



Curriculum Vitae
mikro, małych i średnich przedsiębiorstw **2014**

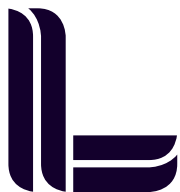
FINANSOWANIE DZIAŁALNOŚCI I ROZWOJU

Małgorzata Starczewska-Krzysztosek

Badanie było współfinansowane przez Związek Polskiego Leasingu i PZU S.A.



20 lat
Związek Polskiego
Leasingu



LEWIATAN

Curriculum Vitae

mikro, małych i średnich przedsiębiorstw 2014

FINANSOWANIE DZIAŁALNOŚCI I ROZWOJU

Małgorzata Starczewska-Krzysztosek

Raport z wyników badania przygotowanego przez Konfederację Lewiatan w ramach projektu „Monitoring kondycji sektora MMŚP 2014”.

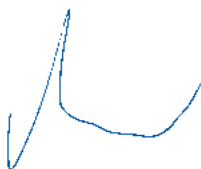
Badanie zostało zrealizowane przez Centrum Badania Opinii Społecznej w okresie 6 maja – 18 lipca 2014 r. Przeprowadzone zostało na ogólnopolskiej próbie 1111 aktywnych przedsiębiorstw prywatnych. Badane były firmy zatrudniające od 2 do 249 pracowników, gdzie tytułem prawnym zatrudnienia jest terminowa lub bezterminowa umowa o pracę. W badaniu uwzględniono 10 sekcji PKD: (A) rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo i rybactwo, (C) działalność produkcyjna, (F) budownictwo, (G) handel hurtowy i detaliczny, (H) transport, gospodarka magazynowa i łączność, (I) działalność związana z zakwaterowaniem, usługami gastronomicznymi, (J) informacja i komunikacja, (L) obsługa nieruchomości, (M) działalność profesjonalna, naukowa i techniczna oraz (Q) opieka zdrowotna i pomoc społeczna. Badane były przedsiębiorstwa we wszystkich 16 województwach. Wywiady z respondentami były realizowane metodą wywiadu bezpośredniego (face-to-face) przez ankieterów CBOS.

Wprowadzenie	5
<hr/>	
1. Wybrane informacje o sektorze przedsiębiorstw w Polsce	9
1.1. Liczba przedsiębiorstw w podziale na klasy wielkości	9
1.2. Forma prawna przedsiębiorstw	9
1.3. Sposób rozliczania się przedsiębiorstw z urzędem skarbowym	9
1.4. Struktura sektora przedsiębiorstw i jej zmiany wg sekcji gospodarki	10
1.5. Udział przedsiębiorstw w tworzeniu PKB	12
1.6. Inwestycje przedsiębiorstw	12
1.7. Struktura aktywów przedsiębiorstw	13
1.8. Struktura źródeł finansowania przedsiębiorstw	14
<hr/>	
2. Metodologia badania	17
2.1. Opis przygotowania kwotowej ogólnopolskiej próby przedsiębiorstw MMŚP	17
2.1.1. Zbiorowość badania	17
2.1.2. Podział zbiorowości na warstwy	18
2.1.3. Alokacja próby	18
2.1.4. Zestawienia kwotowe	19
2.1.5. Wybór przedsiębiorstw do badania	20
2.2. Ważenie danych	20
<hr/>	
3. Informacja o badanej populacji przedsiębiorstw i respondentach	21
3.1. Wielkość przedsiębiorstw	21
3.2. Liczebność badanej populacji wg sekcji PKD 2007	21
3.3. Forma prawna badanych przedsiębiorstw	22
3.4. Wartość obrotów w 2013 roku	22
3.5. Sposób rozliczania się z urzędem skarbowym	23
3.6. Poziom wykształcenia właścicieli oraz osób zarządzających	23
3.7. Informacja o respondentach	24
3.8. Uwagi do prezentacji wyników badania	25

4. CV mikro, małych i średnich przedsiębiorstw. Jakie są, jak widzą swój biznes?	26
4.1. Curriculum Vitae	26
4.2. Potencjał rynku, na którym działają MMŚP	30
4.3. Cel strategiczny MMŚP	36
4.4. Filozofia prowadzenia biznesu przez MMŚP	41
4.4.1. Podejmowanie szybko decyzji vs czekanie z decyzjami na jednoznaczną sytuację rynkową	41
4.4.2. Stałe poszukiwanie nowych rynków vs umacnianie się na dotychczasowym rynku	42
4.4.3. Rozwój w oparciu o środki własne vs rozwijanie biznesu szybciej w oparciu o zewnętrzne finansowanie	44
4.4.4. Hierarchiczna struktura organizacyjna vs struktura partycypacyjna	45
4.4.5. Porażka to szansa czy sygnał do wycofania się z biznesu	47
4.5. Kluczowe zasoby MMŚP	50
4.6. Jakość czy cena – czynniki budujące pozycję konkurencyjną MMŚP	52
5. Finansowanie działalności operacyjnej i rozwoju MMŚP – kredyty	57
5.1. Skłonność MMŚP do korzystania z kredytów i pożyczek	57
5.1.1. Przyczyny niekorzystania przez MMŚP z kredytów i pożyczek	60
5.2. Możliwość korzystania z kredytów długoterminowych przez MMŚP	61
5.3. Uwarunkowania rynkowe wpływające na możliwości korzystania przez MMŚP z kredytów i pożyczek	63
5.4. Korzystanie z kredytów bankowych a priorytety biznesowe na najbliższe 2 lata	65
6. Finansowanie działalności operacyjnej przez MMŚP – kredyt kupiecki	68
6.1. Kredyt kupiecki – komplementarność czy substytucyjność w stosunku do kredytów i pożyczek bankowych	68
6.2. Kłopoty z egzekwowaniem należności od kontrahentów	70
6.2.1. Zarządzanie ryzykiem niewypłacalności przez MMŚP wykorzystujące kredyt kupiecki	71
7. Finansowanie rozwoju MMŚP – leasing	73
7.1. Skłonność MMŚP do korzystania z leasingu	73
7.1.1. Powody korzystania z leasingu	76
7.1.2. Bariery w korzystaniu z leasingu	78
7.2. Leasing barometrem zmian w gospodarce i przedsiębiorstwach	79
7.2.1. Leasing barometrem zmian w gospodarce	79
7.2.2. Leasing barometrem zmian w przedsiębiorstwach – otwarcie na zewnętrzne finansowanie	80
7.2.3. Leasing barometrem zmian w przedsiębiorstwach – otwarcie na innowacje i gospodarkę światową	80
7.2.4. Leasing barometrem zmian w przedsiębiorstwach – korzystanie z technologii informatycznych	81
Zakończenie	83
Spis tabel	84
Spis wykresów	85
Spis schematów	88

Podziękowania dla przedsiębiorców i przedsiębiorstw za udział w badaniu „Monitoring kondycji sektora MMŚP 2014”

Dziękujemy w imieniu Konfederacji Lewiatan wszystkim przedsiębiorcom z sektora mikro, małych i średnich przedsiębiorstw, którzy i których firmy – losowo wybrane przez CBOS – wzięły udział w tym przedsięwzięciu i przetrzymały wielowątkowe, długie badanie składające się z ponad 400 zmiennych. Tylko dzięki Państwu mamy szeroką, znacznie szerszą niż oficjalne statystyki, wiedzę o firmach z sektora MMŚP. Firmach, które tworzą 2/3 PKB wytwarzanego przez sektor przedsiębiorstw i zatrudniają 60 proc. osób pracujących w sektorze przedsiębiorstw. Dzięki Państwu mamy wiedzę, którą Konfederacja Lewiatan wykorzystuje w opiniowaniu projektów regulacji prawnych dotyczących gospodarki i funkcjonowania przedsiębiorstw. Daje ona mocne, uwzględniane przez administrację publiczną i polityków, argumenty w dyskusji o regulacjach dotyczących polskiej gospodarki. Dzięki Państwu mamy wiedzę, którą Konfederacja Lewiatan dzieli się także z mediami, starając się budować wizerunek przedsiębiorstw mikro, małych i średnich jako firm, które rozwijają się, zmieniają, rosną i budują polską gospodarkę.



Henryka Bochniarz
Prezydent Konfederacji Lewiatan



Małgorzata Starczewska-Krzysztozek
Główna Ekonomistka Konfederacji Lewiatan

Wprowadzenie

Czego dotyczy badanie „Monitoring kondycji sektora MMŚP 2014”

Monitoring kondycji sektora MMŚP 2014 to 12. edycja badań mikro, małych i średnich przedsiębiorstw, które Konfederacja Lewiatan realizuje od 2002 r., z przerwą w latach 2009–2010.

Badanie obejmuje prawie wszystkie obszary działalności MMŚP – ocenę bieżącej sytuacji firm, a także ich prognozy na kolejne lata, cele strategiczne, ocenę potencjału rynku, na którym firmy działają, ocenę pozycji konkurencyjnej na rynku, realizowane i planowane inwestycje i źródła ich finansowania, w tym korzystanie z kredytów, leasingu, a także z funduszy unijnych, sytuację w zatrudnieniu i wynagrodzeniach, w tym znaczenie kapitału ludzkiego w portfelu aktywów, z których MMŚP korzystają, stosunek do innowacji i do B+R, nastawienie do eksportu, ocenę współpracy z instytucjami administracji publicznej. W tegorocznym badaniu rozszerzony został zakres pytań dotyczących korzystania z zewnętrznego finansowania, w tym z leasingu, a także wprowadzone zostały pytania dotyczące korzystania przez MMŚP z technologii informatycznych.

Tak poprzednie badania, jak i badanie tegoroczne mają także na celu identyfikację regulacyjnych i administracyjnych barier w rozwoju mikro, małych i średnich przedsiębiorstw – związanych przede wszystkim z systemem podatkowym oraz prawem pracy, a także z procedurami zamówień publicznych czy brakiem zachęt podatkowych dla inwestycji w innowacje.

O czym nie będzie mówił „Raport 2014”

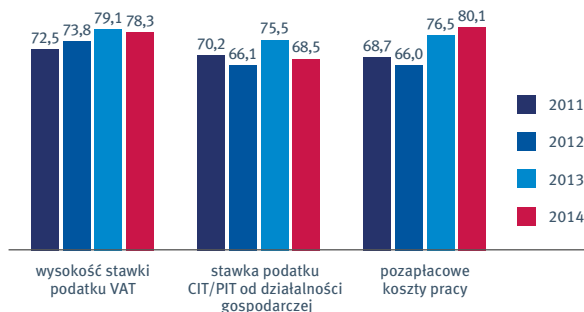
Jednak tegoroczny Raport nie będzie analizował barier podatkowych i barier wynikających z prawa pracy. Piszemy o nich co roku w kolejnych raportach¹. Niestety w 2014 r. nic się nie zmieniło – oceny przedsiębiorców wskazują, że tak wysokość obciążeń podatkowych i paropodatkowych (pozapłacowe koszty pracy), jak i niejasne, nieprzejrzyste przepisy prawa podatkowego (VAT i podatku dochodowego od działalności gospodarczej) pozostają najpoważniejszymi barierami w działalności gospodarczej MMŚP. I to niezależnie od wielkości firmy. Zatem teza o tym, że średnie firmy radzą sobie z prawem podatkowym lepiej niż firmy małe i mikro, nie znajduje w badaniach sektora MMŚP 2014 potwierdzenia.

¹ Np. http://konfederacjalewiatan.pl/legislacja/wydawnictwa/_files/raporty/Raportsmall-MSP2012_pl.pdf

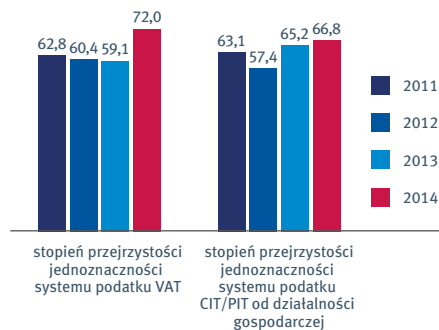
Negatywna ocena wysokości stawek podatku VAT czy podatku od działalności gospodarczej jest „normą” – nikt nie lubi płacić podatków. Natomiast „normą” nie jest niejasny, niejednoznaczny system podatku VAT, który za barierę uznaje 72,3% mikroprzedsiębiorstw, 71,2% małych firm i 72,4% firm średnich. Niewielkie różnice występują także w ocenie przez mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa problemów z przejrzystością i jednoznacznością systemu podatku dochodowego od działalności gospodarczej CIT/PIT (odpowiednio: 66,2%, 68,0%, 68,2%).

Ocena przez MMŚP prawa podatkowego istniejącego w Polsce jest jednoznaczna – generuje ono problemy, które zwiększają ryzyko działalności gospodarczej. W efekcie prawo podatkowe jest jedną z przyczyn uciekania przedsiębiorstw z sektora MMŚP do szarej strefy – jeśli i tak mają ponosić ryzyko nieświadomego naruszenia prawa, to zapewne część z nich uważa, że można je ponieść, naruszając je świadomie. Nie można akceptować takiej postawy. Ale jednocześnie trudno zaakceptować przepisy prawa podatkowego, które nie są zrozumiałe i jednoznacznie brzmiące nawet dla specjalistów zajmujących się podatkami.

Wykres 1. W jaki sposób wymienione czynniki utrudniają / utrudniają w dużym stopniu możliwość rozwoju firmy i jej sytuację ekonomiczną i finansową _1 (% MMŚP_PL; lata 2011-2014)



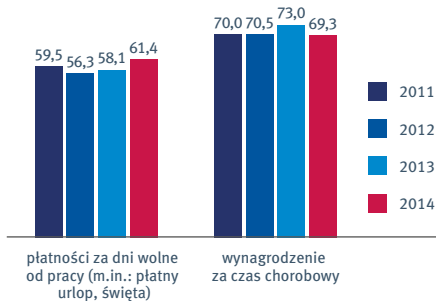
Wykres 2. W jaki sposób wymienione czynniki utrudniają / utrudniają w dużym stopniu możliwość rozwoju firmy i jej sytuację ekonomiczną i finansową _2 (% MMŚP_PL; lata 2011-2014)



Problemem są również pozapłacowe koszty pracy. Tu także nie ma dużych różnic między firmami o różnej wielkości w negatywnej ocenie wpływu tych kosztów na działalność firm i ich możliwości rozwojowe – za utrudnienie uważa je 81% mikroprzedsiębiorstw, 84,8% małych firm i 81,2% firm średnich. Trudno się dziwić, gdy koszt dla pracodawcy zatrudnienia pracownika jest o ponad 75% wyższy niż wynagrodzenie netto tego pracownika (gdy pracownik otrzymuje netto 2,5 tys. zł, to dla pracodawcy oznacza to koszt jego zatrudnienia w wysokości 4,4 tys. zł, czyli 1,9 tys. zł stanowią pozapłacowe koszty pracy). Przedsiębiorcy ze wszystkich sektorów gospodarki zwracają na to uwagę, ale – jak wynika z badań – jest to szczególnym problemem dla firm budowlanych (86,1% MMŚP z tego sektora uważa pozapłacowe koszty pracy za utrudnienie w działalności). Działają one w bardzo konkurencyjnym otoczeniu, a to oznacza, że cena, a zatem koszty, są dla nich kluczowe dla utrzymania się na rynku. Mniejszy, ale także ciągle duży (63,4%) odsetek firm z sektora informacja i komunikacja uważa wysokość pozapłacowych kosztów pracy za utrudnienie. Wynika to zapewne z faktu, że w tym sektorze przeciętne wynagrodzenie jest prawie 2 razy wyższe niż w całym sektorze przedsiębiorstw, a tym samym udział kosztów pracy w kosztach ogółem jest także wyższy niż przeciętnie w sektorze przedsiębiorstw. Możliwe, że łatwiej jest w tej sytuacji zaakceptować wysokość pozapłacowych kosztów pracy, bowiem łączne koszty zatrudnienia pracownika są i tak wysokie.

W Raporcie nie będziemy zajmować się także wpływem prawa pracy na działalność MMŚP i ich możliwości rozwojowe. Opinie przedsiębiorców wyrażane w badaniach przeprowadzonych w poprzednich latach wskazują bowiem, że tu także nic się nie zmieniło. Niezmiennie od lat najpoważniejszym problemem jest konieczność wypłaty przez przedsiębiorstwa wynagrodzeń za czas choroby. Co ciekawe, nieznacznie mniejszym problemem jest to dla mikroprzedsiębiorstw (68,6%) niż dla firm małych i średnich (prawie 75%). Patrząc na bardzo niski poziom zysku brutto przypadającego na 1 mikrofirmę, można założyć, że w sektorze mikroprzedsiębiorstw więcej pracowników niż w firmach małych i średnich zatrudniona jest nie na umowy kodeksowe, a na umowy cywilno-prawne. Zapewne także większa jest wśród nich skala szarej strefy. To powoduje, że wypłacanie wynagrodzeń za czas choroby w części mikrofirm nie jest identyfikowane jako utrudnienie.

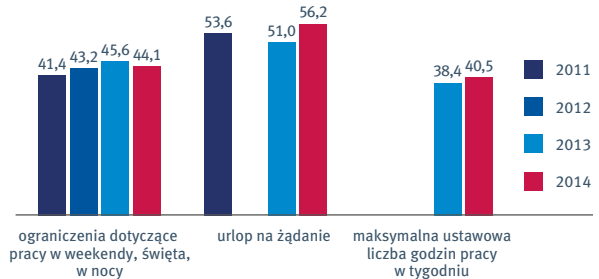
Wykres 3. W jaki sposób wymienione czynniki utrudniają / utrudniają w dużym stopniu możliwość rozwoju firmy i jej sytuację ekonomiczną i finansową _3 (% MMŚP_PL; lata 2011-2014)



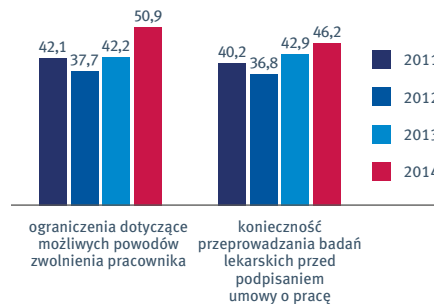
Problemem dla MMŚP są także regulacje dotyczące urlopów na żądanie, szczególnie dla firm mikro i małych. Ciekawe natomiast, że ograniczenia dotyczące pracy w weekendy i święta, maksymalna liczba godzin pracy w tygodniu czy ograniczenia dotyczące możliwych powodów zwalniania pracowników stanowią utrudnienie dla mniejszego odsetka MMŚP niż np. wynagrodzenia za czas choroby. Tu także można założyć, że przedsiębiorcy radzą sobie z problemami wynikającymi z tych regulacji w inny sposób – przez uciekanie od umów kadeksowych i przez wchodzenie w szarą strefę.

W Raporcie nie będziemy także zajmować się problemami związanymi z procedurami zamówień publicznych czy negatywną oceną braku zachęt podatkowych dla inwestycji w B+R+I. A także tym, że dla prawie 50% MMŚP możliwość korzystania z umów cywilno-prawnych (umów-zleceń i umów o dzieło) to ułatwienie w ich działalności – szczególnie dla firm mikro i małych. Podobnie jak możliwość korzystania z pracy osób samozatrudnionych (ułatwienie dla 32% MMŚP).

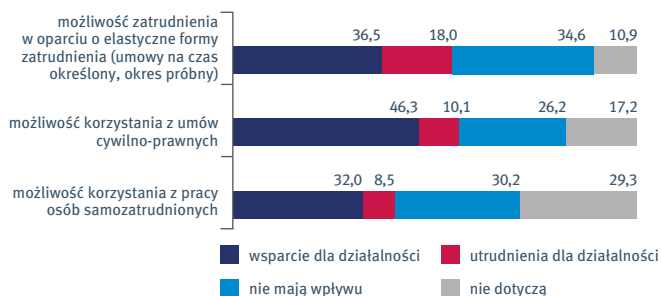
Wykres 4. W jaki sposób wymienione czynniki utrudniają / utrudniają w dużym stopniu możliwość rozwoju firmy i jej sytuację ekonomiczną i finansową _4 (% MMŚP_PL; lata 2011-2014)



Wykres 5. W jaki sposób wymienione czynniki utrudniają / utrudniają w dużym stopniu możliwość rozwoju firmy i jej sytuację ekonomiczną i finansową _5 (% MMŚP_PL; lata 2011-2014)



Wykres 6. Regulacje dotyczące stosunków pracy – wpływ na działalność MMŚP (% MMŚP_PL)



Wykres 7. Przyczyny korzystania z elastycznych form zatrudnienia (% MMŚP_PL; 2 najważniejsze przyczyny łącznie)



MMŚP, wskazując przyczyny, dla których uważają możliwość korzystania z elastycznych form zatrudnienia, w tym z umów cywilno-prawnych, ze współpracy z osobami samozatrudnionymi, pracy na czas określony czy na okres próbny za ułatwienie dla działalności, potwierdzają, że zatrudnianie na czas nieokreślony jest dla nich zbyt drogie, także dlatego, że wiąże się z prawnymi ograniczeniami w zwalnianiu pracowników, a tym samym ogranicza możliwości zarządzania zasobami ludzkimi.

W tegorocznym Raporcie zajmiemy się natomiast próbą odpowiedzi na pytanie, dlaczego przedsiębiorstwa mikro, małe i średnie w niewielkim stopniu korzystają z zewnętrznego finansowania. Czy przyczyny tkwią w filozofii prowadzenia biznesu opartej na potrzebie minimalizowania ryzyka, czy też wpływają na to czynniki zewnętrzne – dostęp do kredytu i leasingu na rynku finansowym, koszty ich pozyskania, stopień dostosowania oferty banków i firm leasingowych do potrzeb MMŚP.

1.

Wybrane informacje o sektorze przedsiębiorstw w Polsce²

1.1. Liczba przedsiębiorstw w podziale na klasy wielkości³

W 2012 r. zarejestrowanych w systemie REGON było 3 975 334 przedsiębiorstw, o ponad 105 tys. więcej niż w 2011 r. Jednocześnie aktywnie działało w tym czasie 1 794 943 przedsiębiorstw, o 10,3 tys. więcej niż w 2011 r.

Udział przedsiębiorstw mikro, małych i średnich (MMŚP) w ogólnej liczbie przedsiębiorstw nie zmienia się i stanowi od lat 99,82% ogólnej liczby firm działających w Polsce. Absolutna większość (96%) w tej grupie to mikroprzedsiębiorstwa (zatrudnienie do 9 pracowników). To więcej niż średnia dla Unii Europejskiej, gdzie mikrofirmy to 92,5% wszystkich przedsiębiorstw. Firmy małe (zatrudnienie od 10 do 49 pracowników) stanowiły w 2012 r. 3,18% ogólnej liczby firm sektora MMŚP (57,1 tys.). Aktywnych firm średnich było w 2012 r. 15,5 tys. i stanowiły one 0,86% ogólnej liczby MMŚP. Natomiast firmy duże to jedynie 0,18% ogólnej liczby przedsiębiorstw aktywnych (3,2 tys.).

Wg danych przygotowanych przez GUS dla CBOS na potrzeby niniejszego badania wśród ponad 1,8 mln MMŚP podstawą do badania było ok. 1,5 mln firm (wyłączono sekcje B, D, E, N, P, R, S, które są relatywnie mało liczne). A w ramach tej grupy podstawą do badania były tylko firmy zatrudniające przynajmniej jednego pracownika (pracodawcy), których wg stanu na 31 stycznia 2014 r. było ponad 842 tys. Oznacza to, że w całej populacji firm z sektora MMŚP, należących do 10 badanych sekcji, ponad 600 tys. to przedsiębiorstwa osób prowadzących samodzielną działalność gospodarczą, niezatrudniające pracowników. I ta grupa nie była podstawą badania.

1.2. Forma prawna przedsiębiorstw⁴

W Polsce dominują przedsiębiorstwa-osoby fizyczne – w całej populacji MMŚP było ich w 2012 r., wg GUS, 91,5%. Przedsiębiorstwa będące osobami prawnymi to 8,5%. W grupie mikrofirm przedsiębiorstwa-osoby prawne stanowiły 6,2% całej ich populacji, w grupie firm małych – 50,9%, a w grupie firm średnich – 85,2%. Prawie wszystkie firmy duże to osoby prawne (96,8%).

1.3. Sposób rozliczania się przedsiębiorstw z urzędem skarbowym⁵

Prawie wszystkie duże firmy prowadzą pełną sprawozdawczość księgową i rozliczają się z fiskusem na podstawie ksiąg rachunkowych. Podobne zasady przyjęła większość firm średnich (97,8%) oraz prawie 2/3 firm małych.

Natomiast większość (68,3%) mikroprzedsiębiorstw rozlicza się z urzędem skarbowym na podstawie podatkowej księgi przychodów i rozchodów. Jedynie 7,1% firm mikro prowadzi pełną rachunkowość.

² Wg stanu na wrzesień 2014 r. dostępne dane dotyczące sektora przedsiębiorstw w podziale wg klas wielkości, a także sekcji gospodarki, które pozwalały na szerszą analizę, dotyczyły 2012 r.

³ Na podstawie: (1) Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2011-2012, PARP 2013 oraz (2) Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2012 roku, GUS, 29.01.2014

⁴ Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2012 roku, GUS 29.01.2014, obliczenia własne

⁵ Ibid., obliczenia własne

Prowadzenie pełnej księgowości jest co prawda uciążliwe dla najmniejszych firm, jednak pozwala na zmniejszenie ryzyka utraty płynności finansowej. Może warto zatem wprowadzić uproszczoną księgowość dla mikro i małych przedsiębiorstw, aby zachęcić je do prowadzenia ksiąg rachunkowych, dostaną bowiem wtedy narzędzie dla zwiększenia skuteczności zarządzania finansami firmy i jej płynnością. Będzie to także znacznie lepsza podstawa do budowania relacji z instytucjami finansowymi w sytuacji, gdy firma chce skorzystać z zewnętrznego finansowania.

Tabela 1. Struktura sektora przedsiębiorstw w 2012 r. wg kryterium sposobów rozliczania się z urzędem skarbowym

	ogółem	mikro	małe	średnie	duże
liczba przedsiębiorstw	1794943	1719187	57071	15484	3201

Sposób rozliczania się z urzędem skarbowym

księga rachunkowa	177532	122357	36826	15150	3199
udział w ogólnej liczbie przedsiębiorstw (%)	9,9	7,1	64,5	97,8	99,9
podatkowa księga przychodów i rozchodów	1195181	1174609	20236	336	0
udział w ogólnej liczbie przedsiębiorstw (%)	66,6	68,3	35,5	2,2	0
ewidencja przychodów	337648	337639	9	0	0
udział w ogólnej liczbie przedsiębiorstw (%)	18,8	19,6	0	0	0
karta podatkowa	84581	84581	0	0	0
udział w ogólnej liczbie przedsiębiorstw (%)	4,7	4,9	0	0	0

Źródło:
obliczenia własne
na podstawie danych
z: Działalność przedsiębiorstw
niefinansowych
w 2012 roku,
GUS, 29.01.2014

⁶ Ibid., obliczenia własne

1.4. Struktura sektora przedsiębiorstw i jej zmiany wg sekcji gospodarki⁶

W ciągu trzech lat, w okresie od 2009 r. do 2012 r. widoczna jest zmiana struktury sektorowej gospodarki – wzrosła liczba firm w 6. sekcjach gospodarki: informacja i komunikacja, obsługa nieruchomości, działalność profesjonalna, naukowa i techniczna, edukacja oraz opieka zdrowotna i pomoc społeczna (w sekcji transport i gospodarka magazynowa – liczba firm wzrosła nieznacznie). Przedsiębiorstwa z tych sekcji gospodarki stanowiły w 2012 r. prawie 40% wszystkich firm (w 2009 r. było to 36,5%). Najszybciej, bo prawie o 28%, wzrosła liczba firm działających w sekcji informacja i komunikacja (m.in. działalność wydawnicza w zakresie oprogramowania, telekomunikacja, działalność związana z oprogramowaniem i doradztwem w zakresie informatyki, przetwarzanie danych). Równie szybko (wzrost o 27%) przybywa firm w sekcji ochrona zdrowia i opieka społeczna.

Ciągle jednak najwięcej jest w Polsce firm handlowych i naprawy pojazdów samochodowych, a w ciągu analizowanych trzech lat przybyło ich prawie 6 tys. (przy spadku liczby firm dużych). Najmniej jest natomiast firm z sekcji kultura i rekreacja.

Tabela 2. Zmiana struktury sektora przedsiębiorstw w latach 2009-2012 wg sekcji gospodarki

sekcje gospodarki	2009					2012					dynamika MMŚP 2012/2009	dynamika duże firmy 2012/2009
	liczba przedsiębiorstw	struktura (%)	liczba dużych firm	liczba MMŚP	udział MMŚP (%)	liczba przedsiębiorstw	struktura (%)	liczba dużych firm	liczba MMŚP	udział MMŚP (%)		
ogółem	1673527	100,00	3113	1670414	99,81	1794943	100,00	3201	1791742	99,82	107,3	102,8
przemysł	185251	11,07	1641	183610	99,11	186223	10,4	1674	184549	99,10	100,5	102,0
w tym przetwórstwo przemysłowe	175692	10,50	1459	174233	99,17	174754	9,7	1505	173249	99,14	99,4	103,2
budownictwo	226379	13,53	187	226192	99,92	233721	13,0	162	233559	99,93	103,3	86,6
handel i naprawa pojazdów samochodowych	507259	30,31	441	506818	99,91	513237	28,6	424	512813	99,92	101,2	96,1
transport i gospodarka magazynowa	131959	7,89	202	131757	99,85	141748	7,9	198	141550	99,86	107,4	98,0
zakwaterowanie i gastronomia	57718	3,45	41	57677	99,93	49452	2,8	42	49410	99,92	85,7	102,4
informacja i komunikacja	51704	3,09	94	51610	99,82	65804	3,7	100	65704	99,85	127,3	106,4
obsługa rynku nieruchomości	34888	2,08	35	34853	99,90	41715	2,3	40	41675	99,90	119,6	114,3
działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	182201	10,89	134	182067	99,93	211487	11,8	162	211325	99,92	116,1	120,9
administrowanie i działalność wspierająca	47313	2,83	231	47082	99,51	56072	3,1	264	55808	99,53	118,5	114,3
edukacja	38931	2,33	4	38927	99,99	46041	2,6	52	45989	99,89	118,1	1300,0
opieka zdrowotna i pomoc społeczna	116899	6,99	62	116837	99,95	147021	8,2	96	146925	99,93	125,8	154,8
kultura i rekreacja	16825	1,01	24	16801	99,86	16925	0,9	25	16900	99,85	100,6	104,2
pozostała działalność usługowa	76200	4,55	17	76183	99,98	85496	4,8	12	85484	99,99	112,2	70,6

Bardzo duże zmiany zaszły także w edukacji – liczba firm wzrosła w tej sekcji o ponad 18%, ale liczba firm dużych zwiększyła się 13-krotnie.

Obserwowane tendencje wskazują na zmiany popytu na rynku. Modernizacja i rozwój gospodarki zwiększają zapotrzebowanie firm i gospodarstw domowych na usługi firm z sektora informacja i komunikacja, a także firm z sektora działalność profesjonalna, naukowa i techniczna. Zmiany demograficzne, ale także wzrost dochodów Polaków zwiększają zapotrzebowanie na usługi związane z ochroną zdrowia. Poprawa sytuacji materialnej Polaków wpływa także na wzrost zainteresowania rynkiem nieruchomości. Rynek edukacji zmienia się przede wszystkim ze względu na duży dopływ środków unijnych na projekty edukacyjne i szkoleniowe.

Ciekawą tendencję obserwujemy natomiast w zakwaterowaniu i gastronomii – liczba przedsiębiorstw z sektora MMŚP zmniejszyła się w tej sekcji w ciągu 3 analizowanych lat prawie o 15%. Można przyjąć, że popyt na usługi hotelarskie, a szczególnie gastronomiczne nie rośnie w Polsce tak szybko, jak można byłoby zakładać, obserwując wzrost dochodów gospodarstw domowych. Wpływ na te zmiany mogły mieć także fundusze europejskie, które zainwestowane zostały w infrastrukturę hotelarską i mogły spowodować wypieranie z rynku tych firm, które z dostępu do środków unijnych nie skorzystały.

*Źródło:
obliczenia własne
na podstawie danych z:
Działalność przedsiębiorstw
niefinansowych
w 2012 roku, GUS,
29.01.2014 oraz Działalność
przedsiębiorstw nie-
finansowych w 2009 roku,
GUS, 24.03.2011 (zmody-
fikowany)*

⁷ Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2011–2012, PARP 2013

1.5. Udział przedsiębiorstw w tworzeniu PKB⁷

Przedsiębiorstwa tworzą 70–72% PKB. W 2011 r. wartość dodana brutto wytworzona przez przedsiębiorstwa pochodziła w 29,4% od mikroprzedsiębiorstw, 7,8% od firm małych, 10,1% od firm średnich, a 24,5% wytworzyły firmy duże. Zatem 2/3 PKB wytwarzanego przez przedsiębiorstwa generują firmy z sektora MMŚP.

⁸ Działalność przedsiębiorstw, op. cit.

1.6. Inwestycje przedsiębiorstw⁸

Nakłady przedsiębiorstw na inwestycje zależne są od stanu koniunktury gospodarczej. Wzrost PKB w 2009 r. wyniósł 1,6%, a w 2010 r. – 3,9%. W 2012 r. PKB wzrósł o 2,0%, a w 2013 – o 1,7%. Sytuacja była, z punktu widzenia decyzji inwestycyjnych firm, w roku 2009 i 2012 porównywalna, bowiem tak w 2009 r., jak i w 2012 r. firmy obawiały się osłabienia gospodarczego.

Jednak skłonność przedsiębiorstw do inwestycji była w 2012 r. wyższa – inwestycje wzrosły nominalnie o 7,7%, a realnie o ponad 8% (w okresie 2010–2012 łącznie wskaźnik cen nakładów inwestycyjnych zmniejszył się w stosunku do 2009 r.).

Tabela 3. Nakłady inwestycyjne przedsiębiorstw w 2009 r. i 2012 r.

	2009						2012						dynamika 2012/2009					
	ogółem	mikro	małe	średnie	MMŚP	duże	ogółem	mikro	małe	średnie	MMŚP	duże	ogółem	mikro	małe	średnie	MMŚP	duże
liczba przedsiębiorstw	1673527	1604417	50189	15808	1670414	3113	1764943	1719187	57071	15484	1791742	3201	107,3	107,2	113,7	98,0	107,3	102,8
liczba pracujących	8829934	3464201	1123287	1643384	6230872	2599062	8937353	3459475	1203959	1602448	6265882	2671471	101,2	99,9	107,2	97,5	100,6	102,8
nakłady inwestycyjne (mln zł)	143751	21853	16416	30806	69075	74675	154853	24370	17332	32787	74489	80365	107,7	111,5	105,6	106,4	107,8	107,6
udział wg klas wielkości (%)	100,0	15,2	11,4	21,4	48,1	51,9	100,0	15,7	11,2	21,2	48,1	51,9	x	x	x	x	x	x
nakłady inwestycyjne przypadające na 1 przedsiębiorstwo (zł)	85897	13621	327084	1948760	41352	23988114	86272	14175	303692	2117476	41574	25106217	100,4	104,1	92,8	108,7	100,5	104,7
nakłady inwestycyjne przypadające na 1 pracującego (zł)	16280	6308	14614	18745	11086	28732	17326	7044	14396	20461	11888	30083	106,4	111,7	98,5	109,1	107,2	104,7
nakłady inwestycyjne na nowe środki trwałe i modernizację (mln zł)	128974	18081	13004	26821	57906	71067	138653	20026	13611	29098	62735	75918	107,5	110,8	104,7	108,5	108,3	106,8
udział nakładów inwestycyjnych na nowe środki trwałe i modernizację w nakładach inwestycyjnych ogółem (%)	89,7	82,7	79,2	87,1	83,8	95,2	89,5	82,2	78,5	88,7	84,2	94,5	x	x	x	x	x	x

Źródło:

obliczenia własne na podstawie danych z: Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2012 roku, GUS, 29.01.2014 oraz Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2009 roku, GUS, 24.03.2011 (zmodyfikowany)

Analiza danych dotyczących nakładów inwestycyjnych wskazuje, że ich wartość przypadająca na 1 przedsiębiorstwo jest w przypadku dużych firm ponad 600 razy większa niż w MMŚP, ale to jest zrozumiałe. Natomiast ich wartość przypadająca na 1 pracującego, co już powinno być porównywalne, jest w dużych firmach 2,5 razy większa niż w mikro, małych i średnich firmach łącznie. Tak duże różnice generują relatywnie niewielkie wydatki na inwestycje firm mikro – na 1 pracującego przypadają w nich 4,3 razy mniejsze nakłady inwestycyjne niż w firmach dużych, i prawie 3 razy mniejsze niż w firmach średnich.

Różnice wynikają z odmiennej struktury branżowej firm mikro i firm średnich oraz dużych (więcej mikrofirm działa w sektorze usług, który nie wymaga takich nakładów inwestycyjnych jak sektor przemysłowy, w którym z kolei jest relatywnie więcej firm dużych). Jednak przyczyną tak dużych rozbieżności w nakładach inwestycyjnych na 1 pracującego należy szukać także w słabości kapitałowej firm z sektora MMŚP, a szczególnie firm mikro, a także w ich ograniczonym dostępie do zewnętrznych źródeł finansowania.

1.7. Struktura aktywów przedsiębiorstw ⁹

Wartość majątku (aktywów) przedsiębiorstw małych, średnich i dużych¹⁰ wzrosła (nominalnie) w 2012 r. w stosunku do stanu na koniec 2009 r. o ponad 20%, w najmniejszym stopniu w firmach średnich. Udział aktywów trwałych w aktywach ogółem był stabilny, na poziomie 60%. Charakterystyka struktury aktywów w przedsiębiorstwach o różnej wielkości jest następująca:

- czym większa firma, tym większy udział aktywów trwałych w aktywach ogółem,
- ta charakterystyka wzmacnia się – w kolejnych latach rośnie udział aktywów trwałych w aktywach ogółem w firmach dużych, maleje – w firmach mniejszych,
- udział wartości niematerialnych i prawnych w aktywach ogółem jest bardzo niski (2,3–2,7%), jednak wyższy w firmach dużych,
- ale udział wartości niematerialnych i prawnych w aktywach ogółem rośnie w firmach małych i średnich, a nie zmienia się w firmach dużych,
- czym większa firma, tym większy udział rzeczowych aktywów trwałych w aktywach ogółem.

⁹ GUS prezentuje dane dotyczące pozycji bilansowych jedynie dla firm małych, średnich i dużych. Nie ma takich danych dla mikroprzedsiębiorstw.

¹⁰ Bilansowe wyniki finansowe podmiotów gospodarczych w 2009 r., GUS listopad 2010 oraz Bilansowe wyniki finansowe podmiotów gospodarczych w 2012 r., GUS 12.12.2013.

