczych w 2018 roku, GUS 2020 r.
9. Breschi, S., Lassébie, J. and C. Menon, A portrait of innovative start-ups across countries, OECD Science, Technology and Industry Working Papers, OECD 2018 r.;
10. „Co to jest startup? Czy każda nowa firma to startup?”, M. Malec <https://www.private-equity.pl/co-to-jest-startup/>;
11. CZARNA LISTA BARIER w rozwoju przedsiębiorczości, <http://www.czarnalistabariet.pl/>, Konfederacja Lewiatan;
12. D. Walczak, A. Żołądkiewicz, Wybrane determinanty rozwoju przedsiębiorczości w Polsce, "Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu" 2015, tom XVII, zeszyt 3, s. 398-402;
13. Dariusz Wielgórka, Małgorzata Idasiak, Analiza innowacyjności polskiego sektora małych i średnich przedsiębiorstw, Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej 2017;¹⁵⁰
14. Diagnoza ekosystemu startupów w Polsce, Deloitte, Czerwiec 2016 r.;¹⁵¹
15. Działalność przedsiębiorstw o liczbie pracujących do 9 osób w 2014 r., Urząd Statystyczny w Łodzi, Łódź 2015,¹⁵²
16. Działalność przedsiębiorstw o liczbie pracujących do 9 osób w 2015 r., Urząd Statystyczny w Łodzi, Łódź 2017,¹⁵³
17. Działalność przedsiębiorstw o liczbie pracujących do 9 osób w 2016 r., GUS, Warszawa 2018,¹⁵⁴
18. Działalność przedsiębiorstw o liczbie pracujących do 9 osób w 2017 r., GUS, Warszawa 2019,¹⁵⁵
19. Działalność przedsiębiorstw o liczbie pracujących do 9 osób w 2018 r., GUS, Warszawa 2020,¹⁵⁶
20. Działalność gospodarcza mikroprzedsiębiorstw w województwie wielkopolskim w 2018 r., US w Poznaniu, Warszawa 2020 r.;
21. Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2016-2018, GUS 2020 r.;
22. Działalność przedsiębiorstw posiadających jednostki zagraniczne w 2018 r., Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2020;
23. E. Multan, A. Rak, Przedsiębiorczość w sektorze MŚP – źródłem informacji w procesie formułowania strategii zatrudnienia w organizacji, [w:] Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Przyrodniczo-Humanistycznego w Siedlcach, Seria: Administracja i Zarządzanie, Nr 110/2016, Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach, Siedlce 2016 r.;
24. E. Niedzielski, Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorstw z sektora małych i średnich przedsiębiorstw, "Roczniki Naukowe Stowarzyszenia Ekonomistów Rolnictwa i Agrobiznesu" 2015, tom XVIII, zeszyt 2, s. 191-195;
25. Eurostat;
26. Hossain, M., Kauranen, I., Open Innovation in SMEs: a systematic literature review, Journal of Strategy and Management, Vol. 9, issue 1, Finland 2016 r.;

¹⁵⁰ Dokument został dodany do analizy w celu realizacji zagadnienia badawczego 6.3. Poziom gotowości na zmianę wielkopolskiego sektora MŚP.

¹⁵¹ Dokument został dodany do analizy w celu realizacji zagadnienia badawczego 6.3.3. Wielkopolskie Start-upy.

¹⁵² Dokument został dodany do analizy w celu realizacji zagadnienia badawczego 6.1.8. Dynamika rozwoju firm MŚP w województwie wielkopolskim.

¹⁵³ Ibidem.

¹⁵⁴ Ibidem.

¹⁵⁵ Ibidem.

¹⁵⁶ Ibidem.

