

RAPORT

MOCNE I SŁABE STRONY MSP

Ujęcie według sekcji gospodarki

RAPORT z wyników badania przygotowanego przez PKPP Lewiatan w ramach projektu „Monitoring kondycji sektora MSP w latach 2010-2012” – ujęcie według klas wielkości współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

Badanie zostało zrealizowane przez Centrum Badania Opinii Społecznej w okresie 15 czerwca-19 sierpnia 2011 r. Przeprowadzone zostało na ogólnopolskiej próbie 1501 aktywnych przedsiębiorstw prywatnych. Badane były przedsiębiorstwa zatrudniające od 2 do 249 pracowników, gdzie tytułem prawnym zatrudnienia jest terminowa lub bezterminowa umowa o pracę.

W badaniu uwzględniono 9 sekcji PKD: działalność produkcyjna, dostawy wody, gospodarka ściekami i odpadami oraz działalność związana z rekultywacją, budownictwo, handel hurtowy i detaliczny, transport, gospodarka magazynowa i łączność, działalność związana z zakwaterowaniem, usługami gastronomicznymi, informacja i komunikacja, obsługa nieruchomości, działalność profesjonalna, naukowa i techniczna. Badane były przedsiębiorstwa we wszystkich 16 województwach.

Wywiady z respondentami były realizowane metodą wywiadu bezpośredniego (face-to-face) przez ankieterów CBOS.

Małgorzata Starczewska-Krzysztosek
Grudzień 2011

Publikacja bezpłatna



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



/ SPIS TREŚCI

1 / MSP wg branż w statystyce

2 / Metodologia badania

3 / Informacje o badanej populacji przedsiębiorstw

4 / Tendencje zmian w MSP wg sekcji gospodarki
w latach 2010-2011

5 / Słabe i mocne strony MSP (ujęcie w podziale wg sekcji gospodarki)

1

MSP WG BRANŻ W STATYSTYCE

Tab. 1. Udział przedsiębiorstw mikro, małych i średnich w poszczególnych sekcjach gospodarki (%)

	Ogółem	Sekcje B+C+D+E Przemysł	w tym: Sekcja C Przetwórstwo przemysłowe	Sekcja F Budownictwo	Sekcja G Handel i naprawa pojazdów samochodowych	Sekcja H Transport i gospodarka magazynowa	Sekcja I Zakwaterowanie i gastronomia	Sekcja J Informacja i komunikacja	Sekcja L Obsługa rynku nieruchomości	Sekcja M Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	Sekcje N+P+Q+R+S
Ogółem	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mikro	95,9%	87,3%	87,8%	96,3%	96,3%	97,5%	96,1%	96,9%	94,6%	98,3%	98,0%
Małe	3,0%	8,1%	7,9%	2,8%	3,0%	1,8%	3,4%	2,2%	4,0%	1,3%	1,5%
Średnie	0,9%	3,8%	3,5%	0,8%	0,7%	0,6%	0,5%	0,7%	1,3%	0,3%	0,4%

Tab. 2. Udział przedsiębiorstw z poszczególnych sekcji gospodarki w populacji mikro, małych i średnich firm (%)

	Ogółem	Sekcje B+C+D+E Przemysł	w tym: Sekcja C Przetwórstwo przemysłowe	Sekcja F Budownictwo	Sekcja G Handel i naprawa pojazdów samochodowych	Sekcja H Transport i gospodarka magazynowa	Sekcja I Zakwaterowanie i gastronomia	Sekcja J Informacja i komunikacja	Sekcja L Obsługa rynku nieruchomości	Sekcja M Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	Sekcje N+P+Q+R+S
Ogółem	100%	11,1%	10,5%	13,5%	30,3%	7,9%	3,4%	3,1%	2,1%	10,9%	17,7%
Mikro	100%	10,1%	9,6%	13,6%	30,4%	8,0%	3,5%	3,1%	2,1%	11,2%	18,1%
Małe	100%	29,7%	27,6%	12,7%	30,3%	4,7%	3,9%	2,3%	2,8%	4,8%	8,9%
Średnie	100%	44,4%	39,4%	11,1%	21,4%	4,8%	1,7%	2,4%	2,8%	3,8%	7,6%

Tab. 3. Udział zatrudnienia w przedsiębiorstwach mikro, małych i średnich w zatrudnieniu w poszczególnych sekcjach gospodarki (%)

	Ogółem	Sekcje B+C+D+E Przemysł	w tym: Sekcja C Przetwórstwo przemysłowe	Sekcja F Budownictwo	Sekcja G Handel i naprawa pojazdów samochodowych	Sekcja H Transport i gospodarka magazynowa	Sekcja I Zakwaterowanie i gastronomia	Sekcja J Informacja i komunikacja	Sekcja L Obsługa rynku nieruchomości	Sekcja M Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	Sekcje N+P+Q+R+S
Ogółem	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Mikro	39,2%	15,7%	17,7%	52,7%	52,0%	35,2%	59,4%	36,2%	44,6%	62,9%	50,1%
Małe	12,7%	12,7%	13,9%	15,7%	14,7%	7,3%	15,5%	10,0%	19,5%	9,4%	10,1%
Średnie	18,6%	27,1%	28,7%	18,9%	14,6%	11,6%	10,1%	14,8%	27,3%	12,4%	13,3%

Tab. 4. Udział zatrudnienia w przedsiębiorstwach z poszczególnych sekcji gospodarki w zatrudnieniu w mikro, małych i średnich firmach (%)

	Ogółem	Sekcje B+C+D+E Przemysł	w tym: Sekcja C Przetwórstwo przemysłowe	Sekcja F Budownictwo	Sekcja G Handel i naprawa pojazdów samochodowych	Sekcja H Transport i gospodarka magazynowa	Sekcja I Zakwaterowanie i gastronomia	Sekcja J Informacja i komunikacja	Sekcja L Obsługa rynku nieruchomości	Sekcja M Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	Sekcje N+P+Q+R+S
Ogółem	100%	31,9%	26,7%	10,4%	25,5%	8,0%	2,8%	2,9%	1,8%	5,9%	10,8%
Mikro	100%	12,8%	12,0%	13,9%	33,8%	7,2%	4,3%	2,7%	2,1%	9,5%	13,7%
Małe	100%	31,7%	29,2%	12,8%	29,5%	4,6%	3,5%	2,3%	2,8%	4,4%	8,5%
Średnie	100%	46,4%	41,2%	10,5%	19,9%	5,0%	1,5%	2,3%	2,7%	4,0%	7,7%

2

METODOLOGIA BADANIA

Zbiorowość badania / 2.1 /s.6

Alokacja próby / 2.2 /s.8

Ważenie danych / 2.3 /s.10

/ 2.1

ZBIOROWOŚĆ BADANIA

Zbiorowość badania stanowiły aktywne przedsiębiorstwa prywatne w wybranych sekcjach PKD 2007:

1. **Sekcja C** - działalność produkcyjna
2. **Sekcja E** - dostawy wody, gospodarka ściekami i odpadami oraz działalność związana z rekultywacją
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

Do opracowania próby kwotowej wykorzystano dane otrzymane z GUS.

Tab. 5.

Liczba podmiotów zbiorowości badania, według GUS w 2011 r., w podziale według liczby pracujących i wybranych sekcji PKD 2007.

Seksja PKD 2007	Podmioty o liczbie pracujących			Suma	%
	2-9	10-49	50-249		
C	106 417	29 648	7 080	143 145	15,57
E	3 320	877	159	4 356	0,47
F	110 730	16 260	2 020	129 010	14,03
G	366 851	31 087	3 360	401 298	43,66
H	51 295	4 841	611	56 747	6,17
I	48 294	5 347	299	53 940	5,87
J	21 688	2 423	329	24 440	2,66
L	24 120	2 409	469	26 998	2,94
M	73 549	5 274	466	79 289	8,63
Suma	806 264	98 166	14 793	919 223	100,00
%	87,71	10,68	1,61	100,00	

/ 2.2

ALOKACJA PRÓBY

Ze względu na bardzo duże dysproporcje w liczbie przedsiębiorstw w wyodrębnionych grupach (zwłaszcza w przypadku liczby pracujących i sekcji PKD) proporcjonalna alokacja próby nie umożliwiłaby uzyskania liczebności próby 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 uwzględnił także minimalizację wag dla próby zrealizowanej.

Tab. 6.

Zaplanowane liczebności próby według sekcji PKD 2007
oraz grup liczby pracujących

Sekcja PKD 2007	Podmioty o liczbie pracujących			Suma	%
	2-9	10-49	50-249		
C	87	120	83	290	19,33
E	16	18	16	50	3,33
F	87	91	42	220	14,67
G	131	115	54	300	20,00
H	66	60	24	150	10,00
I	61	59	20	140	9,33
J	42	40	18	100	6,67
L	40	39	21	100	6,67
M	70	58	22	150	10,00
Suma	600	600	300	1 500	100,00
%	40,00	40,00	20,00	100,00	

/ 2.3

WAŻENIE DANYCH

Opracowano trzy wagi:

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

3

INFORMACJA
O BADANEJ POPULACJI
PRZEDSIĘBIORSTW

Tab. 7.

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

Liczebność i odsetek przedsiębiorstw w poszczególnych sektorach	N	%
Sekcja C - działalność produkcyjna:	293	19,5
Sekcja E - dostawy wody, gospodarka ściekami i odpadami oraz działalność związana z rekultywacją	51	3,4
Sekcja F - budownictwo	221	14,7
Sekcja G - handel hurtowy i detaliczny	299	19,9
Sekcja H - transport, gospodarka magazynowa i łączność	150	10,0
Sekcja I - działalność związana z zakwaterowaniem, usługami gastronomicznymi	144	9,6
Sekcja J - informacja i komunikacja	90	6,0
Sekcja L - obsługa nieruchomości	97	6,5
Sekcja M - działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	156	10,4
Ogółem	1 501	100,0

4

TENDENCJE ZMIAN W DZIAŁALNOŚCI MIKRO, MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW W LATACH 2010-2011

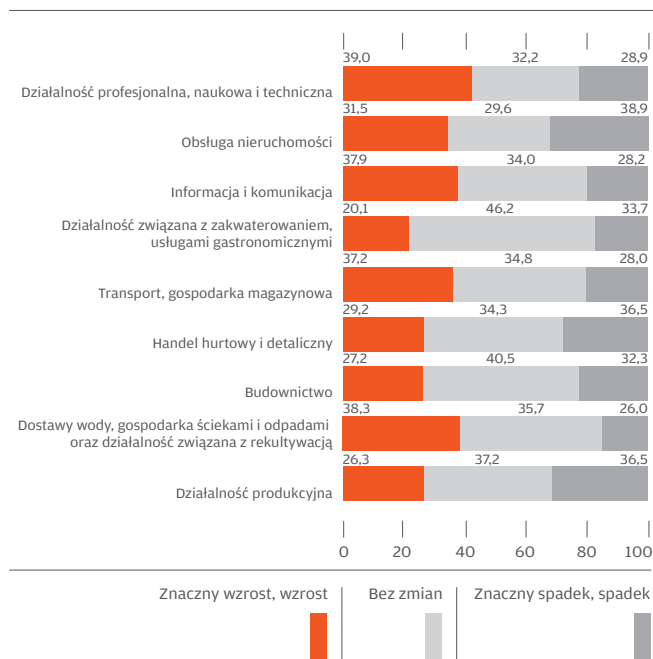
(WG SEKCJI GOSPODARKI)

Uwaga: wszystkie wykresy prezentowane w Raporcie to opracowanie własne autorki na podstawie badania zrealizowanego w ramach projektu „Monitoring kondycji sektora MSP w latach 2010-2012” współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego, PKPP Lewiatan. Jeżeli jest inaczej, pod wykresem podane jest źródło.

Poprawa koniunktury w gospodarce w 2011 r. najsilniej odczuwana jest w sektorze obsługa nieruchomości oraz informacja i komunikacja. Wzrost sprzedaży oczekiwany jest także przez firmy przemysłowe i budowlane oraz z sektora zakwaterowanie i usługi gastronomiczne. Co ważne – we wszystkich sekcjach gospodarki zmniejsza się odsetek firm, które oczekują spadku sprzedaży.

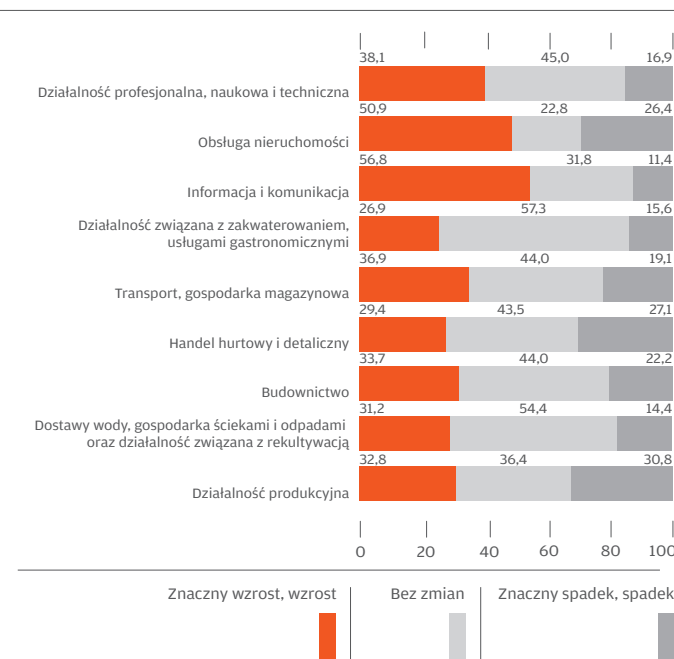
Wyk. 1.

Zmiany w sprzedaży MSP w 2010 r. w stosunku do 2009 r.
(% MSP wg sekcji gospodarki)



Wyk. 2.

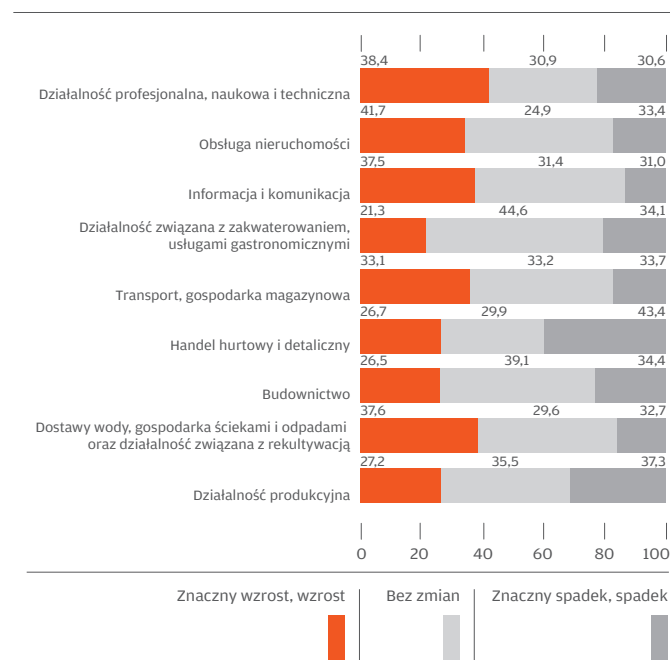
Prognozy MSP dotyczące zmian przychodów ze sprzedaży w 2011 r.
w stosunku do 2010 r. (% MSP wg sekcji gospodarki)



W 2011 r. zdecydowanie zmniejszył się odsetek firm, które spodziewają się spadku zysków w stosunku do 2010 r. Najlepsza sytuacja będzie dotyczyła firm z sektora informacja i komunikacja – wzrost zysku zapowiada nawet nieco więcej firm niż wzrost sprzedaży. Podobna sytuacja będzie dotyczyła firm transportowych i z sektora działalność profesjonalna, naukowa i techniczna. Oznacza to, że w tych sektorach (mimo istotnych różnic między nimi), firmy potrafią optymalizować koszty osiągając wzrost zysków.

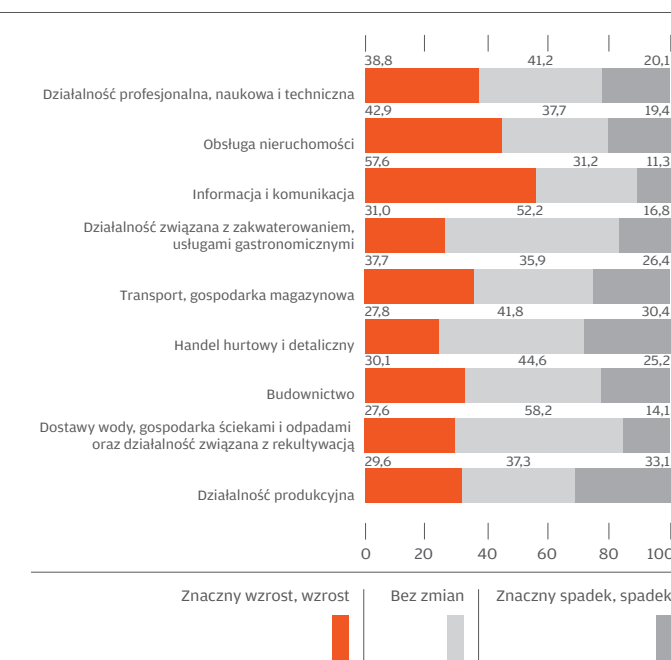
Wyk. 3.

Zmiana w poziomie zysków w MSP w 2010 r. w stosunku do 2009 r.
(% MSP wg sekcji gospodarki)



Wyk. 4.