Tabela 4. Struktura aktywów przedsiębiorstw w 2009 r. i 2012 r. (bez mikroprzedsiębiorstw)

pozycje bilansu	2009					2012					dynamika 2012/2009				
	ogółem	małe	średnie	MMŚP	duże	ogółem	małe	średnie	MMŚP	duże	ogółem	małe	średnie	MMŚP	duże
aktywa ogółem (mln zł)	1987588,9	309622,6	506816,6	816439,2	1171149,6	2432305,3	387423,6	579065,3	966488,9	1465816,4	122,4	125,1	114,3	118,4	125,2
udział poszczególnych grup firm wg klas wielkości (%)	100,0	15,6	25,5	41,1	58,9	100,0	15,9	23,8	39,7	60,3					
aktywa trwałe (mln zł)	1192965,5	156085,0	281445,8	437530,8	755434,7	1459044,4	190813,6	311464,1	502277,7	956766,6	122,3	122,2	110,7	114,8	126,7
udział w aktywach ogółem (%)	60,0	50,4	55,5	53,6	64,5	60,0	49,3	53,8	52,0	65,3					
udział poszczególnych grup firm wg klas wielkości (%)	100,0	13,1	23,6	36,7	63,3	100,0	13,1	21,3	34,4	65,6					
w tym: (1) wartości niematerialne i prawne (mln zł)	46265,0	2556,5	5607,5	8164,0	38101,0	66355,4	5653,5	11950,1	17603,6	48751,8	143,4	221,1	213,1	215,6	128,0
udział w aktywach ogółem (%)	2,3	0,8	1,1	1,0	3,3	2,7	1,5	2,1	1,8	3,3					
udział poszczególnych grup firm wg klas wielkości (%)	100,0	5,5	12,1	17,6	82,4	100,0	8,5	18,0	26,5	73,5					
(2) rzeczowe aktywa trwałe (mln zł)	810630,1	105528,4	187009,3	292537,7	518092,4	939762,0	126057,2	216403,0	342460,2	597301,8	115,9	119,5	115,7	117,1	115,3
udział w aktywach ogółem (%)	40,8	34,1	36,9	35,8	44,2	38,6	32,5	37,4	35,4	40,7					
udział poszczególnych grup firm wg klas wielkości (%)	400,0	13,0	23,1	36,1	63,9	100,0	13,4	23,0	36,4	63,6					

Rzeczowe aktywa trwałe znajdujące się w posiadaniu przedsiębiorstw w ok. 13% należą do firm małych, w ok. 23% do firm średnich oraz w blisko 64% do firm dużych. Istnieje zatem ogromna różnica w wartości posiadanego rzeczowego majątku trwałego między poszczególnymi grupami firm.

Tabela 5. Wartość i efektywność rzeczowych aktywów trwałych przedsiębiorstw w 2009 r. i 2012 r. (bez mikroprzedsiębiorstw)

wyszczególnienie	2009					2012				
	ogółem	małe	średnie	MMŚP	duże	ogółem	małe	średnie	MMŚP	duże
liczba przedsiębiorstw objętych badaniem	53847	35429	15273	50702	3145	54587	36561	14795	51356	3231
rzeczowe aktywa trwałe (mln zł)	810630,1	105528,4	187009,3	292537,7	518092,4	939762,0	126057,2	216403,0	342460,2	597301,8
rzeczowe aktywa trwałe / 1 przedsiębiorstwo (mln zł)	15,1	3,0	12,2	5,8	164,7	17,2	3,4	14,6	6,7	184,9
przychody ze sprzedaży produktów, towarów i usług (mln zł)	2268146,0	392613,9	629665,4	1022279,3	1245866,7	2986196,3	535265,3	767654,9	1302920,2	1683276,1
przychody ze sprzedaży produktów, towarów i usług / rzeczowe aktywa trwałe (zł)	2,8	3,7	3,4	3,5	2,4	3,2	4,2	3,5	3,8	2,8

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych z: Bilansowe wyniki finansowe podmiotów gospodarczych w 2009 r., GUS listopad 2010 oraz Bilansowe wyniki finansowe podmiotów gospodarczych w 2012 r., GUS 12.12.2013

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych z: Bilansowe wyniki finansowe podmiotów gospodarczych w 2009 r., GUS listopad 2010 oraz Bilansowe wyniki finansowe podmiotów gospodarczych w 2012 r., GUS 12.12.2013

Przeciętne małe przedsiębiorstwo posiada rzeczowe aktywa trwałe o wartości ok. 3 mln zł, rzeczowy majątek trwały firm średnich jest 4 razy większy, a firm dużych – 55 razy większy. Jednak efektywność wykorzystania posiadanego rzeczowego majątku trwałego (mierzona wartością przychodów ze sprzedaży produktów, towarów i usług wypracowaną przez ten majątek) maleje wraz ze wzrostem wielkości przedsiębiorstwa. Może to wynikać ze zróżnicowania branżowego poszczególnych grup przedsiębiorstw wyodrębnianych wg klas wielkości – w grupie firm małych i średnich jest bowiem relatywnie więcej przedsiębiorstw działających w sektorze usług, który nie wymaga tak dużego zaangażowania rzeczowych aktywów trwałych jak np. działalność firm przemysłowych. Może także wynikać z młodszego aparatu wytwórczego (częstsze inwestycje) w firmach dużych, a tym samym wyższej ich wartości bilansowej w relacji do przychodów. Natomiast w firmach małych, a także (w nieco mniejszym stopniu) w firmach średnich właściciele mogą dążyć do pełnej amortyzacji posiadanych rzeczowych aktywów trwałych, dlatego ich wartość bilansowa może być relatywnie niższa.

Na pewno jednak takie różnice w wartości rzeczowego majątku trwałego między przedsiębiorstwami o różnej wielkości mają wpływ na ich zdolność do zewnętrznego finansowania działalności i rozwoju. Banki, udostępniając przedsiębiorstwom kapitał (kredyty, pożyczki), wymagają bowiem zabezpieczeń, najczęściej na rzeczowych aktywach trwałych znajdujących się w posiadaniu tych firm. To powoduje, że firmy posiadające niewielki rzeczowy majątek trwały są w trudniejszej sytuacji niż firmy o dużej wartości takich aktywów. Ma to zatem wpływ na ich możliwości rozwojowe. Nawet jeżeli skorzystają np. z systemu poręczeń i gwarancji, kapitał pozyskany na rynku finansowym będzie droższy, a tym samym efektywność kredytowanego przedsięwzięcia będzie niższa.

¹¹ *Ibid.*

1.8. Struktura źródeł finansowania przedsiębiorstw ^{11 12}

Przedsiębiorstwa działające w Polsce, niezależnie od klasy wielkości, stosują zachowawczą strategię finansowania aktywów, bowiem średnio w ok. 50% ich majątek jest finansowany z kapitałów własnych. Widać jednak tendencję do większego opierania się w finansowaniu majątku na kapitale własnym w przedsiębiorstwach dużych. Różnice między firmami o różnej wielkości nie są jednak duże.

Kredyty długo- i krótkoterminowe oraz zobowiązania handlowe stanowią średnio ok. 30% wartości pasywów. Tu widać tendencję odwrotną niż przy kapitałach własnych – im firma większa, tym udział zewnętrznych źródeł finansowania jest mniejszy. Ale w tym przypadku różnice są znacznie wyraźniejsze.

Struktura zobowiązań w przedsiębiorstwach o różnej wielkości nie jest znacząco różna – kredyty długo- i krótkoterminowe stanowią ponad 50% całości zobowiązań, a zobowiązania handlowe – ponad 40%. Jednak firmy duże w większym stopniu niż przedsiębiorstwa małe i średnie korzystają ze zobowiązań handlowych. Wynika to z ich silniejszej pozycji wobec dostawców.

Struktura finansowania aktywów wskazuje na ostrożność przedsiębiorstw w sięganiu po kredyty i pożyczki.

¹² GUS prezentuje dane dotyczące pozycji bilansowych jedynie dla firm małych, średnich i dużych. Nie ma takich danych dla mikroprzedsiębiorstw.

Tabela 6. Struktura pasywów przedsiębiorstw w 2009 r. i 2012 r. (bez mikroprzedsiębiorstw)

pozycje bilansu	2009					2012				
	ogółem	małe	średnie	MMŚP	duże	ogółem	małe	średnie	MMŚP	duże
pasywa ogółem (mln zł)	1987588,9	309622,6	506816,6	816439,2	1171149,6	2432305,3	387423,6	579065,3	966488,9	1465816,4
w tym: (1) kapitały własne (mln zł)	1025195,4	145113,9	260332,5	405446,4	619749,0	1236421,4	184911,5	276229,9	461141,4	775280,0
udział w pasywach ogółem (%)	51,6	46,9	51,4	49,7	52,9	50,8	47,7	47,7	47,7	52,9
udział poszczególnych grup firm wg klas wielkości (%)	100,0	14,2	25,4	39,5	60,5	100,0	15,0	22,3	37,3	62,7
(2) kredyty i pożyczki długoterminowe (mln zł)	185396,3	38386,4	52664,8	91051,2	94345,1	232049,0	49287,5	67192,6	116480,1	115568,9
udział w pasywach ogółem (%)	9,3	12,4	10,4	11,2	8,1	9,5	12,7	11,6	12,1	7,9
udział poszczególnych grup firm wg klas wielkości (%)	100,0	20,7	28,4	49,1	50,9	100,0	21,2	29,0	50,2	49,8
(3) kredyty i pożyczki krótkoterminowe (mln zł)	135294,0	24294,9	42231,1	66526,0	68768,1	166553,5	33613,7	50984,1	84597,8	81955,7
udział w pasywach ogółem (%)	6,8	7,8	8,3	8,1	5,9	6,8	8,7	8,8	8,8	5,6
udział poszczególnych grup firm wg klas wielkości (%)	100,0	18,0	31,2	49,2	50,8	100,0	20,2	30,6	50,8	49,2
kredyty i pożyczki długo- i krótkoterminowe łącznie (mln zł)	320690,3	62681,3	94895,9	157577,2	163113,2	398602,5	82901,2	118176,7	201077,9	197524,6
udział w pasywach ogółem (%)	16,1	20,2	18,7	19,3	13,9	16,4	21,4	20,4	20,8	13,5
udział poszczególnych grup firm wg klas wielkości (%)	100	19,5	29,6	49,1	50,9	100,0	20,8	29,6	50,4	49,6
(4) zobowiązania handlowe (z tytułu dostaw i usług) (mln zł)	277750,5	49684,7	78651,5	128336,2	149414,3	329782,3	62867,9	89497,0	152364,9	177417,4
udział w pasywach ogółem (%)	14,0	16,0	15,5	15,7	12,8	13,6	16,2	15,5	15,8	12,1
udział poszczególnych grup firm wg klas wielkości (%)	100	17,9	28,3	46,2	53,8	100,0	19,1	27,1	46,2	53,8
kredyty i pożyczki długo- i krótkoterminowe oraz zobowiązania handlowe łącznie (mln zł)	598440,8	112366,0	173547,4	285913,4	312527,5	728384,8	145769,1	207673,7	353442,8	374942,0
udział kredytów długoterminowych (%)	31,0	34,2	30,3	31,8	30,2	31,9	33,8	32,4	33,0	30,8
udział kredytów krótkoterminowych (%)	22,6	21,6	24,3	23,3	22,0	22,9	23,1	24,6	23,9	21,9
udział zobowiązań handlowych (%)	46,4	44,2	45,3	44,9	47,8	45,3	43,1	43,1	43,1	47,3
udział w pasywach ogółem (%)	30,1	36,3	34,2	35,0	26,7	29,9	37,6	35,9	36,6	25,6
udział poszczególnych grup firm wg klas wielkości (%)	100,0	18,8	29,0	47,8	52,2	100,0	20,0	28,5	48,5	51,5

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych z: Bilansowe wyniki finansowe podmiotów gospodarczych w 2009 r., GUS listopad 2010 oraz Bilansowe wyniki finansowe podmiotów gospodarczych w 2012 r., GUS 12.12.2013

W analizowanych latach większy udział w pasywach miały kredyty długoterminowe niż krótkoterminowe. Dotyczy to tak firm małych, średnich, jak i dużych. Może to oznaczać, że istnieje mechanizm substytucji kredytów krótkoterminowych zobowiązaniami handlowymi. Jest on nieznacznie silniejszy w firmach dużych niż w firmach małych i średnich. Potwierdza to większy udział firm dużych w całości zobowiązań handlowych niż w całości kredytów długo- i krótkoterminowych. Ale potwierdza to także, że dostęp firm małych i średnich do kredytów i pożyczek nie jest ograniczony, bowiem udział odsetkowych źródeł finansowania aktywów jest w tych przedsiębiorstwach relatywnie większy niż w firmach dużych. Aczkolwiek to firmy duże absorbują ok. 50% całości kredytów długo- i krótkoterminowych.

Przetawione dane wskazują, że mnożnik kapitału własnego, który jest także miarą dźwigni finansowej, jest w przedsiębiorstwach małych, średnich i dużych relatywnie niewielki.

Tabela 7. Mnożnik kapitału własnego w 2009 r. i 2012 r. (bez mikroprzedsiębiorstw)

wyszczególnienie	2009					2012				
	ogółem	małe	średnie	MMŚP	duże	ogółem	małe	średnie	MMŚP	duże
mnożnik kapitału własnego (1/(1-(zob/aktywa)))	1,43	1,57	1,52	1,54	1,36	1,43	1,60	1,56	1,58	1,34

Wszystkie firmy korzystają z dźwigni finansowej, ale ostrożnie i w dużym stopniu bazując na zobowiązaniach handlowych.

Zaprezentowane dane dotyczą lat 2009 i 2012. W latach tych wzrost PKB nie był istotnie różny – w 2009 r. 1,6%, a w 2012 r. 2,0%. Jednak struktura wzrostu PKB była odmienna. W 2009 r. wzrost gospodarczy oparty był na spożyciu krajowym i zagranicznym. W 2012 r. głównie na eksporcie netto, ale także niewielkiej kontrybucji do wzrostu PKB spożycia indywidualnego i inwestycji¹³. Przede wszystkim jednak inaczej kształtowały się w tych latach wyniki przedsiębiorstw – w 2009 r. przychody z całokształtu działalności firm małych, średnich i dużych spadły w relacji do 2008 r. o 4,5%, a nakłady inwestycyjne o 13% (nominalnie). Natomiast w 2012 r. przychody firm 10+ wzrosły o 3,3% w stosunku do 2011 r., a inwestycje były mniejsze o 1,8%¹⁴. Ponadto w 2009 r. dostęp do kredytów i pożyczek dla przedsiębiorstw, szczególnie małych i średnich, był ograniczony. Mimo tych różnic i odmiennych uwarunkowań na rynku finansowym w latach 2009 i 2012 struktura pasywów w przedsiębiorstwach małych, średnich i dużych była porównywalna. W 2009 r. nie widać substytucji kredytów krótkoterminowych zobowiązaniami handlowymi. Tymczasem wiele badań wskazuje na występowanie takiej substytucji w sytuacji ograniczonego dostępu do kapitału na rynku finansowym¹⁵. Nie widać także zmiany w zapotrzebowaniu na kredyt długoterminowy, mimo że poziom nakładów inwestycyjnych był w 2012 r. wyższy niż w 2009 r. Stałość struktury pasywów wskazuje, że przedsiębiorstwa w Polsce wypracowały stabilną strukturę finansowania aktywów i jest ona oparta na komplementarności, uzupełnianiu się poszczególnych źródeł finansowania, a nie ich substytucyjności.

Źródło: obliczenia własne na podstawie danych z: Bilansowe wyniki finansowe podmiotów gospodarczych w 2009 r., GUS listopad 2010 oraz Bilansowe wyniki finansowe podmiotów gospodarczych w 2012 r., GUS 12.12.2013

¹³ Wstępny szacunek PKB, GUS, kolejne lata

¹⁴ Działalność przedsiębiorstw niefinansowych, GUS, kolejne lata

¹⁵ I. Love, L.A. Preve, V. Sarria-Allende, Trade credit and bank credit: evidence from recent financial crises, *Journal of Financial Economics*, 83, 2007; M. Petersen, R. Rajan, Trade credit: Theories and evidence, *Review of Financial Studies*, 10, 1997.

2.

Metodologia badania¹⁶

¹⁶ Opis metodologii badania przygotowany przez J. Kalkę, CBOS.

2.1. Opis przygotowania kwotowej ogólnopolskiej próby przedsiębiorstw MMŚP

2.1.1. Zbiorowość badania

Przedsiębiorstwa prywatne w dziewięciu sekcjach PKD 2007:

1. **Sekcja A** – rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo i rybactwo
2. **Sekcja C** – działalność produkcyjna
3. **Sekcja F** – budownictwo
4. **Sekcja G** – handel hurtowy i detaliczny
5. **Sekcja H** – transport, gospodarka magazynowa i łączność
6. **Sekcja I** – działalność związana z zakwaterowaniem, usługami gastronomicznymi
7. **Sekcja J** – informacja i komunikacja
8. **Sekcja L** – obsługa nieruchomości
9. **Sekcja M** – działalność profesjonalna, naukowa i techniczna
10. **Sekcja Q** – opieka zdrowotna i pomoc społeczna

W zależności od liczby pracujących podmioty podzielono na trzy grupy:

1. zatrudniające 2–9 pracowników
2. zatrudniające 10–49 pracowników
3. zatrudniające 50–249 pracowników.

Do opracowania próby kwotowej wykorzystano dane otrzymane z GUS (stan na 31 stycznia 2014 roku).

Tabela 8. Liczba podmiotów zbiorowości badania według GUS na 31 stycznia 2014 r. w podziale według liczby pracujących i wybranych sekcji PKD 2007

sekcja PKD 2007	podmioty o liczbie pracujących			suma	%
	2-9	10-49	50-249		
A	32 324	2 626	261	35 211	4,2
C	88 751	25 303	6 212	120 266	14,3
F	89 497	14 139	1 743	105 379	12,5
G	305 514	26 004	2 987	334 505	39,7
H	42 554	4 273	581	47 408	5,6
I	409 55	4 497	250	45 702	5,4
J	22 479	2 477	330	25 286	3,0
L	24 135	2 396	465	26 996	3,2
M	69 185	5 098	473	74 756	8,9
Q	22 613	3 577	385	26 575	3,2
suma	738 007	90 390	13 687	842 084	100,0
%	87,6	10,7	1,6	100,0	

Tabela 9. Liczba podmiotów zbiorowości badania według GUS na 31 stycznia 2014 roku w podziale na województwa

województwo	liczba podmiotów	%
dolnośląskie	66 341	7,9
kujawsko-pomorskie	38 517	4,6
lubelskie	33 125	3,9
lubuskie	20 832	2,5
łódzkie	53 695	6,4
małopolskie	73 138	8,7
mazowieckie	159 004	18,9
opolskie	19 487	2,3
podkarpackie	29 432	3,5
podlaskie	17 814	2,1
pomorskie	50 633	6,0
śląskie	105 435	12,5
świętokrzyskie	24 463	2,9
warmińsko-mazurskie	21 703	2,6
wielkopolskie	88 978	10,6
zachodniopomorskie	39 487	4,7
suma	842 084	100,0

2.1.2. Podział zbiorowości na warstwy

Po badaniu zaplanowano analizę zbiorowości badania w przekrojach:

- na sekcje PKD
- na grupy według liczby pracujących
- ogółem

Przyjęto więc podział na trzy grupy podmiotów w zależności od liczby pracujących, a następnie podział na sekcje PKD oraz w ramach sekcji na województwa.

W efekcie przyjętych podziałów otrzymano 480 warstw: 3 kategorie zatrudnienia x 10 sekcji PKD x 16 województw.

2.1.3. Alokacja próby

Ze względu na bardzo duże dysproporcje w liczbie przedsiębiorstw w wyodrębnionych grupach (dominacja firm mikro oraz firm z sektora handlu hurtowego i detalicznego) proporcjonalna alokacja próby nie umożliwiałaby uzyskania liczebności pozwalającej na poprawne i miarodajne wnioskowanie o populacji w założonych do analiz przekrojach. Dlatego też przyjęto nieproporcjonalną alokację próby uwzględniającą zarówno dane statystyczne, jak i możliwości analiz po badaniu. Sposób alokacji uwzględniał także minimalizację wag dla próby zrealizowanej.

Tabela 10. Zaplanowane liczebności próby według sekcji PKD 2007 oraz grup wg liczby pracujących

sekcja PKD 2007	podmioty o liczbie pracujących			suma	%
	2-9	10-49	50-249		
A	33	22	16	71	6,5
C	39	89	49	177	16,1
F	63	82	23	168	15,3
G	96	71	30	197	17,9
H	38	29	17	84	7,6
I	37	34	16	87	7,9
J	24	24	17	65	5,9
L	24	20	17	61	5,5
M	67	45	19	131	11,9
Q	19	24	16	59	5,4
suma	440	440	220	1 100	100
%	40	40	20	100	

Tabela 11. Zaplanowane liczebności próby w podziale na województwa

województwo	liczba podmiotów	%
dolnośląskie	81	7,4%
kujawsko-pomorskie	51	4,6%
lubelskie	44	4,0%
lubuskie	36	3,3%
łódzkie	68	6,2%
małopolskie	90	8,2%
mazowieckie	189	17,2%
opolskie	36	3,3%
podkarpackie	45	4,1%
podlaskie	33	3,0%
pomorskie	62	5,6%
śląskie	130	11,8%
świętokrzyskie	38	3,5%
warmińsko-mazurskie	35	3,2%
wielkopolskie	108	9,8%
zachodniopomorskie	54	4,9%
suma	1 100	100%

2.1.4. Zestawienia kwotowe

Ustalone liczebności podmiotów do badania w warstwach zostały zapisane w zestawieniach kwotowych dla poszczególnych województw.

Tabela 12. Przykładowe zestawienie kwotowe dla województwa dolnośląskiego

sekcja PKD 2007	podmioty o liczbie pracujących		
	2-9	10-49	50-249
A	2	2	1
C	3	7	4
F	5	7	1
G	8	5	2
H	3	2	1
I	3	3	1
J	1	1	1
L	1	1	1
M	6	4	1
Q	1	2	1
ogółem	33	34	14

2.1.5. Wybór przedsiębiorstw do badania

Wyboru dokonywali ankieterzy w terenie, kierując się zapisami zestawienia kwotowego oraz zaleceniami instrukcji. Instrukcja zawierała zasady różnicowania próby w zależności od klasy miejscowości:

1. nie więcej niż 60% i nie mniej niż 30% kwoty dla województwa (traktując odrębnie każdą z trzech kategorii zatrudnienia), mogło być zrealizowane w miastach 100 tysięcy i więcej mieszkańców;
2. minimum jedna ankieta powinna być zrealizowana na wsi i jedna ankieta w miastach do 20 tysięcy mieszkańców;
3. pozostała część kwoty poszczególnych prób dla województwa powinna być realizowana w miastach od 20 tysięcy do 100 tysięcy mieszkańców.

2.2. Ważenie danych

Opracowano trzy wagi:

- dla poszczególnych grup pod względem liczby pracujących (według sekcji PKD i województw);
- dla poszczególnych sekcji PKD (według grup pod względem liczby pracujących i województw);
- próba ogółem (według grup liczby pracujących, sekcji PKD 2007 i województw).

Dla określenia wag poszczególnych kategorii analizowanej próby i jej podprób przyjęto następujący algorytm:

$$W_{pk} = \frac{LO_{pk}}{LU_{pk}}$$

gdzie:

W_{pk} – waga w p-tej próbie (podpróbie) dla podmiotów zaliczonych do kategorii k,

LO_{pk} – liczebność oczekiwana dla k-tej kategorii p-tej próby (podpróby),

$$LO_{pk} = \frac{L_{pk}}{\sum_{k=1}^{k_p} L_{pk}} n_p$$

L_{pk} – liczba podmiotów w kategorii k w zbiorowości (podzbiorowości), z której wybrano p-tą próbę (podpróbę),

LU_{pk} – liczebność próby uzyskana po realizacji w k-tej kategorii p-tej próby (podpróby),

k – numer kategorii, $k=1, 2, \dots, k_p$,

k_p – liczba kategorii ogółem w p-tej próbie,

n_p – liczebność próby zrealizowanej z p-tej próby (podpróby).

3.

Informacja o badanej populacji przedsiębiorstw i respondentach¹⁷

3.1. Wielkość przedsiębiorstw

Do wyodrębniania trzech grup przedsiębiorstw: mikro, małych i średnich, wykorzystano jedno kryterium z kilku stosowanych łącznie w UE dla definiowania sektora MMŚP¹⁸ (MMŚP – mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa) – liczbę zatrudnionych.

Badaniu poddane zostały z grupy mikroprzedsiębiorstw jedynie firmy, które zatrudniają przynajmniej jednego pracownika (łącznie z właścicielem pracują w firmie minimum 2 osoby). Badaniem nie zostały objęte osoby prowadzące samodzielną działalność gospodarczą niebędące pracodawcami.

Tabela 13. Liczba przedsiębiorstw objętych badaniem wg klas wielkości oraz ich udział w całej badanej populacji (dane surowe)

ilu pracowników zatrudnia na umowę o pracę Pana(i) firma?	N	%
2-9 pracowników	465	41,9
10-49 pracowników	451	40,6
50-249 pracowników	195	17,6
ogółem	1111	100,0

¹⁷ Dane prezentowane w tabelach w 3. rozdziale pochodzą z Raportu z badań ilościowych „Sektor MMŚP w Polsce”, CBOS 2014

¹⁸ Zgodnie z definicją UE podstawą do zakwalifikowania przedsiębiorstwa do sektora MMŚP jest liczba zatrudnionych, wartość rocznych obrotów i/lub wartość aktywów oraz powiązania kapitałowe (Zalecenie Komisji Europejskiej 2003/361/WE z dnia 6 maja 2003 r. dotyczące definicji mikroprzedsiębiorstw oraz małych i średnich przedsiębiorstw).

3.2. Liczebność badanej populacji wg sekcji PKD 2007

Tabela 14. Liczba przedsiębiorstw objętych badaniem wg sekcji PKD 2007 (dane surowe)

liczebność i odsetek przedsiębiorstw w poszczególnych sektorach	N	%
Sekcja A – rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo, rybactwo	72	6,5
Sekcja C – działalność produkcyjna	182	16,4
Sekcja F – budownictwo	166	14,9
Sekcja G – handel hurtowy i detaliczny	205	18,5
Sekcja H – transport, gospodarka magazynowa i łączność	83	7,5
Sekcja I – działalność związana z zakwaterowaniem, usługami gastronomicznymi	92	8,3
Sekcja J – informacja i komunikacja	67	6,0
Sekcja L – obsługa nieruchomości	59	5,3
Sekcja M – działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	129	11,6
Sekcja Q – opieka zdrowotna i pomoc społeczna	56	5,0
Ogółem	1 111	100,0

3.3. Forma prawna badanych przedsiębiorstw

¹⁹ Działalność przedsiębiorstw, op. cit.

²⁰ Ibid., obliczenia własne

W Polsce dominują przedsiębiorstwa osoby fizycznej – w całej populacji MMŚP (łącznie z jednoosobową działalnością gospodarczą, której niniejsze badanie nie obejmuje) było ich w 2012 r., wg GUS¹⁹, 91,5%, czyli o 0,5 p.p. mniej niż w 2009 r. Przedsiębiorstwa będące osobami prawnymi to niespełna 8,5%. W grupie mikrofirm przedsiębiorstwa-osoby prawne stanowiły w 2012 r. jedynie 6,2% całej populacji, w grupie firm małych – 50,9%, w grupie firm średnich – 85,2%, a w grupie firm dużych – 96,8%²⁰. W całym sektorze MMŚP przedsiębiorstwa-osoby prawne to jedynie 8,3% (2012 r.; w 2009 r. było to 7,9% populacji MMŚP).

Tabela 15. Forma prawna przedsiębiorstw objętych badaniem (% udział w badanej populacji)

forma prawna przedsiębiorstwa	%
Przedsiębiorstwo osoby fizycznej – na podstawie wpisu do rejestru	70,4
Spółka cywilna	11,2
Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością	8,9
Spółka jawna	6,0
Spółka akcyjna	0,3
Spółka partnerska	0,2
Spółka komandytowa	0,4
Inna forma	2,6
Ogółem	100,0

3.4. Wartość obrotów w 2013 roku

Część przedsiębiorstw sektora MMŚP nie chce podać danych finansowych dotyczących ich działalności, nawet tak podstawowych, jak wartość rocznych obrotów. Na pytanie nie o konkretną wartość obrotów, ale wskazanie przedziału, w którym one się zawierały w 2013 r., 22,2% badanych podmiotów nie udzieliła odpowiedzi. Nie ma zatem możliwości wykorzystania dodatkowego kryterium wyodrębniania przedsiębiorstw wg klas wielkości – wartości obrotów.

Tabela 16. Wartość obrotów (przedział) w 2013 r. w przedsiębiorstwach objętych badaniem (które udzieliły odpowiedzi na pytanie o wartość obrotów w 2013 roku)

Proszę wskazać przedział, w którym zawierała się w 2013 r. wartość obrotów w Pana(i) firmie (w mln euro)	%
do 0,2 mln euro	55,4
powyżej 0,2 mln euro do 0,5 mln euro	11,2
powyżej 0,5 mln euro do 1 mln euro	4,5
powyżej 1 do 2 mln euro	3,1
powyżej 2 do 10 mln euro	2,6
powyżej 10 do 50 mln euro	0,7
powyżej 50 mln euro	0,0
odmowa odpowiedzi	22,2
nie dotyczy (firma powstała w 2012 roku)	0,2
ogółem	100,0

3.5. Sposób rozliczania się z urzędem skarbowym

Według GUS w rozliczeniach MMŚP (wszystkich MMŚP, łącznie z firmami niezatrudniającymi pracowników, które nie są przedmiotem niniejszego badania) z urzędem skarbowym dominuje księga przychodów i rozchodów – jako podstawę do rozliczeń z fiskusem wykorzystywało ją w 2012 r. 66,7% MMŚP. Prawie 19% MMŚP korzystało z ewidencji przychodów, 9,7% – z ksiąg rachunkowych, a 4,7% – z karty podatkowej²¹.

²¹ Ibid.,
obliczenia własne

Z podatkowej księgi rozchodów i przychodów korzystało 68,3% mikroprzedsiębiorstw, 35,5% firm małych i tylko 2,2% firm średnich. Natomiast księgi rachunkowe były podstawą rozliczania się z urzędem skarbowym dla 97,8% firm średnich i 64,5% firm małych, a jedynie dla 7,1% firm mikro

Tabela 17. Sposób rozliczania się przedsiębiorstw objętych badaniem z urzędem skarbowym

sposób rozliczania się z urzędem skarbowym	%
książka przychodów i rozchodów – podatek progresywny (18% i 32%)	32,0
książka przychodów i rozchodów – podatek liniowy (19%)	31,5
pełna rachunkowość – podatek progresywny (18% i 32%)	4,5
pełna rachunkowość – podatek liniowy (19%)	12,3
karta podatkowa	1,5
ryczałt	7,1
pełna rachunkowość dla osób prawnych	10,7
inna forma rozliczenia	0,1
odmowa odpowiedzi	0,3
ogółem	100,0

3.6. Poziom wykształcenia właścicieli oraz osób zarządzających

Wśród właścicieli firm dominują osoby z wykształceniem wyższym oraz wyższym z tytułem naukowym (łącznie 45,1%). Wykształceniem średnim legitymuje się ponad 40% właścicieli MMŚP. Ponad 11% przedsiębiorców ma wykształcenie niepełne podstawowe, podstawowe lub zawodowe.

Tabela 18. Poziom wykształcenia właścicieli przedsiębiorstw objętych badaniem

jaki jest poziom wykształcenia właściciela Pana(i) firmy?	%
średnie	42,2
wyższe (licencjat, mgr)	40,1
podstawowe i zawodowe	11,0
wyższe z tytułem naukowym	5,0
niepełne podstawowe	0,4
nie dotyczy – firma jest spółką i ma rozproszony akcjonariat lub większościowym właścicielem firmy jest Skarb Państwa	1,2
odmowa odpowiedzi	0,0
Ogółem	100,0

Struktura osób zarządzających przedsiębiorstwami objętymi badaniem wg wykształcenia jest podobna do struktury właścicieli ocenianej wg kryterium wykształcenia.

Tabela 19. Poziom wykształcenia osób zarządzających przedsiębiorstwami objętymi badaniem

jaki jest poziom wykształcenia osoby zarządzającej (szefa/prezesa) Pana(i) firmy?	%
średnie	42,8
wyższe (licencjat, mgr)	43,7
podstawowe i zawodowe	10,4
wyższe z tytułem naukowym	2,7
niepełne podstawowe	0,3
odmowa odpowiedzi	0,0
ogółem	100,0

3.7. Informacja o respondentach

Ankieter mógł przeprowadzić wywiad w jednej firmie z kilkoma osobami najbardziej kompetentnymi w danej tematyce. W praktyce najczęściej respondentami byli właściciele lub współwłaściciele przedsiębiorstw.

Tabela 20. Pozycja/stanowisko respondenta w przedsiębiorstwach objętych badaniem

stanowisko respondenta	%
Właściciel/właścicielka	66,7
Współwłaściciel/współwłaścicielka	19,3
Prezes/dyrektor	4,7
Wiceprezes/ zastępca dyrektora	0,8
Dyrektor finansowy	0,3
Dyrektor wykonawczy/produkcji	0,8
Dyrektor handlowy	1,3
Główny księgowy	3,8
Ktoś inny	6,7
<i>Kto inny?</i>	<i>w tym</i>
<i>księgowy/księgowa</i>	<i>0,7</i>
<i>członek zarządu, pełnomocnik firmy, prokurent itp.</i>	<i>1,1</i>
<i>dyrektorzy innych działów/doradcy zarządu</i>	<i>0,1</i>
<i>kierownicy i specjaliści z innych działów (np. kierownik apteki, zakładu, biura, hotelu, laboratorium itp.)</i>	<i>4,6</i>
<i>rodzina właściciela, żona</i>	<i>0,3</i>

3.8. Uwagi do prezentacji wyników badania

Uwagi do prezentacji wyników badania w całym raporcie:

1. wszystkie wykresy to opracowania własne autorki na podstawie badania zrealizowanego w ramach projektu „Monitoring kondycji sektora MMŚP 2014” współfinansowanego przez Związek Polskiego Leasingu oraz PZU. Jeżeli jest inaczej, pod wykresem podane jest źródło,
2. dane dla całej badanej populacji będą oznaczane „MMŚP_PL”,
3. dane dla mikroprzedsiębiorstw będą oznaczane jako „mikro”, dla przedsiębiorstw małych – „małe”, dla firm średnich – „średnie”,
4. dane wg kryterium płci: w badaniu wyodrębnione zostały trzy grupy firm (próbna nie była dobierana wg kryterium płci właściciela i menedżera):
 - a. właściciel firmy i osoba zarządzająca to kobieta: na tę grupę składają się dwie podgrupy firm – właścicielka sama zarządza swoją firmą lub zatrudnia inną kobietę jako menedżera (udział w próbie – 32,6%),
 - b. właściciel firmy i osoba zarządzająca to mężczyzna: na tę grupę składają się dwie podgrupy firm – właściciel sam zarządza swoją firmą lub zatrudnia innego mężczyznę jako menedżera (udział w próbie – 62,1%),
 - c. wariant mieszany: na tę grupę składają się dwie podgrupy – właścicielką firmy jest kobieta i zatrudnia mężczyznę jako menedżera lub właścicielem firmy jest mężczyzna i zatrudnia kobietę jako menedżera (udział w próbie – 5,3%).

4.

CV mikro, małych i średnich przedsiębiorstw. Jakie są, jak widzą swój biznes?

4.1. Curriculum Vitae²²

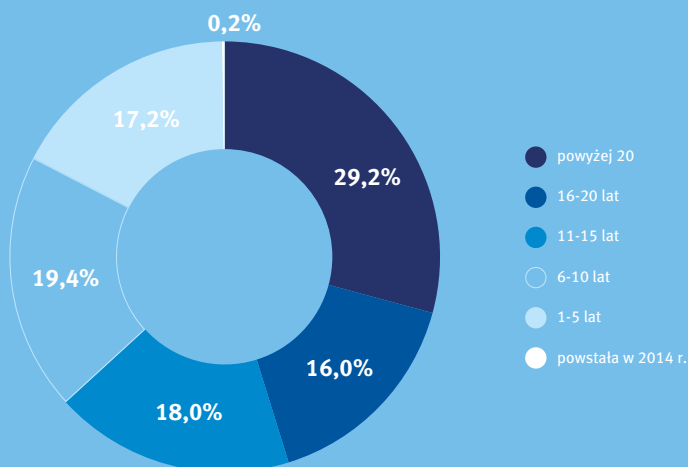
²² Na podstawie metryczki badania (poza danymi dotyczącymi „Obecnej pozycji”, które dotyczą całej populacji MMŚP, z firmami niezatrudniającymi pracowników (GUS).