27. Informacja o stanie gospodarki województwa wielkopolskiego 2018/2019, urząd marszałkowski województwa wielkopolskiego, Departament Gospodarki, wrzesień 2019;
28. Innowacyjność w sektorze MŚP, Dariusz J. Błaszczuk, Akademia Finansów I Biznesu Vistula – Warszawa 2013, 2013; 3(37): 15-38;¹⁵⁷
29. Kłastory w województwie wielkopolskim, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2017;
30. Kogo poszukuje rynek pracy w Wielkopolsce?, WUP Poznań 2019 r.;
31. M. Kochmańska, Czynniki sukcesu rozwoju przedsiębiorczości w zarządzaniu małymi i średnimi przedsiębiorstwami w regionie małopolskim, "Zeszyty Naukowe Wyższej Szkoły Humanitas" 2008, nr 1, s. 29-38;
32. M. Popowska (red.), Przedsiębiorczość. Jej przejawy i szanse rozwoju, Gdańsk 2015 r.;
33. Manyika, J., S. Ramaswamy, J. Bughin, J. Woetzel, M. Birshan and Z. Nagpal. Superstars: The dynamics of firms, sectors, and cities leading the global economy. McKinsey Global Institute (MGI) Discussion Paper, McKinsey Global Institute 2018 r.;
34. Mikrofirmy pod lupą w 2019 r., Polski Instytut Ekonomiczny, Warszawa 2020 r.;
35. P.F. Drucker, Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady, PWE, Warszawa 1992;¹⁵⁸
36. Petrin, T., A literature review on the impact and effectiveness of government support for R&D and innovation. Working Paper, Ljubljana 2018 r.;
37. Pierwsze kroki na rynku pracy 2018, Polska edycja badania studentów i absolwentów, Deloitte 2018 r.;
38. Polska w Unii Europejskiej - sukcesy, porażki, zagrożenia i perspektywy, Józef M. Fiszer, [w:] Myśl Ekonomiczna i Polityczna, 2019, nr 1 (64) | 269-293;¹⁵⁹
39. Polskie Startupy. Raport 2017, Fundacja Startup Poland, Warszawa 2017;¹⁶⁰
40. Polskie Startupy. Raport 2019, Startup Poland, Warszawa 2019;¹⁶¹
41. Prognoza gospodarstw domowych na lata 2016-2050, GUS 2016 r.;
42. Ranking firm rodzinnych w województwie wielkopolskim Forbes, <https://www.forbes.pl/forum-firm-rodzinnych/2018/ranking-firm-rodzinnych-lista-laureatow-wojewodztwo-wielkopolskie/clfj4vm> [dostęp na dzień: 7.09.2020]¹⁶²;
43. Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2018 r.;
44. Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce, Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, Warszawa 2019 r.;
45. Raport o sytuacji mikro i małych firm w roku 2018, Bank Pekao, Warszawa 2019 r.;
46. Raport płacowy 2020. Trendy na rynku pracy, Hays Poland, 2020;¹⁶³
47. Raport Startupy w Polsce 2019, PAPR, Warszawa 2019;¹⁶⁴
48. Rocznik Statystyczny Handlu Zagranicznego 2019, GUS 2020 r.;
49. Rocznik statystyczny przemysłu, Główny Urząd Statystyczny, Warszawa 2020 r.;
50. Rola otoczenia biznesu we wspieraniu przedsiębiorczości i innowacyjności gospodarki. Przykład Wielkopolski., J. Dominiak, [w:] 2016/12. Przedsiębiorczość – Edukacja;¹⁶⁵
51. Rynek pracy, edukacja, kompetencje. Aktualne trendy i wyniki badań, PARP 2020 r.;
52. Sektor MŚP w Polsce i UE, PARP 2017 r.;
53. SME Competitiveness Outlook 2019, International Trade Center, Switzerland 2019 r.;
54. SMEs in Public Procurement. Practices and strategies for shared benefits, OECD 2018 r.;
55. Strategia rozwoju województwa wielkopolskiego do 2030 roku, Zarząd Województwa Wielkopolskiego, Poznań 2020 r.;
56. Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości w sektorze MŚP, GUS, Warszawa 2018 r.;
57. W. Danielak, D. Mierzwa, K. Bartczak, Małe i średnie przedsiębiorstwa w Polsce. Szanse i zagrożenia rynkowe, Wrocław 2017 r.;

¹⁵⁷ Dokument został dodany do analizy w celu realizacji zagadnienia badawczego 6.3. Poziom gotowości na zmianę wielkopolskiego sektora MŚP.

¹⁵⁸ Ibidem.

¹⁵⁹ Dokument został dodany do analizy w celu realizacji zagadnienia badawczego 6.2.1. (...) ocena wpływu udziału we wspólnym rynku europejskim oraz wskazanie pozytywnych i negatywnych konsekwencji uczestnictwa we wspólnym rynku europejskim.

¹⁶⁰ Dokument został dodany do analizy w celu realizacji zagadnienia badawczego 6.3.3. Wielkopolskie Start-upy.

¹⁶¹ Ibidem.

¹⁶² Dokument został dodany do analizy w celu realizacji zagadnienia badawczego 6.4.11 Firmy rodzinne w sektorze MŚP w województwie wielkopolskim.

¹⁶³ Dokument został dodany do analizy w celu realizacji zagadnienia badawczego 6.4.8. warunki zatrudnienia w sektorze MŚP (rodzaje umów, wymiar zatrudnienia, poziom wynagrodzeń, systemy premiowania, pozafinansowe zachęty dla pracowników)

¹⁶⁴ Dokument został dodany do analizy w celu realizacji zagadnienia badawczego 6.3.3. Wielkopolskie Start-upy.

¹⁶⁵ Dokument został dodany do analizy w celu realizacji zagadnienia badawczego 6.3.4. Podejmowanie współpracy w prowadzonej działalności (...).