Prognozy MSP dotyczące zmiany poziomu zysków w 2011 r.
w stosunku do 2010 r. (% MSP wg sekcji gospodarki)



Rynkiem, który rośnie, ale także konsoliduje się jest informacja i komunikacja – duży i rosnący odsetek MSP zwiększa swój udział w rynku. Konsolidacja następuje także na rynku firm obsługujących nieruchomości, a także w sektorze dostawy wody, gospodarka ściekami i odpadami, rekultywacja. Ten sektor gospodarki jest ciągle bardzo niestabilny i należy się spodziewać tam w przyszłości wielu zmian. Ciekawie w ciągu ostatnich 2 lat zachowuje się sektor zakwaterowanie i usługi gastronomiczne – zapewne przygotowując się do Euro 2012 i zwiększonego popytu ponad 1/4 firm postanowiła tę sytuację wykorzystać zwiększając udział w rynku.

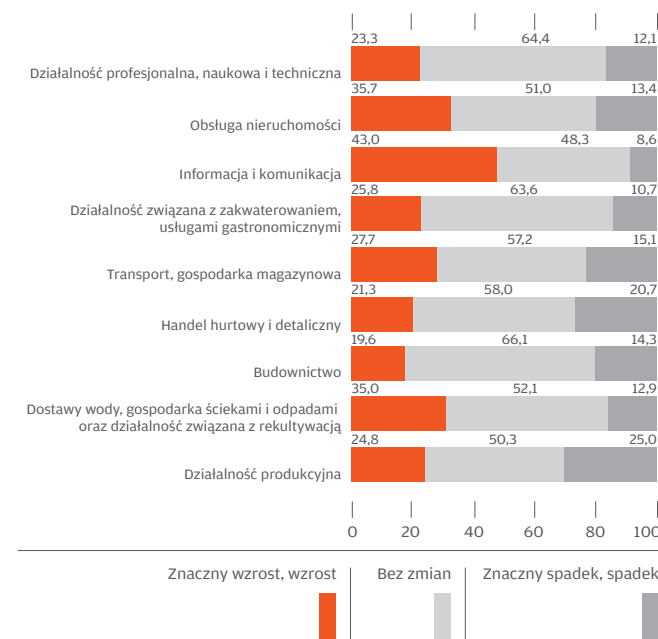
Wyk. 5.

Zmiana udziału MSP w rynku w 2010 r. w stosunku do 2009 r.
(% MSP wg sekcji gospodarki)



Wyk. 6.

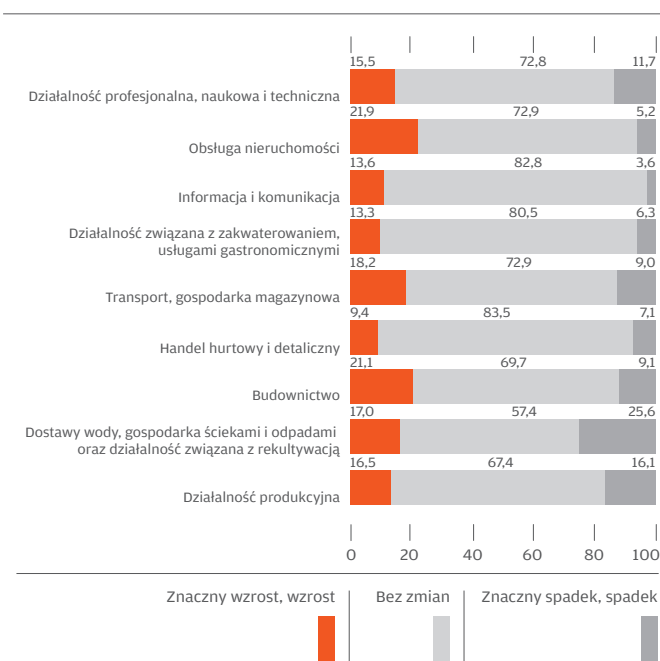
Prognozy MSP dotyczące zmiany udziału w rynku w 2011 r.
w stosunku do 2010 r. (% MSP wg sekcji gospodarki)



W 2010 r. we wszystkich sektorach gospodarki większość firm nie dokonała zmiany w poziomie zatrudnienia. Netto* jednak więcej MSP (poza dostawą wody) zwiększyło zatrudnienie. Zdecydowanie więcej MSP zdecydowało się w 2010 r. na wzrost wynagrodzeń niż na wzrost zatrudnienia. Najsilniej na wzrost wynagrodzeń w stosunku do wzrostu zatrudnienia nastawione były firmy z sektorów działalność profesjonalna, naukowa i techniczna, informacja i komunikacja, przemysł oraz handel. Firmy w tych sektorach (poza handlem) nie mogą sobie pozwolić na utratę pracowników, bowiem nie ma nadpodaży potrzebnych specjalistów, a MSP z reguły przegrywają o nich walkę z dużymi firmami.

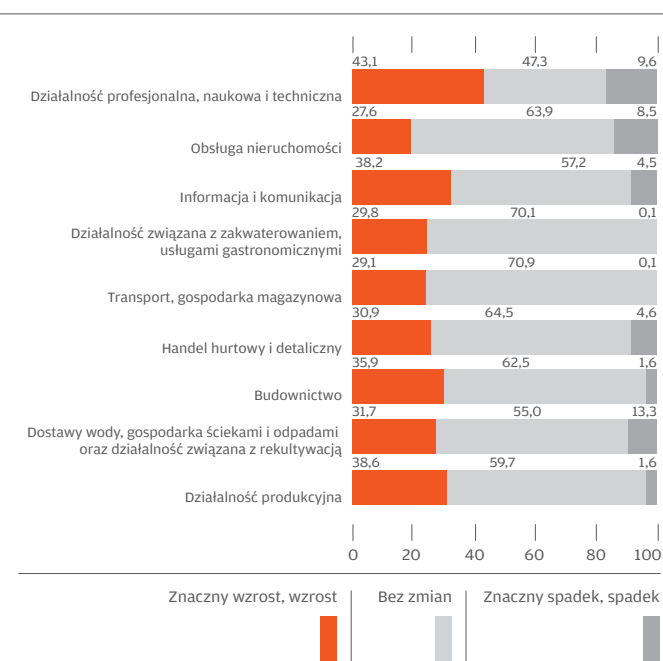
Wyk. 7.

Zmiana zatrudnienia w MSP w 2010 r. w stosunku do 2009 r.
(% MSP wg sekcji gospodarki)



Wyk. 8.

Zmiana wynagrodzeń w MSP w 2010 r. w stosunku do 2009 r.
(% MSP wg sekcji gospodarki)



*Netto - odsetek firm, które zwiększyły zatrudnienie minus odsetek firm, które zwiększyły zatrudnienie

W 2011 r. sytuacja dotycząca zatrudnienia i wynagrodzeń wygląda nieco inaczej, aczkolwiek podstawowy trend został utrzymany - wyższa skłonność do podnoszenia wynagrodzeń niż do wzrostu zatrudnienia. Jednak MSP z 3 sektorów podnoszą zatrudnienie, w tym w dwóch zdecydowanie więcej firm niż w 2010 r. (informacja i komunikacja oraz zakwaterowanie i usługi gastronomiczne). W MSP w pozostałych sektorach odsetek firm, w których zatrudnienie w 2011 r. rośnie, jest mniejszy lub na podobnym poziomie w stosunku do 2010 r. Natomiast więcej MSP niż w 2010 r. w większości sektorów podnosi wynagrodzenia. Skłonność firm do wzrostu wynagrodzeń zmniejszyła się natomiast w przemyśle, co z jednej strony może wskazywać na stabilną sytuację na rynku pracy w tym jego segmencie, z którego korzystają firmy przemysłowe. Ale także może być efektem obaw przed spowolnieniem gospodarczym.

Wyk. 9.

Prognozy MSP dotyczące zmiany zatrudnienia w 2011 r. w stosunku do 2010 r. (% MSP wg sekcji gospodarki)



Wyk. 10.

Prognozy MSP dotyczące zmiany wynagrodzeń w 2011 r. w stosunku do 2010 r. (% MSP wg sekcji gospodarki)

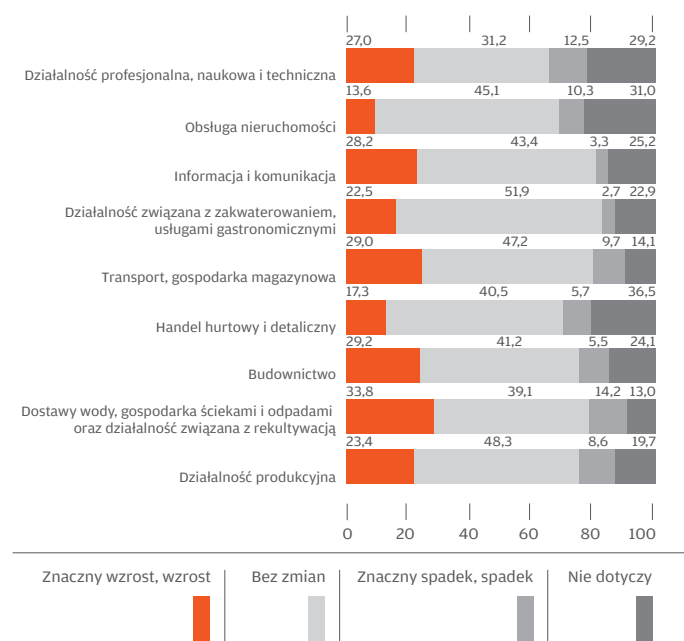


W 2011 r. w większości sektorów gospodarki (poza handlem i obsługą nieruchomości) zmniejszył się odsetek MSP, które zapowiadają wzrost nakładów na inwestycje rozszerzające możliwości produkcyjne - najsilniej w sektorze informacja i komunikacja oraz działalność profesjonalna, naukowa i techniczna, a także w budownictwie.

Sugerowałoby to, że stopień wykorzystania mocy wytwórczych w tych sektorach nie jest wysoki. Dodatkowo może to wynikać z potrzeby ograniczenia ryzyka przeinwestowania i spadku płynności w wyniku osłabienia gospodarczego.

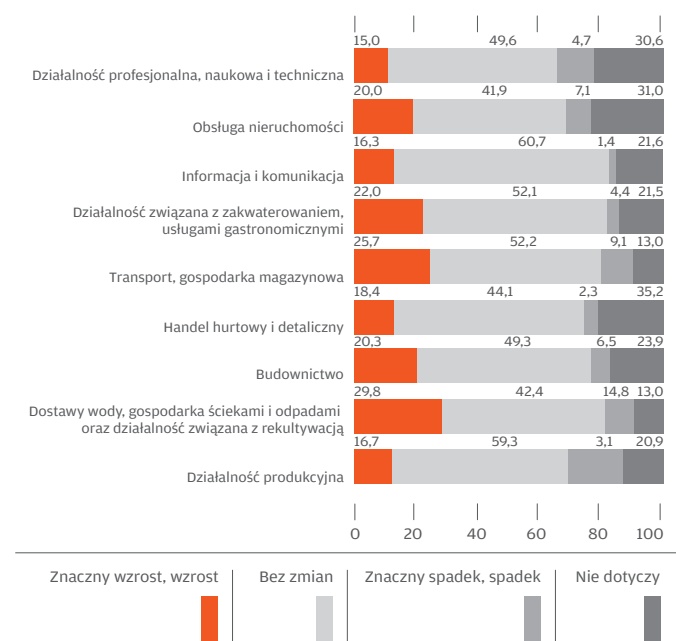
Wyk. 11.

Zmiany w MSP nakładów na inwestycje rozszerzające możliwości produkcyjne w 2010 r. w stosunku do 2009 r.
(% MSP wg sekcji gospodarki)



Wyk. 12.

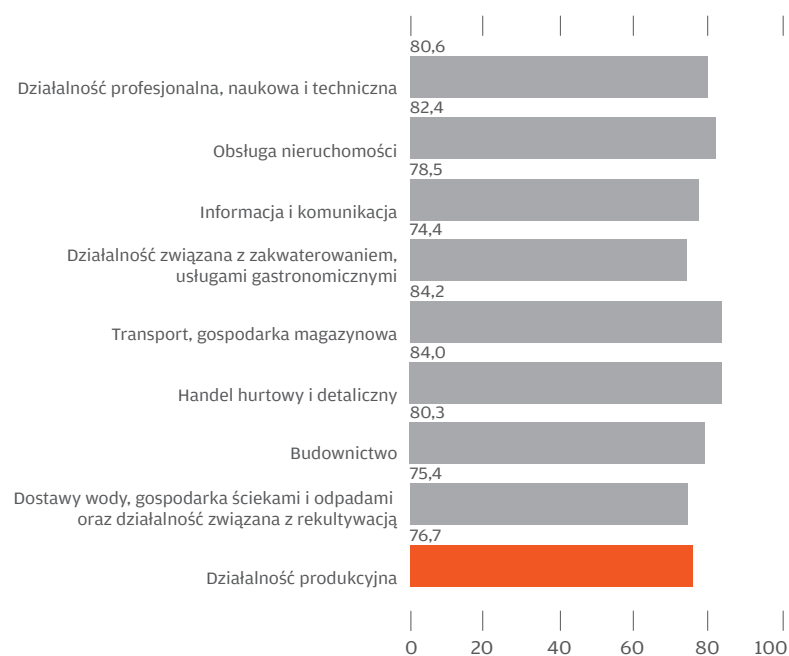
Prognozy MSP dotyczące zmian w nakładach na inwestycje rozszerzające możliwości produkcyjne w 2011 r. w stosunku do 2010 r.
(% MSP wg sekcji gospodarki)



Jednak stopień wykorzystania posiadanych zasobów technicznych we wszystkich sektorach gospodarki jest wysoki. Najwyższy w firmach transportowych, ale wśród nich relatywnie dużo jest przedsiębiorstw zwiększających inwestycje rozszerzeniowe. Zdecydowanie natomiast zmniejszyło się zainteresowanie wzrostem nakładów na inwestycje zwiększające możliwości produkcyjne wśród MSP z sektora informacja i komunikacja.

Wyk. 13.

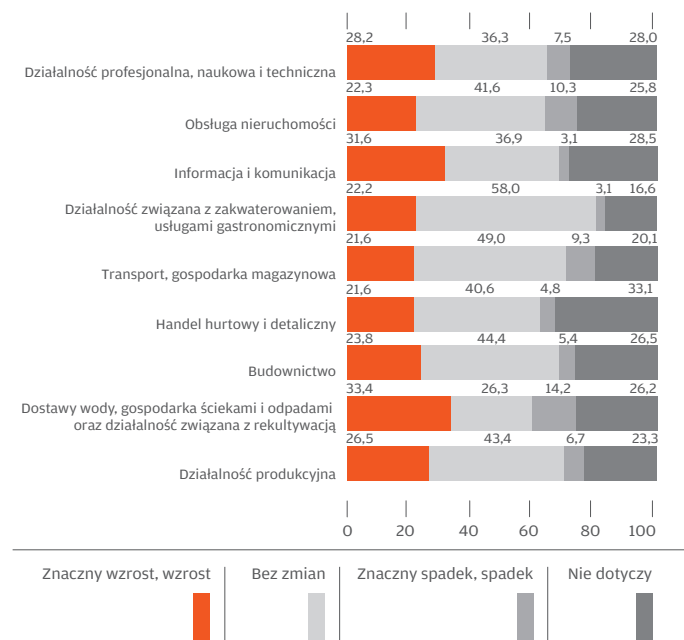
Stopień wykorzystania posiadanych zasobów technicznych
(% wykorzystania; MSP wg sekcji gospodarki)



MSP z większości sektorów, poza transportem i dostawą wody, bardziej zainteresowane były w latach 2010-2011 wzrostem inwestycji modernizacyjnych niż rozszerzeniowych. To pozytywna tendencja. Jednak odsetek firm planujących wzrost nakładów na inwestycje modernizacyjne w 2011 r. był mniejszy niż w 2010 r. Czyli skłonność do inwestycji modernizacyjnych zmniejszyła się, podobnie jak do inwestycji rozszerzających majątek produkcyjny. Obawy przed osłabieniem gospodarczym dotyczą zatem wszystkich inwestycji, niezależnie od ich charakteru.

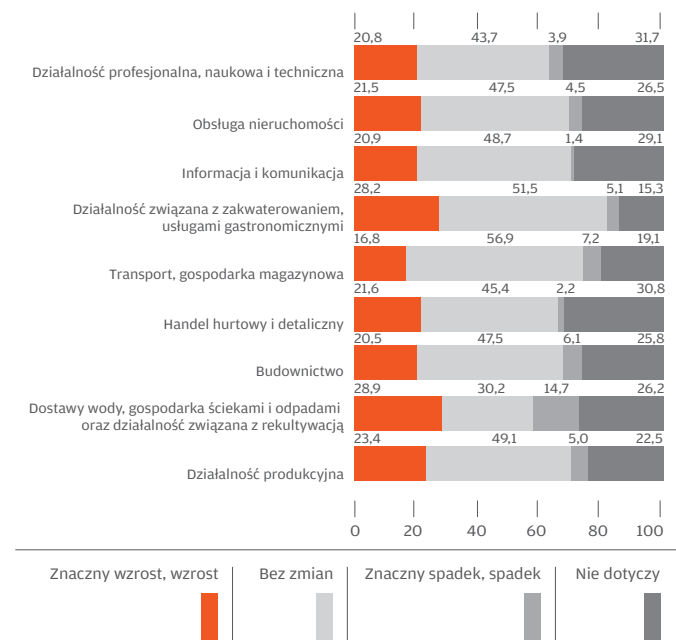
Wyk. 14.

Zmiana w MSP nakładów na inwestycje modernizujące możliwości produkcyjne w 2010 r. w stosunku do 2009 r.
(% MSP wg sekcji gospodarki)



Wyk. 15.