IMIĘ I NAZWISKO

Mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa
(pracujący: 2–249 osób)

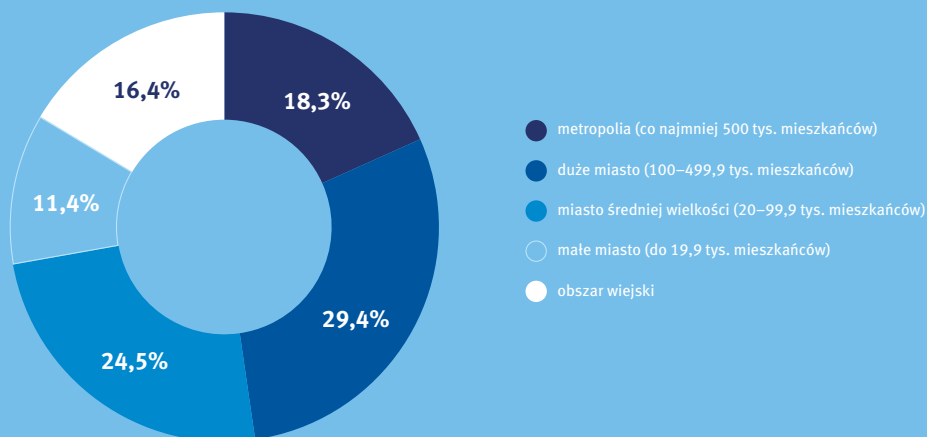
DATA URODZENIA

Wykres 8. Liczba lat działania firmy na rynku (% MMŚP_PL)



MIEJSCE ZAMIESZKANIA

Wykres 9. Lokalizacja firmy (% MMŚP_PL)



OBECNA POZYCJA

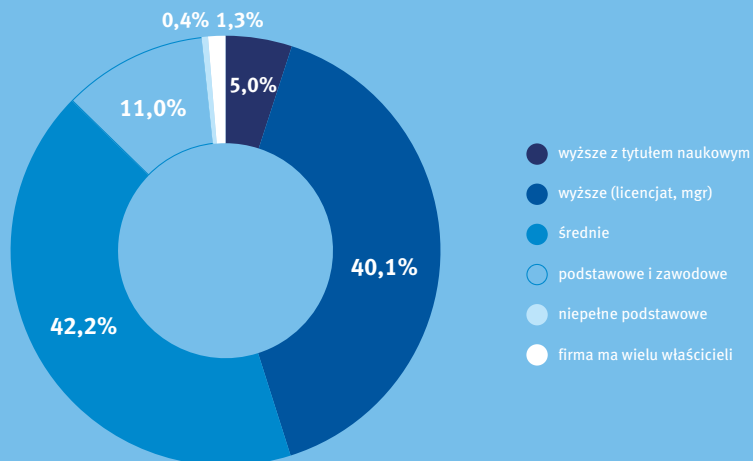
GUS; dane dla całej populacji MMŚP, włączając firmy niezatrudniające pracowników

Schemat 1. Udział MMŚP w sektorze przedsiębiorstw (z uwzględnieniem firm niezatrudniających pracowników) wg PKB, zatrudnienia, pracujących nakładów na inwestycje

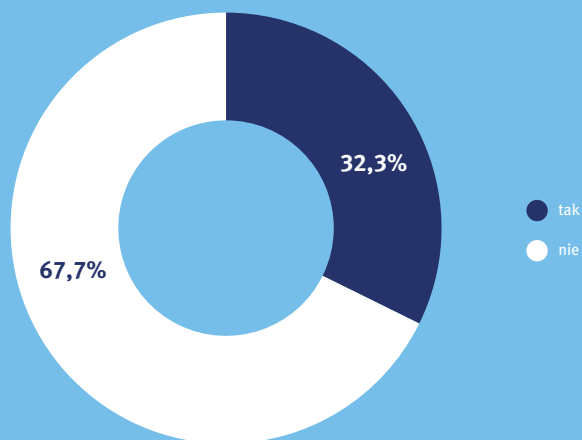


**WYKSZTAŁCENIE
WŁAŚCICIELA**

Wykres 10. Poziom wykształcenia właściciela (% MMŚP_PL)

**STATUS RODZINNY**

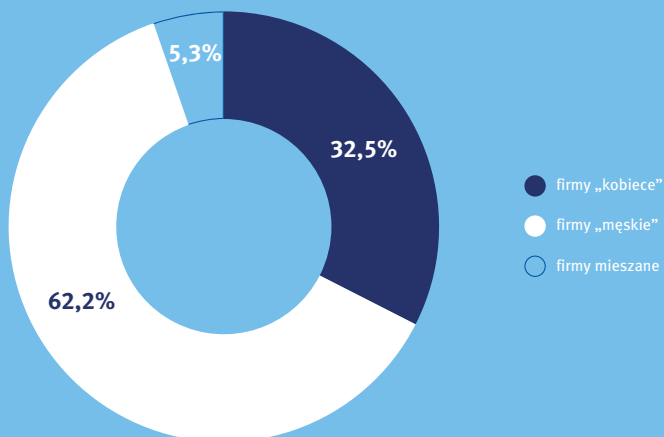
Wykres 11. Czy firma jest firmą rodzinną? (% MMŚP_PL)



PŁEĆ WŁAŚCICIELA I OSOBY ZARZĄDZAJĄCEJ:

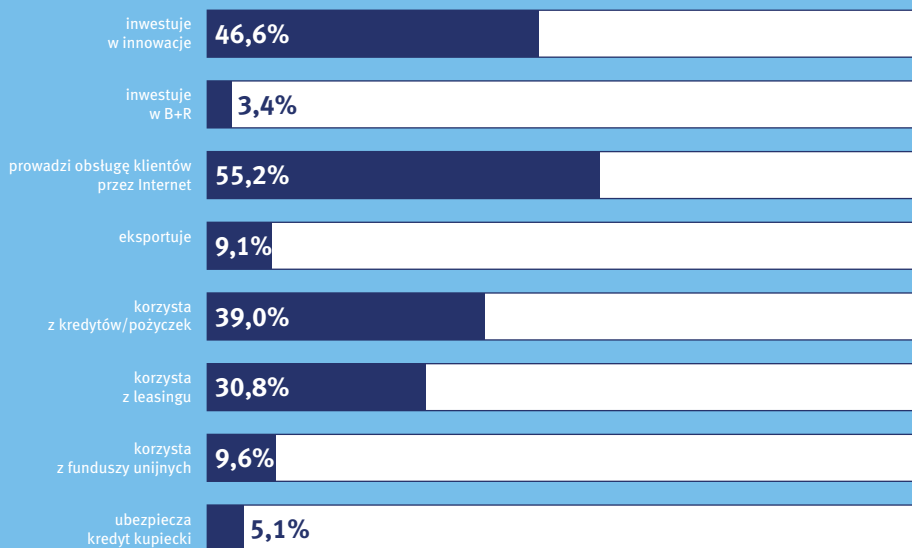
„*firmy kobiece*” – właścicielka i osoba zarządzająca to kobiety,
„*firmy męskie*” – właściciel i osoba zarządzająca to mężczyźni,
firmy mieszane – jedna z tych osób to kobieta, a druga to mężczyzna

Wykres 12. Firmy „kobiece”, „męskie” i mieszane (% MMŚP_PL)



DOŚWIADCZENIE ZAWODOWE

Schemat 2. „Doświadczenie zawodowe” MMŚP (% MMŚP_PL)



4.2. Potencjał rynku, na którym działają MMŚP

Mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa działające w Polsce to ponad 99% ogólnej liczby firm w każdej sekcji gospodarki. Także w przemyśle, gdzie firm dużych jest najwięcej. MMŚP powstają zatem we wszystkich sekcjach gospodarki, niezależnie od ich perspektyw rozwojowych. Jednak w ostatnich latach (w 2012 r. w stosunku do 2009 r., tab. 2) najwięcej firm przybyło w sekcji informacja i komunikacja oraz opieka zdrowotna i pomoc społeczna. Duże przyrosty liczby firm odnotowały również sekcje obsługa nieruchomości, administrowanie i działalność wspierająca oraz edukacja. Natomiast spadek liczby firm nastąpił w sekcji zakwaterowanie i gastronomia oraz, nieznaczny, w przetwórstwie przemysłowym. W przypadku spadków w części mógł to być efekt procesów konsolidacyjnych na rynkach tą tendencją objętych.

Trendy obserwowane na podstawie danych GUS wskazują, że są dwa wyraźnie wyróżniające się obszary działalności gospodarczej, które przedsiębiorcy uznają za perspektywiczne – informacja i komunikacja²³ oraz opieka zdrowotna i pomoc społeczna²⁴. W drugiej grupie, charakteryzującej się relatywnie niższą dynamiką wzrostu liczby firm, jest obsługa nieruchomości²⁵.

Wyniki badania „Sektor MMŚP w Polsce 2014” są w dużej mierze zgodne z tymi trendami. Co prawda to nie firmy z sekcji informacja i komunikacja oraz opieka zdrowotna i pomoc społeczna dominują w pozytywnych ocenach szans rozwojowych rynków, na których działają, a firmy z sekcji obsługa nieruchomości. Jednak różnice nie są duże. Ponadto zaprezentowane dane GUS dotyczą zmian, które dokonały się w latach 2009–2012, a wyniki badania firm sektora MMŚP prezentują opinie przedsiębiorców z 2014 r. I ich opinie wskazują na pozytywne zmiany na rynku nieruchomości. Najwięcej firm z sekcji obsługa nieruchomości ocenia bowiem rynek, na którym działa, jako duży i rosnący (53%), ale jednocześnie prawie 1/3 firm z tej sekcji gospodarki uważa swój rynek za ustabilizowany i nie oczekuje na nim wzrostu popytu. Sytuacja w tej sekcji gospodarki jest zatem zróżnicowana i wynika zapewne z tego, w której „części” sekcji badane firmy działają. Obsługa nieruchomości to bowiem działalność związana z kupnem i sprzedażą nieruchomości, wynajmem i zarządzaniem nieruchomościami, pośrednictwem w obrocie nieruchomościami. Wynajem i zarządzanie nieruchomościami to aktywna, a nawet bardzo aktywna część biznesu także w okresie słabej koniunktury. Natomiast kupno i sprzedaż nieruchomości, a także pośrednictwo w obrocie nieruchomościami w takim okresie biznesowo słabnie. Ocena przez MMŚP potencjału rynku nieruchomości wskazuje, że w najbliższych latach widzą one duże szanse na rozwój tej części gospodarki. Oznacza to, że do wynajmu i zarządzania dojdzie zapewne pośrednictwo w obrocie nieruchomościami.

Podobnie, jednak z nieco większą ostrożnością, oceniają szanse rozwojowe swojego rynku firmy z sekcji informacja i komunikacja – prawie nie ma wśród nich firm uważających, że rynek zmniejsza się. Ponad 40% firm z tej sekcji gospodarki uważa rynek informacyjno-komunikacyjny za duży i rosnący oraz podobny odsetek – za ustabilizowany. Ta dychotomia wynika, podobnie jak w przypadku firm z sekcji obsługa nieruchomości, ze zróżnicowanego charakteru działalności badanych firm. Prawdopodobnie część telekomunikacyjnych MMŚP, firm wydawniczych czy zajmujących się produkcją filmów uznaje rynek za ustabilizowany. Natomiast za rosnący uważają rynek firmy związane z działalnością informatyczną i informacyjną.

Odmienne od dwóch wyżej wspomnianych sekcji gospodarki kształtuje się sytuacja w sekcji opieka zdrowotna i pomoc społeczna. Prawie 1/3 firm działających na tym rynku nie potrafi ocenić jego możliwości rozwojowych. Jednocześnie właściwie nie ma (0,7%) firm, które oceniają ten rynek jako malejący. To oczywiste, bowiem starzejące się społeczeństwo, a także rosnący poziom dochodów gospodarstw domowych pozwalają prognozować wzrost popytu na usługi związane z opieką zdrowotną i pomocą społeczną. Przedsiębiorcy, którzy nie potrafią ocenić sytuacji na tym rynku, prowadzą zapewne swoje firmy w oparciu o bieżący popyt, nie analizują trendów rynkowych, nie interesuje ich długoterminowa perspektywa.

²³ Wg PKD 2007 do sekcji informacja i komunikacja zalicza się m.in. działalność wydawniczą, w tym w zakresie oprogramowania, produkcję filmów, programów telewizyjnych, nagrań dźwiękowych i muzycznych, nadawanie programów, telekomunikację, działalność związaną z oprogramowaniem i doradztwem w zakresie informatyki, działalność usługową w zakresie informacji, w tym przetwarzanie danych, zarządzanie stronami internetowymi, działalność portali internetowych

²⁴ Wg PKD 2007 do sekcji opieka zdrowotna i pomoc społeczna zalicza się m.in. szpitale, praktyki lekarskie, działalność fizjoterapeutyczną, pomoc społeczną zapewniającą opiekę lekarską, opiekę nad osobami starszymi, opiekę nad dziećmi.

²⁵ Wg PKD 2007 do sekcji obsługa nieruchomości zalicza się m.in. działalność związaną z kupnem i sprzedażą nieruchomości, wynajmem i zarządzaniem nieruchomościami, pośrednictwem w obrocie nieruchomościami.

Tabela 21. Możliwości wzrostu branży, w której działa firma (% MMŚP wg sekcji gospodarki; 2014)

	Jakie są możliwości wzrostu branży, w której działa firma?			
	duże, rynek stale rośnie	branża osiągnęła już pułap możliwości wzrostu, rynek jest ustabilizowany, popyt na nim nie rośnie	rynek zmniejsza się i jest to trwała, nieodwracalna tendencja	trudno powiedzieć
sekcja PKD	%	%	%	%
Rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo, rybactwo	33,4	48,9	8,0	9,7
Działalność produkcyjna	36,6	27,2	16,9	19,3
Budownictwo	35,7	30,5	16,7	17,1
Handel hurtowy i detaliczny	28,5	27,0	32,1	12,4
Transport, gospodarka magazynowa	27,8	26,4	32,4	13,3
Działalność związana z zakwaterowaniem, usługami gastronomicznymi	31,0	18,1	18,9	32,0
Informacja i komunikacja	44,7	43,9	5,1	6,3
Obsługa nieruchomości	53,0	31,6	4,9	10,6
Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	31,5	26,7	17,4	24,5
Opieka zdrowotna i pomoc społeczna	43,7	25,2	0,7	30,4

Najtrudniejsza sytuacja wydaje się być, w opinii przedsiębiorców z sektora MMŚP, w sekcji transport i gospodarka magazynowa oraz handel hurtowy i detaliczny. W obu sekcjach prawie 1/3 firm uznaje rynek za malejący i uważa, że jest to trwała, nieodwracalna tendencja. Jednak w obu tych sekcjach są także firmy dostrzegające potencjał rozwojowy rynku. Ponieważ badanie było robione w okresie maj–lipiec 2014 r., można zakładać, że część firm transportowych zaczęła odczuwać konsekwencje embarga rosyjskiego nałożonego na polskie produkty rolno-spożywcze. W przypadku handlowych MMŚP może być to efekt obaw związanych z rozwojem dużych sieci handlowych. Jednak obawy te nie są uzasadnione, bowiem dane GUS wskazują, że w latach 2009–2012 liczba handlowych MMŚP wzrosła o 6 tys. (z 506 818 do 512 813), podczas gdy liczba firm dużych spadła o 17 (z 441 do 424).

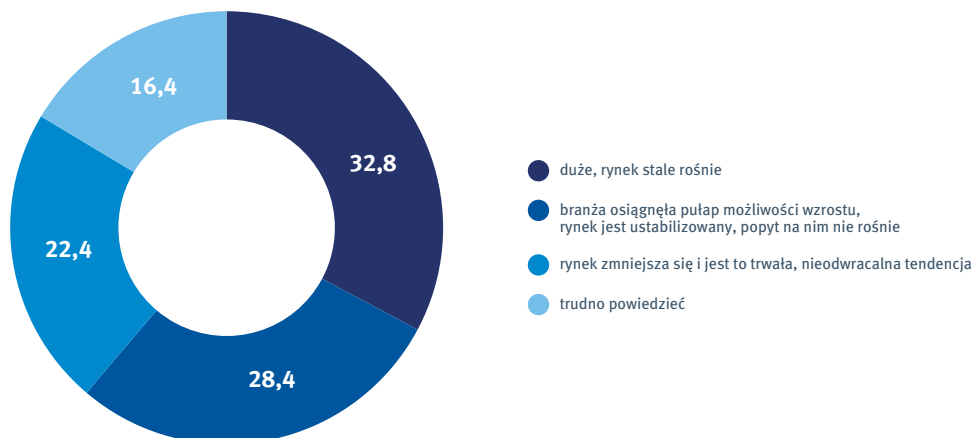
Najbardziej pogubione są firmy z sekcji zakwaterowanie i usługi gastronomiczne. Prawie 1/3 z nich nie wie, jak ocenić możliwości rozwojowe branży, w której działają. Trudno się dziwić, bowiem liczba turystów zmniejszyła się w latach 2009–2013 (w 2009 r. 55,8% gospodarstw domowych uczestniczyło w wyjazdach turystycznych, a w 2013 r. było to 52,9% gospodarstw domowych)²⁶. Spadły także realnie (nieznacznie, bo ok. 1 p.p.) wydatki gospodarstw domowych na restauracje i hotele (mimo ich ponad 10% nominalnego wzrostu)²⁷. Ponadto w ostatnich latach sektor ten bardzo wspierały fundusze unijne, bowiem duża część konferencji, warsztatów i szkoleń finansowanych z europejskich pieniędzy korzystała z usług firm hotelarskich i gastronomicznych. Ponieważ programy operacyjne na nowy okres prognozowania 2014–2020 są jeszcze negocjowane z KE, a wytyczne do nich nie są tym samym także gotowe, firmy hotelarskie i gastronomiczne nie wiedzą, czy mogą się spodziewać podobnego popytu jak w poprzedniej perspektywie finansowej. Rosnąca z roku na rok liczba turystów z zagranicy tej niepewności nie rozwiewa, i nie pozwala na jednoznaczną ocenę potencjału rozwojowego rynku hotelarskiego i gastronomicznego.

²⁶ Turystyka i wypoczynek w gospodarstwach domowych w 2013 r., GUS maj 2014

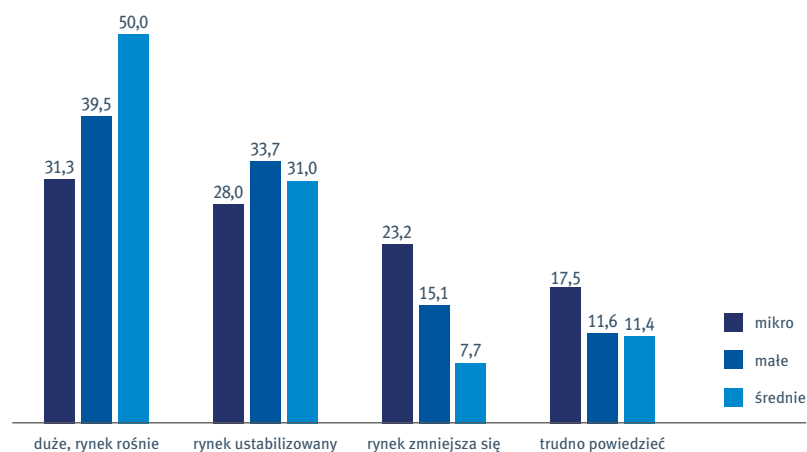
²⁷ Obliczenia własne na podstawie: Sytuacja gospodarstw domowych w 2013 r. w świetle wyników badania budżetów gospodarstw domowych, GUS maj 2014.

Bazując na danych GUS i na ocenach dokonywanych przez samych przedsiębiorców, należy zakładać, że największe szanse rozwojowe mają firmy z sekcji informacja i komunikacja, ochrona zdrowia i opieka społeczna oraz obsługa nieruchomości.

Wykres 13. Jakie są możliwości wzrostu branży, w której działa firma? (% MMŚP_PL)



Wykres 14. Jakie są możliwości wzrostu branży, w której działa firma? (% MMŚP wg klas wielkości)

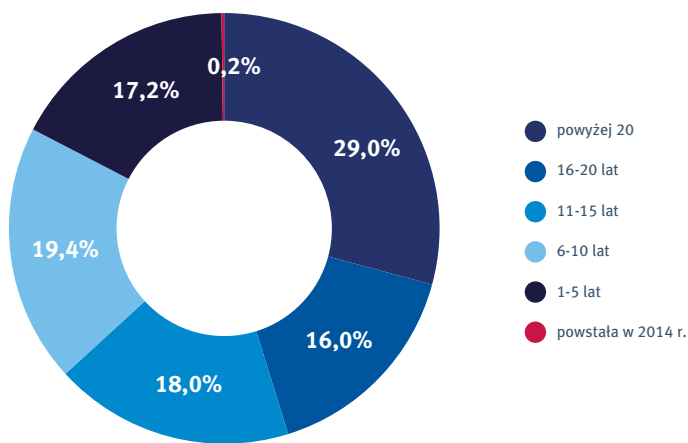


Patrząc na cały sektor MMŚP, w każdej sekcji gospodarki są przedsiębiorstwa, które postrzegają rynek, na którym działają, jako duży i rosnący. Łącznie stanowią one prawie 1/3 wszystkich MMŚP. Oznacza to, że w każdej branży jest przestrzeń na rozwój, są nisze rynkowe, które dają szansę na wzrost. Z drugiej strony w każdej branży są firmy, które ten sam rynek oceniają jako zmniejszający się. Oznacza to, że nie wszystkie przedsiębiorstwa radzą sobie na rynku – bowiem tam, gdzie jedne widzą warunki do rozwoju i rosnący rynek, inne uważają, że rynek się kurczy. W pewnej mierze wynika to ze zróżnicowania wewnętrznego tych rynków – w sekcji działalność produkcyjna mamy przecież producentów mebli, którzy świetnie radzą sobie nie tylko na rynku wewnętrznym, ale dużą część swojej produkcji eksportują, jak i producentów koks i produktów rafinacji ropy naftowej, których działalność charakteryzuje się od dawna bardzo niską rentownością. W sekcji transport i gospodarka magazynowa mamy transport lądowy, rurociągowy, wodny, morski, lotniczy, magazynowanie, a także działalność pocztową. Należy jednak brać także pod uwagę inną możliwość – niewystarczające kompetencje zarządcze w części MMŚP niezbędne do identyfikowania szans i efektywnego ich wykorzystywania. A także niechęć do podejmowania ryzyka.

Na zmniejszających się rynkach prowadzi działalność gospodarczą prawie 1/4 mikroprzedsiębiorstw, a kolejna 1/6 mikrofirm nie potrafi ocenić sytuacji na rynku, na którym działa. Interesujące jest, jakie znaczenie ma w tym kontekście staż biznesowy (lata działania na rynku) poszczególnych grup MMŚP, czy firmy dojrzewają razem z rynkiem i razem z nim wygaszają swoją działalność, czy też zmieniają, rozszerzają lub zawężają obszar swojego działania (tak produktowo, jak i geograficznie), aby słabnący w sposób naturalny rynek nie zmuszał ich do myślenia o zakończeniu działalności.

W Polsce nie ma dużej asymetrii między liczebnością MMŚP o różnym stażu biznesowym, aczkolwiek najwięcej, prawie 30% firm, działa na rynku ponad 20 lat, a co zrozumiałe – najmniejsza grupa firm, to te, które podjęły działalność w roku badania.

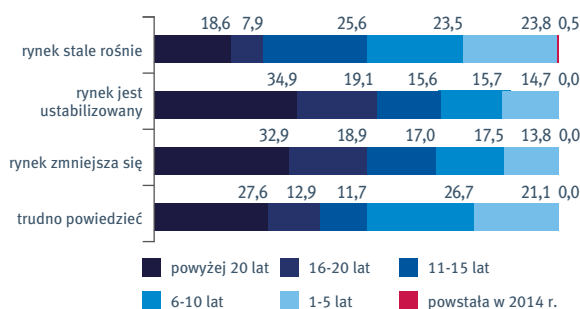
Wykres 15. Liczba lat działania firmy na rynku (% MMŚP_PL)



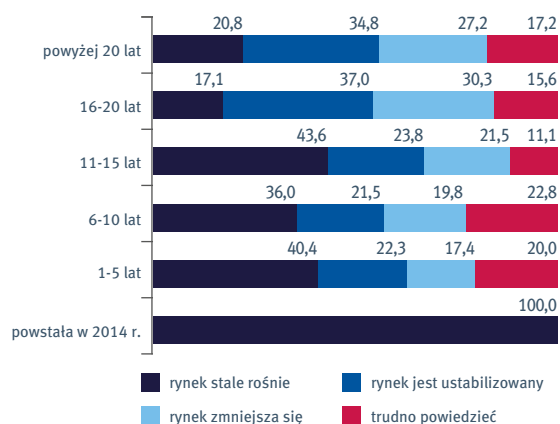
Patrząc na poszczególne rynki przez pryzmat wielkości firm na nich działających, a także ich staż biznesowy, można zauważyć wyraźne zależności:

- im firmy mniejsze i dłużej działające na rynku, tym bardziej są związane z rynkiem zmniejszającym się, a szczególnie silnie z rynkiem ustabilizowanym,
- im firmy większe i starsze, tym więcej ich działa na rynkach rosnących,
- relatywnie najwięcej firm o najdłuższym biznesowym stażu nie potrafi określić potencjału rynku, na którym działa – pogubiły się lub nigdy nie miały potrzeby, a zapewne także umiejętności dokonywania takich ocen,
- największa część firm młodych, niezależnie od ich wielkości, działa na rynkach rosnących,
- podobnie jest w najmłodszej „grupie wiekowej”, najwięcej firm ze stażem 11–15 lat, niezależnie od wielkości, działa na rynkach rosnących.

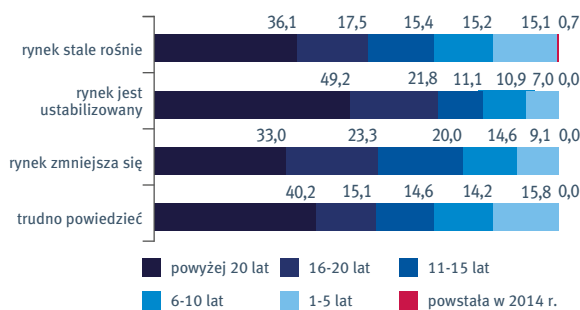
Wykres 16. Firmy działające na rynkach o różnym potencjale wzrostu vs lata ich działania na rynku (% MMŚP_mikroprzedsiębiorstwa)



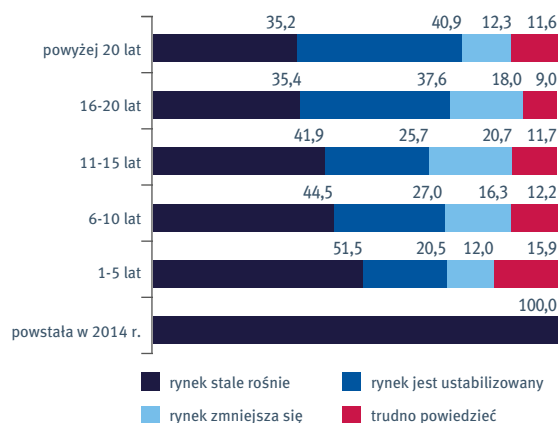
Wykres 17. Lata działania firm na rynku vs potencjał rynku, na którym działają (% MMŚP_mikroprzedsiębiorstwa)



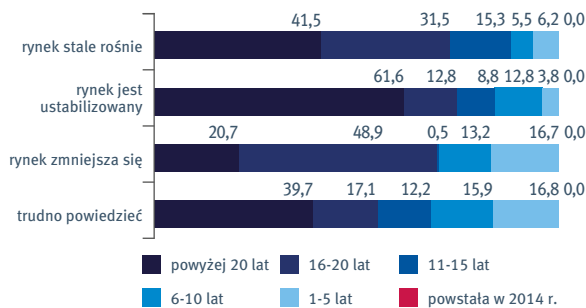
Wykres 18. Firmy działające na rynkach o różnym potencjale wzrostu vs lata ich działania na rynku (% MMŚP_małe przedsiębiorstwa)



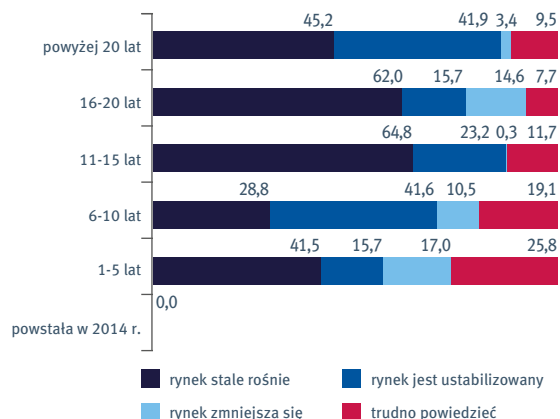
Wykres 19. Lata działania firm na rynku vs potencjał rynku, na którym działają (% MMŚP_małe przedsiębiorstwa)



Wykres 20. Firmy działające na rynkach o różnym potencjale wzrostu vs lata ich działania na rynku (% MMŚP_średnie przedsiębiorstwa)



Wykres 21. Lata działania firm na rynku vs potencjał rynku, na którym działają (% MMŚP_średnie przedsiębiorstwa)



Wynika z tego, że duża część firm mikro i małych, które działają na rynku długo, poddała się rynkowi, razem z nim dojrzewała, a teraz powoli będzie dostosowywać swoją aktywność do jego malejącego potencjału. Cele ich działania nie są nastawione na ekspansję, akceptują sytuację na rynku, która nie tworzy im możliwości rozwoju, bo takich możliwości też nie poszukują.

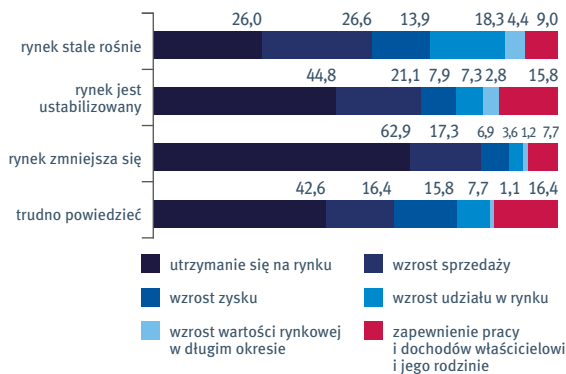
Natomiast firmy średnie, które są na rynku długo (powyżej 10 lat), działają w większości na rynkach rozwijających się. Rosną razem z tymi rynkami, umieją wykorzystać szanse, które te rynki tworzą. Są nastawione na ekspansję, poszukują możliwości rozwoju i umieją je wykorzystać.

Firmy najmłodsze (poza powstałymi w roku badania), niezależnie od wielkości, najczęściej także lokują się na rynkach rozwijających się. Duża zatem ich część ma szanse na wzrost i ekspansję.

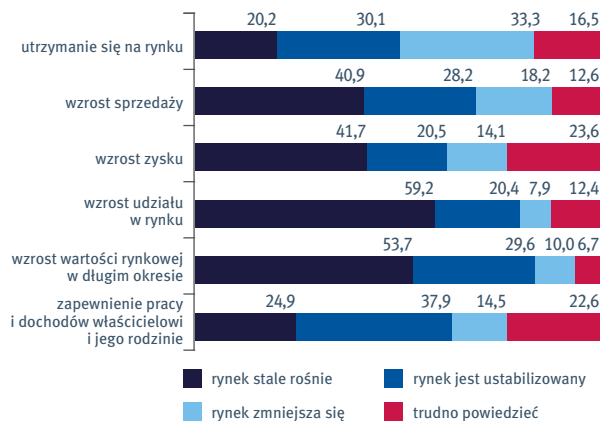
MMŚP nastawione na wzrost i rozwój w większości działają na rynkach rosnących – prawie 60% firm, których celem jest wzrost udziału w rynku, działa na rynkach o dużym potencjale wzrostu. Na takich rynkach działa także 40–50% firm, których celem jest wzrost wartości rynkowej w długim okresie, wzrost zysku czy wzrost sprzedaży.

Odmienna sytuacja jest w przypadku firm, których celem jest utrzymanie się na rynku.

Wykres 22. Potencjał rozwojowy rynku, na którym firma działa vs cel strategiczny jej działania (% MMŚP_PL)



Wykres 23. Cel strategiczny firmy vs potencjał rozwojowy rynku, na którym firma działa (% MMŚP_PL)



Ponad 1/3 firm tak definiujących swój cel strategiczny (utrzymanie się na rynku) działa na rynku kurczącym się (wyk. 23). I jednocześnie prawie 2/3 firm działających na rynku zmniejszającym się to firmy, które koncentrują się na utrzymaniu się na rynku (wyk. 22).

To, że tak swój cel definiują firmy działające na rynku zmniejszającym się, jest zrozumiałe. Ale tak swój cel definiuje także 45% MMŚP działających na rynku ustabilizowanym, czyli na rynku, który osiągnął pułap możliwości wzrostu i popyt na nim nie rośnie, ale też nie spada. Tworzy to przestrzeń biznesową dla przedsiębiorstw planujących na takich rynkach wzrost sprzedaży czy wzrost udziału w rynku (a takich MMŚP jest ponad 28%). Chcąc osiągnąć takie cele, muszą one zakładać, że będą wypierały konkurentów z rynku. I jest to możliwe dlatego właśnie, że duża część

MMŚP działających na rynku ustabilizowanym myśli o przetrwaniu i o możliwości zapewnienia pracy i dochodów właścicielowi i jego rodzinie (ponad 60%). Jest więc kogo wypierać z rynku. Podobnie wygląda sytuacja na rynku zmniejszającym się, gdzie co prawda nieco mniej (prawie 21%) firm myśli o ekspansji, ale ma na nią szansę, bo pozwala na to model prowadzenia biznesu przez firmy koncentrujące się na przetrwaniu i traktujące przedsiębiorstwo jako miejsce pracy i dochodu.

Warto zwrócić również uwagę na firmy nastawione na wzrost zysku. Ponad 40% spośród nich działa na rosnącym rynku i po prostu korzysta z tego, a prawie 1/4 (firmy, które nie potrafią ocenić tendencji na rynku) koncentruje się na wzroście zysku dlatego, że nie wie, jak rozwinie się sytuacja na rynku, na którym działają.

Dążenie do wzrostu zysku ma dwa wymiary – krótko- i długoterminowy. W obu wymiarach jest on wynikiem bieżących uwarunkowań rynkowych, a także umiejętności identyfikowania i wykorzystywania krótkookresowych szans biznesowych. Ale ponieważ jest on kategorią księgową, zależy m.in. od regulacji podatkowych (choćby koszty uzyskania przychodów i koszty nieuznawane za koszty podatkowe) czy od regulacji zawartych w ustawie o rachunkowości. Może być on zatem kształtowany nie tylko przez warunki rynkowe i umiejętność ich wykorzystywania, co wpływa na przychody, ale także np. przez efektywne zarządzanie kosztami podatkowymi i niepodatkowymi. Różnica między wymiarem krótko- i długookresowym dotyczy zatem nie źródeł zysku, ale jego wykorzystania. Jeżeli właściciel wypłaca sobie zysk, będzie on prawdopodobnie wykorzystany na konsumpcję (aczkolwiek może także służyć inwestycjom poza firmą, w której został wypracowany). Jeżeli natomiast właściciel pozostawia zysk w firmie, jego akumulacja powiększa bazę kapitałową firmy i wspiera jej rozwój. Problem w tym, że w przypadku mikroprzedsiębiorstw, czyli 96% wszystkich firm działających na rynku, w których średni zysk brutto przypadający na 1 firmę wynosi ok. 5 tys. zł miesięcznie, trudno mówić o możliwości akumulowania zysku w celach tworzenia czy powiększania bazy kapitałowej. Tym bardziej że w większości przypadków wynagrodzenie właściciela mikroprzedsiębiorstwa (i członków jego rodziny) nie jest wliczane w koszty ze względu na formę rozliczania się z urzędem skarbowym. A zatem pochodzi z wypracowanego zysku.

Wyniki badań MMŚP wskazują, że czym większa firma, tym większe prawdopodobieństwo, że działa na rynku o dużym potencjale rozwojowym. Czym mniejsza firma, tym mniejsza potrzeba i mniejsza możliwość wyjścia ze zmniejszającego się rynku, a także mniejsza świadomość tego, co dzieje się na rynku.

4.3. Cel strategiczny MMŚP

Świadomość tego, do czego dąży przedsiębiorstwo w średnim i długim okresie, jest kluczowa dla skuteczności i efektywności jego działania. Każde przedsiębiorstwo, nawet najmniejsze, powinno zatem mieć określony cel strategiczny. Ułatwia to podejmowanie decyzji we wszystkich obszarach działalności firmy – pomaga określić, jakie produkty firma będzie dostarczała na rynek, kto będzie jej klientem, na jakim rynku chce działać, w jaki sposób chce budować przewagę konkurencyjną, jakie będą jej do tego potrzebne zasoby i jak ma je finansować. Cel strategiczny pozwala koncentrować się na rzeczach kluczowych, ułatwia wykorzystywanie pojawiających się możliwości.

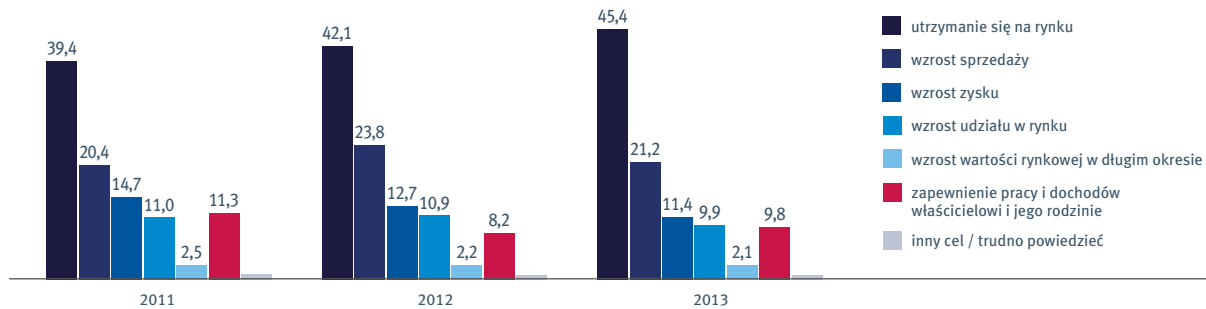
Najwięcej firm z sektora MMŚP, ponad 40%, koncentruje się na utrzymaniu się na rynku.

Czym słabsza koniunktura gospodarcza, tym więcej firm przestaje myśleć o wzroście, a więcej o przetrwaniu – w 2011 r. ponad 39% firm wskazywało utrzymanie się na rynku jako swój cel strategiczny, w 2013 było to już ponad 45% MMŚP. W 2011 r. wzrost PKB wyniósł 4,5% r/r, w 2013 było to 1,7%. Wartość dodana brutto wytworzona przez przemysł wzrosła w 2011 r. o 8,5%, a w 2013 już tylko o 4,9%. Wyraźnie widać zatem związek między sytuacją w gospodarce i celami strategicznymi firm.

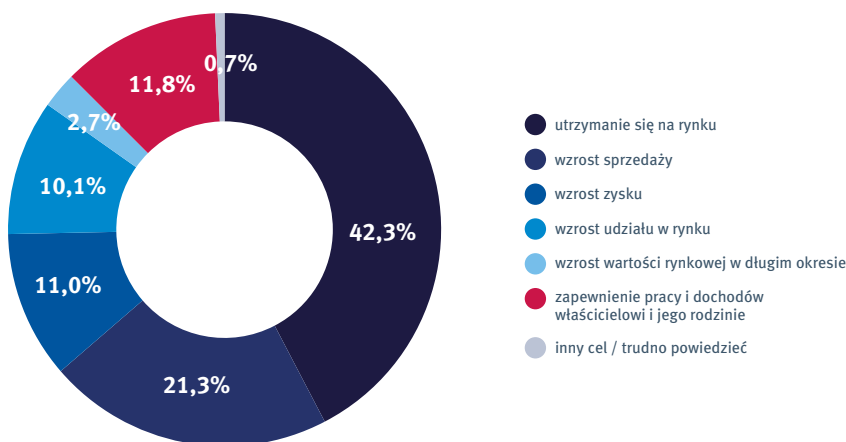
Wyniki badania sektora MMŚP w 2014 r. wskazują, że odsetek firm myślących o utrzymaniu się na rynku jest ponownie nieco mniejszy²⁸ niż w 2013 r., co oznacza, że więcej firm stawia sobie bardziej prorozwojowe i prozrostowe cele.

²⁸ Jednak nie można w pełni porównywać danych z lat 2011–2013 oraz z roku 2014 ze względu na różnice w wielkości badanej próby (w l. 2011–2013 przebadanych zostało po 1500 przedsiębiorstw z sektora MMŚP, a w 2014 r. – 1111) oraz różniącą się strukturą sektorową badanej populacji (w l. 2011–2013 badanych było 9 sekcji gospodarki: C, E, F, G, H, I, J, L, M, a w 2014 r. – 10 sekcji: A, C, F, G, H, I, J, L, M, Q).

Wykres 24. Co jest nadrzędnym celem strategicznym firmy? (% MMŚP_PL; lata 2011–2013)



Wykres 25. Cel strategiczny przedsiębiorstwa (% MMŚP_PL; 2014)



Relatywnie duża i stała w ostatnich latach (ponad 20%) jest grupa przedsiębiorstw, które koncentrują się na wzroście sprzedaży. To firmy nastawione na ekspansję, szukające możliwości wzrostu przez większą produkcję i sprzedaż. Większość z nich działa na rynkach rosnących, więc wykorzystuje po prostu potencjał rynku do osiągnięcia tego celu. Sprzedaż rośnie, bo rynek rośnie. Aczkolwiek nie jest to oczywiste, bo można znaleźć wiele firm, których sprzedaż maleje, mimo że rynek rośnie. Wtedy te aktywne i efektywne osiągają nie tylko wzrost sprzedaży, ale także wzrost udziału w rynku.