58. World Economic Forum (2019). Global Competitiveness Report 2019 r.;
59. Wpływ integracji europejskiej na polską gospodarkę, I. Morawski <http://ineuropa.pl/in15/wplyw-integracji-europejskiej/> [dostęp na dzień: 07.09.2020];¹⁶⁶
60. Wyniki finansowe podmiotów gospodarczych I-XII 2014 r., GUS, Warszawa 2015 r.;¹⁶⁷
61. Wyniki finansowe podmiotów gospodarczych I-XII 2015 r., GUS, Warszawa 2016 r.;¹⁶⁸
62. Wyniki finansowe podmiotów gospodarczych I-XII 2016 r., GUS, Warszawa 2017 r.;¹⁶⁹
63. Wyniki finansowe podmiotów gospodarczych I-XII 2017 r., GUS, Warszawa 2018 r.;¹⁷⁰
64. Wyniki finansowe podmiotów gospodarczych I-XII 2018 r., GUS, Warszawa 2019 r.;¹⁷¹
65. Wyniki finansowe przedsiębiorstw niefinansowych I-XII 2019, GUS, Warszawa 2020 r.;
66. „Zapotrzebowanie wielkopolskiego rynku pracy na kwalifikacje i kompetencje zawodowe w 2018 r.”, WUP w Poznaniu 2018¹⁷²
67. Zarządzanie małymi i średnimi przedsiębiorstwami w układach konsorcjalnych i w warunkach wirtualnych, Z. Cygan (red.), Warszawa 2001;¹⁷³
68. Zimmermann, V. KfW SME Innovation Research Report 2019. KfW Research 2020 r.;
69. Zmiany strukturalne grup podmiotów gospodarki narodowej w rejestrze REGON, dla kraju i dla województwa wielkopolskiego – 2019 r., GUS, Warszawa 2020 r.;
70. Znaczenie sektora MŚP dla rozwoju Wielkopolski. Raport z analizy oraz badania społecznego dotyczącego przedsiębiorstw sektora MŚP w województwie wielkopolskim, WUP Poznań, 2012 r.;
71. <https://mamstartup.pl/jakdojade-pl-sukces-jest-dopiero-przed-nami> [dostęp na dzień: 06.09.2020];¹⁷⁴
72. https://company.jakdojade.pl/#o_firmie [dostęp na dzień: 06.09.2020];¹⁷⁵
73. <https://mambiznes.pl/wlasny-biznes/historie-sukcesu/jakdojade-pl-czyli-tak-sie-robi-serwis-z-3-mln-uzytkownikow-2947> [dostęp na dzień: 06.09.2020];¹⁷⁶
74. <https://aip.link/blog/aip-seed-i-gpony-o-inwestycjach-zespolo-marnowaniu-pieniedzy-i/> [dostęp na dzień: 06.09.2020];¹⁷⁷
75. <https://omni3d.com> [dostęp na dzień: 06.09.2020];¹⁷⁸
76. <https://biz.legimi.com/pl/o-nas/firma/> [dostęp na dzień: 06.09.2020];¹⁷⁹
77. <https://www.forbes.pl/pierwszy-milion/konrad-sierzputowski-omni3d-seryjny-start-upowiec-z-sukcesami/518yfqn> [dostęp na dzień: 06.09.2020];¹⁸⁰
78. <https://marketingibiznes.pl/start-up-zone/stethome-idzie-jak-burza-po-milionowe-rundy-choc-rok-temu-na-infoshare/> [dostęp na dzień: 06.09.2020];¹⁸¹
79. <https://spidersweb.pl/bizblog/stethome-kulczyk-finansowanie/> [dostęp na dzień: 06.09.2020];¹⁸²
80. <http://manageronline.pl/polski-startup-nr-1-w-europie-dobrymechanik-pl/> [dostęp na dzień: 06.09.2020];¹⁸³
81. <https://mambiznes.pl/wlasny-biznes/jego-serwis-odwiedza-uzytkownikow-miesiecznie-rozwiazal-problem-klientow-szukajacych-warsztatu-97990> [dostęp na dzień: 06.09.2020];¹⁸⁴
82. <https://www.smartpharma.com.pl/o-firmie> [dostęp na dzień: 06.09.2020];¹⁸⁵
83. <https://www.money.pl/gospodarka/wiadomosci/artukul/zelazo-w-plynie-innofer-smart-pharma,40,0,2270248.html> [dostęp na dzień: 06.09.2020];¹⁸⁶

¹⁶⁶ Dokument został dodany do analizy w celu realizacji zagadnienia badawczego 6.2.1. (...) ocena wpływu udziału we wspólnym rynku europejskim oraz wskazanie pozytywnych i negatywnych konsekwencji uczestnictwa we wspólnym rynku europejskim.