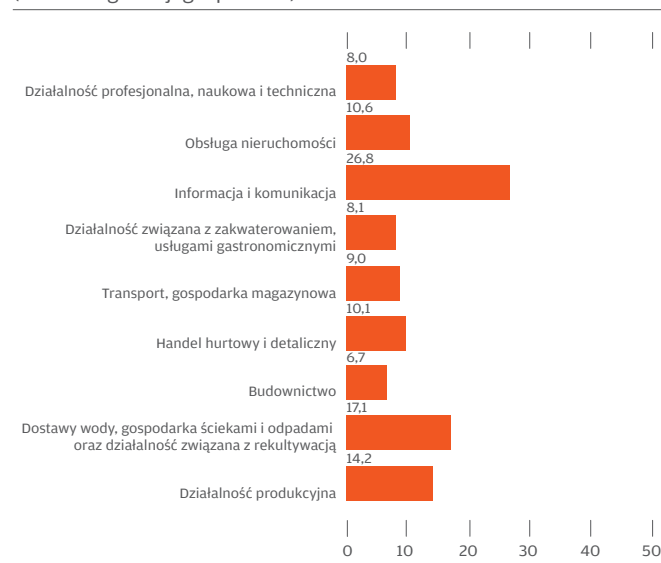
Prognozy MSP dotyczące zmian w nakładach inwestycyjnych modernizujących możliwości produkcyjne w 2011 r. w stosunku do 2010 r. (% MSP wg sekcji gospodarki)



MSP we wszystkich sektorach gospodarki inwestują w B+R, ale odsetek firm, w których nakłady na ten cel rosną jest mały, poza firmami z sektora informacja i komunikacja. Dziwi i niepokoi niska skłonność firm przemysłowych do inwestowania w B+R, a także firm z sektora działalność profesjonalna, naukowa i techniczna. Należy jednak pamiętać, że w tym sektorze działają nie tylko firmy prowadzące działalność badawczą, ale także zajmujące się reklamą, badaniami rynku, działalnością fotograficzną, a także weterynaryjną.

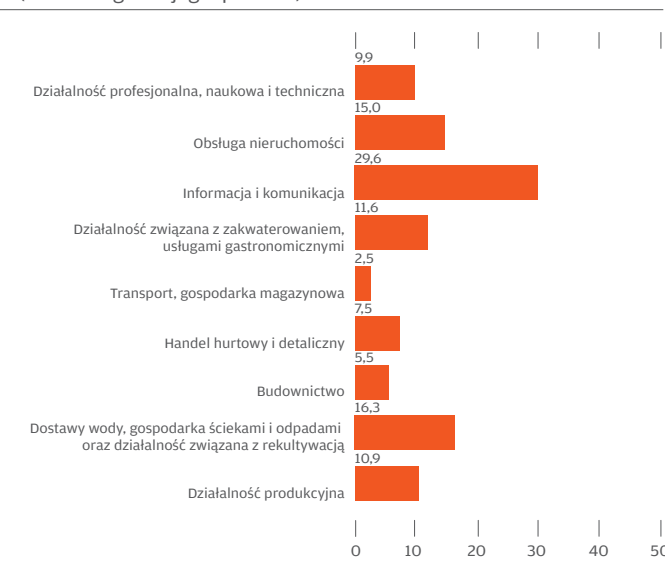
Wyk. 16.

Wzrost nakładów na inwestycje w B+R w MSP w 2010 r.
w stosunku do 2009 r.
(% MSP wg sekcji gospodarki)



Wyk. 17.

Prognozy MSP dotyczące wzrostu nakładów na inwestycje w B+R
w 2011 r. w stosunku do 2010 r.
(% MSP wg sekcji gospodarki)

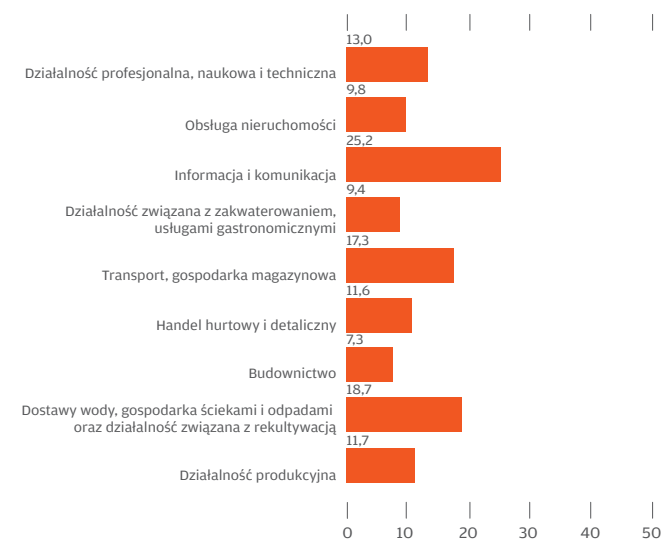


Nieznacznie lepiej wyglądają inwestycje MSP w zakup nowych technologii, licencji. Także tutaj dominują firmy z sektora informacja i komunikacja. Relatywnie dużo firm z sektora „dostawa wody” także inwestuje w nowe technologie. Tak jak w przypadku inwestycji w B+R, przemysłowe MSP są słabo zainteresowane nowymi technologiami. Oczywiście w skład sekcji „przetwórstwo przemysłowe” wchodzi wiele branż, ale nie ma takiej, która nie potrzebowałaby inwestycji w tym obszarze. Niska skłonność firm przemysłowych do inwestycji w B+R oraz w zakup nowych technologii nie jest dobrym prognostykiem potencjału rozwojowego tego sektora gospodarki.

Wyk. 18.

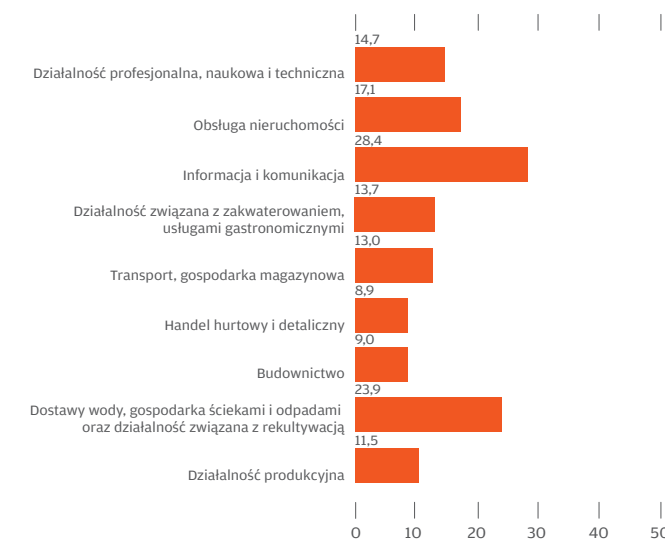
Wzrost nakładów na inwestycje w nowe technologie w MSP w 2010 r.
w stosunku do 2009 r.

(% MSP wg sekcji gospodarki)

**Wyk. 19.**

Prognozy MSP dotyczące wzrostu nakładów na inwestycje w nowe technologie w 2011 r. w stosunku do 2010 r.

(% MSP wg sekcji gospodarki)

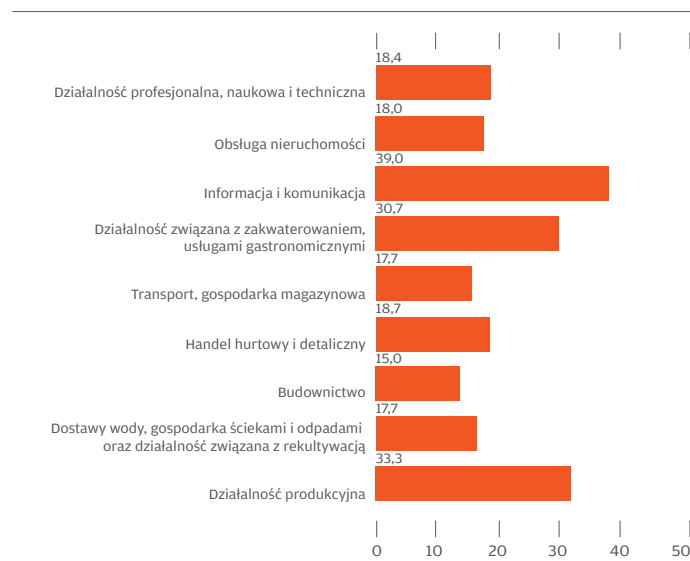


Inwestycje w innowacje produktowe znajdują się znacznie bardziej w obszarze zainteresowania MSP ze wszystkich sektorów gospodarki.

Liderem są firmy z sektora informacja i komunikacja. W tym przypadku przemysłowe MSP radzą sobie lepiej - w kontekście niskiej skłonności do inwestowania w B+R oraz w nowe technologie - pytanie jak długo. Relatywnie dużo firm z sektora zakwaterowanie i usługi gastronomiczne zadeklarowało wzrost innowacji produktowych w 2011 r. (po także dobrym 2010 r.). MSP z tego sektora szykują ofertę na Euro 2012 i zapewne dlatego są tak aktywne.

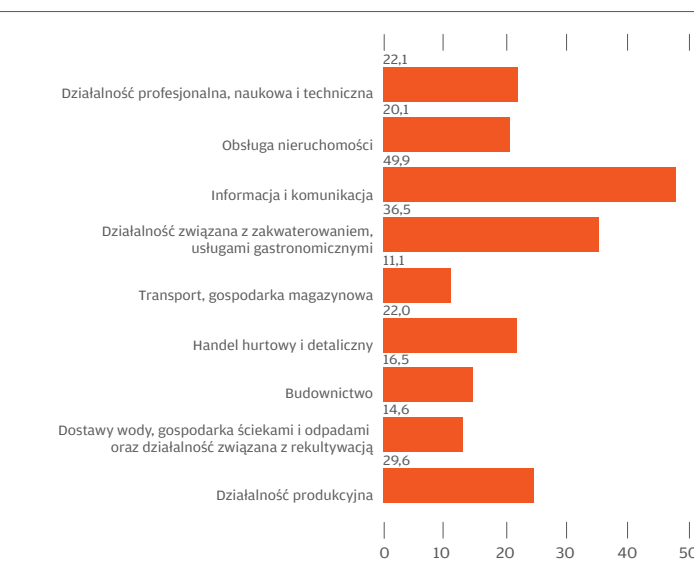
Wyk. 20.

Wzrost inwestycji w innowacje produktowe w MSP w 2010 r.
w stosunku do 2009 r. (% MSP wg sekcji gospodarki)



Wyk. 21.

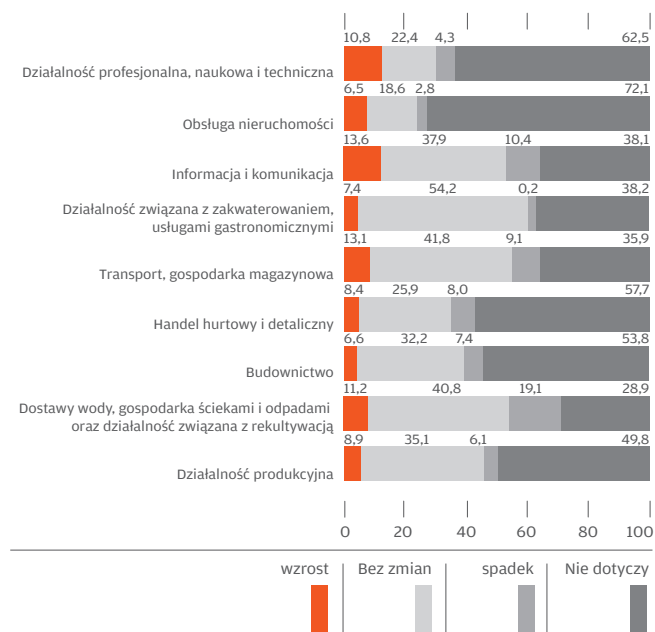
Prognozy MSP dotyczące wzrostu inwestycji w innowacje produktowe
w 2011 r. w stosunku do 2010 r. (% MSP wg sekcji gospodarki)



Niewiele MSP, niezależnie od sektora gospodarki, zwiększyło w 2010 r. i w 2011 r. zadłużenie w bankach. Porównanie tych informacji z informacjami dotyczącymi ich skłonności do inwestycji, która nie jest zbyt duża, ale znacznie większa niż korzystanie z zewnętrznego finansowania, wskazuje na utrzymującą się tendencję do finansowania działalności i rozwoju przede wszystkim ze środków własnych. MSP, niezależnie od branży, niechętnie korzystają z kredytów bankowych - bardzo duży odsetek firm wskazuje, że problem zadłużenia w bankach ich nie dotyczy (szczególnie MSP z sektora obsługa nieruchomości, ale także z sektora działalność profesjonalna, naukowa i techniczna).

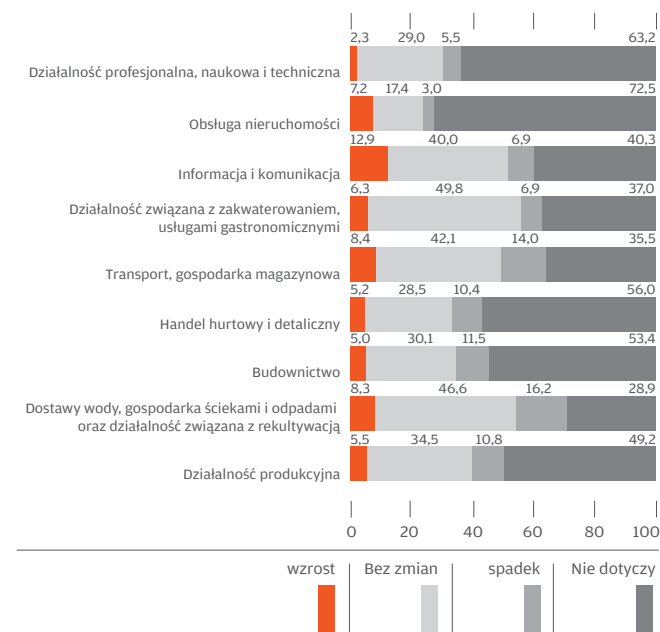
Wyk. 22.

Zmiana zadłużenia w bankach w 2010 r. w stosunku do 2009 r.
(% MSP wg sekcji gospodarki)



Wyk. 23.

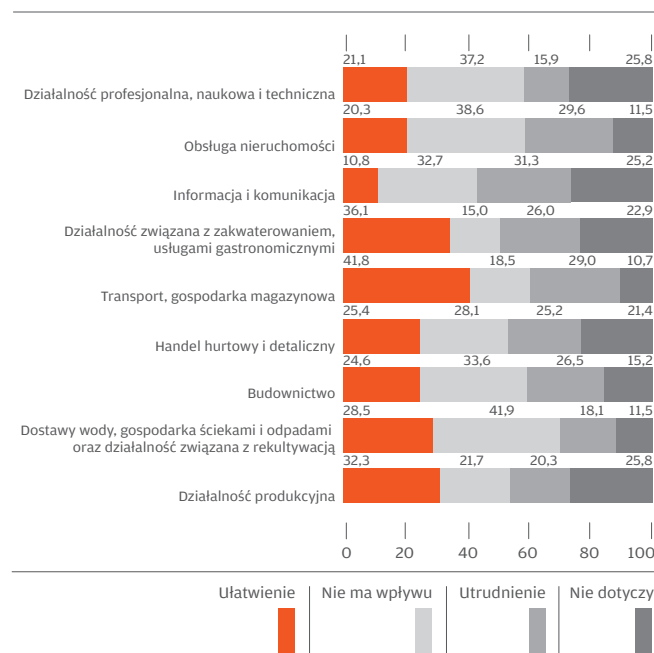
Prognozy MSP dotyczące zmiany zadłużenia w bankach w 2011 r.
w stosunku do 2010 r. (% MSP wg sekcji gospodarki)



W niektórych sektorach gospodarki słabe zainteresowanie kredytami bankowym może wynikać z trudnych dla MSP warunków dostępu do kredytu - dotyczy to firm z sektora informacja i komunikacja, z których prawie 1/3 ocenia warunki dostępu do kredytu jako utrudnienie w działalności, przy tylko 10% firm oceniających te warunki pozytywnie. Podobną ocenę przedstawiają firmy z sektora obsługa nieruchomości. Oceny MSP z pozostałych sektorów netto*/są pozytywne. Oceny dotyczące współpracy z bankami nie są tak zróżnicowane jak oceny warunków dostępu do kredytu, ale tu także banki otrzymują najslabsze „noty” od firm z sektora informacja i komunikacja oraz obsługa nieruchomości, co może oznaczać, że obie te grupy firm zgłaszają większe niż firmy z pozostałych sektorów zapotrzebowanie na finansowanie kredytem.

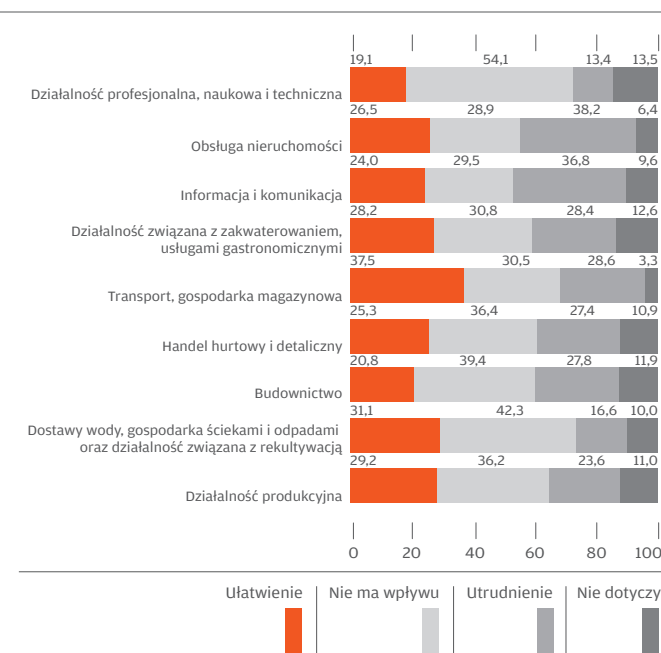
Wyk. 24.

