

Raport o sytuacji mikro, małych i średnich firm w roku 2018

Temat specjalny: Ekspansja zagraniczna
polskich firm



Bank Pekao



Preferencyjne kredyty ESIF SILESIA

Otaczamy śląskie firmy
nowymi możliwościami

Program ESIF SILESIA – PRSL Facility współfinansowany jest ze środków Unii Europejskiej w ramach funduszu „Silesia EIF FoF”, ustanowionego na mocy umowy pomiędzy zarządem województwa śląskiego a Europejskim Funduszem Inwestycyjnym, którego celem jest ułatwianie dostępu do finansowania dla mikro, małych i średnich przedsiębiorstw z terenu województwa śląskiego poprzez wdrożenie instrumentów finansowych we współpracy z wybranymi instytucjami pośredniczącymi, w tym z Bankiem Pekao S.A.

Kredyty preferencyjne ESIF Silesia stanowią pomoc publiczną de minimis. Bank podejmuje decyzję o udzieleniu finansowania po dokonaniu analizy kredytowej i oceny zdolności kredytowej.

www.pekao.com.pl/mis | 801 666 555 (opłata wg cennika operatora)

Raport o sytuacji mikro, małych i średnich firm w roku 2018

Raport został przygotowany przez zespół w składzie:

Adam Antoniak
Katarzyna Bartoszek (PBS sp. z o.o.)
Robert Bednarski (Facebook)
Korneliusz Bzymek (PBS sp. z o.o.)
Agnieszka Durliej
Dorota Filant (Korporacja Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych S.A.)
Jakub Fulara
Piotr Iwaszkiewicz
Anna Jabłońska
Jakub Kamiński (PBS sp. z o.o.)
Michał Kramarz (Google)
Kamil Łuczowski
mgr Joanna Mazur (DELab Uniwersytet Warszawski)
Agnieszka Michalik (redakcja)
Marcin Mrowiec
Piotr Piękoś
Krzysztof Senger (Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A.)
Katarzyna Soszka-Ogrodnik (Polsko-Niemiecka Izba Przemysłowo-Handlowa)
Maciej Spychała (Korporacja Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych S.A.)
Piotr Stolarczyk
Hanna Stypułkowska-Goutierre (PolChambers)
Jacek Szaroszyk
dr hab. Katarzyna Śledziwska (DELab Uniwersytet Warszawski)
Maciej Wójcik (PBS sp. z o.o.)
mgr Damian Zięba (DELab Uniwersytet Warszawski)

© Copyright by Bank Pekao S.A.

ISSN 2082-4610

Nakład: 2000 egzemplarzy

Raport w polskiej oraz angielskiej wersji językowej jest dostępny na stronie internetowej Banku Pekao SA:
www.pekao.com.pl/raport-msp

We wszelkich kwestiach związanych z raportem prosimy o kontakt z Jakubem Fularą (Jakub.Fulara@pekao.com.pl)
lub Agnieszką Michalik (Agnieszka.Michalik@pekao.com.pl)



Projekt sfinansowany z grantów Komisji Europejskiej przekazanych Bankowi Pekao SA w ramach programu
SME Finance Facility

Warszawa, styczeń 2019

Spis treści

Słowo wstępne	13
I. STRUKTURA RAPORTU.....	15
II. METODOLOGIA BADAŃ	17
Korneliusz Bzymek, PBS sp. z o.o.	
III. OGÓLNA SYTUACJA GOSPODARCZA.....	21
Piotr Piękoś, Adam Antoniak, Kamil Łuczowski, Bank Pekao SA	
1. Streszczenie.....	21
2. Wzrost gospodarczy.....	22
3. Perspektywy wzrostu konsumpcji.....	24
4. Perspektywy wzrostu inwestycji.....	25
5. Rynek pracy.....	25
6. Inflacja.....	26
7. Kredyty dla przedsiębiorstw.....	27
8. Kurs walutowy a handel zagraniczny.....	28
9. Deficyt budżetowy i dług publiczny.....	28
10. Wskaźniki koniunktury.....	29
IV. OGÓLNA SYTUACJA GOSPODARCZA MIKRO, MAŁYCH I ŚREDNICH FIRM.....	31
Agnieszka Michalik, Bank Pekao SA	
1. Liczba mikro, małych i średnich firm.....	31
2. Zatrudnienie w mikro, małych i średnich firmach.....	42
3. Inwestycje mikro, małych i średnich firm.....	49
4. Wynik finansowy mikro, małych i średnich firm.....	54
5. Źródła danych.....	59
V. WYNIKI BADAŃ MIKRO I MAŁYCH ORAZ ŚREDNICH FIRM W ROKU 2018 – POZIOM OGÓLNOPOLSKI... 61	
Jakub Fulara, Bank Pekao SA	
1. Nastroje polskich firm.....	63
2. Ocena sytuacji gospodarczej.....	71
3. Sytuacja finansowa mikro, małych i średnich firm.....	84
4. Zatrudnienie w mikro, małych i średnich firmach.....	92
5. Dostępność zewnętrznego finansowania dla mikro, małych i średnich firm.....	95
6. Inwestycje firm.....	100
7. Innowacyjność firm.....	107
8. Ocena otoczenia biznesu przez firmy.....	116
VI. PODSUMOWANIE.....	127
Jakub Fulara, Bank Pekao SA	



VII. TEMAT SPECJALNY: EKSPANSJA ZAGRANICZNA POLSKICH FIRM	131
1. Ekspansja zagraniczna mikro, małych i średnich firm.....	133
Agnieszka Michalik, Bank Pekao SA	
2. Eksport w polskiej gospodarce – struktura oraz główne trendy	156
Kamil Łuczowski, Bank Pekao SA	
3. Polska Agencja Inwestycji i Handlu partnerem MŚP w rozwoju w kraju i za granicą.....	161
Krzysztof Senger, Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A.	
4. Kierunek eksport – wsparcie KUKE dla małych i średnich eksporterów.....	165
Maciej Spychała, Dorota Filant, Korporacja Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych S.A.	
5. Wpływ cyfryzacji na handel, czyli o tym co się zmienia gdy nosisz kopalnię danych w kieszeni.....	172
dr hab. Katarzyna Śledziewska, Joanna Mazur, DELab Uniwersytet Warszawski	
6. Klienci bez granic – ekspansja międzynarodowa w cyfrowym świecie	180
Michał Kramarz, Google	
7. Małe firmy zyskują dzięki Facebookowi.....	183
Robert Bednarski, Facebook	
8. Ograniczenie ryzyka w transakcjach międzynarodowych	186
Piotr Stolarczyk, Bank Pekao SA	
9. Zabezpieczanie ryzyka kursowego w działalności MŚP – przykłady podstawowych rozwiązań.....	192
Agnieszka Durlej, Bank Pekao SA	
10. Produkty transakcyjne i kredytowe wspierające działalność polskich eksporterów	196
Piotr Iwaszkiewicz, Anna Jabłońska, Bank Pekao SA	
11. Polskie firmy w Niemczech na fali wznoszącej.....	199
Katarzyna Soszka-Ogrodnik, Polsko-Niemiecka Izba Przemysłowo-Handlowa	
12. Stowarzyszenie Polskich Izb Handlowych Za Granicą (PolChambers)	204
Hanna Stypułkowska-Goutierre, PolChambers	
13. Mikro, małe i średnie firmy prowadzące działalność eksportową	206
VIII. ANEKS STATYSTYCZNY.....	235
IX. ANEKS STATYSTYCZNY.....	249
X. WYNIKI BADANIA MIKRO I MAŁYCH FIRM W ROKU 2018 – WYNIKI WOJEWÓDZKIE	255
■ województwo dolnośląskie.....	257
■ województwo kujawsko-pomorskie	279
■ województwo lubelskie.....	301
■ województwo lubuskie	323
■ województwo łódzkie	345
■ województwo małopolskie	367
■ województwo mazowieckie.....	389
■ województwo opolskie	411
■ województwo podkarpackie.....	433
■ województwo podlaskie	455
■ województwo pomorskie.....	477
■ województwo śląskie.....	499
■ województwo świętokrzyskie.....	521
■ województwo warmińsko-mazurskie.....	543
■ województwo wielkopolskie	565
■ województwo zachodniopomorskie.....	587

Spis wykresów

WYKRES 1	Tempo wzrostu gospodarczego i jego składowe	23
WYKRES 2	Roczne tempo wzrostu sprzedaży detalicznej w ujęciu realnym oraz indeks koniunktury konsumenckiej GUS opisujący skłonność do dokonywania ważnych zakupów przez gospodarstwa domowe	24
WYKRES 3	Wykorzystanie mocy wytwórczych w przedsiębiorstwach przemysłowych oraz roczne tempo wzrostu nakładów brutto na środki trwałe	25
WYKRES 4	Wskaźnik cen towarów i usług konsumpcyjnych (CPI), wskaźnik cen produkcji sprzedanej przemysłu (PPI), wskaźnik inflacji bazowej oraz stopa referencyjna NBP	26
WYKRES 5	Dynamika stanu kredytów przedsiębiorstw i gospodarstw domowych (r/r) w ujęciu transakcyjnym (z wyłączeniem zmian z tytułu wyceny portfeli)	27
WYKRES 6	Wynik sektora instytucji rządowych i samorządowych w latach 2010–2015 w % PKB (ESA2010) z prognozą rządową na lata 2016–2017	28
WYKRES 7	Wskaźniki koniunktury w budownictwie, przetwórstwie przemysłowym i handlu	29
WYKRES 8	Liczba mikrofirm zarejestrowanych w rejestrze REGON w latach 2002–2017 (w mln)	32
WYKRES 9	Liczba małych firm zarejestrowanych w rejestrze REGON w latach 2002–2017 (w tys.)	32
WYKRES 10	Liczba średnich i dużych firm zarejestrowanych w rejestrze REGON w latach 2002–2017 (w tys.)	33
WYKRES 11	Podmioty nowo zarejestrowane w rejestrze REGON oraz podmioty wykreślone z rejestru REGON na 10 tys. mieszkańców w latach 2003–2017	33
WYKRES 12	Liczba aktywnych mikrofirm w latach 2003–2016 (w mln)	34
WYKRES 13	Liczba aktywnych małych, średnich i dużych firm w latach 2003–2016 (w tys.)	34
WYKRES 14	Liczba aktywnych mikro i małych firm na 1000 mieszkańców w latach 2003–2016	37
WYKRES 15	Liczba aktywnych mikro i małych firm według lat prowadzenia działalności w roku 2016	40
WYKRES 16	Liczba aktywnych średnich firm według lat prowadzenia działalności w roku 2016	40
WYKRES 17	Liczba pracujących w przedsiębiorstwach aktywnych (według stanu na 31 grudnia 2016)	42
WYKRES 18	Liczba pracujących w aktywnych przedsiębiorstwach w latach 2003–2016 (w mln)	43
WYKRES 19	Liczba pracujących w aktywnych mikro i małych firm na 1000 mieszkańców w latach 2003–2016	43
WYKRES 20	Liczba pracujących w aktywnych mikro i małych firm według lat prowadzenia działalności w roku 2016	46
WYKRES 21	Nakłady inwestycyjne w aktywnych przedsiębiorstwach w roku 2016 (w mld PLN)	49
WYKRES 22	Wartość brutto środków trwałych w aktywnych przedsiębiorstwach w roku 2016 (w mld PLN)	53
WYKRES 23	Stopień zużycia środków trwałych w roku 2016 (w %)	53
WYKRES 24	Przychody, koszty i zysk brutto aktywnych przedsiębiorstw w roku 2016 (w mld PLN)	54
WYKRES 25	Ogólny Wskaźnik Koniunktury Mikro i Małych Firm w latach 2010–2018	64



WYKRES 26	Ogólny Wskaźnik Koniunktury i wzrost PKB w latach 2010–2018	65
WYKRES 27	Porównanie Wskaźników dla poszczególnych obszarów w 2017 i 2018	66
WYKRES 28	Średni Ogólny Wskaźnik Koniunktury Firm w latach 2010–2018 dla wszystkich badanych firm oraz dla firm działających na obszarze międzynarodowym	69
WYKRES 29	Ocena sytuacji gospodarczej w latach 2010–2018	72
WYKRES 30	Ocena sytuacji gospodarczej w latach 2010–2018 dla wszystkich badanych firm oraz dla firm działających na obszarze międzynarodowym	74
WYKRES 31	Ocena sytuacji branży w latach 2010–2018	75
WYKRES 32	Ocena sytuacji w poszczególnych branżach w latach 2010–2018	76
WYKRES 33	Ocena sytuacji branży produkcyjnej w latach 2010–2018	77
WYKRES 34	Ocena sytuacji branży usługowej w latach 2010–2018	78
WYKRES 35	Ocena sytuacji branży handlowej w latach 2010–2018	79
WYKRES 36	Ocena sytuacji branży budowlanej w latach 2010–2018	80
WYKRES 37	Średnia ocena sytuacji branży w latach 2010–2018 dla wszystkich badanych firm oraz dla firm działających na obszarze międzynarodowym	81
WYKRES 38	Ocena sytuacji firmy w latach 2010–2018	82
WYKRES 39	Średnia ocena sytuacji firmy w latach 2010–2018 dla wszystkich badanych firm oraz dla firm działających na obszarze międzynarodowym	82
WYKRES 40	Ocena przychodów firmy w latach 2010–2018	85
WYKRES 41	Średnia ocena przychodów firmy w latach 2010–2018 dla wszystkich badanych firm oraz dla firm działających na obszarze międzynarodowym	85
WYKRES 42	Ocena wyniku finansowego firmy w latach 2010–2018	87
WYKRES 43	Średnia ocena wyniku finansowego firmy w latach 2010–2018 dla wszystkich badanych firm oraz dla firm działających na obszarze międzynarodowym	87
WYKRES 44	Ocena przychodów oraz ocena wyniku finansowego w latach 2010–2018	90
WYKRES 45	Ocena długości oczekiwania na zapłatę za sprzedane towary/usługi w latach 2010–2018	90
WYKRES 46	Średnia ocena długości oczekiwania na zapłatę za sprzedane towary/usługi w latach 2010–2018 dla wszystkich badanych firm oraz dla firm działających na obszarze międzynarodowym	91
WYKRES 47	Ocena zatrudnienia w firmie w latach 2010–2018	93
WYKRES 48	Średnia ocena zatrudnienia w latach 2010–2018 dla wszystkich badanych firm oraz dla firm działających na obszarze międzynarodowym	93
WYKRES 49	Ocena dostępności zewnętrznego finansowania w latach 2010–2018	95
WYKRES 50	Średnia ocena dostępności zewnętrznego finansowania w latach 2010–2018 dla wszystkich badanych firm oraz dla firm działających na obszarze międzynarodowym	95
WYKRES 51	Odsetek firm korzystających ze środków zewnętrznych w okresie ostatnich 12 miesięcy w latach 2010–2018	98
WYKRES 52	Źródła finansowania firmy według województw i branż	98
WYKRES 53	Źródła finansowania firmy według wielkości firmy	99
WYKRES 54	Przyczyny finansowania działalności bieżącej firmy wyłącznie ze środków własnych według województw i branż	99
WYKRES 54	Przyczyny finansowania działalności bieżącej firmy wyłącznie ze środków własnych według województw i branż	100
WYKRES 55	Przyczyny finansowania działalności bieżącej firmy wyłącznie ze środków własnych według wielkości firmy	100
WYKRES 56	Odsetek firm ponoszących wydatki inwestycyjne w okresie ostatnich 12 miesięcy w latach 2010–2018	101



WYKRES 57	Ponoszenie przez firmy wydatków inwestycyjnych w podziale na województwa i branże	101
WYKRES 58	Ponoszenie przez firmy wydatków inwestycyjnych w podziale na wielkość firmy	102
WYKRES 59	Przedmiot wydatków inwestycyjnych w ostatnich 12 miesiącach w podziale na województwa i branże	102
WYKRES 60	Przedmiot wydatków inwestycyjnych w ostatnich 12 miesiącach w podziale na wielkość firmy	103
WYKRES 61	Przedmiot wydatków inwestycyjnych w kolejnych 12 miesiącach według województw i branż	103
WYKRES 62	Przedmiot wydatków inwestycyjnych w kolejnych 12 miesiącach według wielkości firmy	104
WYKRES 63	Wysokość wydatków inwestycyjnych w ostatnich 12 miesiącach według województwa i branży	105
WYKRES 64	Wysokość wydatków inwestycyjnych w ostatnich 12 miesiącach według wielkości firmy	105
WYKRES 65	Wysokość wydatków inwestycyjnych w kolejnych 12 miesiącach według województwa i branży	105
WYKRES 66	Wysokość wydatków inwestycyjnych w kolejnych 12 miesiącach według wielkości firmy	105
WYKRES 67	Źródła finansowania inwestycji w ostatnich 12 miesiącach według województw i branż	106
WYKRES 68	Źródła finansowania inwestycji w ostatnich 12 miesiącach według wielkości firm	107
WYKRES 69	Źródła finansowania inwestycji w kolejnych 12 miesiącach według województwa i branży	108
WYKRES 70	Źródła finansowania inwestycji w kolejnych 12 miesiącach według wielkości firmy	109
WYKRES 71	Odsetek mikro i małych firm wdrażających w ciągu ostatnich 12 miesięcy innowacje produktowe	109
WYKRES 72	Firmy wdrażające innowację produktową według województw oraz branż	110
WYKRES 73	Firmy wdrażające innowację produktową według wielkości firmy	110
WYKRES 74	Odsetek mikro i małych firm wdrażających w ciągu ostatnich 12 miesięcy innowacje procesowe	111
WYKRES 75	Firmy wdrażające innowację procesową według województw i branż	112
WYKRES 76	Firmy wdrażające innowację procesową według wielkości firm	112
WYKRES 77	Wysokość wydatków na innowacje w ostatnich 12 miesiącach według województw i branż	113
WYKRES 78	Wysokość wydatków na innowacje w ostatnich 12 miesiącach według wielkości firm	113
WYKRES 79	Wysokość wydatków na innowacje w kolejnych 12 miesiącach według województw i branż	113
WYKRES 80	Wysokość wydatków na innowacje w kolejnych 12 miesiącach według wielkości firm	113
WYKRES 81	Źródła finansowania innowacji w ostatnich 12 miesiącach według województw i branż	114
WYKRES 82	Źródła finansowania innowacji w ostatnich 12 miesiącach według wielkości firm	115
WYKRES 83	Źródła finansowania innowacji w kolejnych 12 miesiącach według województw i branż	115
WYKRES 83	Źródła finansowania innowacji w kolejnych 12 miesiącach według województw i branż	116
WYKRES 84	Źródła finansowania innowacji w kolejnych 12 miesiącach według wielkości firmy	116
WYKRES 85	Przynależność do organizacji biznesowych według województw i branż	121
WYKRES 86	Przynależność do organizacji biznesowych według wielkości firm	121
WYKRES 87	Korzystanie z usług firm zewnętrznych przy prowadzeniu działalności gospodarczej według województw i branż	122
WYKRES 88	Korzystanie z usług firm zewnętrznych przy prowadzeniu działalności gospodarczej według wielkości firm	122
WYKRES 89	Średnia wartość barier rozwoju w latach 2012–2018 dla wszystkich badanych mikro i małych firm oraz dla firm działających na obszarze międzynarodowym	124
WYKRES 90	Barierzy rozwoju mikro i małych firm	125



WYKRES 91	Odsetek firm prowadzących działalność eksportową w latach 2010–2018 w porównaniu z firmami działającymi do 3 lat.....	134
WYKRES 92	Odsetek firm prowadzących działalność eksportową w latach 2010–2018 według wielkości firmy.....	134
WYKRES 93	Obszar działania mikro i małych firm w latach 2010–2018.....	135
WYKRES 94	Odsetek eksportujących mikro i małych firm w latach 2010–2018 według branż.....	136
WYKRES 95	Innowacje produktowe i procesowe w mikro i małych firmach według obszaru działania firmy.....	138
WYKRES 96	Ocena przychodów z eksportu mikro i małych firm.....	139
WYKRES 97	Udział przychodów z eksportu w przychodach ogółem.....	140
WYKRES 98	Okres prowadzenia działalności eksportowej w roku 2018 według wielkości firmy.....	141
WYKRES 99	Główne europejskie rynki eksportowe mikro, małych i średnich firm w roku 2018.....	142
WYKRES 100	Liczba zagranicznych kontrahentów według wielkości firmy.....	144
WYKRES 101	Sposoby pozyskiwania zagranicznych kontrahentów.....	145
WYKRES 102	Źródła finansowania wytwarzanych na eksport produktów i usług.....	146
WYKRES 103	Instrumenty finansowe w handlu międzynarodowym.....	147
WYKRES 104	Źródła finansowania wiarytelności eksportowych.....	149
WYKRES 105	Oczekiwania od instytucji publicznych w zakresie wsparcia eksportu.....	150
WYKRES 106	Odsetek eksporterów korzystających ze wsparcia publicznego w zakresie działalności eksportowej.....	150
WYKRES 107	Bariery w działalności eksportowej mikro, małych i średnich firm.....	151
WYKRES 108	Przewagi konkurencyjne w eksporcie wśród mikro, małych i średnich firm.....	153
WYKRES 109	Kierunki rozwoju działalności eksportowej za granicą.....	154
WYKRES 110	Przyczyny podjęcia działalności eksportowej.....	155
WYKRES 111	Relacja eksportu towarów i usług do PKB w Polsce na tle krajów UE w 2017 r.....	156
WYKRES 112	Eksport towarów i usług Polski w latach 2004–2017.....	157
WYKRES 113	Struktura geograficzna polskiego eksportu towarów w latach 2004 i 2017.....	157
WYKRES 114	Udział krajów pozaeuropejskich w eksporcie towarów krajów UE w 2017 r.....	157
WYKRES 115	Struktura przychodów ze sprzedaży eksportowej towarów firm według ich rozmiarów.....	158
WYKRES 116	Udział przychodów firm z eksportu towarowego w łącznych przychodach z tego tytułu dla sektora przetwórstwa przemysłowego według branż.....	160
WYKRES 117	Wartość przychodów firm ze sprzedaży towarów oraz udział eksportu towarów dla sektora przetwórstwa przemysłowego według branż.....	160
WYKRES 118	Integracja technologii cyfrowych (2017) – Indeks DESI 2018.....	177
WYKRES 119	Odsetek przedsiębiorstw sprzedających online (2017).....	177
WYKRES 120	Odsetek pracowników o ponadpodstawowych kompetencjach cyfrowych ogółem (2017).....	178
WYKRES 121	Odsetek firm przeprowadzających szkolenia dla pracowników w celu podnoszenia kompetencji cyfrowych.....	
WYKRES 122	Infrastruktura Internetu – Indeks DESI 2018.....	179
WYKRES 123	Odsetek pracowników o ponadpodstawowych kompetencjach cyfrowych w poszczególnych kategoriach w roku 2017.....	179
WYKRES 124	Kurs efektywny zakupu/sprzedaży.....	193
WYKRES 125	Procentowy udział rachunków walutowych klientów Banku Pekao S.A. z segmentu małych i średnich przedsiębiorstw (stan na koniec lipca 2018).....	197

Spis tabel

TABELA 1	Struktura próby	19
TABELA 2	Liczba firm zarejestrowanych w rejestrze REGON w roku 2017	32
TABELA 3	Liczba firm aktywnych w roku 2016	33
TABELA 4	Liczba aktywnych mikro, małych i średnich firm w roku 2016 według podstawowego rodzaju działalności	39
TABELA 5	Liczba firm aktywnych w Unii Europejskiej w roku 2016	41
TABELA 6	Liczba pracujących w aktywnych mikro, małych i średnich firmach w roku 2016 według podstawowego rodzaju działalności	47
TABELA 7	Liczba zatrudnionych osób w przedsiębiorstwach w Unii Europejskiej w roku 2016	48
TABELA 8	Nakłady inwestycyjne w aktywnych mikro, małych i średnich firm w roku 2016 według podstawowego rodzaju działalności (w tys. PLN)	50
TABELA 9	Przychody w aktywnych mikro, małych i średnich firmach w roku 2016 według podstawowego rodzaju działalności (w mln PLN)	55
TABELA 10	Przychody netto z działalności przedsiębiorstw w Unii Europejskiej w roku 2016, mln EUR	58
TABELA 11	Ogólny Wskaźnik Koniunktury Mikro i Małych Firm według branży, okresu funkcjonowania, obszaru działania i lokalizacji	68
TABELA 12	Ogólny Wskaźnik Koniunktury Mikro i Małych Firm według kategorii firmy i zatrudnienia	70
TABELA 13	Ogólny Wskaźnik Koniunktury Mikro i Małych Firm według wielkości przychodów	70
TABELA 14	Ocena sytuacji gospodarczej według branży	73
TABELA 15	Ocena sytuacji gospodarczej według wielkości firmy	74
TABELA 16	Ocena sytuacji branży	76
TABELA 17	Ocena sytuacji branży według wielkości firmy	81
TABELA 18	Ocena sytuacji firmy według branży	84
TABELA 19	Ocena sytuacji firmy według wielkości firmy	84
TABELA 20	Ocena przychodów firmy według branży	86
TABELA 21	Ocena przychodów firmy według wielkości firmy	87
TABELA 22	Ocena wyniku finansowego firmy według branży	89
TABELA 23	Ocena wyniku finansowego firmy według wielkości firmy	89
TABELA 24	Ocena długości oczekiwania na zapłatę za sprzedane towary/usługi według branży	92
TABELA 25	Ocena długości oczekiwania na zapłatę za sprzedane towary/usługi według wielkości firmy	92
TABELA 26	Ocena zatrudnienia w firmie według branży	93
TABELA 27	Ocena zatrudnienia w firmie według wielkości firmy	94
TABELA 28	Ocena dostępności zewnętrznego finansowania dla firmy według branży	96
TABELA 29	Ocena dostępności zewnętrznego finansowania dla firmy według wielkości firmy	97
TABELA 30	Ocena jakości usług świadczonych przez lokalną administrację według branży	117



TABELA 31	Ocena uciążliwości kontroli działalności gospodarczej według branży.....	118
TABELA 32	Ocena jakości usług doradczych świadczonych przez polskie banki w zakresie kredytów według branży.....	119
TABELA 33	Ocena korzyści z przynależności do organizacji biznesowej według branży	120
TABELA 34	Usługi świadczone przez firmy zewnętrzne w podziale na województwa i branże	123
TABELA 35	Usługi świadczone przez firmy zewnętrzne w podziale na wielkość firm.....	124
TABELA 36	Ocena przychodów z eksportu przez firmy mikro i małe według branży.....	139
TABELA 37	Ocena przychodów z eksportu według wielkości firmy.....	139

Spis map i schematów

MAPA 1	Liczba aktywnych mikrofirm i ich procentowy udział w ogólnej liczbie aktywnych mikrofirm w roku 2016 według województw.....	35
MAPA 2	Liczba aktywnych małych firm i ich procentowy udział w ogólnej liczbie aktywnych małych firm w roku 2016 według województw.....	36
MAPA 3	Liczba aktywnych średnich firm i ich procentowy udział w ogólnej liczbie aktywnych średnich firm w roku 2016 według województw.....	36
MAPA 4	Liczba aktywnych mikro i małych firm w roku 2016 w przeliczeniu na 1000 mieszkańców według województw.....	37
MAPA 5	Liczba pracujących w aktywnych mikrofirmach i ich procentowy udział w ogólnej liczbie mikrofirm według województw w roku 2016.....	44
MAPA 6	Liczba pracujących w aktywnych małych firmach i ich procentowy udział w ogólnej liczbie małych firm według województw w roku 2016.....	44
MAPA 7	Liczba pracujących w aktywnych średnich firmach i ich procentowy udział w ogólnej liczbie średnich firm według województw w roku 2016.....	45
MAPA 8	Liczba pracujących w aktywnych mikro i małych firmach w roku 2016 na 1000 mieszkańców według województw.....	45
MAPA 9	Średnie nakłady inwestycyjne w mikrofirmach w roku 2016 według województw (w tys. PLN).....	51
MAPA 10	Średnie nakłady inwestycyjne w małych firmach w roku 2016 według województw (w tys. PLN).....	52
MAPA 11	Średnie nakłady inwestycyjne w średnich firmach w roku 2016 według województw (w tys. PLN).....	52
MAPA 12	Średnie przychody w mikrofirmach w roku 2016 według województw (w tys. złotych).....	56
MAPA 13	Średnie przychody w małych firmach w roku 2016 według województw (w mln złotych).....	57
MAPA 14	Średnie przychody w średnich firmach w roku 2016 według województw (w mln złotych).....	57
MAPA 15	Ogólny Wskaźnik Koniunktury Mikro i Małych Firm.....	67
MAPA 16	Ocena sytuacji gospodarczej według województw.....	73
MAPA 17	Ocena sytuacji branży.....	75
MAPA 18	Ocena sytuacji firmy.....	83
MAPA 19	Ocena przychodów firmy.....	86
MAPA 20	Ocena wyniku finansowego firmy.....	88
MAPA 21	Ocena długości oczekiwania na zapłatę za sprzedane towary/usługi.....	91
MAPA 22	Ocena zatrudnienia w firmie.....	94
MAPA 23	Ocena dostępności zewnętrznego finansowania.....	96
MAPA 24	Ocena jakości usług świadczonych przedsiębiorcom przez lokalną administrację.....	117
MAPA 25	Ocena uciążliwości kontroli działalności gospodarczej.....	118



MAPA 26	Ocena jakości usług doradczych świadczonych przez polskie banki w zakresie kredytów ..	119
MAPA 27	Ocena korzyści z przynależności do organizacji biznesowej	120
MAPA 28	Odsetek mikro i małych firm eksportujących w poszczególnych województwach	137
MAPA 29	Zagraniczne Biura Handlowe PAIH	162
SCHEMAT 1	Schemat dla kredytu dostawcy zagraniczny kontrahent prywatny	169
SCHEMAT 2	Schemat dla kredytu nabywcy zagraniczny kontrahent prywatny.....	170
SCHEMAT 3	Postfinansowanie akredytywy	187
SCHEMAT 4	Wykup wierzytelności	189
SCHEMAT 5	Gwarancja bankowa.....	190
SCHEMAT 6	Kredyt dla nabywcy	190
SCHEMAT 7	Kredyt dla nabywcy z udziałem banku importera.....	191

Słowo wstępne

Mamy przyjemność zaprezentować Państwu dziewiątą edycję „Raportu o sytuacji mikro, małych i średnich firm w Polsce”, przygotowanego przez Bank Pekao S.A. Tegoroczne opracowanie przynosi bardzo ważną zmianę. W poprzednich odsłonach badaniem objęte zostały jedynie mikro i małe przedsiębiorstwa, czyli zatrudniające odpowiednio do 9 oraz do 49 pracowników, natomiast w tym roku po raz pierwszy przeanalizowaliśmy także firmy średnie. Dzięki temu najnowszy Raport przedstawia pełny obraz sektora mikro, małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce.

Decyzja o rozszerzeniu obszaru badania jest odpowiedzią na wzrost znaczenia gospodarczego sektora MŚP w Polsce. Nowa formuła raportu to także konsekwencja kierunków rozwoju działalności Banku Pekao. Od ponad roku w ramach struktury Banku funkcjonuje Pion Bankowości Małych i Średnich Przedsiębiorstw, wyspecjalizowany w świadczeniu usług dla MŚP. W kręgu naszych zainteresowań znajdują się także najmniejsze podmioty gospodarcze – mikrofirmy. Ze względu na specyfikę tego sektora rynku, za ich obsługę odpowiada utworzony w tym celu obszar Klienta Biznesowego w ramach Pionu Bankowości Detalicznej. Jak wyraźnie widać, w zależności od skali i potrzeb działalności, staramy się dopasować nasze produkty i usługi tak, aby być dla naszych Klientów jak najlepszym partnerem w rozwoju biznesu.

W tegorocznej edycji Raportu szczególną uwagę przykładamy do zagranicznej ekspansji polskich firm, przede wszystkim do eksportu. Bez wątpienia dynamiczny wzrost naszej gospodarki zawdzięczamy w dużej mierze rodzimym przedsiębiorstwom, które w różnych obszarach rozwijają biznes w kraju i za granicą, przez co są wizytówką naszego kraju,



Michał Krupiński

Prezes
Zarządu Banku



Magdalena Zmitrowicz

Wiceprezes
Zarządu Banku
Pion Małych i Średnich
Przedsiębiorstw



Marek Tomczuk

Wiceprezes
Zarządu Banku
Pion Bankowości
Detalicznej

przyczyniając się do umacniania pozytywnego wizerunku w różnych częściach świata. Pokazują postępowe, innowacyjne i zaawansowane technologicznie oblicze naszego kraju.

Choć w efekcie wzrostu konsumpcji wewnętrznej rynek krajowy jest dzisiaj dla większości polskich firm głównym kierunkiem zbytu, wiele z nich nie chce ograniczać się tylko do tego obszaru. Małe i średnie przedsiębiorstwa aktywnie wychodzą na obce rynki i z powodzeniem zaczynają rozwijać tam swoją działalność. Obecnie przedsiębiorcy z Polski prowadzą biznes głównie w Unii Europejskiej. Coraz częściej zaczynają również prężnie działać na innych kontynentach. Eksport ma olbrzymi wpływ na rozwój gospodarki. W 2017 roku eksport stanowił ponad połowę PKB naszego kraju.

Z punktu widzenia Banku kluczowe jest zapewnienie firmom działającym poza granicami kraju jak najlepszych instrumentów i wsparcia doradczego



w rozwoju biznesu na nowych rynkach. Finansowanie eksportu, zabezpieczenie kontraktów, wymiana walut – to obszary, z których coraz częściej korzystają polscy przedsiębiorcy. Należy przy tym pamiętać, że produkcja, usługi i handel podlegają ciągłym innowacjom i postępującej cyfryzacji. Ekspansja polskich firm na zagraniczne rynki przy jednoczesnym rozwoju technologicznym stawia przed bankami nowe wyzwania. Nasi Klienci coraz częściej poszukują narzędzi finansowych umożliwiających efektywne i bezpieczne sposoby rozliczeń z kontrahentami.

Wierzymy, że przy kompleksowym wsparciu instytucji publicznych, otoczenia biznesu i instytucji finansowych, takich jak Bank Pekao, polskie firmy będą coraz silniej

obecne na światowych rynkach. Ekspansja zagraniczna zapewni z kolei mocny impuls do rozwoju naszej gospodarki w kolejnych latach.

Badanie jest elementem społecznej odpowiedzialności biznesu Banku. Na łamach raportu gościły artykuły wielu naszych partnerów, którzy oferują wsparcie w eksporcie. Położyliśmy nacisk na to, aby publikacja miała przede wszystkim wymiar praktyczny. Mamy nadzieję, że znajdą w niej Państwo konkretne informacje o tym, jak rozpocząć albo rozwijać działalność za granicą, jak radzić sobie z barierami oraz jak wzmocnić swoją pozycję rynkową.

Życzymy owocnej lektury!

Struktura raportu

Tegoroczny Raport składa się z dziesięciu rozdziałów. Poniżej znajdują Państwo ich krótką charakterystykę.

ROZDZIAŁ II

Metodologia badań – rozdział opisujący metodologię badań prowadzonych wśród właścicieli mikro, małych i średnich firm.

ROZDZIAŁ III

Ogólna sytuacja gospodarcza – rozdział prezentujący najważniejsze, istotne z punktu widzenia mikro, małych i średnich firm, dane makroekonomiczne wraz z prognozami na najbliższe miesiące.

ROZDZIAŁ IV

Ogólna sytuacja gospodarcza mikro, małych i średnich firm – rozdział prezentujący najważniejsze dane statystyczne dotyczące przedsiębiorstw, ze szczególnym uwzględnieniem mikro, małych i średnich firm.

ROZDZIAŁ V

Wyniki badania mikro, małych i średnich firm w roku 2018 – poziom ogólnopolski – rozdział zawierający wyniki badań właścicieli mikro, małych i średnich firm, prowadzonych w formie wywiadów telefonicznych. Wyniki badania są prezentowane w formie graficznej (mapy i wykresy) oraz opisowej na poziomie krajowym i wojewódzkim, w podziale na branże (przemysł, budownictwo, handel, usługi), według wielkości firm (mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa) oraz okresu funkcjonowania na rynku (wyłącznie dla firm działających krócej niż 3 lata).

ROZDZIAŁ VI

Podsumowanie – streszczenie najważniejszych wyników badania.

ROZDZIAŁ VII

Ekspansja zagraniczna polskich mikro, małych i średnich firm – rozdział prezentujący wyniki tematu specjalnego oraz składający się z artykułów przygotowanych przez ekspertów Banku oraz partnerów zewnętrznych, które dotyczą ekspansji zagranicznej polskich firm, w tym przede wszystkim eksportu polskich produktów i usług. W rozdziale tym są także zaprezentowane przedsiębiorstwa – klienci Banku Pekao SA, które w swojej działalności operują na rynkach zagranicznych.

ROZDZIAŁ VIII

Aneks statystyczny – zestawienie wskaźników koniunktury według wielkości przedsiębiorstw, regionu oraz branży – prezentacja wybranych wskaźników koniunktury w poszczególnych województwach – ogólnie i w podziale na mikro i małe przedsiębiorstwa oraz branże (produkcja, usługi, handel, budownictwo).

ROZDZIAŁ IX

Aneks statystyczny – wybrane dane społeczno-gospodarcze – rozdział zawiera zestawienie najważniejszych danych statystycznych dotyczących przedsiębiorstw, przedstawionych na poziomie ogólnopolskim i wojewódzkim.

ROZDZIAŁ X

Wyniki badania mikro i małych firm w roku 2018 – poziom wojewódzki – rozdział zawierający wyniki tegorocznego badania, które są prezentowane w formie graficznej (mapy i wykresy) na poziomie 72 grup powiatów w każdym z 16 województw. Dla każdego z podregionów przedstawione są również najważniejsze dane statystyczne związane z przedsiębiorczością.

Metodologia badań

Celem badania było poznanie opinii właścicieli mikro, małych i średnich przedsiębiorstw na temat istotnych obszarów funkcjonowania przedsiębiorstw. Wykonawcą badania, podobnie jak w ośmiu poprzednich latach, była agencja badawcza PBS sp. z o.o.

Narzędziem badawczym był ustrukturyzowany kwestionariusz wywiadu. Zawierał on wystandaryzowane pytania dotyczące określonego problemu lub zagadnienia, uporządkowane w odpowiedniej kolejności i pogrupowane w bloki tematyczne. Kwestionariusz przygotowany został przez Bank Pekao SA i składał się z 73 pytań.

Co roku Respondenci wypowiadają się na temat:

- oceny sytuacji gospodarczej,
- sytuacji finansowej,
- zatrudnienia,
- dostępności zewnętrznego finansowania,
- inwestycji,
- eksportu,
- innowacyjności,
- otoczenia biznesu.

Co roku poruszany jest też temat dodatkowy. W tym roku jest to blok pytań dotyczący działalności eksportowej.

W większości przypadków respondenci byli pytani o ocenę ostatnich 12 miesięcy (np. „sytuacja Pani/

Pana firmy jest obecnie dużo lepsza/lepsza/taka sama/gorsza/dużo gorsza niż roku temu”) oraz ocenę perspektyw rozwoju w ciągu najbliższych 12 miesięcy (np. „sytuacja Pani/Pana firmy będzie w ciągu najbliższych 12 miesięcy dużo lepsza/lepsza/taka sama/gorsza/dużo gorsza niż obecnie”).

Przedsiębiorstwa biorące udział w badaniu zostały podzielone na:

- mikrofirmy – przedsiębiorstwa, w których pracuje maksymalnie 9 osób,
- małe firmy – przedsiębiorstwa, w których zatrudnia się od 10 do 49 pracowników,
- średnie firmy – przedsiębiorstwa, w których pracuje od 50 do 249 pracowników.

Badanie opinii właścicieli mikro, małych i średnich przedsiębiorstw zrealizowane zostało w formie wywiadów telefonicznych przeprowadzanych ze studia telefonicznego PBS w Sopocie. Łącznie zrealizowano 7 448 wywiady, z czego 6 024 wywiadów z właścicielami mikrofirm, 922 wywiadów z właścicielami małych firm i 502 z osobami, które reprezentowały średnie firmy. Badanie zostało przeprowadzone w dniach od 3 września do 26 października 2018 roku.



Korneliusz Bzymek
PBS sp. z o.o.



W badaniu zastosowano schemat losowania warstwowego nieproporcjonalnego*. Wybrana metodologia badawcza pozwoliła uzyskać reprezentatywne wyniki badania dla przedsiębiorstw, w których pracuje nie więcej niż 249 osób. Schemat ten umożliwił porównywanie wyników na poziomie grup powiatów (podregiony GUS).

Warstwy zdefiniowane zostały przez następujące zmienne warstwujące:

- zmienna geograficzna: podregion (72 podregionów NUTS 3),
- kategoria wielkości zatrudnienia (0–9, 10–49, 50–249 – firmy mikro, małe i średnie),
- branża (grupy PKD: budownictwo, produkcja, usługi, handel).

Dla każdego z elementów zmiennej geograficznej zrealizowano średnio 96 jednostek na każdy podregion (łącznie $n = 7\ 448$).

Na poziomie ufności 0,95 ** maksymalny błąd statystyczny dla wartości procentowych wynosi:

- cały kraj – nie więcej niż $\pm 1,8$ pkt %,
- na poziomie województwa – około ± 5 pkt %,
- w podregionie – około ± 10 pkt %.

Na poziomie ufności 0,95 maksymalny błąd statystyczny dla wartości indeksów wynosi:

* W każdej warstwie geograficznej liczba wywiadów podzielona została nieproporcjonalnie pomiędzy warstwy określone przez wielkość zatrudnienia oraz branżę.

** Oznacza to 95-procentowe prawdopodobieństwo, że wynik pomiaru zawiera się \pm w granicy błędu statystycznego.

- cały kraj – nie więcej niż $\pm 0,5$ pkt,
- na poziomie województwa – około ± 2 pkt,
- w podregionie – około ± 4 pkt.

W każdej warstwie geograficznej liczba wywiadów podzielona została nieproporcjonalnie pomiędzy warstwy określone przez wielkość zatrudnienia oraz branżę. Zastosowanie schematu nieproporcjonalnego miało na celu takie skonstruowanie próby, by oprócz wnioskowania na poziomie zmiennej geograficznej (województwa lub podregionu), możliwe było również porównywanie wyników na poziomie czterech głównych branż działalności:

- produkcja,
- usługi,
- handel,
- budownictwo.

Losowanie jednostek odbyło się niezależnie w każdej warstwie, z wykorzystaniem schematu prostego *** z jednakowym prawdopodobieństwem wyboru.

Operat doboru stanowiła komercyjna baza danych, zawierająca informacje geograficzne, administracyjne, teleadresowe, branżę działalności oraz wielkość zatrudnienia.

Za względu na nieproporcjonalny schemat doboru, przed analizą danych struktura próby została dopasowana do struktury populacji. Zastosowano wagę analityczną uwzględniającą:

- podregion GUS,
- grupę zatrudnienia,
- branżę działalności.

*** Każdy element z operatu losowania ma jednakową szansę znalezienia się w próbie.



TABELA 1

Struktura próby

		Liczba wywiadów	Ważony	Nieważony
Firma	mikro	6024	63,3%	80,9%
	małe	922	32,5%	12,4%
	średnie	502	4,2%	6,7%
	RAZEM	7448	100,0%	100,0%
Branża	Produkcja	743	11,3%	10,0%
	Usługi	4633	45,1%	62,2%
	Handel	1218	31,0%	16,4%
	Budownictwo	854	12,7%	11,5%
	RAZEM	7448	100,0%	100,0%
Województwo	Dolnośląskie	521	7,9%	7,0%
	Kujawsko-pomorskie	497	7,3%	6,7%
	Lubelskie	435	3,4%	5,8%
	Lubuskie	200	2,5%	2,7%
	Łódzkie	523	4,2%	7,0%
	Małopolskie	638	8,6%	8,6%
	Mazowieckie	821	22,0%	11,0%
	Opolskie	200	2,3%	2,7%
	Podkarpackie	424	2,7%	5,7%
	Podlaskie	324	1,8%	4,4%
	Pomorskie	519	8,3%	7,0%
	Śląskie	841	9,7%	11,3%
	Świętokrzyskie	204	2,1%	2,7%
	Warmińsko-mazurskie	292	2,9%	3,9%
	Wielkopolskie	620	8,6%	8,3%
	Zachodniopomorskie	389	5,6%	5,2%
	RAZEM	7448	100,0%	100,0%



W pierwszym etapie ważenia na podstawie danych z rejestru REGON określona została struktura populacji ze względu na wspomniane wyżej zmienne. W kolejnym kroku struktura próby została skorygowana, by odzwierciedlała strukturę populacji. Po zastosowaniu wagi możliwe jest wnioskowanie na poziomie całego kraju.

Tabela 1 przedstawia liczbę wywiadów zrealizowanych w poszczególnych województwach, wśród mikro, małych i średnich firm oraz wśród firm z poszczególnych branż.

Na potrzeby raportu stworzono indeks (wskaźnik odpowiedzi). Jest on odniesiony do 100. Oznacza to, że 100 jest jego wartością neutralną. Zastosowano następującą skalę wag dla indywidualnych odpowiedzi na pytania:

- 50 – dużo gorzej,
- 75 – gorzej,
- 100 – ani lepiej, ani gorzej,
- 125 – lepiej,
- 150 – dużo lepiej.

Indeks równy 50 oznacza minimalną (najgorszą możliwą) ocenę. Indeks równy 150 oznacza maksymalną (najwyższą możliwą) ocenę.

W raporcie, na mapach prezentujących wyniki, indeks prezentowany jest jako $\%$, gdzie:

- X – oznacza indeks za ostatnie 12 miesięcy,
- Y – oznacza indeks za przyszłe 12 miesięcy.

Kolorystyka map odnosi się do różnicy między wskaźnikiem koniunktury za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy.

Na mapkach prezentujących wyniki pytań z obszaru otoczenia biznesowego prezentowany jest tylko indeks dla sytuacji teraźniejszej (brak rozróżnienia na ostatnie i przyszłe 12 miesięcy). Wynika to z faktu, iż respondenci oceniali satysfakcję z usług świadczonych obecnie przez instytucje otoczenia biznesowego. Kolorystyka tych map odnosi się do różnicy między indeksem za rok 2018 w poszczególnych podregionach (mapy województw) / województwach (mapa Polski), a wynikiem ogólnym dla całej Polski.

Dodatkowo na mapach prezentowane są słupki w kolorze zielonym, jasno niebieskim, niebieskim, fioletowym, czerwonym oraz pomarańczowym. Oznaczają one średnie z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy za rok 2013 (zielony słupek), 2014 (jasno niebieski słupek), 2015 (niebieski słupek), 2016 (fioletowy słupek), 2017 (czerwony słupek) oraz 2018 (pomarańczowy słupek).

Ogólna sytuacja gospodarcza

1.

Streszczenie

W pierwszych trzech kwartałach 2018 roku tempo wzrostu gospodarczego było wyższe niż w 2017 roku. W ujęciu rocznym tempo wzrostu PKB wyniosło 5,3% w pierwszym kwartale 2018 roku, 5,1% w drugim kwartale i 5,1% r/r w trzecim kwartale. W 2017 roku wzrost gospodarczy wyniósł 4,8%.

Wzrost gospodarczy w 2019 r. prognozowany jest na 3,5%, wobec wzrostu PKB o 5,0% szacowanego na rok 2018. Wzrostowi gospodarstwu będzie sprzyjała kontynuacja wzrostu popytu krajowego, a w szczególności dalsza ekspansja konsumpcji prywatnej. Oczekuje się, że w związku pogorszeniem koniunktury na rynkach eksportowych w 2019 r. saldo wymiany handlowej z zagranicą będzie się kształtowało mniej korzystnie niż w 2018 r., co przełoży się na pogłębienie negatywnego wkładu eksportu netto do wzrostu PKB.

W 2019 r. wzrost konsumpcji będzie w dalszym ciągu solidny za sprawą rosnących dochodów gospodarstw domowych z pracy (wzrost płac i zatrudnienia), jednak wyhamuje nieco w porównaniu do lat 2017–2018. Ponadto wyższa inflacja ograniczy wzrost realnej siły nabywczej gospodarstw domowych. W efekcie spodziewamy się pewnej normalizacji tempa wzrostu konsumpcji po dwóch latach wyjątkowo dynamicznego wzrostu. Wzrost spożycia gospodarstw domowych w 2019 r. szacowany jest na około 3,7%.

Obserwowane na przestrzeni 2018 r. ożywienie inwestycyjne było głównie związane z dynamicznym wzrostem inwestycji publicznych, wspieranych realizacją



Piotr Piękoś



Adam Antoniak



Kamil Łuczkowski

projektów finansowanych z perspektywy finansowej Unii Europejskiej na lata 2014–2020. Jednocześnie aktywność inwestycyjna małych przedsiębiorstw pozostawała niska. Spodziewamy się, że wzrost nakładów inwestycyjnych w 2019 r. będzie w dalszym ciągu napędzany rosnącymi inwestycjami publicznymi. Do czynników ograniczających tempo wzrostu inwestycji prywatnych należy m.in. podwyższona niepewność co do perspektyw gospodarczych na świecie w związku z sygnałami spowolnienia gospodarczego. Tempo wzrostu inwestycji ogółem w 2019 r. będzie zapewne nieco niższe niż odnotowane w roku 2018.

W 2019 roku oczekujemy lekkiego spowolnienia wzrostu płac, czemu będzie sprzyjać wolniejszy wzrost gospodarczy, jak również rosnąca aktywność zawodowa ludności zmniejszająca napięcia na rynku pracy. Z kolei wzrost zatrudnienia będzie w naszej opinii wyhamowywał zarówno ze względu na ograniczenia po stronie podaży pracy jak i stopniowo słabnący popyt na pracę.

Średni poziom inflacji konsumenckiej mierzony wskaźnikiem CPI w pierwszych trzech kwartałach 2018 roku

Biuro Analiz
Makroekonomicznych,
Bank Pekao SA



wyniósł 1,8% r/r. Wskutek systematycznych wzrostów cen ropy naftowej w pierwszych dziewięciu miesiącach 2018 roku istotnie wzrosły ceny paliw. Październik i listopad 2018 r. przyniosły gwałtowną przecenę ropy naftowej, co w kolejnych miesiącach będzie redukowało ceny paliw w Polsce. W 2019 należy oczekiwać umiarkowanego wzrostu inflacji. W kierunku szybszego wzrostu cen będą oddziaływały ceny energii elektrycznej, a czynnikiem redukującym presję inflacyjną będą zapewne niższe ceny paliw oraz nieco mniej korzystna koniunktura gospodarcza w Polsce i na świecie.

W 2018 roku Rada Polityki Pieniężnej utrzymywała stopy procentowe bez zmian, a stopa referencyjna pozostawała na rekordowo niskim poziomie 1,50%. Prezes NBP Adam Glapiński sugeruje, że stopy procentowe mogą pozostać bez zmian do końca 2019 r., lub nawet dłużej. Oceniamy, że parametry polityki pieniężnej pozostaną stabilne do końca 2019 roku. Pierwszych podwyżek stóp spodziewamy się w 2020 roku.

W sektorze handlowym nastroje przedsiębiorstw pozostawały w 2018 roku na rekordowych poziomach

W 2018 roku tempo wzrostu kredytów dla przedsiębiorstw było zbliżone do notowanego w 2017 r., chociaż widoczne były pewne sygnały ożywienia. Polskie przedsiębiorstwa w ograniczonym stopniu korzystają z finansowania zewnętrznego, a nowe inwestycje najczęściej finansowane są ze środków własnych.

W 2018 roku średni kurs EUR/PLN ukształtował się na poziomie zbliżonym do średniego poziomu z 2017 r. (ok. 4,26/EUR). Jednak w przeciwieństwie do ubiegłego roku złoty od początku 2018 r. osłabiał się do euro, zwłaszcza w jego pierwszej połowie. Jeszcze większa była skala osłabienia polskiej waluty wobec dolara, co związane było z umocnieniem się dolara na światowym rynku walutowym. Osłabienie złotego w 2018 roku poprawiło sytuację krajowych eksporterów, pogarszając jednocześnie nieznacznie sytuację

krajowych importerów, jednakże kurs złotego wobec euro i dolara pozostawał daleko od poziomów optykalności importu.