¹⁶⁷ Dokument został dodany do analizy w celu realizacji zagadnienia badawczego 6.1.8. Dynamika rozwoju firm MŚP w województwie wielkopolskim.

¹⁶⁸ Ibidem.

¹⁶⁹ Ibidem.

¹⁷⁰ Ibidem.

¹⁷¹ Ibidem.

¹⁷² Dokument został dodany do analizy w celu realizacji zagadnienia badawczego 6.4.6. Problemy kadrowe.

¹⁷³ Dokument został dodany do analizy w celu realizacji zagadnienia badawczego 6.3. Poziom gotowości na zmianę wielkopolskiego sektora MŚP.

¹⁷⁴ Dokument został dodany do analizy w celu realizacji zagadnienia badawczego 6.3.3. Wielkopolskie Start-upy.

¹⁷⁵ Ibidem.

¹⁷⁶ Ibidem.

¹⁷⁷ Ibidem.

¹⁷⁸ Ibidem.

¹⁷⁹ Ibidem.

¹⁸⁰ Ibidem.

¹⁸¹ Ibidem.

¹⁸² Ibidem.

¹⁸³ Ibidem.

¹⁸⁴ Ibidem.

¹⁸⁵ Ibidem.

¹⁸⁶ Ibidem.

84. Polskie Startupy. Raport 2018, Fundacja Startup Poland, Warszawa 2018¹⁸⁷
85. <https://icsolutions.pl/pl/o-firmie/> [dostęp na dzień: 06.09.2020]; ¹⁸⁸
86. <https://pgeventures.pl/aktualnosci/IC-Solutions-w-portfelu-PGE-Ventures> [dostęp na dzień: 06.09.2020]; ¹⁸⁹
87. <http://instream.io/pl/o-nas/> [dostęp na dzień: 06.09.2020]; ¹⁹⁰
88. <https://e-biznes.pl/instream> [dostęp na dzień: 06.09.2020]; ¹⁹¹
89. <https://spidersweb.pl/2015/04/swimmo-kickstarter.html> [dostęp na dzień: 06.09.2020]; ¹⁹²
90. <https://interaktywnie.com/biznes/newsy/mobile/polski-smartwatch-dla-plywakow-swimmo-szuka-finansowania-w-internecie-250749> [dostęp na dzień: 06.09.2020]; ¹⁹³
91. <https://getbuybox.com/> [dostęp na dzień: 06.09.2020]; ¹⁹⁴
92. <https://retailnet.pl/pl/2016/06/12/30300-polski-startup-buybox-miedzy-e-commerce-a-afiliacja/> [dostęp na dzień: 06.09.2020]; ¹⁹⁵
93. <https://e-biznes.pl/buybox-pl-ponad-350-witryn-aktywnie-korzysta-z-naszego-rozwiazania-wywiad> [dostęp na dzień: 06.09.2020]; ¹⁹⁶
94. <https://www.chip.pl/2017/09/polacy-stworzyli-mobilne-studio-nagraniowe-zylia/> [dostęp na dzień: 06.09.2020]; ¹⁹⁷
95. <https://innpoland.pl/124893,tworcy-mp3-wyrozni-firme-z-poznania-jako-pierwsza-z-polski-dzieki-niej-rejestracja-dzwieku-nigdy-nie-byla-tak-latwa> [dostęp na dzień: 06.09.2020]; ¹⁹⁸
96. <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/pl/sheet/63/male-i-srednie-przedsiębiorstwa>.¹⁹⁹
97. <http://cdr112.e-kei.pl/leader/index.php/200-czym-jest-dobra-praktyka-zasady-i-kryteria-identyfikacji> [dostęp na dzień: 7.09.2020]²⁰⁰;
98. <http://www.mckeen-beef.eu> [dostęp na dzień: 7.09.2020]. ²⁰¹

¹⁸⁷ Ibidem.

¹⁸⁸ Ibidem.

¹⁸⁹ Ibidem.

¹⁹⁰ Ibidem.

¹⁹¹ Ibidem.

¹⁹² Ibidem.

¹⁹³ Ibidem.

¹⁹⁴ Ibidem.

¹⁹⁵ Ibidem.

¹⁹⁶ Ibidem.

¹⁹⁷ Ibidem.

¹⁹⁸ Ibidem.

¹⁹⁹ Ibidem.

²⁰⁰ Dokument został dodany do analizy w celu realizacji zagadnienia badawczego 6.4.11 Firmy rodzinne w sektorze MŚP w województwie wielkopolskim.

²⁰¹ Dokument został dodany do analizy w celu realizacji zagadnienia badawczego 6.4.11 Firmy rodzinne w sektorze MŚP w województwie wielkopolskim.