Warunki dostępu do kredytu - wpływ na możliwości rozwoju i sytuację ekonomiczną i finansową firmy (% MSP wg sekcji gospodarki)



Wyk. 25.

Współpraca z bankami (biurokracja) - wpływ na możliwości rozwoju i sytuację ekonomiczną i finansową firmy (% MSP wg sekcji gospodarki)

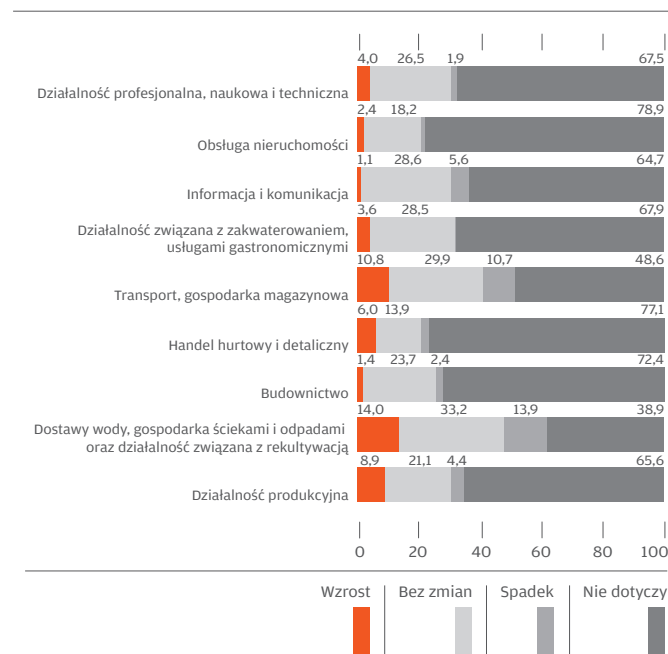


* Netto - różnica między odsetkiem firm oceniających warunki dostępu do kredytu jako ułatwienie a odsetkiem firm oceniających je jako utrudnienie.

Większość MSP, niezależnie od sektora, nie korzysta z leasingu. Najbardziej zainteresowane tą formą finansowania inwestycji są firmy z sektora „dostawa wody” oraz firmy transportowe. Rzeczywiście, firmy leasingowe w swoim portfelu najwięcej mają wyleasingowanych środków transportu. Interesujące, że MSP z takich sektorów, jak budownictwo czy obsługa nieruchomości, tak rzadko sięgają po leasing, który wydaje się być stworzony nie tylko do inwestycji w środki transportu, ale także w sprzęt budowlany, czy urządzenia biurowe.

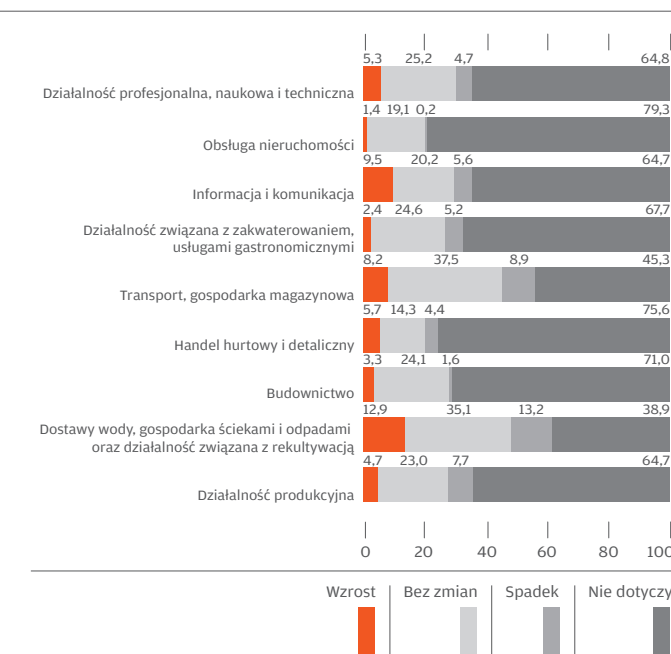
Wyk. 26.

Zmiany korzystania z leasingu w 2010 r. w stosunku do 2009 r.
(% MSP wg sekcji gospodarki)



Wyk. 27.

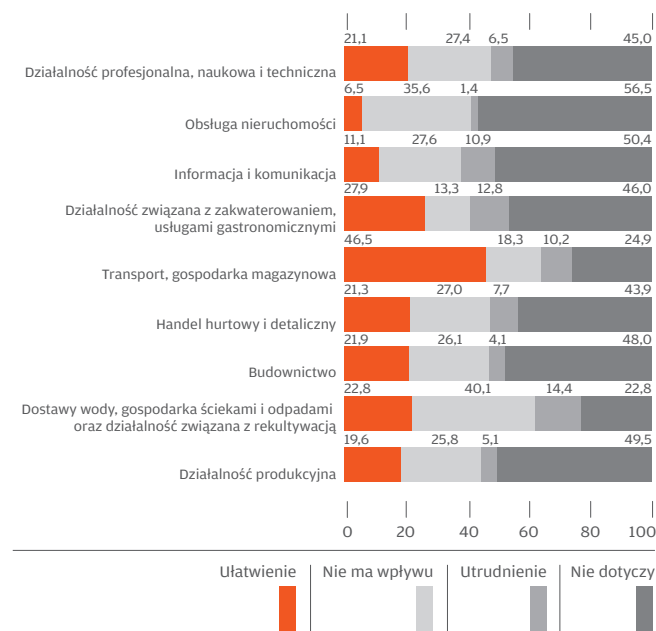
Prognozy MSP dotyczące zmiany korzystania z leasingu w 2011 r.
w stosunku do 2010 r. (% MSP wg sekcji gospodarki)



MSP ze wszystkich sektorów gospodarki oceniają warunki dostępu do leasingu (netto) pozytywnie. Jest to ułatwieniem szczególnie dla firm transportowych, co nie dziwi patrząc na skalę leasingu samochodów w Polsce. Dobrze warunki korzystania z leasingu oceniają również firmy z sektora zakwaterowanie i usługi gastronomiczne. Zapewne część wyposażenia kuchni (hotelowych i restauracyjnych) jest efektem umów leasingowych.

Wyk. 28.

Warunki korzystania z leasingu - wpływ na możliwości rozwoju i sytuację ekonomiczną i finansową firmy (% MSP wg sekcji gospodarki)



Typologia MSP - charakterystyka mikro, małych i średnich przedsiębiorstw przez pryzmat ich zachowań w 2011 r.

TYP MSP	CECHY (w oparciu o plany na 2011 r.)
Zagrożony	<ul style="list-style-type: none"> / Oczekują spadku przychodów ze sprzedaży, spadku zysków i udziałów w rynku / Nie inwestują / Nie wypuszczają na rynek nowych produktów / Z reguły nie korzystają z kredytów bankowych, ani z leasingu / Przewidują spadek zatrudnienia w swoich firmach
Na rozdrożu	<ul style="list-style-type: none"> / Oczekują spadku przychodów ze sprzedaży, spadku zysków i udziałów w rynku / Inwestowali w majątek trwały (odtwarzający i unowocześniający), ale w 2011 r. planują spadek tych inwestycji / Nie planują wypuszczenia na rynek nowych produktów / Korzystali z kredytów bankowych, ale zakładają, że ich zadłużenie w bankach spadnie / Przewidują spadek zatrudnienia w swoich firmach
Stabilny innowator	<ul style="list-style-type: none"> / Przewidują wzrost przychodów ze sprzedaży, wzrost zysków i udziałów w rynku / Przewidują niewielki wzrost inwestycji w majątek trwały / Planują niewielki wzrost nowej oferty produktowej / Zatrudnienie pozostanie na tym samym poziomie
Dynamiczny Innowator	<ul style="list-style-type: none"> / Oczekują wzrostu przychodów ze sprzedaży, wzrostu zysków i udziałów w rynku / Inwestują w B+R, w zakup nowych technologii, licencji i oczekują lekkiego wzrostu tych inwestycji / Inwestycje w majątek trwały lekko wzrosną / Planują wypuszczenie na rynek nowych produktów (wzrost) / Zatrudnienie w ich firmach lekko wzrośnie

Typologia MSP w podziale na sekcje gospodarki

TYP MSP →	ZAGROŻONY	NA ROZDROŻU	STABILNY INNOWATOR	DYNAMICZNY INNOWATOR
MSP PL 2011	27,9	22,8	30,4	18,9
C - Działalność produkcyjna	16,7	21,3	32,4	29,5
E - Dostawy wody, gospodarka ściekami i odpadami, rekultywacja	12,6	49,4	18,6	19,4
F - Budownictwo	30,7	22,8	29,3	17,2
G - Handel hurtowy i detaliczny	33,1	23,7	28,5	14,7
H - Transport i gospodarka magazynowa	16,2	31,1	29,1	23,6
I - Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi	22,1	30,8	27,0	20,0
J - Informacja i komunikacja	21,2	6,5	31,0	41,3
L - Obsługa nieruchomości	27,9	11,7	49,3	11,1
M - Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	32,4	165	35,6	15,5

Typologia MSP w podziale na sekcje gospodarki (1)

MSP z sektora przemysłowego to najczęściej stabilni innowatorzy, firmy rosnące i inwestujące w innowacje produktowe. Ale jest wśród firm przemysłowych także duży odsetek dynamicznych innowatorów, firm które rozwijają się także w oparciu o inwestycje w B+R oraz nowe technologie, oczekują wzrostu wszystkich podstawowych parametrów swojego działania.

MSP z sektora dostawy wody, gospodarka ściekami i odpadami oraz działalność związana z rekultywacją to w największej części firmy na rozdrożu, które inwestowały, ale teraz mają trudności ze wzrostem.

MSP z sektora budownictwo to prawie w równych częściach firmy zagrożone, ale także stabilni innowatorzy. Te zagrożone w perspektywie mają spadek sprzedaży i zysków, zmniejszenie zatrudnienia i inwestycji. Jeżeli nie znajdą na siebie nowego pomysłu, trudno będzie im przetrwać. Te firmy budowlane, które należą do grupy stabilnych innowatorów – wprowadzają innowacje produktowe, osiągają wzrost sprzedaży i zysków.

Typologia MSP w podziale na sekcje gospodarki (2)

Wśród MSP z sektora handel hurtowy i detaliczny dominują firmy zagrożone, czyli oczekujące spadku wszystkich podstawowych parametrów działalności. Są wypierane z rynku i części z nich trudno będzie przetrwać. Ale w tym sektorze działają także stabilni innowatorzy, firmy handlowe, które radzą sobie w trudnych warunkach bardzo konkurencyjnego rynku, udaje im się zwiększać sprzedaż, zysk, a także udziały w rynku. Może dlatego, że potrafią inwestować w innowacje produktowe.

W grupie MSP transportowych relatywnie najwięcej jest firm na rozdrożu, które nie wytrzymują konkurencji na rynku i mimo, że inwestowały, nie znalazły (na razie) klucza do wzrostu. Ale są w tej grupie także stabilni innowatorzy, firmy, które radzą sobie wprowadzając innowacje produktowe, dzięki czemu są w stanie zwiększać przychody ze sprzedaży i zyski.

MSP działające w sekcji „działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi” to, podobnie jak firmy transportowe, przede wszystkim przedsiębiorstwa na rozdrożu, ale także stabilni innowatorzy. Działają na bardzo konkurencyjnym rynku, i część z nich nie radzi sobie, ale część znalazła pomysły na nowe usługi i produkty, co pozwala im się rozwijać.

Typologia MSP w podziale na sekcje gospodarki (3)

MSP działające w sektorze informacja i komunikacja to zdecydowanie dynamiczni innowatorzy, którzy bazują na inwestycjach w B+R oraz nowych technologiach. Chcą inwestować, zatrudniać i oczekują wzrostu sprzedaży i zysków. Drugą silną liczebnie grupą są w tym sektorze stabilni innowatorzy - firmy nie tak zaangażowane w procesy badawcze jak pierwsza grupa, ale wdrażające innowacje produktowe i rozwijające się.

Wśród firm z sektora obsługa nieruchomości największą grupę stanowią stabilni innowatorzy - firmy otwarte na wprowadzanie nowych produktów i usług, i nie obawiające się spadku sprzedaży i zysków. Ale nie podejmujące ryzyka wzrostu zatrudnienia.

MSP z sektora działalność profesjonalna, naukowa i techniczna rozczarowują, bowiem mimo różnych rodzajów profesjonalnej działalności wchodzącej w skład tego sektora, i mimo, że relatywnie najliczniejszą grupę stanowią tu stabilni innowatorzy, to niewielu jest tam dynamicznych innowatorów, za to dużo firm zagrożonych, które tracą rynek, oczekują spadku sprzedaży i zysków. Sektor ten jest bardzo zróżnicowany i trudno ocenić, czy ta tendencja dotyczy wszystkich branż, czy jest skoncentrowana np. tylko w działalności w zakresie architektury i inżynierii.

5

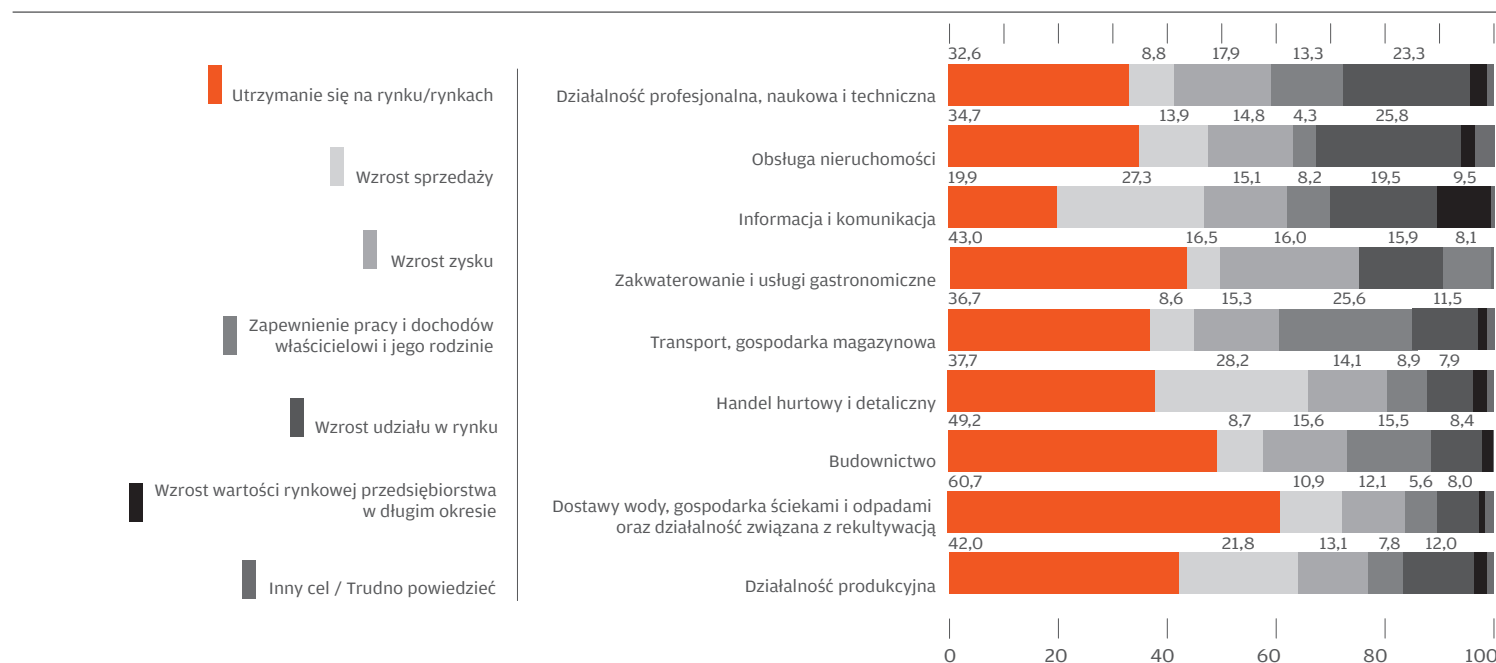
SŁABE I MOCNE STRONY MSP

(ujęcie według sekcji gospodarki)

Największe problemy mają firmy z sektora „dostawa wody”, bowiem dla ponad 60% MSP w tym sektorze celem strategicznym jest utrzymanie się na rynku. Najmniejsze - firmy z sektora informacja i komunikacja. Generalnie jednak w każdej sekcji gospodarki (poza informacją i komunikacją) co najmniej 1/3 koncentruje się na przetrwaniu. Najwięcej MSP, dla których celem strategicznym jest zapewnienie pracy i dochodu właścicielowi i jego rodzinie, jest w sektorze transportowym. Natomiast w sektorach informacja i komunikacja, obsługa nieruchomości oraz działalność profesjonalna część firm koncentruje się na wzroście udziału w rynku.

Wyk. 29.