Projekt ustawy budżetowej na 2019 r. przygotowany przez rząd premiera Mateusza Morawieckiego zakłada deficyt budżetu państwa na poziomie 28,5 mld PLN, wobec szacowanego przez Ministerstwo Finansów wykonania deficytu w 2018 r. na poziomie 23,8 mld PLN. W projekcie założono dalszą poprawę ściągłości podatków. Rząd oczekuje, że w 2019 r. deficyt sektora *general government* zostanie utrzymany wyraźnie poniżej 3% PKB i wyniesie 1,7% PKB.

W Strategii zarządzania długiem sektora finansów publicznych w latach 2019–2022 rząd zakłada spadek długu sektora *general government* z 50,7% PKB w 2017 r. do 49,2% PKB w 2018 r. i 48,9% PKB w 2019 r. Państwowy dług publiczny ma zmniejszyć się z 48,5% PKB w 2017 r. do 47,0% PKB i 46,6% PKB odpowiednio na koniec 2018 r. i 2019 r.

Publikowany przez GUS wskaźnik ogólnego klimatu koniunktury gospodarczej w przetwórstwie przemysłowym po zanotowaniu szczytu na początku 2018 roku (najwyższy poziom od 2008 roku) w dalszej części roku notował stopniowy spadek. Z kolei oceny koniunktury w budownictwie utrzymywały się w 2018 roku w okolicach najwyższych od 10 lat poziomów. W sektorze handlowym nastroje przedsiębiorstw pozostawały w 2018 roku na historycznie rekordowych poziomach, przewyższających szczyty z lat 2007–2008.

2.

Wzrost gospodarczy

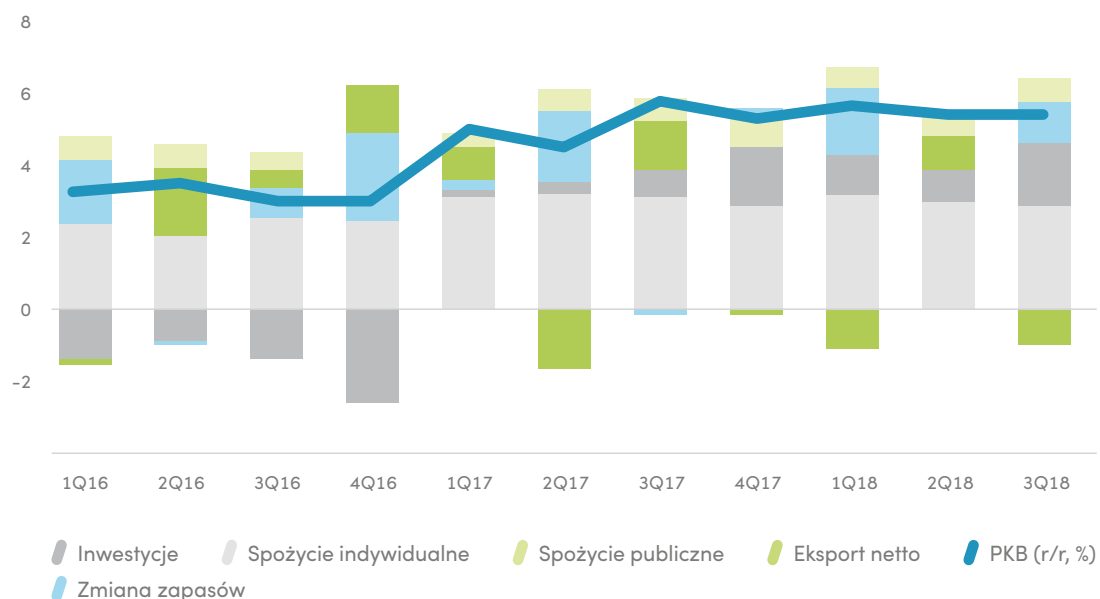
W pierwszych trzech kwartałach 2018 roku tempo wzrostu gospodarczego było wyższe niż w 2017 roku. W ujęciu rocznym tempo wzrostu PKB wyniosło 5,3% w pierwszym kwartale 2018 roku, 5,1% w drugim kwartale i 5,1% w trzecim kwartale. W 2017 roku wzrost gospodarczy wyniósł 4,8%

Odnotowano dalsze przyspieszenie popytu krajowego, który po wzroście o 4,9% w 2017 roku w pierwszych



WYKRES 1

Tempo wzrostu gospodarczego i jego składowe



trzech kwartałach 2018 roku rósł w tempie odpowiednio 6,6% r/r, 4,4% r/r i 6,2% r/r. Było to związane z dalszym przyspieszeniem spożycia gospodarstw domowych oraz ożywieniem aktywności inwestycyjnej.

W 2017 roku miała miejsce stopniowa odbudowa inwestycji (wzrost o 3,9%), zwłaszcza w drugiej połowie roku, a od początku 2018 roku obserwowana jest intensyfikacja ożywienia inwestycyjnego, w szczególności w sektorze publicznym. W pierwszym kwartale 2018 roku inwestycje wzrosły o 8,2% r/r, w drugim o 4,7% r/r, a w trzecim o 9,9% r/r.

Dynamiczny wzrost spożycia gospodarstw domowych był związany z poprawiającą się sytuacją pracowników na rynku pracy. Z jednej strony coraz niższe postrzegane ryzyko utraty pracy (niski poziom bezrobocia) pozytywnie wpływało na wskaźniki ufności konsumenckiej i skłonność zakupową, a z drugiej rosnące dochody z pracy (przyspieszający wzrost płac i rosnący poziom zatrudnienia) wspierały dochody gospodarstw domowych do dyspozycji. Spożycie gospodarstw domowych wzrosło o 4,7% r/r w pierwszym kwartale 2018 roku, 4,9% r/r w drugim kwartale i 4,5% r/r w trzecim kwartale, wobec wzrostu o 4,9% w całym 2017 roku. Wysoki poziom ufności konsumenckiej i rosnąca zdolność kredytowa gospodarstw domowych sprzyjały także finansowaniu konsumpcji

kredytem. W pierwszych dziesięciu miesiącach 2018 roku wartość portfela kredytów konsumpcyjnych w bankach zwiększyła się o 13,7 mld PLN, podczas gdy w analogicznym okresie 2017 roku odnotowano wzrost o 8,9 mld PLN.

Skala wpływu handlu zagranicznego na wzrost PKB była zmienna. W pierwszym kwartale eksport netto obniżył wzrost PKB o 1,0 pkt. proc., w drugim kwartale zwiększył o 0,9 pkt. proc., a w trzecim ponownie obniżył o 0,9 pkt. proc. W 2017 roku wymiana handlowa z zagranicą miała w zasadzie neutralny wpływ na PKB (+0,1 pkt. proc.).

Wysoki poziom wykorzystania mocy produkcyjnych oraz dynamiczny wzrost popytu na wyroby polskich przedsiębiorstw sprzyjały zwiększaniu nakładów inwestycyjnych przez średnie i duże firmy. W okresie styczeń-wrzesień 2018 roku nakłady inwestycyjne przedsiębiorstw zatrudniających powyżej 49 osób wyniosły 89,6 mld PLN i były (w cenach stałych) o 12,4% wyższe niż rok wcześniej.

W pierwszych trzech kwartałach 2018 r. koszty uzyskania przychodów z całokształtu działalności przedsiębiorstw rosły szybciej niż przychody z działalności (odpowiednio 7,5% vs. 7,1%), co przełożyło się na nieznaczne pogorszenie wyników finansowych



przedsiębiorstw zatrudniających 50 osób i więcej. W okresie styczeń-wrzesień 2018 r. wynik finansowy brutto przedsiębiorstw niefinansowych wyniósł 113,6 mld PLN wobec 103,8 mld PLN w analogicznym okresie 2017 roku. Wynik finansowy netto wyniósł 94,6 mld PLN i był o 1,4% niższy niż rok wcześniej. Zysk netto wyniósł 111,0 mld PLN i był o 0,4% niższy niż w analogicznym okresie 2017 roku. Strata netto wyniosła 16,3 mld PLN i zwiększyła się o 5,3%. Zysk netto wykazało 76,6% ogółu przedsiębiorstw, wobec 76,3% firm przed rokiem.

3. Perspektywy wzrostu konsumpcji

Spożycie ogółem wzrosło w 2017 roku o 4,5%, w tym spożycie indywidualne gospodarstw domowych zwiększyło się o 4,9%. W 2018 roku utrzymywała się bardzo dobra kondycja sektora gospodarstw domowych przy jedynie nieznacznym ograniczeniu tempa wzrostu konsumpcji. Dynamika konsumpcji prywatnej w pierwszym kwartale ukształtowała się na poziomie 4,7% r/r, w drugim wzrosła do 4,9% r/r, zaś w trzecim wyniosła

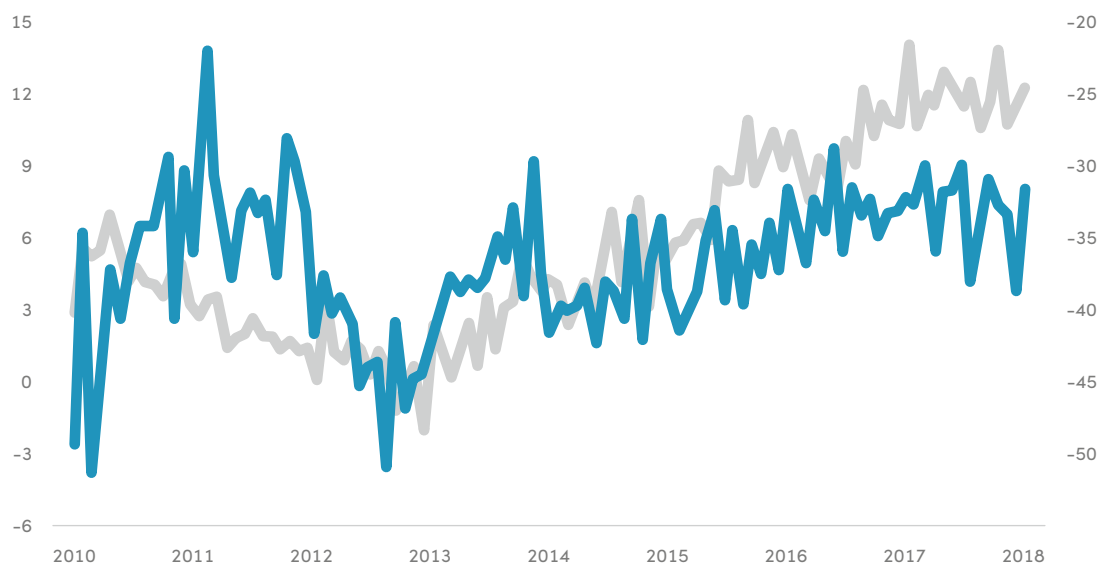
4,5% r/r. Wskaźniki nastrojów konsumenckich pozostały w 2018 roku na rekordowo wysokich poziomach.



W 2019 roku utrzymywanie się dobrej sytuacji na rynku pracy powinno nadal wspierać dochody gospodarstw domowych i tym samym ich siłę nabywczą przekładając się na solidny wzrost konsumpcji prywatnej, aczkolwiek wolniejszy niż w dwóch poprzednich latach. Będzie to rezultatem spowolnienia wzrostu funduszu płac, w głównej mierze w konsekwencji stopniowego wyhamowywania wzrostu zatrudnienia, jak również rosnącej inflacji obniżającej realną siłę nabywczą konsumentów.

Na perspektywy konsumpcji prywatnej korzystnie wpływa utrzymująca się niezmiennie ekspansywna polityka pieniężna Narodowego Banku Polskiego, w tym rekordowo niska stopa referencyjna oraz stopa lombardowa. Niski poziom stóp rynkowych ogranicza wysokość rat odsetkowych od złotych kredytów mieszkaniowych, które udzielane są zwykle po zmiennej stopie procentowej. Z kolei niska stopa lombardowa istotnie redukuje obciążenie odsetkami od kredytów konsumpcyjnych. W efekcie zwiększają się środki finansowe, które gospodarstwa domowe mogą przeznaczyć na konsumpcję. Wzrostu kosztu pieniądza oczekujemy dopiero w 2020 roku.

WYKRES 2

Roczne tempo wzrostu sprzedaży detalicznej w ujęciu realnym oraz indeks koniunktury konsumenckiej GUS opisujący skłonność do dokonywania ważnych zakupów przez gospodarstwa domowe



 Sprzedaż detaliczna (realnie, % r/r, lewa oś)  Dokonywanie ważnych zakupów – wskaźnik koniunktury GUS (pkt., prawa oś)



4. Perspektywy wzrostu inwestycji

Rok 2018 przyniósł kontynuację zapoczątkowanego w 2017 r. ożywienia aktywności inwestycyjnej. W pierwszym kwartale 2018 r. inwestycje zwiększyły się o 8,2% r/r, by w kolejnych dwóch kwartałach wzrosnąć o odpowiednio 4,7% r/r i 9,9% r/r. Stopa inwestycji nadal pozostaje niska i w ujęciu 12-miesięcznym kształtuje się poniżej 18%.

Dane dotyczące dużych przedsiębiorstw (zatrudniających 50 osób i więcej) wskazują na dynamiczne odbicie inwestycji w górnictwie i dalsze spadki inwestycji w energetyce. W pierwszych trzech kwartałach 2018 roku nakłady inwestycyjne (w cenach bieżących) w górnictwie i wydobywaniu wzrosły o 32,0% r/r, a w wytwarzaniu i zaopatrywaniu w energię elektryczną, gaz, parę wodną i gorącą wodę spadły o 6,9% r/r.

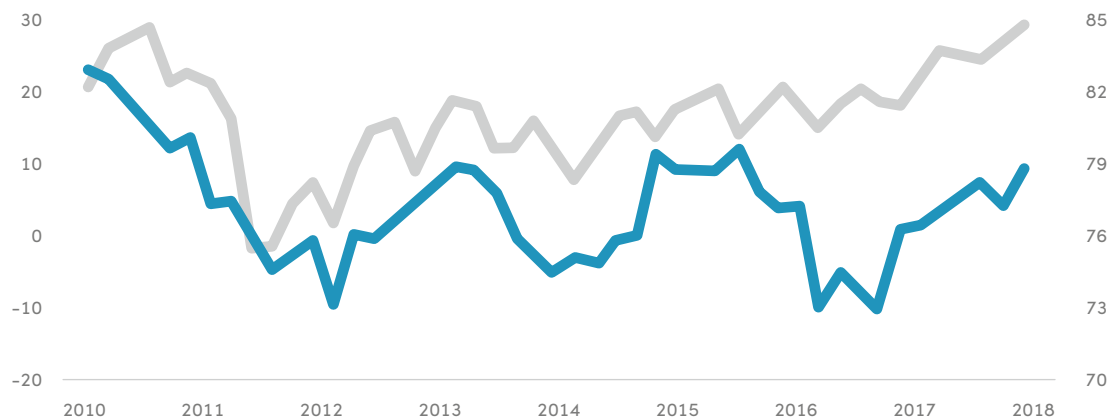
Wyraźne ożywienie inwestycji ma miejsce w sektorze publicznym, który stał za odbiciem inwestycji w 2017 r. Wyraźnie nabiera tempa wykorzystanie środków z perspektywy finansowej Unii Europejskiej na lata 2014–2020. Do końca września 2018 r. zakontraktowano niemal całą pulę środków europejskich dostępnych na lata 2014–2020, a wartość umów o dofinansowanie ze środków UE osiągnęła blisko 60% kwoty dostępnych środków. Wartość wniosków o płatność ze środków UE

była w pierwszych 9 miesiącach 2018 r. o 80% wyższa niż w analogicznym okresie 2017 r. W okresie styczeń–wrzesień 2018 roku wydatki inwestycyjne jednostek samorządu terytorialnego (JST) wyniosły 25,1 mld PLN i były o 11,1 mld PLN (79,7%) wyższe niż w analogicznym okresie 2017 roku.

Negatywne sygnały z otoczenia zewnętrznego (europejska gospodarka szczyt koniunktury ma już prawdopodobnie za sobą, w USA w 2019 r. oczekiwane jest wyhamowanie tempa wzrostu gospodarczego) i spodziewane spowolnienie koniunktury w Polsce powodują, że w 2019 r. tempo wzrostu inwestycji przedsiębiorstw może okazać się niższe niż w 2018 r. Z badań ankietowych Narodowego Banku Polskiego wynika, że perspektywy dla rozwoju aktywności inwestycyjnej pogorszyły się, a udział przedsiębiorstw planujących rozpoczęcie nowych inwestycji obniżył się. Spadły także prognozy wzrostu wielkości nakładów inwestycyjnych. W roku 2019 należy oczekiwać wciąż solidnego wzrostu nakładów inwestycyjnych sektora publicznego i wyhamowania tempa wzrostu inwestycji sektora prywatnego.

5. Rynek pracy

Rok 2018 przyniósł kontynuację poprawy sytuacji na rynku pracy. Na koniec trzeciego kwartału 2018 roku stopa bezrobocia rejestrowanego ukształtowała się na



WYKRES 3

Wykorzystanie mocy wytwórczych w przedsiębiorstwach przemysłowych oraz roczne tempo wzrostu nakładów brutto na środki trwałe

■ Nakłady brutto na środki trwałe (r/r %, lewa oś) ■ Wykorzystanie mocy wytwórczych (% , prawa oś)



rekordowo niskim poziomie 5,7%, wobec 6,8% w analogicznym okresie roku 2017. W ciągu trzech kwartałów 2018 roku przeciętne nominalne wynagrodzenie brutto w sektorze przedsiębiorstw wzrosło o 7,1% w porównaniu do analogicznego okresu 2017 r. W ujęciu realnym płace wzrosły o 5,2%. W tym samym okresie przeciętne zatrudnienie w sektorze przedsiębiorstw wzrosło o 3,6%.

Z badań ankietowych przeprowadzonych przez NBP pod koniec 2018 roku wynika, że polskie firmy przewidują dalszy stabilny wzrost zatrudnienia, co sugeruje utrzymywanie się wysokiego popytu na pracę. Problemem może być jednak jego zaspokojenie, biorąc pod uwagę względnie wysoki odsetek przedsiębiorstw wskazujących na problemy z brakiem kadr – nieobsadzone miejsca pracy deklarowało w trzecim kwartale 2018 roku ok. 46% ankietowanych firm. Co istotne, braki kadrowe były postrzegane jako najważniejsza bariera rozwoju dla przedsiębiorców.

Badanie NBP wskazuje również na stopniowo malejącą presję na wzrost wynagrodzeń, choć pozostaje ona cały czas na podwyższonym poziomie w warunkach utrzymujących się napięć na rynku pracy. Maleje zarówno odsetek przedsiębiorstw planujących podwyżki płac jak i odsetek pracowników objętych

podwyżkami. Nie zmienia się z kolei przeciętna planowana skala podwyżki. Należy zaznaczyć, że mimo względnie wysokiej dynamiki płac, rosną one wyraźnie wolniej niż w szczycie koniunktury na przełomie lat 2007/2008, kiedy ich dynamika sięgała dwucyfrowych poziomów. Czynnikiem ograniczającym wzrost płac jest z pewnością silny napływ pracowników z zagranicy (w głównej mierze z Ukrainy).

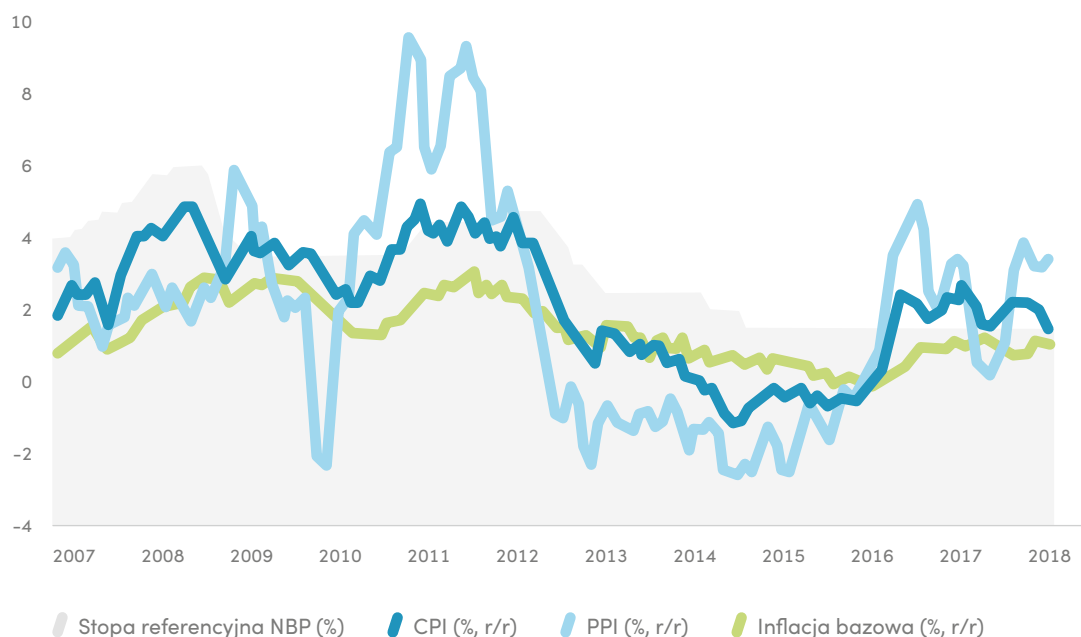
W 2019 roku oczekujemy lekkiego spowolnienia wzrostu płac, czemu będzie sprzyjać wolniejszy wzrost gospodarczy, jak również rosnąca aktywność zawodowa ludności zmniejszająca napięcia na rynku pracy. Z kolei wzrost zatrudnienia będzie w naszej opinii wyhamowywał zarówno ze względu na ograniczenia po stronie podaży pracy jak i stopniowo słabnący popyt na pracę.

6. Inflacja

Średni poziom inflacji konsumenckiej mierzony wskaźnikiem CPI w pierwszych trzech kwartałach 2018 roku wyniósł 1,8% r/r, wobec 1,9% r/r w analogicznym okresie 2017 roku. Głównym źródłem inflacji był wzrost

WYKRES 4

Wskaźnik cen towarów i usług konsumpcyjnych (CPI), wskaźnik cen produkcji sprzedanej przemysłu (PPI), wskaźnik inflacji bazowej oraz stopa referencyjna NBP





cen żywności, która ma najwyższy udział w koszyku CPI, jednak roczne tempo wzrostu cen w tej kategorii obniżało się systematycznie od początku 2018 roku. Sprzyjała temu m.in. ciepła wiosna, co przełożyło się na niskie ceny owoców. Na przestrzeni roku coraz większą presję cenową generował wzrost cen paliw. Od połowy 2018 roku ceny paliw rosły w tempie dwucyfrowym, co było związane z wyższymi cenami ropy naftowej na światowych giełdach. Podobnie jak w poprzednich latach w kierunku niższej inflacji oddziaływały ceny odzieży i obuwia (spadek o 3,9% r/r). W pierwszych trzech kwartałach 2018 roku inflacja bazowa z wyłączeniem cen żywności i energii wyniosła 0,7% r/r, notując taki sam poziom jak w pierwszych trzech miesiącach 2017 roku.

W okresie od stycznia do września 2018 roku ceny produkcji sprzedanej przemysłu wzrosły o 2,0% w skali r/r. Największe wzrosty odnotowano w dziale przetwórstwa przemysłowego związanym z produkcją koksu i produktów rafinacji ropy naftowej, co było pochodną wzrostów cen ropy naftowej na rynkach światowych.

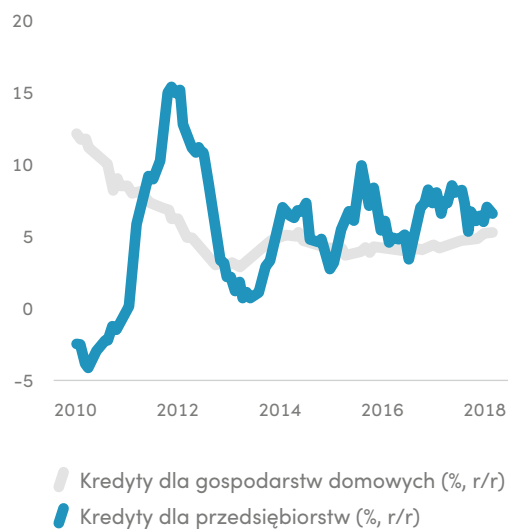
Na przestrzeni 2018 roku inflacja pozostawała wyraźnie poniżej celu inflacyjnego Narodowego Banku Polskiego (NBP) na poziomie 2,5%. W takim otoczeniu Rada Polityki Pieniężnej (RPP) utrzymuje stopy procentowe na rekordowo niskim poziomie. Stopa referencyjna wynosi 1,50%, stopa lombardowa 2,50%, a stopa depozytowa 0,50%. Podczas konferencji prasowych po posiedzeniach RPP prezes RPP prof. Adam Glapiński deklaruje, że stopy NBP mogą pozostać bez zmian do końca 2019 roku. W pierwszym kwartale 2019 roku inflacja prawdopodobnie wzrośnie wyraźnie, jednak pozostanie poniżej celu NBP przez większą część roku. W takim scenariuszu stopy procentowe mogą pozostać bez zmian także w 2019 r., a do pierwszej podwyżki stóp procentowych dojdzie zapewne dopiero w 2020 roku.

W listopadzie 2018 roku Narodowy Bank Polski opublikował projekcję makroekonomiczną, która wskazuje na wzrost inflacji powyżej celu banku centralnego w horyzoncie czasowym objętym analizą. Według centralnej ścieżki projekcji inflacja CPI wyniesie w 2018 roku 1,8%, w 2019 roku 3,2%, a w 2020 roku 2,9%.

7.

Kredyty dla przedsiębiorstw

Rok 2018 przyniósł niewielkie ożywienie w zakresie tempa wzrostu kredytów dla gospodarstw jak i przedsiębiorstw. W ujęciu transakcyjnym (po skorygowaniu o zmiany związaną z wyceną) portfel kredytów dla przedsiębiorstw wzrósł we wrześniu 2018 roku o 7,0% w porównaniu do analogicznego miesiąca 2017 roku. We wrześniu 2017 r. kredyty dla firm rosły w tempie 6,7% r/r. Rosły przede wszystkim kredyty o charakterze bieżącym, podczas gdy zainteresowanie kredytem na działalność inwestycyjną było niewielkie.



WYKRES 5

Dynamika stanu kredytów przedsiębiorstw i gospodarstw domowych (r/r) w ujęciu transakcyjnym (z wyłączeniem zmian z tytułu wyceny portfeli)

Pomimo kontynuacji ożywienia inwestycyjnego i rekordowo niskich stóp procentowych, popyt firm na kredyt pozostaje umiarkowany. Polskie przedsiębiorstwa w dalszym stopniu w ograniczonym stopniu korzystają z finansowania zewnętrznego, a nowe inwestycje najczęściej finansowane są ze środków własnych. Z badań Narodowego Banku Polskiego wynika, że pomimo wysokiej zdolności przedsiębiorstw do spłaty kredytów (blisko 95% ankietowanych przez NBP firm nie zgłasza problemów ze spłatą rat kredytów w terminie), zainteresowanie tą formą finansowania nie rośnie. Badania ankietowe Narodowego Banku Polskiego wskazują, że niemal połowa badanych przedsiębiorstw



planujących rozpoczęcie nowych inwestycji deklaruje środki własne jako źródło ich finansowania.

8. Kurs walutowy a handel zagraniczny

W 2018 roku średni kurs EUR/PLN ukształtował się na poziomie zbliżonym do średniego poziomu z 2017 r. (ok. 4,26/EUR). Jednak w przeciwieństwie do ubiegłego roku złoty od początku 2018 r. osłabiał się do euro, zwłaszcza w jego pierwszej połowie. Jeszcze większa była skala osłabienia polskiej waluty wobec dolara, co związane było z umocnieniem się dolara na światowym rynku walutowym.

Negatywnie na złotego wpływała kontynuacja cyklu podwyżek stóp procentowych w USA, osłabienie apetytu na ryzyko ze względu na globalną wojnę handlową czy też niepewność związaną z Brexitem. W konsekwencji spowodowało to odpływ kapitału zagranicznego z polskiego rynku akcji i obligacji skarbowych. Z kolei pozytywnym czynnikiem dla kursu polskiej waluty był dalej silny wzrost krajowej gospodarki oraz korzystna sytuacja budżetowa.

Oslabienie złotego w 2018 roku poprawiło sytuację krajowych eksporterów – badania NBP wskazywały, że odsetek firm informujących o nieopłacalnym eksporcie oraz udział nieopłacalnego eksportu w przychodach z eksportu zmniejszył się w 2018 r. osiągając poziomy

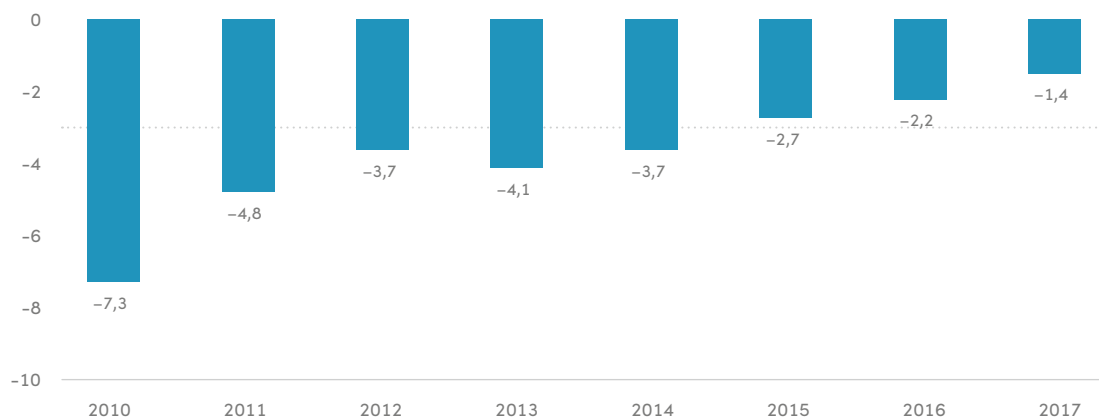
blisko historycznych minimów. Z kolei osłabiający się złoty pogorszył nieznacznie sytuację krajowych importerów, jednak dalej kurs złotego wobec euro i dolara pozostawał daleko od poziomów opłacalności importu.

9. Deficyt budżetowy i dług publiczny

W projekcie ustawy budżetowej na 2019 rok rząd szacuje, że deficyt budżetu państwa w 2018 roku wyniesie ok. 23,8 mld PLN, czyli 17,7 mld PLN mniej niż zakładany w ustawie budżetowej na 2018 rok limit na poziomie 41,5 mld PLN. Niższy od zakładanego w ustawie budżetowej ma być w ocenie Ministerstwa Finansów efektem wyższych o 11,7 mld PLN dochodów oraz oszczędności po stronie wydatkowej na kwotę ok. 6 mld PLN. Wzrost wpływów budżetowych względem wcześniejszych prognoz ma być głównie konsekwencją wyższych o 4,8 mld PLN dochodów z podatku od osób fizycznych (PIT), co jest związane z korzystną sytuacją na rynku pracy. Rosnące wynagrodzenia i zatrudnienie przekładają się na wzrost wpływów z PIT. Dochody z podatku od osób prawnych (CIT) mają być o 1,6 mld PLN wyższe od wcześniej zakładanych. W dalszym ciągu dynamicznie rosną dochody z podatku od towarów i usług (VAT) co z jednej strony jest odzwierciedleniem korzystnej koniunktury gospodarczej, a z drugiej strony działań legislacyjnych nakierowanych na poprawę ściągalności tego podatku (m.in. wprowadzenie jednolitego

WYKRES 6

Wynik sektora instytucji rządowych i samorządowych w latach 2010–2015 w % PKB (ESA2010) z prognozą rządową na lata 2016–2017





pliku kontrolnego oraz mechanizmu podzielonej płatności). Po stronie wydatkowej oszczędności związane mają być m.in. z niższą dotacją do Funduszu Ubezpieczeń Społecznych (FUS), który w warunkach poprawiającej się sytuacji na rynku pracy notuje wyższy od zakładanego wzrost dochodów ze składek na ubezpieczenia społeczne. Ministerstwo Finansów szacuje, że w 2018 roku deficyt sektora instytucji rządowych i samorządowych (*general government*) według metodologii ESA2010 może obniżyć poniżej 1,0% PKB.

Projekt ustawy budżetowej na 2019 roku przygotowany przez rząd premiera Mateusza Morawieckiego zakłada deficyt budżetu państwa na poziomie 28,5 mld PLN. W projekcie założono dalszy wzrost wpływów podatkowych. Projekt zakłada, że w 2019 roku wpływ z VAT wzrosną o 12,3 mld PLN (7,3%), a dochody z podatku od osób fizycznych (PIT) o 4,0 mld PLN (6,6%). Potrzeby pożyczkowe netto budżetu państwa w 2019 roku są szacowane na 46,0 mld PLN, wobec 39,7 mld PLN w 2018 r. Potrzeby pożyczkowe brutto w 2019 roku szacowane są na 163,7 mld PLN, wobec 159,5 mld PLN w 2018 r. W 2018 roku deficyt sektora *general government* może wynieść 1,4% PKB, a w 2019 roku wzrosnąć w okolice 1,9% PKB.

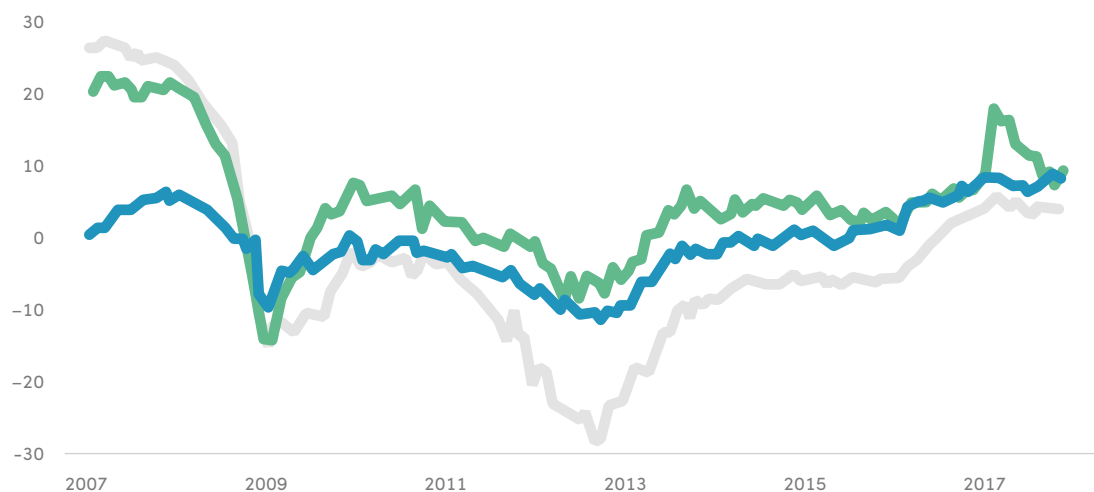
W Strategii zarządzania długiem sektora finansów publicznych w latach 2019–2022 rząd zakłada spadek długu sektora *general government* z 50,7% PKB w 2017 r. do 49,2% PKB w 2018 r. i 48,9% PKB w 2019 r. Państwowy dług publiczny ma zmniejszyć się z 48,5% PKB w 2017 r. do 47,0% PKB na koniec 2018 r. i 46,6% PKB w 2019 r.

W 2018 r. oceny koniunktury w budownictwie utrzymywały się na poziomach najwyższych od 10 lat.

10.

Wskaźniki koniunktury

Publikowany przez GUS wskaźnik ogólnego klimatu koniunktury gospodarczej w przetwórstwie przemysłowym po zanotowaniu szczytu na początku 2018 roku (najwyższy poziom od 2008 roku) w dalszej części roku notował stopniowy spadek. Przedsiębiorstwa



WYKRES 7

Wskaźniki koniunktury w budownictwie, przetwórstwie przemysłowym i handlu

- wyrównany sezonowo wskaźnik ogólnego klimatu koniunktury w przetwórstwie
- wyrównany sezonowo wskaźnik ogólnego klimatu koniunktury w budownictwie
- wyrównany sezonowo wskaźnik ogólnego klimatu koniunktury w handlu



przemysłowe zaczęły redukować swoją ocenę ogólnej sytuacji gospodarczej oraz wskazywały na słabnące zamówienia. Równocześnie coraz mniej optymistycznie oceniały perspektywy sytuacji gospodarczej i kształtowania się portfela zamówień, w efekcie czego prognozowały malejące tempo wzrostu produkcji.

Z kolei oceny koniunktury w budownictwie utrzymywały się w 2018 roku w okolicach najwyższych od 10 lat poziomów. Firmy budowlane odnotowały jedyne nieznaczne osłabienie ocen portfela zamówień oraz

swojej kondycji finansowej, natomiast ocena perspektyw gospodarczych po pogorszeniu w pierwszej połowie roku uległa poprawie w kolejnych miesiącach.





W sektorze handlowym nastroje przedsiębiorstw pozostawały w 2018 roku na historycznie rekordowych poziomach, przewyższających szczyty z lat 2007–2008. Firmy handlowe odnotowały jedynie nieznaczne spowolnienie tempa wzrostu sprzedaży, lecz oceny perspektyw pozostają optymistyczne.

Ogólna sytuacja gospodarcza

mikro, małych i średnich firm

W IV części raportu przedstawione zostały podstawowe dane statystyczne dotyczące sektora mikro i małych firm oraz po raz pierwszy w tym roku, dane dotyczące **firm średnich**. Podobnie jak w ubiegłych latach, głównym źródłem informacji dla tego rozdziału był raport Głównego Urzędu Statystycznego (GUS) „Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2016 roku” oraz dane z Banku Danych Lokalnych GUS (www.stat.gov.pl), a także raportu GUS „Działalność gospodarcza przedsiębiorstw o liczbie pracujących do 9 osób w 2017 roku”.

Dane zaprezentowane zostały w czterech blokach tematycznych:

-  liczba mikro i małych firm,
-  zatrudnienie w mikro i małych firmach,
-  inwestycje mikro i małych firm,
-  wynik finansowy mikro i małych firm.

W prezentowanych danych statystycznych GUS, podobnie jak w badaniu Banku, przez mikroprzedsiębiorstwa rozumiane są firmy, w których pracuje do 9 osób, przez małe firmy – przedsiębiorstwa, w których pracuje od 10 do 49 osób, a przez średnie firmy – przedsiębiorstwa zatrudniające od 50 do 249 osób. Dla celów porównawczych w analizie prezentowane są także wybrane dane odnoszące się do dużych firm (jednostki o liczbie pracujących powyżej 249 osób).

Większość danych pochodzących z GUS zaprezentowanych w tej części raportu odnosi się do stanu z roku 2016, dlatego wyniki badania prowadzonego w roku

2018 przez Bank Pekao SA i opisanego w kolejnym rozdziale trudno odnieść do danych statystycznych zawartych poniżej. Niemniej jednak zaprezentowanie statystyk, poziomu zatrudnienia, inwestycji oraz wyniku finansowego mikro, małych i średnich firm w roku 2016 pozwala pokazać rolę tej grupy przedsiębiorstw w polskiej gospodarce i stanowi tło dla analizy tegorocznych wyników badania mikro, małych i średnich firm.

1. Liczba mikro, małych i średnich firm

Główny Urząd Statystyczny proponuje dwa źródła danych dotyczących liczby mikro, małych i średnich firm w Polsce. Pierwszym z nich jest rejestr REGON. Dane na temat liczby firm zarejestrowanych i wyrejestrowanych z rejestru REGON prezentowane w niniejszym raporcie pochodzą z Banku Danych Lokalnych i dotyczą roku 2017.

Drugim i znacznie lepszym źródłem wiedzy na temat liczby mikro, małych i średnich firm, opartym na pełnych (małe oraz średnie firmy) i reprezentatywnych (mikrofirmy) badaniach prowadzonych przez GUS, jest raport „Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2016 roku”. Raport ten prezentuje dane wyłącznie dla firm faktycznie prowadzących w roku 2016 działalność gospodarczą. O rozbieżności danych z obu źródeł najlepiej świadczy liczba mikroprzedsiębiorstw w roku 2016. W rejestrze REGON w roku 2016 było zarejestrowanych ponad 4 mln mikrofirm, natomiast faktycznie działalność gospodarczą prowadziło w tym roku w Polsce niespełna 2 mln mikrofirm.



Agnieszka Michalik
Bank Pekao SA

W Banku Pekao jako ekspert zajmuje się tematyką rozwoju przedsiębiorczości oraz wsparciem produktów UE i instrumentów finansowych dla MŚP. Od dwóch lat redaktor Raportu o Sytuacji Mikro, Małych i Średnich Firm.





Należy wyjaśnić, że dane z GUS są prezentowane z pewnym opóźnieniem czasowym: w przypadku rejestru REGON ostatnie możliwe do analizy dane dotyczą roku 2017, natomiast w przypadku danych dla firm aktywnych zaczerpniętych z GUS – roku 2016.

Liczba firm w rejestrze REGON

Według danych z rejestru REGON w roku 2017 (tabela 2), mikro i małe firmy stanowiły około 99,2% wszystkich zarejestrowanych przedsiębiorstw (odpowiednio 95,8% i 3,4%), natomiast firmy średnie stanowiły jedynie 0,7% wszystkich zarejestrowanych firm. W roku 2017 w Polsce zarejestrowanych było ponad 4,1 mln mikroprzedsiębiorstw, ponad 147 tys. małych firm oraz ponad 29 tys. firm średnich.

TABELA 2

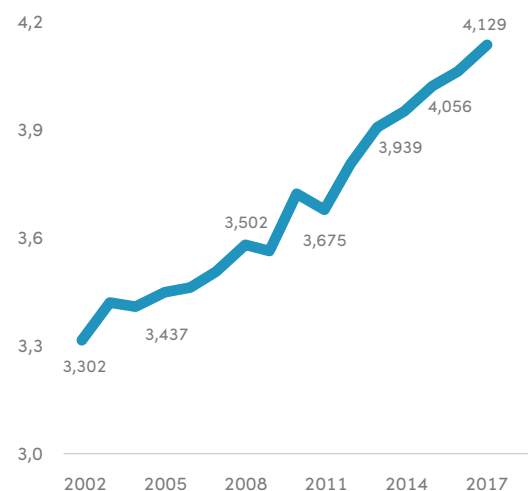
Liczba firm zarejestrowanych w rejestrze REGON w roku 2017¹

Typ firmy	Liczba firm	% udział
Mikro	4 128 611	95,8
Małe	147 607	3,4
Średnie	29 154	0,7
Duże	4 428	0,1
RAZEM	4 309 800	100,0

W latach 2002–2010 utrzymywała się tendencja wzrostu liczby mikro i małych firm zarejestrowanych w systemie REGON (wyjątkiem był rok 2009

WYKRES 8

Liczba mikrofirm zarejestrowanych w rejestrze REGON w latach 2002–2017 (w mln)

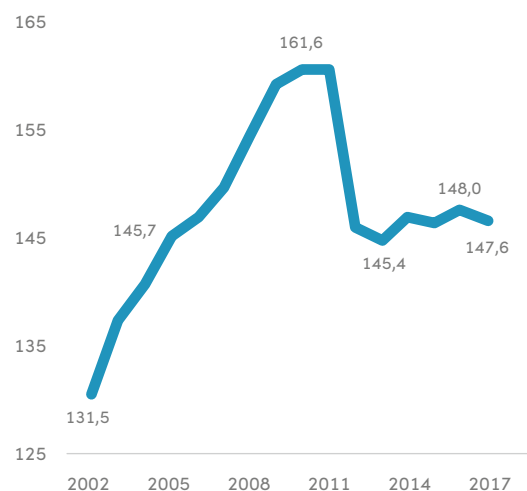


dla mikrofirm). W roku 2011 nastąpił powtórny spadek liczby mikrofirm, po którym w następnych latach, z roku na rok, notowano kolejne wzrosty liczby tych firm (wykres 8). Po dość drastycznym spadku liczby małych firm w latach 2011–2013, w kolejnych latach zauważalne jest utrzymanie się liczby zarejestrowanych firm tego segmentu na podobnym poziomie – w granicach 147 tys. firm. W roku 2017 miał miejsce, pierwszy od roku 2013, lekki spadek liczby zarejestrowanych firm małych w stosunku do roku ubiegłego do poziomu 147,6 tys. firm (wykres 9). W przypadku liczby średnich i dużych firm zauważalna jest niewielka tendencja spadkowa zapoczątkowana w roku 2013 w przypadku średnich firm oraz w 2010 w przypadku dużych firm, która utrzymuje się do roku 2015 włącznie, natomiast w 2016 roku niewielki wzrost liczby zarówno średnich, jak i dużych firm, aby ponownie w roku 2017 spaść poniżej wyniku z roku 2015 (wykres 10).

Wzrost liczby mikrofirm w roku 2017 znalazł potwierdzenie w liczbie nowo zarejestrowanych przedsiębiorstw w rejestrze REGON oraz wykreślonych podmiotów z rejestru REGON na 10 tys. mieszkańców (wykres 11). W roku 2017 zarejestrowano w rejestrze więcej firm (94) niż zostało z niego wykreślonych (75) na 10 tys. mieszkańców. Liczba wykreślonych firm jest najniższa od 4 lat.

WYKRES 9

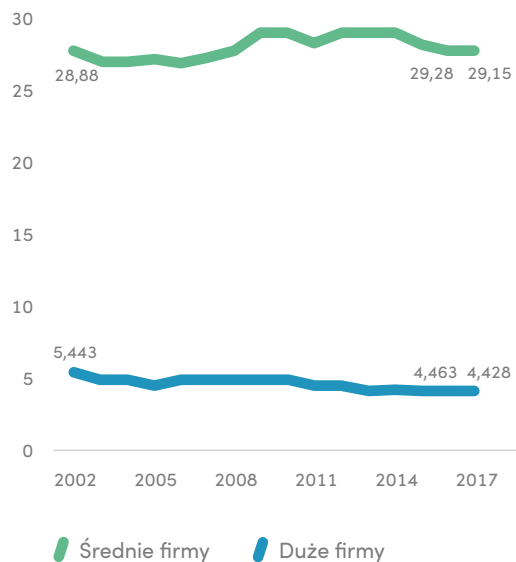
Liczba małych firm zarejestrowanych w rejestrze REGON w latach 2002–2017 (w tys.)





WYKRES 10

Liczba średnich i dużych firm zarejestrowanych w rejestrze REGON w latach 2002–2017 (w tys.)



WYKRES 11

Podmioty nowo zarejestrowane w rejestrze REGON oraz podmioty wykreślone z rejestru REGON na 10 tys. mieszkańców w latach 2003–2017²



Liczba firm aktywnych

Godnym polecenia źródłem informacji na temat liczby działających w Polsce firm jest przede wszystkim raport GUS „Działalność przedsiębiorstw niefinansowych”, który prezentuje dane dotyczące przedsiębiorstw faktycznie prowadzących działalność gospodarczą (wszystkie dane prezentowane w dalszej części tego rozdziału odnoszą się do firm aktywnych).

Zgodnie z tym raportem, w roku 2016 działało w Polsce blisko 2 mln firm mikro oraz ponad 57 tys. małych przedsiębiorstw. Razem stanowiły one 99% wszystkich aktywnych firm działających w Polsce (tabela 3). Liczba aktywnych firm średnich w roku 2016 wyniosła ponad 15 tys. i stanowiła 0,8% wszystkich aktywnych firm. Jeśli chodzi o formę prawną, zdecydowanie dominowały podmioty prowadzone przez osoby fizyczne. W przypadku mikrofirm było to ponad 90% podmiotów, firm małych – 47%, średnich – 13%, a dużych jedynie 4%.

Typ firmy	Liczba firm	% udział	Prowadzone przez osoby fizyczne	Prowadzone przez osoby prawne
Mikro	1 937 250	96,2	1 754 724	182 526
Małe	57 198	2,8	26 874	30 324
Średnie	15 351	0,8	2 048	13 303
Duże	3 565	0,2	120	3 445
RAZEM	2 013 365	100,0	1 783 766	229 598

Liczba aktywnych mikrofirm w roku 2016 w porównaniu do roku 2015 znacząco wzrosła, uzyskując najwyższy wskaźnik w historii badania (wykres 12).

Zgodnie z informacją wstępną podaną w materiale GUS „Działalność gospodarcza przedsiębiorstw o liczbie pracujących do 9 osób w 2017 r.”, w roku 2017 na rynku funkcjonowało 2,074 mln najmniejszych firm. Mając jednak na uwadze wstępną liczbę 2,004 mln działających mikrofirm podaną w ubiegłorocznym raporcie

TABELA 3

Liczba firm aktywnych w roku 2016³

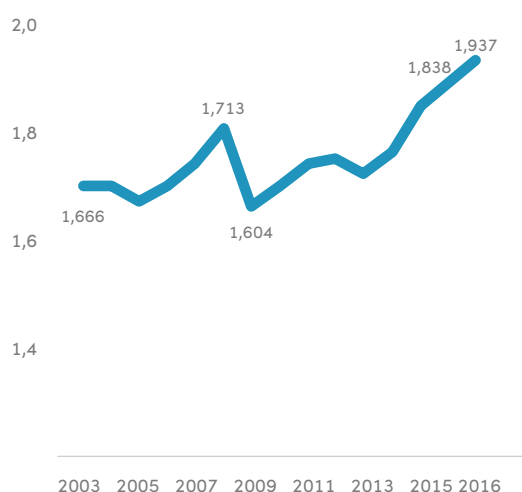


GUS „Działalność gospodarcza przedsiębiorstw o liczbie pracujących do 9 osób w 2016 r.” i porównując ją do liczby faktycznie aktywnych mikrofirm 1,937 mln w roku 2016, to przyjmując podobną różnicę dla roku 2017, działałoby w roku 2017 około 2,007 mln mikrofirm.

Wzrost liczby aktywnych przedsiębiorstw w roku 2016 w porównaniu do roku 2015 odnotowano wśród firm małych oraz dużych (wykres 13), natomiast w przypadku firm średnich nastąpił spadek.

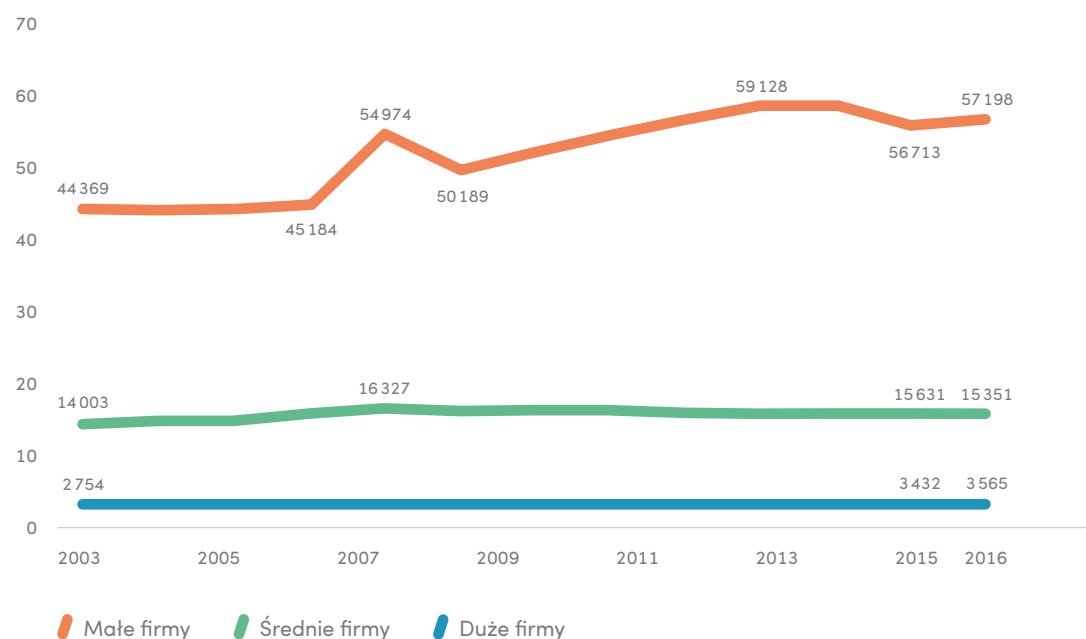
WYKRES 12

Liczba aktywnych mikrofirm w latach 2003–2016⁴ (w mln)



WYKRES 13

Liczba aktywnych małych, średnich i dużych firm w latach 2003–2016⁵



Według danych GUS występuje wyraźne zróżnicowanie regionalne liczby mikro i małych firm prowadzących w roku 2016 działalność gospodarczą. Średnio na województwo przypadało nieco ponad 121 tys. mikrofirm – to zdecydowanie więcej niż w roku 2015 – 115 tys. (mapa 1). Najwięcej mikroprzedsiębiorstw, podobnie jak w zeszłym roku, funkcjonowało w województwach mazowieckim (ponad 364 tys. – to aż o 31 tys. firm więcej niż w roku 2015), śląskim (ponad 213 tys.) oraz wielkopolskim (ponad 197 tys.). Łącznie w tych trzech województwach zlokalizowanych było ponad 40% wszystkich aktywnych mikroprzedsiębiorstw. Najmniej mikroprzedsiębiorstw miało swoje siedziby na terenie województw: opolskiego (ponad 38 tys.), podlaskiego (powyżej 46 tys.) i lubuskiego (ponad 47 tys.). W tych trzech województwach zlokalizowanych było łącznie zaledwie 7% wszystkich działających w Polsce mikroprzedsiębiorstw.