Jednak zwiększanie udziału w rynku nie jest łatwe (cel strategiczny 10% MMŚP). Firmy tak definiujące swój cel strategiczny w większości działają na rynku rosnącym, ale wykorzystywanie trendu wzrostowego samego rynku nie jest wystarczające. Wzrost udziału w rynku wymaga bowiem szybszego od wzrostu rynku wzrostu sprzedaży. A to wymaga pogłębionej wiedzy o rynku i jego graczach – tak po stronie popytowej, jak i popytowej i jej efektywnego wykorzystania. I zapewne trochę szczęścia.

Relatywnie niewiele firm definiuje swój cel strategiczny jako wzrost zysku (11%). Jest to niezgodne z prezentowanym przez neoklasyczną teorię ekonomii celem działania przedsiębiorstwa, którym ma być maksymalizacja zysku. Polskie MMŚP są albo skoncentrowane na przetrwaniu, a wtedy trudno myśleć o maksymalizacji zysku, albo na ekspansji (wzrost sprzedaży, wzrost udziału w rynku, wzrost wartości rynkowej firmy w długim okresie), a wtedy także trudno myśleć o wzroście zysku w krótkim okresie, bowiem ekspansja wymaga nakładów na inwestycje. A one oznaczają wzrost kosztów działalności (amortyzacja i koszty finansowe przy korzystaniu z zewnętrznego finansowania), a tym samym obniżenie wyniku finansowego. Niezbędne są także np. wydatki na marketing, które oznaczają kolejny wzrost kosztów pomniejszający wynik finansowy firmy.

Również relatywnie niewielu właścicieli firm traktuje swoją działalność gospodarczą jako miejsce pracy i źródło dochodu dla siebie i rodziny (11,8%). Takie firmy z reguły nie są ekspansywne, nie będą szukały szans rynkowych, podnosi to bowiem ryzyko i może zagrażać realizacji celu. Dlatego prawie 40% MMŚP tak definiujących cel strategiczny działa na rynku ustabilizowanym.

Nie można jednak oceniać celów strategicznych MMŚP bez przyjrzenia się różnicom między mikro, małymi i średnimi przedsiębiorstwami, a także bez uwzględnienia zróżnicowanej struktury sektora MMŚP.

Czym większe przedsiębiorstwo, tym bardziej zainteresowane jest wzrostem sprzedaży, udziału w rynku oraz wzrostem zysku. Im mniejsza firma, tym większe znaczenie ma dla niej utrzymanie się na rynku oraz zapewnienie pracy i dochodu właścicielowi i jego rodzinie.

²⁹ *Działalność przedsiębiorstw, op. cit.*

Takie podejście do działalności gospodarczej mikroprzedsiębiorstw nie dziwi. Jak było wspomniane wyżej, wynik finansowy brutto (zysk brutto, czyli przed opodatkowaniem) przypadający na jedno mikroprzedsiębiorstwo (z uwzględnieniem przedsiębiorstw niezatrudniających pracowników) wynosi (2012 r.) ponad 5 tys. zł miesięcznie (a w ciągu roku ponad 60 tys. zł)²⁹. W większości przypadków (ze względu na formę rozliczeń z urzędem skarbowym)

musi mieścić się w tym wynagrodzenie właściciela przedsiębiorstwa, które nie jest wliczane w koszty działalności firmy. Trudno z takimi dochodami myśleć o ekspansji, inwestycjach, rozwoju. Jest to już łatwiejsze w przypadku firm małych, w których średni wynik finansowy brutto (przed opodatkowaniem) przypadający na 1 przedsiębiorstwo wynosi miesięcznie ponad ok. 60 tys. zł, a ponad 700 tys. zł rocznie³⁰. Firmy średnie mogą być nastawione na rozwój, bowiem wynik finansowy brutto wynosi w ich przypadku 220 tys. zł miesięcznie, a prawie 3 mln zł rocznie³¹.

³⁰ Ibid.

³¹ Ibid.

Dlatego, oceniając podejście przedsiębiorstw do biznesu i wyznaczone przez nie cele strategiczne, trzeba uwzględnić sytuację dochodową tych firm. Jednak należy także wskazać na zależność – niskie dochody nie pozwalają na rozwój, a brak inwestycji w rozwój nie pozwala zwiększać w sposób znaczący dochodów. To oczywiście obraz przeciętny, bowiem w grupie mikroprzedsiębiorstw działa wiele firm o znacznie wyższych niż 5 tys. miesięcznie dochodach i dużym potencjale rozwojowym. Ale to także oznacza, że działają w sektorze mikroprzedsiębiorstwa, które takiego dochodu nie osiągają.

Wykres 26. Cel strategiczny firmy (% MMŚP wg klas wielkości; 2014)

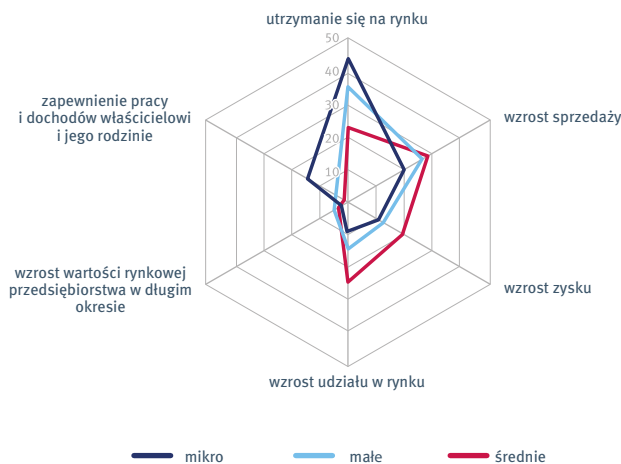


Tabela 22. Cel strategiczny firmy (% MMŚP wg sekcji gospodarki; 2014)

	Jakie są możliwości wzrostu branży, w której działa firma?						
	utrzymanie się na rynku/rynkach	wzrost udziału w rynku	wzrost sprzedaży	wzrost zysku	wzrost wartości rynkowej przedsiębiorstwa w długim okresie	zapewnienie pracy i dochodów właścicielom i jego rodzinie	inny cel
sekcja PKD	%	%	%	%	%	%	%
Rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo, rybactwo	32,5	10,7	19,9	15,5	4,0	17,6	0,0
Działalność produkcyjna	42,0	9,1	25,5	10,9	4,8	7,1	0,6
Budownictwo	49,8	10,9	10,9	15,5	1,2	11,6	0,2
Handel hurtowy i detaliczny	45,5	7,1	26,6	4,2	1,9	13,8	1,0
Transport, gospodarka magazynowa	50,9	10,9	7,9	13,8	4,0	12,5	0,0
Działalność związana z zakwaterowaniem, usługami gastronomicznymi	33,2	8,8	27,9	19,1	3,4	7,6	0,0
Informacja i komunikacja	32,1	26,2	12,5	21,6	0,5	6,5	0,5
Obsługa nieruchomości	30,4	24,1	28,0	5,0	5,2	7,3	0,0
Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	33,9	15,7	18,3	21,1	0,3	10,6	0,0
Opieka zdrowotna i pomoc społeczna	31,6	5,4	0,6	21,8	11,2	22,2	7,1

Różnice w podejściu do celów działalności istnieją także między firmami działającymi w różnych sekcjach gospodarki. Najbardziej skoncentrowane na utrzymaniu się na rynku są MMŚP z sektora transport i gospodarka magazynowa (50%). Dużo firm, których celem jest utrzymanie się na rynku, jest także w budownictwie oraz w handlu hurtowym i detalicznym. Handel i budownictwo to dwie sekcje o największej liczbie przedsiębiorstw, a zatem także o największym natężeniu konkurencji na rynku. Może to być jedną z przyczyn koncentrowania się przedsiębiorstw z tych sektorów na przetrwaniu.

W sekcji transport i gospodarka magazynowa jest zdecydowanie mniej firm (ich liczba odpowiada 27% firm działających w handlu), a więc konkurencja powinna tu być mniejsza. Większe są także możliwości ekspansji, bowiem firmom transportowym udało się, po wejściu Polski do UE, zbudować silną pozycję konkurencyjną na Wspólnym Rynku. Dlatego należy zakładać, że zachowawcze podejście firm transportowych do działalności gospodarczej, nastawienie 50% tych firm na przetrwanie, może wynikać bardziej z bieżącej sytuacji geopolitycznej (konflikt rosyjsko-ukraiński) niż z tak definiowanych długoterminowych celów.

Natomiast najwięcej firm, których celem jest zapewnienie pracy i dochodu właścicielowi i jego rodzinie jest w sekcji opieka zdrowotna i pomoc społeczna (ponad 22%). Specyfika tej sekcji gospodarki – brak powszechnej oferty prywatnych ubezpieczeń zdrowotnych – powoduje, że niewiele przedsiębiorstw działających w tym obszarze rozwija się poza kilkuosobowe firmy. Ich właściciele nie zakładają zatem ekspansji, nie koncentrują się na przetrwaniu, a po prostu na pracy i zarabianiu. Jednocześnie wśród firm z tej sekcji gospodarki najwięcej jest przedsiębiorstw nastawionych na zwiększanie wartości firmy w długim okresie. To zapewne te firmy, którym udało się zbudować ofertę quasi-ubezpieczeniową, i na tej bazie rozwinęły i rozwijają swoją działalność.

Firmy z dwóch najbardziej dynamicznie rozwijających się sekcji gospodarki – informacji i komunikacji oraz obsługi nieruchomości – są w największym stopniu spośród przedsiębiorstw działających w innych sekcjach gospodarki nastawione na rozwój. Przy czym firmy z sekcji informacja i komunikacja są bardziej dojrzałe, bowiem dla prawie 50% spośród nich celem strategicznym jest wzrost udziału w rynku i wzrost zysku, który może im w tym pomagać. Natomiast firmy z sekcji obsługa nieruchomości koncentrują się na wzroście sprzedaży.

Zdefiniowane przez przedsiębiorstwa z różnych sekcji gospodarki cele strategiczne wskazują, że najwięcej najbardziej dojrzałych MMŚP działa w opiece zdrowotnej i pomocy społecznej (duży udział firm określających wzrost wartości przedsiębiorstwa w długim okresie jako cel strategiczny), a także w informacji i komunikacji (duży udział firm koncentrujących się na wzroście udziału w rynku). Proste modele biznesowe, oparte na utrzymaniu się na rynku, realizują natomiast firmy z sekcji budownictwo, handel hurtowy i detaliczny oraz transport i gospodarka magazynowa.

4.4. Filozofia prowadzenia biznesu przez MMŚP

4.4.1. Podejmowanie szybko decyzji vs czekanie z decyzjami na jednoznaczną sytuację rynkową

Mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa są otwarte na szukanie biznesowych szans na rynku. Większość MMŚP, i to niezależnie od wielkości, deklaruje potrzebę i chęć wykorzystywania możliwości pojawiających się na rynku przez szybkie podejmowanie decyzji, a nie czekanie z decyzjami, aż sytuacja stanie się klarowna i jednoznaczna. Firmy w coraz większym stopniu rozumieją, że przewagę na rynku można zdobyć i czerpać z niej korzyści, wtedy gdy podejmuje się ryzyko. Oczywiście punktem wyjścia do podjęcia tego ryzyka musi być obserwacja rynku, zdolność do identyfikowania potrzeb rynkowych oraz umiejętność oceny własnego potencjału. Szybkie decyzje nie oznaczają bowiem decyzji nieprzemyślanych i oderwanych od możliwości firmy. Oznaczają natomiast konieczność stałej weryfikacji realizowanych modeli biznesowych i dostosowywanie ich do zmieniającej się sytuacji na rynku.

Patrząc na MMŚP przez pryzmat struktury sektorowej, także wyraźnie widać, że we wszystkich sekcjach gospodarki dominuje proaktywne podejście biznesowe, potrzeba szukania szans rynkowych i szybkie podejmowanie decyzji. Aczkolwiek tu zróżnicowanie jest większe niż w przypadku firm mikro, małych i średnich.

Wykres 27. Zakładając, że na rynku zawsze pojawiają się jakieś szanse, to filozofią prowadzenia biznesu powinno być ... (% MMŚP wg klas wielkości)

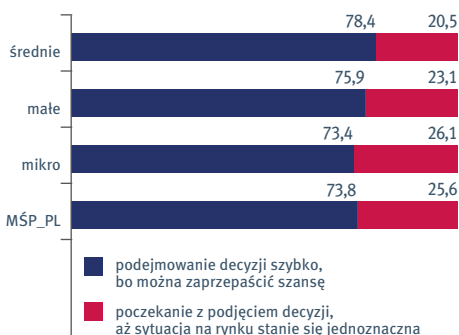


Tabela 23. Zakładając, że na rynku zawsze pojawiają się jakieś szanse, to filozofią prowadzenia biznesu powinno być... (% MMŚP wg sekcji gospodarki)

sekcja PKD	podejmowanie szybko decyzji, bo inaczej można zaprzepaścić te szanse	poczekanie z podjęciem decyzji, aż sytuacja na rynku stanie się jednoznaczna	trudno powiedzieć
	%	%	%
Rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo, rybactwo	73,3	26,7	0,0
Działalność produkcyjna	76,6	22,9	0,5
Budownictwo	83,1	16,7	0,2
Handel hurtowy i detaliczny	67,0	32,1	0,9
Transport, gospodarka magazynowa	86,3	13,4	0,3
Działalność związana z zakwaterowaniem, usługami gastronomicznymi	70,7	26,8	2,5
Informacja i komunikacja	85,9	13,9	0,2
Obsługa nieruchomości	83,7	16,3	0,0
Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	73,0	27,0	0,0
Opieka zdrowotna i pomoc społeczna	73,8	26,1	0,1

Najmniejszą skłonność do ryzyka wykazują firmy handlowe. Prawie 1/3 przedsiębiorstw z tego sektora uważa, że warto poczekać z podjęciem decyzji, aż sytuacja stanie się jednoznaczna. Takie podejście wskazywałoby, że w tym sektorze gospodarki konkurencja jest słabsza niż w innych, że nie trzeba szukać ciągle nowych możliwości przetrwania albo rozwoju. Może ono także wskazywać na słabość kapitałową, niską płynność finansową i niską rentowność handlowych MMŚP, która ogranicza ich skłonność do ryzyka, a wręcz nie pozwala na podejmowanie takiego ryzyka. I ta druga interpretacja wydaje się uzasadniona, bowiem rentowność obrotu netto firm handlowych jest jedną z najniższych wśród firm ze wszystkich innych sektorów i branż (w 2012 r. wynosiła 1,4%, w 2013 r. 1,8%, a w 1. kwartale 2014 r. – 0,9%)³².

³² Biuletyn Statystyczny, GUS lipiec 2014 r.; rentowność obrotu netto = zysk netto/przychody z całokształtu działalności; dane dotyczą firm średnich i dużych (zatrudnienie powyżej 49 pracowników).

Relatywnie dużo otwartych na szukanie i wykorzystywanie szans rynkowych jest MMŚP w sekcji transport i gospodarka magazynowa oraz informacja i komunikacja, a także w firmach transportowych i z sekcji obsługa nieruchomości. Ta wyższa skłonność do podejmowania ryzyka wynika zapewne z silnej konkurencji na tych rynkach.

W podejmowaniu decyzji biznesowych i w otwartości na ryzyko większe znaczenie ma branża, w której działają firmy, a nie wielkość firmy.

4.4.2. Stałe poszukiwanie nowych rynków vs umacnianie się na dotychczasowym rynku

Szukanie szansy na sukces biznesowy odbywa się nie tylko na rynku, na którym firma działa, ale także przez szukanie nowych możliwości poza tym rynkiem – na innych rynkach w Polsce, a także poza jej granicami.

Do wychodzenia poza rynek, na którym są już obecne, niezbyt skłonne są mikroprzedsiębiorstwa – ponad 42% spośród nich uważa, że filozofią firmy powinno być umacnianie się na rynku, na którym jest się już obecny, a nie szukanie nowych rynków.

Jest to zrozumiałe, bowiem miesięczne przychody jednego mikroprzedsiębiorstwa stanowią (2012 r.) 37 tys. zł, czyli ok. 4,5% przychodów 1 małej firmy i 0,9% jednej średniej firmy. A zysk brutto przypadający miesięcznie na 1 mikroprzedsiębiorstwo to 5,1 tys. zł. Przy miesięcznych przychodach na poziomie 36 tys. zł i wyniku finansowym brutto (przed opodatkowaniem) na poziomie 5 tys. zł trudno myśleć o geograficznej ekspansji, nawet do miejscowości obok.

Tabela 24. Przychody z całokształtu działalności i wynik finansowy brutto przypadające miesięcznie na 1 przedsiębiorstwo w 2012 r. (przedsiębiorstwa wg klas wielkości)

wyszczególnienie	ogółem	mikro	małe	średnie	MMŚP średnio	duże
przychody z całokształtu działalności (mln zł)	3763883,0	762443,0	554616,0	767118,0	1321734,0	1679706,0
przychody / 1 przedsiębiorstwo / miesiąc (zł)	174744,8	36957,5	809833,4	4128552,1	1518082,8	43728678,5
wynik finansowy brutto (mln zł)	275752	106332	39121	40097	145453	90203
wynik finansowy brutto / 1 przedsiębiorstwo / miesiąc (zł)	12802,3	5154,2	57123,3	215798,0	90986,1	2348302,6
<i>rentowność obrotu brutto</i>	7,3	13,9	7,1	5,2	6,0	5,4

Źródło: obliczenia własne
na podstawie danych z:
Działalność przedsiębiorstw
niefinansowych
w 2012 roku, GUS
29.01.2014

Znacznie większą skłonność do geograficznego rozwoju wykazują firmy małe i średnie. Jest ona porównywalna (ilościowo) do skłonności małych i średnich firm do szybkiego podejmowania decyzji, aby wykorzystała pojawiające się rynkowe szanse.

W przypadku mikroprzedsiębiorstw istnieje dość duża rozbieżność między skłonnością do wykorzystywania szans i podejmowania szybkich decyzji a skłonnością do szukania nowych rynków. Oznacza to, że firmy mikro inaczej postrzegają szanse rynkowe i konieczność podejmowania szybkich decyzji, aby móc je wykorzystać. Ekspansja geograficzna, nawet w wersji bardzo lokalnej, jest dla nich trudna do realizacji ze względu na bariery finansowe. Czynniki, na których budują one swoją pozycję konkurencyjną na rynku (rozdz. 4.6.), wskazują, że szanse widzą w jakości obsługi klienta, cenie i... lokalizacji, którą zapewne należy łączyć z jakością obsługi klienta – byciem blisko niego.

Wykres 28. Zakładając, że każdy rynek ma jakiś potencjał rozwojowy, to aby można było mówić, że firma ma szanse na sukces... (% MMŚP wg klas wielkości)

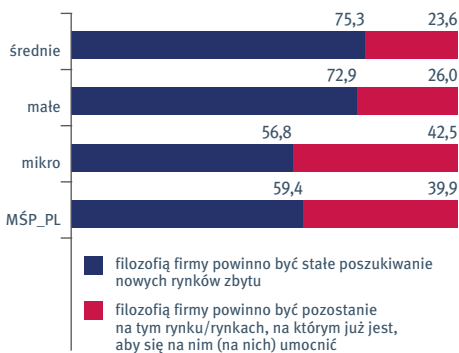


Tabela 25. Zakładając, że każdy rynek ma jakiś potencjał rozwojowy, to aby można było mówić, że firma ma szanse na sukces... (% MMŚP wg sekcji gospodarki)

sekcja PKD	filozofią firmy powinno być stałe poszukiwanie nowych rynków zbytu	filozofią firmy powinno być pozostanie na tym rynku (rynkach), na którym już jest, aby się na nim (na nich) umocnić	trudno powiedzieć
	%	%	%
Rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo, rybactwo	59,5	40,5	
Działalność produkcyjna	75,2	24,3	0,5
Budownictwo	55,6	44,3	0,2
Handel hurtowy i detaliczny	56,6	42,5	0,9
Transport, gospodarka magazynowa	66,1	31,1	2,8
Działalność związana z zakwaterowaniem, usługami gastronomicznymi	43,9	53,6	2,5
Informacja i komunikacja	61,4	38,2	0,5
Obsługa nieruchomości	64,4	35,6	
Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	58,3	41,7	
Opieka zdrowotna i pomoc społeczna	48,5	51,4	0,1

Skłonność do ekspansji geograficznej jest wśród MMŚP silnie uzależniona od charakteru działalności. Najchętniej otwierają się na nowe rynki firmy przemysłowe. Poszukiwanie nowych rynków ważne jest także dla firm transportowych, a zdecydowanie mniej ważne dla MMŚP z sekcji działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi oraz z opieką zdrowotną i pomocą społeczną.

Wiąże się to zapewne z rozumieniem szukania nowych rynków nie jako lokowania swojej działalności w nowym miejscu i/ lub sprzedaży swoich produktów na nowych rynkach, ale wyłącznie jako sprzedaży swoich produktów na nowych rynkach. W przypadku hoteli i restauracji myślenie o kolejnych lokalizacjach jest ograniczone niską zdolnością, szczególnie mikrofirm z tej sekcji gospodarki, do sfinansowania tak rozumianej ekspansji. W przypadku firm z sekcji opieka zdrowotna i pomoc społeczna do ograniczeń kapitałowych dochodzi prawdopodobnie silne powiązanie firmy z jej właścicielem. Firmy z tej sekcji gospodarki albo rosną, gdy właściciele „odrywają się” od wykonywania zawodu związanego z opieką zdrowotną i stają się przedsiębiorcami zarządzającymi firmami, albo firmę widzą jako swoją zawodową działalność, a wtedy często nie myślą o ekspansji geograficznej.

4.4.3. Rozwój w oparciu o środki własne vs rozwijanie biznesu szybciej w oparciu o zewnętrzne finansowanie

Mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa są ostrożne w korzystaniu z zewnętrznego finansowania, ale podejście do korzystania z kapitałów obcych jest silnie zróżnicowane ze względu na wielkość firmy, a także sektorowo.

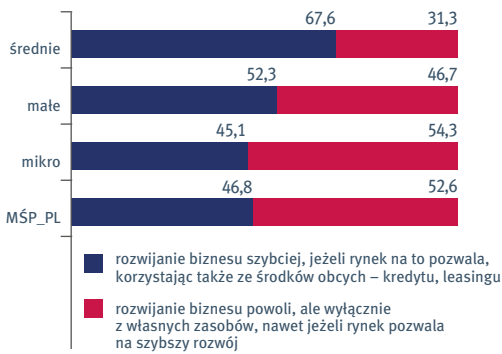
Firmy odpowiadały na pytanie o to, jakie jest ich podejście do korzystania z kredytów, pożyczek, leasingu przy założeniu, że dostęp do tych zewnętrznych źródeł finansowania nie jest barierą. Dlatego ich deklaracje należy uznać za wynikające z realizowanego modelu biznesowego, a nie z barier w dostępie do zewnętrznego finansowania. Jednak realizowany model biznesowy ma swoje uwarunkowania – słabość kapitałową mniejszych podmiotów gospodarczych i relatywnie niewielką wartość majątku, który mógłby stanowić zabezpieczenie dla tego zewnętrznego finansowania.

To są przyczyny, dla których ponad 50% MMŚP deklaruje, że woli rozwijać biznes powoli, ale opierając się wyłącznie na własnych zasobach finansowych. Jeżeli rynek tworzyłby szanse na szybszy rozwój, ale wymagający zewnętrznego finansowania, firmy wolałyby z możliwości szybszego rozwoju zrezygnować. To ważna deklaracja, odpowiada bowiem na pytanie o to, dlaczego mniejsze firmy w relatywnie niewielkim stopniu korzystają z kredytów czy pożyczek, niewiele z nich korzysta także z leasingu. Dla ponad 50% spośród nich ważne jest bowiem bezpieczeństwo finansowe, a zatem przetrwanie, utrzymanie się na rynku, a nie rozwój z ryzykiem utraty płynności finansowej. Takie podejście do biznesu wynika właśnie ze słabości kapitałowej MMŚP.

Sytuacja jest jednak silnie zróżnicowana w zależności od wielkości przedsiębiorstwa, a także sektora gospodarki. Średnie przedsiębiorstwa są w znacznie większym stopniu otwarte na korzystanie z zewnętrznego finansowania niż firmy mikro i małe.

Jeśli pojawi się na rynku możliwość rozwoju, a średnia firma nie posiada wystarczających środków finansowych na jej wykorzystanie, uważa, że priorytetem jest wykorzystanie szansy na szybszy rozwój biznesu, a tym samym wykorzystanie zewnętrznych źródeł finansowania, a nie dostosowywanie działania do własnych zasobów finansowych.

Dlatego ponad 2/3 średnich firm nie obawia się korzystania z kredytów, pożyczek czy leasingu. Jest to oczywiste, gdy te deklaracje zestawimy ze średnią wielkością przychodów z działalności gospodarczej i średnią wielkością zysku brutto przypadającymi na jedno średnie przedsiębiorstwo oraz na jedno małe i mikroprzedsiębiorstwo. Przychody firm średnich są średnio ponad 110 razy większe niż mikroprzedsiębiorstw. Najmniejsze firmy znają swoje słabości i zapewne dlatego skłonność do korzystania z zewnętrznego finansowania jest u nich zdecydowanie mniejsza.

Wykres 29. Zakładając, że dostęp do kredytu nie jest barierą, to filozofią działania właściciela/menedżera powinno być (% MMŚP wg klas wielkości)**Tabela 26.** Zakładając, że dostęp do kredytu nie jest barierą, to filozofią działania właściciela/menedżera powinno być (% MMŚP wg sekcji gospodarki)

sekcja PKD	rozwijanie biznesu szybciej, jeżeli rynek na to pozwala, korzystając także ze środków obcych – kredytu, leasingu	rozwijanie biznesu powoli, ale wyłącznie z własnych zasobów, nawet jeżeli rynek pozwala na szybszy rozwój	trudno powiedzieć
	%	%	%
Rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo, rybactwo	45,6	54,4	0,0
Działalność produkcyjna	55,4	44,1	0,5
Budownictwo	41,0	58,8	0,2
Handel hurtowy i detaliczny	40,1	59,0	0,9
Transport, gospodarka magazynowa	55,4	44,3	0,3
Działalność związana z zakwaterowaniem, usługami gastronomicznymi	38,1	59,4	2,5
Informacja i komunikacja	65,0	35,0	0,0
Obsługa nieruchomości	57,8	42,2	0,0
Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	54,5	45,5	0,0
Opieka zdrowotna i pomoc społeczna	66,1	33,9	0,1

Korzystanie z kredytów, pożyczek, leasingu zależy również silnie od sektora gospodarki. Relatywnie najwięcej MMŚP uważających, że należy korzystać z zewnętrznego finansowania, jeżeli chce się rozwijać biznes, a rynek na taki rozwój pozwala, to firmy z sektora opieka zdrowotna i pomoc społeczna oraz informacja i komunikacja. Dominująca część firm MMŚP z tych sekcji gospodarki ocenia rynek, na którym działa, jako duży i rosnący (tab. 21). A ich prognozy dotyczące zmian przychodów ze sprzedaży i nakładów na rzeczowe aktywa trwałe (inwestycji) w latach 2014–2015 potwierdzają ten potencjał rozwojowy. Natomiast duża część firm handlowych i budowlanych ocenia rynek, na którym działa, jako malejący i uznaje, że jest to trwała, nieodwracalna tendencja. Zapewne dlatego większość firm z tych sekcji gospodarki wybiera prowadzenie biznesu, opierając się na własnych zasobach finansowych. I nawet gdy pojawiają się możliwości zwiększenia skali działania, decydują się na ich wykorzystanie jedynie, gdy mogą to sfinansować własnym kapitałem.

4.4.4. Hierarchiczna struktura organizacyjna vs struktura partycypacyjna

W zarządzaniu przedsiębiorstwem ważna jest struktura organizacyjna, nawet jeżeli firma liczy kilku pracowników. Ma ona bowiem wpływ na zdolności do identyfikowania szans i zagrożeń oraz na zarządzanie wynikającymi z nich ryzykami. A tym samym ma wpływ na efektywność działania firmy i jej zdolność do ekspansji. Jeżeli przyjął za T. Burnsem i G.M. Stalkerem³³ podział struktur organizacyjnych na dwa rodzaje: mechanistyczną i organiczną, to właściciele MMŚP, definiując swoje podejście do zarządzania, wskazują jednocześnie, jaki potencjał rozwojowy tkwi w firmie. Pierwszy, mechanistyczny typ struktury organizacyjnej, który na potrzeby badania został określony jako struktura hierarchiczna, w której pracownicy nie powinni dyskutować z szefami na temat wykonywanych zadań, jest wg T. Burnsa i G.M. Stalkera strukturą formalną, która może być efektywna w stabilnym i przewidywalnym otoczeniu rynkowym. Sformalizowanie wpływa jednak hamująco na zdolności innowacyjne przedsiębiorstwa. Natomiast drugi rodzaj – struktura organiczna, w badaniu określona jako niehierarchiczna, partycypacyjna, w której szefowie mogą się wiele nauczyć od pracowników – jest rozbudowaną (jeśli wielkość firmy na to pozwala) poziomą strukturą, składającą się z kilku równorzędnych grup pracowników-zespołów. Pozwala to na efektywne dostosowywanie się firmy do zmian w otoczeniu i tworzy zdolność do wykorzystania pojawiających się na rynku szans.

³³ T. Burns, G.M. Stalker, *The Management of innovation*, London: Tavistock, 1961 za: J.B. Miner, *Organizational Behavior 2: Essential Theories of Process and Structure*, 2005, s. 214–223.

W mikro, małych i średnich przedsiębiorstwach więcej jest zwolenników partycypacyjnego modelu – 60% właścicieli MMŚP uważa strukturę organiczną za efektywną, a „tylko” 40% uważa, że to struktura mechanistyczna daje firmie szanse na sukces. Najwięcej zwolenników struktury hierarchicznej, z silną dominacją osoby zarządzającej firmą i pełnym podporządkowaniem pracowników, jest w grupie firm małych (10–49 zatrudnionych), więcej niż w mikroprzedsiębiorstwach i firmach średnich.

Przyczyn większej afirmacji dla struktury hierarchicznej w firmach małych należy szukać w tym, że znajdują się one w drugiej czy nawet trzeciej fazie cyklu życia, którym towarzyszy z reguły rozbudowywanie wewnętrznej struktury firmy i potrzeba zarządzania nią. Zwracają na to uwagę autorzy teorii cyklu życia przedsiębiorstwa, m.in. L.E. Greiner czy B.R. Scott, mówiąc, że po okresie narodzin, któremu towarzyszy niesformalizowana struktura organizacyjna, przedsiębiorstwo przechodzi do kolejnych faz rozwoju, którym musi towarzyszyć jej formalizacja. A model tej formalizacji zależy, szczególnie w pierwszym okresie kształtowania się struktur wewnętrznych firmy, od cech osobowościowych właściciela.

Ponieważ wśród mikroprzedsiębiorstw jest relatywnie więcej niż w firmach małych podmiotów nowych, dopiero wchodzących na rynek, znajdujących się w fazie narodzin, dlatego ich właściciele wskazują na nieefektywność struktury hierarchicznej. Zapewne jest ona nieefektywna także ze względu na małą liczbę pracowników.

Wykres 30. Zakładając, że można dowolnie ukształtować strukturę organizacyjną w firmie, jaka powinna ona być, aby dawała większe szanse na sukces (% MMŚP wg klas wielkości)

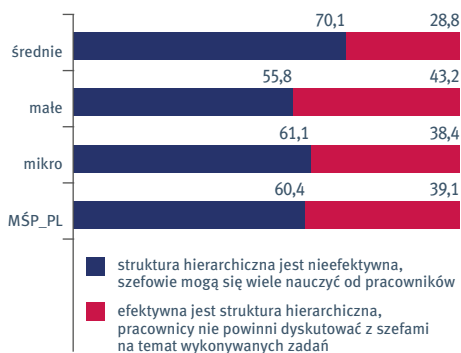


Tabela 27. Zakładając, że można dowolnie ukształtować strukturę organizacyjną w firmie, jaka powinna ona być, aby dawała większe szanse na sukces (% MMŚP wg sekcji gospodarki)

sekcja PKD	struktura hierarchiczna jest nieefektywna, szefowie mogą się wiele nauczyć od pracowników		efektywna jest struktura hierarchiczna, pracownicy nie powinni dyskutować z szefami nt. wykonywanych zadań	
	%	%	%	trudno powiedzieć
Rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo, rybactwo	44,0	56,0		0,0
Działalność produkcyjna	47,5	52,1		0,5
Budownictwo	62,3	37,5		0,2
Handel hurtowy i detaliczny	60,8	38,4		0,9
Transport, gospodarka magazynowa	63,5	36,2		0,3
Działalność związana z zakwaterowaniem, usługami gastronomicznymi	63,3	34,2		2,5
Informacja i komunikacja	75,7	24,3		0,0
Obsługa nieruchomości	59,3	40,7		0,0
Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	76,6	23,4		0,0
Opieka zdrowotna i pomoc społeczna	57,9	42,1		0,1

Konieczność formalizowania się struktury organizacyjnej wraz z przechodzeniem do kolejnych faz życia nie oznacza oczywiście, że musi mieć ona hierarchiczny charakter. Wskazują na to wyraźnie firmy średnie, wśród których 70% definiuje swoją strukturę organizacyjną jako „partycypacyjną”, w ramach której wszyscy uczą się od wszystkich. Zapewne działa w tym przypadku mechanizm opisany przez H. Mintzberga, sprawiający, że struktura organizacji jest pochodną m.in. wielkości firmy, technologii, a także otoczenia konkurencyjnego, w którym firma działa. Firmy średnie są już na tyle dojrzałe biznesowo, że o charakterze ich struktury organizacyjnej nie decydują cechy osobowościowe właściciela, a właśnie warunki, w jakich firmy te konkurują. Na rynkach dojrzałych efektywnie mogą funkcjonować firmy o strukturze hierarchicznej. Natomiast na rynkach dopiero kształtujących się, na których występuje duża zmienność, większą zdolność do konkurowania będą miały przedsiębiorstwa o strukturze partycypacyjnej, organicznej.

Potwierdza to ujęcie sektorowe.

Wśród przedsiębiorstw z sekcji informacja i komunikacja oraz działalność profesjonalna, naukowa i techniczna znajduje się najwięcej firm, które uznają strukturę hierarchiczną za nieefektywną i uważają, że wszyscy powinni uczyć się od wszystkich. Jednocześnie struktura hierarchiczna dominuje w przedsiębiorstwach z sektora rolniczego oraz w firmach przemysłowych.

Hierarchizacja struktury w przypadku przedsiębiorstw z sektora rolniczego wynika z tego, że rynek, na którym one działają, jest dojrzały (tab. 21), a charakter działalności w dużej mierze wystandaryzowany i niewymagający specyficznych kompetencji i kwalifikacji. Natomiast w firmach przemysłowych może ona wynikać z konieczności zachowania bezpieczeństwa procesów technologicznych i związanego z tym stosowania procedur.

4.4.5. Porażka to szansa czy sygnał do wycofania się z biznesu

Jedyne, co jest pewne w działalności gospodarczej, to niepewność, czyli brak możliwości określenia prawdopodobieństwa tego, co może się wydarzyć lub brak możliwości określenia prawdopodobieństwa szansy, że coś się wydarzy. Niepewność w połączeniu z brakiem doświadczenia biznesowego czy brakiem kompetencji menedżerskich będzie prowadziła do porażek. Porażka pojawia się bowiem nie wtedy, gdy gospodarka znajduje się w fazie osłabienia gospodarczego, a wtedy gdy osobom zarządzającym przedsiębiorstwem brak jest doświadczenia i kwalifikacji. A zatem zdarza się niezależnie od stanu koniunktury gospodarczej. Ważne jest jednak to, czy z porażek wyciąga się wnioski, czy porażki, jeżeli już się zdarzą, służą budowaniu kompetencji i doświadczenia, czy też skłaniają do wyjścia z biznesu.

Mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa jednoznacznie twierdzą (85%), że porażka jest wyzwaniem do szukania nowych pomysłów na biznes, rozpoczęcia wszystkiego od nowa. Oznacza to, że właściciele większości MMŚP, niezależnie od wielkości firmy, są silnie zmotywowani do działania.

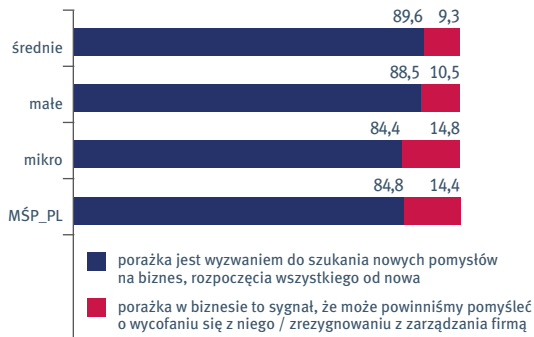
Warto tu przytoczyć „filozofię” myślenia jednego z młodych polskich mikroprzedsiębiorców, który po kilku nieudanych biznesach – z doświadczeniami z nich wynikającymi – uruchomił kolejny, który bardzo dynamicznie się rozwija. Powiedział on, że warto strzelać na bramkę, bo w ten sposób ćwiczy się i zdobywa doświadczenie, a to spowoduje, że któraś piłka w bramce wylądzuje. Badania wykazują, że taki sposób myślenia jest właściwy absolutnej większości przedsiębiorców z sektora MMŚP.

**Najwięcej niepewności co do możliwości prowadzenia biznesu, gdy zmateria-
lizowało się ryzyko i firma przeżywa trudności, jest wśród przedsiębiorców
z sektora informacja i komunikacja.**

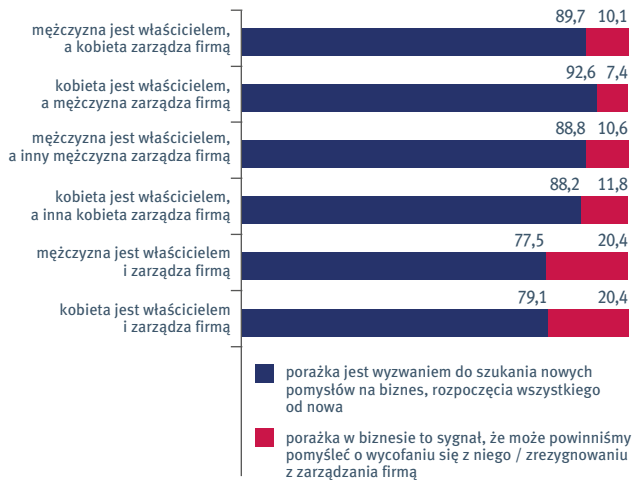
Sytuacja ta może zaskakiwać, bowiem informacja i komunikacja jest jedną z najbardziej dynamicznie rozwijających się sekcji gospodarki i w opinii dużej części przedsiębiorców posiada duży potencjał rozwojowy. Tak relatywnie duży odsetek przedsiębiorców z tego sektora uważających, że porażka w biznesie jest sygnałem do wycofania się z niego, może wynikać z dużej konkurencji na tym rynku. Pojawiło się bowiem wiele mikroprzedsiębiorstw, szczególnie w obszarze e-usług, których powstanie zostało wsparte środkami unijnymi, ale niewsparta została wiedza ich właścicieli o prowadzeniu biznesu. Efektem jest właśnie wiele porażek i wycofywanie się z działalności gospodarczej.