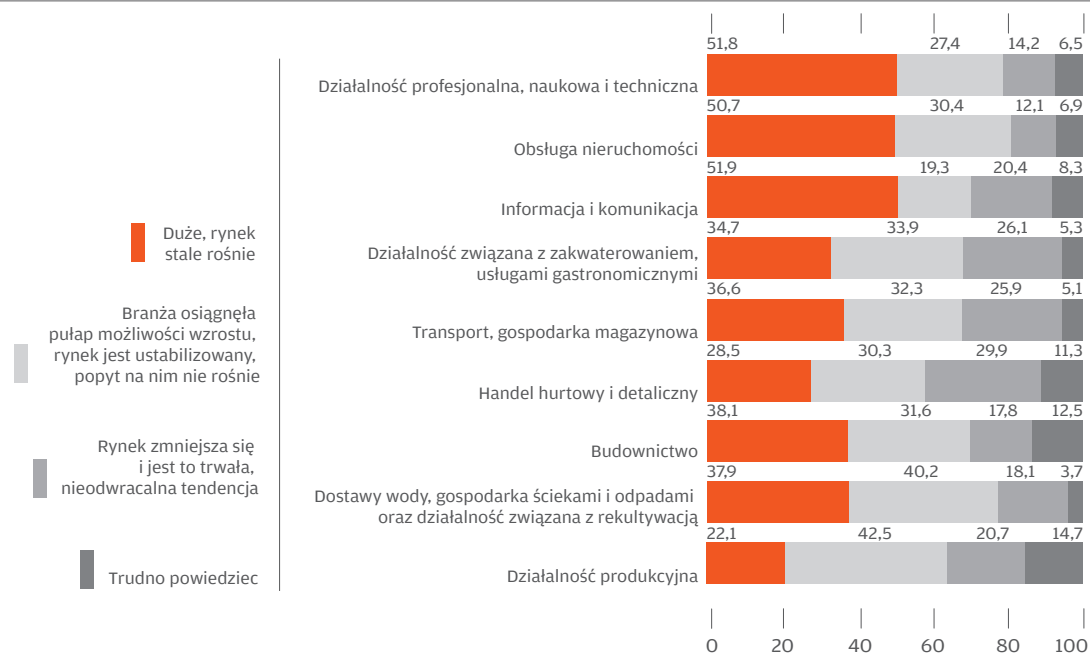
Cel strategiczny firmy
(% MSP wg sekcji gospodarki)



Cele strategiczne, które MSP sobie wyznaczają, wiążą się z możliwościami branży, w której firmy działają. Informacja i komunikacja, obsługa nieruchomości oraz działalność profesjonalna oceniane są przez firmy, które w tych sektorach działają, jako rynki rozwijające się. Jednocześnie najmniej firm definiuje te rynki jako zmniejszające się w sposób trwały. Wcześniejsze obserwacje dotyczące firm handlowych potwierdzają się w ocenach dotyczących możliwości rozwoju sektora, w którym działają – prawie 30% MSP uznaje, że tych możliwości nie ma. Natomiast przemysłowe MSP definiują rynek, na którym działają, jako dojrzały.

Wyk. 30.

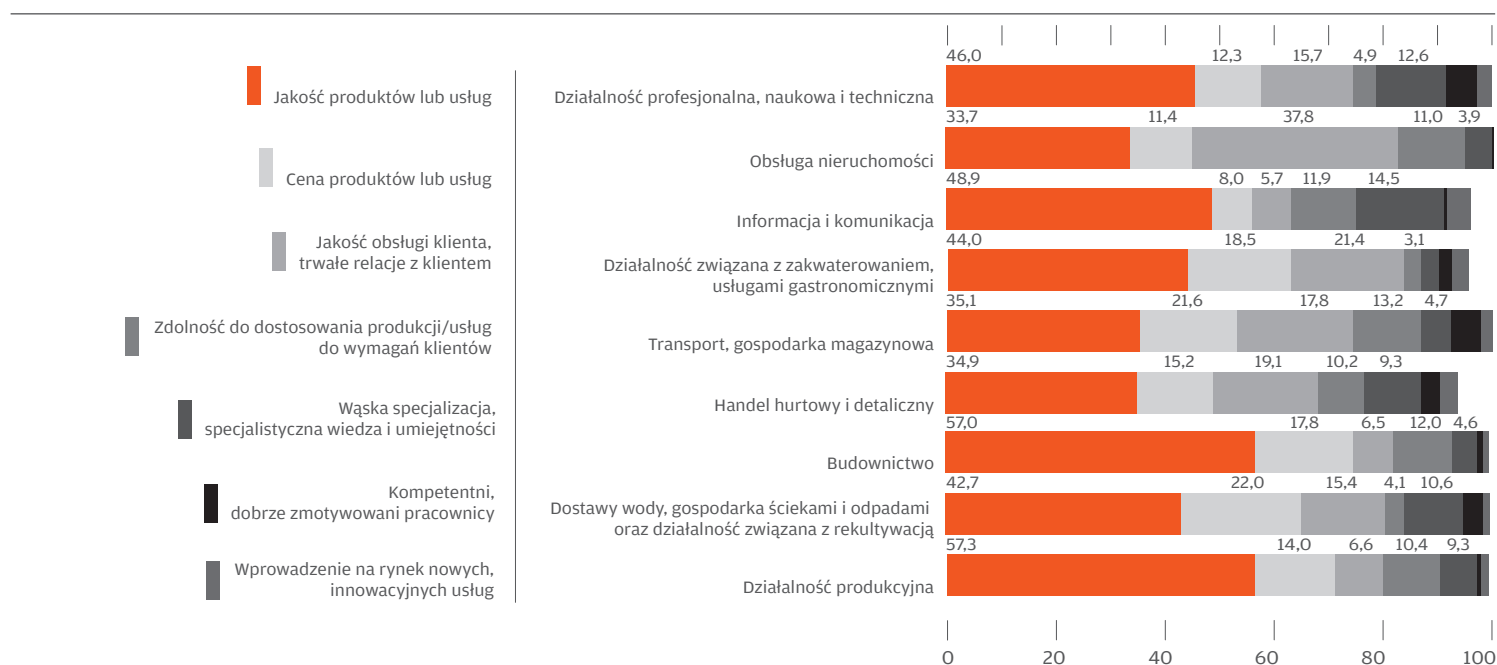
Możliwości wzrostu branży, w której działa firma
(% MSP wg sekcji gospodarki)



Analiza czynników budujących pozycję konkurencyjną firm na rynku w zależności od sektora gospodarki jest zróżnicowana. Jednak dominującym czynnikiem we wszystkich sektorach (poza obsługą nieruchomości) jest jakość produktów i usług. Cena jest istotnym, ale nie głównym czynnikiem w sekcji „dostawa wody” oraz transport. W transporcie przedsiębiorcy podkreślają także znaczenie kapitału ludzkiego.

Wyk. 31.

Czynniki budujące dzisiaj pozycję konkurencyjną MSP na rynku -
czynnik wskazany na pierwszym miejscu (% MSP wg sekcji gospodarki)

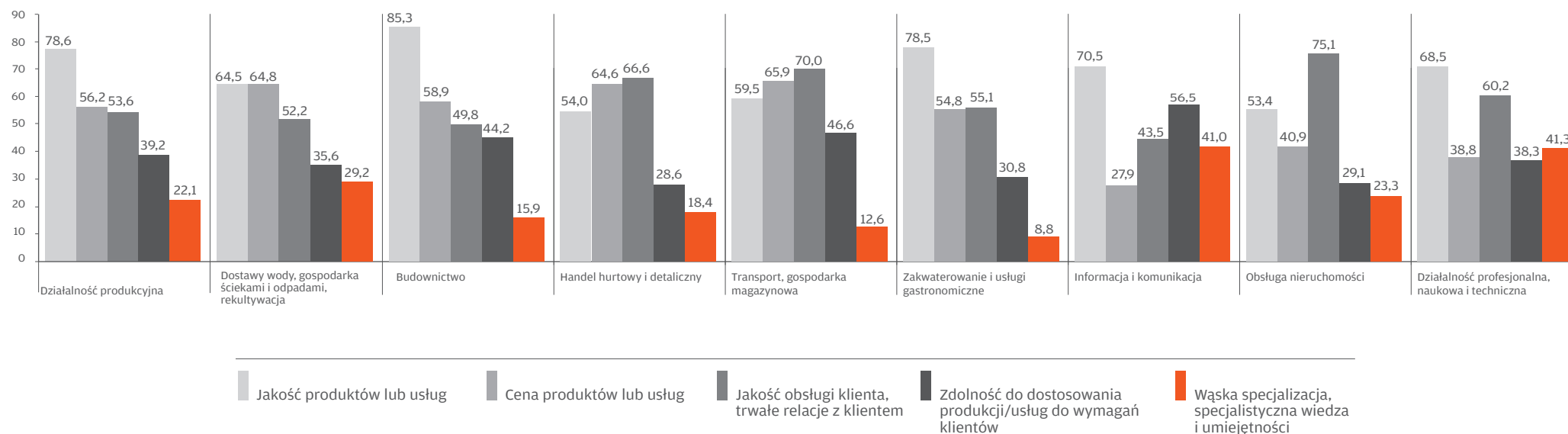


Wskazanie trzech najważniejszych czynników nie zmienia wiele w łącznych wskazaniach dotyczących czynników, które są podstawą budowania pozycji konkurencyjnej firm.

W handlu najważniejsza okazuje się jednak jakość obsługi klienta i cena. W transporcie zestawienie jest podobne - jakość obsługi, cena i jakość produktu. W sektorze informacja i komunikacja od ceny ważniejsza jest nie tylko jakość produktów i usług, ale także zdolność dostosowania produktów i usług do wymagań klienta, jakość

Wyk. 32.

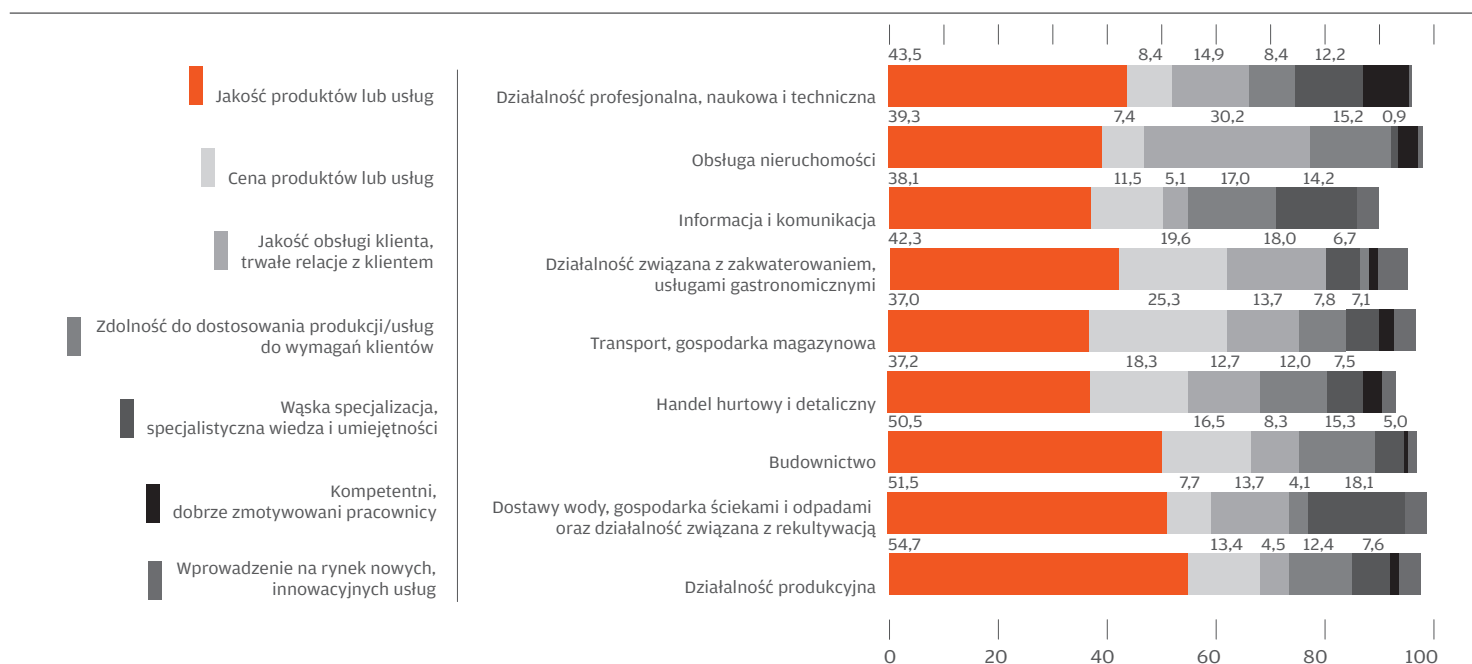
Czynniki budujące dzisiaj pozycję konkurencyjną MSP na rynku - trzy najważniejsze czynniki łącznie
(% MSP wg sekcji gospodarki)



MSP nie przewidują redefiniowania swojego stosunku do czynników budujących ich pozycję konkurencyjną na rynku - ciągle, w najbliższych 2-3 latach, będzie to jakość produktów i usług. Jednak w część sektorów znaczenie cenie, nieznacznie, ale wzrośnie. Wyraźnie wzrośnie w firmach handlowych. Są one już po doświadczeniach lat 2008-2009, kiedy klienci nie zmniejszyli konsumpcji, ale zmienili jej strukturę kierując uwagę na produkty tańsze. To dobrze, że mniejsze firmy handlowe potrafią to dostrzec i przygotować zmianę koncepcji działania.

Wyk. 33.

Czynniki, które będą budować pozycję konkurencyjną firmy na rynku w ciągu najbliższych 2-3 lat - czynnik wskazany na pierwszym miejscu (% MSP wg sekcji gospodarki)



Główny czynnik, na którym firmy budują pozycję konkurencyjną na rynku - jakość - nie jest jeszcze czynnikiem pozwalającym podejmować swobodną walkę konkurencyjną na rynku UE. Najbardziej zaawansowane są tutaj firmy przemysłowe. Ale wszystkie sektory mają jeszcze dużo do zrobienia.

	JAKOŚĆ - % MSP wg sekcja gospodarki			
PORÓWNANIE PRODUKTÓW Z ODPOWIEDNIKAMI SPRZEDAWANYMI NA RYNKU UE	Bardziej atrakcyjne	Podobne	Mniej atrakcyjne	Trudno powiedzieć
C - Działalność produkcyjna	41,8	51,9	3,7	2,7
E - Dostawy wody, gospodarka ściekami i odpadami, rekultywacja	17,2	55,0	6,6	2,2
F - Budownictwo	29,8	56,2	5,1	8,8
G - Handel hurtowy i detaliczny	22,9	63,0	3,5	10,6
H - Transport i gospodarka magazynowa	18,6	68,7	8,2	4,4
I - Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi	34,3	52,1	6,7	6,9
J - Informacja i komunikacja	35,6	55,3	6,8	2,3
L - Obsługa nieruchomości	20,7	56,4	2,2	20,6
M - Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	22,9	60,2	2,3	14,6

W opinii MSP ich zdolność do konkurowania ceną na rynku europejskim jest wysoka. Dotyczy to szczególnie firm z sektora przemysłowego oraz firm budowlanych. W pewnym stopniu tłumaczy to koncentrację firm na jakości - cenowo są konkurencyjne.

	CENA - % MSP wg sekcja gospodarki			
PORÓWNANIE PRODUKTÓW Z ODPOWIEDNIKAMI SPRZEDAWANYMI NA RYNKU UE	Bardziej atrakcyjne	Podobne	Mniej atrakcyjne	Trudno powiedzieć
C - Działalność produkcyjna	79,2	12,6	3,9	4,3
E - Dostawy wody, gospodarka ściekami i odpadami, rekultywacja	36,2	34,4	8,0	21,4
F - Budownictwo	77,7	12,4	4,0	6,0
G - Handel hurtowy i detaliczny	63,4	19,2	4,4	13,1
H - Transport i gospodarka magazynowa	64,6	26,5	1,7	7,1
I - Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi	59,6	27,5	4,1	8,8
J - Informacja i komunikacja	66,4	21,3	6,2	6,1
L - Obsługa nieruchomości	56,9	21,8	0,0	21,3
M - Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	61,4	14,6	2,9	21,1

Polskie MSP ciągle jeszcze mają problemy z promocją i dystrybucją swoich produktów i usług. Są konkurencyjne cenowo, nieźle już sobie radzą z jakością. Problemem jest umiejętność sprzedawania produktów i usług. I poprawa idzie bardzo powoli.