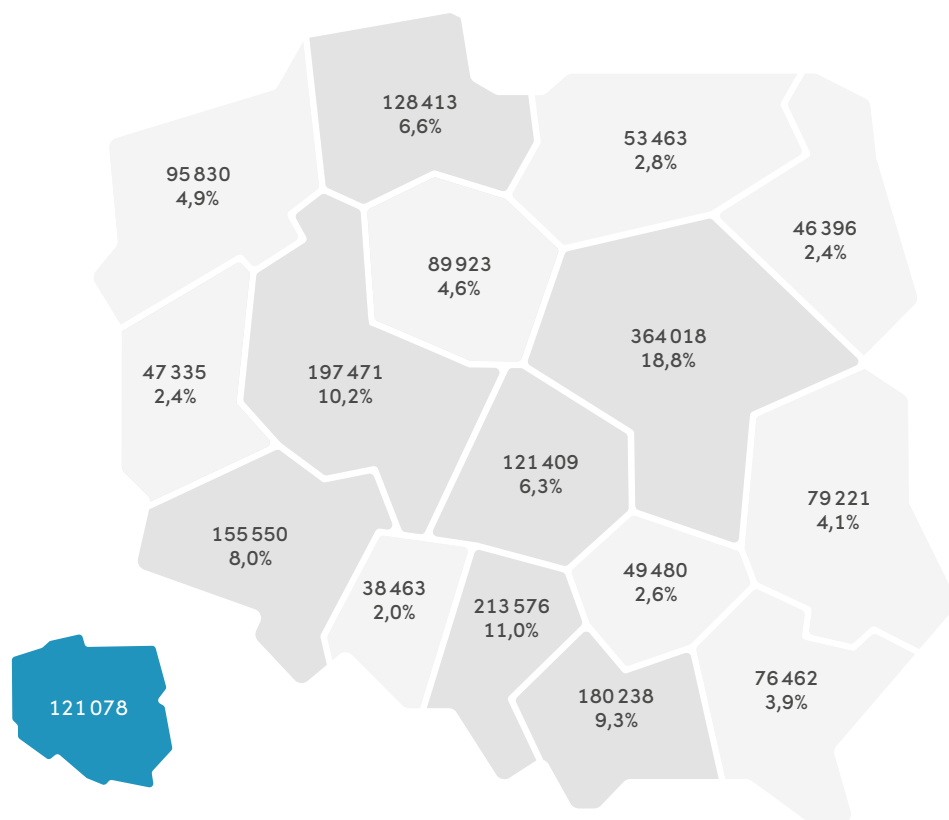
Należy podkreślić, że w roku 2016 w porównaniu do roku 2015, wzrosła liczba aktywnych mikrofirm we wszystkich 16 województwach. Największe wzrosty odnotowano w województwach: mazowieckim (wzrost o 31 tys.), małopolskim (wzrost o 9,9 tys.), wielkopolskim (wzrost o 9,1 tys.) oraz dolnośląskim i pomorskim (wzrost o 8,3 tys.).



MAPA 1

Liczba aktywnych mikrofirm i ich procentowy udział w ogólnej liczbie aktywnych mikrofirm w roku 2016 według województw⁶

- poniżej wyniku ogólnopolskiego
- powyżej wyniku ogólnopolskiego



W podobnej konfiguracji przestrzennej występują małe przedsiębiorstwa (mapa 2). Przy średniej liczbie małych firm na województwo wynoszącej 3 575 (w roku 2015 liczba ta była niższa i wyniosła 3 545), ponownie liderami pod względem liczby firm, w których pracuje od 10 do 49 osób są województwa: mazowieckie (niemal 8,7 tys.), śląskie (powyżej 7,7 tys.), wielkopolskie oraz małopolskie (w obu przypadkach niemal 6 tys.). Łącznie w tych województwach działalność gospodarczą w roku 2016 prowadziło 49% małych firm. Najmniej małych przedsiębiorstw w roku 2016 działało w województwach: opolskim, podlaskim i lubuskim (w każdym w granicach 1,3 tys.). Łączny udział tych trzech województw w całkowitej liczbie działających w Polsce małych firm wynosi 7,1%.

Warto zaznaczyć, że w roku 2016 w porównaniu do roku 2015, spadek liczby aktywnych małych firm odnotowano w 7 województwach, podczas gdy w roku poprzednim spadek ten dotyczył wszystkich województw. Największe spadki miały miejsce w województwie warmińsko-mazurskim (spadek

o 113 przedsiębiorstw), łódzkim (spadek o 98 przedsiębiorstw) oraz śląskim (spadek o 88 przedsiębiorstw). Największy wzrost liczby aktywnych małych firm w roku 2016 miał miejsce w województwie małopolskim (wzrost o 211 przedsiębiorstw), mazowieckim (wzrost o 169 przedsiębiorstw) oraz wielkopolskim (wzrost o 156 przedsiębiorstw).

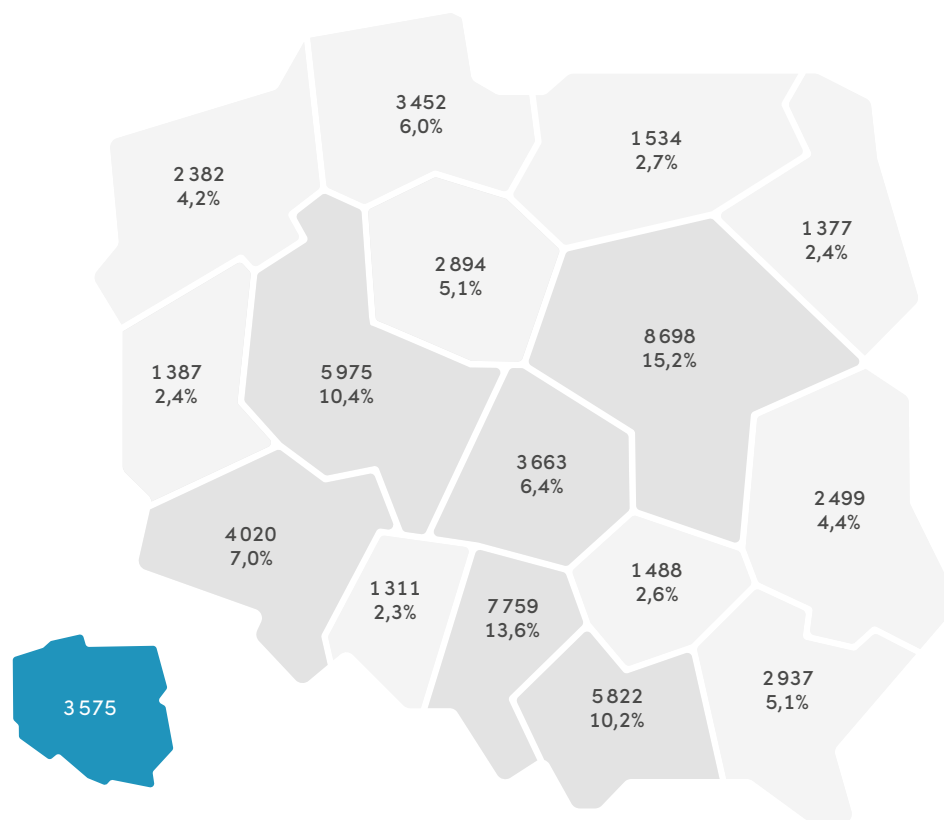
Średnia liczba firm średnich w roku 2016 wyniosła 959 firm i była niższa w stosunku do roku 2015 o 18 firm (mapa 3). Liderami pod względem liczby firm, w których pracuje od 50 do 249 osób są województwa: mazowieckie (2 722 firm), śląskie (1 900), wielkopolskie (w 1 716 firm) oraz małopolskie (1 356 firm). Łącznie w tych czterech województwach działalność gospodarczą w roku 2016 prowadziło 50% średnich firm. Najmniej średnich przedsiębiorstw w roku 2016 działało w województwach: opolskim (335 firm), świętokrzyskim (358 firm) oraz podlaskim (367 firm), co stanowi niespełna 7% udziału w całkowitej liczbie działających w Polsce firm średnich.



MAPA 2

Liczba aktywnych małych firm i ich procentowy udział w ogólnej liczbie aktywnych małych firm w roku 2016 według województw⁷

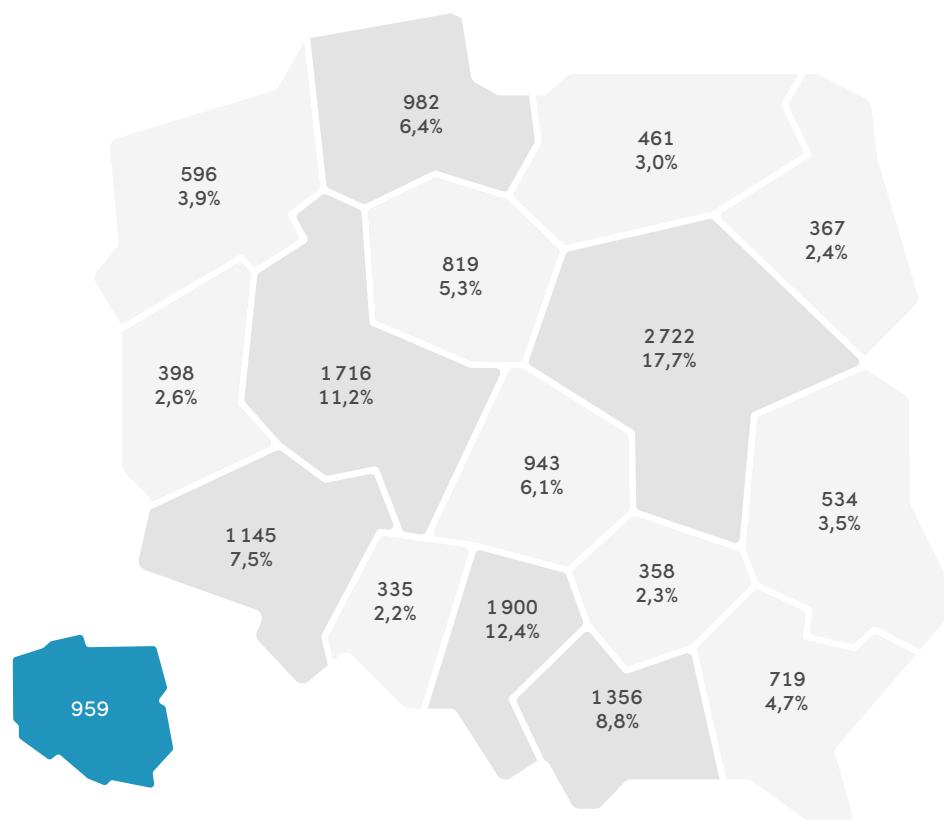
poniżej /
wyniku ogólnopolskiego
powyżej /
wyniku ogólnopolskiego



MAPA 3

Liczba aktywnych średnich firm i ich procentowy udział w ogólnej liczbie aktywnych średnich firm w roku 2016 według województw⁸

poniżej /
wyniku ogólnopolskiego
powyżej /
wyniku ogólnopolskiego

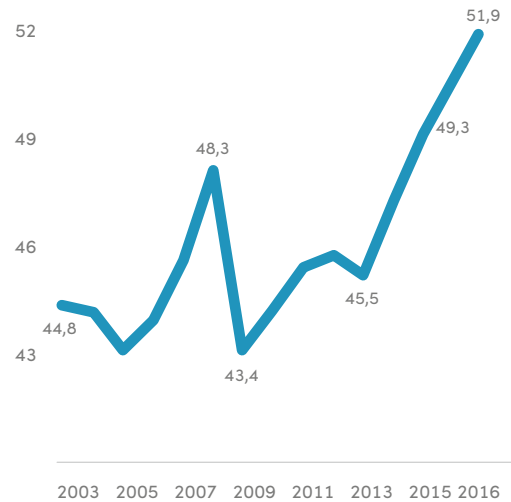




Warto zaznaczyć, że w roku 2016 w porównaniu do roku 2015, spadek liczby aktywnych średnich firm odnotowano niemal we wszystkich województwach. Najbardziej stabilna sytuacja miała miejsce w województwach o najmniejszej liczbie firm średnich – w województwie opolskim liczba średnich firm nie zmieniła się w ogóle w stosunku do roku ubiegłego, a jedynie w dwóch województwach zwiększyła, odpowiednio o 2 nowe firmy średnie w województwie lubuskim i 14 w podlaskim. Największy spadek liczby aktywnych firm średnich miał miejsce w województwie wielkopolskim (spadek o 47 firm) oraz śląskim (spadek o 39 firm). W obu tych województwach w roku 2016 przybyło po 14 firm dużych.

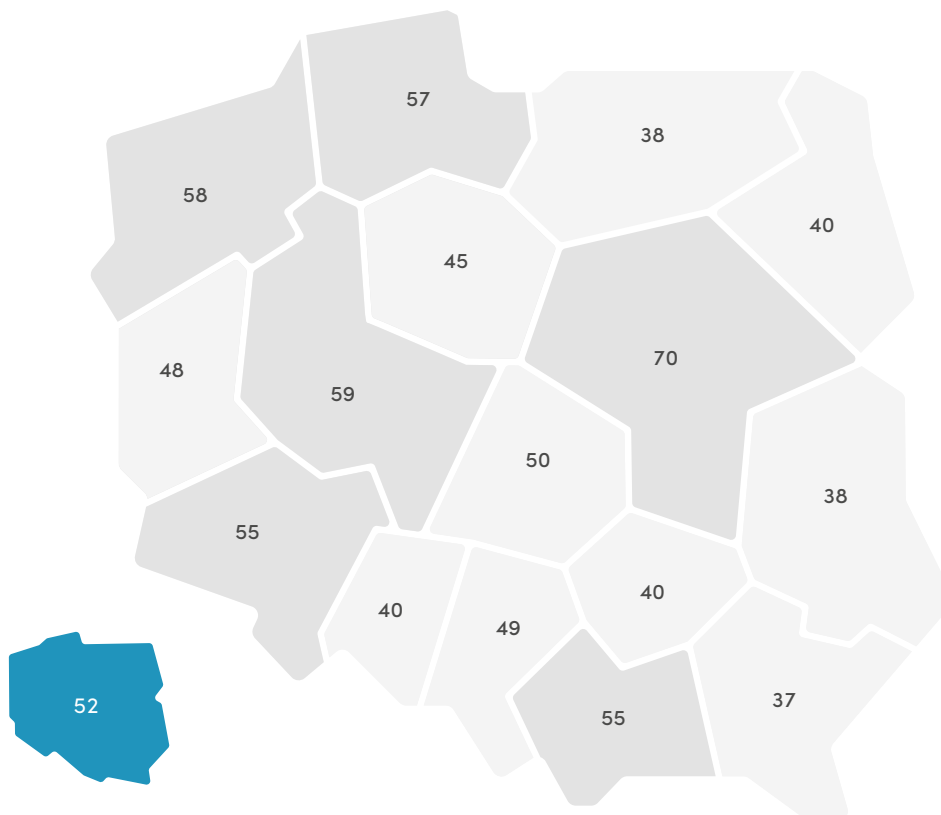
Liczba aktywnych firm w przeliczeniu na 1000 mieszkańców wydaje się lepszym miernikiem aktywności gospodarczej w danym regionie niż bezwzględna liczba przedsiębiorstw, gdyż eliminuje nierówności związane z różną liczbą mieszkańców poszczególnych województw.

Średnia liczba aktywnych mikro i małych firm na 1000 mieszkańców wyniosła w roku 2016 niemal 52 i była wyższa w porównaniu do roku 2015 (wykres 14).





WYKRES 14

Liczba aktywnych mikro i małych firm na 1000 mieszkańców w latach 2003–2016⁹



MAPA 4

Liczba aktywnych mikro i małych firm w roku 2016 w przeliczeniu na 1000 mieszkańców według województw¹⁰

-  poniżej wyniku ogólnopolskiego
-  powyżej wyniku ogólnopolskiego



Dane z roku 2016 zaprezentowane na [mapie 4](#) po raz kolejny potwierdzają, że to właśnie województwo mazowieckie jest regionem o najwyższym poziomie aktywności gospodarczej również pod względem liczby aktywnych mikro i małych firm na 1000 mieszkańców. Na każde 1000 mieszkańców przypada tam 70 mikro i małych przedsiębiorstw. Kolejny wynik osiągnęło województwo wielkopolskie (59) i województwo zachodniopomorskie (58). Najstabszą aktywność gospodarczą notuje się, podobnie jak w ostatnich latach, w województwach tzw. Ściany Wschodniej. W województwie podkarpackim funkcjonuje 37 mikro i małych firm na każde 1000 mieszkańców. Niewiele wyższe wskaźniki zanotowano w województwach lubelskim i warmińsko-mazurskim (w obu przypadkach 38).

Struktura aktywności firm średnich w przeliczeniu na 1000 mieszkańców jest bardzo podobna w całym kraju. Na każde 1000 mieszkańców w Polsce przypada 0,4 średniego przedsiębiorstwa. Regionem o największej aktywności firm średnich jest województwo mazowieckie i wielkopolskie (0,5).

Ważnym źródłem informacji GUS dotyczącym liczby firm są również dane selekcyjonowane według sekcji Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD 2007). W raporcie GUS „Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2016 roku” nie są uwzględniane firmy działające w sekcji A (rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo i rybactwo), sekcji K (działalność finansowa i ubezpieczeniowa), sekcji O (administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe zabezpieczenia społeczne), sekcji T (gospodarstwa domowe zatrudniające pracowników; gospodarstwa domowe produkujące wyroby i świadczące usługi na własne potrzeby) oraz sekcji U (organizacje i zespoły eksterytorialne). W przypadku trzech sekcji nie są brane pod uwagę także wybrane działy lub podklasy. Te wyjątki są opisane w przypisach do [tabeli 4](#).

Podobnie jak w roku 2015 zdecydowanie najwięcej mikro i małych przedsiębiorstw w roku 2016 działa w sekcji G, czyli w Handlu oraz naprawie samochodów – niemal 0,5 mln podmiotów gospodarczych, co stanowi 25,0% wszystkich aktywnych mikro i małych firm. Największy przyrost firm w roku 2016 w stosunku

W roku 2016 aktywnie działało w Polsce 2 mln firm mikro, 57 tys. małych przedsiębiorstw i ponad 15 tys. firm średnich.

do roku 2015 spośród prezentowanych branż nastąpił, podobnie jak w ubiegłym roku, w budownictwie oraz działalności profesjonalnej, naukowej i technicznej. W roku 2016 wzrost liczby przedsiębiorstw w sekcji M: Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna w stosunku do roku 2015 wyniósł ponad 24 tys. firm. Wzrost liczby mikro i małych przedsiębiorstw w budownictwie w roku 2016 to ponad 20 tys. nowych firm tej branży. Najniższy przyrost liczby mikro i małych przedsiębiorstw r/r miał miejsce w Sekcji S: Pozostała działalność usługowa (wzrost jedynie o 221 firm) oraz Sekcji I: Zakwaterowanie i gastronomia (wzrost o 774 firmy).

Wśród firm średnich w roku 2016 najwięcej podmiotów działało w przemyśle – niemal 7 tys. firm, co stanowi ponad 45% wszystkich działających w Polsce firm średnich. Na drugim miejscu znalazł się handel i naprawa pojazdów samochodowych, w którym działało ponad 3 tys. firm z udziałem w strukturze rodzajowej firm średnich na poziomie 20%. Najmniej firm średnich w roku 2016 działało w Sekcji S Pozostała działalność usługowa – jedynie 42 firmy w całej Polsce.

Kolejnym zagadnieniem, które pozwoli lepiej poznać strukturę firm, jest ich wiek. Warto zaznaczyć, że sytuacja w roku 2016 zarysowuje się podobnie jak w roku 2015. Mimo, że mikro i małe firmy są tą grupą przedsiębiorstw, w której dokonują się największe zmiany wynikające z otwierania i zamykania działalności gospodarczej, w całej populacji dominują firmy

TABELA 4

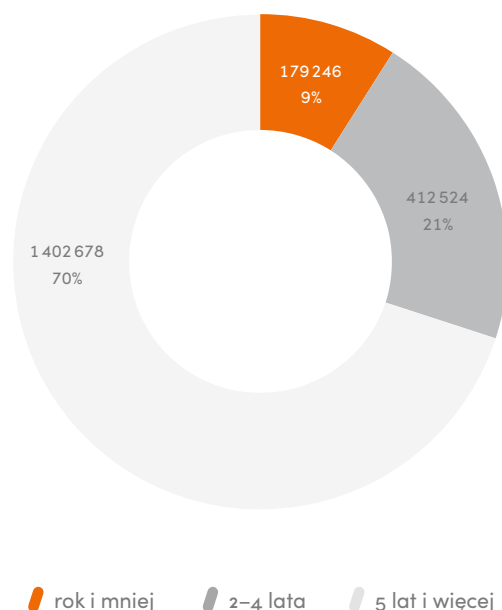
Liczba aktywnych mikro, małych i średnich firm w roku 2016 według podstawowego rodzaju działalności¹¹

Rodzaj działalności	Liczba mikro i małych firm	Liczba mikrofirm	Liczba małych firm	Liczba średnich firm	% mikro i małych firm	% mikrofirm	% małych firm	% średnich firm
Sekcja G: Handel i naprawa pojazdów samochodowych	497 747	481 502	16 245	3 110	25,0	24,9	28,4	20,3
Sekcja M: Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	267 448	264 288	3 160	668	13,4	13,6	5,5	4,4
Sekcja F: Budownictwo	262 880	255 700	7 180	1 192	13,2	13,2	12,6	7,8
Sekcja B, C, D, E: Przemysł	199 674	183 741	15 933	6 953	10,0	9,5	27,9	45,3
Sekcja Q: Opieka zdrowotna i pomoc społeczna	174 503	172 292	2 211	385	8,7	8,9	3,9	2,5
Sekcja H: Transport i gospodarka magazynowa	152 272	148 376	3 896	934	7,6	7,7	6,8	6,1
Sekcja S: (działy 95, 96) Pozostała działalność usługowa	94 294	93 863	431	42	4,7	4,8	0,8	0,3
Sekcja J: Informacja i komunikacja	93 408	91 760	1 648	444	4,7	4,7	2,9	2,9
Sekcja N: Administrowanie i działalność wspierająca	71 406	69 670	1 736	770	3,6	3,6	3,0	5,0
Sekcja I: Zakwaterowanie i gastronomia	54 406	52 247	2 159	285	2,7	2,7	3,8	1,9
Sekcja L: Obsługa rynku nieruchomości	54 298	52 577	1 721	447	2,7	2,7	3,0	2,9
Sekcja P: Edukacja	51 513	50 870	643	69	2,6	2,6	1,1	0,4
Sekcja R: Kultura i rekreacja	20 598	20 363	235	52	1,0	1,1	0,4	0,3
RAZEM	1 994 448	1 937 250	57 198	15 351	100,0	100,0	100,0	100,0



WYKRES 15

Liczba aktywnych mikro i małych firm według lat prowadzenia działalności w roku 2016¹²

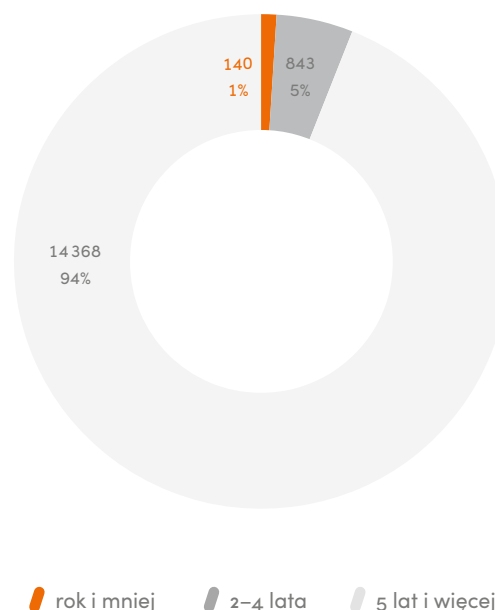


dojrzałe, działające 5 lat i więcej (wykres 15). Do tej kategorii przedsiębiorstw należy ponad 1,4 mln aktywnych mikro i małych firm (70%). W grupie firm małych, przedsiębiorstwa działające 5 i więcej lat stanowią 87% całej zbiorowości (niemal 50 tys. małych firm). Dla porównania, firm mikro, charakteryzujących się takim okresem prowadzenia biznesu, jest 70% (ponad 1,3 mln podmiotów). 21% aktywnych firm mikro i małych działa na rynku od 2 do 4 lat, natomiast firmy młode (*start-upy*), funkcjonujące rok i mniej stanowią 9% populacji (niemal 180 tys. przedsiębiorstw). W grupie firm małych w roku 2016 funkcjonowało niemal 1,4 tys. *start-upów* (to 2% całej populacji małych przedsiębiorstw). W porównaniu do roku 2015 liczba ta wzrosła (z 1 033 w roku 2015 do 1 375 w roku 2016).

Wśród firm średnich zdecydowanie dominują firmy z wieloletnim doświadczeniem. Firmy średnie działające w roku 2016 powyżej 5 lat stanowią aż 94% wszystkich firm średnich (wykres 16). Warto również podkreślić, że w roku 2016 zostało zarejestrowanych aż 140 firm, które od razu zatrudniały powyżej 49 osób.

WYKRES 16

Liczba aktywnych średnich firm według lat prowadzenia działalności w roku 2016¹³



Liczba firm aktywnych w Unii Europejskiej

Liczbę aktywnie prowadzonych firm w Polsce na tle Unii Europejskiej (UE) doskonale obrazują dane Eurostatu*, jako instytucji zajmującej się gromadzeniem oraz analizą danych statystycznych krajów europejskich (tabela 5).

* Dane Eurostatu dotyczące liczby aktywnych firm, liczby osób zatrudnionych w przedsiębiorstwach oraz przychodów netto z działalności gospodarczej różnią się od danych podanych przez GUS ze względu na zastosowaną metodologię obliczeniową – dane Eurostatu nie uwzględniają w swoich strukturach niektórych sektorów działalności gospodarczej ujętych przez GUS. Podobna sytuacja dotyczy również innych krajów UE, dlatego też, w przypadkach w których sklasyfikowanie danych według założeń Eurostatu w poszczególnych krajach nie było możliwe, dane były szacowane przez Eurostat na podstawie dostarczonych informacji.



TABELA 5

Liczba firm aktywnych
w Unii Europejskiej
w roku 2016¹⁴

Kraj\typ firmy	Mikro	Małe	Średnie	Duże	Razem (szacowana)
EU28 (szacowana)	18140045	964131	152844	30918	19337420
Austria	281 806	35 685	5 331	1 090	323 912
Belgia	579 074	27 551	4 171	912	611 708
Bułgaria	308 099	23 012	4 268	662	336 041
Chorwacja	134 460	10 836	1 795	390	147 481
Cypr	b.d.	b.d.	465	69	50 016
Czechy	978 289	31 849	6 758	1 577	1 018 473
Dania	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
Estonia	63 952	5 449	1 047	169	70 617
Finlandia	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
Francja	2 909 125	125 240	19 657	4 199	3 058 221
Grecja	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
Hiszpania	2 538 801	125 846	15 072	3 185	2 682 904
Holandia	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
Irlandia	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
Litwa	178 530	11 448	2 234	345	192 557
Luksemburg	28 054	3 429	642	153	32 278
Łotwa	106 392	7 457	1 432	198	115 479
Malta	26 973	1 682	332	60	29 047
Niemcy	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
Polska	1 620 219	56 105	15 273	3 315	1 694 912
Portugalia	793 477	33 553	5 190	808	833 028
Rumunia	411 905	43 811	8 235	1 656	465 607
Słowacja	432 900	10 371	2 454	555	446 280
Słowenia	131 660	5 910	1 129	224	138 923
Szwecja	664 688	31 833	5 489	1 025	703 035
Węgry	518 649	27 172	4 471	881	551 173
Wielka Brytania	1 906 453	175 602	27 881	6 196	2 116 132
Włochy	3 526 539	170 290	19 518	3 249	3 719 596

**WYKRES 17**

Liczba pracujących w przedsiębiorstwach aktywnych (według stanu na 31 grudnia 2016)¹⁵

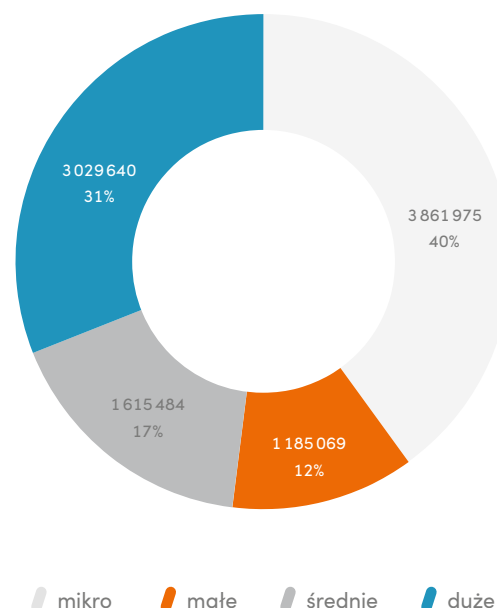
Zanim zaprezentujemy dane Eurostatu, należy zauważyć, iż kilka krajów nie dostarczyło danych dotyczących liczby przedsiębiorstw w badanym okresie. Jednym z tych krajów są Niemcy, natomiast w latach poprzednich kraj ten zajmował najwyższe pozycje w prezentowanym zestawieniu. Analizując dane dla Polski pod względem liczebności przedsiębiorstw na tle Unii Europejskiej, zostało zatem przyjęte, iż w Niemczech działa więcej firm w badanym przedziale wielkości firmy.

Polska wśród krajów UE pod względem liczby aktywnie prowadzonych firm w roku 2016 plasuje się niemal w czołówce zestawienia zajmując 6 miejsce (1,7 mln przedsiębiorstw). Mikroprzedsiębiorstwa oraz małe firmy w swojej kategorii znalazły się na 6 miejscu (1,6 mln mikroprzedsiębiorstwa oraz 56 tys. małe firmy), średnie firmy uplasowały się na 5 miejscu (15 tys. firm), natomiast duże firmy zajęły bardzo wysokie 4-te miejsce (3,3 tys. firm). Liczby te wskazują na bardzo duży potencjał polskiego rynku w stosunku do pozostałych krajów Unii Europejskiej.

2. Zatrudnienie w mikro, małych i średnich firmach

Na koniec 2016 roku w gospodarce narodowej pracowało niemal 15,3 miliona osób, z czego niemal 9,7 miliona osób w przedsiębiorstwach. W roku 2015 liczba zatrudnionych stanowiła 14,8 miliona osób, z czego 9,4 miliona osób pracowało w przedsiębiorstwach, co oznacza wzrost o 3 p.p. w skali roku. Wracając do roku 2016, ponad połowa osób pracujących w sektorze przedsiębiorstw pracowała w mikro i małych firmach (52%): w mikroprzedsiębiorstwach pracowało ponad 3,8 mln osób (40% wszystkich pracujących w polskich przedsiębiorstwach), w firmach małych niemal 1,2 mln osób (12% wszystkich pracujących w polskich przedsiębiorstwach) ([wykres 17](#)).

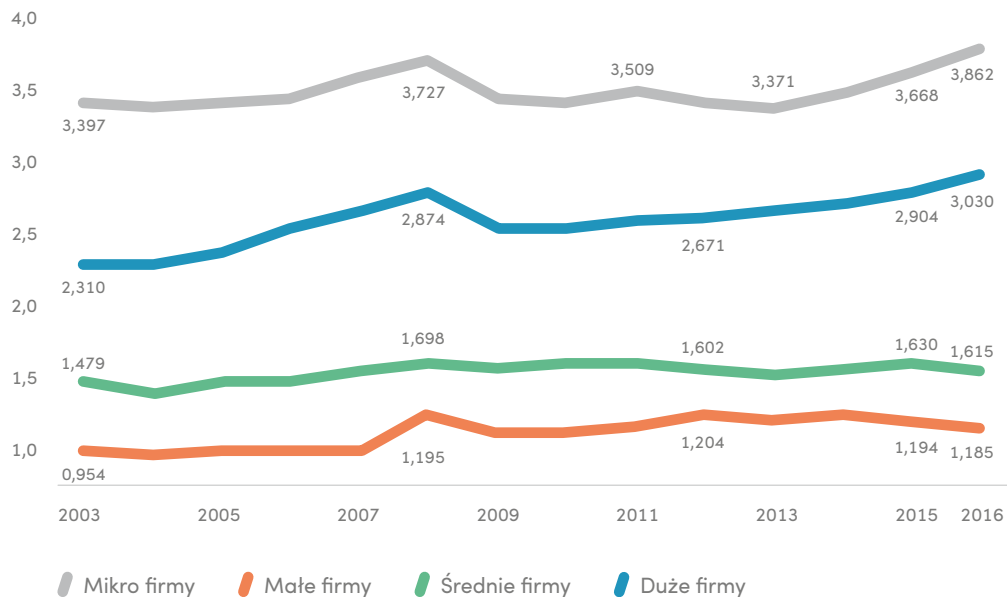
Według wstępnych danych GUS dotyczących mikroprzedsiębiorstw, w roku 2017 w najmniejszych przedsiębiorstwach pracowało 4 089 771 osób, tj. o 132,6 tys. więcej niż rok wcześniej.



Porównując liczbę pracujących w poszczególnych typach firm z liczbą aktywnych firm, okazuje się, że średnia liczba pracujących w polskim mikroprzedsiębiorstwie to 2 osoby, w małej firmie 21 osób, w firmie średniej 105 osób, natomiast w firmie dużej 850 osób. Średnia dla grupy mikro i małych firm to 3 osoby pracujące.

W roku 2016 w porównaniu do roku 2015 odnotowano wzrost liczby pracujących w mikro oraz dużych przedsiębiorstwach oraz nieznaczny spadek w małych i średnich przedsiębiorstwach. Szczególnie zauważalny wzrost liczby pracujących w roku 2016 w stosunku do roku 2015 miał miejsce w przypadku mikrofirm (wzrost o 194 tys.), co prezentuje [wykres 18](#).

Podobnie jak w roku 2015, struktura liczby pracujących w aktywnych mikro i małych firmach w poszczególnych województwach, odpowiada zatrudnieniu w tych firmach w roku 2016 ([mapa 5](#) i [mapa 6](#)). Najwięcej osób pracuje w mikro i małych firmach województwa mazowieckiego. W przypadku mikroprzedsiębiorstw jest to niemal 731 tys. osób (19% wszystkich pracujących w mikrofirmach), w małych firmach Mazowsza pracuje z kolei blisko 181 tys. osób (15% wszystkich pracujących w małych firmach). Na kolejnych miejscach pod względem liczby osób pracujących w mikro i małych firmach uplasowały się województwo śląskie



WYKRES 18

Liczba pracujących w aktywnych przedsiębiorstwach w latach 2003–2016¹⁶ (w mln)

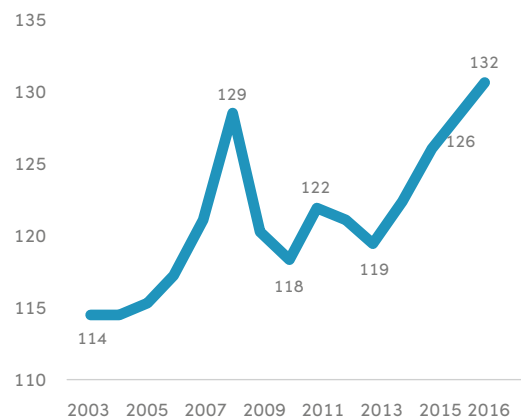
(odpowiednio 450 tys. osób i 160 tys. osób) oraz województwo wielkopolskie (odpowiednio 407 tys. osób i niemal 126 tys. osób).

Najmniejsza liczba pracujących w aktywnych mikrofirmach w roku 2016 odnotowana została w województwie opolskim – około 78 tys. osób, co stanowiło 2% wszystkich pracujących w tej grupie firm. Podobnie jak w przypadku mikrofirm, najmniej osób pracowało w małych firmach województwa opolskiego (26 tys. osób; 2%). Jedynie w trzech województwach spadła liczba pracujących w mikrofirmach w stosunku do roku 2015, a największy spadek miał miejsce w województwie kujawsko-pomorskim (spadek o 3,3 tys. osób). Najwyższy wzrost liczby pracowników w mikrofirmach w roku 2016 miał miejsce na Mazowszu (wzrost o 87 tys. osób). W przypadku firm małych, największy spadek liczby zatrudnionych r/r miał miejsce w województwie śląskim (spadek o ponad 4 tys. osób).

Podobnie jak w przypadku firm małych, również w średnich w roku 2016 liczba pracowników zmalała r/r (spadek o niemal 15 tys. osób). W układzie regionalnym, najwięcej zatrudnionych w firmach średnich w roku 2016 było w województwie mazowieckim – 18% wszystkich pracujących w firmach średnich (290 tys. osób) oraz śląskim – niemal 13% (203 tys. osób). Najmniejsza liczba osób zatrudnionych w tym

czasie w firmach średnich pracowała w województwie opolskim – jedynie 35 tys. osób, co stanowiło zaledwie 2% (mapa 7). Największy wzrost liczby zatrudnionych r/r w firmach średnich miał miejsce w województwie mazowieckim (wzrost o 2 tys. osób), a największy spadek w województwie kujawsko-pomorskim (spadek o niemal 4,5 tys. osób).

Analizując dane na wykresie 19, który prezentuje liczbę pracujących w mikro i małych firmach w odniesieniu do 1000 mieszkańców, należy zauważyć, że po wyraźnym wzroście liczby osób pracujących w roku 2011 wskaźnik ten zarówno w 2012 roku i 2013 roku stopniowo obniżał się, aby od roku 2014 rosł i na koniec



WYKRES 19

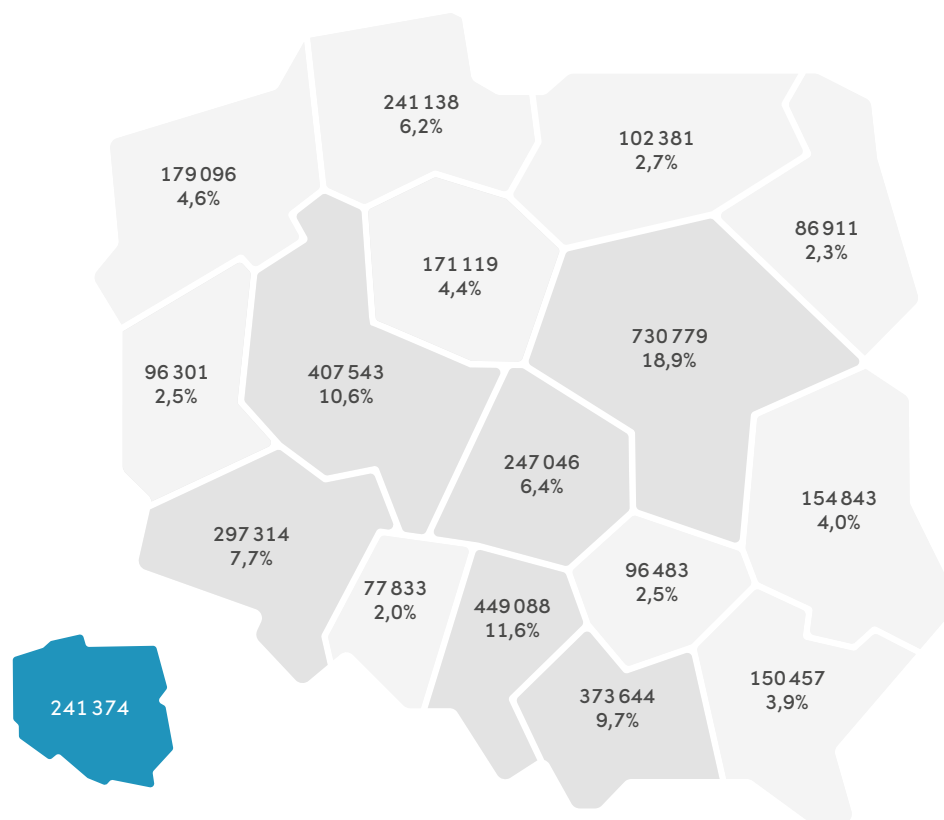
Liczba pracujących w aktywnych mikro i małych firmach na 1000 mieszkańców w latach 2003–2016²⁰



MAPA 5

Liczba pracujących w aktywnych mikrofirmach i ich procentowy udział w ogólnej liczbie mikrofirm według województw w roku 2016¹⁷

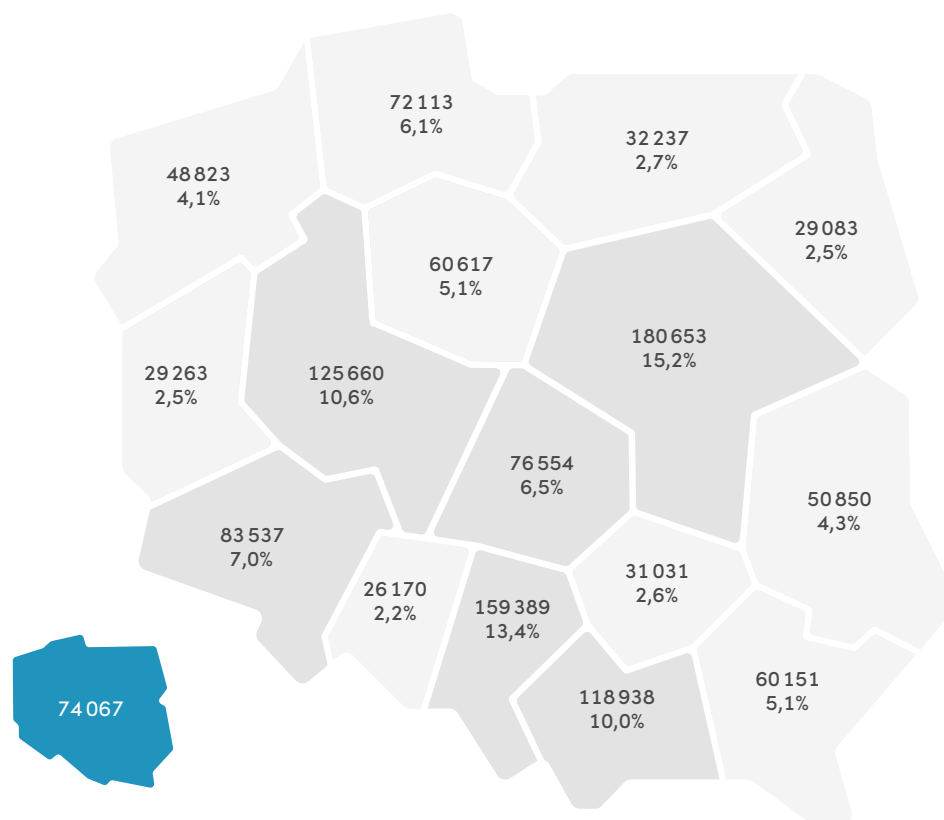
poniżej /
wyniku ogólnopolskiego
powyżej /
wyniku ogólnopolskiego

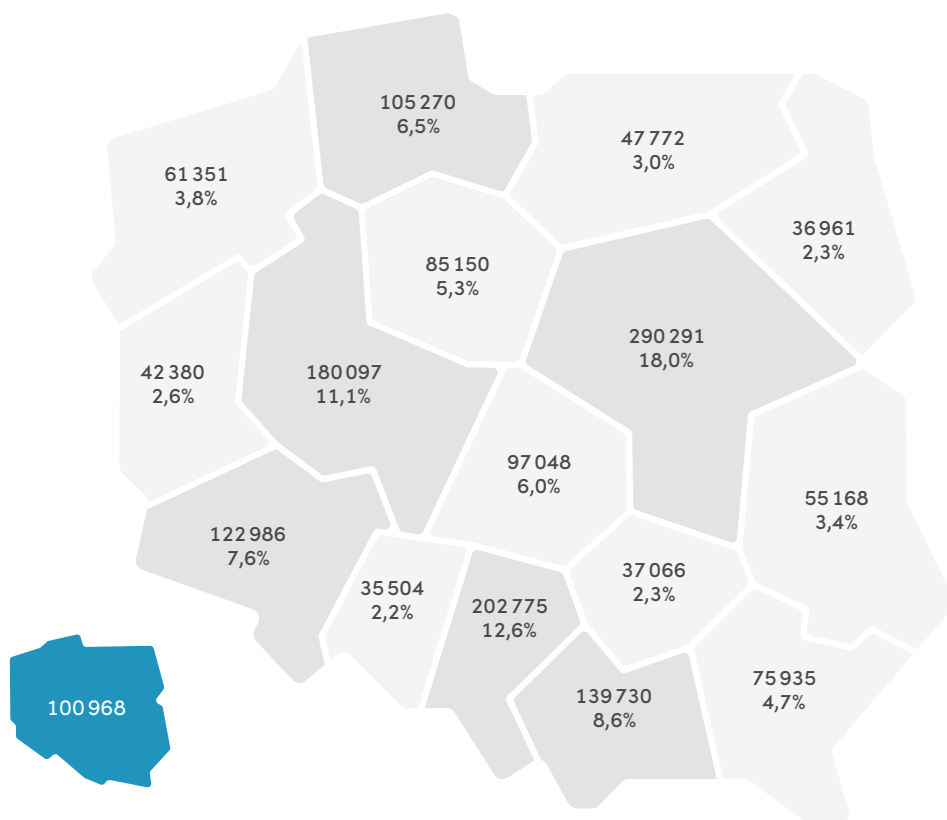


MAPA 6

Liczba pracujących w aktywnych małych firmach i ich procentowy udział w ogólnej liczbie małych firm według województw w roku 2016¹⁸

poniżej /
wyniku ogólnopolskiego
powyżej /
wyniku ogólnopolskiego

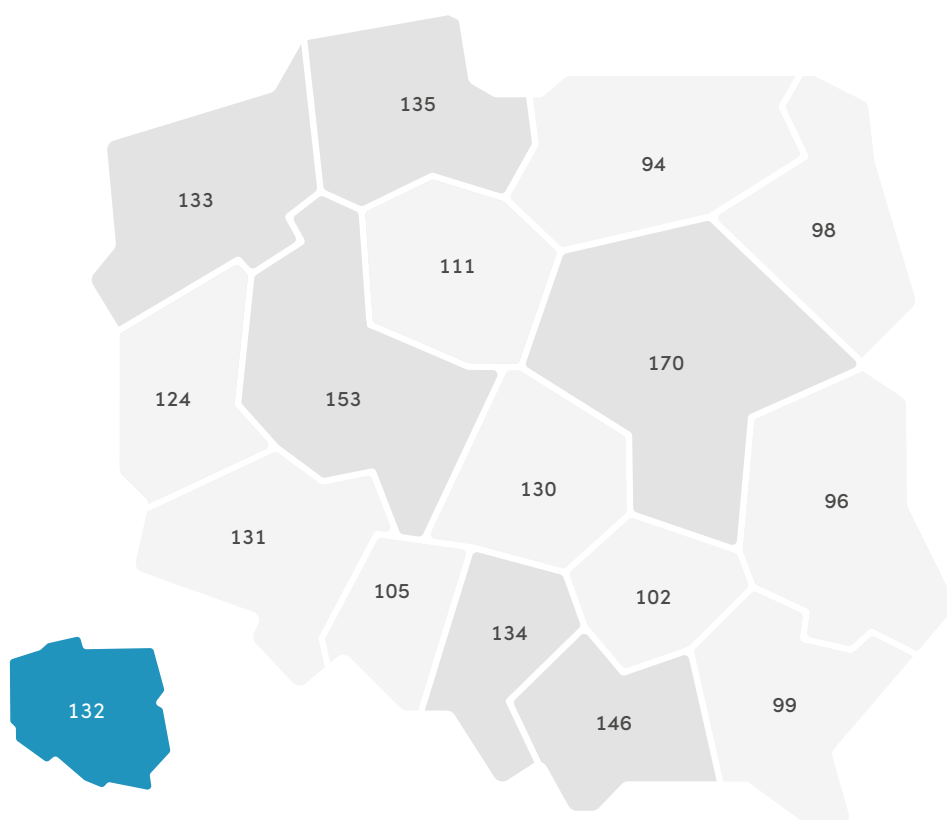




MAPA 7

Liczba pracujących w aktywnych średnich firmach i ich procentowy udział w ogólnej liczbie średnich firm według województw w roku 2016¹⁹

- poniżej wyniku ogólnopolskiego
- powyżej wyniku ogólnopolskiego



MAPA 8

Liczba pracujących w aktywnych mikro i małych firmach w roku 2016 na 1000 mieszkańców²¹

- poniżej wyniku ogólnopolskiego
- powyżej wyniku ogólnopolskiego

**WYKRES 20**

Liczba pracujących w aktywnych mikro i małych firm według lat prowadzenia działalności w roku 2016²³

roku 2016 osiągnąć poziom 132 osoby pracujące na 1000 mieszkańców w tych firmach.

W firmie średniej w roku 2016 na każde 1000 mieszkańców zatrudnionych było 42 osoby (nieznaczny spadek w stosunku do roku 2015), natomiast w firmach dużych 79 osób (lekki wzrost w stosunku do roku 2015).

Struktura przestrzenna liczby pracujących w aktywnych mikro i małych firmach w poszczególnych województwach w roku 2016 na 1000 mieszkańców (mapa 8), także niewiele różni się od mapy przedstawiającej liczbę tych firm na 1000 mieszkańców. Tak jak w roku 2015, województwo mazowieckie z największą liczbą mikro i małych firm na 1000 mieszkańców zatrudnia również największą liczbę pracowników (170 osób). Na kolejnym miejscu znalazło się województwo wielkopolskie (153) oraz województwo małopolskie (146).

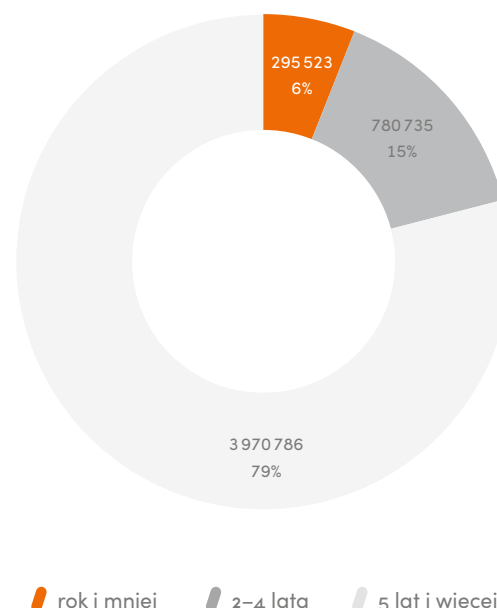
Najmniej osób pracujących w mikro i małych firmach w przeliczeniu na 1000 mieszkańców notuje się głównie w województwach Polski Wschodniej. Najniższe wskaźniki wystąpiły w województwach: warmińsko-mazurskim (94) oraz lubelskim (96).

Podobnie jak w przypadku firm mikro i małych, również firmy średnie najwięcej pracowników zatrudniają w województwie mazowieckim – 54 osoby na 1000 pracujących, natomiast najmniej w województwie lubuskim – 26 osób.

W układzie branżowym w roku 2016 w mikro i małych firmach najwięcej osób pracowało w handlu i naprawie pojazdów samochodowych (niemal 1,45 mln osób; 28,7% wszystkich pracujących w tych firmach; tabela 6). W branży przemysłowej zatrudnienie znajdowało niemal 800 tys. osób (15,8% wszystkich pracujących), a w budownictwie ponad 670 tys. (13,3%).

W grupie małych oraz średnich firm, liderem wśród branż pod względem liczby pracujących osób jest przemysł – odpowiednio 29,9% oraz 47,6% pracowników pracujących w tych grupach.