Relatywnie wielu właścicieli MMŚP uważających, że porażka w biznesie powinna skłaniać do wyjścia z niego, jest w trzech województwach: pomorskim, podlaskim i dolnośląskim. Dwa z nich – dolnośląskie i pomorskie – to 4. i 7. region pod względem udziału w PKB wytwarzanym w Polsce, a 4. i 5. pod względem PKB *per capita*, czyli regiony dynamiczne, o dużym potencjale rozwojowym. Może właśnie dlatego w tych regionach skłonność do wychodzenia z biznesu jest wyższa niż w większości pozostałych – istnieje potencjalna możliwość znalezienia dobrego zatrudnienia w innej firmie. Natomiast podlaskie to 13. region pod względem gospodarczym w Polsce, o PKB *per capita* ponad 25% niższym niż średnia dla Polski. Nie ma tu zatem warunków do w miarę łatwego transferu z biznesu do pracy etatowej. Muszą tu zatem działać czynniki z kategorii braku wiary w siebie

Podejście do porażki jest podobne niezależnie od płci właściciela i osoby zarządzającej firmą. Warto jednak zwrócić uwagę, że w firmach o zróżnicowanej wg płci strukturze właścicielsko-zarządczej skłonność do traktowania porażki jako wyzwania jest w niewielkim stopniu, ale jednak większa.

Wykres 31. Prowadząc biznes, czasami ponosi się znaczące porażki. Czy... (% MMŚP wg klas wielkości)**Tabela 28.** Prowadząc biznes, czasami ponosi się znaczące porażki. Czy... (% MMŚP wg sekcji gospodarki)

sekcja PKD	porażka jest wyzwaniem do szukania nowych pomysłów na biznes, rozpoczęcia wszystkiego od nowa	porażka w biznesie to sygnał, że może powinniśmy pomyśleć o wycofaniu się z niego / zrezygnowaniu z zarządzania firmą	trudno powiedzieć
	%	%	%
Rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo, rybactwo	91,4	8,6	0,0
Działalność produkcyjna	80,1	19,4	0,5
Budownictwo	83,0	15,4	1,6
Handel hurtowy i detaliczny	85,1	14,0	0,9
Transport, gospodarka magazynowa	84,9	14,8	0,3
Działalność związana z zakwaterowaniem, usługami gastronomicznymi	89,0	8,5	2,5
Informacja i komunikacja	77,6	22,4	0,0
Obsługa nieruchomości	91,1	6,8	2,1
Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	87,1	12,9	0,0
Opieka zdrowotna i pomoc społeczna	86,4	13,5	0,1

Wykres 32. Prowadząc biznes, czasami ponosi się znaczące porażki. Czy... (% MMŚP wg płci właściciela i osoby zarządzającej)**Tabela 29.** Prowadząc biznes, czasami ponosi się znaczące porażki. Czy... (% MMŚP wg regionów)

województwo	porażka jest wyzwaniem do szukania nowych pomysłów na biznes, rozpoczęcia wszystkiego od nowa	porażka w biznesie to sygnał, że może powinniśmy pomyśleć o wycofaniu się z niego / zrezygnowaniu z zarządzania firmą	trudno powiedzieć
	%	%	%
dołnośląskie	75,6	23,2	1,2
kujawsko-pomorskie	93,6	6,4	0,0
lubelskie	97,7	2,3	0,0
lubuskie	94,1	5,9	0,0
łódzkie	86,6	13,4	0,0
małopolskie	91,0	2,2	6,7
mazowieckie	92,1	7,9	0,0
opolskie	89,2	10,8	0,0
podkarpackie	84,8	8,7	6,5
podlaskie	75,7	24,3	0,0
pomorskie	73,8	24,6	1,5
śląskie	81,8	18,2	0,0
świętokrzyskie	97,3	2,7	0,0
warmińsko-mazurskie	91,4	8,6	0,0
wielkopolskie	89,0	11,0	0,0
zachodniopomorskie	80,0	20,0	0,0

4.5. Kluczowe zasoby MMŚP

Opieranie rozwoju biznesu na kapitale własnym wskazuje, że aktywa większości (ponad 50%) firm z sektora MMŚP są pochodną posiadanych przez nie własnych środków finansowych. Dlatego nie dziwi, że wśród zasobów kluczowych dla działalności przedsiębiorstw na pierwszym miejscu MMŚP wymieniają kapitał finansowy. Jest to najważniejszy zasób, niezależnie od wielkości firmy.

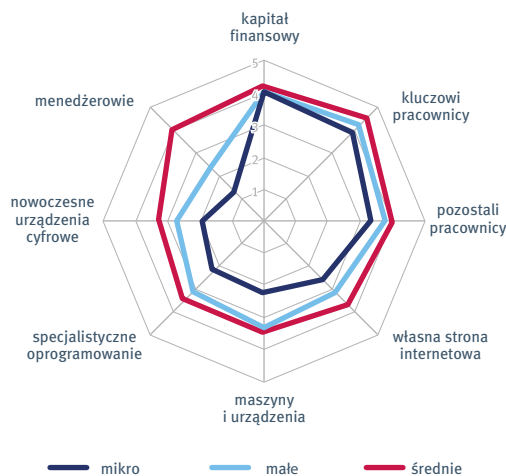
Ponieważ ponad 60% MMŚP z reguły nie korzysta z zewnętrznego finansowania (wyk. 40), to należy rozumieć, że przedsiębiorstwa, wskazując kapitał finansowy jako kluczowy zasób, myślą o kapitale własnym, a nie o dostępie do zewnętrznego finansowania.

Największe znaczenie kapitał finansowy ma dla firm z sektora rolniczego, przedsiębiorstw transportowych i handlowych. I firmy ze wszystkich tych sektorów deklarują zachowawczość w korzystaniu z zewnętrznych źródeł finansowania, nawet gdy pojawiają się na rynku szanse, które należałoby wykorzystać (tab. 26), co potwierdza znaczenie własnego kapitału finansowego, a nie kapitału obcego.

Wykres 33. Które z posiadanych zasobów są kluczowe dla dalszego rozwoju firmy?
(% MMŚP_PL; skala 0–5; 0–nie posiada, 1–brak przydatności, 5–zasób kluczowy)



Wykres 34. Które z posiadanych zasobów są kluczowe dla dalszego rozwoju firmy?
(% MMŚP wg klas wielkości; skala 0–5; 0–nie posiada, 1–brak przydatności, 5–zasób kluczowy)



Zasobem równie ważnym dla działalności przedsiębiorstw mikro, małych i średnich są kluczowi (pierwszoplanowi) pracownicy. Jest to zasób najważniejszy (ważniejszy od kapitału finansowego) dla firm przemysłowych, budowlanych, firm z sektora informacja i komunikacja, obsługa nieruchomości, działalność profesjonalna, naukowa i techniczna oraz opieka zdrowotna i pomoc społeczna.

MMŚP od dawna sygnalizują, że nie są w stanie konkurować z firmami dużymi o pracowników o niezbędnych im kwalifikacjach. Przyczyną są nie tylko i nie przede wszystkim warunki finansowe, które mogą zaoferować, ale nieporównywalne możliwości awansu (nawet przy hierarchicznej strukturze), szkoleń, budowania doświadczenia wynikającego z międzynarodowych powiązań kapitałowych firm dużych. Firmy z sektora MMŚP zlokalizowane w niedalekich odległościach od specjalnych stref ekonomicznych (SSE) sygnalizują także problemy związane z „wysysaniem” pracowników przez przedsiębiorstwa działające w SSE, które są w stanie zaoferować lepsze warunki zatrudnienia, korzystają bowiem ze zwolnień podatkowych, które pozwalają im na większe wydatki, w tym szczególnie związane z przyciąganiem wykwalifikowanych, o wysokich kompetencjach pracowników spoza SSE.

Tabela 30. Które z posiadanych zasobów są kluczowe dla dalszego rozwoju firmy? (% MMŚP wg sekcji gospodarki)

sekcja PKD	kapitał finansowy	kluczowi pracownicy	pozostali pracownicy	własna strona internetowa	maszyny i urządzenia	specjalistyczne oprogramowanie	nowoczesne urządzenia cyfrowe	menedżerowie
	%	%	%	%	%	%	%	%
Rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo, rybactwo	4,20	3,62	3,45	1,50	3,41	1,36	1,27	0,59
Działalność produkcyjna	4,05	4,12	3,51	3,28	3,84	2,33	3,02	1,53
Budownictwo	4,04	4,11	3,27	2,33	3,42	1,94	1,76	0,94
Handel hurtowy i detaliczny	4,00	3,57	3,27	2,42	1,32	2,10	1,41	1,25
Transport, gospodarka magazynowa	4,03	3,94	3,37	2,41	2,86	1,83	1,15	0,79
Działalność związana z zakwaterowaniem, usługami gastronomicznymi	3,82	3,62	3,89	3,24	2,94	1,43	0,92	1,83
Informacja i komunikacja	4,35	4,49	3,02	4,25	2,74	4,06	3,43	2,51
Obsługa nieruchomości	3,99	4,12	3,36	4,14	1,55	3,60	2,43	2,46
Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	3,51	4,23	3,30	2,98	2,34	3,74	2,87	1,95
Opieka zdrowotna i pomoc społeczna	3,50	4,33	3,37	2,44	2,97	2,85	2,15	1,31

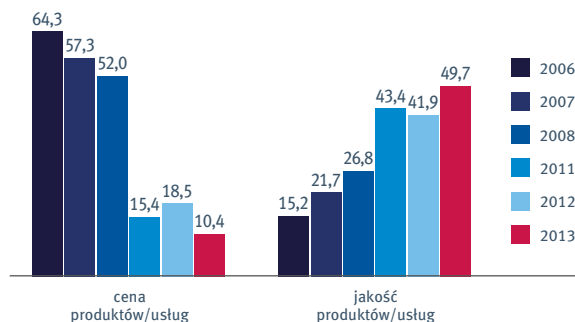
Na końcu listy kluczowych zasobów MMŚP pozycjonują menedżerów. Wynika to faktu, iż ponad 40% firm zarządzanych jest przez właścicieli, a zatem menedżerowie nie są w tych firmach zatrudniani. Dotyczy to przede wszystkim mikroprzedsiębiorstw, a także firm małych, w których ocena znaczenia dla firmy osób zarządzających jest znacznie niższa niż w firmach średnich.

Dla firm średnich menedżerowie są czwartym najważniejszym zasobem, po kapitale finansowym, kluczowych pracownikach i pozostałych pracownikach. Mimo zatem lepszej pozycji właściciele średnich firm nie doceniają znaczenia profesjonalnego zarządzania. To poważny błąd, bowiem najczęściej to właśnie brak kwalifikacji menedżerskich u właścicieli lub ich dominująca pozycja w firmie nawet wtedy, gdy zatrudniają menedżerów, przyczyniają się do biznesowych porażek. Jest jednak jeszcze druga strona tej relacji – firmy średnie, a na pewno małe i mikro, nie są w stanie sfinansować zatrudnienia doświadczonego menedżera, z wysokimi kwalifikacjami poświadczonymi sukcesami w zarządzaniu innymi firmami. Nie ma tu oczywiście mowy o poziomie wynagrodzeń top menedżerów z dużych przedsiębiorstw, ale profesjonalizm i doświadczenie musi kosztować. Przy średnim miesięcznym wyniku finansowym brutto w średnich firmach na poziomie 40 tys. zł (tab. 24) trudno zwiększać koszty w sposób istotny, a tego wymagałoby zatrudnienie menedżera, którego właściciele uznałoby za najważniejszy zasób w firmie.

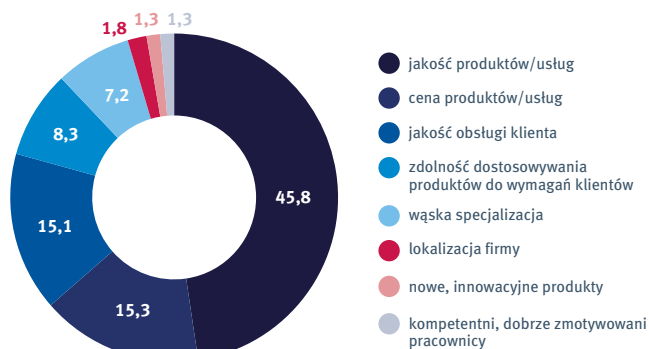
4.6. Jakość czy cena – czynniki budujące pozycję konkurencyjną MMŚP

Przez cały okres gospodarki rynkowej w Polsce aż do 2008 r. MMŚP budowały swoją pozycję konkurencyjną na cenie. Znaczenie jakości produktów i usług rosto, a odsetek MMŚP, które deklarowały, że na jakości oferty produktowej i usługowej budują swoją przewagę na rynku, był relatywnie mały. Osłabienie gospodarcze, które zmusiło firmy, w tym MMŚP, do większej aktywności na rynkach zagranicznych, dokonało radykalnej zmiany. Ponad 40% MMŚP, chcąc konkurować, bazuje dzisiaj na jakości produktów i usług, a tylko 10–15% – na cenie. Oczywiście cena jest w grupie 3. najważniejszych czynników, które budują pozycję konkurencyjną firm – razem z jakością produktów i usług oraz jakością obsługi klienta, jednak jej pierwszoplanowe znaczenie zostało istotnie ograniczone.

Wykres 35. Czynniki decydujące o konkurencyjności MMŚP w latach 2006–2008 i 2011–2013 (% MMŚP_PL; czynnik wskazany na 1 miejscu)



Wykres 36. Czynniki decydujące o konkurencyjności MMŚP w 2014 r. (% MMŚP_PL; czynnik wskazany na 1 miejscu)



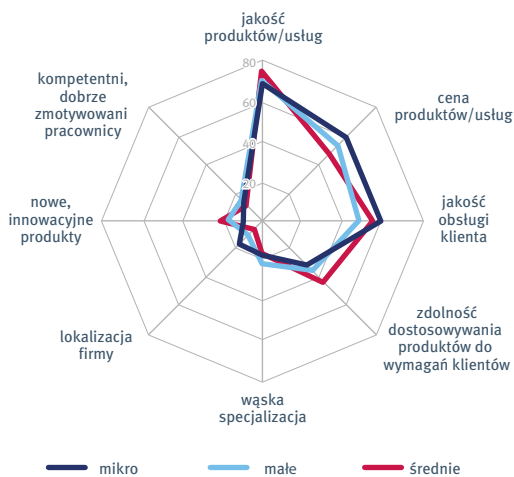
Ciągle natomiast niewiele firm buduje pozycję konkurencyjną na rynku, wprowadzając nowe, innowacyjne produkty i usługi (1,3% MMŚP, ale łącznie w trzech wskazaniach jest to już 10,7%), a zupełny margines MMŚP – wykorzystując bardziej nowoczesne niż konkurencja technologie (0,6%, a w trzech wskazaniach łącznie – 3,2%), czy opierając się na wynikach współpracy z ośrodkami badawczo-rozwojowymi (0,1%, a 0,8% w trzech wskazaniach łącznie).

Modele biznesowe definiujące czynniki najważniejsze dla budowania pozycji konkurencyjnej na rynku są podobne we wszystkich MMŚP, niezależnie od wielkości firm. Kluczem do sukcesu tak dzisiaj, jak i w ciągu najbliższych 3 lat, jest w opinii mikro, małych i średnich przedsiębiorstw jakość produktów i usług. Natomiast w zdecydowanie większym stopniu na cenie bazują firmy mikro niż małe, a szczególnie średnie.

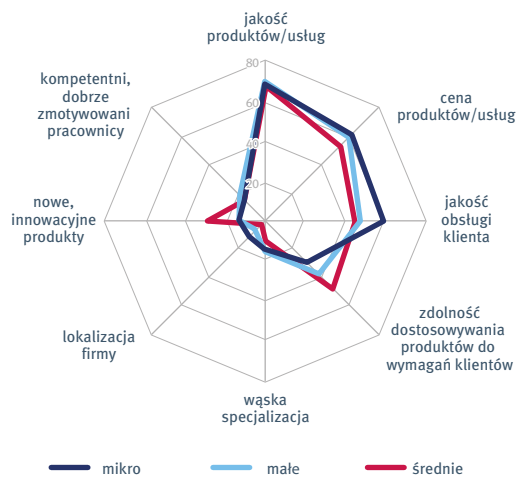
Dla mikroprzedsiębiorstw zdecydowanie ważniejszym czynnikiem niż dla firm większych jest jakość obsługi klienta oraz lokalizacja. W połączeniu z ceną i jakością produktów i usług opisuje to model biznesowy mikrofirm. Działają one bowiem przede wszystkim na lokalnych rynkach, mają lokalnych odbiorców produktów i usług. A ci oczekują dobrej jakości produktów po konkurencyjnej cenie i dobrej obsłudze w niewielkiej odległości od miejsca zamieszkania czy działalności gospodarczej.

Model budowania pozycji konkurencyjnej na rynku przez firmy małe i średnie jest podobny do tego realizowanego przez mikroprzedsiębiorstwa. Jednak nieco więcej wśród firm małych, a szczególnie wśród firm średnich, jest przedsiębiorstw zorientowanych na oddziaływanie na rynek przez wprowadzanie nowych, innowacyjnych produktów i usług. Większe znaczenie niż w przypadku firm mikro ma też zdolność do dostosowywania produktów do wymagań klientów, „szycie na miarę”. A jednocześnie mniejsze znaczenie ma jakość obsługi klienta.

Wykres 37. Czynniki decydujące o konkurencyjności MMŚP w 2014 r. (% MMŚP wg klas wielkości; trzy wskazania łącznie)



Wykres 38. Czynniki, które będą decydowały o konkurencyjności MMŚP w najbliższych 3 latach (% MMŚP wg klas wielkości; trzy wskazania łącznie)



Korzystanie z wyników współpracy z ośrodkami badawczo rozwojowymi nie ma żadnego znaczenia dla budowania pozycji konkurencyjnej firm wszystkich wielkości. Ale znaczenie mają kompetentni, dobrze zmotywowani pracownicy, i to w podobnym stopniu we wszystkich MMŚP, niezależnie od wielkości.

Model budowania pozycji konkurencyjnej przez firmy z sektora MMŚP pokazuje, że firmy z tego sektora podobnie postrzegają możliwości oddziaływania na rynek. A to oznacza, że stosowane przez nie strategie nie pozwalają się wyróżnić.

To, co na wyróżnienie się firm pozwala, to wąska specjalizacja, zdolność dostosowywania się do wymagań klienta, a także wprowadzanie na rynek nowych, innowacyjnych produktów i usług, w tym produktów i usług wypracowanych wspólnie z ośrodkami badawczo-rozwojowymi. To także nowe, nowoczesne kanały dystrybucji i indywidualizujący firmę wizerunek. Z tej listy liczące się znaczenie dla MMŚP ma dzisiaj jedynie zdolność dostosowywania się do wymagań klienta. To zdecydowanie może budować przewagę konkurencyjną na rynku, bowiem dostarcza odbiorcom produktu niestandardowego, kierowanego bezpośrednio do nich, uwzględniającego ich cechy i potrzeby. Ale ciągle relatywnie niewiele firm stosuje taką formę komunikowania się z klientami.

MMŚP zrobiły od 2008 r. duży krok do przodu, dostrzegając potrzebę konkurowania nie ceną, a jakością. Jednak dzisiaj i w kolejnych latach może okazać się to już niewystarczające. Chyba że ten brak potrzeby wyróżniania się na tle konkurentów innymi cechami niż ceną oraz jakością produktów i usług wynika z tak zdefiniowanych oczekiwań odbiorców na rynku, który jest dla MMŚP kluczowy, czyli na rynku polskim.

Jednak coraz więcej MMŚP, szczególnie firm średnich, ale także przedsiębiorstw małych dostrzega rynki poza Polską i ich potencjał. W latach 2014–2015 kontynuuje i będzie kontynuować, a także rozpoczęło i planuje rozpocząć sprzedaż na eksport prawie 12% MMŚP, w tym ponad 6% firm mikro, prawie 1/4 firm małych i blisko 50% firm średnich. Konkurowanie na rynkach zewnętrznych wymaga stosowania znacznie szerszej palety środków niż tylko jakość i cena. Zmienia się też, wraz ze wzrostem dochodów, polski rynek. MMŚP będą musiały wziąć to pod uwagę, określając swój sposób na budowanie pozycji konkurencyjnej na rynku w najbliższych latach.

Obecnie ciągle większość MMŚP jest na etapie produktowego modelu biznesowego. A dzisiejsze rynki to nie rynki producentów, a rynki nabywców, które coraz szybciej się nasycają, cykl życia produktów znacznie się skraca. Oznacza to, że firmom jest i będzie coraz trudniej znajdować klientów. Produktowe modele biznesowe, które charakteryzują się tym, że firma koncentruje się przede wszystkim na jakości wytwarzanych i oferowanych produktów, na ich ciągłym ulepszaniu, ale bez udziału klientów w procesie zmieniania produktów lub z ich niewielkim udziałem, już do rzeczywistości rynkowej nie pasują.

Przedsiębiorstwa muszą połączyć sferę produkcji, którą mają dobrze opanowaną, ze sferą sprzedaży, czyli przejść na marketingowy model biznesowy. Charakteryzuje się on integrowaniem sfery produkcji i sprzedaży poprzez badanie oczekiwań klientów i dostosowywanie oferty do ich potrzeb. Ale także, co zapewne dla firm z sektora MMŚP będzie znacznie trudniejsze, poprzez rozwijanie potrzeb klientów. Badanie potrzeb i oczekiwań klientów pozwala na zmniejszenie ryzyka po stronie produkcyjnej. Szczególnie że w modelu marketingowym produkcja nie może być otwórcza, a bazować na innowacjach i efektach prac badawczo-rozwojowych.

MMŚP już potrzebę tych zmian dostrzegają. Część z nich inaczej postrzega znaczenie innowacji produktowych czy wykorzystywanie nowoczesnych kanałów dystrybucji, a także wizerunek i kompetentnych, dobrze zmotywowanych pracowników w budowaniu pozycji konkurencyjnej na rynku w najbliższych 3 latach, niż do tej pory. Zmiany nie są duże, ale już zauważalne. Jedynym czynnikiem, który w realnej gospodarce będzie miał coraz większe znaczenie, a którego MMŚP ciągle nie dostrzegają, jest skłonność do działań badawczo-rozwojowych i współpracy z ośrodkami badawczo-rozwojowymi. Na otwarcie się MMŚP na współpracę z podmiotami badawczo-rozwojowymi i na inwestycje w B+R przyjdzie nam poczekać znacznie dłużej niż na przejście z modelu opartego na kosztach na model oparty na jakości produktów usług. Aczkolwiek istotnym motywatorem do działań w sferze B+R mogą stać się fundusze unijne, których inwestycyjna część kierowana do przedsiębiorstw, przede wszystkim właśnie MMŚP, przeznaczona będzie właśnie na wsparcie projektów badawczo-rozwojowych i związanych z innowacjami.

Miks czynników służących do budowania pozycji konkurencyjnej na rynku wygląda nieco inaczej w MMŚP działających w różnych sekcjach gospodarki. Aczkolwiek we wszystkich sekcjach gospodarki, poza informacją i komunikacją oraz obsługą nieruchomości, dominuje model z wyraźną przewagą jakości produktów i usług oraz ceny. Różnice występują w pozostałych czynnikach.

Ważny jest jednak nie tyle obecny model biznesowy, ile planowane w nim zmiany sygnalizowane przez MMŚP z różnych sektorów gospodarki. W większości sekcji, poza rolnictwem oraz hotelami i gastronomią, coraz więcej MMŚP decyduje się na silniejsze włączenie innowacji produktowych w budowanie pozycji konkurencyjnej na rynku. Z drugiej strony więcej firm z sektorów tradycyjnych (budownictwo, handel, transport, hotele i restauracje, ale także obsługa nieruchomości) planuje w najbliższych latach ponownie wzmocnić znaczenie ceny w budowaniu pozycji konkurencyjnej na rynku.

³⁴ Wyniki badania „Monitoring kondycji sektora MMŚP 2014” wskazują, że firm rodzinnych wśród MMŚP jest 32,3%. W ankiecie nie przyjęto definicji firmy rodzinnej, pozostawiając określenie firmy jako rodzinnej respondentom. Wynikało to z faktu, iż w literaturze funkcjonuje ok. 60 różnych definicji firmy rodzinnej. Działające w Polsce stowarzyszenia firm rodzinnych oceniają, że ok. 70% firm to firmy rodzinne.

Tabela 31. Czynniki decydujące o konkurencyjności MMŚP w 2014 r. i w najbliższych 3 latach (% MMŚP wg sekcji gospodarki; czynniki wymienione na 1, 2 i 3 miejscu łącznie)

sekcja PKD	jakość produktów/usług		cena produktów/usług		jakość obsługi klientów		wąska specjalizacja		zdolność dostosowania produktu/usługi do wymagań klienta		nowe innowacyjne produkty/usługi	
	2014	najbliższe 3 lata	2014	najbliższe 3 lata	2014	najbliższe 3 lata	2014	najbliższe 3 lata	2014	najbliższe 3 lata	2014	najbliższe 3 lata
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo, rybactwo	80,5	86,5	66,2	62,9	39,7	52,6	18,5	17,6	34,8	39,3	10,0	7,3
Działalność produkcyjna	85,7	80,7	60,7	60,0	45,5	42,0	16,2	14,4	40,2	41,9	13,2	18,0
Budownictwo	75,7	78,9	67,2	67,5	39,4	46,3	18,6	19,1	42,7	32,5	9,1	11,2
Handel hurtowy i detaliczny	61,6	60,6	64,5	66,4	65,0	63,5	13,7	9,7	24,6	23,9	13,7	16,2
Transport, gospodarka magazynowa	57,4	56,9	70,3	75,5	73,3	63,4	10,4	12,1	32,3	25,4	1,9	9,9
Działalność związana z zakwaterowaniem, usługami gastronomicznymi	77,5	78,1	51,4	56,1	78,1	71,3	6,7	5,8	36,5	34,1	5,8	2,2
Informacja i komunikacja	55,8	60,8	41,2	32,5	55,4	63,4	50,3	36,5	44,6	44,4	1,5	12,0
Obsługa nieruchomości	54,9	43,6	54,4	56,8	67,8	73,7	12,4	11,2	41,1	44,5	0,2	4,6
Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	63,1	63,3	42,8	40,6	57,9	54,2	36,8	33,9	28,0	29,9	10,1	13,5
Opieka zdrowotna i pomoc społeczna	88,5	88,9	21,4	19,9	58,5	65,5	47,2	32,6	18,2	11,9	13,8	19,7

Uwaga: ■ wzrost znaczenia czynnika w najbliższych 3 latach w stosunku do 2014 r.; ■ spadek znaczenia (wybrane czynniki i sektory)

Jeżeli wzrost znaczenia ceny w budowaniu pozycji konkurencyjnej na rynku będzie efektem wprowadzania na rynek nowych, innowacyjnych produktów, to takie działanie może pomóc w osiągnięciu celu. Jeżeli jednak ma to być „czysta” konkurencja cenowa (koszty), połączona jedynie z dbaniem o jakość produktów, czyli innowacjami produktowymi głównie o charakterze drobnych ulepszeń, szanse na wygranie konkurencji na rynku są niewielkie. Może to przynieść oczekiwany rezultat w krótkim okresie, ale nie pozwoli na zbudowanie pozycji konkurencyjnej w długim okresie. A należy zakładać, że MMŚP, z których duża część to firmy rodzinne³⁴, myślą właśnie w takiej długookresowej perspektywie.

Badania pokazują wyraźny spadek znaczenia w najbliższych latach wąskiej specjalizacji jako tego elementu, który pozwalałyby budować MMŚP przewagę konkurencyjną na rynku. Dotyczy to szczególnie firm z sektora informacja i komunikacja oraz opieka zdrowotna i pomoc społeczna. Przedsiębiorstwa odkryły może, że obok zasady 80/20 Pareto³⁵ działa także zasada „długiego ogona”³⁶, która wskazuje na to, że nisze rynkowe (80% produktów przynoszących 20% przychodów) tworzą także spory rynek, z którego nie warto rezygnować. Dotyczy to przede wszystkim tych rodzajów działalności gospodarczej, które mają bardzo niskie koszty logistyki, koszty dostarczania produktów. Takie możliwości stwarza m.in. internet.

³⁵ V. Pareto (włoski ekonomista i socjolog, 1848–1923) odkrył, że 80% majątku społeczeństwa znajduje się w rękach 20% tego społeczeństwa. Zasadę tę dostrzeżono także w biznesie, wskazując, że z reguły sprzedają 20% wytwarzanych produktów dostarcza 80% przychodów.

³⁶ Ch. Anderson, *Długi ogon. Ekonomia przyszłości – każdy konsument ma głos*, 2008.

³⁷ Porównania dokonywały wszystkie firmy, także te niesprzedające na rynki krajów UE. Ok. 15% MMŚP biorących udział w badaniu nie dokonało jednak oceny.

Poza tym firmy zaczęły zapewne dostrzegać, że nabywcy ich produktów i usług w coraz większym stopniu oczekują dopasowanej do swoich niszowych potrzeb oferty. Nie oznacza to spadku znaczenia „szycia na miarę”, zdolności dostosowywania produktu czy usługi do potrzeb klienta, które np. w przypadku firm z sektora informacja i komunikacja ma większe znaczenie niż cena i dużo większe – niż wąska specjalizacja.

Spadek znaczenia ceny w budowaniu pozycji konkurencyjnej przez MMŚP i wzrost znaczenia jakości przekłada się na ocenę produktów i usług polskich MMŚP w porównaniu z ich odpowiednikami oferowanymi na rynkach krajów UE³⁷. Mikro, małe i średnie firmy wysoko oceniają swoją zdolność do konkurencyjności ceną. Jednak MMŚP oceniających, że ich produkty i usługi są co najmniej takie same pod względem jakości jak ich odpowiedniki w innych krajach unijnych, jest więcej niż tych, którzy w ten sposób oceniają swoją konkurencyjność cenową. Co prawda przewaga pod względem jakości jest ciągle relatywnie słaba – ma ją w ocenie MMŚP jedynie 23% firm.

Wykres 39. Porównanie produktów/usług firmy do odpowiednich produktów/usług sprzedawanych w UE pod względem jakości, ceny, nowatorstwa oraz promocji i dystrybucji (% MMŚP_PL)

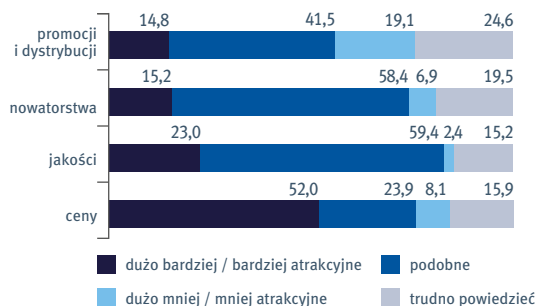


Tabela 32. Porównanie produktów/usług firmy do odpowiednich produktów/usług sprzedawanych w UE: (% MMŚP wg sekcji gospodarki)

	pod względem jakości		pod względem ceny		pod względem nowatorstwa		pod względem promocji i dystrybucji	
	dużo bardziej / bardziej atrakcyjne	dużo mniej / mniej atrakcyjne	dużo bardziej / bardziej atrakcyjne	dużo mniej / mniej atrakcyjne	dużo bardziej / bardziej atrakcyjne	dużo mniej / mniej atrakcyjne	dużo bardziej / bardziej atrakcyjne	dużo mniej / mniej atrakcyjne
sekcja PKD	%	%	%	%	%	%	%	%
Rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo, rybactwo	55,9	0,3	83,6	7,4	19,2	4,3	16,6	33,1
Działalność produkcyjna	45,4	0,6	75,1	3,8	30,3	4,9	26,9	19,7
Budownictwo	21,4	0,2	58,1	6,2	12,8	9,8	13,0	20,5
Handel hurtowy i detaliczny	15,8	4,3	45,6	10,5	12,3	7,9	11,5	15,7
Transport, gospodarka magazynowa	15,4	3,7	51,6	20,6	11,8	3,4	16,4	33,8
Działalność związana z zakwaterowaniem, usługami gastronomicznymi	31,9	4,3	58,6	7,4	16,5	7,3	20,4	26,5
Informacja i komunikacja	8,8	0,0	65,4	1,7	5,9	18,8	16,2	19,4
Obsługa nieruchomości	21,0	6,3	41,2	10,5	12,0	20,1	12,1	27,9
Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	23,5	0,2	55,8	8,1	20,2	3,6	18,1	24,0
Opieka zdrowotna i pomoc społeczna	40,2	3,0	64,6	10,5	25,1	7,3	19,6	22,5

Uwaga: ■ sektor gospodarki, w którym MMŚP oceniają najwyżej swój potencjał w danej kategorii; ■ najniżej

W opinii większości MMŚP ich oferta produktowa mogłaby konkurować na rynkach krajów UE – pod względem ceny, jakości, a także pod względem nowatorstwa. Umieemy zatem wytwarzać produkty i usługi. Jednak nie zawsze potrafimy je sprzedać.

Wszystkie poprzednie badania kondycji sektora MMŚP wskazywały wyraźnie na ten problem. Potwierdza to, że stosowane przez polskie mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa modele biznesowe to modele produktowe, a nie marketingowe. To słabość MMŚP.

5. Finansowanie działalności operacyjnej i rozwoju MMŚP – kredyty

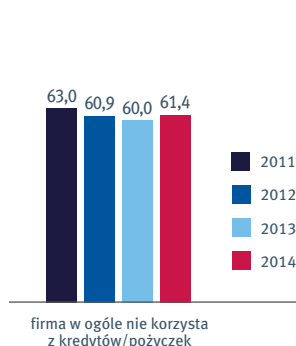
Analiza źródeł finansowania aktywów przedsiębiorstw (tab. 6) wskazuje, że małe, średnie i duże przedsiębiorstwa (bez mikroprzedsiębiorstw) korzystają z zewnętrznego finansowania, tak z kredytów i pożyczek, jak i kredytu kupieckiego (odroczonej płatności za dostarczone przez kontrahentów towary i usługi). Udział zewnętrznych źródeł w finansowaniu aktywów przedsiębiorstw wynosi średnio ok. 50%. Kredyty i pożyczki krótko- i długoterminowe finansują łącznie ok. 19% aktywów w firmach małych i średnich, a ok. 13–14% w firmach dużych. To średnia. Nie oznacza to jednak, że wszystkie przedsiębiorstwa korzystają z kredytów.

³⁸ W badaniu respondenci poproszeni zostali o odniesienie wartości przeciętnego zadłużenia kredytowego i pożyczkowego do wartości przychodów ze sprzedaży, a nie do wartości aktywów, gdyż większość mikroprzedsiębiorstw, a także duża grupa firm małych nie prowadzi pełnej księgowości, a tym samym nie ma możliwości odniesienia wartości kredytów i pożyczek do aktywów netto.

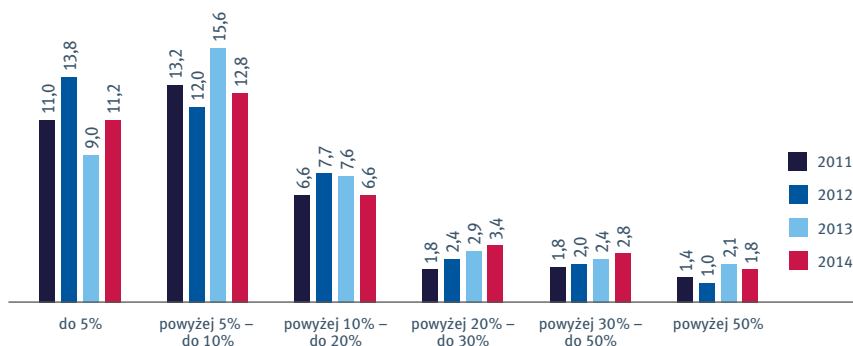
5.1. Skłonność MMŚP do korzystania z kredytów i pożyczek

Z badań „Monitoring kondycji sektora MMŚP” wynika, że tylko ok. 40% MMŚP to kredytobiorcy. A wśród tych 40% ponad połowa to firmy, których zadłużenie w bankach nie jest większe niż 10% ich przychodów ze sprzedaży³⁸. I jest tak niezależnie od koniunktury gospodarczej – w 2011 r. PKB wzrósł o 4,5%, a z kredytów długo- i krótkoterminowych skorzystało 37% MMŚP. W 2013 r. wzrost PKB wyniósł 1,7%, a z kredytów skorzystało 38,6% firm.

Wykres 40. Jaki jest przeciętny procentowy udział kredytów (długo- i krótkoterminowych) w wartości sprzedaży firmy? (% MMŚP_PL; 1; kolejne badania w latach 2011–2014)



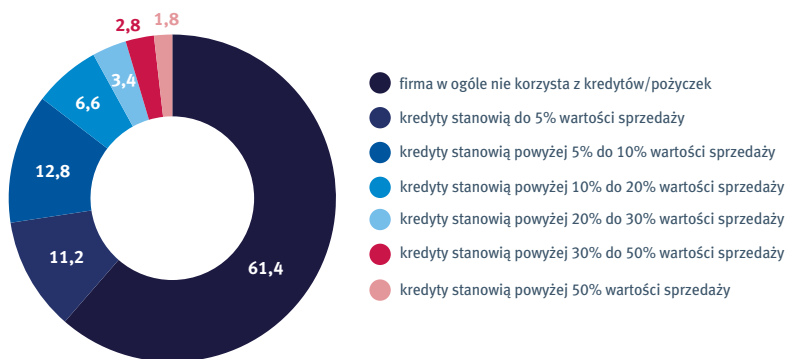
Wykres 41. Jaki jest przeciętny procentowy udział kredytów (długo- i krótkoterminowych) w wartości sprzedaży firmy? (% MMŚP_PL; 2; kolejne badania w latach 2011–2014)



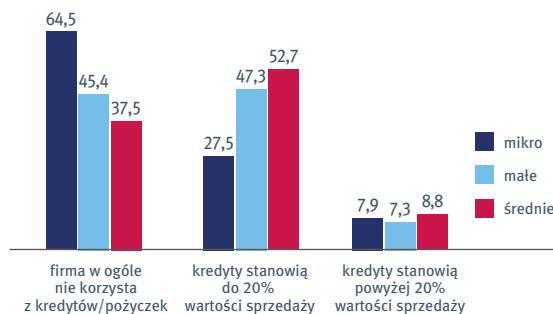
Niezależnie zatem od stanu koniunktury gospodarczej, a tym samym także sytuacji na rynku finansowym, odsetek MMŚP korzystających z zewnętrznego finansowania (kredyty i pożyczki) jest stały w czasie.