	PROMOCJA I DYSTRYBUCJA - % MSP wg sekcja gospodarki			
PORÓWNANIE PRODUKTÓW Z ODPOWIEDNIKAMI SPRZEDAWANYMI NA RYNKU UE	Bardziej atrakcyjne	Podobne	Mniej atrakcyjne	Trudno powiedzieć
C - Działalność produkcyjna	20,3	36,7	32,0	11,0
E - Dostawy wody, gospodarka ściekami i odpadami, rekultywacja	17,0	36,9	24,7	21,4
F - Budownictwo	13,3	40,4	31,1	15,2
G - Handel hurtowy i detaliczny	19,2	48,6	14,9	17,3
H - Transport i gospodarka magazynowa	16,0	46,3	26,1	11,6
I - Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi	17,4	40,4	20,3	21,9
J - Informacja i komunikacja	19,5	49,9	24,1	6,5
L - Obsługa nieruchomości	13,0	39,2	25,4	22,4
M - Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	14,6	36,1	19,1	30,2

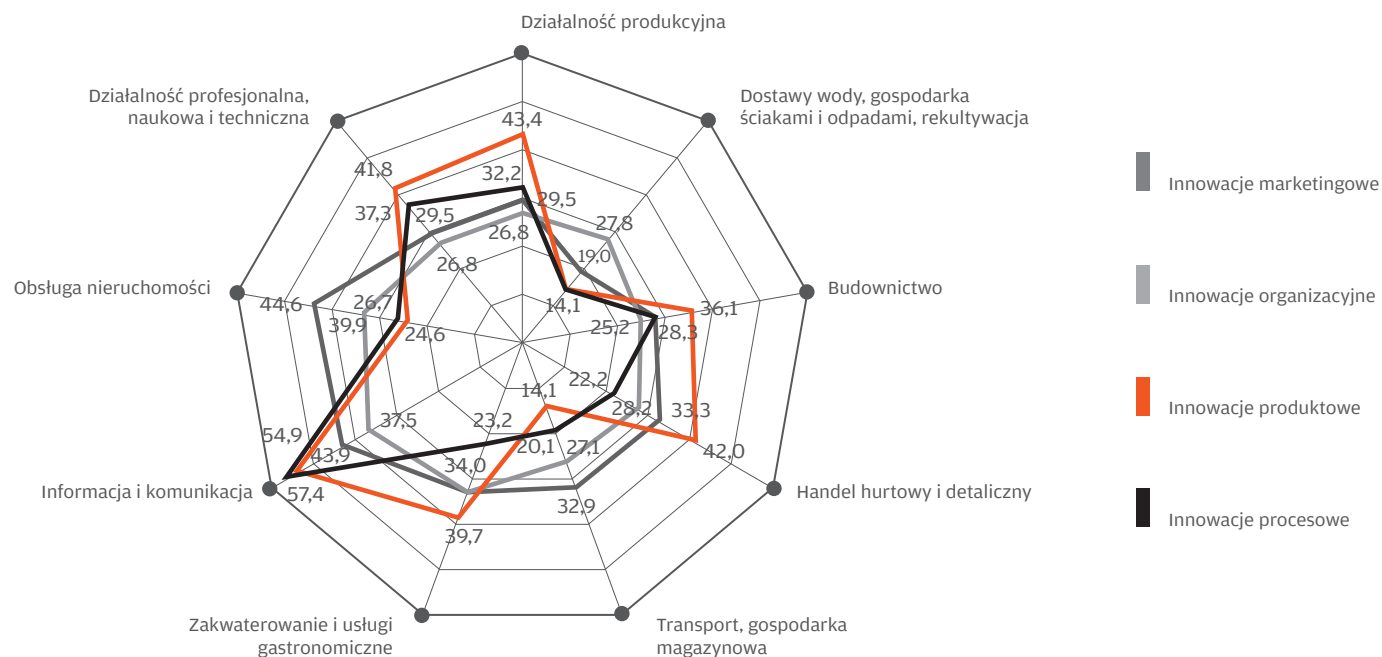
Innowacyjność jest najsłabszą stroną MSP. Czynniki te są trudne do szybkiej poprawy, bowiem wymaga nie tylko wiedzy, kapitału, ale także zmiany sposobu myślenia o biznesie. Najlepiej pozycjonują się wg tego kryterium firmy przemysłowe, z sektora informacja i komunikacja oraz zakwaterowanie i usługi gastronomiczne.

	NOWATORSTWO - % MSP wg sekcja gospodarki			
PORÓWNANIE PRODUKTÓW Z ODPOWIEDNIKAMI SPRZEDAWANYMI NA RYNKU UE	Bardziej atrakcyjne	Podobne	Mniej atrakcyjne	Trudno powiedzieć
C - Działalność produkcyjna	23,8	58,6	12,2	5,4
E - Dostawy wody, gospodarka ściekami i odpadami, rekultywacja	10,6	53,7	15,9	19,7
F - Budownictwo	14,6	56,8	17,0	11,6
G - Handel hurtowy i detaliczny	9,9	71,3	6,6	12,3
H - Transport i gospodarka magazynowa	9,6	64,6	11,0	14,8
I - Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi	18,3	60,7	10,3	10,7
J - Informacja i komunikacja	20,2	62,8	14,4	2,6
L - Obsługa nieruchomości	10,3	59,5	10,4	19,8
M - Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	20,2	57,5	7,0	15,4

W MSP produkcyjnych i działających w sektorze informacja i komunikacja, a także w firmach prowadzących działalność profesjonalną, naukową i techniczną dominowały w latach 2008-2010 firmy wdrażające innowacje procesowe i produktowe. Towarzyszyły im, ale na mniejszą skalę, innowacje organizacyjne i marketingowe. W sektorach usługowych innowatorów było mniej i koncentrowali się oni głównie na innowacjach organizacyjnych i marketingowych.

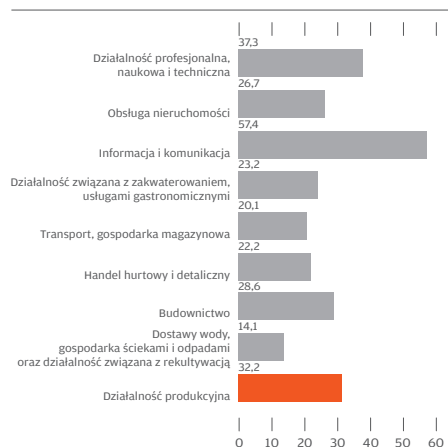
Wyk. 34.

Odsetek firm, które w latach 2008-2010 wdrożyły do praktyki innowacje
(% MSP wg sekcji gospodarki)

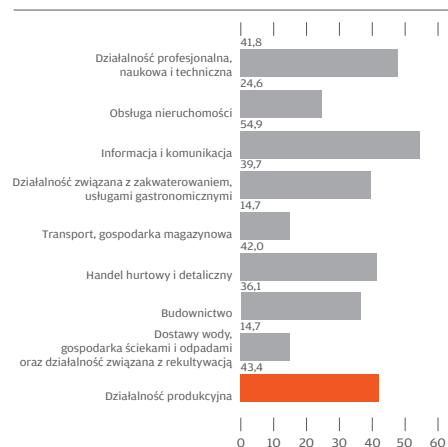


MSP z sektora informacja i komunikacja są najbardziej aktywne. Interesujące jest, że najmniej aktywne w działalności innowacyjnej są firmy z sektora dostawy wody, gospodarka ściekami i odpadami oraz rekultywacja. Są one bowiem firmami, które inwestują w B+R oraz dokonują zakupów nowych technologii. W działalności innowacyjnej tego nie widać. Z drugiej strony firmy z sektora działalność profesjonalna, naukowa i techniczna są aktywne w działalności innowacyjnej, a niewiele z nich inwestuje w B+R i w nowe technologie.

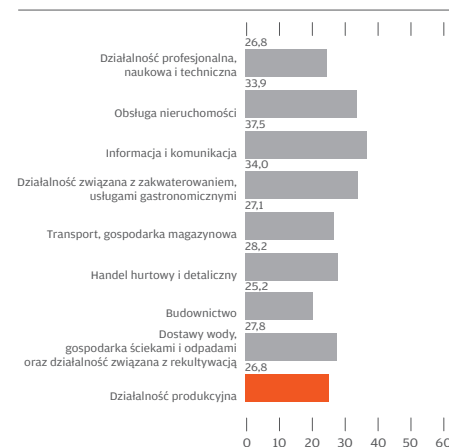
Wyk. 35. Odsetek firm, które w latach 2008-2010 wdrożyły do praktyki innowacje procesowe (% MSP wg sekcji gospodarki)



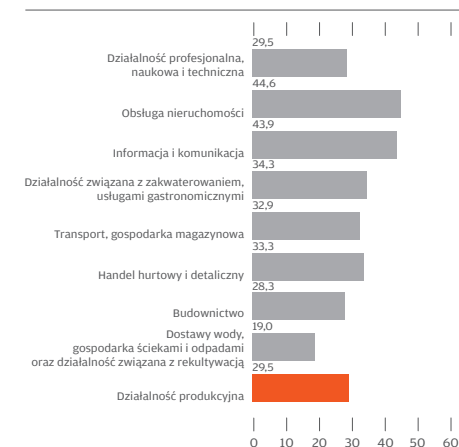
Wyk. 36. Odsetek firm, które w latach 2008-2010 wdrożyły do praktyki innowacje produktowe (% MSP wg sekcji gospodarki)



Wyk. 37. Odsetek firm, które w latach 2008-2010 wdrożyły do praktyki innowacje organizacyjne (% MSP wg sekcji gospodarki)



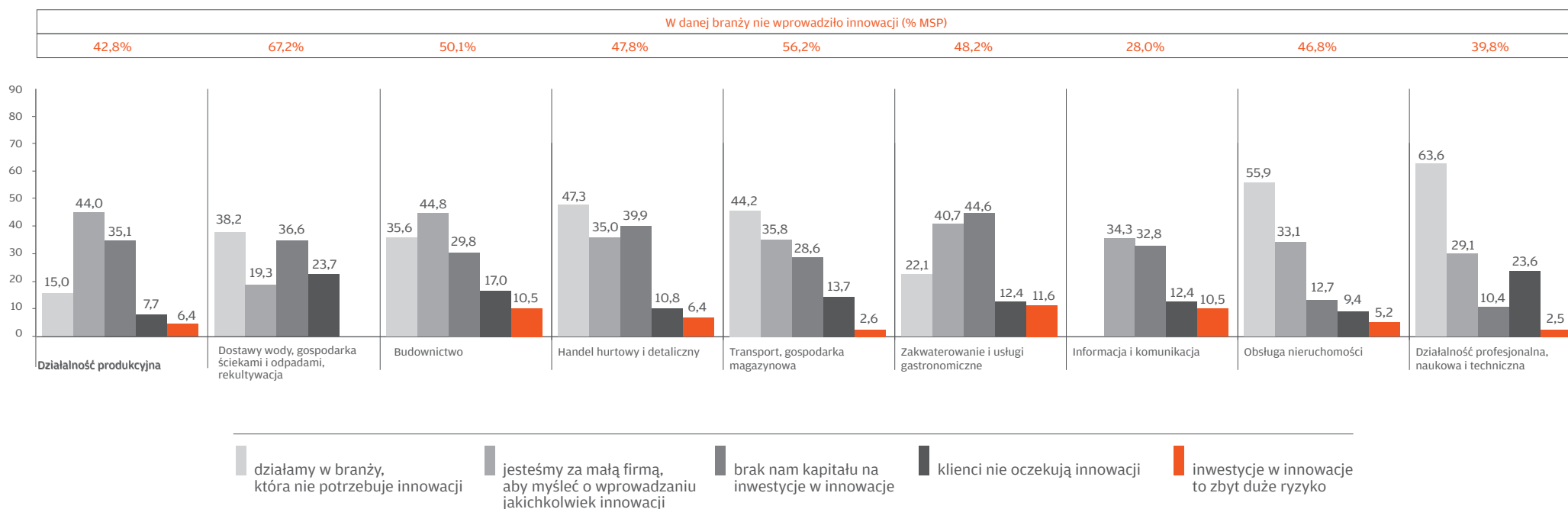
Wyk. 38. Odsetek firm, które w latach 2008-2010 wdrożyły do praktyki innowacje marketingowe (% MSP wg sekcji gospodarki)



Firmy, które nie wprowadziły innowacji, tłumaczą to przede wszystkim specyfiką branży, która wg nich nie potrzebuje innowacji. Najwięcej firm wskazujących takie powody jest w sekcji działalność profesjonalna, naukowa i techniczna. W sekcji tej są także firmy prawnicze, PRowe, ale to nie oznacza, że działalność o takim charakterze nie wymaga innowacji. Drugą wskazywaną przyczyną braku innowacji jest wielkość firmy - na nią w największym stopniu powołują się firmy przemysłowe i budowlane. W żadnym sektorze to nie może być powód do braku inwestycji w innowacje.

Wyk. 39

Przyczyny braku zainteresowania innowacjami
(% MSP, które nie wprowadziły innowacji, wg sekcji gospodarki)



Poza sekcją „dostawa wody” firmy w pozostałych sekcjach gospodarki uznają - w większości - działania innowacyjne za przydatne. Najwięcej jest ich w informacji i komunikacji i obsłudze nieruchomości. Prawie 46% firm z tego ostatniego sektora nie inwestowało w innowacje w ostatnich 2 latach, i zdecydowana większość z nich tłumaczyła to specyfiką branży, w której działają. W tym kontekście tak duży odsetek firm deklarujących skłonność do innowacji dziwi, ale i napawa optymizmem. Wysoką skłonnością do innowacji charakteryzują się także firmy z sekcji zakwaterowanie i usługi gastronomiczne. Wskazuje to na rozumienie innowacji i ich wpływu na działalność firm.

Wyk. 40.

Niezależnie od tego, czy firma inwestuje w innowacje czy nie, czy działania innowacyjne byłyby jej przydatne?

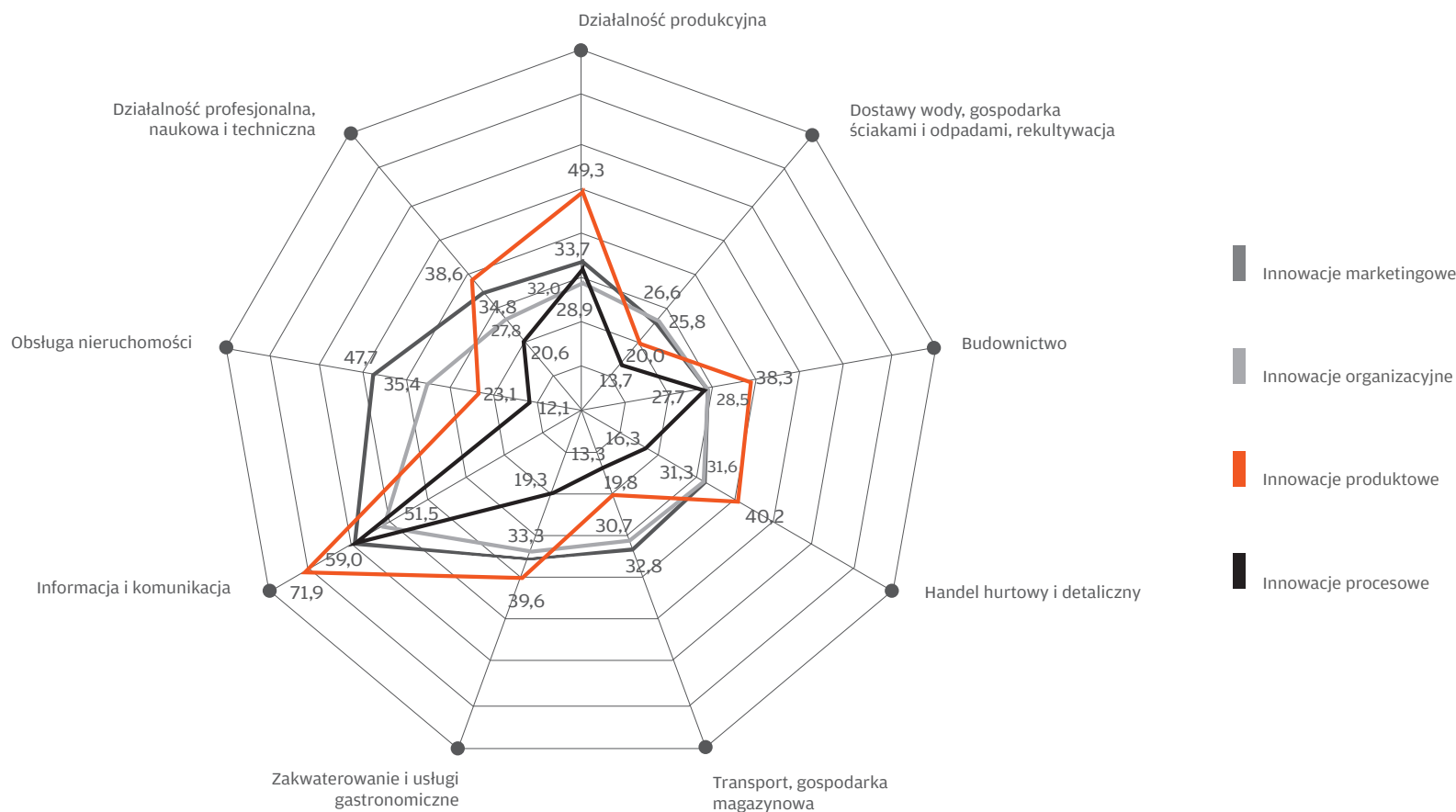
(2011; % MSP wg sekcji gospodarki)



Mimo deklaracji o przydatności działań innowacyjnych firmy w najbliższych dwóch latach (2011-2012) w znacznie mniejszym stopniu zaangażują się w inwestycje w innowacje, a szczególnie w innowacje procesowe. Firmy z większości sektorów skoncentrują się na innowacjach produktowych, aczkolwiek z różnym natężeniem. Innowacje marketingowe będą dominowały w firmach działających w obsłudze nieruchomości, a także w firmach transportowych. Ciągłe bardzo niewielką skłonność do innowacji wykażą firmy z sekcji „dostawa wody”.

Wyk. 41.