W roku 2016, podobnie jak w roku 2015, liczba osób pracujących w aktywnych mikro i małych firmach rośnie wraz z długością okresu prowadzenia działalności



gospodarczej. W firmie typu *start-up* (działającej nie dłużej niż rok), przeciętna liczba pracujących w roku 2016 wyniosła 1,6 osoby. Nieco wyższy wskaźnik dla firm działających na rynku 2–4 lata wyniósł 2 osoby, a dla firm z najdłuższym, wykraczającym poza 5 lat stażem, niemal 3 osoby. W tej ostatniej kategorii firm pracowało łącznie 79% wszystkich pracujących w sektorze mikro i małych firm, czyli niemal 4 mln osób (wykres 20). Pracujący w firmach rozpoczynających działalność gospodarczą stanowili 6% całkowitej liczby pracujących w mikro i małych firmach (niemal 300 tysięcy osób).

Zatrudnienie w polskich firmach na tle Unii Europejskiej

Zanim zaprezentujemy dane Eurostatu, należy zauważyć, iż kilka krajów nie dostarczyło danych dotyczących zatrudnienia w badanym okresie. Jednym z tych krajów są Niemcy, natomiast w latach poprzednich kraj ten zajmował najwyższe pozycje w prezentowanym zestawieniu. Analizując dane dla Polski pod względem zatrudnienia w przedsiębiorstwach na tle Unii Europejskiej, zostało zatem przyjęte, iż w Niemczech pracuje więcej osób niż w Polsce w badanym przedziale wielkości firmy (tabela 7).



TABELA 6

Liczba pracujących w aktywnych mikro, małych i średnich firmach w roku 2016 według podstawowego rodzaju działalności²²

Rodzaj działalności	Pracujący w mikro i małych firmach	Pracujący w mikrofirmach	Pracujący w małych firmach	Pracujący w średnich firmach	% mikro i małych firm	% mikrofirm	% małych firm	% średnich firm
Sekcja G: Handel i naprawa pojazdów samochodowych	1 449 701	1 118 600	331 101	299 906	28,7	29,0	27,9	18,6
Sekcja B+C+D+E Przemysł	795 219	440 322	354 897	769 243	15,8	11,4	29,9	47,6
Sekcja F: Budownictwo	672 206	528 711	143 495	113 492	13,3	13,7	12,1	7,0
Sekcja M: Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	504 835	445 485	59 350	75 139	10,0	11,5	5,0	4,7
Sekcja H: Transport i gospodarka magazynowa	371 451	294 138	77 313	96 963	7,4	7,6	6,5	6,0
Sekcja Q: Opieka zdrowotna i pomoc społeczna	289 908	246 759	43 149	41 765	5,7	6,4	3,6	2,6
Sekcja I: Zakwaterowanie i gastronomia	190 089	148 566	41 523	28 785	3,8	3,8	3,5	1,8
Sekcja J: Informacja i komunikacja	180 448	145 691	34 757	46 776	3,6	3,8	2,9	2,9
Sekcja N: Administrowanie i działalność wspierająca	165 393	127 610	37 783	85 620	3,3	3,3	3,2	5,3
Sekcja S: Pozostała działalność usługowa	164 341	156 328	8 013	4 107	3,3	4,0	0,7	0,3
Sekcja L: Obsługa rynku nieruchomości	139 762	103 572	36 190	42 569	2,8	2,7	3,1	2,6
Sekcja P: Edukacja	88 230	75 560	12 670	5 496	1,7	2,0	1,1	0,3
Sekcja R: Kultura i rekreacja	35 460	30 632	4 828	5 623	0,7	0,8	0,4	0,3
RAZEM	5 047 043	3 861 974	1 185 069	1 615 484	100,0	100,0	100,0	100,0



TABELA 7

Liczba zatrudnionych
osób w przedsiębior-
stwach w Unii Europejskiej
w roku 2016²⁴

Kraj/ typ firmy	Mikro	Małe	Średnie	Duże	Razem (szacowana)
EU28 (szacowana)	31 995 242	19 327 865	15 585 004	32 382 846	100 635 518
Austria	700 318	677 395	535 523	865 209	2 778 445
Belgia	968 611	546 598	423 503	863 715	2 802 427
Bułgaria	592 929	455 271	419 472	493 848	1 961 520
Chorwacja	299 791	206 870	185 646	305 028	997 335
Cypr	b.d.	b.d.	46 911	38 220	229 292
Czechy	1 134 528	634 490	696 211	1 196 643	3 661 872
Dania	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
Estonia	129 639	104 474	97 179	90 210	421 502
Finlandia	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
Francja	4 681 373	2 907 593	2 304 725	5 725 748	15 619 439
Grecja	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
Hiszpania	4 540 883	2 387 091	1 536 888	3 248 856	11 713 718
Holandia	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
Irlandia	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
Litwa	275 218	227 471	218 565	233 385	954 639
Luksemburg	46 772	67 276	64 446	86 543	265 037
Łotwa	216 980	147 323	137 687	132 966	634 956
Malta	45 922	33 881	31 841	30 962	142 606
Niemcy	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
Polska	3 375 788	1 176 411	1 591 891	2 865 583	9 009 673
Portugalia	1 274 600	640 885	b.d.	b.d.	3 115 885
Rumunia	900 656	866 720	832 677	1 378 040	3 978 093
Słowacja	631 580	211 697	251 444	431 905	1 526 626
Słowenia	214 243	111 373	115 048	163 575	604 239
Szwecja	764 337	714 357	604 553	1 120 662	3 203 909
Węgry	905 522	511 771	443 080	812 072	2 672 445
Wielka Brytania	3 764 911	3 674 069	3 164 738	9 190 814	19 794 532
Włochy	6 530 641	3 024 849	1 882 976	3 108 862	14 547 328



Według danych Eurostatu w 2016 roku Polska zajmowała 6 miejsce wśród krajów Unii Europejskiej pod względem liczby zatrudnionych osób w przedsiębiorstwach niefinansowych (ponad 9 mln osób). Podobnie w swoich kategoriach uplasowały się mikro i małe firmy – 6 miejsce wśród pozostałych krajów UE (niemal 3,4 mln mikroprzedsiębiorstwa oraz niemal 1,2 mln małe firmy), natomiast średnie firmy zajęły miejsce 5 (niemal 1,6 mln), a duże podobnie jak mikro i małe – miejsce 6 (niemal 2,9 mln).

3.

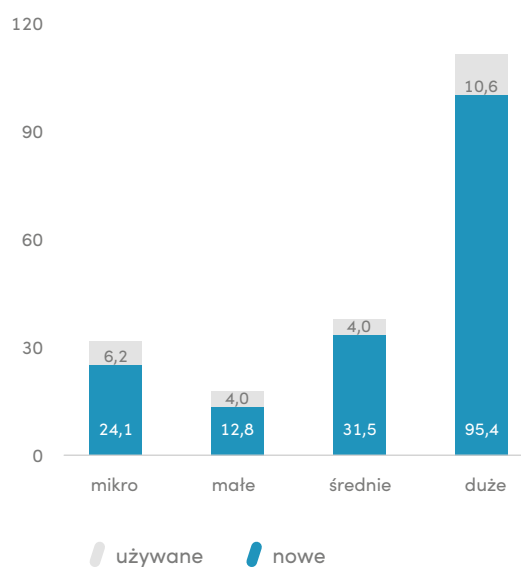
Inwestycje mikro, małych i średnich firm

Wartość inwestycji zrealizowanych przez aktywne polskie firmy w roku 2016 wyniosła niemal 189 mld złotych, z czego niemal 164 mld przeznaczono na nowe obiekty majątkowe oraz ulepszenie istniejących, a niemal 25 mld złotych na zakup używanych środków trwałych (wykres 21). Inwestycje mikroprzedsiębiorstw miały wartość ponad 30 mld złotych, co stanowiło 16% wszystkich nakładów inwestycyjnych sektora przedsiębiorstw.

W roku 2016 małe przedsiębiorstwa przeznaczyły na inwestycje kwotę 16,8 mld złotych, co stanowiło niemal 9% wartości inwestycji w polskich firmach. Łącznie sektor mikro i małych firm zainwestował w środki trwałe kwotę 47 mld złotych (25%). Ponad 56% wszystkich inwestycji (106 mld złotych) dokonało się w dużych przedsiębiorstwach, a niemal 19% w firmach średnich (ponad 35 mld złotych).

W porównaniu do roku 2015 wartość nakładów inwestycyjnych w roku 2016 zmalała o 12 mld złotych. Jedynie w przypadku mikrofirm odnotowano wzrost nakładów o 0,5 mld złotych, natomiast w pozostałych firmach miał miejsce spadek nakładów – w małych firmach o 3 mld złotych, w średnich oraz dużych po niemal 5 mld złotych w każdej z tych grup.

Średnie nakłady inwestycyjne przypadające na 1 mikroprzedsiębiorstwo były niższe niż w 2015 roku o niemal 0,5 tys. złotych i wyniosły 16 tys. złotych. W przypadku



WYKRES 21

Nakłady inwestycyjne w aktywnych przedsiębiorstwach w roku 2016²⁵ (w mld PLN)

małych firm średnie nakłady zmalały o ponad 55 tys. złotych – z 349 tys. w roku 2015 do 293 tys. w roku 2016. Średnie nakłady inwestycyjne na 1 firmę średnią wyniosły 2 315 tys. złotych i były niższe w stosunku do roku 2015 o 267 tys. Średnia wartość inwestycji w grupie mikro i małych firm zmalała do 24 tys. złotych (26 tys. złotych w roku 2015).

W roku 2016 w układzie branżowym, podobnie jak w roku 2015, wśród firm mikro i małych wyróżnia się wysoka, w porównaniu z innymi branżami, średnia wartość nakładów inwestycyjnych w Sekcji L: Obsługa rynku nieruchomości (190 tys. złotych na jedną mikro i małą firmę; tabela 8). Największy wzrost średnich nakładów inwestycyjnych na 1 mikro i małą firmę odnotowano właśnie w sekcji nieruchomości – wzrost o 16 tys. złotych r/r, natomiast największy spadek w przemyśle – spadek o 17 tys. złotych r/r. Wśród firm średnich największy spadek średniej wartości nakładów inwestycyjnych miał miejsce w handlu i naprawie pojazdów samochodowych (spadek o 2 452 tys. złotych r/r), natomiast największy wzrost odnotowano w kulturze i rekreacji (wzrost o 2 102 tys. złotych r/r).

Wśród mikrofirm największymi średnimi nakładami inwestycyjnymi w roku 2016 mogą pochwalić się mikroprzedsiębiorstwa z województw: mazowieckiego (30 tys. złotych) oraz wielkopolskiego (17 tys. złotych) (mapa 9).



TABELA 8

Nakłady inwestycyjne w aktywnych mikro, małych i średnich firm w roku 2016 według podstawowego rodzaju działalności²⁶ (w tys. PLN)

Rodzaj działalności	Nakłady inwestycyjne w mikro i małych firmach	Nakłady inwestycyjne w mikrofirmach	Nakłady inwestycyjne w małych firmach	Nakłady inwestycyjne w średnich firmach	Nakłady inwestycyjne na 1 mikro i małą firmę	Nakłady inwestycyjne na 1 mikrofirmę	Nakłady inwestycyjne na 1 małą firmę	Nakłady inwestycyjne na 1 średnią firmę
Sekcja L: Obsługa rynku nieruchomości	10334538	8853084	1481454	1218878	190	168	861	2727
Sekcja B+C+D+E: Przemysł	9376191	4054754	5321437	17088830	47	22	334	2458
Sekcja G: Handel i naprawa pojazdów samochodowych	7604626	3613510	3991116	4835616	15	8	246	1555
Sekcja F: Budownictwo	5899109	4426866	1472243	2868759	22	17	205	2407
Sekcja H: Transport i gospodarka magazynowa	3678523	2228746	1449777	2550231	24	15	372	2730
Sekcja M: Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	2965785	2333060	632725	741001	11	9	200	1109
Sekcja N: Administrowanie i działalność wspierająca	2012677	949723	1062954	3833179	28	14	612	4978
Sekcja I: Zakwaterowanie i gastronomia	1642107	1157374	484733	492675	30	22	225	1729
Sekcja Q: Opieka zdrowotna i pomoc społeczna	1432024	1133204	298820	617899	8	7	135	1605
Sekcja J: Informacja i komunikacja	992717	623072	369645	938423	11	7	224	2114
Sekcja R: Kultura i rekreacja	519370	420786	98584	261842	25	21	420	5035
Sekcja S: (działy 95, 96): Pozostała działalność usługowa	363114	285074	78040	37956	4	3	181	904
Sekcja P: Edukacja	229059	192966	36093	54226	4	4	56	786
RAZEM	47049840	30272219	16777621	35539515	24	16	293	2315



Do województw, w których mikrofirmy w roku 2016 poniosły wyższe średnie nakłady inwestycyjne w porównaniu do roku 2015 należą województwa: mazowieckie (wzrost o 3,2 tys. złotych), dolnośląskie (wzrost o 1,4 tys. złotych) i śląskie (wzrost o 1,2 tys. złotych). W większości województw nastąpił spadek średnich nakładów inwestycyjnych w roku 2016 w porównaniu do roku 2015, a największy odnotowano w województwie zachodniopomorskim (spadek o 7,1 tys. złotych), opolskim (spadek o 5,2 tys. złotych) i lubelskim (spadek o 4,9 tys. złotych).

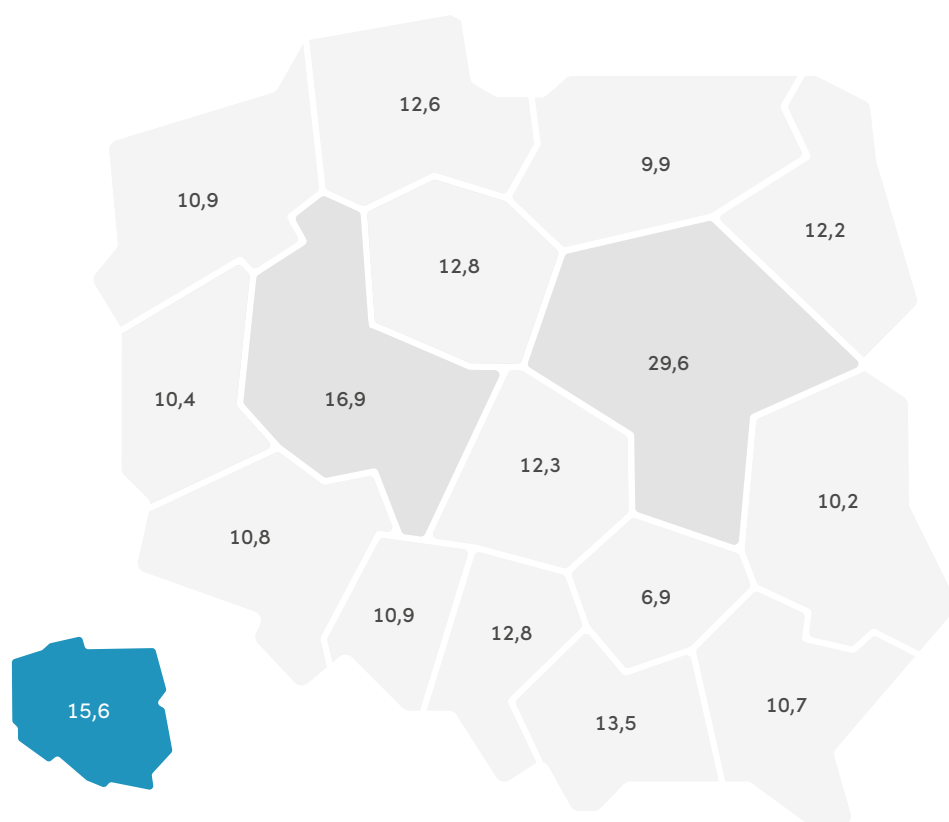
Najniższe średnie nakłady inwestycyjne wśród mikrofirm w roku 2016 poniosło województwo świętokrzyskie (6,9 tys. złotych) i województwo warmińsko-mazurskie (9,9 tys. złotych).

W roku 2016 w przypadku małych firm (mapa 10) w sześciu województwach nakłady inwestycyjne przypadające na 1 przedsiębiorstwo były wyższe od średniej krajowej, a największe w województwie mazowieckim (365 tys. złotych), dolnośląskim (340 tys. złotych) oraz

zachodniopomorskim (314 tys. złotych). Wzrost średnich nakładów w roku 2016 w porównaniu do roku 2015 nastąpił jedynie w dwóch województwach – podkarpackim (wzrost o 16,7 tys. złotych) oraz łódzkim (wzrost o 10,6 tys. złotych). Natomiast spadek średnich nakładów inwestycyjnych ponoszonych przez firmy małe nastąpił w niemal wszystkich województwach, a największy odnotowano w województwie opolskim (spadek o 111 tys. złotych), podlaskim (spadek o 109 tys. złotych) i kujawsko-pomorskim (spadek o 107 tys. złotych).

Najmniejsze nakłady inwestycyjne poniosły małe firmy z województwa lubuskiego (średnio 206 tys. złotych) i opolskiego (średnio 246 tys. złotych).

Firmy średnie w roku 2016 największe średnie nakłady inwestycyjne ponosiły w województwie mazowieckim (3 561 tys. złotych), pomorskim (2 705 tys. złotych) oraz śląskim (2 380 tys. złotych). Najniższe średnie nakłady inwestycyjne poniosły natomiast firmy średnie z województwa lubelskiego (1 342 tys. złotych) oraz świętokrzyskiego (1 544 tys. złotych) (mapa 11).



MAPA 9

Średnie nakłady inwestycyjne w mikrofirmach w roku 2016 według województw²⁷ (w tys. PLN)

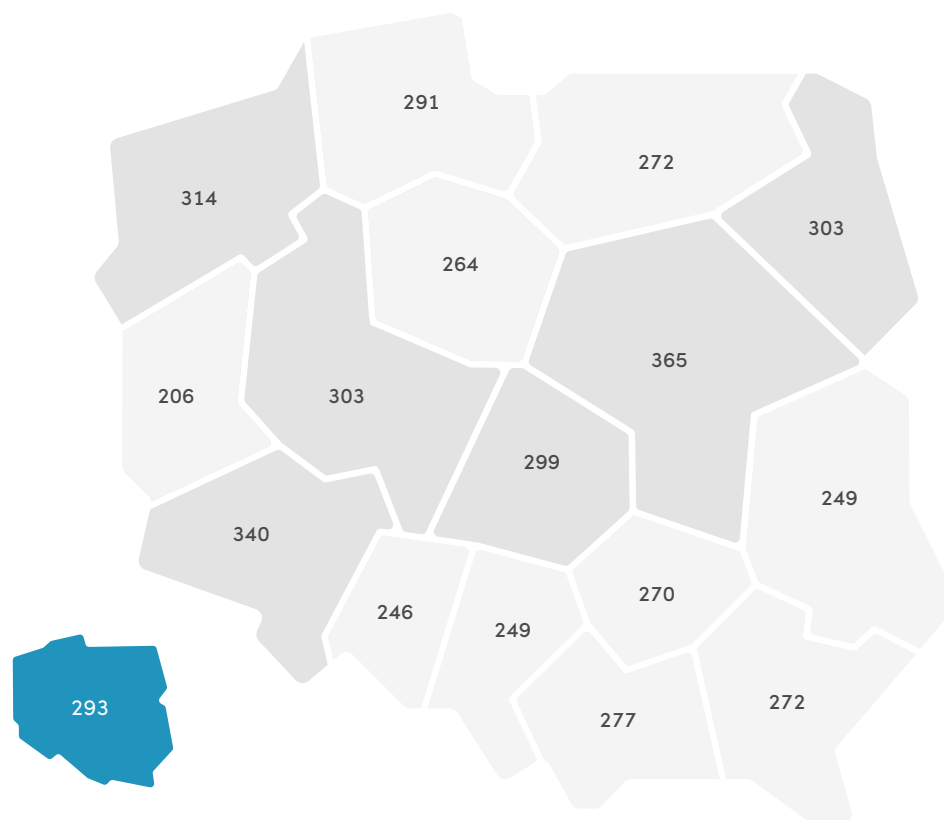
- poniżej wyniku ogólnopolskiego
- powyżej wyniku ogólnopolskiego



MAPA 10

Średnie nakłady inwestycyjne w małych firmach w roku 2016 według województw²⁸ (w tys. PLN)

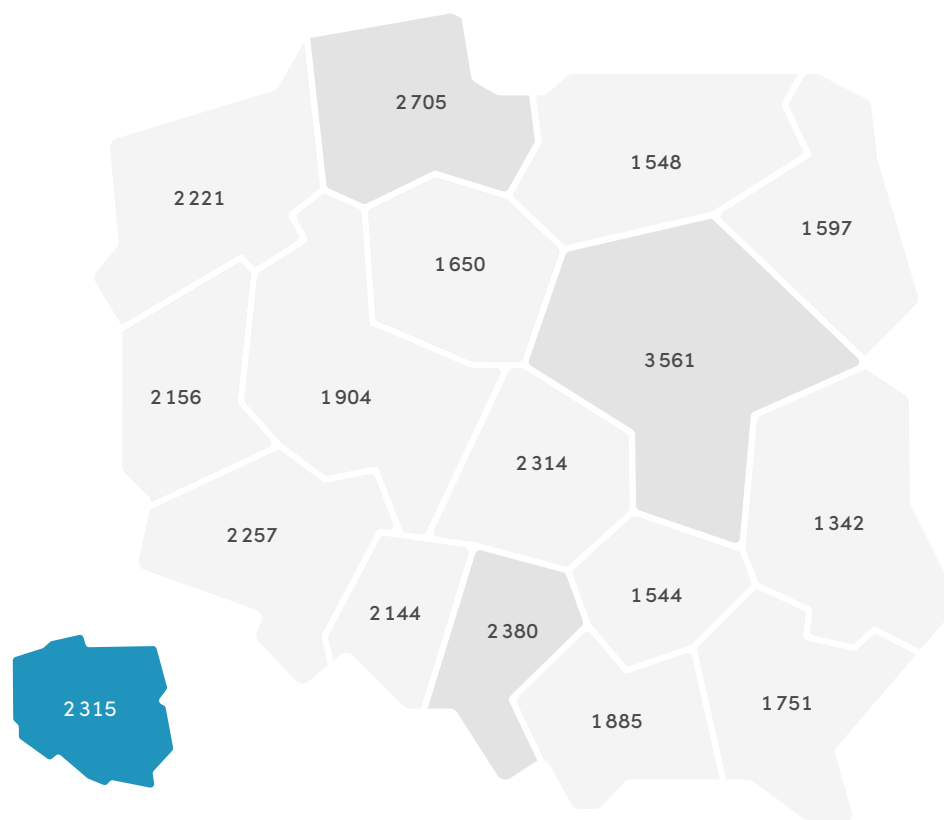
poniżej /
wyniku ogólnopolskiego
powyżej /
wyniku ogólnopolskiego



MAPA 11

Średnie nakłady inwestycyjne w średnich firmach w roku 2016 według województw²⁹ (w tys. PLN)

poniżej /
wyniku ogólnopolskiego
powyżej /
wyniku ogólnopolskiego



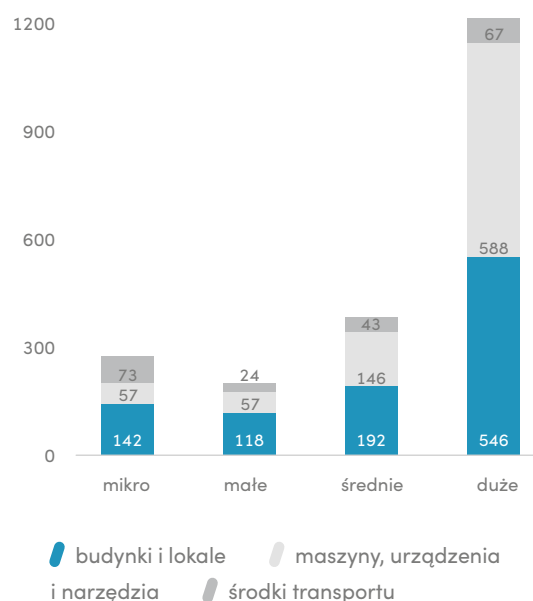


Bardzo ważnym zagadnieniem przy omawianiu inwestycji mikro i małych firm jest wartość brutto środków trwałych. Łączna wartość brutto środków trwałych, którymi dysponowały aktywne polskie przedsiębiorstwa w roku 2016 wyniosła ponad 2 053 mld złotych (w roku 2015 wartość ta była niższa o 117 mld złotych), przy czym znaczna część tego majątku jest własnością dużych przedsiębiorstw (ponad 58%; wykres 22). Wartość brutto środków trwałych w mikro-firmach opiewała na kwotę ponad 272 mld złotych, co stanowiło niespełna 13,3% majątku trwałego wszystkich polskich firm.

Jeszcze mniejszy jest udział małych firm (9,7%; niemal 199 mld złotych). Łączna wartość środków trwałych w aktywnych mikro i małych firmach to prawie 441 mld złotych (23%). Średnie firmy w tym zakresie obejmują ponad 18% rynku (381 mld złotych).

Średnia wartość brutto środków trwałych przypadająca na 1 mikroprzedsiębiorstwo wynosi 140 tys. złotych, niemal 3,5 mln złotych w małych firmach, ponad 24,8 mln złotych w średnich firmach, by dla dużych firm osiągnąć średnią na poziomie ponad 337 mln złotych.

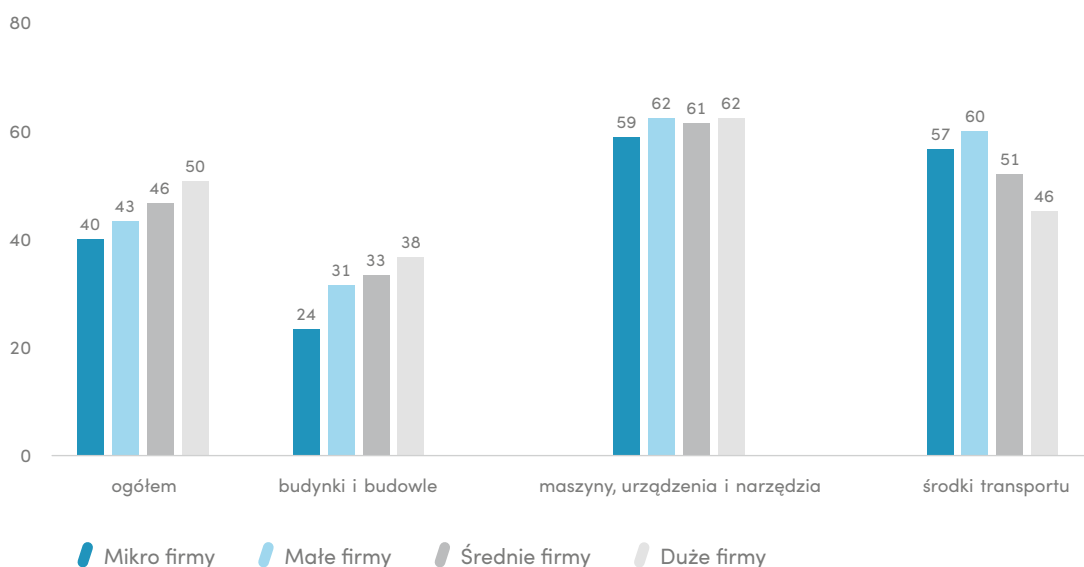
W roku 2016 struktura majątku trwałego mikro i małych firm wygląda podobnie jak w roku 2015. Podstawowym składnikiem majątku firm są budynki i lokale. W mikroprzedsiębiorstwach stanowią one



WYKRES 22

Wartość brutto środków trwałych w aktywnych przedsiębiorstwach w roku 2016³⁰ (w mld PLN)

niemal 52% środków trwałych, w małych firmach nawet 59%, w średnich 50%. W przypadku mikro-firm drugim pod względem udziału w strukturze środków trwałych składnikiem są środki transportu (27%). Najmniejszy udział mają maszyny, urządzenia i narzędzia (21%). W małych firmach te składniki stanowią odpowiednio 12% (środki transportu) i ponad 29% (maszyny, urządzenia i narzędzia). Natomiast w firmach średnich odpowiednio – 11% (środki transportu) oraz ponad 38% (maszyny i urządzenia). Dla porównania, struktura majątku trwałego dużych



WYKRES 23

Stopień zużycia środków trwałych w roku 2016³¹ (w %)

**WYKRES 24**

Przychody, koszty i zysk brutto aktywnych przedsiębiorstw w roku 2016³² (w mld PLN)

firm przedstawia się w następujący sposób: budynki i lokale ponad 45%, maszyny, urządzenia i narzędzia powyżej 49% oraz środki transportu niemal 6%.

Mikroprzedsiębiorstwa w roku 2016 mają jednocześnie najniższą średnią zużycia majątku trwałego (tak jak w roku 2015) 40% wobec 43% dla małych firm, 46% dla średnich firm i 50% dla dużych przedsiębiorstw (wykres 23). Największe zużycie odnotowuje się w maszynach i urządzeniach (62% w małych oraz dużych firmach), najmniejsze w budynkach i budowach (24% w mikroprzedsiębiorstwach).

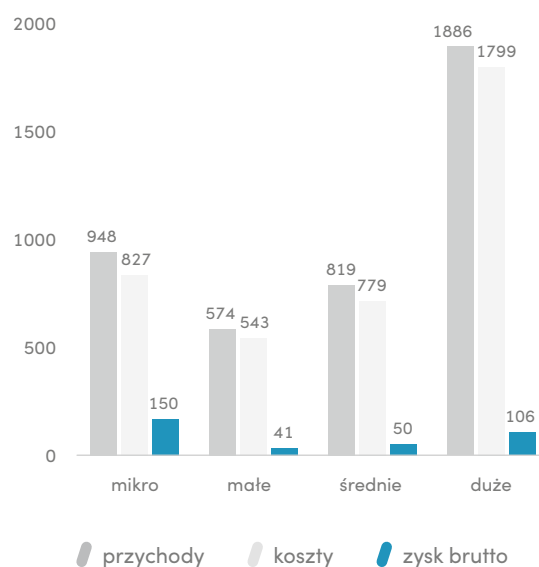
4. Wynik finansowy mikro, małych i średnich firm

W roku 2016 mikro i małe przedsiębiorstwa osiągnęły ponad 36% przychodów wszystkich polskich aktywnych przedsiębiorstw oraz ponad 55% wypracowanego przez ogół firm zysku brutto (wykres 24).

Przychody mikrofirm wyniosły 948 mld złotych** – jest to o 52 mld złotych więcej niż w roku 2015, zauważalny jest też wzrost kosztów o 52 mld złotych, zysk brutto wyniósł 150 mld złotych, czyli o 9 mld złotych więcej niż w roku 2015.

W odniesieniu do małych firm wynik finansowy w roku 2016 ukształtował się na odrobinę niższym poziomie niż w roku 2015 i wyniósł dla przychodów 574 mld

** Według wstępnych danych GUS za rok 2017, przychody mikroprzedsiębiorstw wzrosły do 1 123 mld złotych (dane na podstawie opracowania GUS „Działalność gospodarcza przedsiębiorstw o liczbie pracujących do 9 osób w 2017 r.”, wydanego 3.10.2018 r.). Należy przy tym zwrócić uwagę na fakt, iż dane prezentowane w wyżej wymienionym raporcie GUS szacowane są według metodologii uwzględniającej większą ilość sektorów działalności gospodarczej w porównaniu do danych prezentowanych w raporcie GUS „Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2016 r.”, które to dane zostały wykorzystane do opracowania niniejszego rozdziału.



złotych (578 mld złotych w roku 2015) oraz zysku brutto 41 mld złotych (47 mld w roku 2015).

Średnie przychody na jedno mikroprzedsiębiorstwo wynosiły w roku 2016 ponad 0,5 mln złotych, średnia przychodowa dla małej firmy to 10 mln złotych, a dla średnich – 53 mln złotych. Średni zysk brutto to niemal 78 tys. złotych w mikrofirmach, 709 tys. złotych w małych przedsiębiorstwach oraz 3 267 tys. złotych w firmach średnich.

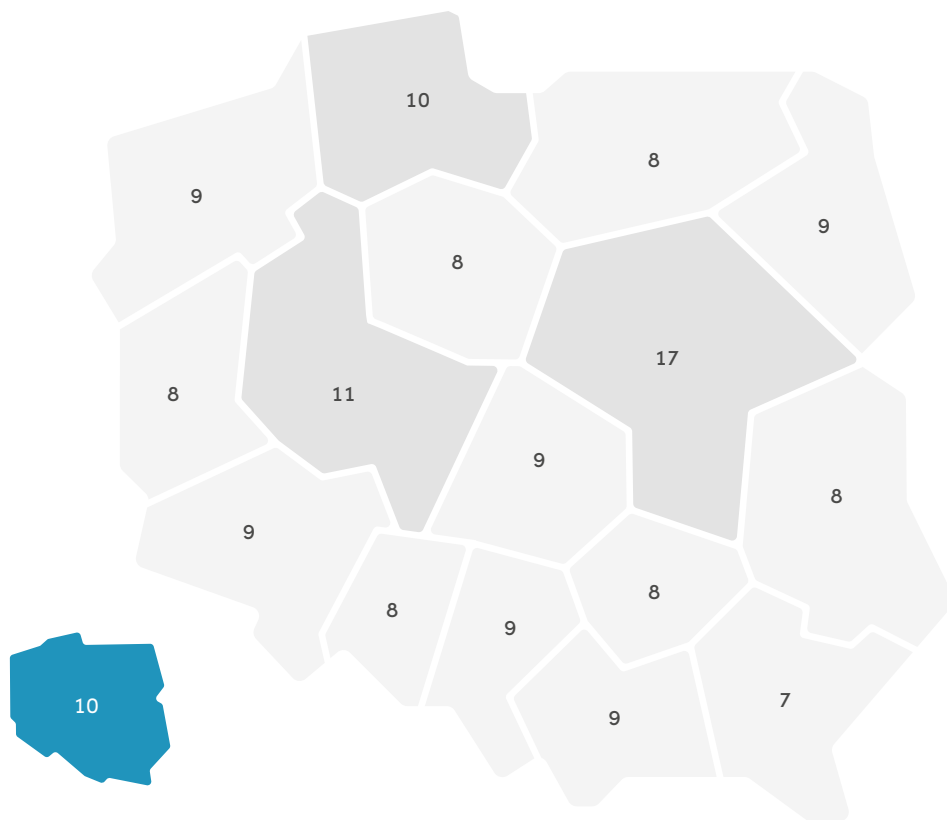
Największe przychody na jedną mikro i małą firmę, podobnie jak w roku 2015, generowała w roku 2016 branża handlu i naprawy samochodów – 1,5 mln złotych (tabela 9). Na kolejnych miejscach pod względem średniego przychodu na jedną firmę uplasowały się firmy z branży przemysłowej (1,1 mln złotych), firmy z branży rynku nieruchomości (1,0 mln złotych) i branży transportu i gospodarki magazynowej (0,7 mln złotych). W grupie małych firm największe średnie przychody, podobnie jak w roku 2015, zanotowały firmy handlowe (18 mln złotych) oraz przedsiębiorstwa z sekcji informacja i komunikacja (8,8 mln złotych). W przypadku firm średnich, największe przychody na 1 firmę średnią generowała Sekcja H Handel i naprawa pojazdów samochodowych (105 mln złotych) oraz Sekcja F Budownictwo (47,3 mln złotych),



TABELA 9

Przychody w aktywnych mikro, małych i średnich firmach w roku 2016 według podstawowego rodzaju działalności³³ (w mln PLN)

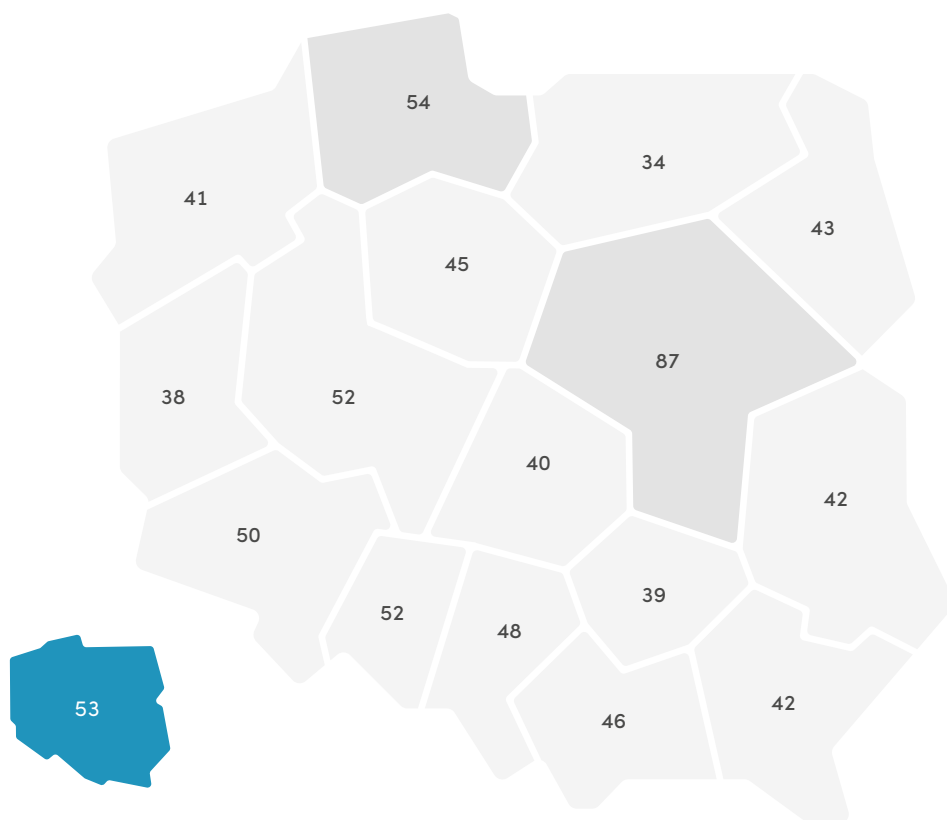
Rodzaj działalności	Przychody w mikro i małych firmach	Przychody w mikrofirmach	Przychody w małych firmach	Przychody w średnich firmach	Przychody na 1 mikro i małą firmę	Przychody na 1 mikrofirmę	Przychody na 1 małą firmę	Przychody na 1 średnią firmę
Sekcja G: Handel i naprawa pojazdów samochodowych	732 595	438 871	293 724	326 768	1,5	0,9	18,1	105,1
Sekcja B+C+D+E: Przemysł	217 844	97 327	120 517	297 907	1,1	0,5	7,6	42,8
Sekcja L: Obsługa rynku nieruchomości	55 137	40 098	15 039	17 503	1,0	0,8	8,7	39,2
Sekcja H: Transport i gospodarka magazynowa	101 421	66 678	34 743	39 176	0,7	0,4	8,9	41,9
Sekcja F: Budownictwo	160 194	112 054	48 140	56 369	0,6	0,4	6,7	47,3
Sekcja J: Informacja i komunikacja	45 213	30 722	14 491	19 591	0,5	0,3	8,8	44,1
Sekcja N: Administrowanie i działalność wspierająca	32 808	23 479	9 329	18 122	0,5	0,3	5,4	23,5
Sekcja I: Zakwaterowanie i gastronomia	24 661	17 353	7 308	6 236	0,5	0,3	3,4	21,9
Sekcja R: Kultura i rekreacja	6 845	5 396	1 449	2 023	0,3	0,3	6,2	38,9
Sekcja M: Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	87 795	68 591	19 204	26 166	0,3	0,3	6,1	39,2
Sekcja Q: Opieka zdrowotna i pomoc społeczna	38 953	31 261	7 692	7 136	0,2	0,2	3,5	18,5
Sekcja P: Edukacja	8 811	7 438	1 373	804	0,2	0,1	2,1	11,7
Sekcja S: Pozostała działalność usługowa	10 399	8 879	1 520	860	0,1	0,1	3,5	20,5
RAZEM	1 522 676	948 147	574 529	818 661	0,8	0,5	10,0	53,3



MAPA 13

Średnie przychody w małych firmach w roku 2016 według województw³⁵ (w mln złotych)

- poniżej wyniku ogólnopolskiego
- powyżej wyniku ogólnopolskiego



MAPA 14

Średnie przychody w średnich firmach w roku 2016 według województw³⁶ (w mln złotych)

- poniżej wyniku ogólnopolskiego
- powyżej wyniku ogólnopolskiego



TABELA 10

Przychody netto z działalności przedsiębiorstw w Unii Europejskiej w roku 2016³⁷, mln EUR

Kraj \ typ firmy	Mikro	Małe	Średnie	Duże	Razem (szacowana)
EU28 (szacowana)	3 667 556,3	3 297 055,9	3 314 596,1	7 515 783,3	17 981 201,8
Austria	117 111,4	138 131,0	179 248,4	232 133,0	666 623,8
Belgia	249 504,2	228 157,8	199 208,3	353 996,4	1 030 866,7
Bułgaria	27 013,6	27 681,0	29 587,8	35 785,7	120 068,1
Chorwacja	16 144,3	17 261,2	17 076,4	30 676,8	81 158,7
Cypr	b.d.	b.d.	6 348,0	5 983,2	27 556,2
Czechy	78 602,9	75 520,7	97 622,7	196 379,9	448 126,2
Dania	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
Estonia	15 599,4	12 943,0	12 779,7	11 664,1	52 986,2
Finlandia	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
Francja	758 929,2	654 478,9	609 616,0	1 672 908,0	3 695 932,1
Grecja	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
Hiszpania	424 778,8	368 703,0	364 762,3	686 327,2	1 844 571,3
Holandia	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
Irlandia	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
Litwa	14 498,7	17 841,5	19 736,0	23 774,4	75 850,6
Luksemburg	21 912,6	27 452,2	46 752,0	48 295,5	144 412,3
Łotwa	12 502,3	14 000,7	13 149,2	11 543,8	51 196,0
Malta	7 688,3	6 465,4	3 383,6	3 032,5	20 569,8
Niemcy	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.	b.d.
Polska	203 281,2	129 022,3	183 140,1	404 757,8	920 201,4
Portugalia	77 686,0	73 496,7	b.d.	b.d.	322 167,9
Rumunia	41 612,0	54 918,3	61 944,9	112 187,2	270 662,4
Słowacja	41 650,0	30 809,7	34 873,6	78 574,0	185 907,3
Słowenia	18 573,2	18 114,4	21 476,2	27 383,9	85 547,7
Szwecja	155 137,9	148 947,2	171 111,8	353 402,4	828 599,3
Węgry	53 452,6	49 328,0	56 594,0	117 258,7	276 633,3
Wielka Brytania	631 089,8	556 207,5	590 885,1	2 198 011,0	3 976 193,4
Włochy	700 787,9	647 575,4	595 300,0	911 707,8	2 855 371,1



krajów Unii Europejskiej (ponad 920 200 mln euro przychodów). W roku 2015 Polska zajmowała 8 miejsce. W roku 2016, ze względu na brak danych od niektórych krajów, między innymi Niemiec i Holandii, które w ubiegłych latach prezentowały wyższe wyniki niż Polska, należy założyć, że podobnie w roku 2016 nasz kraj zajął 8 pozycję w zestawieniu (tabela 10).

Źródła danych

- 1 Bank Danych Lokalnych, www.stat.gov.pl
- 2 Bank Danych Lokalnych, www.stat.gov.pl
- 3 Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2016 roku, GUS
- 4 Bank Danych Lokalnych, www.stat.gov.pl
- 5 Bank Danych Lokalnych, www.stat.gov.pl
- 6 Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2016 roku, GUS
- 7 Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2016 roku, GUS
- 8 Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2016 roku, GUS
- 9 Bank Danych Lokalnych, www.stat.gov.pl
- 10 Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2016 roku, GUS
- 11 Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2016 roku, GUS
Uwaga: dane prezentowane malejąco według liczby mikro i małych firm
 1. Podklasa 86.10. Z – działalność szpitali
 2. Dział 94 – działalność organizacji członkowskich
 3. Podklasa 81.30.Z – działalność usługowa związana z zagospodarowaniem terenów zieleni
- 12 Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2016 roku, GUS
- 13 Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2016 roku, GUS
- 14 Structural business statistics, <http://ec.europa.eu/eurostat>
- 15 Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2016 roku, GUS
- 16 Bank Danych Lokalnych, www.stat.gov.pl
- 17 Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2016 roku, GUS
- 18 Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2016 roku, GUS
- 19 Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2016 roku, GUS
- 20 Bank Danych Lokalnych, www.stat.gov.pl
- 21 Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2016 roku, GUS
- 22 Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2016 roku, GUS
Uwaga: dane prezentowane malejąco według liczby pracujących w mikro i małych firmach
- 23 Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2016 roku, GUS
- 24 Structural business statistics, <http://ec.europa.eu/eurostat>
- 25 Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2016 roku, GUS
- 26 Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2016 roku, GUS
Uwaga: dane prezentowane malejąco według nakładów inwestycyjnych na 1 mikro i małą firmę
- 27 Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2016 roku, GUS
- 28 Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2016 roku, GUS
- 29 Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2016 roku, GUS
- 30 Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2016 roku, GUS
- 31 Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2016 roku, GUS
- 32 Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2016 roku, GUS
- 33 Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2016 roku, GUS
Uwaga: dane prezentowane malejąco według przychodów na 1 mikro i małą firmę
- 34 Obliczenia własne na podstawie „Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2016 roku”, GUS
- 35 Obliczenia własne na podstawie „Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2016 roku”
- 36 Obliczenia własne na podstawie „Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2016 roku”
- 37 Structural business statistics, <http://ec.europa.eu/eurostat>

Wyniki badania

mikro i małych oraz średnich firm

w roku 2018 – poziom ogólnopolski

Raport już po raz dziewiąty

Bank Pekao od dziewięciu lat przygotowuje badanie polskich przedsiębiorstw pod tytułem „Raport o sytuacji firm”. Tak jak w poprzednich latach, we wrześniu i październiku 2018 roku firma badawcza PBS sp. z o.o. przeprowadziła wywiady telefoniczne, które są podstawą naszego Raportu. Badanie ankietowe przeprowadzone jest zawsze na losowo wybranej grupie polskich firm. Oznacza to, że badanie nie polega na ankietach wśród przedsiębiorstw, które są klientami Banku Pekao, ale wśród przedsiębiorstw losowo wybranych do badania przez niezależną firmę badawczą spośród wszystkich firm działających w Polsce.

Prawdopodobnie najbardziej aktualny raport

Celem Raportu jest analiza sytuacji polskich przedsiębiorstw w różnych wymiarach ich działalności. Dzięki temu, że wyniki badania prezentowane są zaledwie w 3–4 miesiące po zakończeniu badania, są one jednymi z najbardziej aktualnych danych dostępnych na rynku dotyczących kondycji polskich firm. Bardzo duża grupa badawcza (blisko 7,5 tysiąca firm) pozwala na bardzo wysoką reprezentatywność badania nie tylko na poziomie ogólnopolskim, ale także krajowym i regionalnym. Badane są m.in.: opinie firm dotyczące sytuacji makroekonomicznej, branżowej oraz samej firmy. Głównym wynikiem Raportu jest „Ogólny Wskaźnik Koniunktury”, który jest syntetyczną miarą nastrojów firm. Raport prezentuje także informacje na temat inwestycji, innowacyjności, eksportu, finansowania i wielu innych aspektów działalności polskiego biznesu.

W 2018 badane także firmy średnie

Badanie jak co roku, przeprowadzone zostało z właścicielami mikro i małych firm. Dodatkowo w tej edycji przeprowadzono także wywiady z osobami reprezentującymi firmy średnie (np. z członkiem zarządu, dyrektorem finansowym, główną księgową). W ten sposób w 2018 r. badanie objęło cały tzw. sektor MŚP, czyli mikro, małych i średnich przedsiębiorstw. W sumie przebadano 6946 firm mikro i małych (6024 mikro i 922 małych) oraz 502 firmy średnie.

W poprzednich ośmiu edycjach wyniki Raportu oparte były o badanie firm mikro i małych. Dlatego dla porównalności danych z obecnej edycji z danymi historycznymi, w niniejszym rozdziale wskaźniki i dane oparte są na tych dwóch segmentach. Dzięki zachowaniu tej samej metodologii możemy komentować sytuację, zmiany i trendy z dziewięciu lat, tj. z okresu 2010–2018. Dane dotyczące firm średnich prezentowane są osobno z odpowiednim komentarzem.

Ankieta z ponad 70 pytaniami

Podstawą do prowadzenia badań w 2018 r. była ankieta, która składała się z dwóch zasadniczych części.

Pierwsza część zawierała 56 pytań sformułowanych w identyczny sposób jak w każdej z poprzednich edycji raportu. Dzięki tej powtarzalności pytań, w kolejnych podrozdziałach przedstawiono nie tylko wyniki najnowszego badania, ale zestawiono je z wynikami badań z lat poprzednich, zarówno na poziomie ogólnopolskim, jak również na poziomie województw.



Jakub Fulara
Bank Pekao SA

W Banku Pekao pełni funkcję dyrektora Biura Funduszy UE i Programów Publicznych. Odpowiada za realizację inicjatyw związanych z rozwojem MŚP. Od dziewięciu lat współautor Raportu o sytuacji mikro, małych i średnich firm.





W rozdziale X trendy za lata 2010–2018 są pokazane także dla każdego z 66 podregionów (grup powiatów). Ze względu na brak technicznych możliwości prezentacji na mapach wszystkich dotychczasowych wyników badań, wartości indeksów są ograniczone do ostatnich sześciu edycji badań. Aby zapoznać się z indeksami z roku 2010, 2011 i 2012, należy sięgnąć do wcześniejszych wydań raportu.

Temat specjalny

Druga część ankiety składała się z 15 pytań związanych z tematem specjalnym. Począwszy od drugiej edycji w raporcie więcej miejsca poświęca się jednemu tematowi, istotnemu z punktu widzenia przedsiębiorców oraz całej polskiej gospodarki. W roku 2011 były to środki pomocowe dla mikro i małych firm, w roku 2012 e-gospodarka, w roku 2013 eksport, w roku 2014 innowacje w mikro i małych przedsiębiorstwach, w roku 2015 firmy rozpoczynające działalność gospodarczą, w 2016 inwestycje w mikro i małych firmach, a w 2017 technologie cyfrowe w mikro i małych firmach. W obecnej edycji tematem specjalnym jest **ekspansja zagraniczna polskich mikro, małych i średnich przedsiębiorstw**.

Zagadnienia w rozdziale V

Ponieważ pytania zadawane respondentom dotyczą różnych obszarów związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej, rozdział podzielony jest na osiem podrozdziałów – bloków tematycznych:

- Ogólny Wskaźnik Koniunktury Firm.
- Ocena sytuacji gospodarczej przez firmy.
- Sytuacja finansowa firm.
- Zatrudnienie w firmach.
- Dostępność zewnętrznego finansowania dla firm.

- Inwestycje firm.
- Innowacyjność firm.
- Ocena otoczenia biznesu przez firmy.

Wyniki badania są prezentowane w układzie krajowym, wojewódzkim oraz subregionalnym (te ostatnie, w rozdziale X), branżowym (produkcja, usługi, handel, budownictwo).

Ze względu na temat specjalny tegorocznego wydania dotyczący ekspansji zagranicznej polskich firm, prezentowane są też indeksy porównujące wskaźniki dla firm działających na obszarze międzynarodowym w porównaniu do średniej krajowej.

W przypadku Ogólnego Wskaźnika Koniunktury, który w syntetyczny sposób pokazuje nastroje firm w okresie ostatnich 12 miesięcy i w perspektywie kolejnych 12 miesięcy, analiza jest dodatkowo rozszerzona o okres funkcjonowania firmy, obszar działania firmy oraz lokalizację siedziby firmy (w mieście lub na obszarach wiejskich).

Jak wspomniano, ze względu na porównywalność do poprzednich edycji, wyniki generalnie prezentowane są w odniesieniu do populacji mikro i małych firm.

Dodatkowo jednak w poszczególnych tematach pokazane zostały wyniki dla poszczególnych grup firm w podziale na mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa.

W podrozdziale dotyczącym Ogólnego Wskaźnika Koniunktury pokazano także wyniki w podziale na przychody za ostatni rok oraz liczbę pracujących.

W poprzednich edycjach Raportu w tym rozdziale prezentowane były wyniki dotyczące eksportu. W tym wydaniu jednak, ze względu na tegoroczny temat specjalny, zostały one przesunięte do bloku związanego z tą tematyką.