Nie można jednak patrzeć na mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa jak na jednorodną grupę, bowiem różna wielkość i skala działania powoduje, że ich potrzeby kapitałowe, wartość posiadanych aktywów, a także zdolność kredytowa są różne. Badania wyraźnie to potwierdzają – korzystanie z kredytów i pożyczek jest silnie zróżnicowane w zależności od wielkości przedsiębiorstwa. W grupie firm średnich jest znacznie więcej (62,5%) przedsiębiorstw korzystających z finansowania bankowego niż w mikrofirmach (35,5%). Wynika to z potrzeb operacyjnych i rozwojowych firm średnich, ale także z ich zdolności kredytowej (posiadane rzeczowe aktywa trwałe, które mogą stanowić zabezpieczenie kredytów) oraz większej wiedzy o zarządzaniu finansami, w tym zarządzaniu płynnością finansową krótko- i długookresową. Jednak w większości firm, niezależnie od wielkości, kredyty i pożyczki stanowią nie więcej niż 20% wartości przychodów ze sprzedaży.

Wykres 42. Jaki jest przeciętny procentowy udział kredytów (długo- i krótkoterminowych) w wartości sprzedaży firmy? (% MMŚP_PL)



Wykres 43. Jaki jest przeciętny procentowy udział kredytów (długo- i krótkoterminowych) w wartości sprzedaży firmy? (% MMŚP wg klas wielkości)



³⁹ Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2012 r. (i lata wcześniejsze), GUS

Zdecydowanie silniejsze zróżnicowanie w stopniu korzystania z bankowego finansowania widać między MMŚP z różnych sektorów gospodarki. Najwięcej firm niekorzystających z kredytów i pożyczek jest w sektorze związanym z obsługą nieruchomości oraz w firmach prowadzących działalność związaną z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi. Najwięcej firm korzystających z kredytów – w sektorze transport i gospodarka magazynowa oraz w sektorze przemysłowym. Różnic tych nie można wiązać z odmienną strukturą wielkości firm w poszczególnych sektorach – we wszystkich dominują bowiem mikroprzedsiębiorstwa, które stanowią ponad 95% całości każdej branży. W przemyśle jest ich co prawda „tylko” ok. 88%³⁹, ale nie zmienia to faktu dominacji mikrodziałalności i w tym sektorze.

Skala działania, wielkość firmy, wpływa na skłonność MMŚP do korzystania z kredytów i pożyczek. Jednak zdecydowanie silniejszym „czynnikiem” jest specyfika branży, w której firma działa.

Firmy transportowe i logistyczne (gospodarka magazynowa) posiadają ruchomości i nieruchomości, które mogą stanowić zabezpieczenia kredytów i pożyczek. Tak jest też w przypadku firm prowadzących działalność produkcyjną.

Tabela 33. Jaki jest przeciętny procentowy udział kredytów (długo- i krótkoterminowych) w wartości sprzedaży firmy? (% MMSP wg sekcji gospodarki)

	firma w ogóle nie korzysta z kredytów/ pożyczek	kredyty stanowią do 5% wartości sprzedaży	kredyty stanowią powyżej 5% do 10% wartości sprzedaży	kredyty stanowią powyżej 10% do 30% wartości sprzedaży	kredyty stanowią ponad 30% wartości sprzedaży
sekcja PKD	%	%	%	%	%
Rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo, rybactwo	56,9	10,3	9,8	16,5	6,5
Działalność produkcyjna	49,6	13,0	21,4	11,0	4,9
Budownictwo	61,6	11,2	14,7	12,2	0,3
Handel hurtowy i detaliczny	65,6	9,9	11,2	8,0	5,2
Transport, gospodarka magazynowa	42,9	11,4	23,8	14,7	7,2
Działalność związana z zakwaterowaniem, usługami gastronomicznymi	71,2	4,5	4,5	9,0	10,9
Informacja i komunikacja	68,2	15,6	12,1	3,2	1,0
Obsługa nieruchomości	74,5	13,7	1,0	5,5	5,2
Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	66,1	16,2	4,1	10,4	3,1
Opieka zdrowotna i pomoc społeczna	50,8	10,3	20,9	17,8	0,2

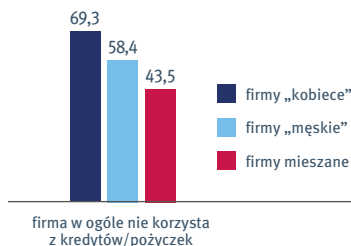
Kryterium posiadania rzeczowych aktywów trwałych, które mogą stanowić zabezpieczenie zaciąganych przez firmy kredytów, nie działa natomiast „prokredytowo” w przypadku firm z sektora obsługa nieruchomości czy firm prowadzących działalność związaną z zakwaterowaniem oraz usługami gastronomicznymi. Firmy z sektora obsługa nieruchomości to m.in. działalność związana z kupnem i sprzedażą nieruchomości, a także wynajmem posiadanych nieruchomości, co oznacza posiadanie aktywów mogących stanowić zabezpieczenie kredytów. Tak duży odsetek firm z tego sektora niekorzystających z zewnętrznego zasilenia oznacza jednak, że większość z nich to firmy prowadzące działalność pośrednictwa w obrocie nieruchomościami czy zarządzania nieruchomościami, co nie wymaga ani dużych inwestycji, ani dodatkowego kapitału potrzebnego dla działalności operacyjnej. W sektorze hotele i restauracje „antykredytowo” może natomiast działać specyfika tej działalności – większość płatności za usługi następuje bezpośrednio po ich dostarczeniu. Firmy z tego sektora nie powinny zatem mieć problemów z płynnością krótkoterminową. Jednak w przypadku tych firm relatywnie dużo (10,9%) jest przedsiębiorstw, których zadłużenie w bankach wynosi ponad 30% wartości ich sprzedaży. To zapewne te, które inwestują i wspierają te inwestycje finansowaniem zewnętrznym.

Także relatywnie dużo firm z sektora opieka zdrowotna i pomoc społeczna korzysta z kredytów i pożyczek (prawie 50%). Dla części z nich (firm świadczących usługi opieki zdrowotnej) jest to zapewne pochodną posiadania kontraktów z NFZ i systemu rozliczeń z Funduszem, które następują z pewnym opóźnieniem w stosunku do wykonanych usług. Może to mieć wpływ na zaburzenia płynności finansowej i potrzebę korzystania z zewnętrznego finansowania na potrzeby działalności operacyjnej. Pytanie jednak, co w przypadku tych firm stanowi zabezpieczenie dla kredytów czy pożyczek.

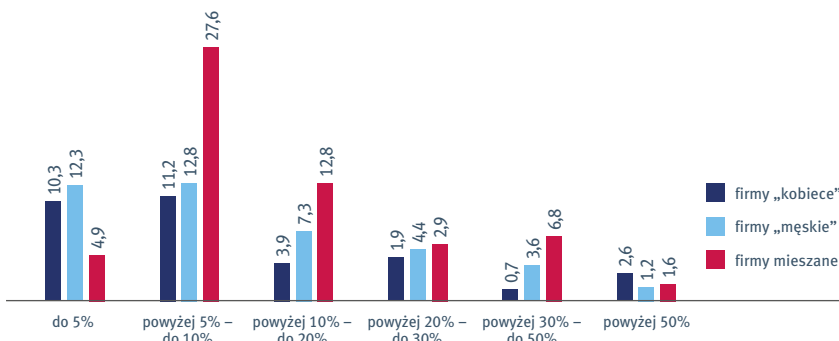
Warto się przyjrzeć także zróżnicowaniu korzystania z kredytów i pożyczek przez firmy, w których właścicielkami i osobami zarządzającymi są kobiety (firmy „kobiece”), w których właścicielami i osobami zarządzającymi są mężczyźni (firmy „męskie”) oraz firmy z mieszanym składem właścicielsko-zarządczym. Obraz ten z jednej strony wskazuje bowiem na niższą skłonności firm kobiecych do korzystania z zewnętrznego finansowania w stosunku do firm męskich, ale jednocześnie wyraźnie dowodzi, że korzystanie z dźwigni finansowej jest domeną firm opartych na różnorodności, czyli firm, w których właścicielką jest kobieta, a przedsiębiorstwem zarządza mężczyzna lub właścicielem jest mężczyzna, a firmą zarządza kobieta⁴⁰.

⁴⁰ W badaniu respondenci byli pytani o filozofię prowadzenia biznesu: Zakładając, że dostęp do kredytu nie jest barierą, to filozofią działania właściciela/menedżera powinno być (1) Rozwijanie biznesu powoli, ale wyłącznie z własnych zasobów, nawet jeżeli rynek pozwala na szybszy rozwój czy też (2) Rozwijanie biznesu szybciej, jeżeli rynek na to pozwala, korzystając także ze środków obcych – kredytu, leasingu. 57,5% firm „kobiecych” wskazało odpowiedź (1), 52,2% firm „męskich” i jedynie 35,6% firm mieszanych.

Wykres 44. Jaki jest przeciętny procentowy udział kredytów (długo- i krótkoterminowych) w wartości sprzedaży firmy? (% MMŚP wg płci właściciela i osoby zarządzającej; 1)



Wykres 45. Jaki jest przeciętny procentowy udział kredytów (długo- i krótkoterminowych) w wartości sprzedaży firmy? (% MMŚP wg płci właściciela i osoby zarządzającej; 2)



Do listy czynników, które potencjalnie mają wpływ na skłonność przedsiębiorstw mikro, małych i średnich do korzystania z kredytów i pożyczek: skali działania firmy, posiadania przez nią rzeczowych aktywów trwałych, które mogą stanowić zabezpieczenie kredytu czy pożyczki, specyfiki prowadzonej działalności gospodarczej, dołączyć zatem można kolejny czynnik, strukturę właścicielsko-zarządczą wg płci.

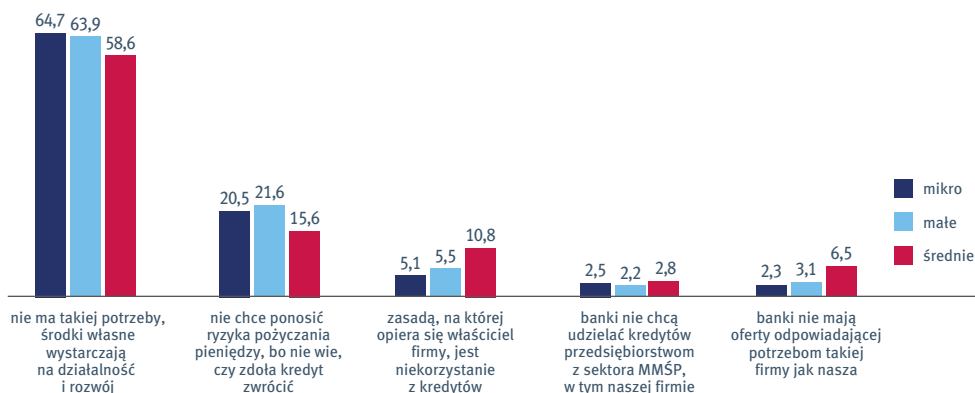
5.1.1 Przyczyny niekorzystania przez MMŚP z kredytów i pożyczek

Niska skłonność przedsiębiorstw mikro, małych i średnich do korzystania z kredytów i pożyczek ma swoje źródło w skali działania i niskiej skłonności, przede wszystkim mikroprzedsiębiorstw, do jej rozszerzania. Wzrost sprzedaży, wzrost udziału w rynku, wzrost wartości rynkowej to cel strategiczny tylko 31% mikrofirm. Prawie 60% koncentruje się na utrzymaniu się na rynku i na zapewnieniu pracy i dochodu właścicielowi i jego rodzinie. W całej populacji MMŚP takich firm jest 54%. Przy tak zdefiniowanych celach model biznesowy musi zakładać dostosowywanie działania do posiadanych własnych środków finansowych. Potwierdziło to badanie „Monitoring ...”, w którym przedsiębiorcy niekorzystający z kredytów i pożyczek zostali zapytani o przyczyny takiego podejścia – dla prawie 2/3 jest to brak potrzeby korzystania z zewnętrznego finansowania. Relatywnie duża grupa przedsiębiorców z sektora MMŚP (ponad 20%) nie sięga po bankowe finansowanie, bo boi się sytuacji, w której nie będzie zdolna do spłaty zadłużenia lub właściciel ma zasadę niekorzystania z kredytów i pożyczek.

Wykres 46. Dlaczego firma nie korzysta z kredytów/pożyczek_wskazanie jednej najważniejszej przyczyny (% MMŚP_PL)



Wykres 47. Dlaczego firma nie korzysta z kredytów/pożyczek_wskazanie jednej najważniejszej przyczyny (% MMŚP wg klas wielkości)



Niska skłonność do korzystania z zewnętrznego finansowania ma zatem swoje przyczyny w zasadach prowadzenia biznesu przez mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa, opartych na potrzebie ograniczania ryzyka. Przy celach strategicznych zdefiniowanych przez większość MMŚP jako utrzymanie się na rynku i zapewnienie pracy i dochodu właścicielowi i jego rodzinie jest to uzasadnione.

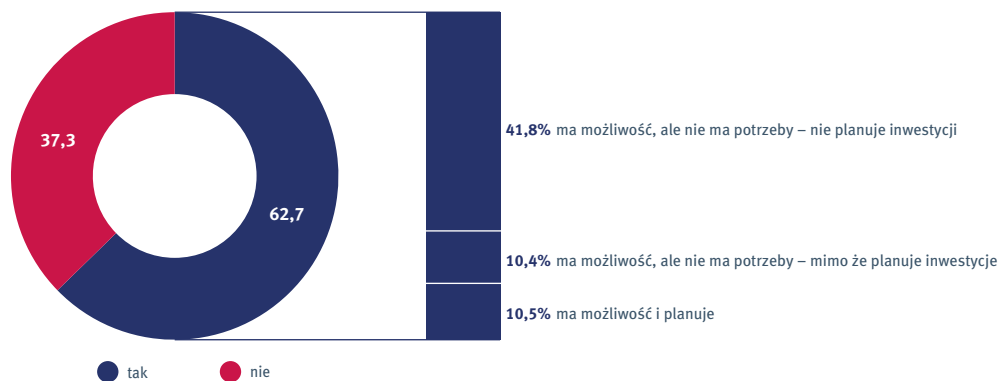
Mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa, które nie korzystają z kredytów bankowych, nie wskazują na relacje z bankami jako tego przyczynę. Niewielki odsetek firm mówi o niechęci banków do MMŚP, a także o braku oferty dla tej grupy firm.

Warto jednak wskazać, że w grupie średnich firm jest więcej przedsiębiorstw mówiących o braku odpowiedniej oferty produktowej ze strony banków niż wśród firm mikro i małych. Jednocześnie mniej jest firm wyjaśniających niską skłonność do korzystania z kredytów bankowych posiadaniem własnych środków czy obawą przed ryzykiem. Średnie przedsiębiorstwa są zatem nie tylko bardziej otwarte na zewnętrzne finansowanie („tylko” 37,5% nie korzysta z kredytów bankowych), ale także oczekują szytych na miarę produktów bankowych.

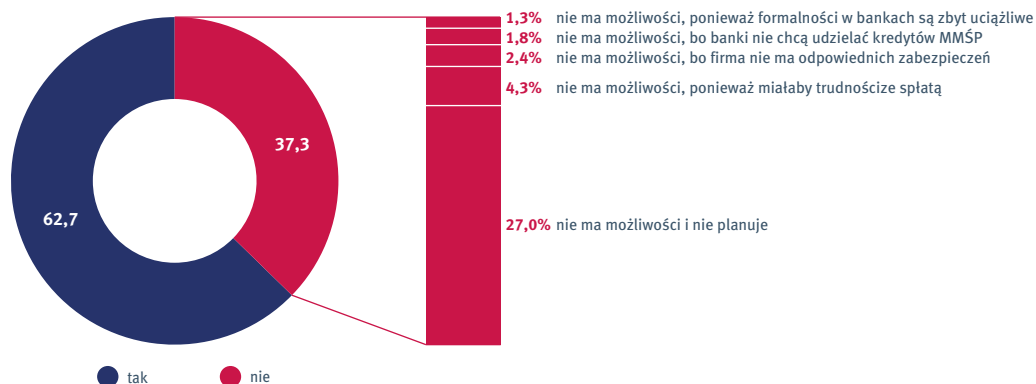
5.2 Możliwość korzystania z kredytów długoterminowych przez MMŚP

Ważnym wskazaniem dla odpowiedzi na pytanie o czynniki mające wpływ na stopień korzystania MMŚP z kredytów i pożyczek jest ocena przez same firmy ich możliwości zaciągania lub zwiększania zadłużania długoterminowego. Prawie 2/3 mikro, małych i średnich firm ocenia te możliwości pozytywnie, a brak zaciągniętych kredytów długoterminowych wyjaśnia brakiem planów inwestycyjnych lub posiadaniem własnych środków na ich realizację. Tylko 1/6 firm posiadających zdolność do zaciągania długoterminowych zobowiązań deklaruje, że skorzysta z kredytu długoterminowego w 2014 r.

Wykres 48. Czy firma ma możliwość zaciągnięcia lub zwiększenia zadłużenia długoterminowego? (1)
(% MMŚP_PL)



Wykres 49. Czy firma ma możliwość zaciągnięcia lub zwiększenia zadłużenia długoterminowego? (2)
(% MMŚP_PL)



Negatywnie swoje możliwości zaciągania lub zwiększania zadłużenia długoterminowego ocenia natomiast 37% MMŚP, przy czym większość nie wskazuje przyczyn. Wśród firm wskazujących przyczyny tylko niewielki odsetek uważa, że problem leży po ich stronie (trudności ze spłatą, brak zabezpieczeń). Równie niewielki odsetek MMŚP wskazuje na banki jako te, które ograniczają im możliwości korzystania z długoterminowego zewnętrznego finansowania (banki są niechętne MMŚP, formalności są zbyt uciążliwe).

Takie oceny wskazują, że mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa w większości nie widzą barier w dostępie do bankowego finansowania, a jeżeli one występują, to tylko 3,1% MMŚP bezpośrednio „wini” za to banki. I to niezależnie od wielkości firmy.

Czym większa firma, tym większe możliwości korzystania z kredytów długoterminowych, a także większy odsetek przedsiębiorstw planujących sięgnięcie po te kredyty. Skala działalności ma zatem znaczenie przy ocenie zdolności firmy do zaciągania kredytów długoterminowych. Znaczenie ma także sektor gospodarki, w którym przedsiębiorstwo działa – przedsiębiorstwa transportowe, a także firmy z sektora rolniczego najlepiej oceniają swoje możliwości w tym zakresie. Natomiast firmy z sektora obsługa nieruchomości – najgorzej.

Wykres 50. Czy firma ma możliwość zaciągnięcia lub zwiększenia zadłużenia długoterminowego? (% MMŚP wg klas wielkości)

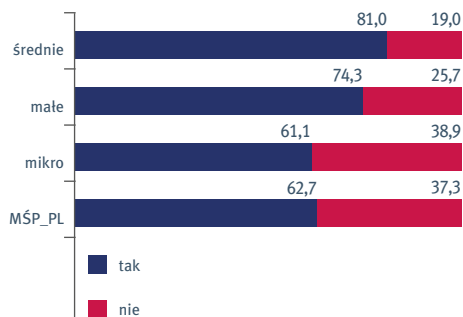


Tabela 34. Czy firma ma możliwość zaciągnięcia lub zwiększenia zadłużenia długoterminowego? (% MMŚP wg sekcji gospodarki)

sekcja PKD	tak	nie
	%	%
Rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo, rybactwo	74,0	26,0
Działalność produkcyjna	52,3	47,7
Budownictwo	64,1	35,9
Handel hurtowy i detaliczny	67,7	32,3
Transport, gospodarka magazynowa	80,4	19,6
Działalność związana z zakwaterowaniem, usługami gastronomicznymi	59,0	41,0
Informacja i komunikacja	63,3	36,7
Obsługa nieruchomości	46,1	53,9
Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	49,5	50,5
Opieka zdrowotna i pomoc społeczna	64,0	36,0

Porównanie deklaracji przedsiębiorstw z sektorów pozytywnie oceniających swoje możliwości zaciągnięcia lub zwiększenia zadłużenia długoterminowego (transport i gospodarka magazynowa oraz sektor rolniczy) z odsetkiem firm z tych sektorów, które w 2014 r. zaciągnęły kredyty długoterminowe lub zamierzały je zaciągnąć⁴¹ potwierdza ich zdolność kredytową. Wynikać może ona z tego, że oba sektory mają potrzeby inwestycyjne wynikające z proeksportowego nastawienia części firm w ich ramach działających, a dane GUS wskazują, że firmy-eksporterzy charakteryzują się wyższą rentownością i generalnie lepszym standingiem finansowym niż nieeksporterzy. Więcej też inwestują.

5.3. Uwarunkowania rynkowe wpływające na możliwości korzystania przez MMŚP z kredytów i pożyczek

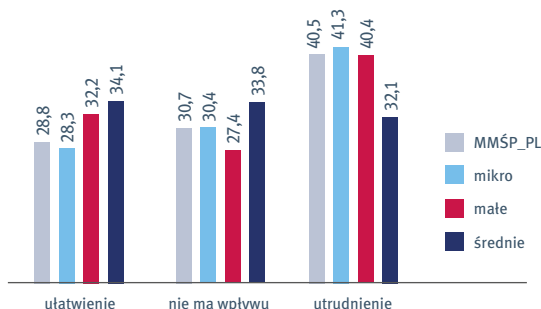
Wszystkie przedsiębiorstwa mikro, małe i średnie mają relatywnie niską skłonność do korzystania z kredytów i pożyczek. Jednak wśród firm małych i średnich ok. 50% to kredytobiorcy, aczkolwiek korzystanie przez nie z dźwigni finansowej jest ograniczone. Natomiast prawie 2/3 mikroprzedsiębiorstw z kredytów krótko- i długoterminowych nie korzysta.

W tym kontekście zastanawiające jest, czy obserwowana niska skłonność do korzystania z zewnętrznego finansowania i niski poziom zadłużenia odsetkowego większości MMŚP w stosunku do wartości sprzedaży jest wynikiem przyjętej przez nie ostrożnej strategii, braku zdolności kredytowej, w tym braku wystarczających zabezpieczeń kredytu, czy też wynika z trudności w dostępie do kapitału na rynku bankowym.

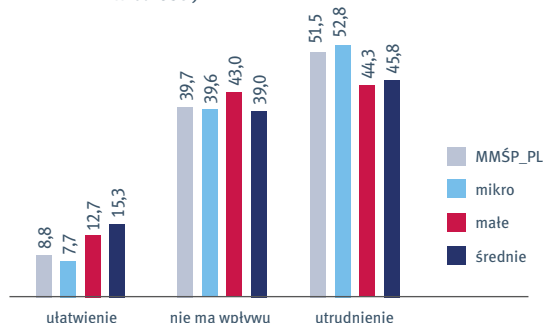
⁴¹ Respondentom zadano dwa pytania: (1) Czy firma korzystała/korzysta z kredytu długoterminowego w 2014 r.: najczęściej, bo 37% firm transportowych odpowiedziało twierdząco i 31,7% firm z sektora rolniczego (2. miejsce). (2) Czy firma zamierza skorzystać w 2014 r. z kredytu długoterminowego (niezależnie od tego, czy już w 2014 r. taki kredyt zaciągnęła: kolejne 15,4% (najwięcej) firm transportowych odpowiedziało twierdząco oraz 12% (3. pozycja) firm z sektora rolniczego.

Można założyć, że przedsiębiorstwa, oceniając negatywnie swoje możliwości zaciągnięcia kredytu długoterminowego, określiły jednocześnie te możliwości w stosunku do kredytu krótkoterminowego. Można przyjąć także już mniej jednoznaczne założenie, że przedsiębiorstwa, które negatywnie oceniły możliwości zaciągnięcia lub zwiększenia zadłużenia długoterminowego i nie wskazały na siebie albo na banki jako przyczyny tych ograniczeń, miały na myśli – przynajmniej w części – czynniki rynkowe. Tym bardziej że relatywnie dużo MMŚP uważa warunki dostępu do kredytu oraz warunki dostępu do poręczeń i gwarancji za utrudnienie ograniczające możliwości rozwoju i negatywnie wpływające na ich ekonomiczną i finansową kondycję.

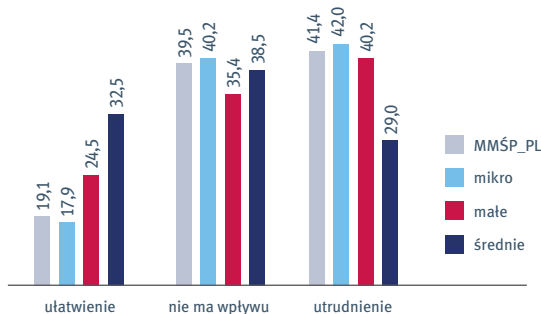
Wykres 51. W jaki sposób warunki dostępu do kredytu wpływają na możliwości rozwoju firmy i jej kondycję ekonomiczną i finansową? (% MMŚP wg klas wielkości)



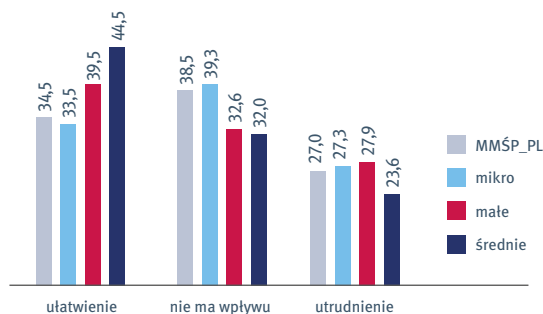
Wykres 52. W jaki sposób obecny poziom stóp procentowych wpływa na możliwości rozwoju firmy i jej kondycję ekonomiczną i finansową? (% MMŚP wg klas wielkości)



Wykres 53. W jaki sposób warunki dostępu do poręczeń i gwarancji wpływają na możliwości rozwoju firmy i jej kondycję ekonomiczną i finansową? (% MMŚP wg klas wielkości)



Wykres 54. W jaki sposób współpraca z bankami wpływa na możliwości rozwoju firmy i jej kondycję ekonomiczną i finansową? (% MMŚP wg klas wielkości)



⁴² W okresie badania, czyli maj–lipiec 2014 r. referencyjna stopa procentowa NBP wynosiła 2,5% (od 4.07.2013 r.).

⁴³ W październiku 2014 r. RPP obniżyła referencyjną stopę procentową NBP do poziomu 2%.

Mimo relatywnie niskiego poziomu referencyjnej stopy procentowej NBP⁴², która ma wpływ na poziom oprocentowania kredytów oferowanych przez banki komercyjne na rynku, mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa oceniają ten poziom jako utrudnienie, czynnik negatywnie wpływający na możliwości ich rozwoju. Przedsiębiorstwa, niezależnie od wielkości, oceniając wpływ stóp procentowych na działalność, biorą zapewne pod uwagę całkowity koszt kredytu, a nie tylko odsetki. A te stanowią relatywnie niedużą część kosztu pieniądza. Na rzeczywistość roczną stopę oprocentowania składają się bowiem jeszcze prowizje (m.in. za udzielenie kredytu) oraz opłaty (tu lista jest długa, ale m.in. opłaty związane ze sporządzeniem umowy, z oceną zdolności kredytowej firmy, w tym z wyceną zabezpieczeń). Dlatego zapewne, mimo najniższej w historii stopy podstawowej NBP⁴³ (stopa referencyjna), wszystkie przedsiębiorstwa, niezależnie od wielkości, postrzegają koszt kapitału jako zbyt wysoki, ograniczający ich potencjał rozwojowy i negatywnie wpływający na ich ekonomiczną, a tym samym finansową kondycję. Najwięcej firm z sektora transport i gospodarka magazynowa, firm prowadzących działalność produkcyjną oraz firm z sektora rolniczego

negatywnie ocenia poziom stóp procentowych. To oczywiste, bowiem występuje tu silna korelacja z relatywnie wysoką skłonnością firm z tych sektorów do korzystania z kredytów. Jednocześnie najmniej firm uważających stopy procentowe za utrudnienie w działalności i rozwoju jest w sektorze obsługa nieruchomości. Tu także występuje silna korelacja z rzeczywistym wykorzystaniem kredytów, które dotyczy niewielkiego odsetka firm.

Generalnie warunki dostępu do kredytu jako utrudnienie ocenia najwięcej firm z sektora transport i gospodarka magazynowa oraz obsługa nieruchomości. Z innych powodów. Dla firm transportowych utrudnienie stanowią koszty pieniądza, który realnie pozyskują na rynku bankowym. Firmy prowadzące obsługę nieruchomości uważają natomiast, że banki nie chcą udzielać kredytu przedsiębiorstwom z sektora MMŚP.

Ważna jest także ocena dokonana przez MMŚP dotycząca warunków dostępu do poręczeń i gwarancji. Podobnie jak w przypadku stóp procentowych ponad 40% firm uznaje je za utrudnienie (dla 40% warunki dostępu do poręczeń i gwarancji nie mają znaczenia). Trzeba jednak pamiętać, że w marcu 2013 r. uruchomiony został program *de minimis* poręczeń i gwarancji skierowany wyłącznie do mikro, małych i średnich przedsiębiorstw. Wyniki tego programu są bardzo dobre, bowiem w okresie ponad 1,5 roku jego realizowania skorzystało z niego ponad 65,5 tys. firm⁴⁴. Badanie pokazuje, że wiedza o tym programie nie jest duża.

W tym kontekście – niskich ocen dotyczących warunków udzielania kredytów, stóp procentowych i dostępu do poręczeń i gwarancji – pozytywnie należy odczytywać ocenę współpracy MMŚP z bankami. Aczkolwiek 27% mikro, małych i średnich przedsiębiorstw oceniających tę współpracę jako utrudnienie pokazuje, że banki mają jeszcze sporą lekcję do odrobienia. Dotyczy to szczególnie relacji banków z firmami mikro, bowiem to wśród nich najwięcej jest firm źle oceniających współpracę z bankami.

⁴⁴ Wg stanu na 31.08.2014 r. wykorzystano na poręczenia i gwarancje (środki wyłącznie z budżetu państwa) w ramach programu *de minimis* ponad 13 mld zł, dzięki czemu 65,5 tys. MMŚP mogło zaciągnąć kredyt operacyjny lub inwestycyjny na kwotę prawie 24 mld zł.

5.4. Korzystanie z kredytów bankowych a priorytety biznesowe na najbliższe 2 lata

Mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa są ostrożne w korzystaniu z kredytów bankowych. Część z nich nie posiada zdolności kredytowej, w tym wymaganych przez instytucje finansowe zabezpieczeń w postaci odpowiedniej wartości rzeczowych aktywów trwałych. Część spełniałaby wymagania banków dotyczące zabezpieczeń, ale koszt kapitału (oprocentowanie prowizje, opłaty) jest dla nich zbyt duży, aby przychody i dochody z ich działalności mogły to udźwignąć.

W opinii MMŚP największą barierą w korzystaniu z zewnętrznego finansowania są jednak jego koszty, i to te nie w pełni od banków zależne, bowiem na poziom stóp procentowych wpływ mają w dużej mierze decyzje Rady Polityki Pieniężnej ustalające poziom stopy podstawowej (referencyjnej) NBP. W rozdziale 5.3. była już mowa o tym, że w okresie badania stopa referencyjna NBP kształtowała się na poziomie 2,5%. Trudno uznać ją za wysoką. Jednak przedsiębiorcy takiej właśnie oceny dokonali. Wynika to zapewne z luki między stopą procentową a niskim poziomem wskaźnika cen dóbr produkcyjnych (PPI) i wskaźnika cen towarów i usług konsumpcyjnych (CPI), która powoduje, że realnie stopa procentowa jest dla producentów i usługodawców wyższa niż 2,5%.

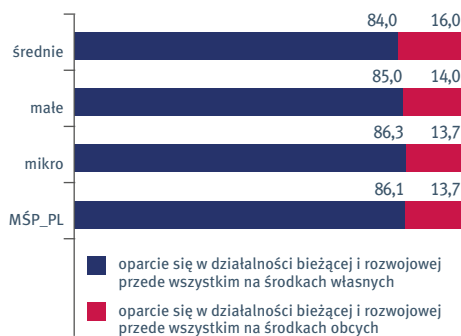
Wykres 55. Co jest barierą w korzystaniu z kredytów bankowych (% MMŚP_PL; 3 najważniejsze bariery łącznie)



Drugą grupę barier w korzystaniu z kredytów bankowych stanowią głównie problemy na linii MMŚP – banki. Mikro, małe i średnie firmy nie widzą bowiem tam dla siebie oferty, ale widzą wymagania związane z koniecznością posiadania zabezpieczeń kredytów i ich wysokością oraz postrzeganie przez banki mikro, małych i średnich firm jako bardziej ryzykownych niż firmy duże. Na tym tle nawet biurokracja instytucji finansowych nie jest dla MMŚP już poważnym problemem.

Trudno się zatem dziwić, że w najbliższych 2 latach MMŚP nie planują zmiany swoich priorytetów biznesowych dotyczących korzystania z zewnętrznych źródeł finansowania. Absolutna większość przedsiębiorstw, i to niezależnie od wielkości oraz sektora gospodarki, opierać będzie swoją działalność bieżącą i rozwojową na kapitale własnym. Aczkolwiek warto tu zwrócić uwagę na firmy z sektora rolniczego, w których odsetek tych, które planują na większą skalę korzystać z dźwigni finansowej, jest zdecydowanie najwięcej. Może to wynikać, podobnie jak sygnalizowany już wcześniej stosunek firm z tego sektora do korzystania z kredytów, w tym kredytów długoterminowych, z planów rozwojowych związanych z eksportem.

Wykres 56. Jakie są priorytety biznesowe firmy na najbliższe 2 lata (% MMŚP wg klas wielkości)



Wykres 57. Zakładając, że dostęp do kredytu nie jest barierą, to filozofią działania właściciela/menedżera powinno być... (% MMŚP wg klas wielkości)

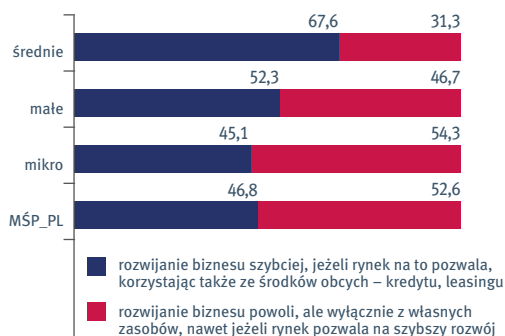


Tabela 35. Jakie są priorytety biznesowe firmy na najbliższe 2 lata? (% MMŚP wg sekcji gospodarki)

sekcja PKD	oparcie działalności bieżącej i rozwojowej na środkach własnych	oparcie działalności bieżącej i rozwojowej na środkach obcych	(17) Zakładając, że dostęp do kredytu nie jest barierą, to filozofią działania właściciela/ menedżera powinno być (% MMŚP wg sekcji gospodarki)
	%	%	rozwijanie biznesu szybciej, jeżeli rynek na to pozwala, korzystając także ze środków obcych – kredytu, leasingu
Rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo, rybactwo	79,7	20,3	45,6
Działalność produkcyjna	85,5	14,5	55,4
Budownictwo	87,9	12,1	41,0
Handel hurtowy i detaliczny	85,3	14,7	40,1
Transport, gospodarka magazynowa	84,2	15,8	55,4
Działalność związana z zakwaterowaniem, usługami gastronomicznymi	93,7	6,3	38,1
Informacja i komunikacja	90,9	9,1	65,0
Obsługa nieruchomości	87,2	12,8	57,8
Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	85,6	14,4	54,5
Opieka zdrowotna i pomoc społeczna	92,8	7,2	66,1

Jednocześnie zdecydowanie mniej MMŚP deklaruje otwarcie się na korzystanie w działalności bieżącej i rozwojowej ze środków obcych (13,7%), niż określa swoją filozofię prowadzenia biznesu jako otwartą na korzystanie z szans pojawiających się na rynku przy wykorzystaniu środków obcych (46,8%).

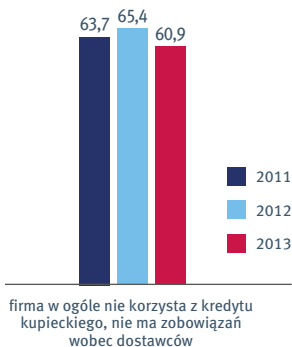
Zmierzenie się realnych warunków dostępu do kredytu z hipotetycznymi szansami rynkowymi, które wymagałyby zwiększenia udziału zewnętrznego finansowania, daje w firmach priorytet ostrożności i zachowawczości. Jak do tej pory taki scenariusz sprawdzał się w okresie słabej koniunktury. Warto jednak, aby przedsiębiorcy z sektora MMŚP byli gotowi wdrażać także bardziej otwarty na korzystanie z dźwigni finansowej scenariusz.

6. Finansowanie działalności operacyjnej przez MMŚP – kredyt kupiecki

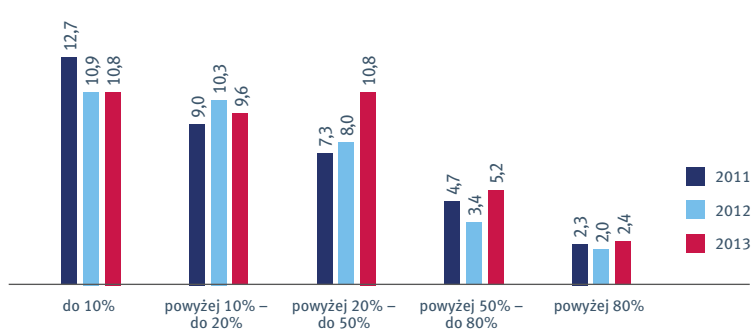
6.1. Kredyt kupiecki – komplementarność czy substytucyjność w stosunku do kredytów i pożyczek bankowych⁴⁵

Badania prowadzone na podstawie danych dotyczących polskich małych przedsiębiorstw⁴⁶ nie wskazują jednoznacznie, czy kredyt kupiecki jest uzupełnieniem zewnętrznego finansowania dla MMŚP, czy też zastępuje krótkoterminowy kredyt bankowy. Jedne wyniki badań wskazują na substytucyjność, inne na komplementarność kredytu kupieckiego i kredytu bankowego o krótkim (do 1 roku) okresie zapadalności. Badania te oparte zostały na modelowaniu ekonometrycznym. Trudno je porównywać do wyników badania prezentowanego w niniejszym Raporcie. Wynika z nich jedynie, że mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa w większości nie finansują się kredytem kupieckim. W latach 2011–2013 ponad 60% firm nie miało żadnych zobowiązań wobec dostawców. W grupie pozostałych 35–40% ponad połowa miała zobowiązania handlowe na poziomie nie większym niż 20% wartości przychodów ze sprzedaży.

Wykres 58. Jaki jest przeciętny procentowy udział kredytu kupieckiego (zobowiązań handlowych) w wartości sprzedaży? (% MMŚP_PL; 1; kolejne badania 2011–2013)



Wykres 59. Jaki jest przeciętny procentowy udział kredytu kupieckiego (zobowiązań handlowych) w wartości sprzedaży? (% MMŚP_PL; 2; kolejne badania 2011–2013)



⁴⁵ W badaniu *Monitoring kondycji sektora MMŚP 2014* nie pojawiło się pytanie o korzystanie z kredytu kupieckiego, czyli odroczonego terminu płatności. Ale takie pytanie było zadawane respondentom w poprzednich edycjach badania i wyniki odpowiedzi na to pytanie zostały wykorzystane (dla lat 2011–2013). Porównywalna struktura w latach 2011–2013 pozwala założyć, że w 2014 r. była ona podobna.