Odsetek firm, które w latach 2011-2012 mają zamiar wprowadzić innowacje
(% MSP wg sekcji gospodarki)

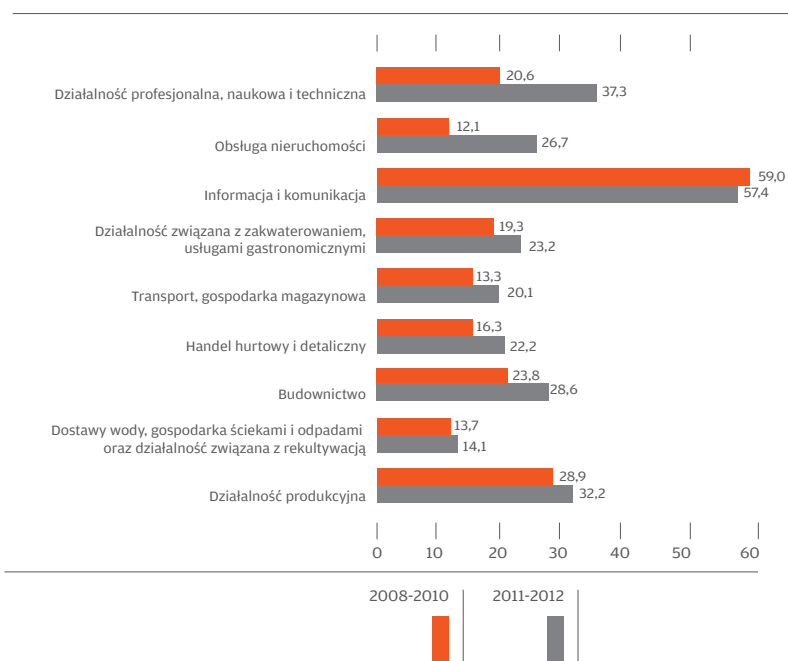


We wszystkich sekcjach, poza informacją i komunikacją, w najbliższych 2 latach w stosunku do lat 2008-2010 spadnie odsetek firm inwestujących w innowacje procesowe.

W niektórych przypadkach, np. w firmach z sekcji działalność profesjonalna, naukowa i techniczna – spadek będzie poważny. Nieco lepiej będzie z innowacjami produktowymi – w trzech sekcjach (informacja i komunikacja, przemysł i budownictwo) będzie więcej firm wdrażających innowacje produktowe niż w dwóch poprzednich latach.

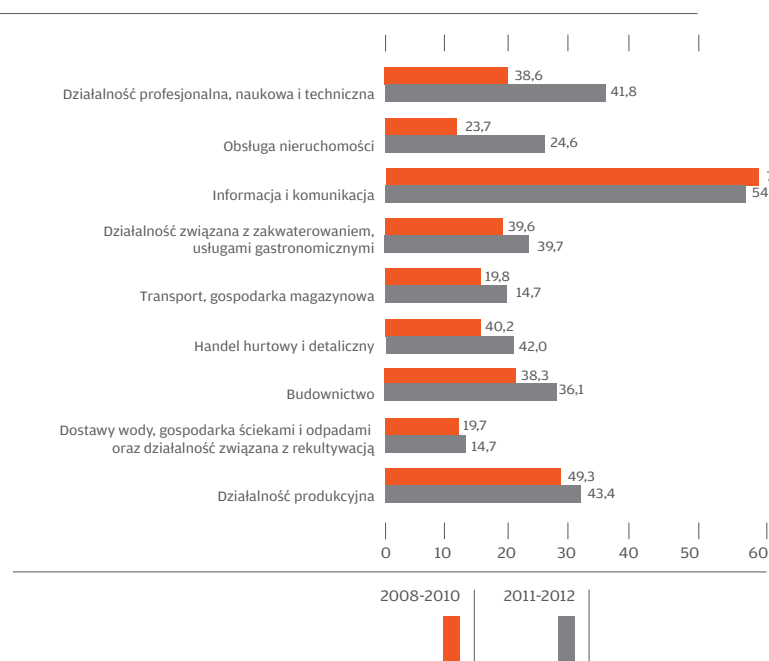
Wyk. 42.

Odsetek firm, które wprowadziły/mają zamiar wprowadzić innowacje procesowe (% MSP wg sekcji gospodarki)



Wyk. 43.

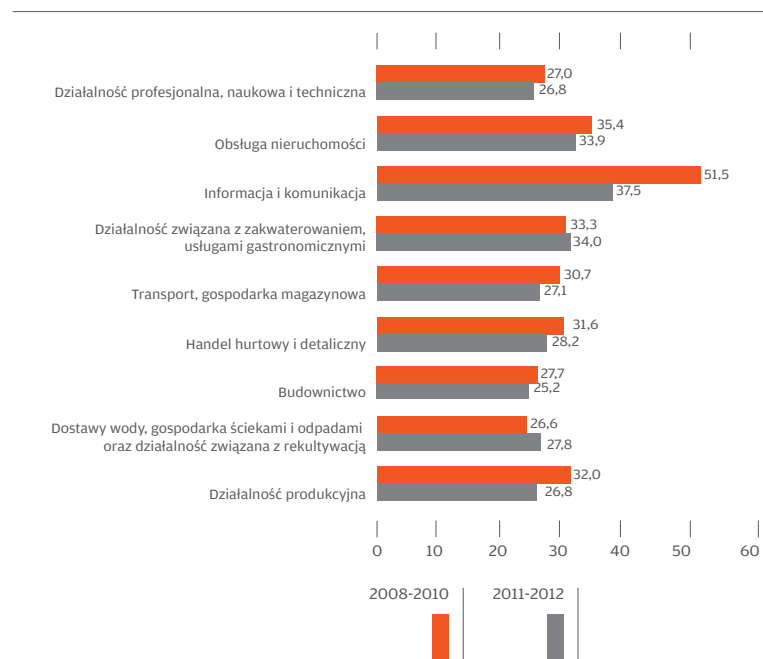
Odsetek firm, które wprowadziły/mają zamiar wprowadzić innowacje produktowe (% MSP wg sekcji gospodarki)



Lata 2011-2012 będą za to okresem inwestycji w innowacje organizacyjne i marketingowe – w większości sekcji gospodarki więcej firm planuje wzrost tych innowacji w stosunku do lat 2008-2010. Największy wzrost zainteresowania innowacjami organizacyjnymi występuje, jak zwykle, w sektorze informacja i komunikacja. Podobnie z innowacjami marketingowymi. Ciekawe, że w grupie firm handlowych chętnych do innowacji marketingowych będzie mniej niż w ostatnich latach.

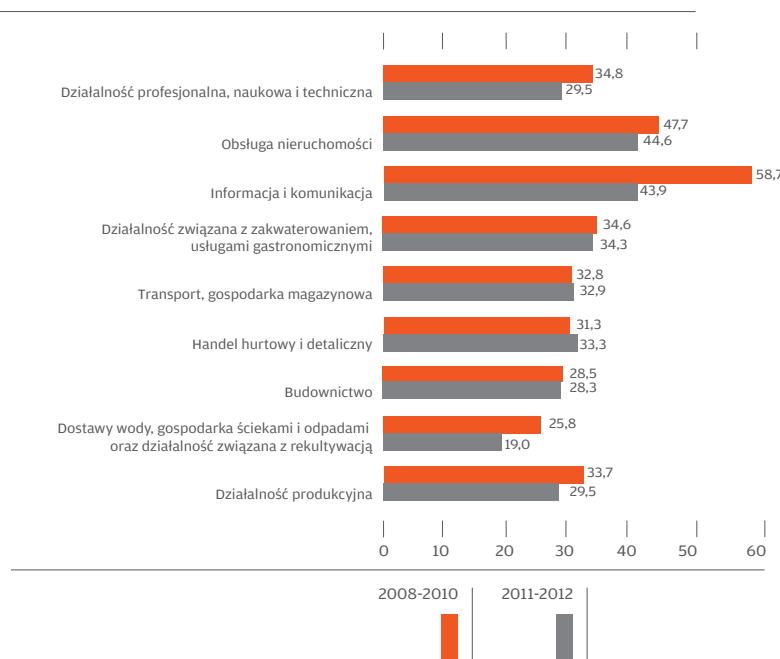
Wyk. 44.

Odsetek firm, które wprowadziły/mają zamiar wprowadzić innowacje organizacyjne (% MSP wg sekcji gospodarki)



Wyk. 45.

Odsetek firm, które wprowadziły/mają zamiar wprowadzić innowacje marketingowe (% MSP wg sekcji gospodarki)



Co zwiększyłyby skłonność do innowacji?

We wszystkich sekcjach gospodarki (poza transportem) - wzrost popytu na innowacyjne produkty i usługi.

We wszystkich sekcjach gospodarki (poza obsługą nieruchomości oraz działalnością profesjonalną, naukową i techniczną) uproszczenie dostępu do funduszy unijnych w Polsce (2. miejsce).

W obsłudze nieruchomości i działalności profesjonalnej, ale także w przemyśle, handlu i informacji i komunikacji - niezmiernie ważna jest konkurencja ze strony innych, bardziej innowacyjnych firm (2. lub 3. miejsce). Należy oczekiwać, że firmy z tych sekcji gospodarki będą zdecydowanie bardziej skłonne do inwestycji w innowacje, niż z pozostałych sektorów.

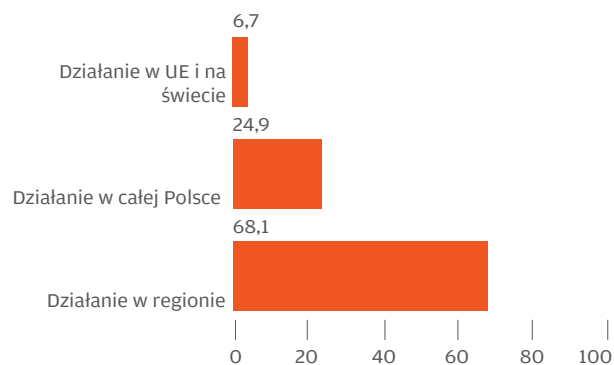
Firmy ze wszystkich sektorów chciałyby także uproszenia dostępu do funduszy unijnych w UE, a także kredytów na innowacje na preferencyjnych warunkach (szczególnie firmy z sekcji „dostawa wody” oraz firmy przemysłowe).

Odczuwają również brak wiedzy o innowacyjnych rozwiązaniach wprowadzanych przez konkurentów (szczególnie firmy z sekcji informacja i komunikacja, ale także firmy przemysłowe, działające w sekcji obsługa nieruchomości oraz działalność profesjonalna), a także brak wiedzy o badaniach prowadzonych w różnych ośrodkach w Polsce (także firmy z sekcji informacja i komunikacja, przemysłowe oraz działalność profesjonalna, naukowa i techniczna).

Najbardziej otwarte na aktywność międzynarodową są firmy transportowe. Wynika to ze specyfiki ich działalności. Generalnie jednak większość MSP we wszystkich branżach gospodarki koncentruje się na działalności lokalnej. Trudno oczekiwać, że firmy o tak zdefiniowanych priorytetach biznesowych będą mogły wykorzystywać szanse, które pojawiają się poza regionem. Każdy z sektorów gospodarki, nawet ten bazujący na nietransferowalnych aktywach, może planować swój biznes poza regionem w którym działa, chociażby przez kolejne inwestycje, czy fuzje i przejęcia.

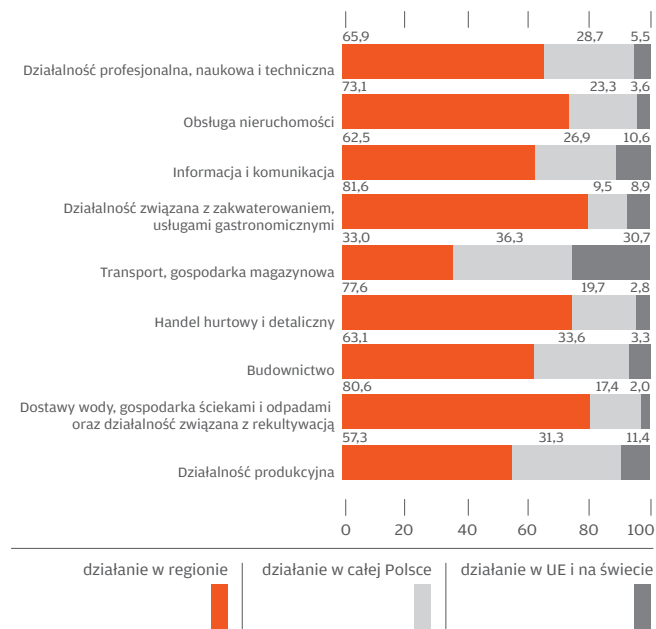
Wyk. 46.

Priorytety biznesowe MSP
w najbliższych 2 latach (% MSP)



Wyk. 47.

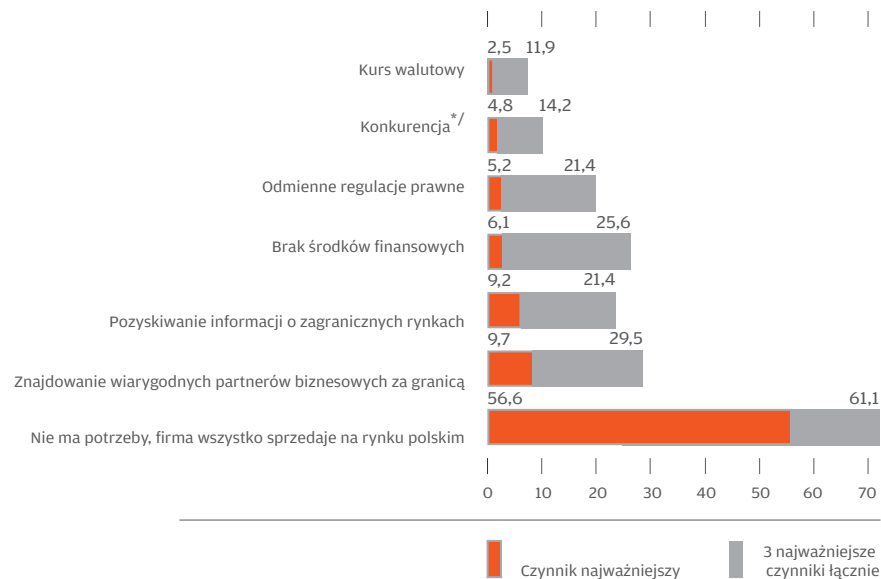
Priorytety biznesowe Pana(i) firmy w najbliższych 2 latach
(% MSP wg sekcji gospodarki)



Bardzo niski poziom zainteresowania MSP działalnością poza Polską firmy ze wszystkich sekcji gospodarki tłumaczą popytem na rynku wewnętrznym. Duży rynek ma swoje niewątpliwe zalety, jednak ogranicza skłonność firm do otwartości, a tym samym do wykorzystywania szans pojawiających się na rynkach zewnętrznym. Dla firm przemysłowych poważnym problemem jest także znajdowanie wiarygodnych partnerów biznesowych za granicą. Tę barierę, w przeciwieństwie do skali polskiego rynku wewnętrznego, da się ograniczyć, m.in. przez aktywne wsparcie polskich placówek dyplomatycznych.

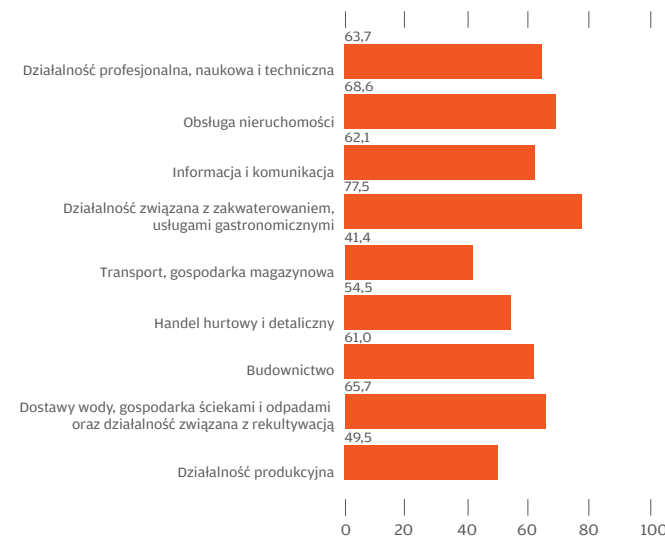
Wyk. 48.

Czynniki ograniczające
zainteresowanie eksportem (% MSP)



Wyk. 49.