1. Nastroje polskich firm

Jak powiedziano, jednym z celów Raportu jest analiza kondycji polskich przedsiębiorstw. Analiza ta oparta jest na badaniu nastrojów polskich przedsiębiorców. Narzędziem do tego jest tzw. Ogólny Wskaźnik Koniunktury, który w sposób syntetyczny prezentuje ocenę przedsiębiorców odnośnie warunków do prowadzenia biznesu i sytuacji firmy.

Ogólny Wskaźnik Koniunktury Firm jest kalkulowany w oparciu o odpowiedzi przedsiębiorców na osiem pytań dotyczących:

- oceny ostatnich 12 miesięcy (wskaźnik „-12 miesięcy”) oraz
- perspektyw rozwoju w okresie kolejnych 12 miesięcy (wskaźnik „+12 miesięcy”).

Pytania te dotyczą:

1. Sytuacji polskiej gospodarki,
2. Sytuacji branży, w której działa firma,
3. Sytuacji firmy,
4. Przychodów firmy,
5. Wyniku finansowego firmy,
6. Długości oczekiwania na zapłatę za sprzedane przez firmę towary lub usługi,
7. Zatrudnienia w firmie,
8. Dostępności zewnętrznego finansowania.

Do omawianego Wskaźnika nie jest wliczany wskaźnik dotyczący oceny przychodów z eksportu, ponieważ działalność eksportową prowadzi jedynie część polskich przedsiębiorstw. Zaprezentowaliśmy go Państwu

osobno w rozdziale poświęconym tematowi specjalnemu.

Ze względu na porównywalność danych ze wszystkich edycji, Ogólny Wskaźnik Koniunktury jest oparty o badanie firm mikro i małych, które stanowią ponad 70% badania. Wskaźnik dla firm średnich prezentowany jest osobno.

Opisane powyżej pytania są zadawane wszystkim respondentom uczestniczącym w badaniu. Oznacza to, że Ogólny Wskaźnik Koniunktury jest wyliczany na podstawie 110 088 indywidualnych odpowiedzi, z czego 55 544 odpowiedzi dotyczą oceny ostatnich 12 miesięcy (osiem pytań zadanych 6 943 respondentom), a kolejne 55 544 odpowiedzi jest oceną kolejnych 12 miesięcy.

Jak wspomniano ogólne wyniki prezentowane są dla firm mikro i małych. W dodatkowych tabelach zaprezentowano osobno wyniki w podziale na firmy mikro, małe i średnie, według przychodów za ostatni rok oraz według liczby zatrudnionych.

Ogólny Wskaźnik Koniunktury – jak interpretować

Odpowiedź na każde z ww. pytań ma przyporządkowaną liczbę punktów:

- duże pogorszenie – 50 punktów
- pogorszenie – 75 punktów
- bez zmian – 100 punktów
- polepszenie – 125 punktów
- duże polepszenie – 150 punktów

Oznacza to, że w najbardziej pesymistycznym wariancie Wskaźnik może osiągać 50 punktów, w najbardziej optymistycznym 150 punktów. Poziomym neutralnym wskaźnika jest 100 punktów.



Wskaźniki obliczane są dla każdego z poszczególnych ww. pytań:

- dla oceny ostatnich 12 miesięcy (-12 miesięcy),
- dla oceny perspektyw na kolejne 12 miesięcy (+12 miesięcy).

Jak wspomniano, ankieta była przeprowadzona we wrześniu i październiku, więc z pewnym uproszczeniem można założyć, że ocena za poprzednie 12 miesięcy w dużej mierze dotyczy oceny roku 2018, a ocena perspektyw dotyczy roku 2019.

Średnia z obu wskaźników (-12 miesięcy i +12 miesięcy) określana jest jako Ogólny Wskaźnik dla danego obszaru.

Średnia z Ogólnych Wskaźników dla ww. 8 obszarów określana jest jako Ogólny Wskaźnik Koniunktury Firm.

Ogólny Wskaźnik Koniunktury w 2018 r.

Ogólny Wskaźnik Koniunktury w 2018 roku wyniósł **100,4 punktu**. Oznacza to, że statystycznie wśród polskich przedsiębiorców było **więcej optymistów niż pesymistów**, jednakże **przewaga ta była niewielka**, biorąc pod uwagę, że wskaźnik wyniósł zaledwie 0,4 punktu ponad poziom neutralny 100 punktów.

Jak widać na [wykresie 25](#) (szara linia), Ogólny Wskaźnik **obniżył się w stosunku do poprzedniego badania** o 0,4 punktu (w rzeczywistości, ze względu na zaokrąglenia różnica wynosi 0,5 punktu). Oznacza to, że **nastroje przedsiębiorców generalnie nieznacznie spadły**.

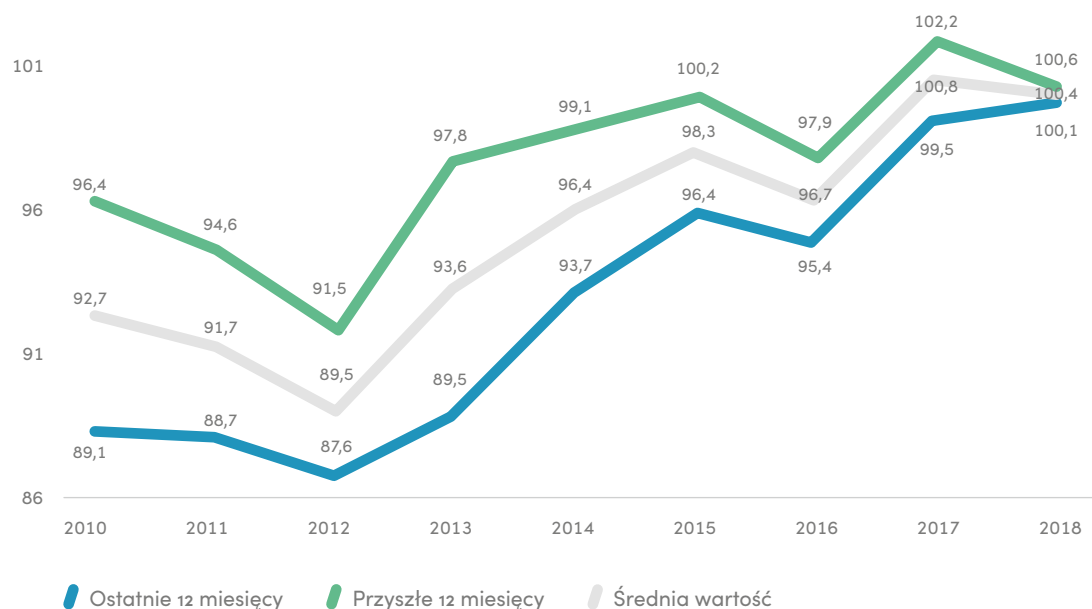
Są one jednak **nadal relatywnie wysokie**, ponieważ tegoroczny wskaźnik jest **drugim najwyższym w historii badań**. Tylko w dwóch edycjach (obecna i poprzednia) wskaźnik wyniósł powyżej 100 punktów. Różnica pomiędzy tegorocznym wynikiem a najniższym odczytem z 2012 r. wynosi aż blisko 11 punktów.

Rekordowy 2018 rok

Rekordowym wynikiem tegorocznego badania jest **ocena ostatnich 12 miesięcy** (niebieska

WYKRES 25

Ogólny Wskaźnik Koniunktury Mikro i Małych Firm w latach 2010–2018





linia na wykresie 25). Wskaźnik wzrósł rok do roku o 0,6 punktu, wyniósł 100,1 punktu i jest najwyższym odczytem w ciągu dziewięciu lat badań. Nigdy wcześniej nie zdarzyło się, żeby wśród przedsiębiorców oceniających ostatni rok, więcej było optymistów niż pesymistów, a wskaźnik nigdy nie przekroczył 100 punktów. Rok 2018 (w ocenie dokonanej we wrześniu i październiku 2018) był więc najlepiej ocenianym rokiem na przestrzeni ostatnich dziewięciu lat. Po raz pierwszy też, wskaźnik -12 miesięcy jest też tak bardzo zbliżony do wskaźnika +12 miesięcy (różnica 0,5 punktu). Do tej pory wskaźnik prognoz był zawsze dość wyraźnie wyższy od wskaźnika za ostatnie 12 miesięcy.

Prognozy ze znakiem zapytania

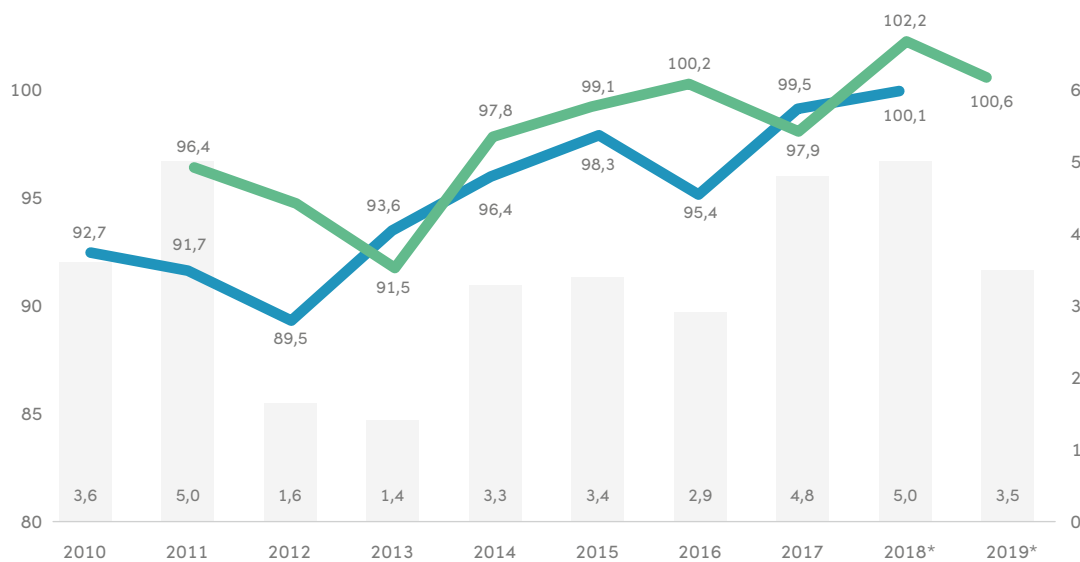
Spadek Ogólnego Wskaźnika w 2018 spowodowany był wyłącznie spadkiem oceny prognoz na kolejne 12 miesięcy. Indeks dotyczący prognoz (zielona linia na wykresie 25) spadł o 1,6 punktu i wyniósł 100,6 punktu. Oznacza to, że mimo spadku wskaźnika, liczba optymistów była statystycznie większa (minimalnie) od liczby pesymistów. Wskaźnik 100,6 jest prognoz w historii badań drugim najwyższym wskaźnikiem i na pierwszy rzut oka nie powinien budzić zaniepokojenia. Na przestrzeni dziewięciu lat

badania osiągał on dużo niższe rezultaty. Przedsiębiorcy zawsze bardziej optymistycznie patrzyli w przyszłość w stosunku do ostatniego roku działalności i to powtórzyło się w tym badaniu.

Warto jednak zwrócić uwagę na fakt, że do tej pory za każdym razem wskaźnik -12 miesięcy i +12 miesięcy zachowywały się tak samo, tzn. albo oba rosły albo oba spadały. Po raz pierwszy w historii badań ocena perspektyw obniżyła się rok do roku, podczas gdy wskaźnik za ostatnie 12 miesięcy jest wyższy niż w poprzednim badaniu. Właściciele firm uznali, że rok 2018 był najlepszym z ostatnich dziewięciu lat, a podobna dobra koniunktura w kolejnym roku nie jest już tak pewna. Nadal lepiej oceniają perspektywy niż ostatnie miesiące, jednak różnica pomiędzy tą oceną jest minimalna (wynosi, jak powiedziano wcześniej, 0,5 punktu, podczas gdy w poprzednim badaniu było to 2,7 punktu).

Wskaźnik koniunktury vs PKB

W okresie 2010–2015 Ogólny Wskaźnik Koniunktury był dobrym prognostykiem rozwoju gospodarczego w kolejnym roku. Porównując wahania Wskaźnika za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy z rzeczywistym wzrostem produktu krajowego brutto (wykres 26), widać było



WYKRES 26

Ogólny Wskaźnik Koniunktury i wzrost PKB w latach 2010–2018

● Ogólny Wskaźnik Koniunktury – ostatnie 12 miesięcy (lewa oś) * prognoza Banku Pekao
 ● Ogólny Wskaźnik Koniunktury – przyszłe 12 miesięcy (lewa oś) ● PKB (r/r, %, prawa oś)

dobrą korelację danych. Dotyczy to zwłaszcza Wskaźnika wyprzedzającego, którego wartość na poniższym wykresie jest przesunięta o jeden rok do przodu, tak aby możliwe było porównanie rzeczywistego wzrostu PKB w danym roku z jego prognozą z badania przeprowadzonego rok wcześniej. Korelacja ta uległa pewnemu zaburzeniu w odniesieniu do prognoz wzrostu PKB na

Dla większości obszarów niebieskie linie prezentujące ocenę z roku 2018 są dłuższe od linii szarych prezentujących ocenę z tegorocznego badania. **Największy spadek dotyczy oceny sytuacji gospodarczej** (-3,0 punktu) oraz **sytuacji branży** (-0,8 punktu), a więc czynników zewnętrznych w działalności przedsiębiorstw. **Największy wzrost** miał miejsce jeśli chodzi o **przychody** – w 2018 były one wyższe niż w 2017. To jednak nie pozwoliło na wzrost wskaźnika dotyczącego **sytuacji firmy** – **spadł on o 0,3 punktu**. Spadła również **ocena wyniku finansowego** (-0,2 punktu) oraz **oceny zatrudnienia** (-0,4 punktu). Niewielki wzrost miał miejsce jeśli chodzi o dostępność finansowania zewnętrznego oraz ocenę oczekiwania na płatności.



Adam Antoniak

Ekspert, Biuro Analiz Makroekonomicznych, Bank Pekao SA

Komentarz makroekonomiczny

Oceny sformułowane przez ankietowane przedsiębiorstwa są spójne z tendencjami obserwowanymi w skali makroekonomicznej. Perspektywy gospodarcze na świecie i w Polsce pogarszają się, a wzrost PKB będzie prawdopodobnie istotnie niższy niż w 2018. W szczególności przedsiębiorstwa przemysłowe raportują wolniejszy napływ nowych zamówień. Branża budowlana boryka się z brakami kadrowymi i wzrostem cen materiałów.

WYKRES 27

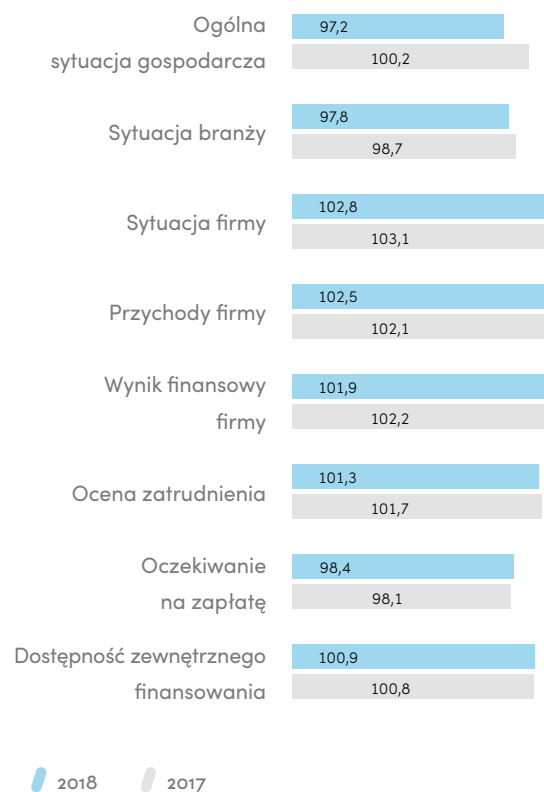
Porównanie Wskaźników dla poszczególnych obszarów w 2017 i 2018

rok 2016 – wzrost PKB był niższy rok do roku, pomimo optymistycznych prognoz przedsiębiorców. Nie sprawdziły się także prognozy na 2017 rok – były one niższe niż rok wcześniej, a tymczasem wzrost PKB był większy. Sytuację w roku 2018 przedsiębiorcy przewidzieli jednak dobrze – ocena prognoz była bardzo wysoka, a prognozowany wzrost PKB większy rok do roku.

Bardzo ciekawe jest zatem czy sprawdzi się ostrożność ekonomistów oraz przedsiębiorców na rok 2019. W obu wypadkach oczekiwane jest obniżenie wskaźników.

Porównanie obszarów z 2017 i 2018

Jak powiedziano wcześniej, **Ogólny Wskaźnik Koniunktury składa się ze średniej z ośmiu pytań** dotyczących różnych obszarów związanych z oceną warunków prowadzenia biznesu. **Wykres 27** prezentuje porównanie tych ocen rok do roku, a w dalszej części tego rozdziału poszczególne obszary zostaną omówione bardziej szczegółowo.





Oznacza to, że na spadek Ogólnego Wskaźnika wpływały (oprócz spadku prognoz na kolejny rok) spadek oceny czynników zewnętrznych (gospodarki i branży) oraz spadek oceny zysków firm (przy większych przychodach) oraz zatrudnienia.

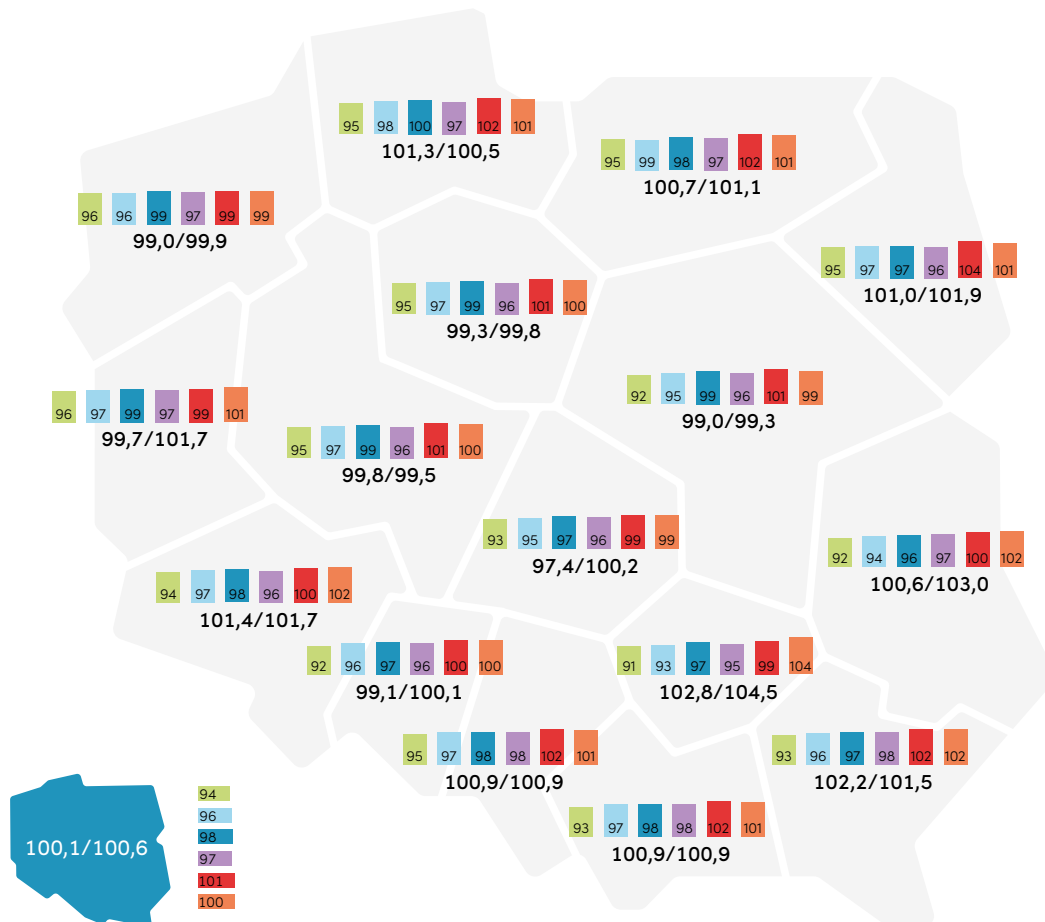
Wyniki badania są także prezentowane na poziomie wojewódzkim. Mapa 15 przedstawia wartości Ogólnego Wskaźnika Koniunktury Firm dla 16 polskich województw.

W regionach pozytywnie i stabilnie

Tło każdego z województw na mapie Polski jest jasnoniebieskie, co oznacza, że różnica pomiędzy oceną ostatnich 12 miesięcy oraz prognozami na kolejne 12 miesięcy jest nieznaczna (poniżej 3 punktów). Należy to odczytać jako oczekiwanie bardziej na stabilność, niż na większe zmiany w nastrojach.

W świętokrzyskim sprawdziły się dobre prognozy z ubiegłego roku

Najwyższy Wskaźnik Koniunktury Firm w tej edycji badania odnotowano w woj. świętokrzyskim – wyniósł on 103,7 punktu. Jest to rekordowy w historii badań wskaźnik dla tego regionu. Nigdy wcześniej nie zdarzyło się aby liczba optymistów przekroczyła liczbę pesymistów (po raz pierwszy wskaźnik wynosi ponad 100 punktów). Dodatkowo przedsiębiorcy patrzą na przyszłość jeszcze bardziej optymistycznie, ponieważ prognozy na rok 2019 oceniono najlepiej w kraju – na ponad 104 punkty. Sytuacja w porównaniu do poprzedniego badania zmieniła się zatem diametralnie, ponieważ w Raporcie za rok 2017 świętokrzyskie miało jeden z niższych odczytów. Warto jednak zwrócić uwagę, że w poprzednim badaniu właściciele biznesów w tym regionie mieli duże nadzieje na kolejny rok i te oczekiwania się sprawdziły. Przyczyną tego faktu może być zwiększona konsumpcja wpływająca na popyt na



MAPA 15

Ogólny Wskaźnik Koniunktury Mikro i Małych Firm

Indeks % w roku 2017:
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



produkty i usługi firm lokalnych dzięki takim programom jak 500 plus. Świętokrzyskie odczuło ten efekt rok później niż regiony z tzw. ściany wschodniej, których poziom rozwoju liczony PKB na mieszkańca jest relatywnie niższy niż w innych województwach, i które miały wysokie odczyty Wskaźnika w poprzednim badaniu (np. podlaskie).

Dwa kolejne regiony z bardzo wysokim Wskaźnikiem Koniunktury Firm, wynoszącym prawie 102 punkty to podkarpackie i lubelskie, z tą różnicą, że podkarpackie

lepiej oceniło poprzednie 12 miesięcy, za to lubelskie lepiej widzi perspektywy na rok kolejny.

W porównaniu do poprzedniego badania te trzy województwa odnotowały też największy wzrost ogólnego wskaźnika.

Sześć regionów uzyskało wynik poniżej średniej krajowej Ogólnego Wskaźnika Koniunktury Firm przy czym warto zwrócić uwagę, że w łódzkim Wskaźnik ten rok do roku jest bardzo stabilny (był niemal identyczny jak w poprzednim badaniu), a także, że firmy z tego

TABELA 11

Ogólny Wskaźnik Koniunktury Mikro i Małych Firm według branży, okresu funkcjonowania, obszaru działania i lokalizacji

	Ogólny Wskaźnik Koniunktury w roku 2018 – ostatnie 12 miesięcy	Ogólny Wskaźnik Koniunktury w roku 2018 – przyszłe 12 miesięcy	Średnia wartość Ogólnego Wskaźnika Koniunktury w roku 2018	Średnia wartość Ogólnego Wskaźnika Koniunktury w roku 2017	Różnica średniej wartości Ogólnego Wskaźnika Koniunktury (2018 do 2017)
Polska	100,1	100,6	100,4	100,8	-0,4
Branża					
Produkcja	99,5	101,1	100,3	101,8	-1,5
Usługi	100,8	100,8	100,8	101,2	-0,4
Handel	98,3	99,7	99,0	98,8	0,2
Budownictwo	102,7	101,5	102,1	103,3	-1,2
Okres funkcjonowania					
0–3 lata	104,3	105,0	104,6	104,4	0,2
4–12 lat	100,7	100,9	100,8	101,9	-1,1
Powyżej 12 lat	96,9	97,5	97,2	98,6	-1,4
Obszar działania					
Lokalny	99,5	99,8	99,7	98,8	0,9
Regionalny	101,6	101,0	101,3	101,9	-0,6
Krajowy	99,6	101,2	100,4	101,3	-0,9
Międzynarodowy	101,0	101,0	101,0	103,5	-2,5
Lokalizacja firmy					
W mieście	99,9	100,4	100,2	100,5	-0,3
Na obszarach wiejskich	100,7	101,0	100,9	101,9	-1,0



regionu tradycyjnie krytycznie oceniły ostatnie 12 miesięcy, ale za to oczekują sporej poprawy.

W zachodniopomorskim Ogólny Wskaźnik, choć niższy od średniej krajowej, wzrósł rok do roku. W województwach wielkopolskim, opolskim, kujawsko-pomorskim i mazowieckim wskaźnik ogólny jest poniżej średniej krajowej i na dodatek spadł rok do roku, najbardziej w mazowieckim (-2,3 punktu).

Największy spadek Wskaźnika w porównaniu do ubiegłego roku miał miejsce w przypadku woj. podlaskiego. W poprzednim badaniu było ono liderem rankingu, w tym roku sytuację można określić jako stabilną, co wskazuje, że efekt zwiększenia konsumpcji na dobra i usługi firm lokalnych został już ujęty we wzroście nastrojów w roku ubiegłym.

Budownictwo najbardziej optymistycznie (jeszcze?)

W trzech branżach (produkcja, usługi, budownictwo) nastąpił spadek ogólnego wskaźnika w porównaniu do poprzedniego badania, przy czym najbardziej w przypadku produkcji (-1,5 punktu). W każdej z nich jednak ogólny wskaźnik przekroczył poziom 100 punktów.

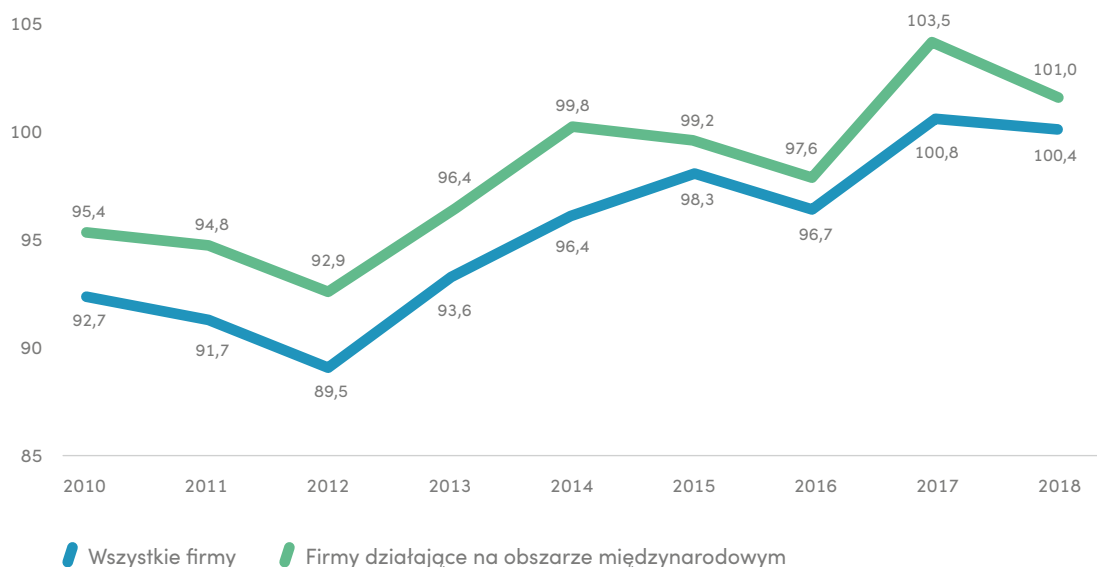
Najwyższe wskaźniki, podobnie jak w ubiegłym roku, odnotowało budownictwo. Nastąpiła tu jednak bardzo ciekawa zmiana – po raz pierwszy wskaźnik prognoz (choć nadal wysoki), jest niższy od wskaźnika za ubiegłe 12 miesięcy. Oznacza to, że ostatni rok firmy budowlane oceniły bardzo dobrze, ale nie są pewne czy aż tak dobra koniunktura utrzyma się w kolejnym roku.

W przypadku produkcji i handlu prognozy są wyższe od oceny ubiegłego roku.

Najniższe wskaźniki odnotowano w handlu, ale jedynie w tej branży nastąpił wzrost wskaźnika w porównaniu do poprzedniego badania.

Im krótszy staż i większy zasięg, tym więcej optymizmu

Nie zmienił się rozkład wyników w zależności od okresu funkcjonowania firmy. Im dłuższy staż rynkowy przedsiębiorstwa, tym niższa wartość Ogólnego Wskaźnika Koniunktury. W przypadku firm działających do 3 lat, Wskaźnik wzrósł, u pozostałych spadł, przy czym dla firm powyżej 12 lat najbardziej, bo o 1,4 pkt (tabela 11).



WYKRES 28

Średni Ogólny Wskaźnik Koniunktury Firm w latach 2010–2018 dla wszystkich badanych firm oraz dla firm działających na obszarze międzynarodowym



Mimo że, wzrost wskaźnika miał miejsce wyłącznie w przypadku firm o rynku lokalnym, w dalszym ciągu te firmy oceniają najgorzej sytuację. Wraz ze wzrostem skali działalności, rośnie wartość Wskaźnika Koniunktury. Mimo to, nastroje w firmach o zasięgu ponadlokalnym spadły, zwłaszcza w przypadku firm o zasięgu międzynarodowym.

Począwszy od pierwszej edycji Raportu zawsze Wskaźnik dla firm o zasięgu międzynarodowym jest wyższy od średniej, co oznacza, że generalnie lepiej oceniają one od pozostałych swój biznes i warunki do jego prowadzenia (wykres 28).

TABELA 12

Ogólny Wskaźnik Koniunktury Mikro i Małych Firm według kategorii firmy i zatrudnienia

	Ogólny Wskaźnik Koniunktury w roku 2018 – ostatnie 12 miesięcy	Ogólny Wskaźnik Koniunktury w roku 2018 – przyszłe 12 miesięcy	Średnia wartość Ogólnego Wskaźnika Koniunktury w roku 2018
Wielkość firmy			
Mikro	100,1	100,6	100,4
Małe	100,5	99,3	99,9
Średnie	103,5	102,4	103,0
Zatrudnienie			
1 osoba	100,5	101,3	100,9
2–5 osób	99,2	99,7	99,5
6–9 osób	101,5	100,4	101,0
10–19 osób	99,8	99,1	99,4
20–49 osób	102,2	100	101,1
50–99 osób	103,1	102,9	103,0
100–149 osób	103,1	98,8	101,0
150–299 osób	106,0	103,1	104,5

TABELA 13

Ogólny Wskaźnik Koniunktury Mikro i Małych Firm według wielkości przychodów

	Ogólny Wskaźnik Koniunktury w roku 2018 – ostatnie 12 miesięcy	Ogólny Wskaźnik Koniunktury w roku 2018 – przyszłe 12 miesięcy	Średnia wartość Ogólnego Wskaźnika Koniunktury w roku 2018
Do 1 500 000 PLN	100,0	100,6	100,3
1 500 001 PLN – 5 000 000 PLN	101,7	99,5	100,6
5 000 001 PLN – 10 000 000 PLN	101,5	102,1	101,8
10 000 001 PLN – 30 000 000 PLN	104,6	104,7	104,6
30 000 001 PLN – 50 000 000 PLN	100,1	102,3	101,2
Powyżej 50 000 000 PLN	94,4	95,2	94,8



Średnie najbardziej optymistyczne

Jak wspomniano, firmy średnie badane są w obecnej edycji po raz pierwszy. Nie jest możliwe zatem porównanie dla nich wskaźnika tegorocznego z poprzednim, a tym bardziej, pokazanie trendów na osi czasu. Będzie to możliwe w kolejnych latach. Dane dotyczące firm średnich nie też są brane pod uwagę, jak powiedziano, w Ogólnym Wskaźniku Koniunktury Firm porównywanym do poprzednich edycji Raportu.

W tabeli 12 widzimy natomiast porównanie Ogólnego Wskaźnika Koniunktury dla poszczególnych wielkości firm. Okazuje się, że w badaniu w 2018 r. **najbardziej optymistyczne były firmy średnie**, dla których Ogólny Wskaźnik wyniósł 103 punkty. Firmy średnie są też najbardziej optymistyczne jeśli chodzi o perspektywy na kolejny rok. Najniższy wskaźnik prognoz dotyczy firm małych. Najslabiej ostatnie 12 miesięcy oceniły firm mikro.

Relatywnie najlepsze nastroje w roku 2018 były generalnie w firmach zatrudniających powyżej 20 pracowników. Najslabsze odczyty dotyczyły firm zatrudniających od 2 do 5 osób oraz od 10 do 19 osób.

Indeks według przychodów

W związku z włączeniem do badania firm średnich rozszerzone zostało pytanie o wielkość przychodów za ostatni rok obrachunkowy. W poprzednich badaniach było ono ograniczone do przedziału do 1,5 mln PLN i powyżej 1,5 mln PLN.

Jak widać w tabeli 13 najlepszy indeks zarówno za ubiegłe 12 miesięcy jak i na kolejne 12 miesięcy miał miejsce dla firm o przychodach od 10 mln PLN do 30 mln PLN.

Najniżej Ogólny Wskaźnik został oceniony w przypadku firm o najwyższych przychodach, czyli powyżej 50 mln PLN.

2. Ocena sytuacji gospodarczej

Na ocenę sytuacji gospodarczej składają się odpowiedzi respondentów na trzy pytania dotyczące: 1. oceny ogólnej sytuacji polskiej gospodarki, 2. oceny sytuacji branży, w której działa firma oraz 3. oceny sytuacji samej ankietowanej firmy.

Ocena sytuacji polskiej gospodarki

W poprzednim badaniu sytuacja gospodarcza była obszarem, w którym nastąpiły największe zmiany *in plus* w stosunku do poprzedniego badania. Ocena rok do roku wówczas wyraźnie wzrosła (o ponad 10 punktów). **W tegorocznym badaniu nastąpiły spadki w ocenie sytuacji gospodarczej.** Ogólny wskaźnik w tym obszarze spadł o -3 pkt. Wpłynęły na to dwa zjawiska. Po pierwsze o 1,1 pkt spadła ocena sytuacji gospodarczej w ostatnich 12 miesiącach. Mimo to, wynik 99,6 pkt (na wykresie 29 niebieska linia), należy jednak uznać za bardzo dobry, jest to bowiem drugi najwyższy wskaźnik w ciągu 9 lat badań.

Po drugie, o 4,8 pkt spadła ocena perspektyw sytuacji gospodarczej na rok przyszły i to była główna przyczyna niższej rok do roku wartości Ogólnego Wskaźnika Sytuacji Gospodarczej. **Firmy uznają, że w 2018 miała miejsce dobra koniunktura gospodarcza, niemniej wykazują sporą ostrożność jeśli chodzi o rok 2019.**

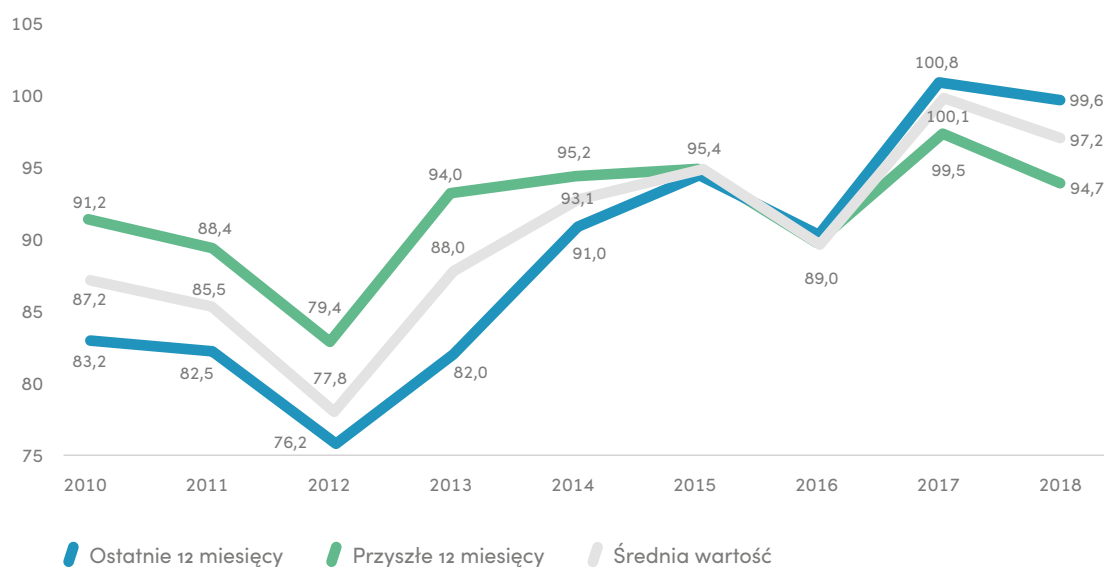
Sytuacja gdy ocena ostatniego roku była wyższa od oceny prognoz na rok kolejny nastąpiła już trzeci raz pod rząd. Tym razem różnica pomiędzy wskaźnikiem -12 miesięcy i wskaźnikiem +12 miesięcy wyniosła aż -5 pkt co wskazuje na większą ostrożność co do prognoz niż wcześniej (w latach badania 2016 i 2017 różnica wynosiła -1,3 pkt).

Warto zwrócić uwagę, że sprawdziły się oceny perspektyw z ubiegłego roku. Perspektywy te oceniono na 99,5 punktów. Tymczasem w obecnym badaniu ocena poprzednich 12 miesięcy wyniosła 99,6 punktu, a więc była bardzo zbliżona.



WYKRES 29

Ocena sytuacji
gospodarczej w latach
2010–2018



Pomimo spadku w ocenie, Ogólny Wskaźnik oceny sytuacji gospodarczej należy uznać za wysoki, ponieważ był to drugi najwyższy odczyt w 9-letniej historii badań.

Ocena gospodarki zróżnicowana w regionach

Gospodarka ogólnie najlepiej została oceniona w województwie świętokrzyskim – średni wskaźnik wyniósł 104,3 punktu. Wskaźnik ten wzrósł wyraźnie (+3,5 punktu) w porównaniu z poprzednim badaniem. Najniżej ogólna ocena wypadła w mazowieckim (94,7 punktu), a największy spadek wskaźnika rok do roku badawczego miał miejsce w podlaskim (-6,2 punktu) ([mapa 16](#)).

Drugim województwem ze średnim wskaźnikiem ponad 100 punktów w tym roku było podkarpackie (102,6 pkt).

Również w świętokrzyskim i podkarpackim najlepiej oceniono ostatnie 12 miesięcy w gospodarce polskiej. Najniżej w łódzkim i mazowieckim.

Perspektywy najlepiej wyglądają według właścicieli firm ze świętokrzyskiego – bardzo wysoki wskaźnik 102,7 punktu były jedynym powyżej 100 punktów. Najniżej ocena wypadła w mazowieckim i pomorskim.

Jak widać ocena polskiej gospodarki jest różna w różnych regionach. Różnica pomiędzy najlepszą (podkarpackie) i najgorszą (łódzkie) oceną ostatniego roku w gospodarce wyniosła ponad 9 punktów. Z kolei różnica w ocenie perspektyw gospodarczych pomiędzy najwyższą (świętokrzyskie) i najniższą (mazowieckie) wyniosła prawie 11 punktów.

W podziale na branże ([tabela 14](#)) zwraca uwagę przede wszystkim bardzo wysoka ocena ostatniego roku w gospodarce przez firmy z branży budowniczej – wyraźna przewaga optymistów sprawiła, że wskaźnik wyniósł niemal 104 punkty. W innych branżach ostatnie 12 miesięcy oceniono poniżej 100 punktów.

Inaczej ma się ocena prognoz w gospodarce na 2019 rok. Ocena wszystkich branż jest zbliżona i wynosi 94–96 punktów. Wszystkie firmy spodziewają się pogorszenia sytuacji gospodarczej w porównaniu z ostatnim rokiem.

Porównując ogólne wskaźniki oceny gospodarki z poprzednim badaniem widzimy wszędzie spadki, zwłaszcza w przypadku budownictwa (aż -5,6 punktu).



MAPA 16

Ocena sytuacji gospodarczej według województw

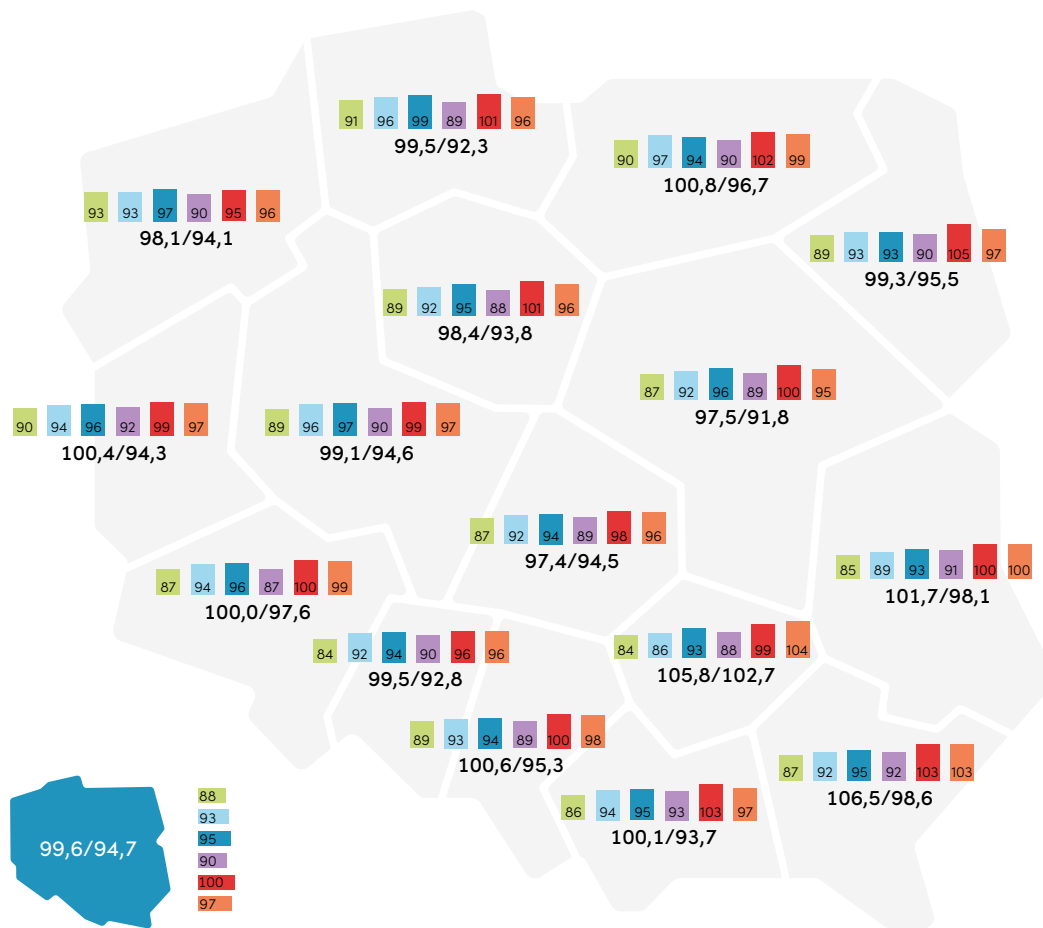


TABELA 14

Ocena sytuacji gospodarczej według branż

	Ocena sytuacji gospodarczej w roku 2018 – ostatnie 12 miesięcy	Ocena sytuacji gospodarczej w roku 2018 – przyszłe 12 miesięcy	Średnia z indeksów w roku 2018	Średnia z indeksów w roku 2017	Różnica średniej z indeksów pomiędzy 2018 i 2017 rokiem
Polska	99,6	94,7	97,2	100,1	-2,9
Branża					
Produkcja	98,4	96,5	97,5	100,7	-3,2
Usługi	99,8	94,3	97,1	100,3	-3,2
Handel	98,3	94,3	96,3	97,8	-1,5
Budownictwo	103,7	95,0	99,3	104,9	-5,6



TABELA 15

Ocena sytuacji gospodarczej według wielkości firmy

	Ocena sytuacji gospodarczej w roku 2018 – ostatnie 12 miesięcy	Ocena sytuacji gospodarczej w roku 2018 – przyszłe 12 miesięcy	Średnia z indeksów w roku 2018	Średnia wartość Ogólnego Wskaźnika Koniunktury w roku 2017	Różnica średniej wartości Ogólnego Wskaźnika Koniunktury pomiędzy 2018 i 2017 rokiem
Wielkość firmy					
Mikro	99,6	94,7	97,2	100,3	-3,1
Małe	100,1	93,4	96,7	96,3	0,4
Średnie	103,3	100,1	101,7	nd	nd

Ocena według wielkości firm

Sytuację gospodarczą w Polsce w ostatnich 12 miesiącach najlepiej oceniły firmy średnie, najniżej mikro. Perspektywy najlepiej widzą firmy średnie, a najstłbiej firmy małe. Ocena gospodarki (średni ogólny wskaźnik) dla firm mikro spadł rok do roku o ponad 3 punkty i minimalnie wzrósł jeśli chodzi o firmy małe (tabela 15).

z poprzedniego badania (niebieska linia na wykresie 30). W latach 2010–2015 ocena polskiej gospodarki firm działających poza granicami kraju była wyższa od średniej krajowej. Od 2016 roku jest odwrotnie – firmy działające poza granicami kraju są bardziej krytyczne jeśli chodzi o polską gospodarkę.

Firmy działające na rynku międzynarodowym

Firmy działające na obszarze międzynarodowym oceniły niżej od średniej krajowej zarówno ostatnie 12 miesięcy, jak i perspektywy na kolejne 12 miesięcy. Ocena jest też niższa (sporo, bo o 4,6 punktu) od oceny

Ocena sytuacji w branżach

Kolejny analizowany w badaniu obszar to sytuacja branży, w jakiej działają firmy. Średni wskaźnik oceny tego obszaru obniżył się o 0,8 punktu w porównaniu z ub. rokiem, ale i tak jest on drugim najwyższym odczytem we wszystkich dziewięciu latach badawczych. Zwraca jednak uwagę fakt, że po raz pierwszy

WYKRES 30

Ocena sytuacji gospodarczej w latach 2010–2018 dla wszystkich badanych firm oraz dla firm działających na obszarze międzynarodowym

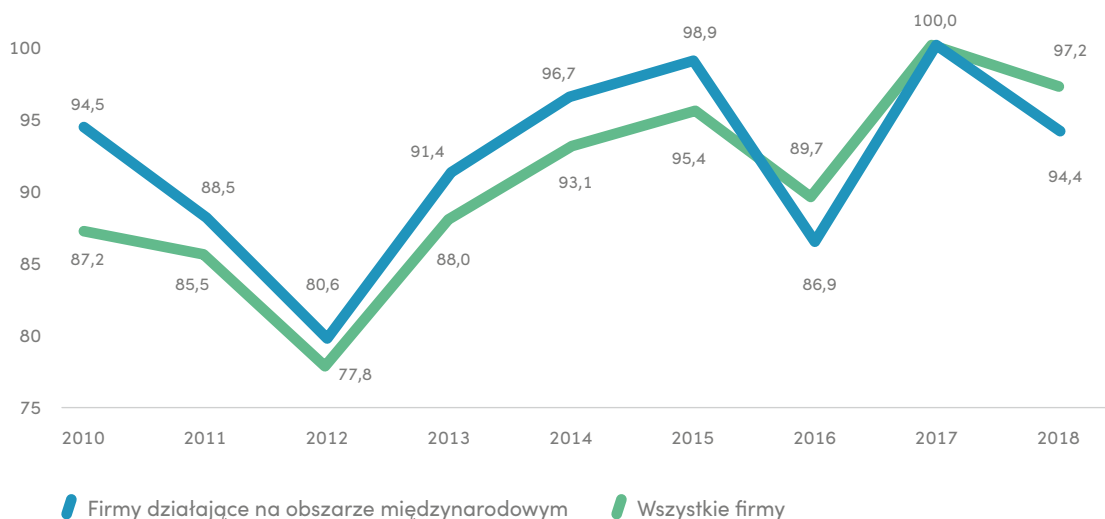




TABELA 16

Ocena sytuacji branży

	Ocena sytuacji branży w roku 2018 – ostatnie 12 miesięcy	Ocena sytuacji branży w roku 2018 – przyszłe 12 miesięcy	Średnia z indeksów w roku 2018	Średnia z indeksów w roku 2017	Różnica średniej z indeksów pomiędzy 2018 i 2017 rokiem
Polska	98,4	97,2	97,8	98,6	-0,8
Branża					
Produkcja	96,2	97,7	97,0	99,6	-2,6
Usługi	99,4	98,3	98,9	99,3	-0,4
Handel	95,3	94,8	95,0	94,8	0,2
Budownictwo	105,0	98,9	102,0	104,5	-2,5

ocena perspektyw jest niższa od oceny dotychczasowej sytuacji (wykres 31). Właściciele firm ocenili obecną sytuację w swoich branżach jako dobrą, ale są bardzo ostrożni jeśli chodzi o kolejny rok.

Jeżeli chodzi o ocenę sytuacji branży w poszczególnych regionach, to jest ona bardzo podobna do oceny sytuacji gospodarczej opisywanej wcześniej. Wyraźnie najwyższe wyniki (103,6 punktu) odnotowano w świętokrzyskim (plus siedem punktów w porównaniu z poprzednim badaniem). Ogólny wskaźnik oceny branży wyniósł ponad 100 punktów także na

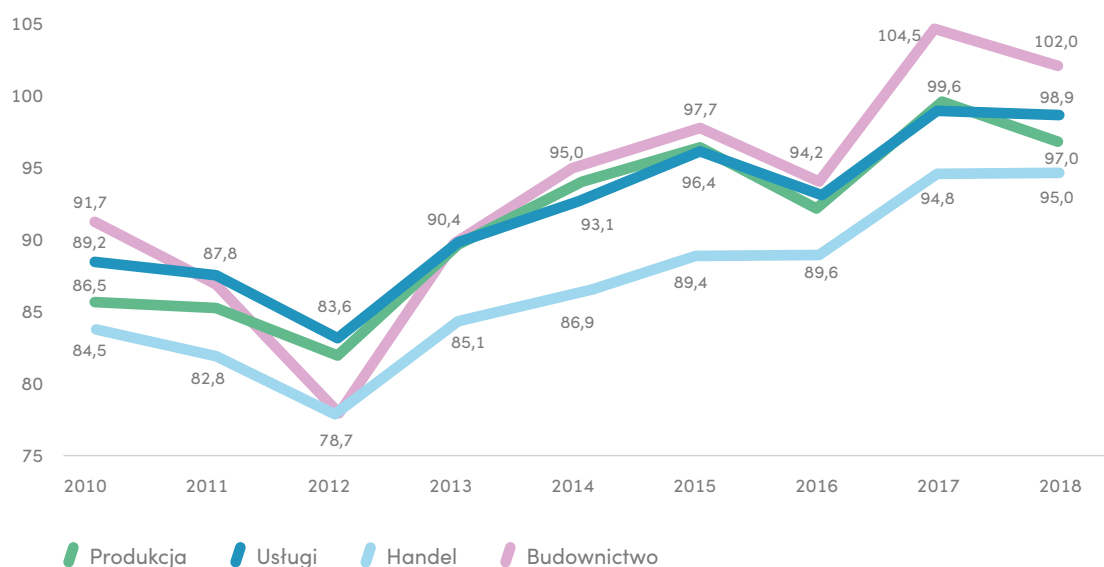
Podkarpaciu. Relatywnie najniższe odczyty miały miejscy w łódzkim i mazowieckim (mapa 17).

We wszystkich branżach z wyjątkiem handlu nastąpił spadek nastrojów w porównaniu do poprzedniego badania (tabela 16).

Najlepiej, i to wyraźnie, ostatnie 12 miesięcy oceniły firmy budowlane – wskaźnik wyniósł 105 punktów. Budowlanka widzi też dobre perspektywy, ale wskaźnik +12 miesięcy jest już dużo niższy od wskaźnika -12 miesięcy – wynosi niecałe 99 punkty.