⁴⁶ M.in. *Determinanty popytu małych przedsiębiorstw na kredyt handlowy, identyfikacja i ocena*, D. Zawadzka, Wydawnictwo UE w Poznaniu, 2009; *Substytucja między kredytem kupieckim i bankowym – wyniki empiryczne na podstawie danych panelowych*, J. Marzec, M. Pawłowska, *Bank i Kredyt* 42, 2012. Oba badania prowadzą do odmiennych wniosków.

W przypadku części z tych 35–40% MMŚP można założyć, że wykorzystują one kredyt kupiecki do zarządzania krótkoterminową płynnością finansową, bowiem rotacja zobowiązań handlowych wynosi średnio dla tej grupy firm ok. 2 miesięcy. Potencjalnie pozwala to na niekorzystanie z kredytu bankowego i nieponoszenie kosztów z nim związanych. I może oznaczać, że część MMŚP traktuje kredyt kupiecki jako substytut kredytu bankowego. Trudno jednak określić, czy i jaka część firm spośród korzystających z kredytu kupieckiego traktuje go jako substytut kredytu bankowego. Na pewno można jedynie stwierdzić, że MMŚP nieposiadające zobowiązań wobec dostawców nie mogą traktować zobowiązań handlowych jako substytutu kredytu bankowego. Dotyczy to szczególnie mikroprzedsiębiorstw, bowiem wśród nich prawie 2/3 nie wykorzystuje odroczonej płatności w relacjach z dostawcami.

Zatem większość (ponad 60%) MMŚP nie dokonuje substytucji kredytu bankowego zobowiązaniami handlowymi ze względu na to, iż takich zobowiązań nie zaciąga. Natomiast dla 35–40% MMŚP zobowiązania handlowe potencjalnie mogą być substytutem krótkoterminowego kredytu bankowego, szczególnie w przypadku tych firm, w których kredyt kupiecki stanowi powyżej 20% przychodów ze sprzedaży (ok. 10–15% MMŚP). Mogą jednak także być komplementarne wobec kredytów bankowych.

Badania „Monitoring...” wskazują bardziej na komplementarność kredytu kupieckiego i kredytu bankowego niż na substytucyjność⁴⁷.

⁴⁷ Zależność nie jest silna, bowiem współczynnik V-Cramera przy badaniu zależności między korzystaniem z kredytu kupieckiego i kredytu bankowego wyniósł 0,394.

Wykres 60. Czy firma korzysta z kredytu bankowego? (% MMŚP wg stosunku do kredytu kupieckiego)



Przedsiębiorstwa mikro, małe i średnie, które nie posiadają zobowiązań wobec dostawców, w większości (75,6%) nie korzystają także z kredytu bankowego. Potwierdza to zatem tezę o braku skłonności MMŚP do korzystania z zewnętrznego finansowania. Jednocześnie firmy, które korzystają z kredytu kupieckiego, korzystają w większości (64%) także z kredytu bankowego, co wskazywałoby na komplementarność obu źródeł finansowania zewnętrznego.

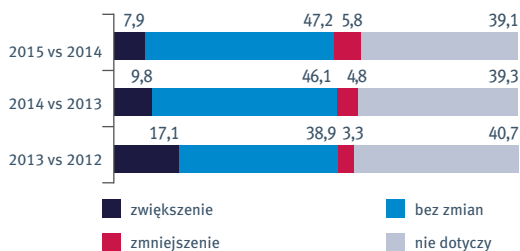
Sytuacja nie jest jednak jednoznaczna, bowiem ponad 1/3 MMŚP korzystających z kredytu kupieckiego nie korzysta z kredytu bankowego, co może, ale nie musi oznaczać, że mamy w tych przypadkach do czynienia z efektem wypierania kredytów bankowych przez nieodsetkowe źródło finansowania, jakim są odroczone płatności wobec dostawców.

6.2. Kłopoty z egzekwowaniem należności od kontrahentów

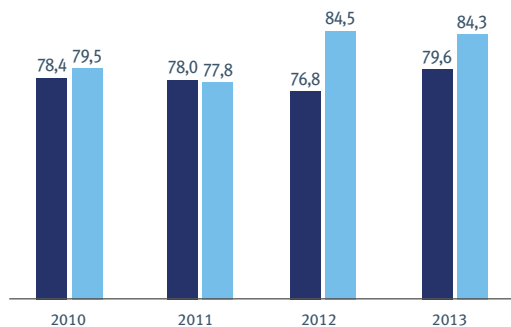
Kredyt kupiecki pozwala firmom korzystającym z odroczonej terminowości płatności na większą elastyczność w zarządzaniu krótkoterminową płynnością finansową, niezależnie od tego, czy korzystają one z możliwości przesunięcia terminu płatności, aby nie brać kredytów, czy też aby uzupełnić swój potencjał kapitałowy. Natomiast w przypadku dostawców, którzy wraz z towarami i usługami oferują kontrahentom możliwość rozliczenia transakcji nie w momencie jej zawierania, ale w okresie późniejszym, udzielanie kredytu kupieckiego może wpływać negatywnie na płynność finansową.

Z badań „Monitoring...”⁴⁸ wynika, że w 2013 r. problem z egzekwowaniem należności od kontrahentów nie dotyczył ponad 40% MMŚP⁴⁹. Podobnie, wg MMŚP, będzie wyglądał rok 2014 i 2015. Z punktu widzenia przedsiębiorstw, a także całej gospodarki, ważne jest jednak to, czy kłopoty z egzekwowaniem należności narastają, czy też będą problemem dla coraz mniejszej liczby firm. W 2013 r. odsetek MMŚP, w których zwiększyły się problemy związane z odzyskiwaniem należności od kontrahentów, wyniósł ponad 17%. Eliminując z analizy te firmy, których problem w ogóle nie dotyczy, to prawie 30% MMŚP. Jednak w kolejnych latach (2014–2015) odsetek firm, które spodziewają się problemów z egzekwowaniem należności, maleje, a rośnie (nieznacznie) odsetek przedsiębiorstw, które spodziewają się poprawy sytuacji.

Wykres 61. Kłopoty z egzekwowaniem należności od kontrahentów w latach 2013–2015 (% MMŚP_PL; r/r; 2014 i 2015 – oczekiwania)

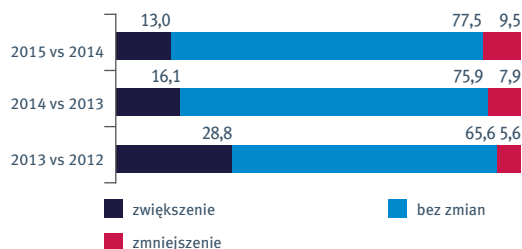


Wykres 63. Odsetek przedsiębiorstw z dodatnim wynikiem finansowym netto [% MMŚP_PL (badanie); % średnich i dużych firm (GUS)]



■ średnie i duże firmy z dodatnim wynikiem finansowym netto (GUS)
■ MMŚP (odsetek), które osiągnęły dodatni wynik finansowy netto (badanie „Monitoring...”)

Wykres 62. Kłopoty z egzekwowaniem należności od kontrahentów w latach 2013–2015 (% MMŚP_PL bez firm, których problem nie dotyczy; r/r; 2014 i 2015 – oczekiwania)



Wykres 64. Odsetek przedsiębiorstw z dodatnim wynikiem finansowym netto w 2013 r. (% MMŚP wg klas wielkości)



⁴⁸ W badaniu tegorocznym respondenci pytani byli o zmiany w 2013 r. w stosunku do 2012 r., sytuację w 2014 r. w stosunku do 2013 r. oraz o prognozy dla 2015 r. vs 2014 r.

⁴⁹ W 2013 r. 60% firm nie korzystało z kredytu kupieckiego (wyk. 46), a jednocześnie w pytaniu o problemy związane z egzekwowaniem należności „tylko” 40% odpowiedziało, że ich te kłopoty „nie dotyczą” (wyk. 49), należy zakładać, że część przedsiębiorstw z tej grupy nie wskazała odpowiedzi „nie dotyczy”, a odpowiedź „bez zmian”. Jednak interesują nas zmiany, czyli odsetek firm, które wskazują na wzrost lub spadek kłopotów związanych z egzekwowaniem należności, dlatego różnice w odpowiedzi na pytania zawarte w wyk. 46 i 49 dotyczące liczby firm niekorzystających z kredytu kupieckiego nie są tu ważne.

Teoretycznie zmniejszenie problemów związanych z egzekwowaniem należności przez przedsiębiorstwa powinno wiązać się z poprawą koniunktury gospodarczej, a tym samym z lepszymi wynikami finansowymi firm, w tym większą liczbą firm osiągających dodatnie wyniki finansowe. Tymczasem dane GUS⁵⁰ wskazują, że nie zachodzi tu korelacja. Odsetek firm średnich i dużych, które kończyły kolejne lata zyskiem netto, nie zmienia się w sposób znaczący wraz ze zmianą dynamiki wzrostu gospodarczego (w 2011 r. PKB wzrósł o 4,8%, w 2012 r. o 1,8%, w 2013 r. – o 1,7%, tymczasem odsetek firm z dodatnim wynikiem finansowym jest największy właśnie w 2013 r.).

⁵⁰ Wyniki finansowe przedsiębiorstw niefinansowych, kolejne lata, GUS.

Informacje uzyskane w trakcie badania „Monitoring...” także wskazują na brak bezpośredniej zależności między sytuacją w gospodarce a sytuacją finansową mikro, małych i średnich przedsiębiorstw – mimo słabszego wzrostu PKB odsetek MMŚP osiągających dodatni wynik finansowy w latach 2012 i 2013 jest większy niż w latach o wyższej dynamice PKB. Należy zatem założyć, że na standing finansowy MMŚP koniunktura gospodarcza ma wpływ pośrednio i odwrotnie, niż wynikałoby to z sytuacji w gospodarce – prawdopodobnie słabsza motywuje przedsiębiorstwa do takiego zarządzania kosztami i płynnością finansową, które pozwala na amortyzowanie potencjalnych negatywnych konsekwencji osłabienia.

Niezależnie od koniunktury gospodarczej nie zmienia się także liczba firm korzystających z kredytu kupieckiego (wyk. 58 i 61). Jeżeli w firmach takiego kredytu udzielających pojawiają się problemy w okresie osłabienia gospodarczego, to nie wynikają one z rosnącej liczby zainteresowanych korzystaniem z odroczonej płatności, ale z pogarszania się sytuacji finansowej części tych przedsiębiorstw, które zawsze korzystają z kredytu kupieckiego. A to wskazywałoby, że w czasie słabszej koniunktury część MMŚP, które bazują w swoim modelu biznesowym na korzystaniu z odroczonej płatności, traktuje je jako instrument do obrony przed utratą płynności finansowej.

Mamy zatem do czynienia z sytuacją, w której wraz ze słabszą dynamiką wzrostu gospodarczego rośnie liczba firm, które muszą radzić sobie ze zwiększonymi kłopotami z egzekwowaniem należności od kontrahentów, a jednocześnie rośnie liczba firm, które osiągają dodatni wynik finansowy. Działają tu prawdopodobnie dwa czynniki – przedsiębiorstwa-dostawcy kredytu kupieckiego zwiększają swoją płynność finansową (korzystając także z kredytów), a przedsiębiorstwa-biorcy kredytu kupieckiego zwiększają dzięki odroczonej płatności swoją zdolność do przeżycia i osiągnięcia dodatniego wyniku finansowego.

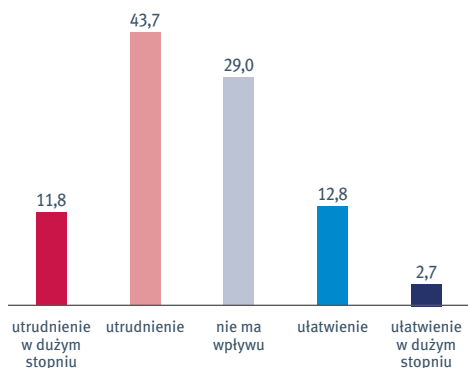
Teoretycznie mogłby działać tu także inny czynnik – ubezpieczenie kredytu kupieckiego.

6.2.1. Zarządzanie ryzykiem niewypłacalności przez MMŚP wykorzystujące kredyt kupiecki

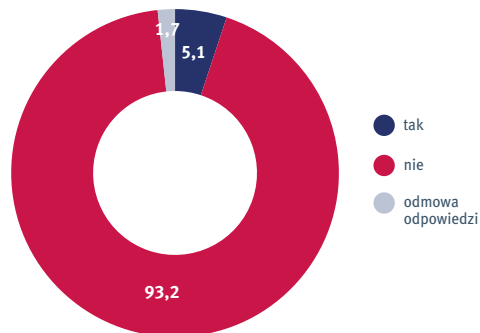
Mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa uważają⁵¹, że kredyt kupiecki to w zdecydowanie większym stopniu problem niż ułatwienie w działalności firmy. Ponad 55% MMŚP uważa, że stosowanie odroczonej terminów płatności prowadzi do problemów ze ściąganiem należności od kontrahentów, a to w sposób oczywisty stanowi utrudnienie w działalności firm udzielających kredytów kupieckich.

⁵¹ Odpowiedzi całej badanej populacji, czyli odpowiadali także ci przedsiębiorcy, którzy z kredytu kupieckiego nie korzystają.

Wykres 65. Czy ściąganie należności od kontrahentów wpływa na możliwości rozwoju firmy i jej sytuację ekonomiczną i finansową? (% MMŚP_PL)



Wykres 66. Czy firma korzysta z ubezpieczenia kredytu kupieckiego? (% MMŚP_PL)



MMŚP radzą sobie z problemem, te udzielające kredytów kupieckich, jak i z nich korzystające, bowiem odsetek firm ponoszących straty netto z działalności maleje, nawet w okresie osłabienia gospodarczego. Jest to prawdopodobnie przyczyną, że tylko 5% mikro, małych i średnich przedsiębiorstw korzysta z możliwości ubezpieczenia kredytu kupieckiego. Przy czym nieco więcej jest firm zarządzających w ten sposób ryzykiem utraty płynności wśród przedsiębiorstw małych (12,8%) i średnich (14,1%) niż wśród firm mikro (4,1%).

Zarządzanie ryzykiem jest generalnie problemem w MMŚP – firmy identyfikują tylko standardowe ryzyka (kradzież, ogień, woda etc.) i ubezpieczają się od skutków ich wystąpienia. Znacznie gorzej jest z identyfikacją i umiejętnością zarządzania innymi ryzykami. Działa tu z jednej strony brak wystarczającej wiedzy o zarządzaniu różnymi procesami w firmie, ale także zbyt niskie dochody, szczególnie w przypadku mikroprzedsiębiorstw.

7. Finansowanie rozwoju MMŚP – leasing

7.1. Skłonność MMŚP do korzystania z leasingu

Kodeks cywilny (art. 709) mówi, że przez umowę leasingu finansujący zobowiązuje się, w zakresie działalności swego przedsiębiorstwa, nabyć rzecz od oznaczonego zbywcy na warunkach określonych w tej umowie i oddać tę rzecz korzystającemu do używania albo używania i pobierania pożytków przez czas oznaczony, a korzystający zobowiązuje się zapłacić finansującemu, w uzgodnionych ratach, wynagrodzenie pieniężne równe co najmniej cenie lub wynagrodzeniu z tytułu nabycia rzeczy przez finansującego⁵².

Leasing to sfinansowanie przez firmę leasingową zakupu środka trwałego i oddanie go przedsiębiorcy-leasingobiorcy w użytkowanie na określonych w pisemnej umowie warunkach. Badanie „Monitoring...” wykazuje, że mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa częściej korzystają w celach inwestycyjnych z leasingu niż z kredytu (nowe kredyty długoterminowe uruchomiło w 2014 r. 10,2% MMŚP, a nowe umowy leasingowe ponad 16% MMŚP). Z badania wynika także, że w latach 2009–2014 korzystało i korzysta z leasingu 31,8% firm. Kolejne 16% MMŚP co prawda w latach 2009–2013 z leasingu nie korzystało, ale do takiej decyzji przymierza się w 2014 r.

Wykres 67. Czy w latach 2009–2013 i/lub 2014 firma korzystała z leasingu? (% MMŚP_PL)

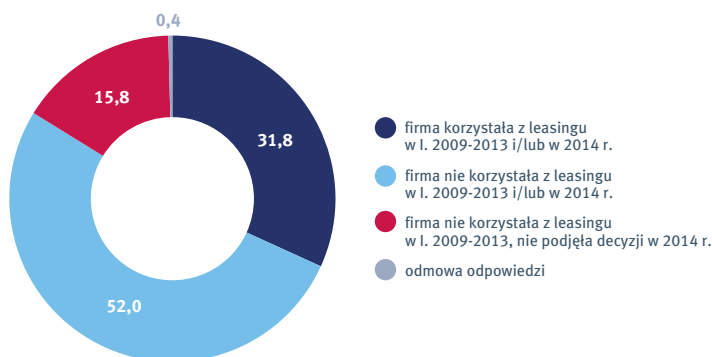
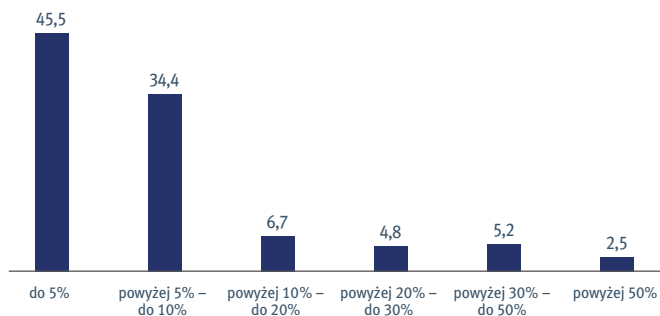


Tabela 36. Czy w latach 2009-2013 i/lub 2014 firma korzystała z leasingu (% MMŚP wg klas wielkości)

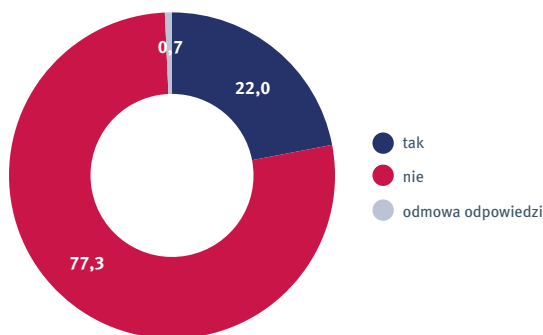
klasa wielkości	korzystały z leasingu w l. 2009-2013 i/lub w 2014 r. (%MMŚP)	nie korzystały z leasingu w l. 2009-2013 i/lub w 2014 r. (%MMŚP)	nie korzystały z leasingu w l. 2009-2013 nie podjęły decyzji w 2014 r. (%MMŚP)
mikro	28,4	54,8	16,3
małe	51,1	35,1	13,8
średnie	64,3	29,8	5,9

⁵² <http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU19640160093>

Wykres 68. Jaki jest przeciętny procentowy udział leasingu (wartość netto faktur leasingowych) w wartości sprzedaży firmy? (% MMŚP_PL; 2014)



Wykres 69. Czy firma niekorzystająca z kredytów korzystała w latach 2009–2013 (% MMŚP_PL)



Zasoby kapitałów własnych MMŚP są ciągle niskie, a to ogranicza ich skłonność do ryzyka, a tym samym do korzystania z kredytu. Zaciągając kredytowe zobowiązanie odsetkowe na zakup środków trwałych, MMŚP chcą mieć pewność, że będą zdolne do obsługi zadłużenia i nie stracą płynności finansowej. Niski poziom kapitałów własnych takiej pewności im nie daje. Dlatego leasing, z możliwością płacenia za korzystanie z aktywów trwałych w ratach, korzystnymi regulacjami podatkowymi czy możliwością częstszego wymieniania środków trwałych jest dla mikro, małych, średnich przedsiębiorstw rozwiązaniem dającym szansę na rozwój, bo pomagającym ten rozwój finansować. Nie wymaga bowiem wysokich kapitałów własnych na wejściu (jako kofinansowania inwestycji wraz z kredytem), a na płynność finansową wpływa w podobnym stopniu jak spłacanie kredytów wraz z odsetkami.

Nie oznacza to, że leasing wypiera kredyty bankowe. Większość MMŚP (77%) niekorzystających z kredytów nie korzysta bowiem także z leasingu. Potwierdza to tezę o niskiej skłonności mikro, małych i średnich przedsiębiorstw do korzystania z zewnętrznego finansowania, która wynika z przyczyn wewnętrznych (m.in. omawianej słabości kapitałowej wpływającej na niską skłonność do ryzyka MMŚP), a nie leżących poza firmą.

Struktura firm korzystających z leasingu wg klas wielkości wskazuje, że jest to ważne źródło finansowania przede wszystkim dla firm średnich (64,3% korzysta z leasingu) i małych (ponad 50% korzysta z leasingu). Mikroprzedsiębiorstwa korzystają z tej formy finansowania średnio rzadziej niż firmy małe i średnie, jednak ze względu na udział tej grupy firm w ogólnej liczbie przedsiębiorstw (96%) wśród leasingobiorców najwięcej jest właśnie firm mikro.

Podobnie jak w przypadku kredytów, także wartość leasingu (wartości netto faktur leasingowych) nie jest wysoka – w ponad 45% MMŚP stanowi nie więcej niż 5% wartości przychodów ze sprzedaży, a w przypadku kolejnych ponad 30% firm nie przekracza 10% przychodów ze sprzedaży.

Dlaczego MMŚP relatywnie chętniej korzystają z leasingu niż kredytu, decydując się na inwestycje? Inwestycje w maszyny, urządzenia, środki transportu, sprzęt IT, oprogramowanie są dla firm podwójnym „obciążeniem”. Wymagają bowiem kapitału na sfinansowanie zakupu środków trwałych, a także zmniejszają płynność finansową firmy (tylko inwestycje do 3,5 tys. zł firma może włożyć w całości w koszty, większe wydatki na inwestycje uwzględniane są w kosztach w postaci amortyzacji, czyli wliczanie w koszty rozłożone jest na kilka, a w przypadku budynków i budowli na kilkadziesiąt lat). Obu tych „zasobów” – kapitału i płynności – MMŚP nie mają w nadmiarze.

Przyczyną większego zainteresowania MMŚP leasingiem, a nie kredytem, jest zatem słabość kapitałowa. Dotyczy to przede wszystkim mikroprzedsiębiorstw, ale małe i średnie firmy mają podobny problem, aczkolwiek jego skala jest inna.

Korzystanie z leasingu jest zróżnicowane branżowo. W latach 2009–2014 prawie 50% firm z sektora produkcyjnego oraz z sektora opieka zdrowotna i pomoc społeczna korzystało i korzysta z leasingu. Wysokie zainteresowanie firm przemysłowych inwestycjami finansowanymi leasingiem nie dziwi, bowiem w tym sektorze zapotrzebowanie na środki trwałe jest bardzo duże. Niezbędna jest także ich ciągła modernizacja, co leasing, nie wymagając ich nabywania, ułatwia. Korzystanie z leasingu w firmach produkcyjnych koncentruje się na samochodach osobowych (60,1% MMŚP z sektora przemysłowego), samochodach dostawczych (DMC do 3,5 ton; 48,9% firm) oraz maszynach, urządzeniach i liniach produkcyjnych (46,8% firm).

Wysokie zainteresowanie leasingiem firm z sektora opieka zdrowotna i pomoc społeczna wynika z rozwoju prywatnej opieki zdrowotnej, a ten – z procesów demograficznych. Liczba firm w tym sektorze przyrasta w bardzo szybkim tempie – w 2004 r. było ich 95,5 tys., a w 2012 r. już 147 tys.⁵³, czyli liczba firm wzrosła o ponad 50% i to właściwie tylko w grupie MMŚP, bowiem liczba firm dużych wzrosła jedynie o 63. W tym czasie liczba firm w całym sektorze przedsiębiorstw wzrosła o 4,7%. Dane te pokazują, dlaczego zainteresowanie leasingiem firm z sektora opieka zdrowotna i pomoc społeczna jest tak duże. Przedsiębiorstw przybywa, nie są one silne kapitałowo, bo dopiero budują swoją pozycję na rynku, a zatem szukają możliwości inwestowania w formule, która siły kapitałowej nie wymaga. Przedsiębiorstwa tego sektora leasingują przede wszystkim samochody osobowe (84,8%) oraz komputery, laptopy, tablety, oprogramowanie, sprzęt biurowy (34%).

⁵³ *Działalność przedsiębiorstw niefinansowych 2004 i 2012, GUS.*

Dwa kolejne sektory ponadprzeciętnie zainteresowane leasingiem to transport i gospodarka magazynowa oraz działalność profesjonalna, naukowa i techniczna. Przyczyny korzystania z leasingu w tych sektorach są odmienne. Transportowe MMŚP budują swoją flotę samochodową, czyli podstawowe czynniki produkcji, głównie z wykorzystaniem leasingu. Środki transportu są w tych firmach głównym leasingowanym środkiem trwałym – 73,5% przedsiębiorstw transportowych leasinguje samochody ciężarowe, 23,4% firm leasinguje samochody osobowe, a 12,7% firm – samochody dostawcze.

Środki transportu nie są natomiast podstawowymi czynnikami produkcji w firmach prowadzących działalność profesjonalną, naukową i techniczną, jednak ponad 70% firm z tego sektora leasinguje właśnie środki transportu – samochody osobowe. „Tylko” 19% firm leasinguje maszyny, urządzenia i linie produkcyjne, a 7,4% – sprzęt komputerowy, oprogramowanie i sprzęt biurowy.

Bardzo profesjonalnie wygląda natomiast korzystanie z leasingu w firmach z sektora rolniczego. Mimo że z leasingu korzysta tylko 20% firm, to struktura przedmiotowa leasingu jest silnie związana z podstawową działalnością rolniczych MMŚP – 54% przedsiębiorstw korzysta z leasingu w celu nabycia samochodów dostawczych, 37% leasinguje maszyny i urządzenia, a 42% – samochody osobowe.

Widać zatem wyraźnie, że tylko w firmach przemysłowych, transportowych, a także działających w sektorze rolniczym leasing jest źródłem pozyskiwania podstawowych czynników produkcji. Pozostałe aktywne leasingowo sektory koncentrują się na leasingu samochodów, które są zapewne potrzebne w każdej działalności gospodarczej, ale nie stanowią jej bazy.

Tabela 37. Czy w latach 2009-2013 i/lub 2014 firma korzystała z leasingu? (% MMŚP wg sekcji gospodarki)

sekcja PKD	korzystały z leasingu w l.2009-2013 i/lub w 2014 r. (% MMŚP)	nie korzystały z leasingu w l.2009-2013 i/lub w 2014 r. (% MMŚP)	nie korzystały z leasingu w l.2009-2013 nie podjęły decyzji w 2014 r. (% MMŚP)
Rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo, rybactwo	20,5	60,5	19,0
Działalność produkcyjna	46,5	41,4	12,1
Budownictwo	25,0	56,7	18,3
Handel hurtowy i detaliczny	28,7	54,7	15,5
Transport, gospodarka magazynowa	38,3	47,7	12,0
Działalność związana z zakwaterowaniem, usługami gastronomicznymi	22,9	57,2	19,9
Informacja i komunikacja	23,9	57,0	19,1
Obsługa nieruchomości	22,7	66,7	10,6
Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	39,0	44,4	16,5
Opieka zdrowotna i pomoc społeczna	47,0	31,3	21,9

Tabela 38. Czy w latach 2009-2013 i/lub 2014 firma korzystała z leasingu? (% MMŚP wg regionów)

województwo	korzystały z leasingu w l.2009-2013 i/lub w 2014 r. (% MMŚP)	nie korzystały z leasingu w l.2009-2013 i/lub w 2014 r. (% MMŚP)
dolnośląskie	34,6	54,1
kujawsko-pomorskie	41,2	35,7
lubelskie	19,5	56,0
lubuskie	27,8	57,2
łódzkie	20,4	70,4
małopolskie	36,7	48,6
mazowieckie	37,4	47,6
opolskie	25,4	62,6
podkarpackie	24,4	51,9
podlaskie	23,9	54,6
pomorskie	40,7	38,5
śląskie	22,7	63,2
świętokrzyskie	20,0	71,6
warmińsko-mazurskie	13,7	56,6
wielkopolskie	36,8	49,7
zachodniopomorskie	45,8	26,7

Dziwić może relatywnie niewielki odsetek firm z sektora informacja i komunikacja, a także hotele i restauracje będących w latach 2009–2014 leasingobiorcami. Wydaje się, że w tych sektorach popyt na inwestycje finansowane leasingiem powinien być większy, bo potrzebne środki trwałe to nie tylko samochody. Tymczasem w jednym i drugim sektorze większość firm leasinguje właśnie samochody – osobowe i dostawcze. Hotele i restauracje mogłyby leasingować np. profesjonalny sprzęt kuchenny, w tym chłodniczy, sprzęt pralniczy czy meble. A firmy z sektora informacja i komunikacja mogłyby leasingować maszyny poligraficzne (prawdopodobnie większość popytu została zaspokojona przez wykorzystanie środków unijnych), sprzęt komputerowy, sprzęt do produkcji filmów czy nagrań dźwiękowych, sprzęt do nadawania programów radiowych i telewizyjnych. Prawdopodobnie jednak firmy leasingowe nie mają w tych obszarach oferty produktowej dla MMŚP.

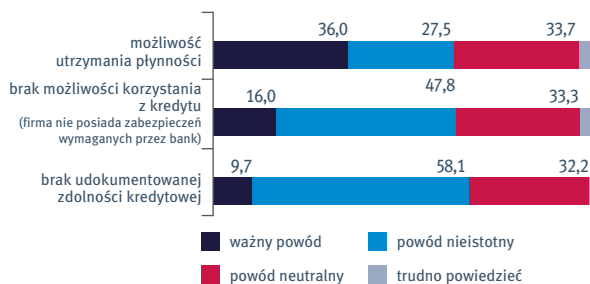
Różna jest skłonność do korzystania z leasingu nie tylko w sektorach gospodarki, ale także w poszczególnych regionach. Trudno jest jednak odpowiedzieć na pytanie, z czego to zróżnicowanie wynika – czy po prostu z różnej aktywności firm leasingowych w poszczególnych regionach, czyli podaży (oferta jest porównywalna, więc różnica może wynikać z profesjonalizmu handlowców sprzedających usługi leasingowe) czy też z większej skłonności MMŚP do korzystania z leasingu w Zachodniopomorskiem, Pomorskiem i Kujawsko-Pomorskiem, czyli popytu.

7.1.1. Powody korzystania z leasingu

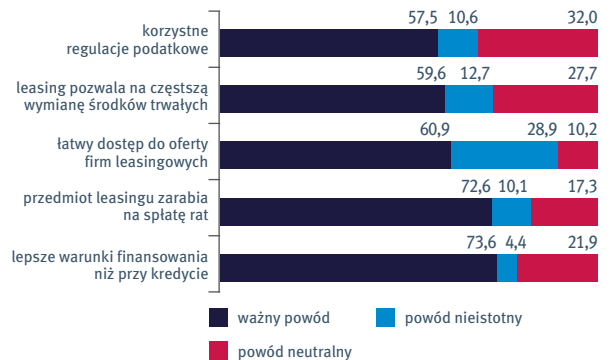
Przedsiębiorstwa z sektora MMŚP, które korzystały z leasingu w latach 2009–2013 i korzystają w 2014 r., wskazują na kilka ważnych przyczyn sięgania po tę formę finansowania inwestycji w środki trwałe. Jednak nie są nimi problemy z dostępem do zewnętrznego finansowania wynikające z braku zdolności kredytowej czy braku zabezpieczeń kredytów. Tylko dla 10% MMŚP ważnym powodem korzystania z leasingu jest brak udokumentowanej zdolności kredytowej, a więc brak możliwości skorzystania z kredytu, a dla 16% – brak wymaganych przez banki zabezpieczeń,

a więc także brak możliwości skorzystania kredytu. W tym kontekście relatywnie dużo, bo 36% MMŚP wskazuje na możliwość utrzymania płynności jako przyczynę korzystania z leasingu. Jednak to inne niż standing finansowy przyczyny dominują przy podejmowaniu decyzji o leasingu – ekonomiczne, związane z charakterystyką leasingu jako źródła finansowania.

Wykres 70. Powody korzystania z leasingu_1
(% MMŚP_PL korzystających z leasingu)



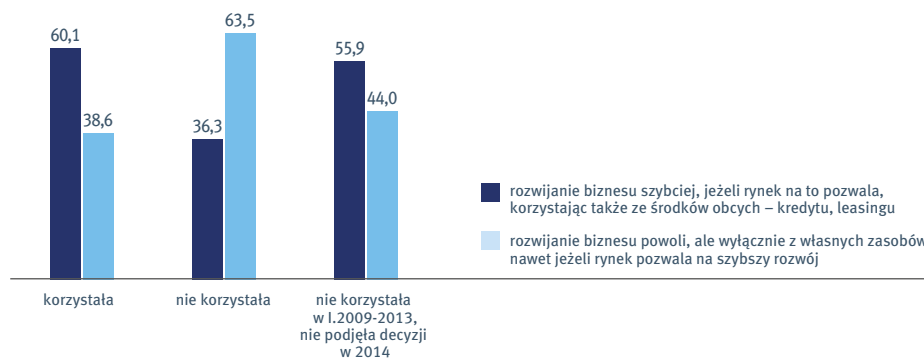
Wykres 71. Powody korzystania z leasingu_2
(% MMŚP_PL korzystających z leasingu)



Dla ponad 70% firm powodem sięgania po leasing są korzystne warunki finansowania (korzystniejsze niż kredyt) i fakt, że przedmiot leasingu zarabia na spłatę rat.

Ważny dla MMŚP jest także łatwy dostęp do firm leasingowych i fakt, że dostarczają one nie tylko pieniądze na sfinansowanie inwestycji w środki trwałe, ale dzięki umowom z producentami dóbr leasingowanych przedsiębiorca dostaje także dostęp do tych dóbr bez konieczności poszukiwania ich na rynku. Zmniejsza to koszty transakcyjne MMŚP, zmniejsza bowiem ryzyka związane z zakupem środków trwałych na własność. Pozwala także na wykorzystywanie szans, które pojawiają się na rynku – leasing pozwala bowiem na szybki dostęp do niezbędnych środków trwałych i szybkie dostosowanie ich struktury do potrzeb.

Wykres 72. Filozofia prowadzenia biznesu_zakładając, że dostęp do kredytu/leasingu nie jest barierą
(% MMŚP wg stosunku do leasingu)



Potwierdza to stosunek firm korzystających i niekorzystających z leasingu do korzystania ze środków obcych (kredyt, leasing), gdy jest szansa na rozwijanie biznesu szybciej, niż pozwalają na to środki własne. W grupie MMŚP leasingobiorców jest o 2/3 więcej firm otwartych na rozwój w oparciu o zewnętrzne finansowanie niż w grupie firm niekorzystających z leasingu.

Powody, dla których mikro, małe i średnie firmy korzystają z leasingu potwierdzają, że MMŚP sięgają po zewnętrzne finansowanie nie dlatego, że mają problemy finansowe, ale właśnie dlatego, że ich nie mają. Ich standing finansowy pozwala im korzystać ze wszystkich źródeł zewnętrznego finansowania i to robią, jeżeli potrzebują kapitału na rozwój. Oznacza to, że kredyty bankowe, kredyt kupiecki czy leasing są w przypadku większości MMŚP komplementarne wobec siebie, nie są substytutami. Cechy leasingu, kredytu bankowego i kredytu kupieckiego są różne, ale aby z tych instrumentów skorzystać, przedsiębiorstwa muszą potrzebować dodatkowego finansowania, a także muszą mieć odpowiadającą ich wielkości i obszarowi działania siłę kapitałową. Ciągle jeszcze w większości sektora MMŚP, a przede wszystkim w mikroprzedsiębiorstwach te warunki nie są spełnione.

7.1.2. Bariery w korzystaniu z leasingu

Żadne z zewnętrznych źródeł finansowania działalności i rozwoju MMŚP nie jest idealne. Korzystanie z kredytu bankowego ma swoje słabe strony, korzystanie z kredytu kupieckiego także. Od słabości nie jest wolny także leasing. Należy się wręcz spodziewać, że niektóre słabości są tożsame dla kredytu bankowego i leasingu – zbyt wysokie koszty i zbyt duża biurokracja. Aczkolwiek na biurokrację mikro, małe i średnie firmy narzekają w przypadku leasingu mniej niż na koszty. To charakterystyczne dla MMŚP. Budując swoje zasoby kapitałowe, najsilniej zwracają uwagę właśnie na koszty, bowiem ich ograniczanie zwiększa dochody, a tym samym wzmacnia siłę kapitałową firm.

Wykres 73. Bariery w korzystaniu z leasingu_1 (% MMŚP_PL; trzy wskazania najważniejszych barier łącznie)



Wykres 74. Bariery w korzystaniu z leasingu_2 (% MMŚP_PL; trzy wskazania najważniejszych barier łącznie)



MMŚP zwracają także uwagę na brak oferty produktowej – firmy leasingowe nie oferują takich środków trwałych, jakie mikro, małym i średnim firmom mogłyby być przydatne. A to oznacza, że przestrzeń dla leasingu jest znacznie większa niż ta oferowana dzisiaj (przede wszystkim samochody – osobowe, dostawcze, ciężarowe). Wymaga to od firm leasingowych lepszego przyjrzenia się MMŚP i ich potrzebom. A także decyzji dotyczących wychodzenia poza ofertę 20% produktów dających 80% przychodów. Jak wskazuje teoria długiego ogona (rozdz. 4.6) na produktach z grupy 80% dających 20% przychodów także można zarobić. Stworzy to szanse na rozwój obu sektorów – leasingowego i MMŚP.

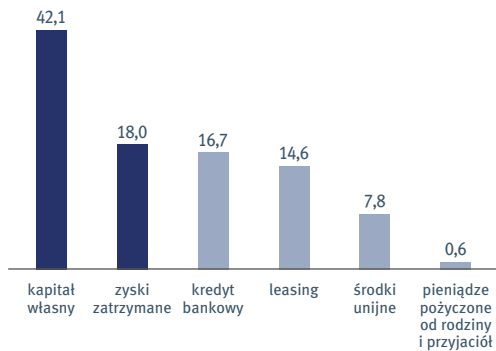
7.2. Leasing barometrem zmian w gospodarce i przedsiębiorstwach

7.2.1. Leasing barometrem zmian w gospodarce

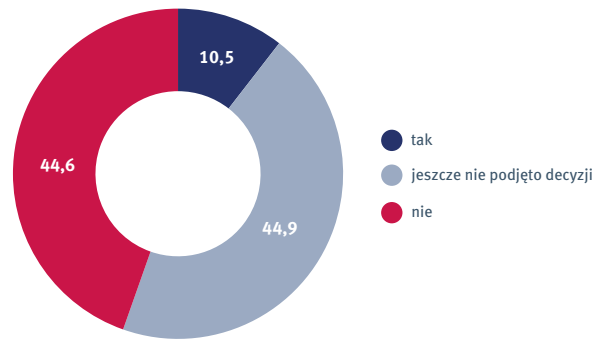
Plany MMŚP dotyczące korzystania z leasingu są ważną informacją nie tylko mikroekonomiczną, ale także makroekonomiczną. Prawie 50% nakładów na inwestycje to nakłady mikro, małych i średnich firm⁵⁴. Jeżeli uwzględnimy przy tym, że mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa finansują realizowane przez siebie inwestycje, poza kapitałami własnymi, w części kredytami bankowymi i leasingiem, to wzrost lub spadek zainteresowania tymi formami finansowania jest prognozą tendencji w inwestycjach. A te stanowią 20% PKB.