Struktura odpowiedzi: „Nie ma potrzeby, firma wszystko sprzedaje na rynku polskim” (% MSP wg sekcji gospodarki)

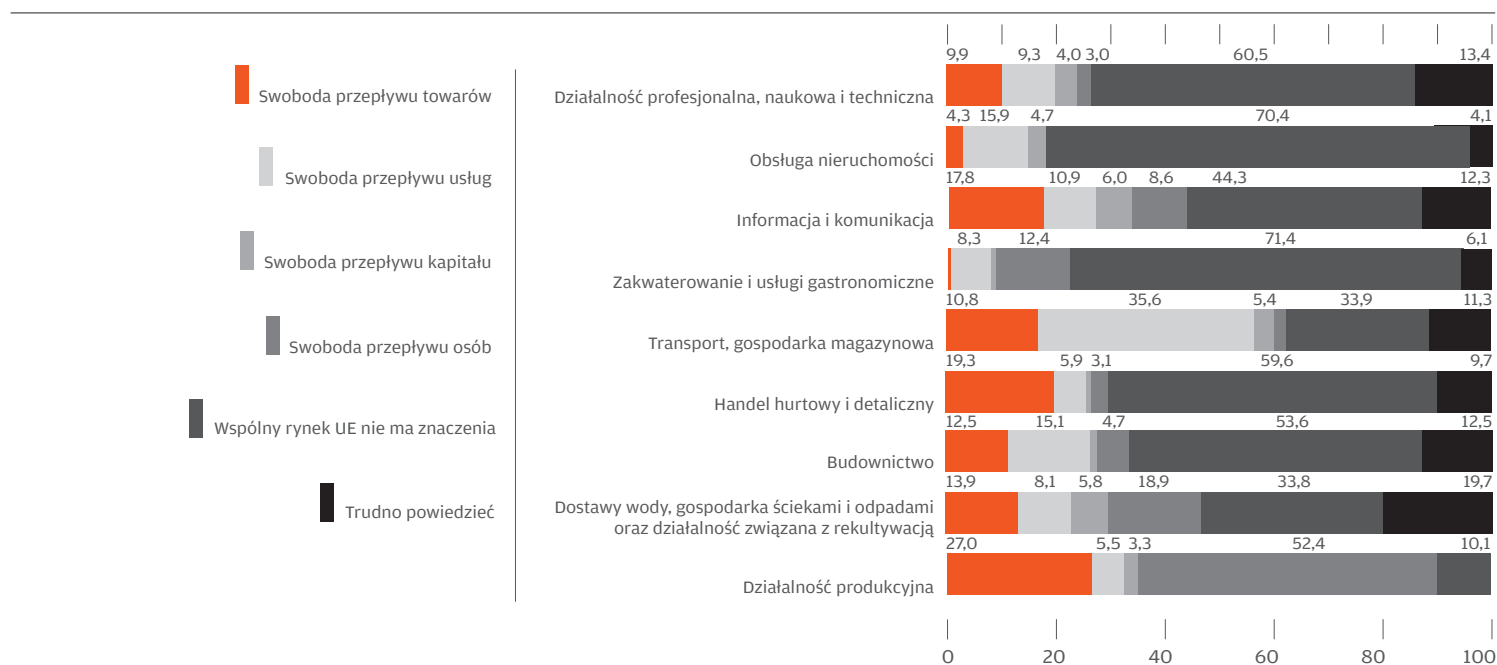


* konkurencja - niska atrakcyjność produktów/usług firmy w stosunku do produktów/usług konkurentów na zagranicznych rynkach

Wielkość polskiego rynku wewnętrznego powoduje, że większość MSP we wszystkich sekcjach gospodarki (poza transportem oraz „dostawą wody”, a także informacją i komunikacją) uznaje, że Wspólny Rynek UE nie ma dla ich działalności znaczenia. Firmy transportowe, co zrozumiałe, najbardziej cenią swobodę przepływu usług, a firmy przemysłowe, co także zrozumiałe – swobodę przepływu towarów. Jest ona oceniana przez firmy z większości sekcji gospodarki za najważniejszą ze swobód. Jak widać nie umiemy jeszcze korzystać ze swobody przepływu osób oraz kapitału.

Wyk. 50.

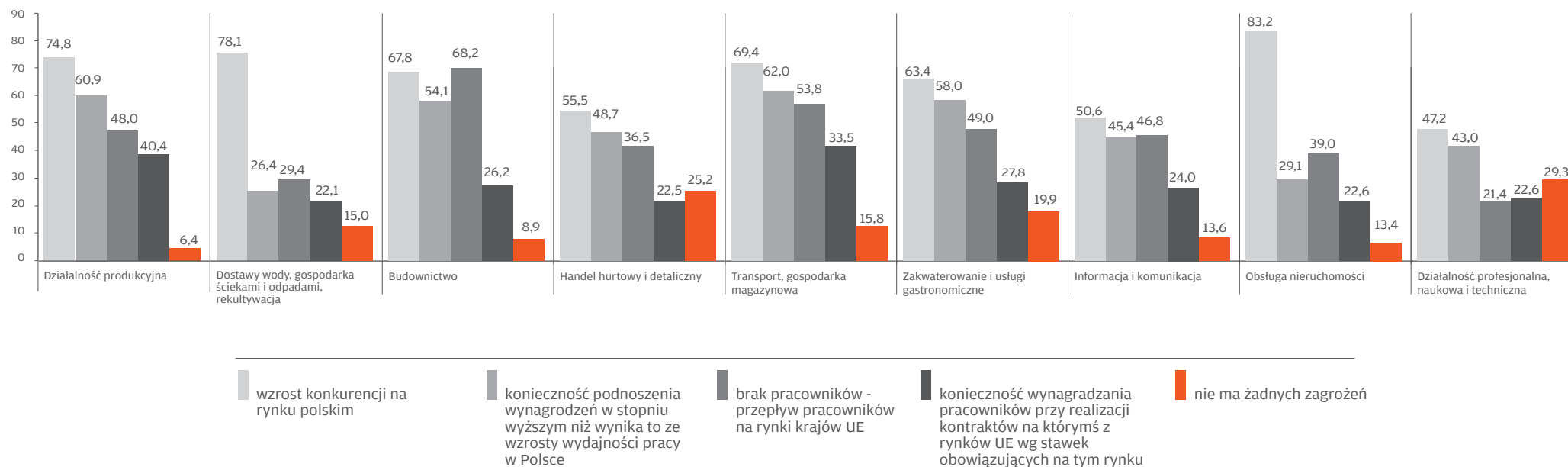
Jakie znaczenie dla działalności Pana(i) firmy ma Wspólny Rynek UE?
Która ze swobód jest najważniejsza? (% MSP wg sekcji gospodarki)



Największym problemem, jaki widzą MSP ze wszystkich sektorów gospodarki we Wspólnym Rynku, to wzrost konkurencji na rynku polskim, który jest dla nich kluczowy. Najbardziej konkurencji obawiają się firmy z sektora obsługa nieruchomości, ale także z sekcji „dostawa wody”. Firmy z tej ostatniej sekcji mają rzeczywiście powody do obawy, bowiem ich rynek dopiero się buduje, a same firmy są jeszcze słabe i niestabilne. Natomiast budownictwo najbardziej obawia się odpływu pracowników, co miało już miejsce w latach 2006-2008.

Wyk. 51.

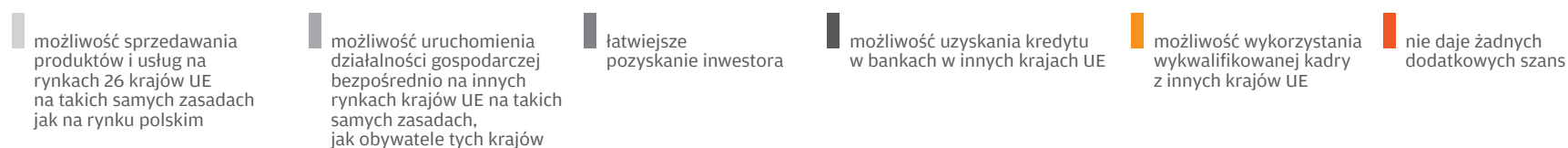
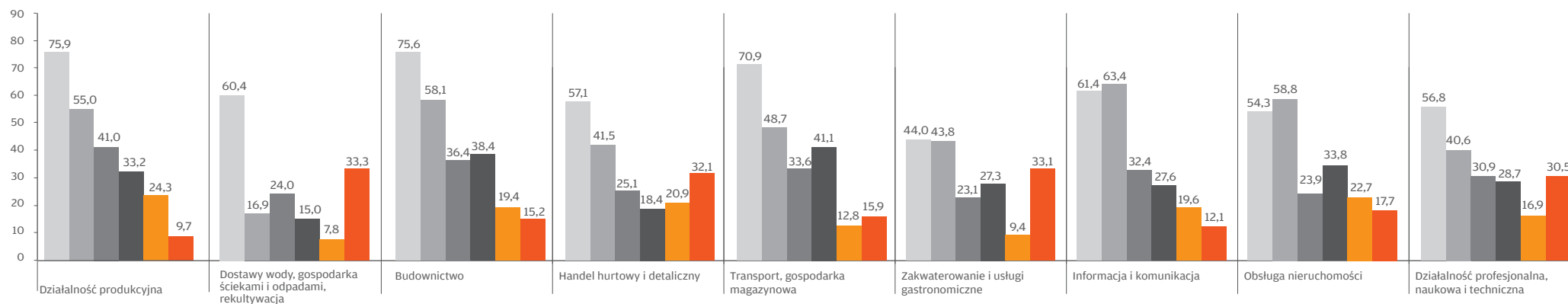
Jakie są lub mogą być zagrożenia dla firmy wynikające ze Wspólnego Rynku? (% MSP, wg sekcji gospodarki)



MSP, niezależnie od sektora gospodarki, traktują Wspólny Rynek głównie jako szansę na wzrost sprzedaży swoich produktów i usług. Wiele firm, a przede wszystkim te z sekcji informacja i komunikacja, wskazują na wiążącą się ze Wspólnym Rynkiem możliwość uruchomienia działalności gospodarczej bezpośrednio w UE. Nawet MSP. Firmy budowlane i transportowe widzą szanse na pozyskanie kredytów. Relatywnie dużo firm jednak nie widzi we Wspólnym Rynku żadnych szans.

Wyk. 52.

Jakie szanse daje lub może dawać firmie Wspólny Rynek?
(% MSP wg sekcji gospodarki)



MSP wg BRANŻ '2011 (1)

MOCNE STRONY

- / Firmy z sektora informacja i komunikacja mają największy potencjał rozwojowy – rośnie ich sprzedaż, zyski, udziały w rynku. Inwestują, w tym silnie w innowacje i najwięcej wśród wszystkich sektorów – w B+R. Zwiększają zatrudnienie. Działają na rosnącym rynku. Chcąc wykorzystać potencjał rynku wiele firm tego sektora koncentruje się na wzroście udziału w rynku. Firmy z sektora informacja i komunikacja dostrzegają szanse we Wspólnym Rynku – przede wszystkim w możliwości otwierania działalności gospodarczej w krajach UE.
- / Przemysłowe MSP działają w większości na dojrzałych rynkach. Budują swoją pozycję konkurencyjną zdecydowanie na jakości. Uznają swoją cenową pozycję na rynkach UE za bardzo silną. Zdecydowanie silnie czują się także konkurując nowatorstwem, chociaż tutaj jest jeszcze wiele do zrobienia.
- / Firmy z sekcji dostawa wody, gospodarka ściekami i odpadami oraz działalność rekultywacyjna działają na rynku, który uznają za dojrzały, a w części za rosnący. Branża tworzy zatem firmom możliwości rozwojowe.

SŁABE STRONY

- / Relatywnie duży odsetek firm z sektora informacja i komunikacja koncentruje się na utrzymaniu się na rynku, co jest oznaką silnej walki konkurencyjnej wewnątrz tej sekcji gospodarki.
- / Sektor przemysłowych MSP jest silnie wewnętrznie zróżnicowany – obok firm rozwijających się i zwiększających sprzedaż, udziały w rynku, zyski, są firmy, które mają problemy nie tylko ze wzrostem sprzedaży, ale także z płynnością. Zbyt mało firm inwestuje w innowacje procesowe, co może ograniczać ich zdolność do konkurowania w przyszłości.
- / Firmy z sekcji dostawa wody, gospodarka ściekami i odpadami oraz działalność rekultywacyjna są najsłabsze w całym sektorze MSP. Największy odsetek firm, których celem strategicznym jest utrzymanie się na rynku, należy do tego sektora. Mimo inwestycji modernizacyjnych – ich sprzedaż nie rośnie, zyski spadają, muszą redukować zatrudnienie. Nie są zainteresowane ekspansją poza rynek polski, większość koncentruje swoją działalność w regionie. Wspólny Rynek uznają za bez znaczenia. Mimo deklaracji dotyczących potrzeby innowacji, ich plany inwestycji w innowacje są bardzo małe. Mają niską samoocенę zdolności konkurowania na rynku UE nawet ceną. Nie widzą użyteczności w działaniach innowacyjnych.

MSP wg BRANŻ '2011 (2)

MOCNE STRONY

- / Firmy z sektora budowlanego uznają branżę, w której działają za dojrzałą, ale z możliwościami wzrostu, charakteryzującymi rynki rozwijające się. Pozycję konkurencyjną budują zdecydowanie na jakości. Oceniają swoje zdolności do konkurowania ceną na rynku UE jako bardzo wysokie. Większość uznaje działania innowacyjne za przydatne firmie. Relatywnie dużo firm budowlanych wychodzi ze swoim działaniem poza region i stara się szukać szans na całym polskim rynku. Widzą szanse we Wspólnym Rynku - głównie zwiększające sprzedaż, ale także umożliwiające założenie działalności gospodarczej w krajach UE.
- / Firmy z sektora handel hurtowy i detaliczny opierają działalność i rozwój głównie o środki własne, co w okresie osłabienia gospodarczego należy uznać za mocną stronę. Najważniejsza w budowaniu pozycji firm handlowych jest jakość produktów, ale silnie opierają się one także na jakości obsługi klienta. Wprowadzają relatywnie dużo innowacji produktowych.
- / Transportowe MSP są firmami, których duża część powstała w celu zapewnienia pracy i dochodu właścicielowi i jego rodzinie. To może być ograniczeniem dla rozwoju, ale - jak pokazuje analiza typów MSP - nie musi. Firmy transportowe bazują w budowaniu pozycji konkurencyjnej silnie na trzech czynnikach - jakości produktu, cenie i jakości obsługi klienta. Najbardziej wśród wszystkich sektorów transport otwarty jest na współpracę zewnętrzną i najwięcej firm tego sektora docenia możliwości Wspólnego Rynku, szczególnie swobody przepływu usług.

SŁABE STRONY

- / Budowlane MSP w dużej części koncentrują się na utrzymaniu się na rynku. Inwestują w innowacje, przede wszystkim produktowe, ale odsetek innowatorów jest relatywnie nieduży. Przyczyny, na które wskazują - to przede wszystkim brak odstępu do kapitału. Działają głównie lokalnie. Mimo potencjału nie interesują się ekspansją poza rynek Polski.
- / Firmy MSP z sektora handel hurtowy i detaliczny charakteryzują się niską skłonnością do inwestycji, mimo bardzo wysokiego stopnia wykorzystania mocy wytwórczych. Bardzo duży odsetek wśród tej grupy firm, to przedsiębiorstwa zagrożone. Handlowe MSP są bardzo zróżnicowane - duża ich część walczy o utrzymanie się na rynku. Słabo oceniają swoją zdolność do konkurowania nowatorstwem. Duża część firm handlowych nie inwestujących w innowacje uważa, że ich branża nie potrzebuje innowacji. Zdecydowanie koncentrują swoją działalność na rynkach lokalnych. Dla niewielu firm Wspólny Rynek ma znaczenie, głównie swoboda przepływu towarów.
- / Transportowe MSP charakteryzują się niską skłonnością do inwestycji, w tym niską skłonnością do inwestycji w innowacje. Relatywnie mały odsetek firm uważa działania innowacyjne za przydatne firmie.

MSP wg BRANŻ '2011 (3)

MOCNE STRONY

- / Firmy z sektora zakwaterowanie i usługi gastronomiczne dużo inwestowały w ostatnim okresie (prawdopodobnie przygotowując się do Euro 2012). Mają najniższy poziom wykorzystania mocy wytwórczych. Relatywnie dużo firm wprowadza innowacje produktowe. Oceniają wysoko swoje możliwości konkurowania jakością na rynku UE, a także nowatorstwem. Częściej niż firmy z innych sektorów korzystają z finansowania zewnętrznego, ale w niewielu firmach zadłużenie rośnie. Firmy z tego sektora oceniają swój rynek jako rozwijający się, a część wskazuje na jego dojrzałość. Relatywnie dużo firm docenia znaczenie działalności innowacyjnej.
- / Firmy z sektora obsługa nieruchomości nastawione są w bardzo dużej mierze na rozwój – duży odsetek firm koncentruje się na wzroście udziału w rynku. Uznają także rynek, na którym działają za rozwojowy, o dużym potencjale wzrostu. Za klucz do sukcesu uznają jakość obsługi klienta i jakość produktów i usług. Finansują się przede wszystkim ze środków własnych (mocna strona w czasie osłabienia gospodarczego). Relatywnie duży odsetek firm uznaje zasadność podejmowania działań innowacyjnych, czasem może nie rozumiejąc procesu innowacji.
- / Firmy z sektora działalność profesjonalna, naukowa i techniczna koncentrują się ponadprzeciętnie na wzroście udziału w rynku. Uważają potencjał rozwojowy rynku, na którym działają za bardzo wysoki. Budują swoją pozycję konkurencyjną na jakości produktów i usług wspieranej jakością obsługi klienta, ceną oraz specjalizacją. Uważają, że mogą konkurować nowatorstwem na rynku UE.

SŁABE STRONY

- / Celem dużej części firm z sektora zakwaterowanie i usługi gastronomiczne jest przetrwanie. Koncentrują swoją działalność w regionie uważając zapewne, że posiadane rzeczowe aktywa trwale są nietransferowalne. Jednak transferowalne są usługi, które można sprzedawać poza rynkiem lokalnym. W największym stopniu nie doceniają możliwości Wspólnego Rynku, dostrzegają jednak możliwość uruchomienia działalności na rynku krajów UE.
- / Firmy MSP z sektora obsługa nieruchomości dość nisko oceniają swoją zdolność do konkurowania na rynku UE ceną, jakością nowatorstwem oraz proporcją i dystrybucją. Koncentrują się na inwestycjach w innowacje organizacyjne i marketingowe, a w znacznie mniejszym stopniu w innowacje produktowe. Spora część firm tego sektora uznaje, że ich branża nie potrzebuje innowacji, co oznacza, że nie do końca rozumieją ich znaczenie. Koncentrują działalność w regionie. Nie dostrzegają znaczenia Wspólnego Rynku.
- / W firmach należących do sektora działalność profesjonalna, naukowa i techniczna, w grupie firm, które nie inwestują w innowacje, większość wskazuje jako przyczynę działalności w branży, która nie potrzebuje innowacji. Relatywnie mało firm uznaje za zasadne prowadzenie działalności innowacyjnej. Znaczna część firm tego sektora nie widzi wartości dodanej we Wspólnym Rynku.

RAPORT

z wyników badania przygotowanego przez PKPP Lewiatan w ramach projektu **Monitoring kondycji sektora MSP w latach 2010-2012** - ujęcie według sekcji gospodarki, współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.