WYKRES 32

Ocena sytuacji w poszczególnych branżach w latach 2010–2018





Jedynie w branży produkcyjnej ocena perspektyw jest wyższa niż ocena ostatnich 12 miesięcy. W handlu, usługach, a zwłaszcza w budownictwie spodziewane jest pogorszenie sytuacji w branży.

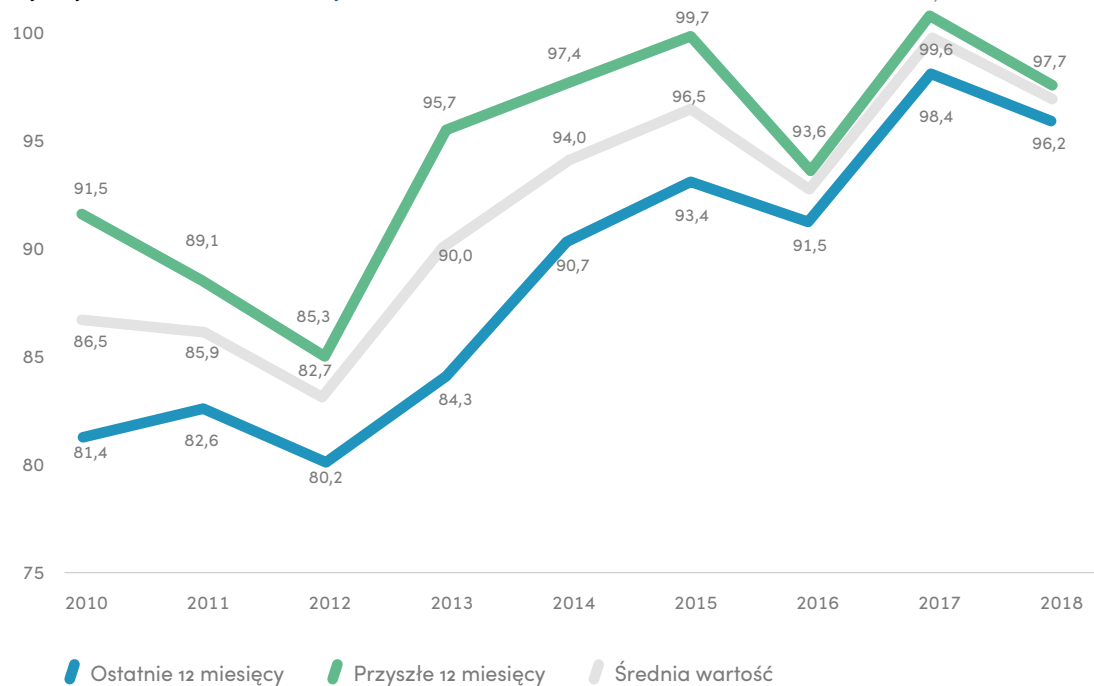
Jak widać na wykresie 32 od pięciu lat branża budownicza najlepiej ocenia swoją sytuację. Tylko w tym i ubiegłym roku badawczym miała miejsce sytuacja, że wskaźnik osiągnął powyżej stu punktów, co oznacza przewagę optymistów.

Ocena branży produkcyjnej i usługowej jest zazwyczaj zbliżona, choć w tym roku w usługach było relatywnie więcej optymizmu.

W przypadku branży handlowej w każdym roku badawczym miała ona najniższe odczyty, jednak warto zwrócić uwagę na fakt, że tegoroczne badanie przyniosło rekordowy wynik, a dystans do pozostałych branż zmniejszył się.

Branża produkcyjna

W branży produkcyjnej ostatnie 12 miesięcy zostało ocenione niżej niż w poprzednim badaniu. Jednak wskaźnik na poziomie 96,2 punktu jest drugim najwyższym w historii badań. Na wykresie 33 widać, że



Adam Antoniak

Ekspert, Biuro Analiz
Makroekonomicznych,
Bank Pekao SA

Komentarz makroekonomiczny

BRANŻA PRODUKCYJNA jest silnie powiązana z rynkami zagranicznymi i pierwsza reaguje na zmiany koniunktury na rynkach eksportowych. Obniżenie się wskaźnika jest związane z wolniejszym wzrostem popytu zagranicznego. Druga połowa 2018 r. przyniosła wyraźny spadek wskaźnika PMI, mierzącego koniunkturę w przetwórstwie przemysłowym, głównie w związku ze spadkiem nowych zamówień eksportowych. W listopadzie główny wskaźnik PMI obniżył się poniżej granicy 50 pkt., która oddziela wzrost aktywności (powyżej) od spadku (poniżej).

W 2019 r. oczekiwane jest dalsze spowolnienie koniunktury w Unii Europejskiej, dokąd trafia ok. 80% polskiego eksportu. W sektorze MSP udział eksportu jest niższy niż w większych firmach, stąd też wskaźnik pozostaje na wysokim poziomie (96,2 pkt. – drugi najwyższy odczyt w historii).

WYKRES 33

Ocena sytuacji branży produkcyjnej w latach 2010–2018



Paweł Kowalski
 Ekspert, Biuro Analiz
 Makroekonomicznych,
 Bank Pekao SA

Komentarz makroekonomiczny

BRANŻA USŁUGOWA. Podobnie, jak to miało miejsce w branży handlowej, również dla większości rodzajów działalności usługowej rok 2018 był bardzo udany. Wzrost dochodów i wydatków gospodarstw domowych oraz wysoka aktywność firm wspierały stronę przychodową, co w większości przypadków pozwalało zrekompensować wysoką dynamikę kosztów. Perspektywy na 2019 r. rysują się mniej korzystnie ze względu na oczekiwane spowolnienie wzrostu gospodarczego. Przy niższej dynamice przychodów firmom będzie trudniej skompensować wzrost kosztów, który w sektorze usług stymulowany jest w dużym stopniu przez koszty pracy (a ten ma charakter strukturalny, powiązany z trendami demograficznymi).

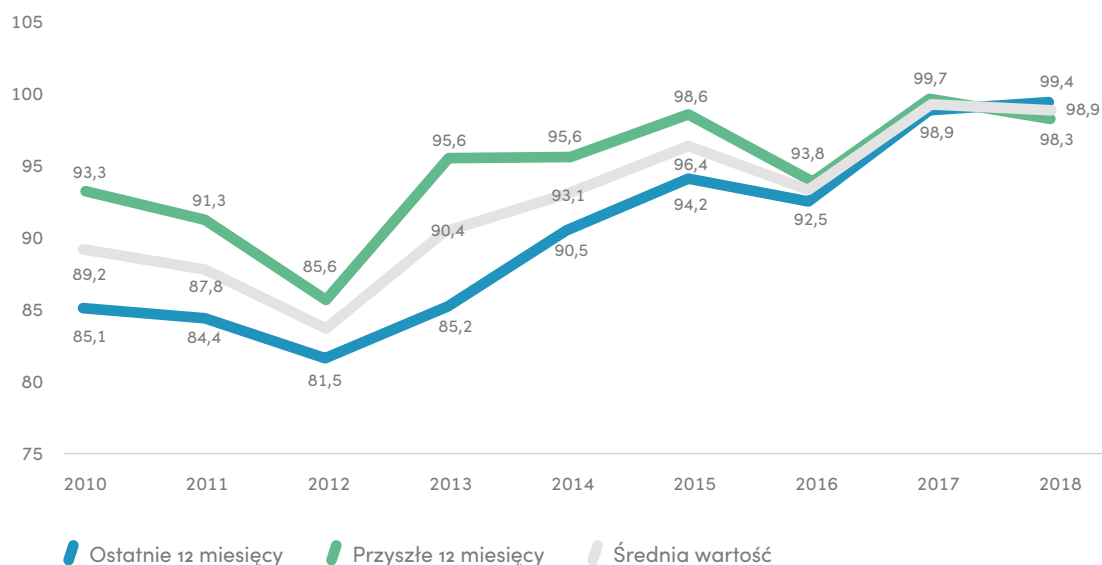
bardzo optymistyczne poprzednie prognozy (zielona linia – wskaźnik oczekiwań wyniósł 100,9 punktu) nie sprawdziły się. Obecnie firmy produkcyjne są nieco bardziej ostrożne w oczekiwaniach na rok 2019.

Branża usługowa

W usługach rok 2018 (niebieska linia na wykresie 34) był najlepszym w ciągu ostatnich dziewięciu lat badań (wskaźnik za ostatnie 12 miesięcy osiągnął wynik 99,4 punktu). Sprawdziły się zatem pozytywne prognozy z ubiegłego roku (linia zielona). To co jednak zwraca uwagę, to fakt, że po raz pierwszy wskaźnik prognoz na kolejne 12 miesięcy jest niższy od oceny ostatnich 12 miesięcy. Sugeruje to, że właściciele firm usługowych uznali, że tak dobra sytuacja jak w 2018 może się nie powtórzyć w kolejnym roku.

WYKRES 34

Ocena sytuacji branży
 usługowej w latach
 2010–2018





Branża handlowa

W branży handlowej, podobnie jak w usługach, rok 2018 był najlepszym w ciągu ostatnich dziewięciu lat badań (linia niebieska na wykresie 35), a wysokie prognozy z ubiegłego roku niemal się sprawdziły. Po raz pierwszy jednak prognozy na kolejny rok są niższe niż ocena ostatnich 12 miesięcy.

Komentarz makroekonomiczny

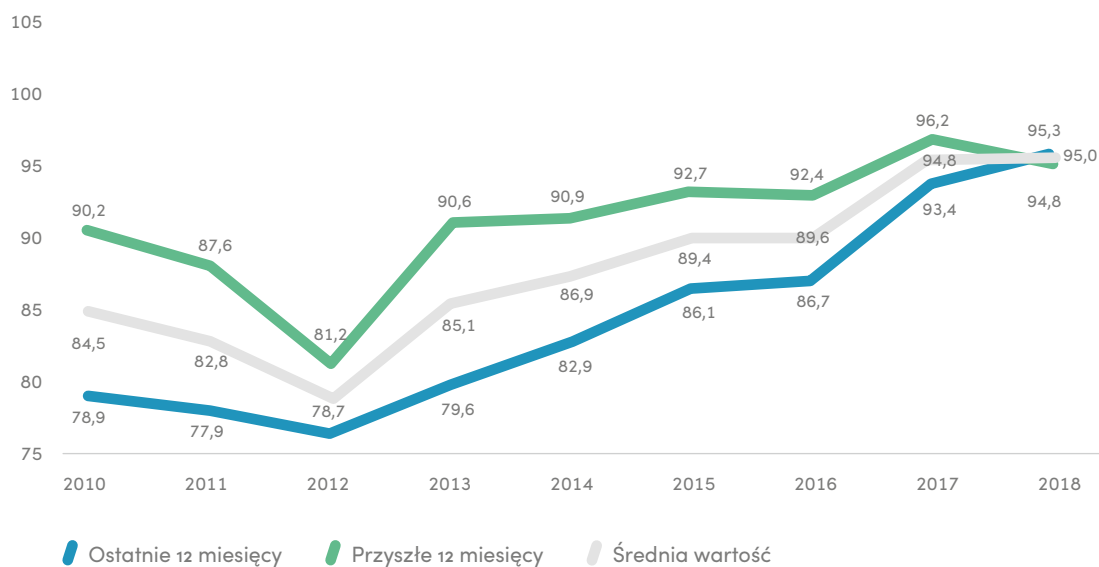
BRANŻA HANDLOWA. W 2018 r. w handlu panowała bardzo dobra koniunktura. Dobra sytuacja na rynku pracy i dynamiczny wzrost wynagrodzeń przekładały się korzystnie na dochody gospodarstw domowych i ich konsumpcję. Z kolei wysoka aktywność gospodarcza firm znajdowała odzwierciedlenie w ich potrzebach zakupowych. Czynniki te wspierały wyniki zarówno w handlu detalicznym, jak i hurtowym.

Perspektywy na 2019 r. pozostają pod wpływem oczekiwanego spowolnienia wzrostu gospodarczego, które może odbić się negatywnie zarówno na konsumpcji indywidualnej, jak i na popycie firm. Na prawdopodobne osłabienie po stronie przychodowej nakłada się wciąż silna presja ze strony kosztów pracy, którą wolniejszy wzrost gospodarczy złagodzi jedynie częściowo. Kombinacja tych czynników może oddziaływać w kierunku pogorszenia wyników, co z kolei wyjaśnia nieco słabsze prognozy przedsiębiorstw handlowych z sektora MSP w odniesieniu do oczekiwań na przyszły rok.



Paweł Kowalski

Ekspert, Biuro Analiz
Makroekonomicznych,
Bank Pekao SA



WYKRES 35

Ocena sytuacji branży handlowej w latach 2010–2018



Kamil Zduniuk
Specjalista, Biuro Analiz
Makroekonomicznych,
Bank Pekao SA

Komentarz makroekonomiczny

BRANŻA BUDOWLANA. Firmy budowlane z sektora MŚP aktywne są w głównej mierze w segmencie budownictwa budynków, w szczególności mieszkaniowych. W tym obszarze ostatnie 2–3 lata przyniosły rekordowy popyt – wysoką dynamikę nowych inwestycji oddawanych do użytku i sprzedawanych mieszkań, stymulowanych dobrą sytuacją materialną gospodarstw domowych i atrakcyjnością inwestycyjną mieszkań.

Ostrożność w oczekiwaniach na 2019 r. związana jest natomiast prawdopodobnie z powszechnie prognozowanym wyhamowaniem tempa wzrostu gospodarczego w Polsce, jak też rosnącym niepokojem o efekt „rozłania się” skomplikowanej sytuacji w budownictwie infrastrukturalnym na cały rynek.

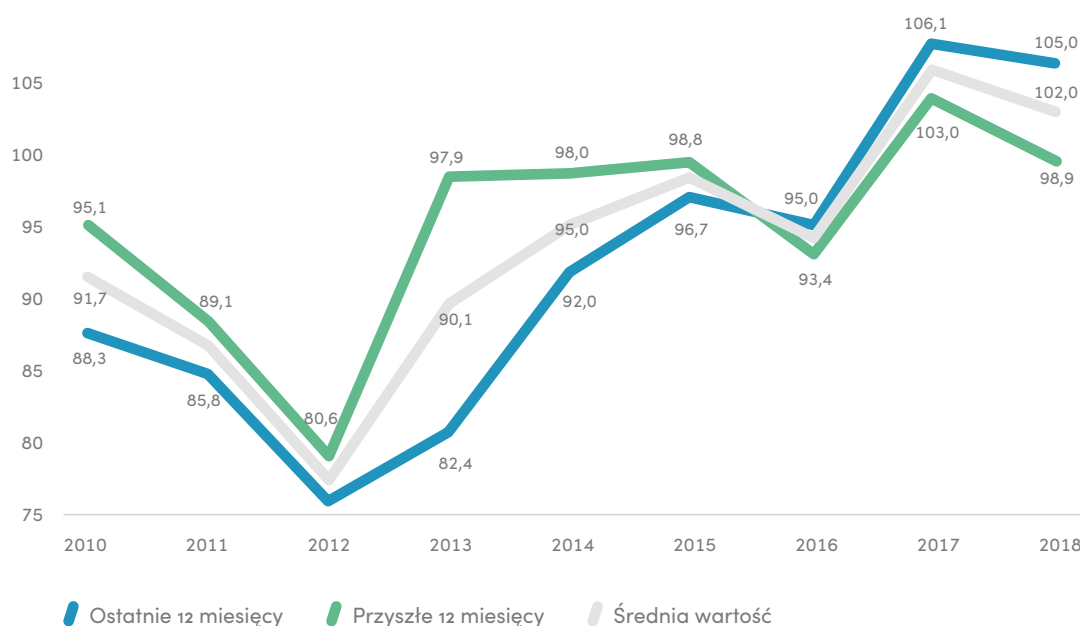
Branża budowlana

W branży budowlanej ostatnie dwa lata były okresem bardzo dobrej koniunktury. Wskaźnik oceny ostatnich 12 miesięcy (niebieska linia na wykresie 36) w 2017 osiągnął rekordowe 106,1 punktu, a w 2018 niewiele mniej, bo 105 punktów. To jedyna branża, w której wskaźnik ten przekroczył 100 punktów. W poprzednim badaniu prognozy (zielona linia) były bardzo wysokie (103 punkty), ale i tak okazały się nieco zaniżone.

Branża budowlana oczekuje jednak pewnego pogorszenia sytuacji w kolejnych 12 miesiącach. Wskaźnik 98,9 punktu jest nadal względnie wysoki, wskazuje jednak na ostrożność w oczekiwaniach na 2019 rok.

WYKRES 36

Ocena sytuacji branży budowlanej w latach 2010–2018





Ocena według wielkości firmy

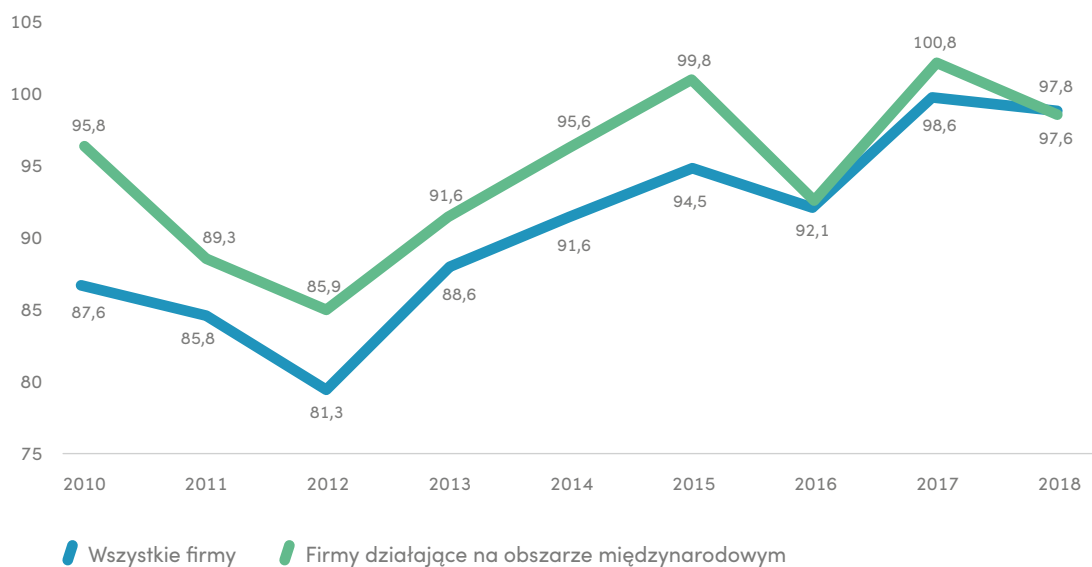
Najlepiej oceniły sytuację w swoich branżach firmy średnie, zaś najłagodniej firmy małe, które jednakże zanotowały wzrost wskaźnika oceny sytuacji wobec poprzedniego roku (tabela 17).

Firmy działające na obszarze międzynarodowym tradycyjnie wyżej oceniały sytuację w swoich branżach od średniej oceny wszystkich badanych przedsiębiorstw. W roku 2018 sytuacja zmieniła się jednak i wskaźnik dla firm o zasięgu międzynarodowym znalazł się nieco poniżej średniej (wykres 37).

Wielkość firmy	Ocena sytuacji branży w roku 2018 – ostatnie 12 miesięcy	Ocena sytuacji branży w roku 2018 – przyszłe 12 miesięcy	Średnia z indeksów w roku 2018	Średnia z indeksów w roku 2017	Różnica średniej z indeksów pomiędzy 2018 i 2017 rokiem
Mikrofirmy	98,4	97,3	97,9	98,7	-0,8
Małe firmy	98,0	95,9	97,0	95,1	1,9
Średnie firmy	101,4	99,6	100,5	nd	nd

TABELA 17

Ocena sytuacji branży według wielkości firmy



WYKRES 37

Średnia ocena sytuacji branży w latach 2010–2018 dla wszystkich badanych firm oraz dla firm działających na obszarze międzynarodowym



Sytuacja firmy

Wskaźniki związane bezpośrednio z działalnością firmy są tradycyjnie wyższe niż przedstawione wcześniej indeksy dotyczące oceny ogólnej sytuacji gospodarczej oraz oceny sytuacji branży. Generalnie firmy lepiej oceniają swoje najbliższe otoczenie, na które mają realny wpływ, niż obszary poza ich bezpośrednią kontrolą.

Wykres 38 prezentujący ocenę sytuacji firmy przypomina kształtem wykres prezentowany na początku rozdziału dotyczącego Ogólnego Wskaźnika Koniunktury.

Rok 2018 był rekordowy (102,2 punktu) jeśli chodzi o ocenę sytuacji firmy (niebieska linia) z przewagą optymistów. Co prawda poprzednie prognozy (105,2 punktu, zielona linia) sugerowały jeszcze korzystniejszy rozwój wydarzeń, ale i tak sytuacja w ostatnich 12 miesiącach była najlepsza w całym okresie dziewięciu lat badań.

Prognozy na rok 2019 są nadal bardzo dobre – optymistyczna większość oczekuje poprawy sytuacji (103,4 punktu).

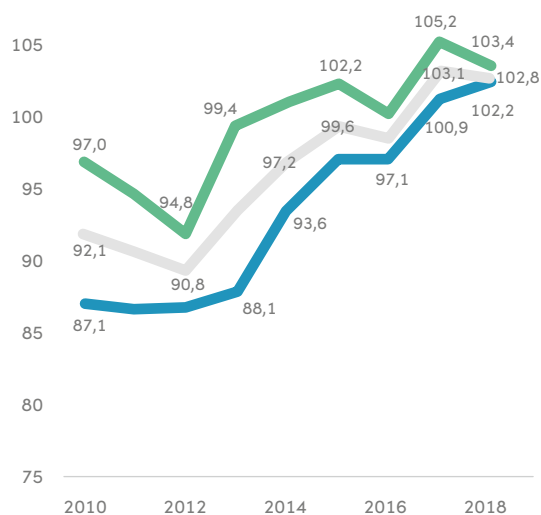
Inaczej niż w poprzednim badaniu, nastąpił wzrost rok do roku w ocenie ostatnich 12 miesięcy, ale ocena prognoz spadła – są one oceniane ostrożniej niż w poprzednim badaniu.

Więszymi optymistami niż inni są właściciele firm działających na obszarze międzynarodowym (wykres 39). Nastąpił tutaj co prawda spadek ogólnego wskaźnika, ale i tak pozostaje on na bardzo wysokim poziomie (105,4 punktu).

Ocena sytuacji firmy we wszystkich województwach była bardzo wysoka. Jedynym przypadkiem, gdy wskaźnik za ostatnie 12 miesięcy był poniżej 100 punktów jest łódzkie. Najlepiej ostatnie 12 miesięcy oceniono w świętokrzyskim oraz podkarpackim (mapa 18).

WYKRES 38

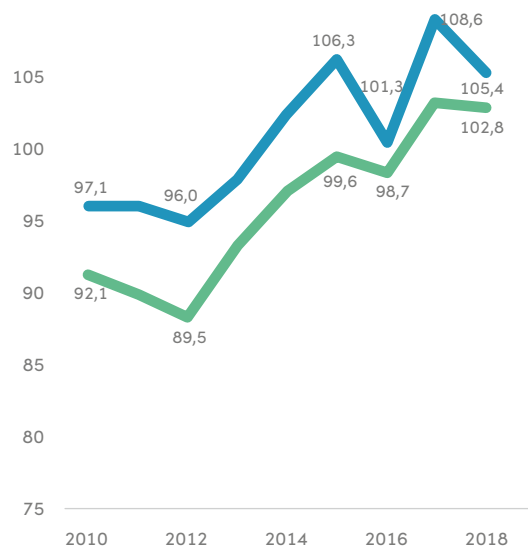
Ocena sytuacji firmy w latach 2010–2018



■ Ostatnie 12 miesięcy ■ Przyszłe 12 miesięcy
■ Średnia wartość

WYKRES 39

Średnia ocena sytuacji firmy w latach 2010–2018 dla wszystkich badanych firm oraz dla firm działających na obszarze międzynarodowym



■ Firmy działające na obszarze międzynarodowym ■ Wszystkie firmy



Wszystkie regiony odnotowały ocenę perspektywy powyżej 100 punktów. Najwyższe wskaźniki odnotowano w świętokrzyskim i lubelskim.

Porównując indeksy z poprzednim badaniem, w siedmiu województwach ogólne wskaźniki oceny sytuacji firmy poprawiły się. Największy wzrost miał miejsce w świętokrzyskim (prawie 6 punktów), lubelskim i lubuskim. Największe spadki dotyczą mazowieckiego oraz podlaskiego (powyżej 3 punktów).

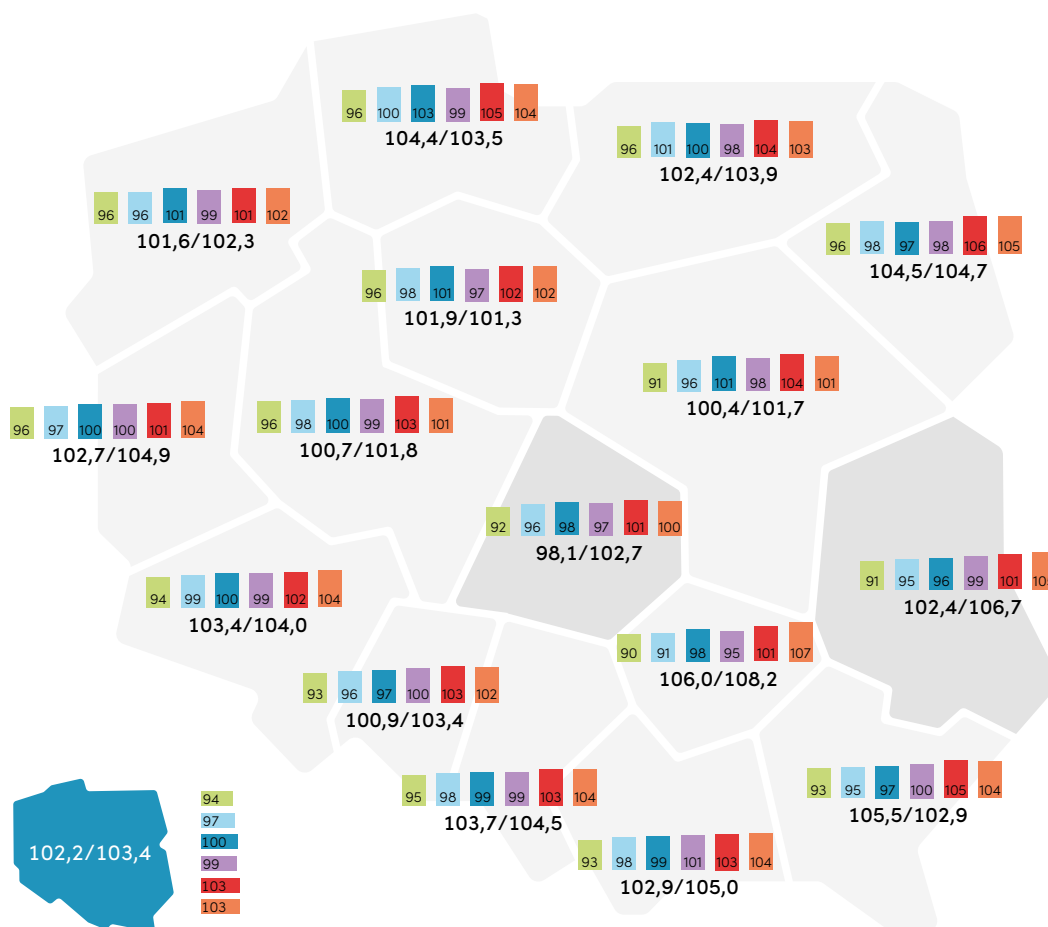
Najlepiej sytuację swoich firm w ostatnich 12 miesiącach, a także perspektywy na kolejny rok ocenili właściciele firm budowlanych. W tej branży ogólny wskaźnik sytuacji firm wyniósł dokładnie tyle samo co w ubiegłym roku – 106,1 punktu. W poprzednim badaniu jednak lepiej oceniano perspektywy, a gorzej ostatnie 12 miesięcy (tabela 18).

Branża handlowa zanotowała wzrost nastrojów o 0,6 punkt (średni wskaźnik w stosunku do roku 2017), ale mimo to osiągnęła ponownie najniższy wynik w rankingu branż.

W przypadku produkcji i usług wskaźniki są nadal bardzo wysokie, niemniej zanotowano spadek ogólnej oceny, zwłaszcza w produkcji.

Ocena według wielkości firmy

Wyniki badania pokazują, że najlepiej sytuację swoich firm oceniają właściciele firm średnich. Najniżej ostatnie 12 miesięcy ocenili przedstawiciele firm małych – tu jednak nastąpił wzrost ogólnego wskaźnika rok do roku. W przypadku firm mikro nastroje spadły w porównaniu do poprzedniego roku (tabela 19).



MAPA 18

Ocena sytuacji firmy

Indeks % w roku 2017:
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



TABELA 18

Ocena sytuacji firmy
według branży

	Ocena sytuacji firmy w roku 2018 – ostatnie 12 miesięcy	Ocena sytuacji firmy w roku 2018 – przyszłe 12 miesięcy	Średnia z indeksów w roku 2018	Średnia z indeksów w roku 2017	Różnica średniej z indeksów pomiędzy 2018 i 2017 rokiem
Polska	102,2	103,4	102,8	103,1	-0,3
Branża					
Produkcja	100,6	103,8	102,2	105,5	-3,3
Usługi	103,6	103,9	103,7	103,8	-0,1
Handel	98,7	101,9	100,3	99,7	0,6
Budownictwo	107,3	104,8	106,1	106,1	0,0

TABELA 19

Ocena sytuacji firmy
według wielkości firmy

	Ocena sytuacji firmy w roku 2018 – ostatnie 12 miesięcy	Ocena sytuacji firmy w roku 2018 – przyszłe 12 miesięcy	Średnia z indeksów w roku 2018	Średnia z indeksów w roku 2017	Różnica średniej z indeksów pomiędzy 2018 i 2017 rokiem
Wielkość firmy					
Mikro	102,2	103,5	102,8	103,2	-0,4
Małe	101,7	101,3	101,5	100,1	1,4
Średnie	104,3	104,4	104,4	nd	nd

3. Sytuacja finansowa mikro, małych i średnich firm

W podrozdziale 3 omówione zostały wyniki badania odnoszące się do trzech pytań związanych z sytuacją finansową: 1. oceny przychodów firmy, 2. oceny wyniku finansowego firmy (zysk lub strata) oraz 3. długości oczekiwania na zapłatę za sprzedane towary/usługi.

Ocena przychodów

Ocena przychodów osiągnęła najwyższy poziom w ciągu dotychczasowych 9 lat badań, a średni wskaźnik dla tego obszaru wyniósł 102,5 punktu. Tak wysoka ocena wynika jednak wyłącznie z rekordowo dobrze

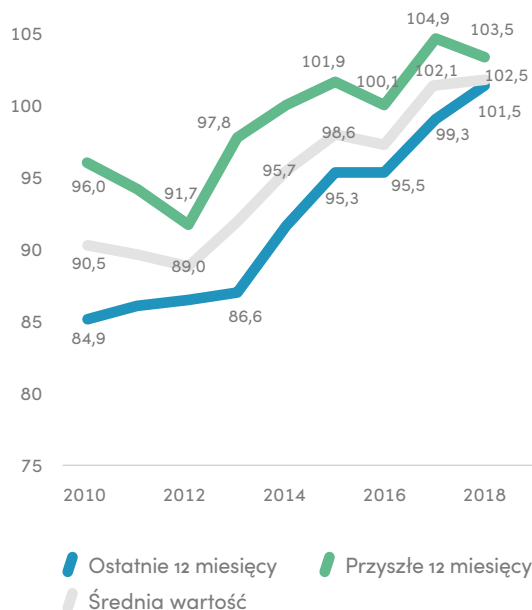
ocenionych ostatnich 12 miesięcy. W 2018 indeks dla okresu -12 miesięcy po raz pierwszy w historii badań przekroczył poziom 100 punktów (niebieska linia na wykresie 40). Ocena prognoz na kolejny rok jest także wysoka, ale spadła o 1,4 punktu (zielona linia). Wykres dla przychodów przypomina opisywany poprzednio wykres dla oceny sytuacji firmy, czyli bardzo dobre wyniki z pewną ostrożnością jeżeli chodzi o prognozy na kolejny rok.

Bardzo dobrze przychody swoich firm ocenili właściciele firm działających na rynkach międzynarodowych. Ponownie była ona wyższa od średniej dla wszystkich, przy czym w stosunku do 2017 r. odnotowano spadek wskaźnika, podczas gdy w całej próbie miała miejsce poprawa (wykres 41).



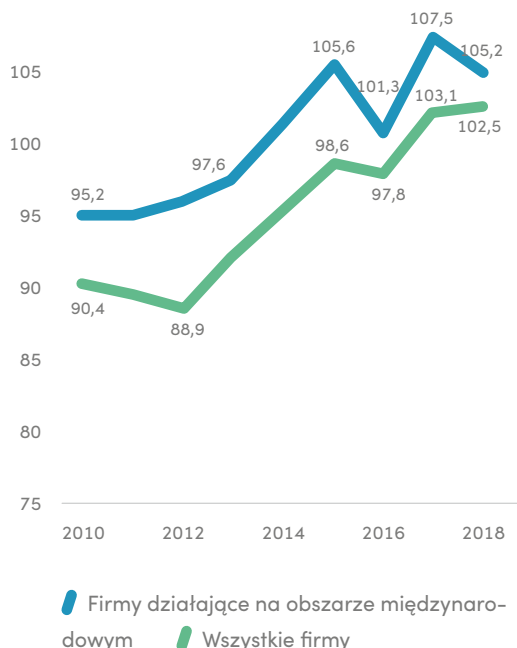
WYKRES 40

Ocena przychodów firmy w latach 2010–2018



WYKRES 41

Średnia ocena przychodów firmy w latach 2010–2018 dla wszystkich badanych firm oraz dla firm działających na obszarze międzynarodowym



Aż w 12 województwach ocena przychodów firmy w okresie ostatnich 12 miesięcy była wyższa od wskaźnika neutralnego 100 punktów. Wyjątkiem były mazowieckie, łódzkie, zachodniopomorskie i opolskie.

Rekordzistą tej edycji jest małopolskie ze wskaźnikiem -12 miesięcy na poziomie 105,6 punktu. Bardzo dobre oceny notowano również w świętokrzyskim i na Pomorzu (mapa 19). Perspektywy oceniono pozytywnie we wszystkich regionach, najlepiej w świętokrzyskim, lubelskim, małopolskim i podlaskim. Najniżej w opolskim i mazowieckim.

Spadki ogólnego wskaźnika rok do roku miały miejsce w przypadku sześciu regionów, największe dla opolskiego i mazowieckiego.

Wśród branż najlepiej w ostatnich 12 miesiącach odczuły wzrost przychodów firmy budowlane

(tabela 20). Najniższe wskaźniki (poniżej 100 punktów) wśród branż odnotowała ponownie branża handlowa, jednak zwraca uwagę polepszenie sytuacji – ogólny wskaźnik dla tej branży wzrósł o 2,1 punktu w porównaniu z badaniem z poprzedniego roku. Jediną branżą, która ma niższe ogólne wyniki wskaźnika rok do roku była produkcja. Mimo to wyniki są dobre, bo powyżej 100 punktów, a perspektywy najlepsze wśród branż.

Ocena według wielkości firmy

Wszystkie wskaźniki w podziale na wielkość firm należy ocenić pozytywnie, ponieważ przekroczyły 100 punktów. Najlepiej swoje przychody w ostatnich 12 miesiącach oceniły firmy średnie, a najstabiliej firmy mikro. Prognozy najlepiej widzą przedstawiciele firm średnich, a stosunkowo najstabiliej firm małych (tabela 21).



MAPA 19

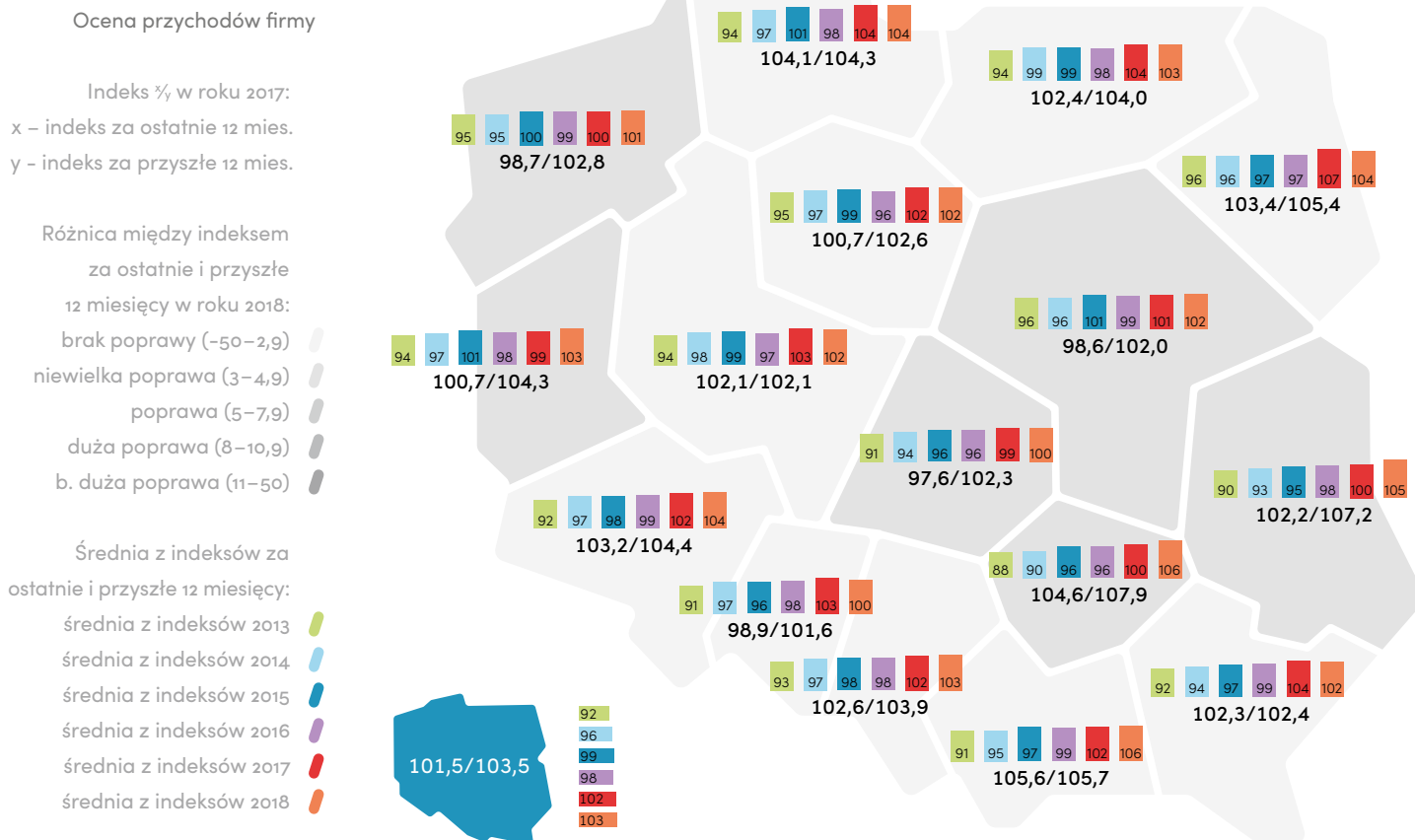


TABELA 20

Ocena przychodów firmy według branży

	Ocena przychodów firmy w roku 2018 – ostatnie 12 miesięcy	Ocena przychodów firmy w roku 2018 – przyszłe 12 miesięcy	Średnia z indeksów w roku 2018	Średnia z indeksów w roku 2017	Różnica średniej z indeksów pomiędzy 2018 i 2017 rokiem
Polska	101,5	103,5	102,5	102,1	0,4
Branża					
Produkcja	100,9	104,6	102,7	103,7	-1,0
Usługi	102,8	103,9	103,4	103,4	0,0
Handel	98,6	102,4	100,5	98,7	1,8
Budownictwo	104,8	104,1	104,5	104,2	0,3



Wielkość firmy	Ocena przychodów firmy w roku 2018 – ostatnie 12 miesięcy	Ocena przychodów firmy w roku 2018 – przyszłe 12 miesięcy	Średnia z indeksów w roku 2018	Średnia z indeksów w roku 2017	Różnica średniej z indeksów pomiędzy 2018 i 2017 rokiem
Mikro	101,4	103,6	102,5	102,1	0,4
Małe	104,0	103,1	103,6	102,7	0,9
Średnie	104,9	105,4	105,1	nd	nd

TABELA 21

Ocena przychodów firmy według wielkości firmy

Wynik finansowy

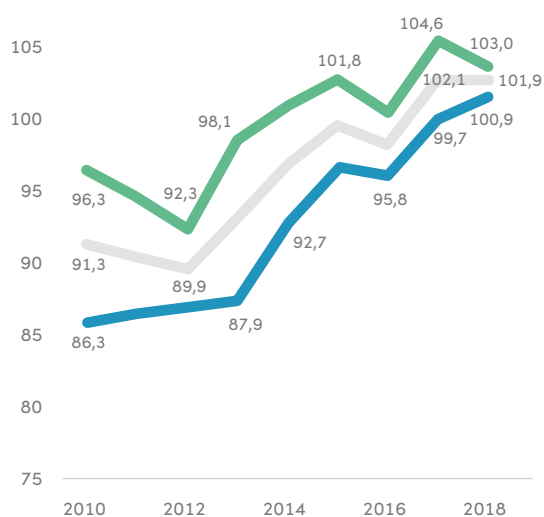
Jak widać jednak na wykresie 42 rok 2018 był najlepszym jak do tej pory z dziewięciu lat badań jeżeli chodzi o zyski firm, ponieważ po raz pierwszy w historii badań wskaźnik oceny wyniku finansowego za poprzednie 12 miesięcy (niebieska linia) przekroczył 100 punktów.

Prognozy są nadal wysokie (zielona linia), są one jednak nieco niższe niż w badaniu z 2017. Efektem tego ogólny wskaźnik (szara linia) obniżył się w porównaniu do ubiegłego roku.

Obniżył się również ogólny wskaźnik oceny wyniku finansowego w przypadku firm działających na

WYKRES 42

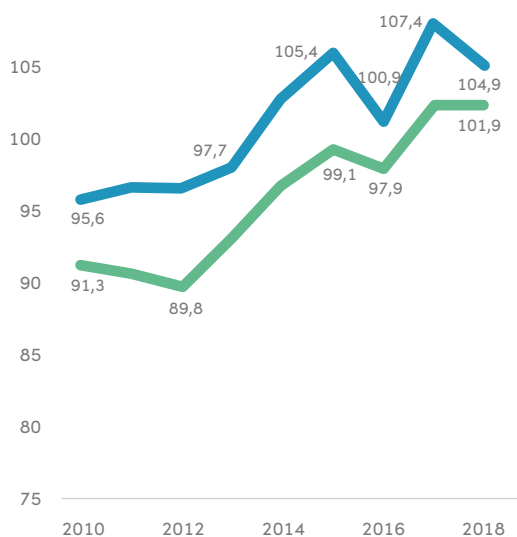
Ocena wyniku finansowego firmy w latach 2010–2018



● Ostatnie 12 miesięcy ● Przyszłe 12 miesięcy
● Średnia wartość

WYKRES 43

Średnia ocena wyniku finansowego firmy w latach 2010–2018 dla wszystkich badanych firm oraz dla firm działających na obszarze międzynarodowym



● Firmy działające na obszarze międzynarodowym ● Wszystkie firmy



obszarze międzynarodowym. Ocena zysków firm działających na rynkach zagranicznych jest jednak tradycyjnie wyższa niż firm działających wyłącznie w kraju (wykres 43).

W większości województw wynik finansowy w ostatnich 12 miesiącach oceniony został powyżej 100 punktów. Wyjątkiem były łódzkie, wielkopolskie, mazowieckie i opolskie. Perspektywy na kolejne 12 miesięcy zostały ocenione jeszcze lepiej – najniższy wskaźnik w wielkopolskim wyniósł 101,1 punktu, a więc i tu była przewaga optymistów. Jeżeli chodzi o wynik finansowy najbardziej optymistycznie nastawieni na 2019 r. są właściciele firm ze świętokrzyskiego oraz lubelskiego.

Pomimo tych optymistycznych danych warto zwrócić uwagę, że w przypadku 8 regionów ogólny wskaźnik dla wyniku finansowego obniżył się rok do roku;

w przypadku mazowieckiego najbardziej, bo blisko 3 punkty.

Podobnie jak w przychodach, najlepsze wyniki jeżeli chodzi o wskaźniki dla wyniku finansowego odnotowano dla branży budowlanej, choć ogólny wskaźnik rok do roku nieznacznie spadł (tabela 22). Najbardziej obniżył się ogólny wskaźnik dla produkcji. Handel ma ponownie najniższe odczyty, jednak jako jedyna branża zanotował wzrost ogólnego wskaźnika rok do roku.

Ocena według wielkości firmy

Podobnie jak w przypadku przychodów, wynik finansowy w ostatnich 12 miesiącach oraz prognozy najlepiej oceniły firmy średnie (tabela 23). Najniżej swoje zyski ocenili właściciele firm małych. Wszystkie

MAPA 20

Ocena wyniku finansowego firmy

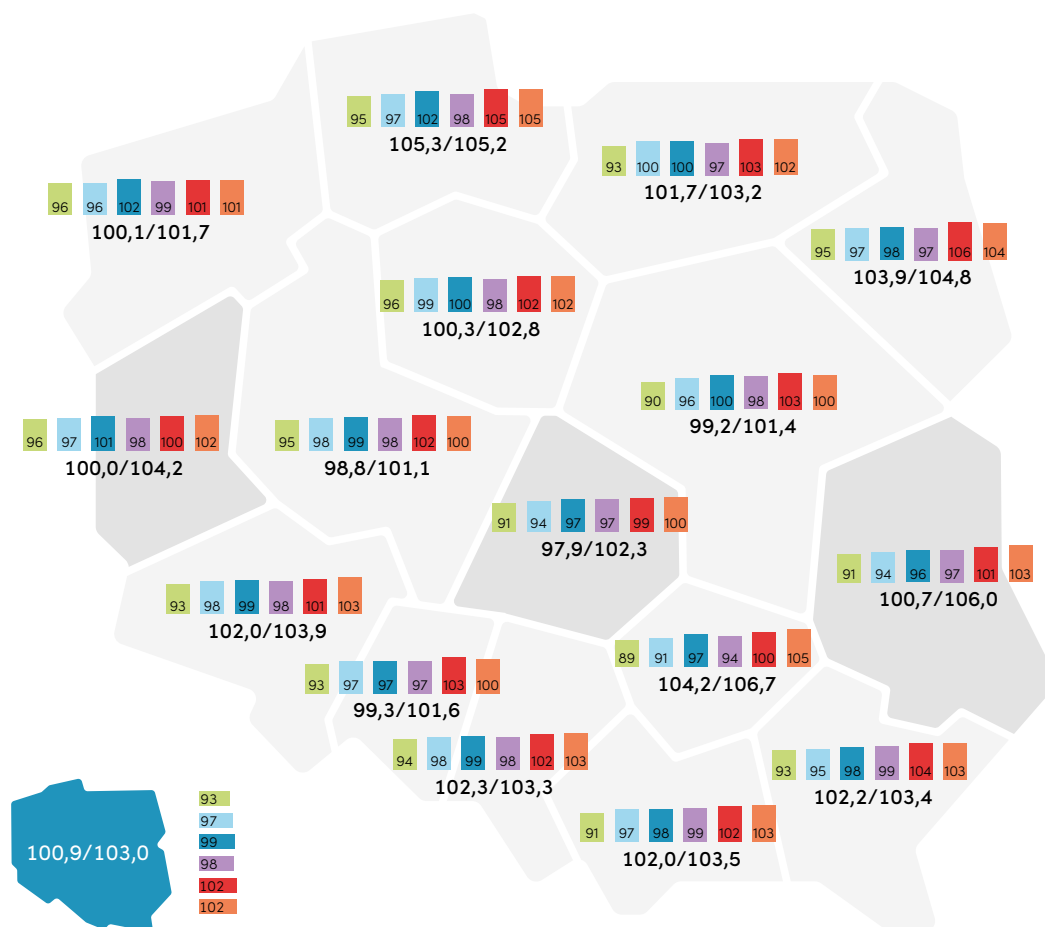
Indeks %, w roku 2017:
x – indeks za ostatnie 12 mies.
y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018





	Ocena wyniku finansowego firmy w roku 2018 – ostatnie 12 miesięcy	Ocena wyniku finansowego firmy w roku 2018 – przyszłe 12 miesięcy	Średnia z indeksów w roku 2018	Średnia z indeksów w roku 2017	Różnica średniej z indeksów pomiędzy 2018 i 2017 rokiem
Polska	100,9	103,0	101,9	102,1	-0,2
Branża					
Produkcja	99,5	103,5	101,5	103,4	-1,9
Usługi	102,3	103,3	102,8	102,9	-0,1
Handel	98,2	101,7	99,9	99,4	0,5
Budownictwo	104,1	104,5	104,3	104,8	-0,5

TABELA 22

Ocena wyniku finansowego firmy według branży

	Ocena wyniku finansowego firmy w roku 2018 – ostatnie 12 miesięcy	Ocena wyniku finansowego firmy w roku 2018 – przyszłe 12 miesięcy	Średnia z indeksów w roku 2018	Średnia z indeksów w roku 2017	Różnica średniej z indeksów pomiędzy 2018 i 2017 rokiem
Wielkość firmy					
Mikro	100,9	103,0	102,0	102,2	-0,2
Małe	100,7	101,2	101,0	101,3	-0,3
Średnie	103,6	103,3	103,5	nd	nd

TABELA 23

Ocena wyniku finansowego firmy według wielkości firmy

wskaźniki są powyżej 100 punktów, więc w każdej grupie przewagę mają optymiści.

W przypadku firm mikro i małych zwraca uwagę spadek (minimalny) ogólnego wskaźnika rok do roku. W przypadku przychodów podobny wskaźnik wzrósł.

Przychody vs wynik finansowy

W latach 2010–2015 ogólny wskaźnik dla przychodów był za każdym razem niższy od ogólnego wskaźnika dla wyniku finansowego. Oznaczało to, że bez względu na to czy ocena przychodów rosła, czy spadała firmy potrafiły generować zyski (np. dzięki odpowiedniej polityce kosztowej). W latach 2016–2017

oba indeksy były niemal na tym samym poziomie, co oznacza, że dynamika wzrostu przychodów i wyniku finansowego była podobna. W tym roku badawczym po raz pierwszy wskaźnik dla przychodów przewyższył (o 0,6 punktu) wskaźnik dla wyniku finansowego (wykres 44). Wysoki wzrost przychodów firm nie spowodował równie dużego wzrostu zysków, co mogło wiązać się np. z kosztami firm związanymi z płacami oraz np. ze wzrostem cen materiałów budowlanych.

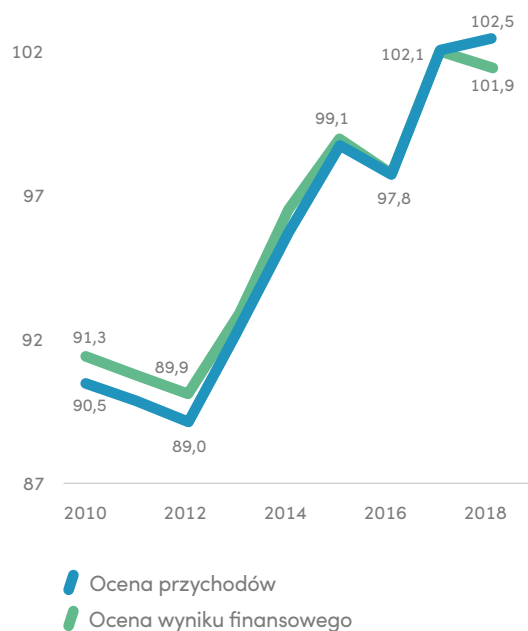
Oczekiwanie na zapłatę

Ostatnie z pytań zadawanych respondentom w bloku związanym z oceną sytuacji finansowej firm dotyczy długości oczekiwania na zapłatę za sprzedane towary i usługi.