⁵⁴ Tabela 3 w Raporcie.

Wykres 75. Z jakich źródeł firma finansuje/zamierza finansować wydatki inwestycyjne w 2014 r. (% wartości inwestycji; inwestujące MMŚP_PL)



Wykres 76. Czy w 2015 r. firma zamierza skorzystać z leasingu (% MMŚP_PL)



MMŚP finansują inwestycje (2014 r., ale podobną strukturę pokazywały badania „Monitoring...” w poprzednich latach) przede wszystkim ze środków własnych – kapitałów własnych i zatrzymanego zysku, który ten kapitał zasila (60% wartości inwestycji), prawie 17% jest finansowane kredytem, a 15 – leasingiem. Ważną pozycję wśród źródeł finansowania inwestycji stanowią fundusze unijne, ich udział w finansowaniu inwestycji wynosi bowiem w 2014 r. 7,8%. Nie mogą one stanowić elementu prognoz makroekonomicznych, bowiem dostęp do funduszy unijnych nie ma charakteru rynkowego, w tym jest ograniczony ilościowo. Natomiast fundusze unijne są o tyle ważne w finansowaniu inwestycji MMŚP, że z jednej strony mogą stanowić substytut finansowania rynkowego, wypychać kredyt bankowy czy leasing z obszaru zainteresowania firm, które z unijnego finansowania korzystają. Z drugiej strony mogą mobilizować popyt na kredyt i leasing jako źródła kofinansujące projekty inwestycyjne, a także w sytuacji, gdy wniosek o środki unijne nie otrzyma finansowania, a MMŚP chce jednak projekt inwestycyjny realizować.

W 2014 r. 16% MMŚP podpisało nowe umowy leasingowe. Plany na kolejny rok wskazują, że zainteresowanie leasingiem może być większe niż w 2014 r. – z leasingu na pewno skorzysta ponad 10% mikro, małych i średnich przedsiębiorstw, a prawie 45% rozważa taką możliwość (deklaracje z okresu maj–lipiec 2014 r.). W 2014 r. 59,3% MMŚP w ogóle nie było zainteresowanych leasingiem, w 2015 r. ma być ich zdecydowanie mniej (44,6%). Jeżeli deklaracje firm zmaterializują się, będzie to oznaczało, że wzrost gospodarczy w kolejnym roku będzie miał silny komponent – inwestycje mikro, małych i średnich przedsiębiorstw.

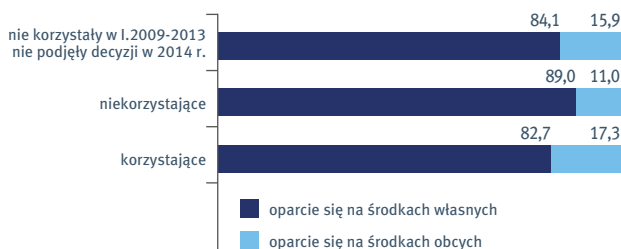
7.2.2. Leasing barometrem zmian w przedsiębiorstwach – otwarcie na zewnętrzne finansowanie

Obserwowanie mikro, małych i średnich przedsiębiorstw korzystających i niekorzystających z leasingu pozwala, na podstawie zachowań i planów biznesowych, określić różnice między nimi i zastanowić się, czy korzystanie z zewnętrznego finansowania, w tym z leasingu, tworzy MMŚP potencjalnie większe szanse rozwojowe.

Wśród mikro, małych i średnich przedsiębiorstw korzystających z leasingu nieznacznie więcej niż wśród firm z leasingu niekorzystających jest firm, które w perspektywie najbliższych 2 lat planują korzystać z finansowania zewnętrznego.

Różnice nie są duże, co potwierdza, że polskie MMŚP stosowały, stosują i planują stosować w najbliższych latach zachowawczą strategię finansowania, opierając działalność i rozwój na środkach własnych. Niechęć do korzystania z dźwigni finansowej wynika, o czym była mowa wcześniej, ze słabości kapitałowej i w konsekwencji obaw o utratę płynności finansowej. Jednak w firmach już korzystających z zewnętrznego finansowania, w tym leasingu, obawy te są mniejsze. A to oznacza, że część mikro, małych, a szczególnie średnich przedsiębiorstw zbudowała bazę kapitałową, którą ogranicza ryzyko rozwoju opartego na finansowaniu środkami obcymi.

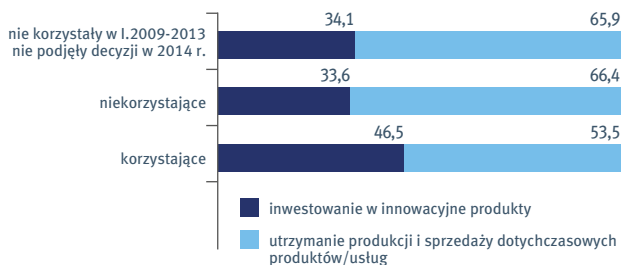
Wykres 77. Priorytety biznesowe w najbliższych 2 latach_1 (% MMŚP wg stosunku do leasingu)



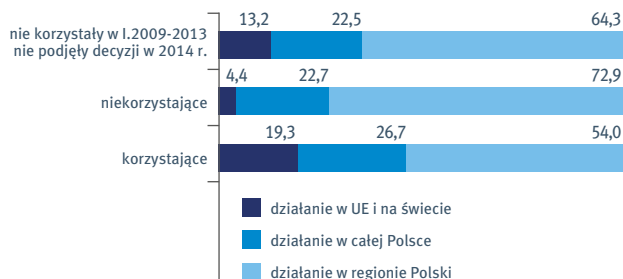
7.2.3. Leasing barometrem zmian w przedsiębiorstwach – otwarcie na innowacje i gospodarkę światową

Przedsiębiorstwa korzystające z leasingu różnią się od MMŚP niekorzystających z leasingu nie tylko podejściem do zewnętrznego finansowania. Badania „Monitoring...” wskazują, że leasingobiorcy to firmy bardziej innowacyjne niż nieleasingobiorcy, a także bardziej otwarte na świat zewnętrzny.

Wykres 78. Priorytety biznesowe w najbliższych 2 latach_2 (% MMŚP wg stosunku do leasingu)

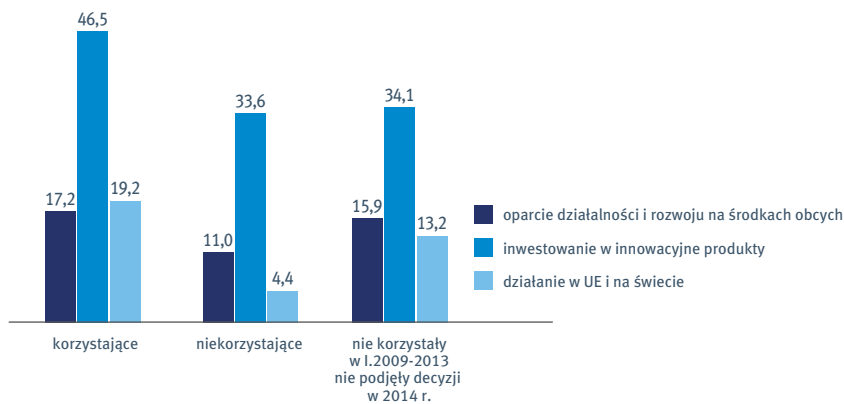


Wykres 79. Priorytety biznesowe w najbliższych 2 latach_3 (% MMŚP wg stosunku do leasingu)



Zaobserwowane różnice między leasingobiorcami i nieleasingobiorcami wskazują, że w firmach korzystających z zewnętrznego finansowania częściej występuje zależność: zewnętrzne finansowanie – innowacje – eksport. Trudno odpowiedzieć na pytanie, co jest źródłem tej zależności, czy otwarcie się na świat zewnętrzny, który wymusza innowacje, a te potrzebują dodatkowego zasilenia w kapitał. Czy może skłonność właściciela firmy do innowacji, co wymaga kapitału, ale też otwiera nowe rynki zbytu. Czy też otwartość na korzystanie z zewnętrznego finansowania, co pozwala na inwestycje w innowacje i pomaga konkurować na zagranicznych rynkach.

Wykres 80. Porównanie MMŚP korzystających z leasingu i niekorzystających z leasingu pod względem priorytetów na najbliższe 2 lata (% MMŚP wg stosunku do leasingu)

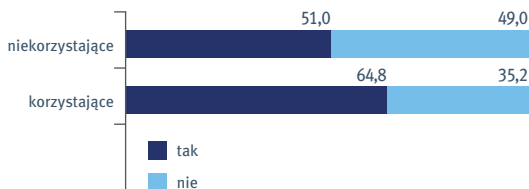


Wszystko wskazuje natomiast, że korzystanie z zewnętrznego finansowania może zostać uruchomione wtedy, gdy przedsiębiorstwo posiada własne zasoby kapitałowe w wielkości odpowiadającej skali jego działania. Może wtedy, ale nie musi, z zewnętrznego finansowania korzystać. Warunkiem koniecznym (ale niewystarczającym) do rozwoju MMŚP jest zatem siła kapitałowa. Ona tworzy bazę do wszelkich innych działań. Czy są one uruchamiane, zależy od wielu wewnętrznych i zewnętrznych czynników, a także zdolności właścicieli firm i osób firmami zarządzających do wykorzystania tych czynników. Bez wątplenia jednak część firm korzystających z leasingu takie czynniki i zdolności uruchomiła.

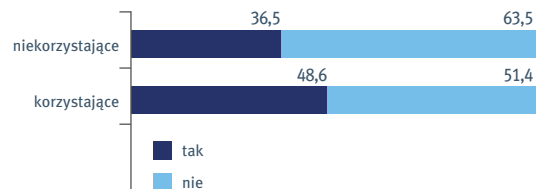
7.2.4. Leasing barometrem zmian w przedsiębiorstwach – korzystanie z technologii informatycznych

Dowodem na to, że MMŚP korzystające z zewnętrznego finansowania, w tym leasingu, są firmami bardziej rozwiniętymi biznesowo, jest korzystanie przez nie z technologii informatycznych. Badania „Monitoring..” wykazały, że więcej firm korzystających z leasingu niż firm niekorzystających z leasingu obsługuje klientów przez internet, a także korzysta z e-faktur. Więcej także komunikuje się z klientami poprzez portal on-line.

Wykres 81. Technologie informatyczne wykorzystywane przez firmę – obsługa klientów przez Internet (% MMŚP wg stosunku do leasingu)

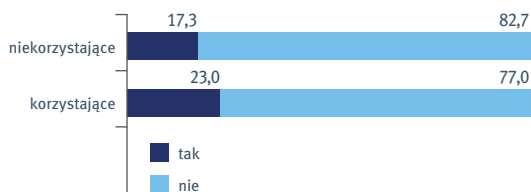


Wykres 82. Technologie informatyczne wykorzystywane przez firmę – wystawianie e-faktur (% MMŚP wg stosunku do leasingu)

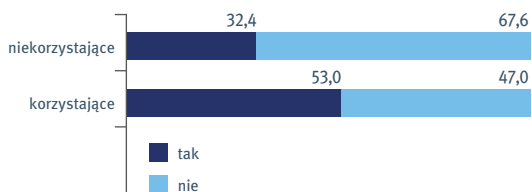


Bardzo duża różnica występuje także między firmami korzystającymi z leasingu i niekorzystającymi z leasingu w obszarze wykorzystywania specjalistycznego oprogramowania w zarządzaniu zasobami w firmie (zapasami, materiałami, produktami etc.).

Wykres 83. Technologie informatyczne wykorzystywane przez firmę – portal on-line dla klientów (% MMŚP wg stosunku do leasingu)



Wykres 84. Technologie informatyczne wykorzystywane przez firmę – zarządzanie zasobami z wykorzystaniem specjalistycznego oprogramowania (% MMŚP wg stosunku do leasingu)



Więcej firm korzystających z leasingu posiada komputery stacjonarne, laptopy, tablety, smartfony. Jedyne, co jest podobne, to korzystanie z tradycyjnych telefonów komórkowych, które posiadają prawie wszystkie MMŚP. Więcej posiada i wykorzystuje stronę w mediach społecznościowych.

Podobnymi cechami do firm korzystających z leasingu charakteryzują się firmy korzystające z kredytów. Dlatego można przyjąć, że korzystanie z zewnętrznego finansowania związane jest z nowoczesnym, otwartym, nastawionym na wykorzystywanie technologii informatycznych modelem biznesowym.

Firmy niekorzystające z zewnętrznego finansowania także inwestują w innowacje, eksportują i korzystają z technologii informatycznych. Jednak jest ich mniej.

Okazuje się zatem, że korzystanie z zewnętrznego finansowania jest warunkiem koniecznym, aby mikro, małe i średnie firmy weszły w inny wymiar biznesu. Przy czym korzystanie z zewnętrznego finansowania nie musi, a nawet nie powinno być na poziomie przekraczającym 10% wartości przychodów ze sprzedaży. Taki poziom zaangażowania kapitałów obcych do finansowania działalności i rozwoju prezentuje większość badanych MMŚP. I to wystarcza, aby działały w innej „lidze”.

Zakończenie

Mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa działające w Polsce zmieniły w ciągu ostatnich lat modele biznesowe – większość z nich buduje swoją pozycję konkurencyjną na jakości produktów i usług, a nie na cenie. Cena pozostaje jednak w grupie trzech najważniejszych czynników konkurencyjności na rynku. MMŚP stają się też bardziej otwarte na świat zewnętrzny. Zapewne dlatego widzą wartość dodaną w inwestycjach w innowacje, aczkolwiek ciągle 40% firm tej wartości nie dostrzega.

Jedynie, co w MMŚP nie zmienia się, to konserwatywna strategia finansowania działalności i rozwoju. Większość, bo 60% przedsiębiorstw mikro, małych i średnich nie korzysta z kredytów krótko- i długoterminowych. W grupie korzystających z kredytów tylko 10% korzysta z kredytów długoterminowych, czyli kapitału przeznaczonego na rozwój. Na tym tle ponad 30% firm korzystających z leasingu wskazuje, że MMŚP preferują tę formę finansowania rozwoju. Przedsiębiorstwa korzystające z leasingu uważają, że jest on korzystniejszy niż kredyty bankowe, że przedmiot leasingu sam zarabia na spłatę rat i że ta forma finansowania pozwala na częstszą wymianę środków trwałych.

W literaturze dotyczącej zewnętrznego finansowania mikro, małych i średnich firm dominują opinie, że to po stronie banków leży problem niskiej skłonności MMŚP do korzystania z kredytów. Brak ofert dla mniejszych firm, zbyt wysokie wymagania dotyczące zabezpieczeń kredytów, biurokracja, zbyt wysokie koszty kredytów. Tymczasem przedsiębiorstwa oceniają współpracę z bankami jako dobrą, tylko 3% MMŚP mówi o tym, że banki nie chcą udzielać kredytów mniejszym firmom i że procedury aplikowania o kredyt są zbyt uciążliwe. Prawie 90% MMŚP niekorzystających z kredytów jako przyczynę podaje brak potrzeby, niechęć do ryzyka i zasady właścicieli, którzy nie chcą korzystać z lewarowania.

Niska skłonność MMŚP do korzystania z zewnętrznego finansowania, przede wszystkim mikroprzedsiębiorstw, bowiem wśród małych, a szczególnie średnich firm ta skłonność jest zdecydowanie większa, wynika zatem z modelu biznesowego realizowanego przez firmy. I nie będzie on inny, dopóki przedsiębiorstwa nie wzmocnią się kapitałowo na tyle, aby móc ponosić ryzyko korzystania z finansowania zewnętrznego.

Na niską skłonność do korzystania przez MMŚP z zewnętrznego finansowania wskazuje także ostrożność w korzystaniu z kredytu kupieckiego. Ale... w większości przypadków te firmy, które korzystają z odroczonego terminu płatności, korzystają także z kredytów i pożyczek bankowych.

Do korzystania z zewnętrznych źródeł finansowania MMŚP muszą zatem dojrzeć. Dzisiaj bowiem są kapitałowo słabe. Ich wyniki finansowe (zysk) nie pozwalają ani na szybsze zwiększanie potencjału kapitałowego, ani na podejmowanie ryzyka sięgania po zewnętrzne finansowanie w obawie przed utratą płynności. Polskie MMŚP są ciągle w fazie akumulacji kapitału. Muszą ją przejść, aby mogły się rozwijać, myśleć globalnie i bazować na innowacjach i inwestycjach w B+R. Część z mikro, małych, a szczególnie średnich firm ma już ten etap (akumulowania kapitału) za sobą. I to one będą ciągnęły cały sektor MMŚP. Mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa mówią bowiem same, że jednym z najskuteczniejszych czynników zwiększających zainteresowanie innowacjami, szukaniem nowych rynków zbytu jest ... konkurencja.

Spis tabel

- Tabela 1.** Struktura sektora przedsiębiorstw w 2012 r. wg kryterium sposobów rozliczania się z urzędem skarbowym
- Tabela 2.** Zmiana struktury sektora przedsiębiorstw w Polsce w latach 2009–2012 wg sekcji gospodarki
- Tabela 3.** Nakłady inwestycyjne przedsiębiorstw w 2009 r. i 2012 r.
- Tabela 4.** Struktura aktywów przedsiębiorstw w 2009 r. i 2012 r. (bez mikroprzedsiębiorstw)
- Tabela 5.** Wartość i efektywność rzeczowych aktywów trwałych przedsiębiorstw w 2009 r. i 2012 r. (bez mikroprzedsiębiorstw)
- Tabela 6.** Struktura pasywów przedsiębiorstw w 2009 r. i 2012 r. (bez mikroprzedsiębiorstw)
- Tabela 7.** Mnożnik kapitału własnego w 2009 r. i 2012 r. (bez mikroprzedsiębiorstw)
- Tabela 8.** Liczba podmiotów zbiorowości badania według GUS na 31 stycznia 2014 r. w podziale według liczby pracujących i wybranych sekcji PKD 2007
- Tabela 9.** Liczba podmiotów zbiorowości badania według GUS na 31 stycznia 2014 roku w podziale na województwa
- Tabela 10.** Zaplanowane liczebności próby według sekcji PKD 2007 oraz grup wg liczby pracujących
- Tabela 11.** Zaplanowane liczebności próby w podziale na województwa
- Tabela 12.** Przykładowe zestawienie kwotowe dla województwa dolnośląskiego
- Tabela 13.** Liczba przedsiębiorstw objętych badaniem wg klas wielkości oraz ich udział w całej badanej populacji (dane surowe)
- Tabela 14.** Liczba przedsiębiorstw objętych badaniem wg sekcji PKD 2007 (dane surowe)
- Tabela 15.** Forma prawna przedsiębiorstw objętych badaniem (% udział w badanej populacji)
- Tabela 16.** Wartość obrotów (przedaż) w 2013 r. w przedsiębiorstwach objętych badaniem
- Tabela 17.** Sposób rozliczania się przedsiębiorstw objętych badaniem z urzędem skarbowym
- Tabela 18.** Poziom wykształcenia właścicieli przedsiębiorstw objętych badaniem
- Tabela 19.** Poziom wykształcenia osób zarządzających przedsiębiorstwami objętymi badaniem
- Tabela 20.** Pozycja/stanowisko respondenta w przedsiębiorstwach objętych badaniem
- Tabela 21.** Możliwości wzrostu branży, w której działa firma (% MMŚP wg sekcji gospodarki)
- Tabela 22.** Cel strategiczny firmy (% MMŚP wg sekcji gospodarki; 2014)
- Tabela 23.** Zakładając, że na rynku zawsze pojawiają się jakieś szanse, to filozofią prowadzenia biznesu powinno być... (% MMŚP wg sekcji gospodarki)
- Tabela 24.** Przychody z całokształtu działalności brutto i wynik finansowy brutto przypadające miesięcznie na 1 przedsiębiorstwo w 2012 r. (przedsiębiorstwa wg klas wielkości)
- Tabela 25.** Zakładając, że każdy rynek ma jakiś potencjał rozwojowy, to aby można było mówić, że firma ma szanse na sukces... (% MMŚP wg sekcji gospodarki)
- Tabela 26.** Zakładając, że dostęp do kredytu nie jest barierą, to filozofią działania właściciela/menedżera powinno być (% MMŚP wg sekcji gospodarki)
- Tabela 27.** Zakładając, że można dowolnie ukształtować strukturę organizacyjną w firmie, jaka powinna ona być, aby dawała większe szanse na sukces (% MMŚP wg sekcji gospodarki)
- Tabela 28.** Prowadząc biznes, czasami ponosi się znaczące porażki. Czy... (% MMŚP wg sekcji gospodarki)
- Tabela 29.** Prowadząc biznes, czasami ponosi się znaczące porażki. Czy... (% MMŚP wg regionów)
- Tabela 30.** Które z posiadanych zasobów są kluczowe dla dalszego rozwoju firmy? (% MMŚP wg sekcji gospodarki)
- Tabela 31.** Czynniki decydujące o konkurencyjności MMŚP w 2014 r. i w najbliższych 3 latach? (% MMŚP wg sekcji gospodarki; czynniki wymienione na 1, 2 i 3 miejscu łącznie)

- Tabela 32.** Porównanie produktów/usług firmy do odpowiednich produktów/usług sprzedawanych w UE pod względem jakości, ceny, nowatorstwa oraz promocji i dystrybucji (% MMŚP wg sekcji gospodarki)
- Tabela 33.** Jaki jest przeciętny procentowy udział kredytów (długo- i krótkoterminowych) w wartości sprzedaży firmy? (% MMŚP wg sekcji gospodarki)
- Tabela 34.** Czy firma ma możliwość zaciągnięcia lub zwiększenia zadłużenia długoterminowego? (% MMŚP wg sekcji gospodarki)
- Tabela 35.** Jakie są priorytety biznesowe firmy na najbliższe 2 lata? (% MMŚP wg sekcji gospodarki)
- Tabela 36.** Czy w latach 2009–2013 i/lub 2014 firma korzystała z leasingu (% MMŚP wg klas wielkości)
- Tabela 37.** Czy w latach 2009–2013 i/lub 2014 firma korzystała z leasingu (% MMŚP wg sekcji gospodarki)
- Tabela 38.** Czy w latach 2009–2013 i/lub 2014 firma korzystała z leasingu (% MMŚP wg regionów)

Spis wykresów

- Wykres 1.** W jaki sposób wymienione czynniki utrudniają w dużym stopniu/utrudniają możliwości rozwoju firmy i jej sytuację ekonomiczną i finansową_1 (% MMŚP_PL; lata 2011–2014)
- Wykres 2.** W jaki sposób wymienione czynniki utrudniają w dużym stopniu/utrudniają możliwości rozwoju firmy i jej sytuację ekonomiczną i finansową_2 (% MMŚP_PL; lata 2011–2014)
- Wykres 3.** W jaki sposób wymienione czynniki utrudniają w dużym stopniu/utrudniają możliwości rozwoju firmy i jej sytuację ekonomiczną i finansową_3 (% MMŚP_PL; lata 2011–2014)
- Wykres 4.** W jaki sposób wymienione czynniki utrudniają w dużym stopniu/utrudniają możliwości rozwoju firmy i jej sytuację ekonomiczną i finansową_4 (% MMŚP_PL; lata 2011–2014)
- Wykres 5.** W jaki sposób wymienione czynniki utrudniają w dużym stopniu/utrudniają możliwości rozwoju firmy i jej sytuację ekonomiczną i finansową_5 (% MMŚP_PL; lata 2011–2014)
- Wykres 6.** Regulacje dotyczące stosunków pracy – wpływ na działalność MMŚP (% MMŚP_PL)
- Wykres 7.** Przyczyny korzystania z elastycznych form zatrudnienia (% MMŚP_PL; 2. najważniejsze przyczyny łącznie)
- Wykres 8.** Liczba lat działania firmy na rynku (% MMŚP_PL)
- Wykres 9.** Lokalizacja firmy (% MMŚP_PL)
- Wykres 10.** Poziom wykształcenia właściciela (% MMŚP_PL)
- Wykres 11.** Czy firma jest firmą rodzinną? (% MMŚP_PL)
- Wykres 12.** Firmy „kobiece”, „męskie” i mieszane (% MMŚP_PL)
- Wykres 13.** Jakie są możliwości wzrostu branży, w której działa firma? (% MMŚP_PL)
- Wykres 14.** Jakie są możliwości wzrostu branży, w której działa firma? (% MMŚP wg klas wielkości)
- Wykres 15.** Liczba lat działania firmy na rynku (% MMŚP_PL)
- Wykres 16.** Firmy działające na rynkach o różnym potencjale wzrostu vs lata ich działania na rynku (% MMŚP_mikroprzedsiębiorstwa)
- Wykres 17.** Lata działania firm na rynku vs potencja rynku, na którym działają (% MMŚP_mikroprzedsiębiorstwa)
- Wykres 18.** Firmy działające na rynkach o różnym potencjale wzrostu vs lata ich działania na rynku (% MMŚP_mate przedsiębiorstwa)
- Wykres 19.** Lata działania firm na rynku vs potencja rynku, na którym działają (% MMŚP_mate przedsiębiorstwa)
- Wykres 20.** Firmy działające na rynkach o różnym potencjale wzrostu vs lata ich działania na rynku (% MMŚP_średnie przedsiębiorstwa)
- Wykres 21.** Lata działania firm na rynku vs potencja rynku, na którym działają (% MMŚP_średnie przedsiębiorstwa)

- Wykres 22.** Potencjał rozwojowy rynku, na którym firma działa vs cel strategiczny jej działania (% MMŚP_PL)
- Wykres 23.** Cel strategiczny firmy vs potencjał rozwojowy rynku, na którym firma działa (% MMŚP_PL)
- Wykres 24.** Co jest nadrzędnym celem strategicznym firmy? (% MMŚP_PL; lata 2011–2013)
- Wykres 25.** Cel strategiczny przedsiębiorstwa (% MMŚP_PL; 2014)
- Wykres 26.** Cel strategiczny firmy (% MMŚP wg klas wielkości; 2014)
- Wykres 27.** Zakładając, że na rynku zawsze pojawiają się jakieś szanse, to filozofią prowadzenia biznesu powinno być... (% MMŚP wg klas wielkości)
- Wykres 28.** Zakładając, że każdy rynek ma jakiś potencjał rozwojowy, to aby można było mówić, że firma ma szanse na sukces... (% MMŚP wg klas wielkości)
- Wykres 29.** Zakładając, że dostęp do kredytu nie jest barierą, to filozofią działania właściciela/menedżera powinno być (% MMŚP wg klas wielkości)
- Wykres 30.** Zakładając, że można dowolnie ukształtować strukturę organizacyjną w firmie, jaka powinna ona być, aby dawała większe szanse na sukces (% MMŚP wg klas wielkości)
- Wykres 31.** Prowadząc biznes, czasami ponosi się znaczące porażki. Czy... (% MMŚP wg klas wielkości)
- Wykres 32.** Prowadząc biznes, czasami ponosi się znaczące porażki. Czy... (% MMŚP wg płci właściciela i osoby zarządzającej)
- Wykres 33.** Które z posiadanych zasobów są kluczowe dla dalszego rozwoju firmy? (% MMŚP_PL; skala 0–5; 0–nie posiada, 1–brak przydatności, 5–zasób kluczowy)
- Wykres 34.** Które z posiadanych zasobów są kluczowe dla dalszego rozwoju firmy? (% MMŚP wg klas wielkości; skala 0–5; 0–nie posiada, 1–brak przydatności, 5–zasób kluczowy)
- Wykres 35.** Czynniki decydujące o konkurencyjności MMŚP w latach 2006–2008 i 2011–2013 (% MMŚP_PL; czynnik wskazany na 1 miejscu)
- Wykres 36.** Czynniki decydujące o konkurencyjności MMŚP w 2014 r. (% MMŚP_PL; czynnik wskazany na 1 miejscu)
- Wykres 37.** Czynniki decydujące o konkurencyjności MMŚP w 2014 r. (% MMŚP wg klas wielkości; trzy wskazania łącznie)
- Wykres 38.** Czynniki, które będą decydowały o konkurencyjności MMŚP w najbliższych 3 latach (% MMŚP wg klas wielkości; trzy wskazania łącznie)
- Wykres 39.** Porównanie produktów/usług firmy do odpowiednich produktów/usług sprzedawanych w UE pod względem jakości, ceny, nowatorstwa oraz promocji i dystrybucji (% MMŚP_PL)
- Wykres 40.** Jaki jest przeciętny procentowy udział kredytów (długo- i krótkoterminowych) w wartości sprzedaży firmy? (% MMŚP_PL; 1; kolejne badania w latach 2011–2014)
- Wykres 41.** Jaki jest przeciętny procentowy udział kredytów (długo- i krótkoterminowych) w wartości sprzedaży firmy? (% MMŚP_PL; 2; kolejne badania w latach 2011–2014)
- Wykres 42.** Jaki jest przeciętny procentowy udział kredytów (długo- i krótkoterminowych) w wartości sprzedaży firmy? (% MMŚP_PL)
- Wykres 43.** Jaki jest przeciętny procentowy udział kredytów (długo- i krótkoterminowych) w wartości sprzedaży firmy? (% MMŚP wg klas wielkości)
- Wykres 44.** Jaki jest przeciętny procentowy udział kredytów (długo- i krótkoterminowych) w wartości sprzedaży firmy? (% MMŚP wg płci właściciela i osoby zarządzającej; 1)
- Wykres 45.** Jaki jest przeciętny procentowy udział kredytów (długo- i krótkoterminowych) w wartości sprzedaży firmy? (% MMŚP wg płci właściciela i osoby zarządzającej; 2)
- Wykres 46.** Dlaczego firma nie korzysta z kredytów/pożyczek_wskazanie jednej najważniejszej przyczyny (% MMŚP_PL)
- Wykres 47.** Dlaczego firma nie korzysta z kredytów/pożyczek_wskazanie jednej najważniejszej przyczyny (% MMŚP wg klas wielkości)
- Wykres 48.** Czy firma ma możliwość zaciągnięcia lub zwiększenia zadłużenia długoterminowego? (1) (% MMŚP_PL)
- Wykres 49.** Czy firma ma możliwość zaciągnięcia lub zwiększenia zadłużenia długoterminowego? (2) (% MMŚP_PL)

- Wykres 50.** Czy firma ma możliwość zaciągnięcia lub zwiększenia zadłużenia długoterminowego? (% MMŚP wg klas wielkości)
- Wykres 51.** W jaki sposób warunki dostępu do kredytu wpływają na możliwości rozwoju firmy i jej kondycję ekonomiczną i finansową? (% MMŚP wg klas wielkości)
- Wykres 52.** W jaki sposób obecny poziom stóp procentowych wpływa na możliwości rozwoju firmy i jej kondycję ekonomiczną i finansową? (% MMŚP wg klas wielkości)
- Wykres 53.** W jaki sposób warunki dostępu do poręczeń i gwarancji wpływają na możliwości rozwoju firmy i jej kondycję ekonomiczną i finansową? (% MMŚP wg klas wielkości)
- Wykres 54.** W jaki sposób współpraca z bankami wpływa na możliwości rozwoju firmy i jej kondycję ekonomiczną i finansową? (% MMŚP wg klas wielkości)
- Wykres 55.** Co jest barierą w korzystaniu z kredytów bankowych (% MMŚP_PL; 3 najważniejsze bariery łącznie)
- Wykres 56.** Jakie są priorytety biznesowe firmy na najbliższe 2 lata (% MMŚP wg klas wielkości)
- Wykres 57.** Zakładając, że dostęp do kredytu nie jest barierą, to filozofią działania właściciela/menedżera powinno być... (% MMŚP wg klas wielkości; powtórzenie wykresu 17)
- Wykres 58.** Jaki jest przeciętny procentowy udział kredytu kupieckiego (zobowiązań handlowych) w wartości sprzedaży? (% MMŚP_PL; 1; kolejne badania 2011–2013)
- Wykres 59.** Jaki jest przeciętny procentowy udział kredytu kupieckiego (zobowiązań handlowych) w wartości sprzedaży? (% MMŚP_PL; 2; kolejne badania 2011–2013)
- Wykres 60.** Czy firma korzysta z kredytu bankowego? (% MMŚP wg stosunku do kredytu kupieckiego)
- Wykres 61.** Kłopoty z egzekwowaniem należności od kontrahentów w latach 2013–2015 (% MMŚP_PL; r/r; 2014 i 2015 – oczekiwania)
- Wykres 62.** Kłopoty z egzekwowaniem należności od kontrahentów w latach 2013–2015 (% MMŚP_PL bez firm, których problem nie dotyczy; r/r; 2014 i 2015 – oczekiwania)
- Wykres 63.** Odsetek przedsiębiorstw z dodatnim wynikiem finansowym netto [% MMŚP_PL (badanie); % średnich i dużych firm (GUS)]
- Wykres 64.** Odsetek przedsiębiorstw z dodatnim wynikiem finansowym netto w 2013 r. (% MMŚP wg klas wielkości)
- Wykres 65.** Czy ściąganie należności od kontrahentów wpływa na możliwości rozwoju firmy i jej sytuację ekonomiczną i finansową? (% MMŚP_PL)
- Wykres 66.** Czy firma korzysta z ubezpieczenia kredytu kupieckiego? (% MMŚP_PL)
- Wykres 67.** Czy w latach 2009–2013 i/lub 2014 firma korzystała z leasingu? (% MMŚP_PL)
- Wykres 68.** Jaki jest przeciętny procentowy udział leasingu (wartość netto faktur leasingowych) w wartości sprzedaży firmy? (% MMŚP_PL; 2014)
- Wykres 69.** Czy firma niekorzystająca z kredytów korzystała w latach 2009–2013 (% MMŚP_PL)
- Wykres 70.** Powody korzystania z leasingu_1 (% MMŚP_PL korzystających z leasingu)
- Wykres 71.** Powody korzystania z leasingu_2 (% MMŚP_PL korzystających z leasingu)
- Wykres 72.** Filozofia prowadzenia biznesu_zakładając, że dostęp do kredytu/leasingu nie jest barierą (% MMŚP wg stosunku do leasingu)
- Wykres 73.** Bariery w korzystaniu z leasingu_1 (% MMŚP_PL; trzy wskazania najważniejszych barier łącznie)
- Wykres 74.** Bariery w korzystaniu z leasingu_2 (% MMŚP_PL; trzy wskazania najważniejszych barier łącznie)
- Wykres 75.** Z jakich źródeł firma finansuje/zamierza finansować wydatki inwestycyjne w 2014 r. (% wartości inwestycji; inwestujące MMŚP_PL)
- Wykres 76.** Czy w 2015 r. firma zamierza skorzystać z leasingu (% MMŚP_PL)
- Wykres 77.** Priorytety biznesowe w najbliższych 2 latach_1 (% MMŚP wg stosunku do leasingu)
- Wykres 78.** Priorytety biznesowe w najbliższych 2 latach_2 (% MMŚP wg stosunku do leasingu)

- Wykres 79.** Priorytety biznesowe w najbliższych 2 latach_3 (% MMŚP wg stosunku do leasingu)
- Wykres 80.** Porównanie MMŚP korzystających z leasingu i niekorzystających z leasingu pod względem priorytetów na najbliższe 2 lata (% MMŚP wg stosunku do leasingu)
- Wykres 81.** Technologie informatyczne wykorzystywane przez firmę – obsługa klientów przez Internet (% MMŚP wg stosunku do leasingu)
- Wykres 82.** Technologie informatyczne wykorzystywane przez firmę – wystawianie e-faktur (% MMŚP wg stosunku do leasingu)
- Wykres 83.** Technologie informatyczne wykorzystywane przez firmę – portal on-line dla klientów (% MMŚP wg stosunku do leasingu)
- Wykres 84.** Technologie informatyczne wykorzystywane przez firmę – zarządzanie zasobami z wykorzystaniem specjalistycznego oprogramowania (% MMŚP wg stosunku do leasingu)

Spis schematów

- Schemat 1.** Udział MMŚP w sektorze przedsiębiorstw (z uwzględnieniem firm niezatrudniających pracowników) wg PKB, zatrudnienia, pracujących nakładów na inwestycje
- Schemat 2.** „Doświadczenie zawodowe” MMŚP (% MMŚP_PL)

Partnerzy



20 lat
Związek Polskiego
Leasingu

Partner główny

Związek Polskiego Leasingu (ZPL) to organizacja reprezentująca polski sektor przedsiębiorstw leasingowych, zrzesza 32 firmy leasingowe oraz Polski Związek Wynajmu i Leasingu Pojazdów, który ma specjalny status członka zbiorowego. ZPL jest członkiem Leaseurope – organizacji zrzeszającej 44 związków z 34 krajów Europy, uczestniczy w pracach powołanej przez Leaseurope Grupy Roboczej krajów Europy Środkowej, Wschodniej i Południowo-Wschodniej (CESEE), Grupy Sterującej ds. Motoryzacji, a także współpracuje z innymi komitetami i grupami roboczymi w Leaseurope. ZPL uczestniczy w pracach grup i zespołów roboczych przygotowujących i opiniujących projekty regulacji prawnych dotyczących branży leasingowej. Przedstawiciele ZPL utrzymują bieżące kontakty z przedstawicielami administracji publicznej i parlamentarzystami. Ponadto, ZPL prowadzi działania wizerunkowe i edukacyjne na rzecz propagowania leasingu, jako narzędzia wspierającego rozwój przedsiębiorczości.

www.leasing.org.pl



Partner wspierający

Grupa PZU to największa instytucja finansowa w Polsce i jedna z największych w naszej części Europy. Jest to polska firma obecna również na Litwie, Łotwie, w Estonii oraz na Ukrainie. Grupa oferuje szeroki zakres usług ubezpieczeniowych. Zarządza również funduszami emerytalnymi, funduszami inwestycyjnymi i programami oszczędnościowymi. Obecnie Grupa PZU zabezpiecza przyszłość finansową 12 milionów Polaków. Co drugi ubezpieczający się Polak wybiera PZU. Firma spełnia najwyższe standardy odpowiedzialnego i zrównoważonego zarządzania, co potwierdza obecność PZU w składzie Indeksu RESPECT – indeksu spółek odpowiedzialnych społecznie na Warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych. Prowadzone na szeroką skalę działania w czterech obszarach: bezpieczeństwo, edukacja, zdrowie i kultura są wyrazem dbałości firmy o jej interesariuszy. Za działania społecznie zaangażowane Grupa PZU zdobyła główną nagrodę w najnowszej edycji konkursu „Liderzy Filantropii” w kategorii firm, które przekazały najwięcej pieniędzy na cele społeczne.

www.pzu.pl