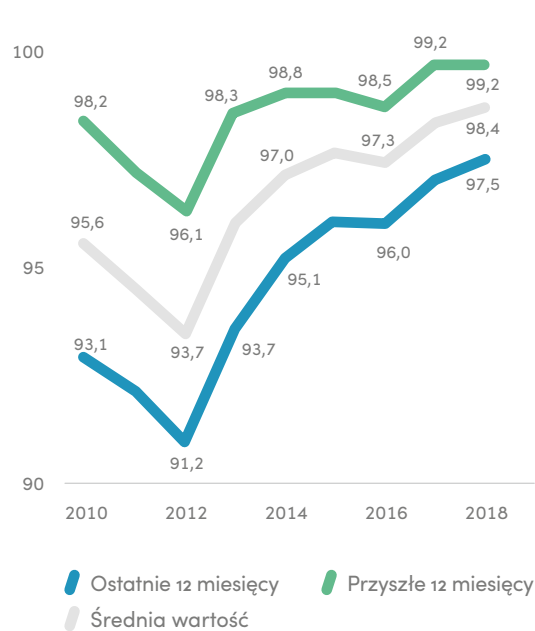
WYKRES 44

Ocena przychodów oraz ocena wyniku finansowego w latach 2010–2018



WYKRES 45

Ocena długości oczekiwania na zapłatę za sprzedane towary/usługi w latach 2010–2018



W 2018 po raz pierwszy jednocześnie ocena poprzednich 12 miesięcy wzrosła i osiągnęła rekordowy poziom 97,5 punktu, podczas gdy prognozy na kolejne 12 miesięcy są identyczne jak poprzednio. W wyniku tego średnia z tych dwóch indeksów, czyli ogólny wskaźnik dla tego obszaru wzrósł i wyniósł 98,4 punktu (wykres 45).

Długość oczekiwania na zapłatę nigdy jeszcze nie była oceniona przez firmy działające na obszarze międzynarodowym lepiej od średniej. Podobnie jest w tym roku badawczym – wskaźnik dla tych firm jest niższy o 1,5 punktu od średniej (wykres 46). Generalnie im większy zasięg działania firmy, tym niższa ocena długości oczekiwania na zapłatę.

Bardzo dobre wyniki w tym obszarze za ostatnie 12 miesięcy odnotowano dla województwa dolnośląskiego, w którym wskaźnik wyniósł 100 punktów (mapa 21). W pozostałych regionach wyniósł poniżej 100 punktów, najmniej w opolskim i łódzkim. Jeśli

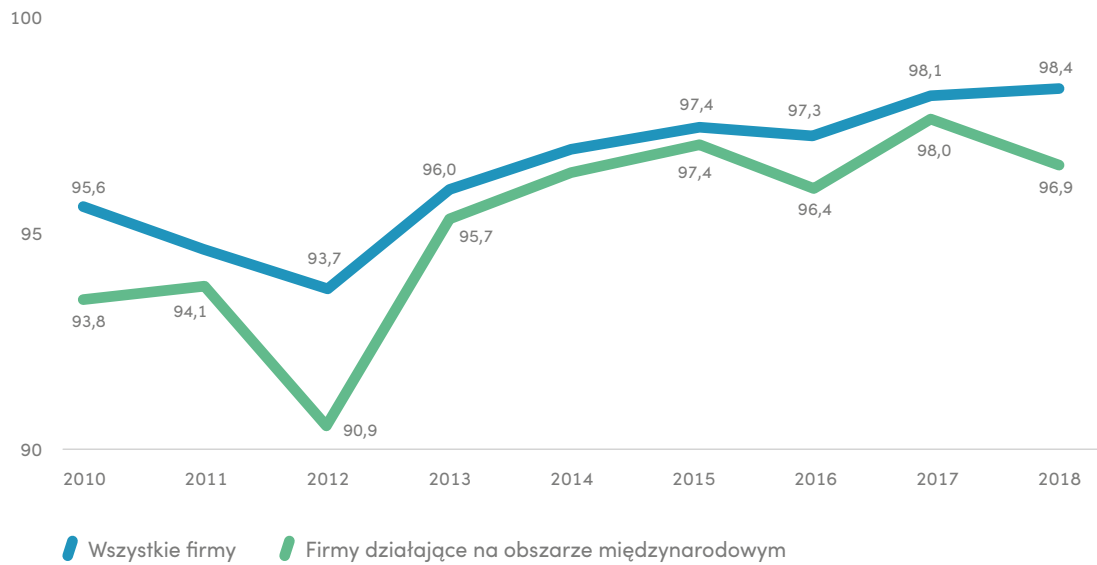
chodzi o prognozy, optymiści dominują w dolnośląskim, lubuskim i podlaskim.

W układzie branżowym odnotowano minimalny spadek średniego wskaźnika w produkcji.

Dla wszystkich branż wskaźnik za ostatnie 12 miesięcy wynosi poniżej 100 punktów, czyli przedsiębiorcy wszystkich branż są dość sceptycznie nastawieni jeżeli chodzi o polepszenie sytuacji jeśli chodzi o okres oczekiwania na zapłatę (najniższa ocena miała miejsce w budownictwie). Wskaźniki +12 miesięcy są jednak wyższe, a więc firmy oczekują, że sytuacja polepszy się jeśli chodzi o czas oczekiwania na zapłatę.

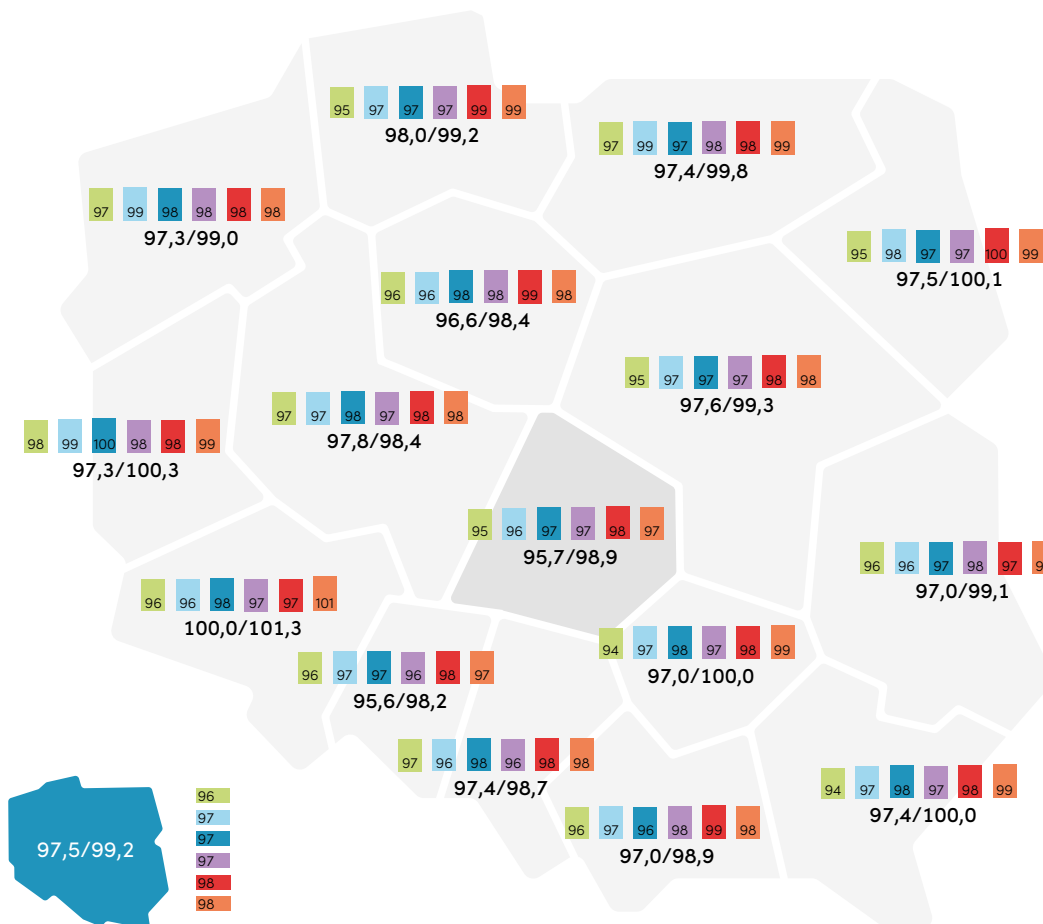
Ocena według wielkości firm

Najmniejsze problemy jeżeli chodzi o długość oczekiwania na zapłatę miały firmy średnie, a największe firmy małe. W przypadku tych ostatnich ogólny



WYKRES 46

Średnia ocena długości oczekiwania na zapłatę za sprzedane towary/ usługi w latach 2010–2018 dla wszystkich badanych firm oraz dla firm działających na obszarze międzynarodowym



MAPA 21

Ocena długości oczekiwania na zapłatę za sprzedane towary/ usługi

Indeks % w roku 2017:
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



TABELA 24

Ocena długości oczekiwania na zapłatę za sprzedane towary/usługi według branży

	Ocena długości oczekiwania na zapłatę w roku 2018 – ostatnie 12 miesięcy	Ocena długości oczekiwania na zapłatę w roku 2018 – przyszłe 12 miesięcy	Średnia z indeksów w roku 2018	Średnia z indeksów w roku 2017	Różnica średniej z indeksów pomiędzy 2018 i 2017 rokiem
Polska	97,5	99,2	98,4	98,1	0,3
Branża					
Produkcja	97,5	98,2	97,8	97,9	-0,1
Usługi	97,5	99,2	98,3	98,0	0,3
Handel	97,9	99,8	98,9	98,8	0,1
Budownictwo	96,4	99,2	97,8	97,5	0,3

TABELA 25

Ocena długości oczekiwania na zapłatę za sprzedane towary/usługi według wielkości firmy

	Ocena długości oczekiwania na zapłatę w roku 2018 – ostatnie 12 miesięcy	Ocena długości oczekiwania na zapłatę w roku 2018 – przyszłe 12 miesięcy	Średnia z indeksów w roku 2018	Średnia z indeksów w roku 2017	Różnica średniej z indeksów pomiędzy 2018 i 2017 rokiem
Wielkość firmy					
Mikro	97,5	99,3	98,4	98,2	0,2
Małe	95,8	98,2	97,0	95,3	1,7
Średnie	98,4	99,3	98,9	nd	nd

wskaźnik jednak wzrósł jednak wyraźnie wobec poprzedniego roku.

Kolejny rok z rzędu poprawa na rynku pracy i rekordowo niska stopa bezrobocia wpłynęła na wyniki badania.

4. Zatrudnienie w mikro, małych i średnich firmach

Zatrudnienie jest co roku jednym z najwyższej ocenianych obszarów wchodzących w skład Ogólnego Wskaźnika Koniunktury.

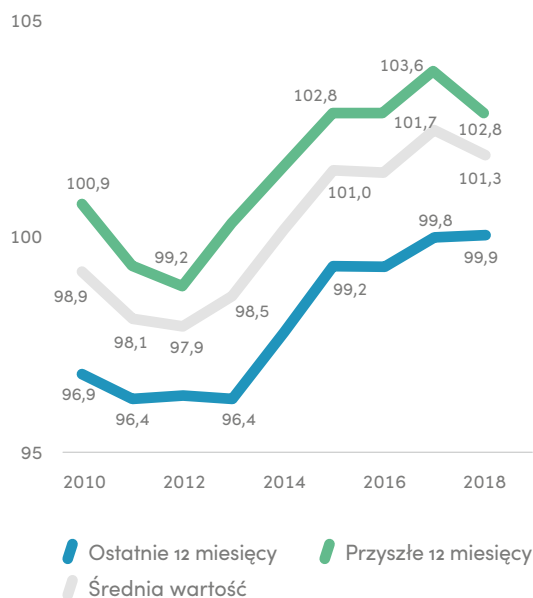
W 2018 ocena zatrudnienia w ostatnich 12 miesiącach osiągnęła rekordowy poziom 99,9 punktu (niebieska linia na wykresie 47), co oznacza, że chęć do zatrudnienia w 2018 w sektorze mikro i małych firm była najwyższa w historii dziewięciu lat badań.

Mimo tego, ogólny wskaźnik spadł rok do roku do 101,3 punktu (szara linia), a to za sprawą obniżenia wskaźnika na kolejne 12 miesięcy (zielona linia). Przedsiębiorcy są nadal optymistyczni jeżeli chodzi



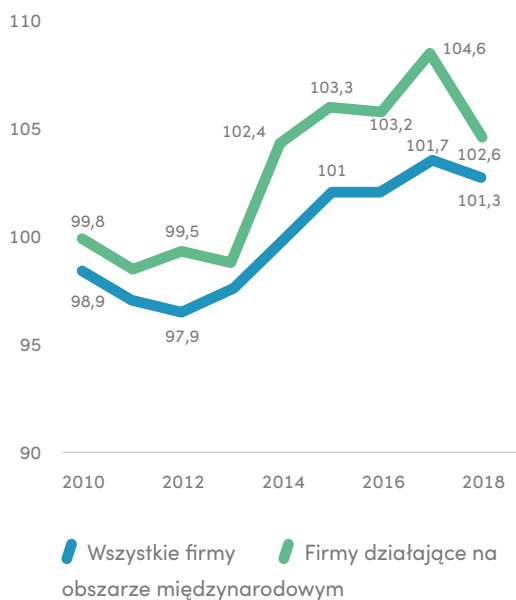
WYKRES 47

Ocena zatrudnienia w firmie w latach 2010–2018



WYKRES 48

Średnia ocena zatrudnienia w latach 2010–2018 dla wszystkich badanych firm oraz dla firm działających na obszarze międzynarodowym



	Ocena zatrudnienia w roku 2018 – ostatnie 12 miesięcy	Ocena zatrudnienia w roku 2018 – przyszłe 12 miesięcy	Średnia z indeksów w roku 2018	Średnia z indeksów w roku 2017	Różnica średniej z indeksów pomiędzy 2018 i 2017 rokiem
Polska	99,9	102,8	101,3	101,7	-0,4
Branża					
Produkcja	100,8	103,7	102,3	103,0	-0,7
Usługi	100,1	102,8	101,4	101,6	-0,2
Handel	99,4	101,9	100,6	101,1	-0,5
Budownictwo	99,0	104,1	101,6	102,4	-0,8

TABELA 26

Ocena zatrudnienia w firmie według branży

o zwiększenie zatrudnienia (wynik powyżej 100 oznacza, że statystycznie częściej chcą zatrudniać niż utrzymać, bądź redukować zatrudnienie), jednak optymizm w tym zakresie nieco spadł w porównaniu do ubiegłorocznego badania.

Za każdym razem wskaźniki zatrudnienia dla firm działających na rynku międzynarodowym są wyższe od średniej dla wszystkich firm. W 2018 roku wskaźnik dla firm działających za granicą obniżył się jednak o 2 punkty (wykres 48).



TABELA 27

Ocena zatrudnienia w firmie według wielkości firmy

Wielkość firmy	Ocena zatrudnienia w roku 2018 – ostatnie 12 miesięcy	Ocena zatrudnienia w roku 2018 – przyszłe 12 miesięcy	Średnia z indeksów w roku 2018	Średnia z indeksów w roku 2017	Różnica średniej z indeksów pomiędzy 2018 i 2017 rokiem
Mikro	99,8	102,9	101,3	101,7	-0,4
Małe	102,1	99,9	101,0	103,2	-2,2
Średnie	105,9	103,4	104,6	nd	nd

W tabeli 26 widać, że w ostatnich 12 miesiącach najczęściej zatrudniały firmy z branży produkcyjnej. Branża budowlana, która wykazywała najwyższe indeksy jeżeli chodzi o wynik finansowy, przychody i sytuację firmy ma najniższy wskaźnik oceny zatrudnienia za ostatni rok spośród wszystkich branż, co

wiąże się najprawdopodobniej ze wzrostem kosztów płac w sektorze i trudnością z pozyskaniem pracowników. Ta branża jest jednak najbardziej optymistyczna jeśli chodzi o perspektywę zatrudnienia, co potwierdza, że firmy budowlane nadal potrzebują pracowników żeby zrealizować kontrakty i zamówienia.

MAPA 22

Ocena zatrudnienia w firmie

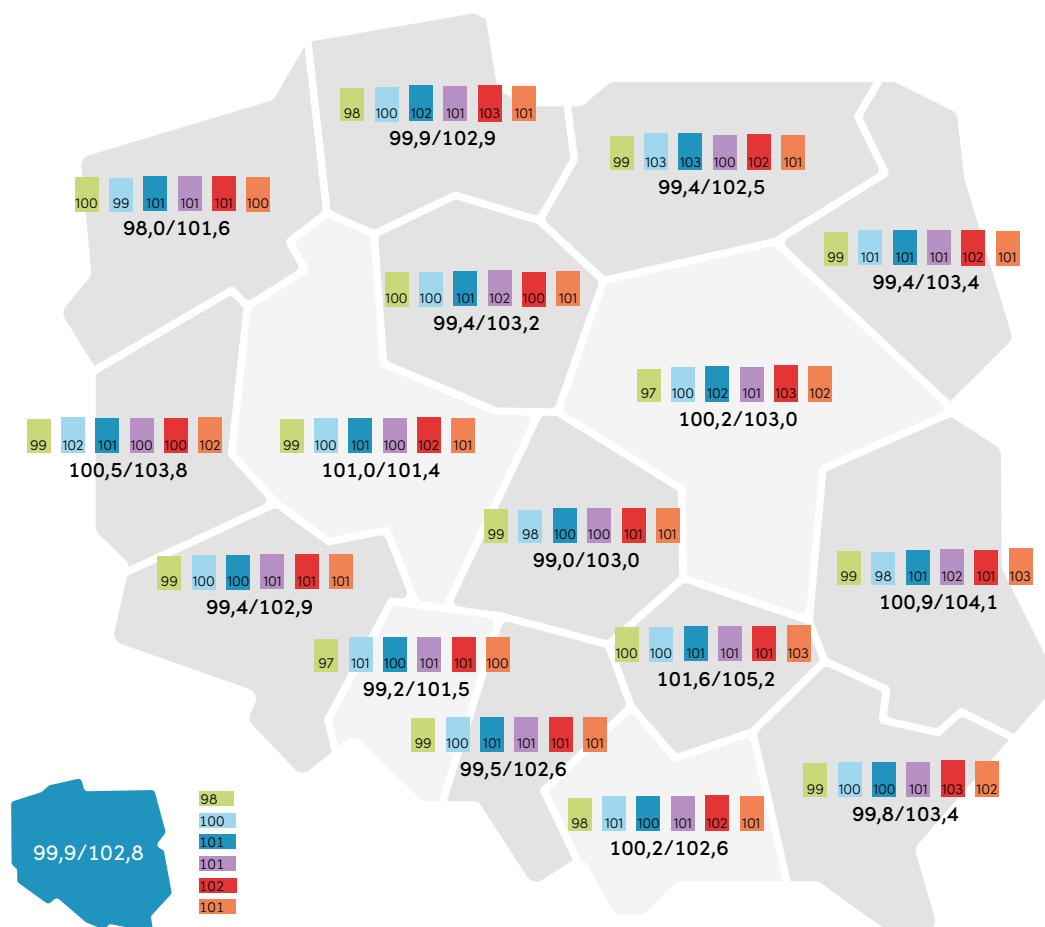
Indeks %, w roku 2017:
x – indeks za ostatnie 12 mies.
y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018

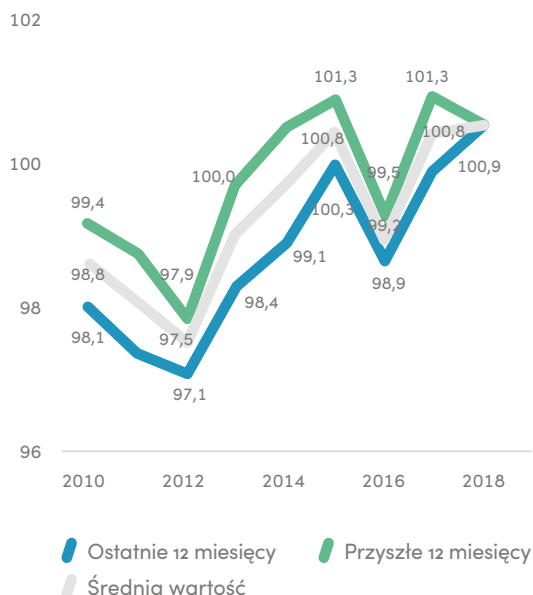




Ocena według wielkości firm

Bardzo dobrze pod kątem zatrudnienia oceniły ostatnie 12 miesięcy firmy średnie. Wskaźnik za ostatnie 12 miesięcy dla tej grupy był bardzo wysoki i wyniósł prawie 106 punktów. Wzrost zatrudnienia w ostatnich miesiącach zaszygnowali też właściciele małych firm – tu wskaźnik wyniósł ponad 102 punkty. Z kolei perspektywy najlepiej widzą firmy średnie i mikro, natomiast małe firmy nie planują zwiększenia zatrudnienia.

Najwyższe wskaźniki zatrudnienia w ostatnich 12 miesiącach odnotowano w woj. świętokrzyskim i wielkopolskim. We wszystkich regionach wskaźnik prognoz wynosi ponad 100 punktów co świadczy o tym, że firmy planują zwiększenie zatrudnienia (mapa 22).



WYKRES 49

Ocena dostępności zewnętrznego finansowania w latach 2010–2018

5. Dostępność zewnętrznego finansowania dla mikro, małych i średnich firm

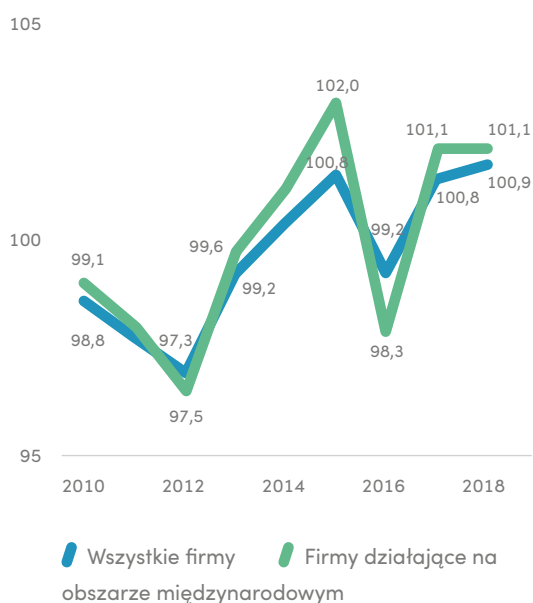
Ostatnim obszarem wchodzącym w skład Ogólnego Wskaźnika Koniunktury Mikro i Małych Firm jest dostępność zewnętrznego finansowania. W ankiecie stosowanej w badaniu wymienione są przykładowe źródła finansowania zewnętrznego, które są odczytywane respondentom – kredyt, leasing oraz środki unijne. Oprócz oceny dostępności finansowania zewnętrznego, właściciele mikro i małych firm są pytani o źródła finansowania działalności bieżącej, a w przypadku finansowania firmy wyłącznie ze środków własnych – o przyczyny niekorzystania ze środków zewnętrznych.

Po raz pierwszy wskaźnik prognoz zachował się inaczej niż wskaźnik za poprzednie 12 miesięcy – obniżył się i wyniósł niemal dokładnie tyle samo co wskaźnik za ostatnie 12 miesięcy.

Ostatecznie ogólny wskaźnik (szara linia) znalazł się na rekordowym poziomie w historii badań – 100,9 punktu. Ocena dostępności do zewnętrznych źródeł

Ocena dostępności finansowania zewnętrznego

W obecnym badaniu ocena dostępności zewnętrznego finansowania w ostatnich 12 miesiącach osiągnęła najwyższy dotąd poziom – indeks wyniósł 100,9 punktu (niebieska linia na wykresie 49).



WYKRES 50






Średnia ocena dostępności zewnętrznego finansowania w latach 2010–2018 dla wszystkich badanych firm oraz dla firm działających na obszarze międzynarodowym









MAPA 23

Ocena dostępności zewnętrz-
nego finansowania

Indeks % w roku 2017:
x – indeks za ostatnie 12 mies.
y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe
12 miesięcy w roku 2018:
brak poprawy (-50-2,9) 
niewielka poprawa (3-4,9) 
poprawa (5-7,9) 
duża poprawa (8-10,9) 
b. duża poprawa (11-50) 

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

średnia z indeksów 2013 
średnia z indeksów 2014 
średnia z indeksów 2015 
średnia z indeksów 2016 
średnia z indeksów 2017 
średnia z indeksów 2018 

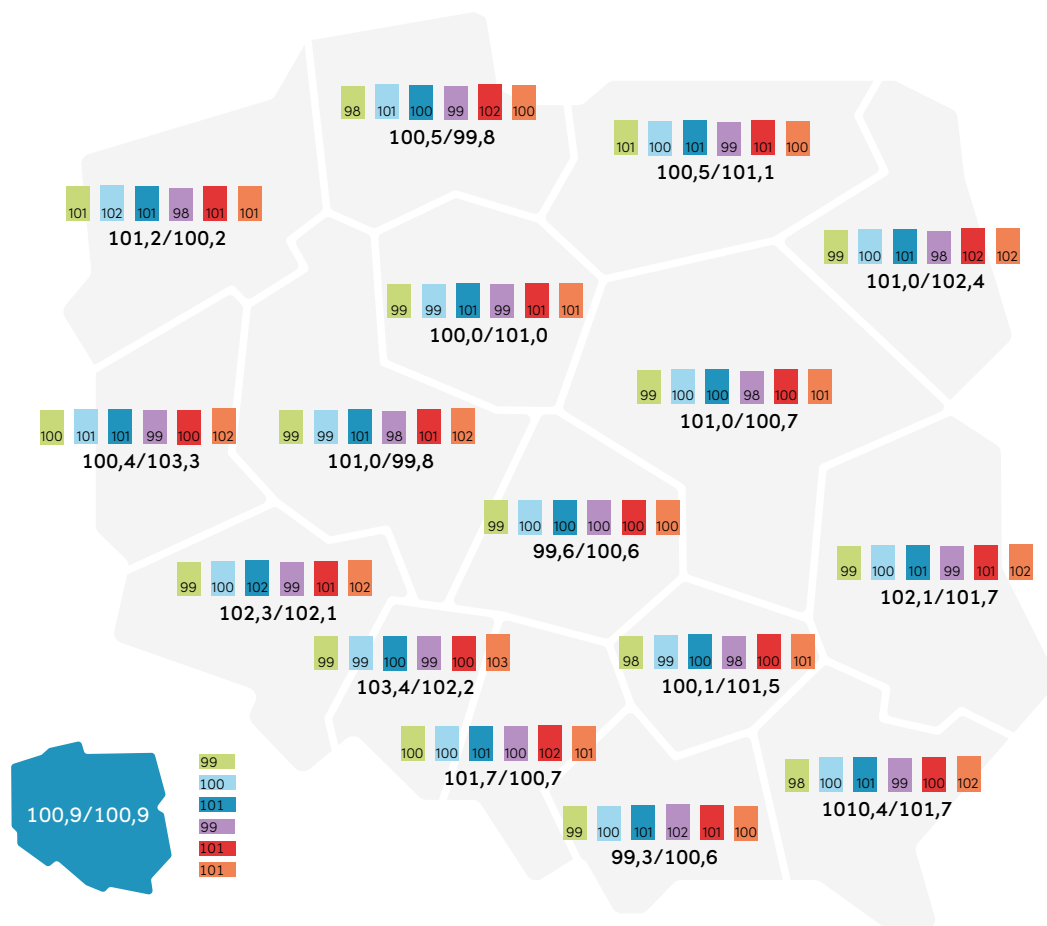


TABELA 28

Ocena dostępności
zewnętrznego finansowa-
nia dla firmy według
branży

	Ocena dostępności zewnętrznego finansowania w roku 2018 – ostatnie 12 miesięcy	Ocena dostępności zewnętrznego finansowania w roku 2018 – przyszłe 12 miesięcy	Średnia z indeksów w roku 2018	Średnia z indeksów w roku 2017	Różnica średniej z indeksów
Polska	100,9	100,9	100,9	100,8	0,1
Branża					
Produkcja	101,8	100,7	101,2	100,8	0,4
Usługi	101,1	100,7	100,9	100,6	0,3
Handel	100,3	100,9	100,6	100,5	0,1
Budownictwo	100,9	101,5	101,2	102,0	-0,8



	Ocena dostępności zewnętrznego finansowania w roku 2018 – ostatnie 12 miesięcy	Ocena dostępności zewnętrznego finansowania w roku 2018 – przyszłe 12 miesięcy	Średnia z indeksów w roku 2018	Średnia z indeksów w roku 2017	Różnica średniej z indeksów
Wielkość firmy					
Mikro	99,8	102,9	101,3	100,8	0,5
Małe	102,1	99,9	101,0	100,2	0,8
Średnie	105,9	103,4	104,6	nd	nd

TABELA 29

Ocena dostępności zewnętrznego finansowania dla firmy według wielkości firmy

finansowania jest zatem bardzo wysoka, a zgodnie z oczekiwaniami sytuacja ma być względnie stabilna.

W przypadku firm działających na rynkach międzynarodowych ocena dostępności do finansowania była w 2018 roku bardzo zbliżona do średniej dla wszystkich firm (wykres 50). W przypadku firm o zasięgu ponad-krajowym w grę wchodzi także instrumenty finansowe związane z tzw. finansowaniem eksportu, o których piszemy w osobnym rozdziale.

Tylko dwa województwa miały w tym badaniu wskaźnik za poprzednie 12 miesięcy minimalnie poniżej 100 punktów (więcej niezadowolonych, niż zadowolonych) – łódzkie i małopolskie. Minimalnie poniżej 100 punktów oceniono perspektywy w pomorskim i wielkopolskim. W pozostałych regionach wskaźniki były wysokie, a największa poprawa rok do roku miała miejsce w opolskim i lubuskim.

Indeksy dla wszystkich branż są do siebie zbliżone. Ostatni rok najlepiej oceniły firmy z branży produkcyjnej, a perspektywy z branży budownictwa (tabela 28). Najniższe indeksy za ostatni rok odnotowano w handlu, a jedyną branżą, która uznała, że dostęp do finansowania jest gorszy niż w poprzednim badaniu, było budownictwo.

Ocena według wielkości firmy

Najwyższą ocenę dostępności do finansowania mają firmy średnie – dotyczy to zarówno ostatnich 12 miesięcy, jak i perspektyw na kolejne 12 miesięcy. W przypadku firm mikro najłagodniej oceniły one dostęp do finansowania w ostatnich 12 miesiącach. Perspektywy najmniej ocenili właściciele firm małych (tabela 29).

Wykorzystanie środków zewnętrznych w działalności

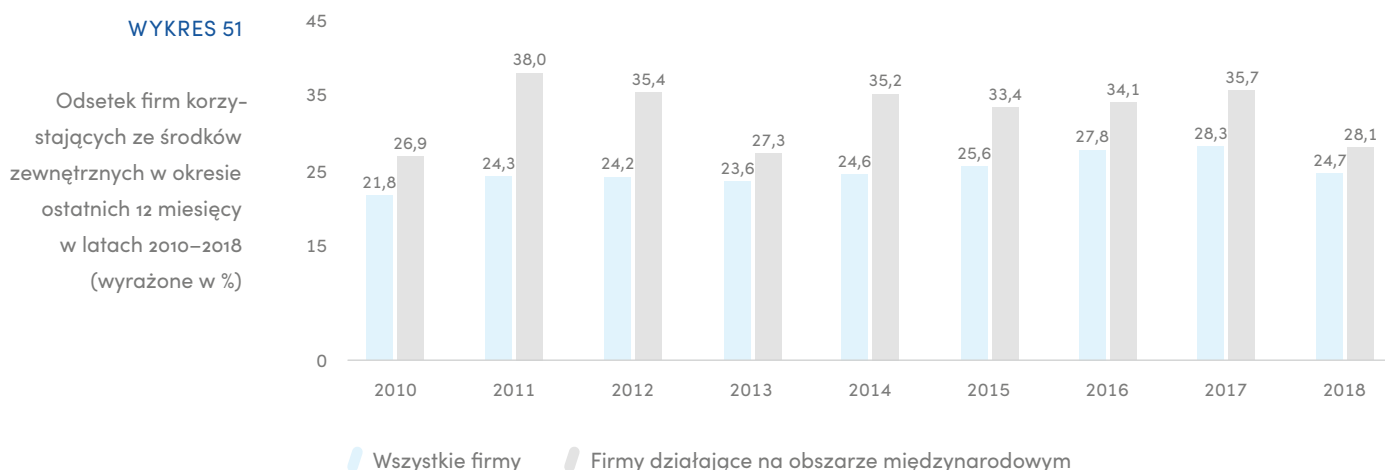
Najlepsza w historii badań ocena dostępności finansowania zewnętrznego oraz bardzo niskie stopy procentowe nie spowodowały jednak wzrostu odsetka firm korzystających ze środków zewnętrznych przy finansowaniu działalności gospodarczej (czyli w praktyce kredytu obrotowego). W tym badaniu odnotowano odsetek w wysokości 24,7%, co oznacza spadek o 3,6 p.p. rok do roku (niebieskie słupki na wykresie 51).

W przypadku firm działających na rynkach międzynarodowych korzystają one częściej z kredytu na działalność, co wiąże się z tzw. finansowaniem eksportu.

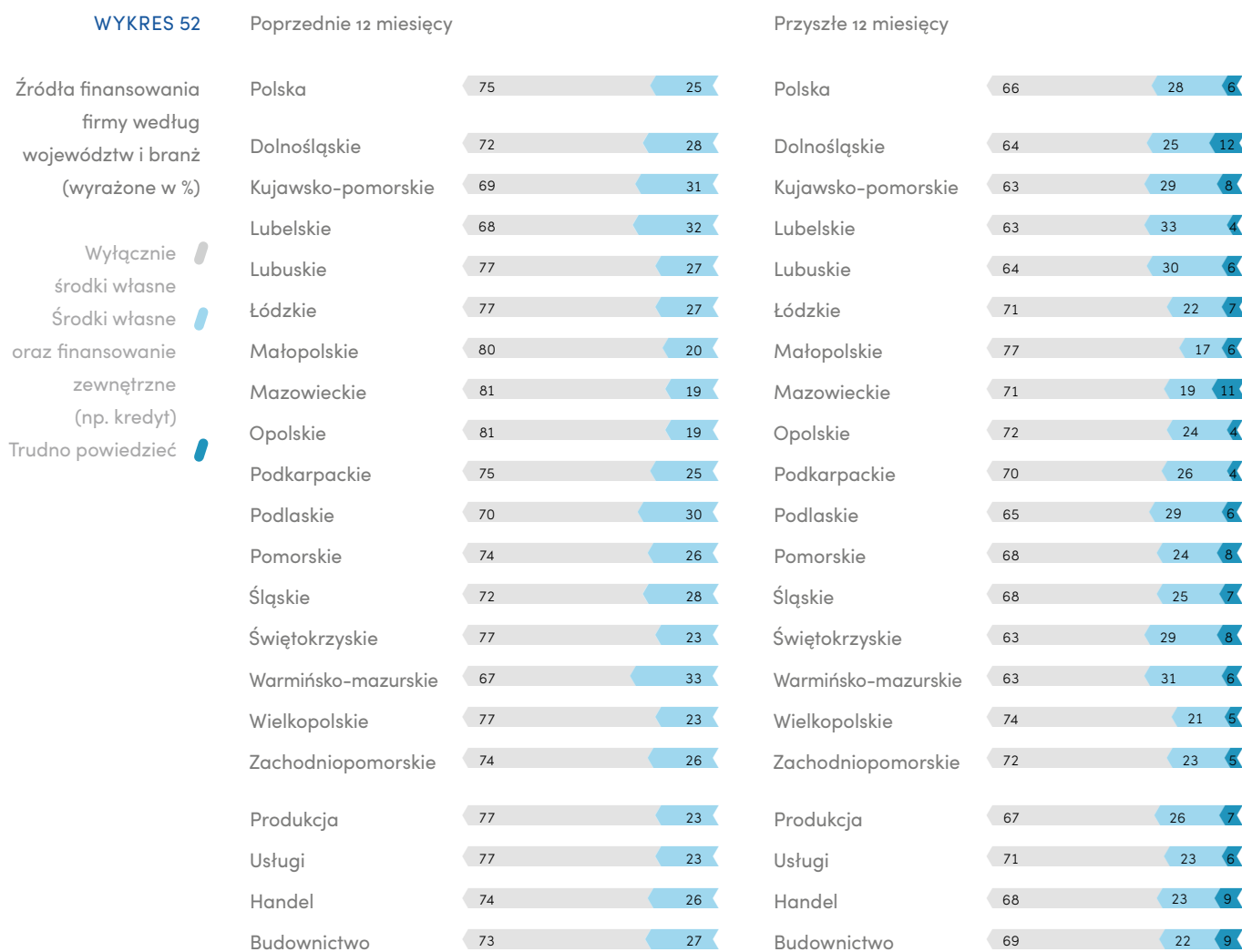
Najczęściej z finansowania zewnętrznego korzystały firmy z branży budowlanej. W ich przypadku odsetek zwiększył się rok do roku (wykres 52).



WYKRES 51

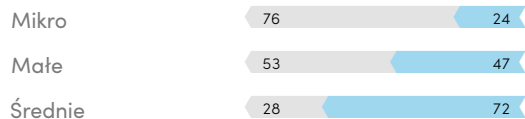


WYKRES 52

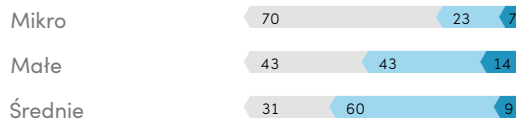




Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy



WYKRES 53

Źródła finansowania firmy według wielkości firmy (wyrażone w %)

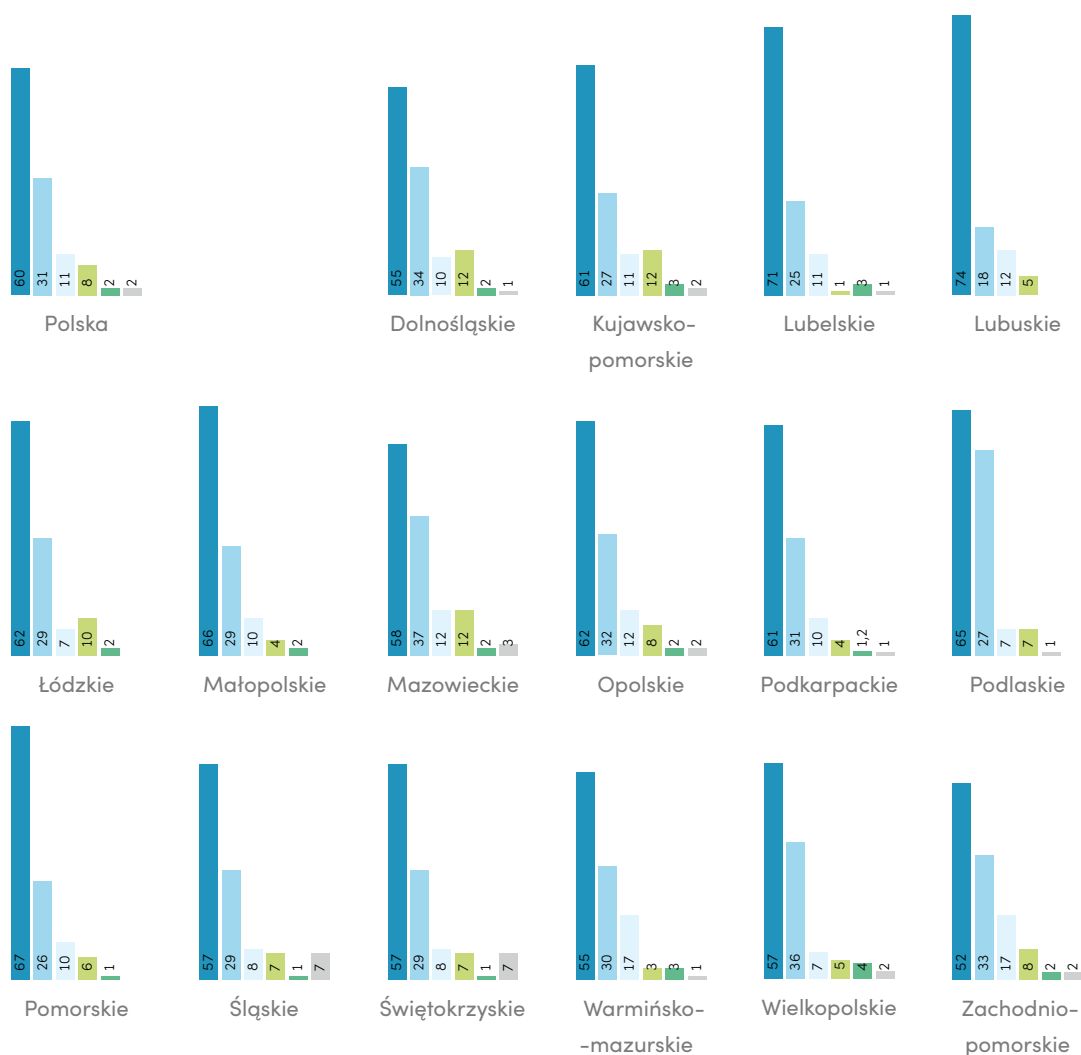
- Wyłącznie środki własne
- Środki własne oraz finansowanie zewnętrzne (np. kredyt)
- Trudno powiedzieć

Środki własne dominują w przypadku mikro firm. Odsetek małych firm korzystających z zewnętrznych środków wynosi blisko połowę (spadek rok do roku o 1 p.p.). W przypadku firm średnich zaledwie 28% mówi o korzystaniu wyłącznie z własnych środków.

zapytanych o przyczyny nie sięgania po finansowanie inne niż środki własne. Wyniki są zaprezentowane na wykresach 54 i 55. Ponieważ ankietowani mogli wybrać więcej niż jedną odpowiedź, wyniki nie sumują się do 100%.

75% przedsiębiorców, którzy w okresie ostatnich 12 miesięcy nie korzystali z finansowania zewnętrznego przy prowadzeniu swojego biznesu zostało

Struktura odpowiedzi jest zbliżona do tej z poprzedniego badania, ponieważ najczęściej firmy wskazują na brak potrzeby i niechęć do zadłużenia. Brak potrzeby



WYKRES 54

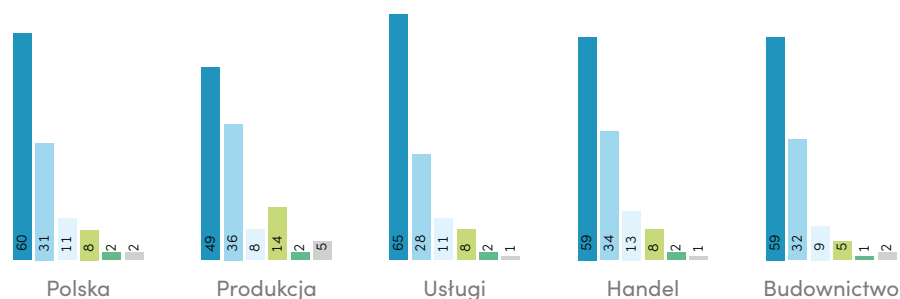
Przyczyny finansowania działalności bieżącej firmy wyłącznie ze środków własnych według województw i branż (wyrażone w %)

- Brak potrzeby
- Niechęć do zadłużenia
- Brak możliwości skorzystania z finansowania zewnętrznego (np. brak zdolności kredytowej)
- Tańszy koszt kapitału własnego w porównaniu z finansowaniem zewnętrznym
- Brak informacji na temat finansowania zewnętrznego
- Inne



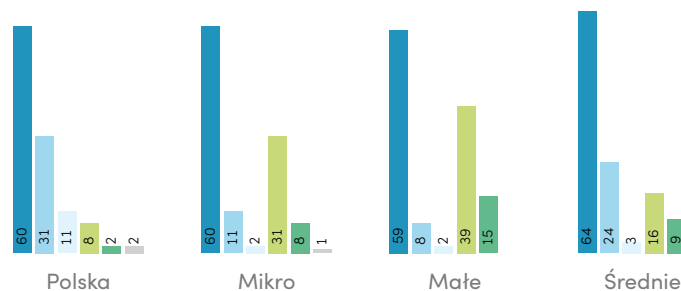
WYKRES 54

Przyczyny finansowania działalności bieżącej firmy wyłącznie ze środków własnych według województw i branż (wyrażone w %; legenda na stronie poprzedniej)



WYKRES 55

Przyczyny finansowania działalności bieżącej firmy wyłącznie ze środków własnych według wielkości firmy (wyrażone w %)



- Brak potrzeby
- Niechęć do zadłużenia
- Brak możliwości skorzystania z finansowania zewnętrznego (np. brak zdolności kredytowej)
- Tańszy koszt kapitału własnego w porównaniu z finansowaniem zewnętrznym
- Brak informacji na temat finansowania zewnętrznego
- Inne

wskazuje niemal dokładnie tyle samo firm, co w ubiegłym roku – 60% badanych, najrzadziej wskazuje na tę przyczynę branża produkcyjna. Rok do roku o 4 punkty procentowe zwiększył się odsetek firm wskazujących na niechęć do zadłużenia. Najczęściej o tym mówiły firmy produkcyjne i handlowe, najrzadziej usługowe. Nie zmienił się odsetek przedsiębiorstw wskazujących na brak możliwości korzystania z kredytu np. z powodu braku zdolności kredytowej. Więcej niż w ubiegłym roku (odsetek wzrósł o 1 pp) firm mówi o tańszym koszcie kapitału własnego, co może zaskakiwać w kontekście bardzo niskich stóp procentowych.

O niechęci do zadłużania mówią najczęściej firmy małe i mikro (wykres 55). W tych dwóch grupach wyższe są odsetki firm wskazujących na brak możliwości skorzystania z zewnętrznych źródeł. Ta przyczyna jest bez większego znaczenia dla firm średnich (3%).

6. Inwestycje firm

Odsetek inwestujących mikro i małych firm w ostatnich 12 miesiącach, obniżył się w porównaniu do ubiegłego roku (niebieskie słupki na wykresie 56). Warto zwrócić uwagę, że za każdym razem firmy działające

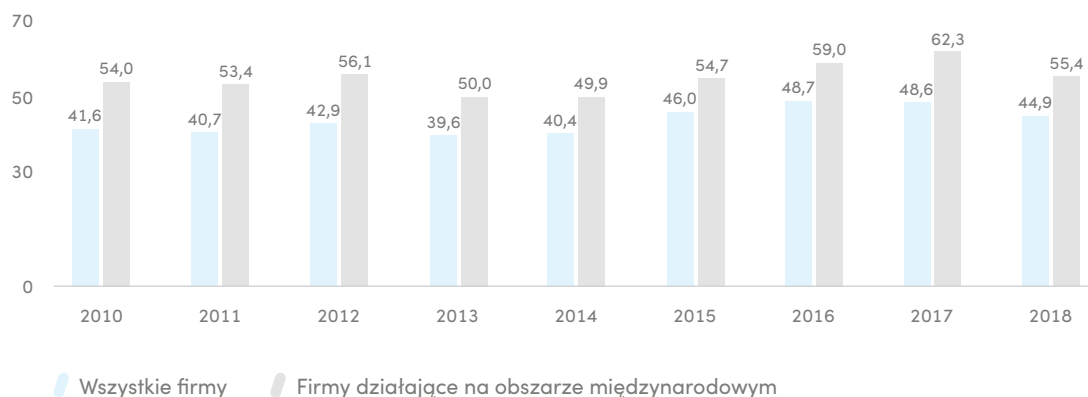
na obszarze międzynarodowym inwestują dużo częściej od średniej dla wszystkich firm, a tylko w jednym roku badawczym (2014) zdarzyło się, że ich odsetek był poniżej 50%.

Spośród branż najwyższy odsetek inwestujących firm miał miejsce w sektorze budownictwa (wykres 57). W tej branży nastąpił także wzrost rok do roku o 2 punkty procentowe. Na drugim miejscu jest produkcja, ale w tym przypadku mniej firm niż w poprzednim badaniu deklarowało ponoszenie wydatków inwestycyjnych (aż o 8 p.p.). Podobne obniżenie odsetka miało miejsce w handlu. Odsetek inwestujących w usługach również spadł (-2 p.p.).

Spośród regionów z najwyższym odsetkiem inwestujących firm, w których jednocześnie przekroczył on poziom 50% są podlaskie, lubelskie i dolnośląskie.

Najniższy odsetek i największe spadki odnotowano w województwie mazowieckim – zaledwie 36%.

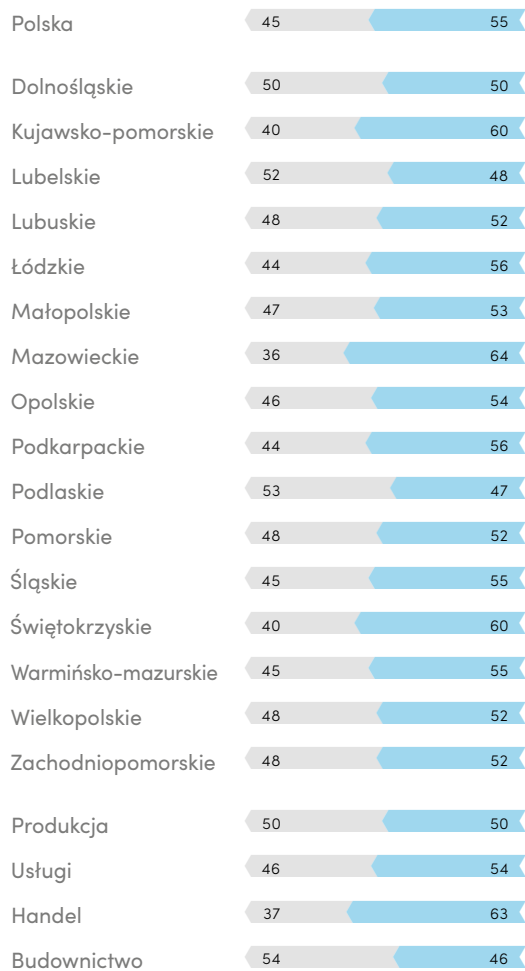
Wraz z wielkością firmy rośnie skłonność do inwestycji. W przypadku małych firm wynosi on 56%, a w przypadku średnich już 73% (wykres 58). W przypadku prognoz inwestycyjnych w każdej edycji są one niższe niż



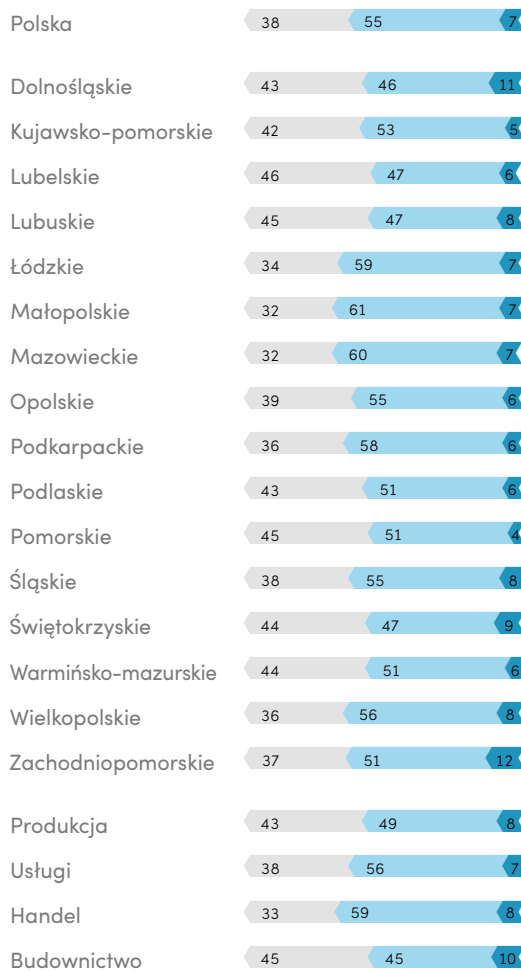
WYKRES 56

Odsetek firm ponoszących wydatki inwestycyjne w okresie ostatnich 12 miesięcy w latach 2010–2018 (wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy



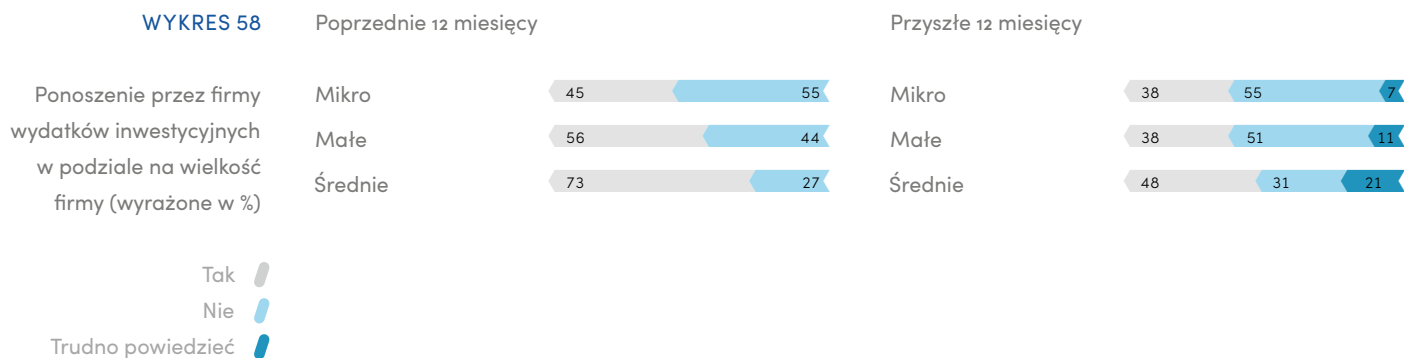
WYKRES 57

Ponoszenie przez firmy wydatków inwestycyjnych w podziale na województwa i branże (wyrażone w %)

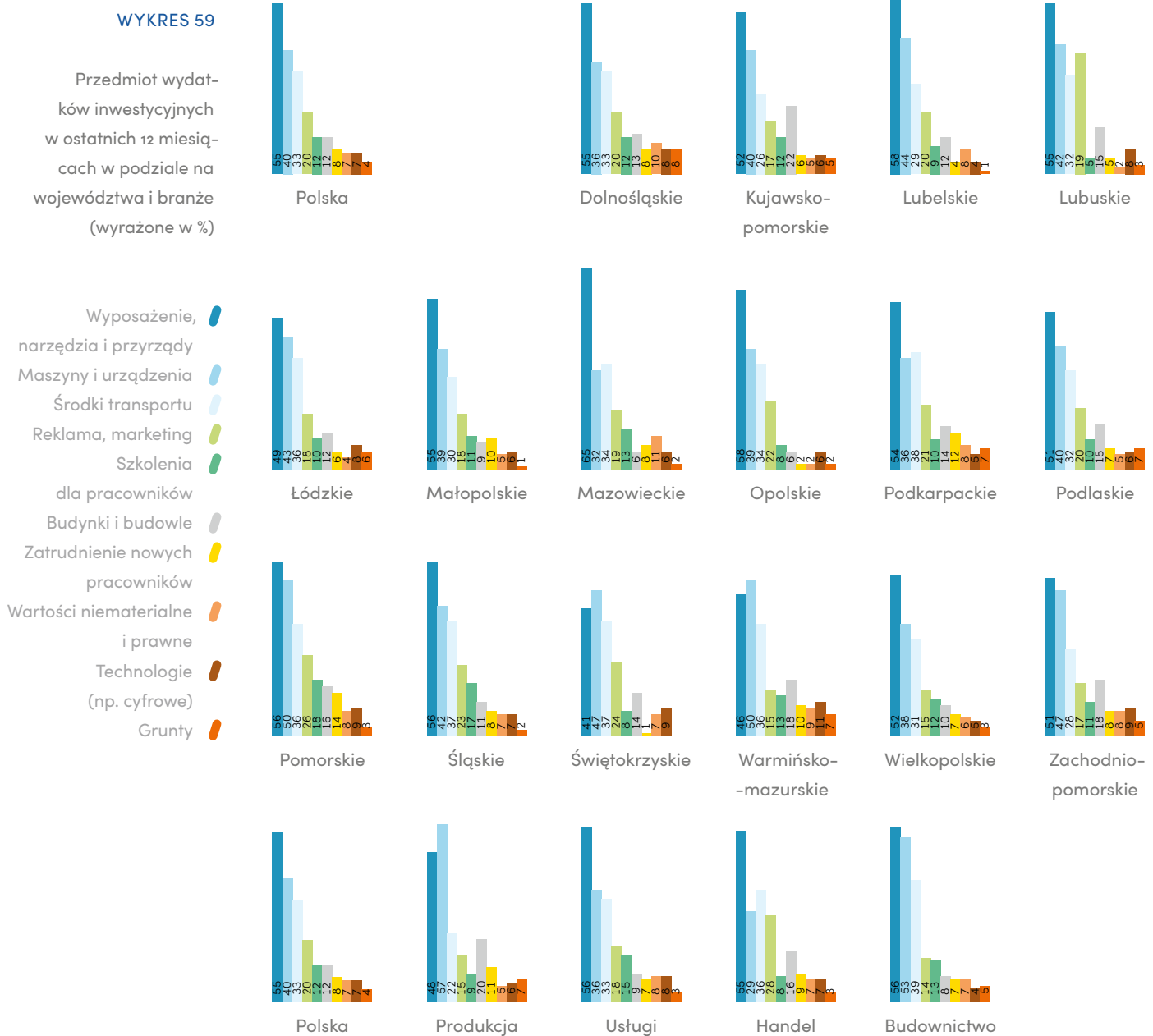
- Wyłącznie środki własne
- Środki własne oraz finansowanie zewnętrzne (np. kredyt)
- Trudno powiedzieć



WYKRES 58



WYKRES 59

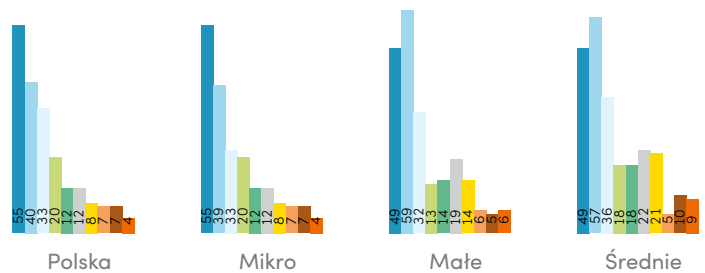




odsetek firm inwestujących w ostatnich 12 miesiącach i jednocześnie nigdy jeszcze te mało optymistyczne prognozy się nie sprawdziły. Najczęściej inwestycje w przyszłym roku planują firmy średnie.

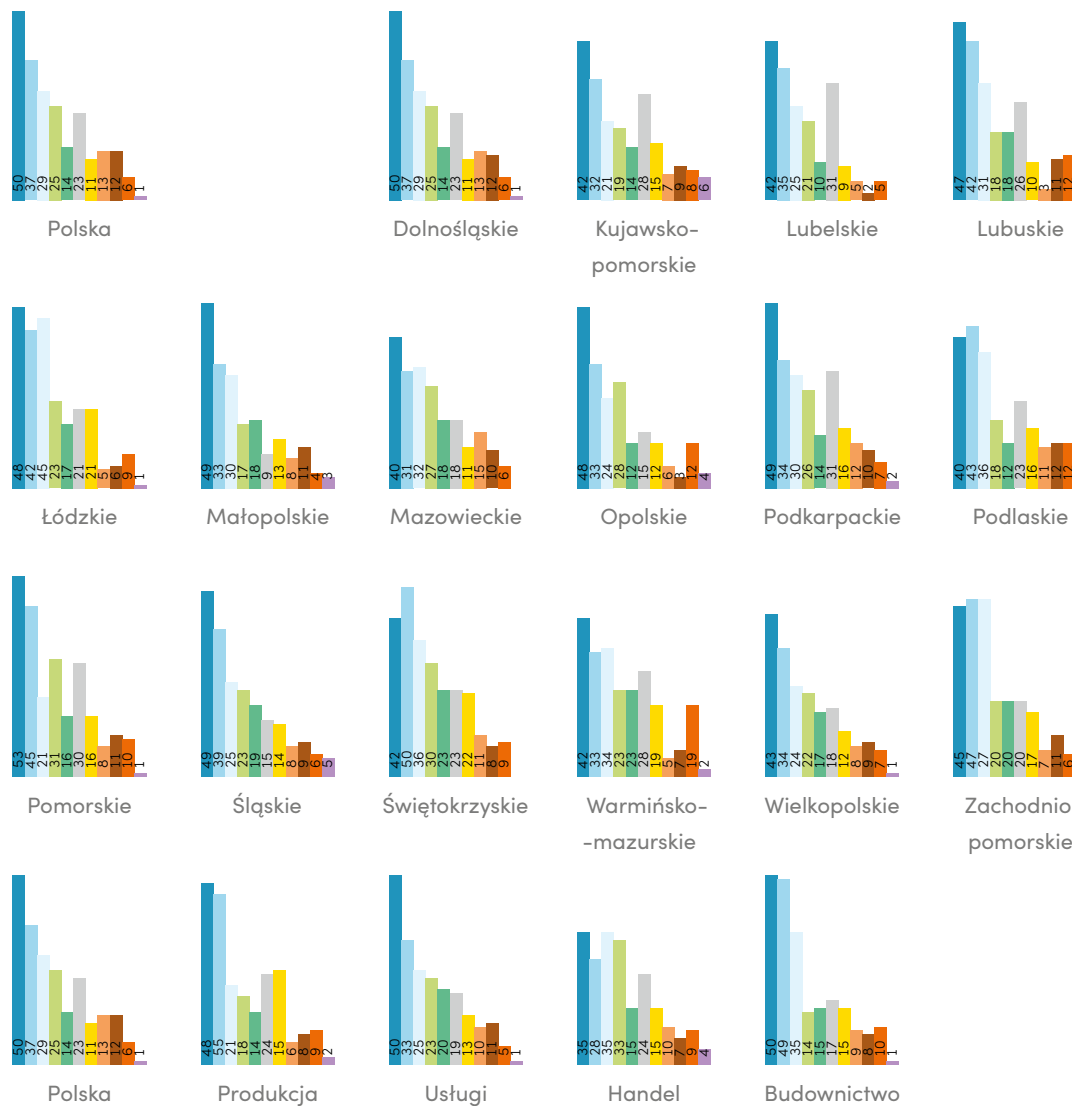
Struktura wydatków inwestycyjnych z punktu widzenia ich przedmiotu jest niemal identyczna jak w ubiegłym

roku, a kolejność poszczególnych pozycji nie zmienia się od kilku lat. Najbardziej popularne są wydatki na wyposażenie, narzędzia i przyrządy (wykres 59), na które było 55% wskazań (wzrost o 4 punkty procentowe). Odsetek kupujących maszyny i urządzenia (45%), środki, budynki i budowle (12%) oraz wartości niematerialne i prawne (7%) nieco spadł w stosunku



WYKRES 60

Przedmiot wydatków inwestycyjnych w ostatnim 12 miesiącach w podziale na wielkość firmy (wyrażone w %)



WYKRES 61

Przedmiot wydatków inwestycyjnych w kolejnych 12 miesiącach według województw i branż (wyrażone w %)

Legenda

dla wykresów 60 i 61

- Wyposażenie, narzędzia i przyrządy
- Maszyny i urządzenia
- Środki transportu
- Reklama, marketing
- Szkolenia dla pracowników
- Budynki i budowle
- Zatrudnienie nowych pracowników
- Wartości niematerialne i prawne
- Technologie (np. cyfrowe)
- Grunty
- Inne



do ubiegłego roku. O 2 p.p. wzrósł odsetek kupujących środki transportu.

Wyposażenie, narzędzia i przyrządy to domena inwestycji firm mikro (wykres 60). Odsetek firm małych i średnich realizujących tego typu wydatki jest niższy. Częściej za to firmy małe i średnie inwestują w maszyny i urządzenia. Wraz z wielkością firmy rośnie także odsetek inwestujących w szkolenia dla pracowników, budynki i budowle, czy zatrudnianie nowych pracowników.

W perspektywie kolejnych 12 miesięcy mniej firm mówi o wydatkach na sprzęt, maszyny, urządzenia oraz środki transportu (wykres 61). Firmy częściej mówią o reklamie i marketingu, budynkach, czy też zatrudnieniu nowych pracowników. Znikomy odsetek to zakup wartości niematerialnych i prawnych oraz technologii.

Co roku ankieterzy pytają właścicieli przedsiębiorstw, które w ostatnim roku realizowały projekty inwestycyjne, o wysokość wydatków na ten cel. Odsetek firm mających najmniejsze inwestycje nie zmienił się. Zwiększył się nieco odsetek firm ponoszących wydatki od 10 do 100 tys. PLN, zmniejszył się za to odsetek firm ponoszących większe wydatki (powyżej 100 tys. PLN) (wykres 63).

Wraz z wielkością firmy rosną też wydatki na inwestycje. Prawie połowa firm średnich realizowała inwestycje powyżej 0,5 mln PLN. w przypadku firm

mikro i małych gros wydatków mieści się w granicach 10–100 tys. PLN (wykres 64).

W prognozach spada wyraźnie udział najmniejszych wydatków do kwoty 10 tys. PLN. Najwyższe wydatki planowane są w branży produkcyjnej.

W przypadku firm mikro mniejszy udział mają mieć wydatki do 10 tys. Firmy małe zamierzają częściej niż dotąd inwestować w granicach 100 tys. PLN – 1 mln PLN, a średnie w granicach 1 mln PLN – 2 mln PLN.

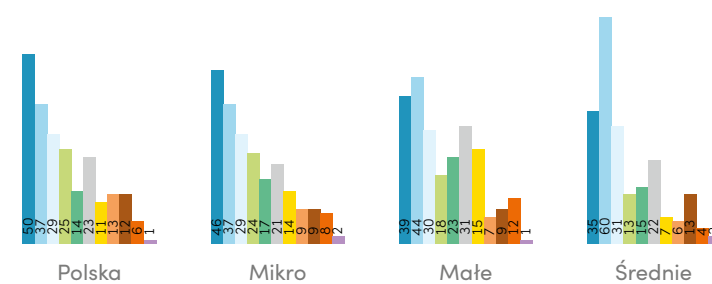
Źródła finansowania inwestycji

Ankieta zawiera także odpowiedź na pytanie o źródła finansowania inwestycji w ostatnich i przyszłych 12 miesiącach. Respondenci mają możliwość wskazania więcej niż jednego źródła wydatków.

Podobnie jak w przypadku finansowania bieżącej działalności przedsiębiorstw, w dotychczasowych edycjach badania głównym źródłem finansowania inwestycji były środki własne. Nie inaczej jest w tym roku – 85% respondentów, a więc identycznie jak w poprzednim badaniu, realizujących w okresie ostatnich 12 miesięcy projekty inwestycyjne finansowało je środkami własnymi (wykres 67). O 1 p.p. wzrósł odsetek firm korzystających z kredytu inwestycyjnego. Nadal bardzo duży udział w finansowaniu środków trwałych ma leasing 16% (spadek o 1 p.p.).

WYKRES 62

Przedmiot wydatków inwestycyjnych w kolejnych 12 miesiącach według wielkości firmy (wyrażone w %)

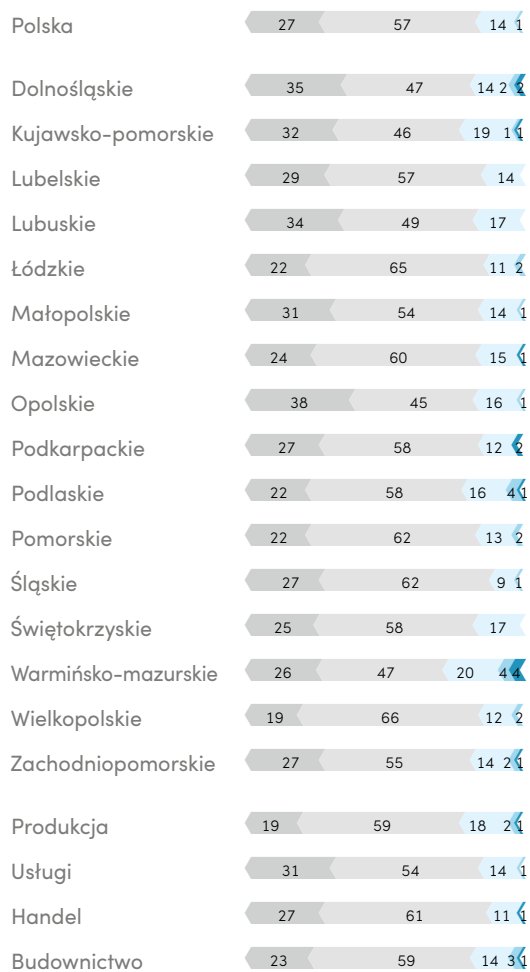


Wyposażenie, narzędzia i przyrządy Maszyny i urządzenia Środki transportu Reklama, marketing
Szkolenia dla pracowników Budynki i budowle Zatrudnienie nowych pracowników
Wartości niematerialne i prawne Technologie (np. cyfrowe) Grunty Inne



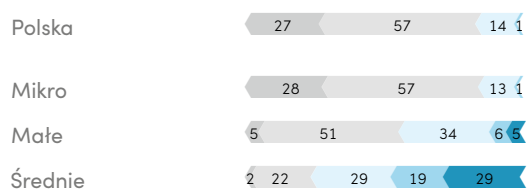
WYKRES 63

Wysokość wydatków inwestycyjnych w ostatnich 12 miesiącach według województwa i branży (wyrażone w %)



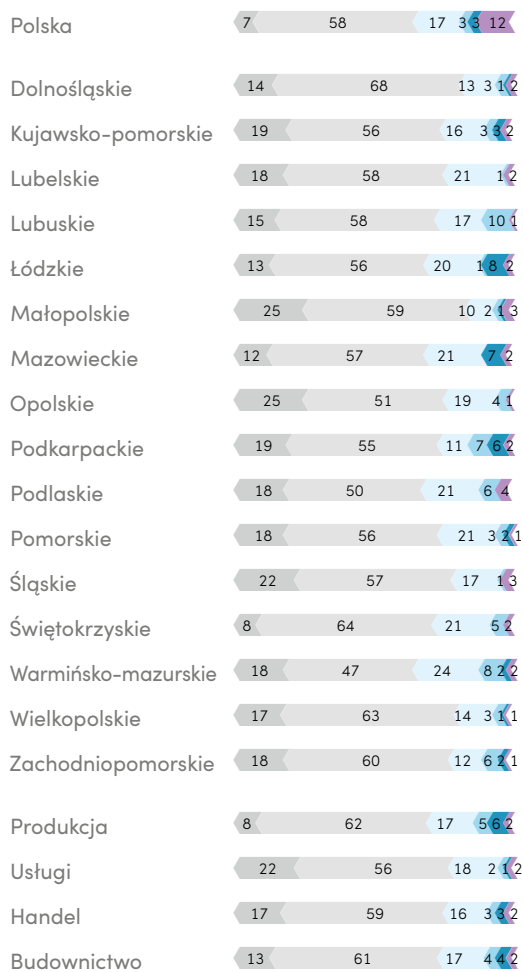
WYKRES 64

Wysokość wydatków inwestycyjnych w ostatnich 12 miesiącach według wielkości firmy (wyrażone w %)



WYKRES 65

Wysokość wydatków inwestycyjnych w kolejnych 12 miesiącach według województwa i branży (wyrażone w %)



Legenda

dla wykresów 63 i 64

- Poniżej 10 000 PLN
- Od 10 001 do 100 000 PLN
- Od 100 001 do 500 000 PLN
- Od 500 001 do 1 000 000 PLN
- Powyżej 1 000 000 PLN

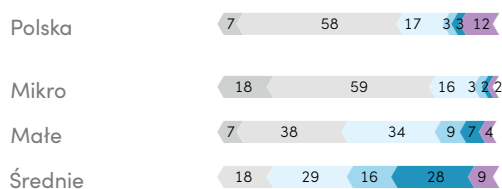
Legenda

dla wykresów 65 i 66

- Poniżej 10 000 PLN
- Od 10 001 do 100 000 PLN
- Od 100 001 do 500 000 PLN
- Od 500 001 do 1 000 000 PLN
- Powyżej 1 000 000 PLN
- Trudno powiedzieć

WYKRES 66

Wysokość wydatków inwestycyjnych w kolejnych 12 miesiącach według wielkości firmy (wyrażone w %)



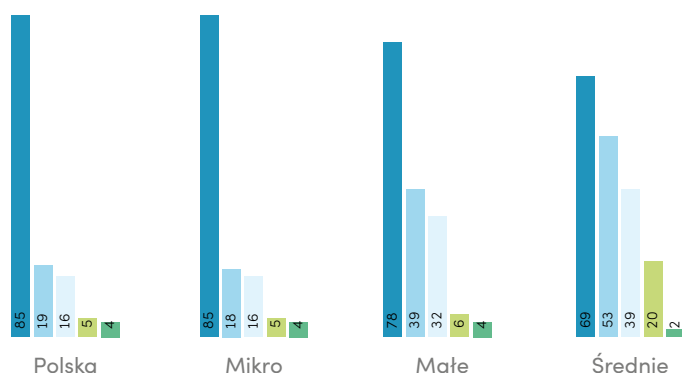


WYKRES 67

Źródła finansowania inwestycji w ostatnich 12 miesiącach według województw i branż (wyrażone w %)

Środki własne
Kredyt bankowy
Leasing
Dotacje
Pożyczka od rodziny lub znajomych





WYKRES 68

Źródła finansowania inwestycji w ostatnich 12 miesiącach według wielkości firm (wyrażone w %)

- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Leasing
- Dotacje
- Pożyczka od rodziny lub znajomych

Nieznacznie wzrósł (o 2 p.p.) odsetek firm korzystających z dotacji UE i krajowych. Potwierdza to z jednej strony, że w 2018 trwał już na dobre proces ogłaszania konkursów i podpisywania umów o dofinansowanie, a z drugiej strony, że jest środków te są ograniczone do niezbyt dużej grupy firm, które spełniają warunki konkursów, np. wdrażają prace badawczo-rozwojowe.

Wraz z wielkością firmy spada ograniczenie się wyłącznie do własnych środków przy inwestycjach, a rośnie wykorzystanie źródeł zewnętrznych (wykres 68). Zarówno kredyt jak i leasing dużo częściej wykorzystywane są przez firmy małe i średnie. Zwraca też uwagę 16% średnich firm deklarujących korzystanie z dotacji UE, podczas gdy dla mikro i małych odsetek ten jest znikomy. W tym kontekście warto zauważyć, że część programów unijnych ma stosunkowo wysoki „próg wejścia” – np. w programie „Badania na rynek” realizowanym przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości w ramach Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój minimalna wartość kosztów kwalifikowanych wynosi 5 mln PLN, czyli kwotę poza zasięgiem większości mikro i małych firm.

Jak co roku znacznie więcej przedsiębiorców deklaruje skorzystanie z zewnętrznych źródeł finansowania inwestycji w okresie kolejnych 12 miesięcy. 24% firm planuje ubiegać się o kredyt bankowy, a 21% o leasing (wykres 69). Jak zwykle wiele firm chce też szukać swoich szans w programach UE (13%). Jak jednak wspomniano dotacje są głównie przeznaczone na wsparcie prac B+R i ich wdrażanie, więc deklaracje te mogą się spełnić pod warunkiem, że przedsiębiorcy będą korzystać raczej z preferencyjnych instrumentów

zwrotnych z wykorzystaniem środków publicznych, niż z dotacji.

Podczas gdy mikro i małe firmy chcą częściej szukać szans na kredytowanie swoich wydatków inwestycyjnych, firmy średnie deklarują częstsze wykorzystanie swoich własnych środków. Odwrotna sytuacja jest przy funduszach UE – rośnie odsetek mikro i małych przedsiębiorstw, które chcą ubiegać się o dotacje, a spada odsetek firm średnich z takimi planami.

7. Innowacyjność firm

Innowacje produktowe

Pierwsze z pytań zadawanych przedsiębiorcom w bloku poświęconym innowacyjności dotyczy wdrażania innowacji produktowych, czyli wprowadzenia na rynek nowych lub istotnie ulepszonych wyrobów lub usług. Do tej pory, od początku badania odsetek firm wdrażających tego typu innowacje oscylował wokół 25%. Tymczasem w tegorocznym badaniu nastąpił znaczący, bo aż o prawie 6 punktów procentowych, spadek odsetka innowatorów – tylko 19,9% firm zadeklarowało wprowadzenie innowacji produktowych w ostatnich 12 miesiącach. To najniższy wynik w historii badań.

W przypadku firm działających na rynkach międzynarodowych, odsetek innowatorów jest dużo wyższy od średniej dla wszystkich firm. W tegorocznym badaniu było ich ponad 30% (wykres 71), jednak i w tej grupie nastąpił spadek rok do roku – o ponad 9 p.p.

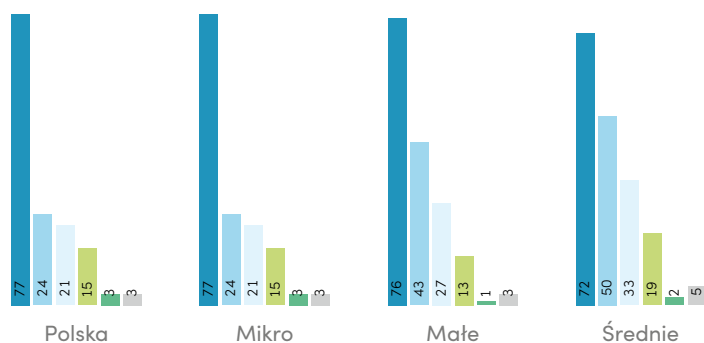


WYKRES 69

Źródła finansowania inwestycji w kolejnych 12 miesiącach według województwa i branży (wyrażone w %)

- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Leasing
- Dotacje
- Pożyczka od rodziny lub znajomych
- Trudno powiedzieć

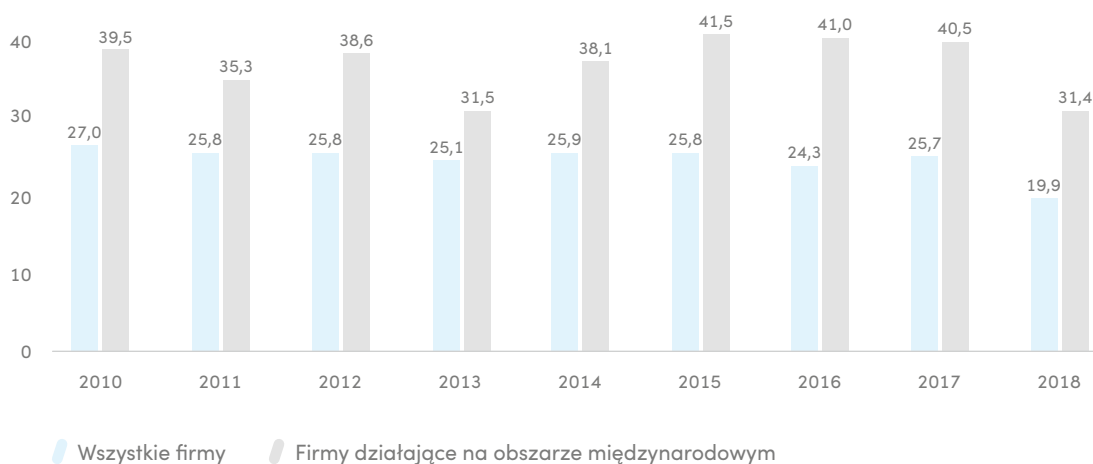




WYKRES 70

Źródła finansowania inwestycji w kolejnych 12 miesiącach według wielkości firmy (wyrażone w %)

- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Leasing
- Dotacje
- Pożyczka od rodziny lub znajomych
- Trudno powiedzieć



WYKRES 71

Odsetek mikro i małych firm wdrażających w ciągu ostatnich 12 miesięcy innowacje produktowe (wyrażone w %)

Odsetek firm wprowadzających tego typu innowacje spadł we wszystkich branżach, najbardziej w handlu (-11 p.p.) i produkcji (-8 p.p.). Branża produkcyjna jest nadal jednak liderem w innowacjach produktowych (wykres 72).

Na poziomie regionalnym największy odsetek innowacji produktowych odnotowano w pomorskim (27%), najmniejszy w lubuskim i świętokrzyskim (15%).

Poziom innowacyjności w firmach mikro spadł o 6 p.p., a w małych o 11 p.p. Wśród firm średnich innowacje produktowe wdraża 34%, czyli dużo więcej niż w mniejszych przedsiębiorstwach.

Innowacje procesowe

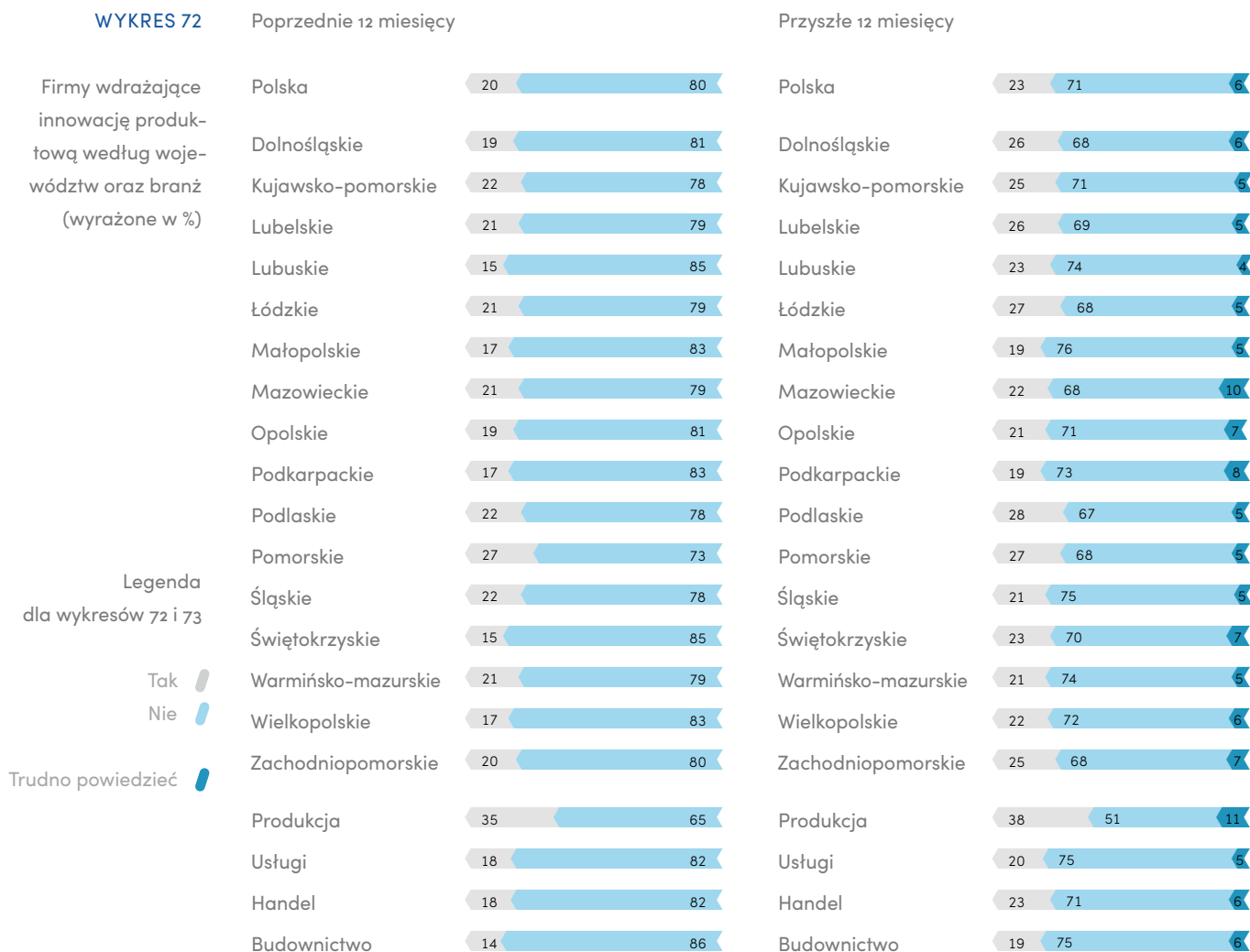
Drugim rodzajem innowacji, który jest badany przez Bank od roku 2010 są innowacje procesowe, rozumiane jako wprowadzenie przez firmę nowych lub istotnie ulepszonych metod wytwarzania lub dystrybucji wyrobów i usług.

Tutaj także nastąpił spadek odsetka firm innowatorów – o ponad 4 p.p. To najniższy wynik w historii badań.

Dużo częściej tego typu innowacje wdrażają firmy działające na rynkach międzynarodowych, jednak i w ich przypadku nastąpił spadek odsetka (aż o 12 p.p.).



WYKRES 72



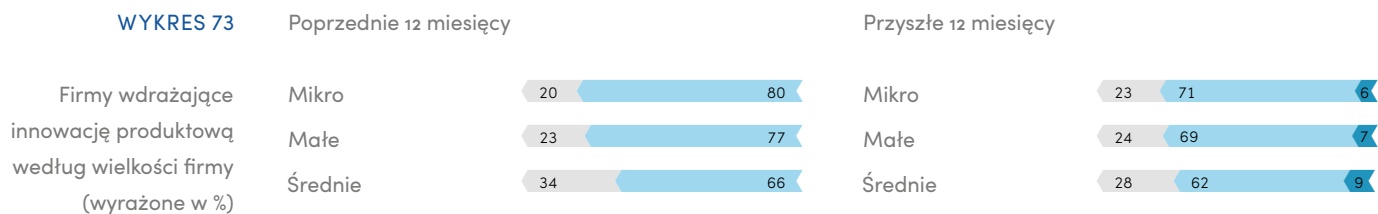
Legenda dla wykresów 72 i 73

Tak

Nie

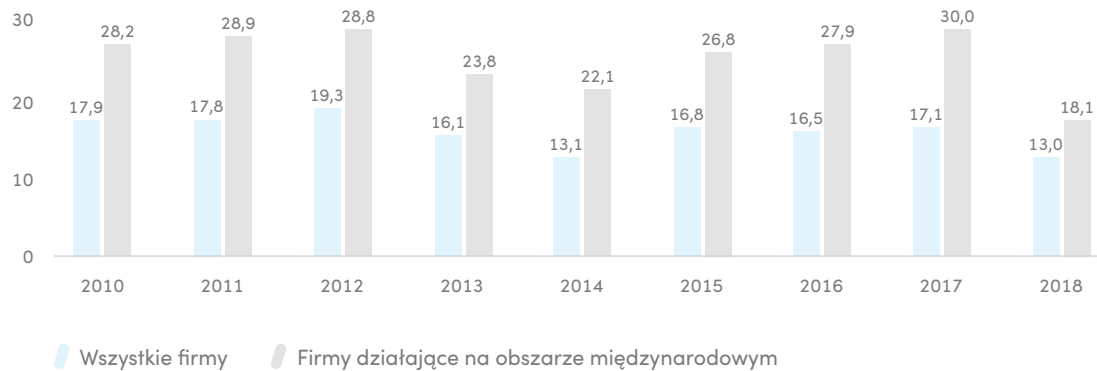
Trudno powiedzieć

WYKRES 73





WYKRES 74



Odsetek mikro i małych firm wdrażających w ciągu ostatnich 12 miesięcy innowacje procesowe (wyrażone w %)

Tradycyjnie najwięcej innowacji procesowych zostało wdrożonych w branży produkcyjnej i była to jedyna branża, która zanotowała wzrost odsetka takich firm – o ponad 1 p.p. (wykres 75).

Wśród regionów dominuje w tym badaniu opolskie, a najniższy odsetek firm wprowadzających innowacje procesowe odnotowano w lubuskim, podkarpackim i małopolskim.

Aż o 8 p.p. spadł odsetek wśród firm małych i o 4 p.p. wśród mikro. Wśród firm średnich 38% zadeklarowało poniesienie wydatków na innowacje procesowe (wykres 76).

Oprócz spadku odsetka innowatorów, zmniejszyły się też wartości nakładów na innowacyjność. O 2 p.p. wzrósł odsetek firm, które realizują najmniejsze inwestycje – od 10 do 100 tys. PLN. Większe nakłady ponoszono w produkcji niż w pozostałych branżach (wykres 77).

5% małych firm oraz 22% firm średnich ponosi wydatki na innowacje powyżej 0,5 mln PLN. w przypadku firm mikro dominują niewielkie nakłady to 100 tys. PLN (wykres 78).

W planach firm jest zwiększenie nakładów na innowacje. Ponad połowa badanych firm chce zainwestować od 10 tys. PLN do 500 tys. PLN w innowacyjność. Dotyczy to przede wszystkim branż budownictwa i produkcyjnej (wykres 79).

Planowany wzrost nakładów na innowacje dotyczy wszystkich trzech grup firm. Wśród firm średnich w deklaracjach ma nastąpić wzrost o 10 p.p. nakładów najwyższych kwotowo czyli powyżej 0,5 mln PLN (wykres 80).

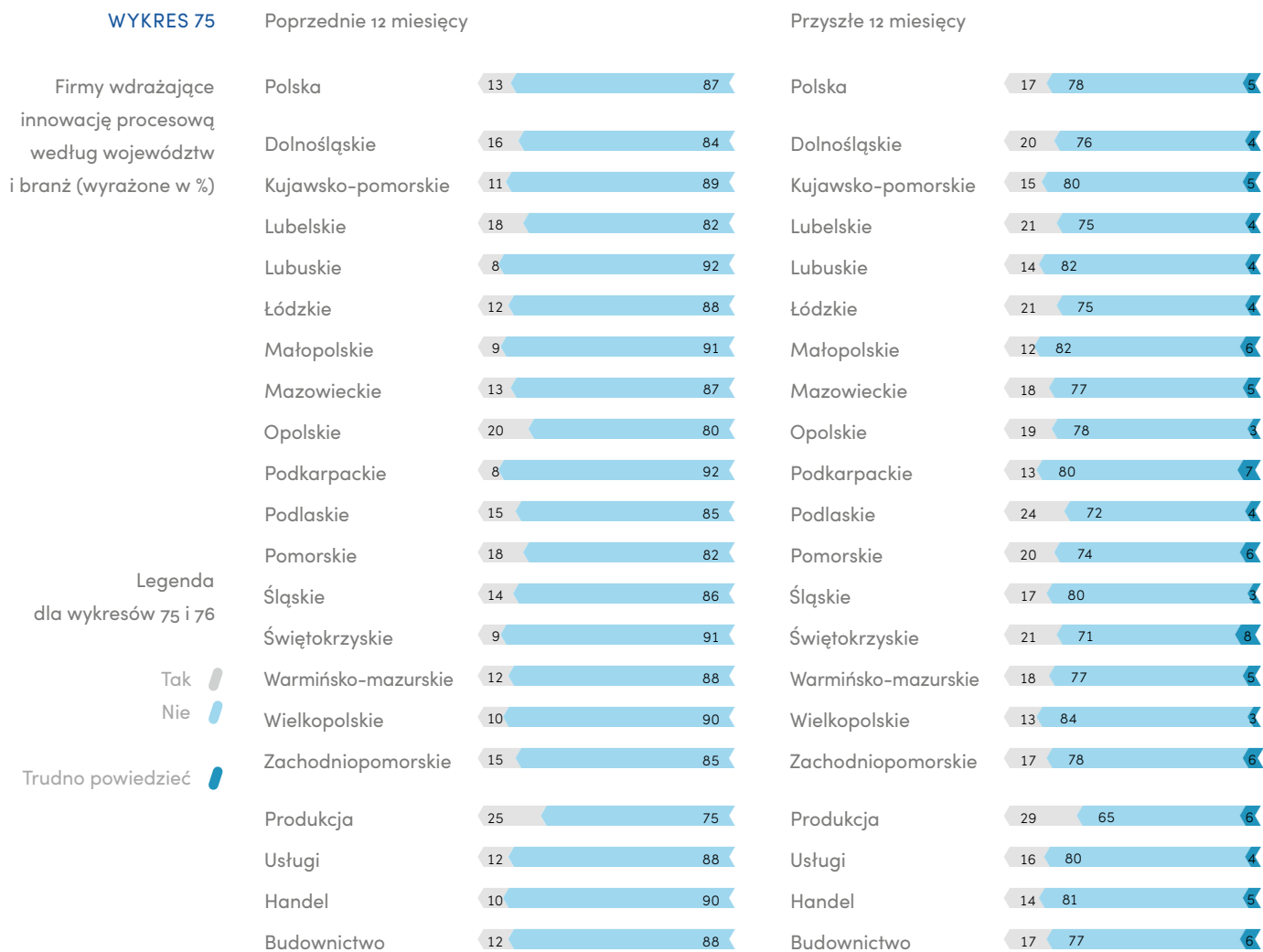
Nadal absolutnie dominującym źródłem finansowania innowacji są środki własne. Spadł odsetek firm korzystających z kredytu (-3 p.p.). Niewielki udział w finansowaniu innowacji dotyczy środków UE. Z kredytu bankowego najczęściej korzystały firmy budowlane i handlowe (wykres 81).

Zaskakująco duży odsetek średnich firm korzysta z własnych środków w finansowaniu innowacji (jest on niższy od odsetka firm średnich finansujących inwestycje z własnych środków). Mniejszy odsetek firm korzysta z kredytu oraz leasingu. Oznacza to, że ze względu na innowacyjność rozwiązań (wprowadzanie nowych technologii) nie zawsze instytucje finansowe są gotowe na zwiększone ryzyko ich finansowania. Z drugiej strony odsetek firm korzystających z dotacji unijnych (zwłaszcza w średnich) może zawierać spory udział firm korzystających z Kredytu Technologicznego finansowanego przez banki komercyjne i splanowanego częściowo ze środków UE w ramach Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój. Kredyt technologiczny jest instrumentem służącym do wdrożenia nowych technologii (posiadanych lub kupowanych przez firmę).

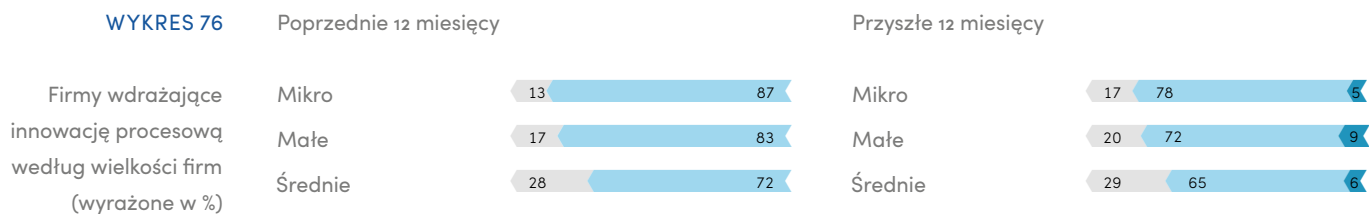
Dużo więcej firm planuje korzystać z zewnętrznego finansowania na innowacje – 16% chce zaciągnąć



WYKRES 75



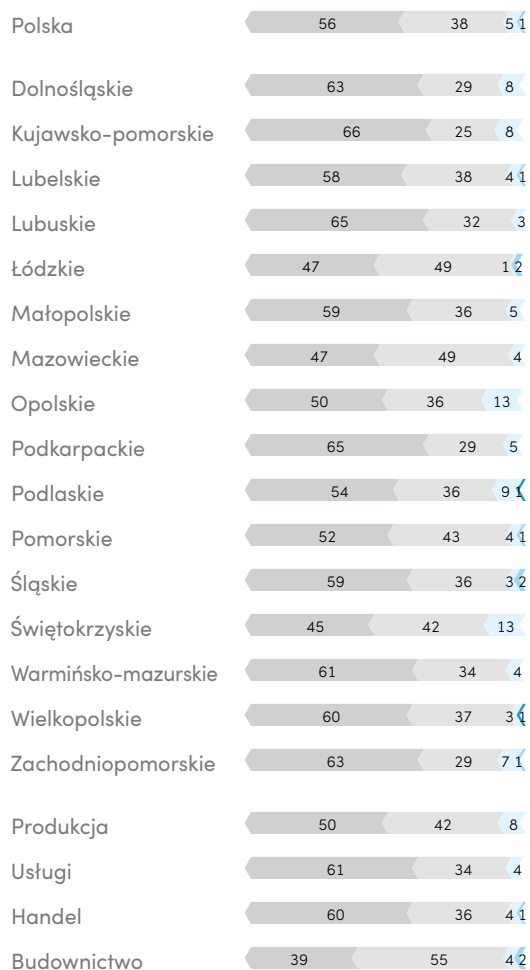
WYKRES 76





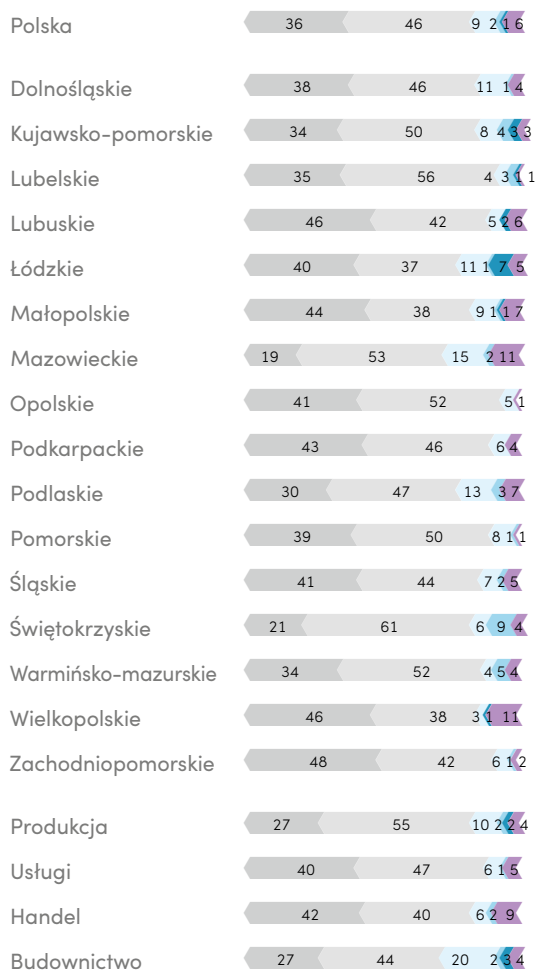
WYKRES 77

Wysokość wydatków na innowacje w ostatnich 12 miesiącach według województw i branż (wyrażone w %)



WYKRES 79

Wysokość wydatków na innowacje w kolejnych 12 miesiącach według województw i branż (wyrażone w %)

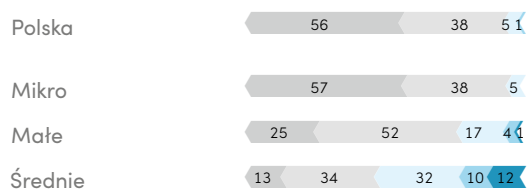


Legenda dla wykresów 77-80

- Poniżej 10 000 PLN
- Od 10 001 do 100 000 PLN
- Od 100 001 do 500 000 PLN
- Od 500 001 do 1 000 000 PLN
- Powyżej 1 000 000 PLN
- Trudno powiedzieć

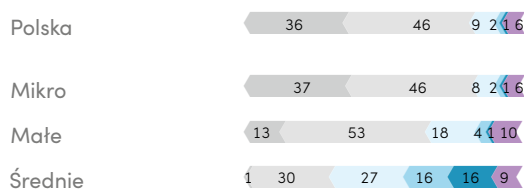
WYKRES 78

Wysokość wydatków na innowacje w ostatnich 12 miesiącach według wielkości firm (wyrażone w %)



WYKRES 80

Wysokość wydatków na innowacje w kolejnych 12 miesiącach według wielkości firm (wyrażone w %)



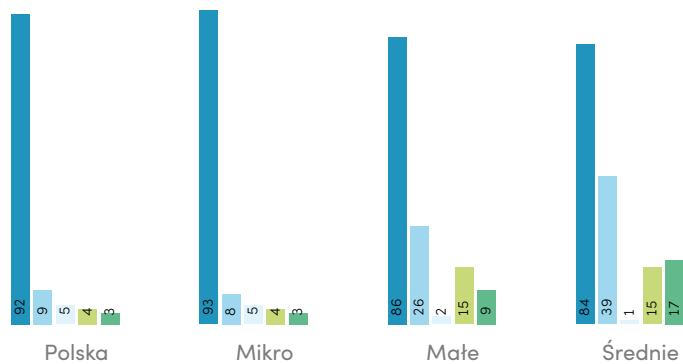


WYKRES 81

Źródła finansowania innowacji w ostatnich 12 miesiącach według województw i branż (wyrażone w %)

Środki własne
Kredyt bankowy
Pożyczka od rodziny
Leasing
Dotacje





WYKRES 82

Źródła finansowania innowacji w ostatnich 12 miesiącach według wielkości firm (wyrażone w %)

Legenda
jak dla wykresu 81



WYKRES 83

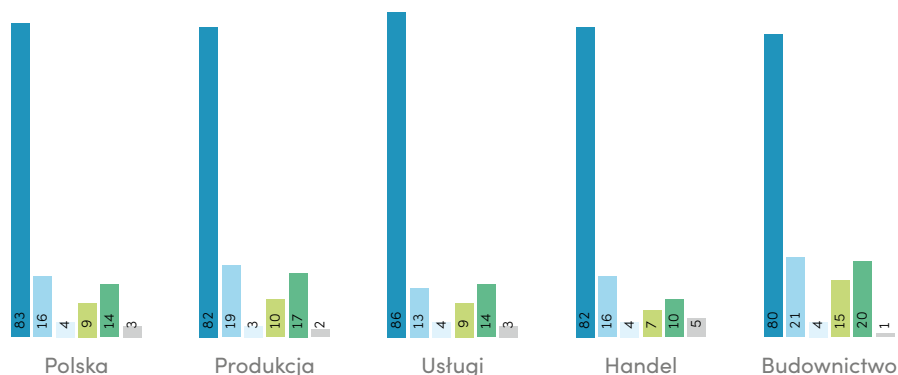
Źródła finansowania innowacji w kolejnych 12 miesiącach według województw i branż (wyrażone w %)

- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Pożyczka od rodziny
- Leasing
- Dotacje
- Trudno powiedzieć



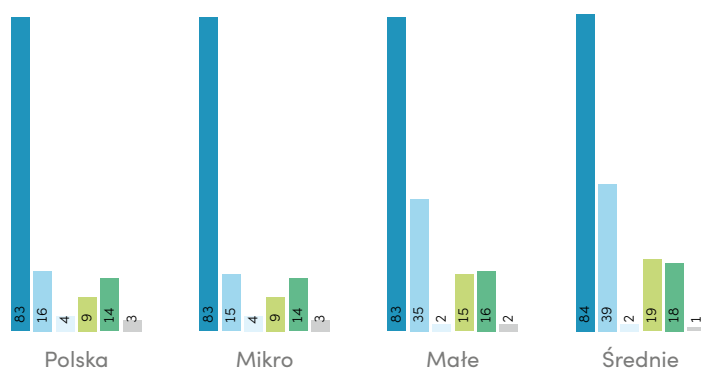
WYKRES 83

Źródła finansowania innowacji w kolejnych 12 miesiącach według województw i branż (wyrażone w %)



WYKRES 84

Źródła finansowania innowacji w kolejnych 12 miesiącach według wielkości firmy (wyrażone w %)



Legenda

dla wykresów 83 i 84

Środki własne

Kredyt bankowy

Pożyczka od rodziny

Leasing

Dotacje

Trudno powiedzieć

kredyt, a 9% leasing, w obu wypadkach najczęściej budowlanka.

Tradycyjnie już firmy myślą nadal o pozyskiwaniu środków unijnych w większym stopniu niż do tej pory. Odnosi się to do każdej grupy, niemniej jako powiedziano wcześniej w części programów możliwe jest finansowanie tylko dla stosunkowo większych projektów. W przypadku firm mikro i małych zamierzają one także ubiegać się częściej o kredyty bankowe (małe ponad dwa razy częściej).

8. Ocena otoczenia biznesu przez firmy

Ostatni podrozdział tej części Raportu jest poświęcony ocenie otoczenia biznesu. W przeciwieństwie jednak do obszarów wcześniej ocenianych przez właścicieli mikro i małych firm, przy czterech pytaniach związanych z otoczeniem biznesu, respondenci dokonywali

wyłącznie oceny bieżącego stanu danego zjawiska. Stosowana była jednakże podobna skala ocen: od „bardzo zły” (50 punktów) przez „ani dobra, ani zła” (100 punktów) aż do „bardzo dobrej” (150 punktów). Po raz kolejny dla każdego z ocenianych obszarów:

- jakości usług świadczonych przedsiębiorcom przez lokalną administrację,
- uciążliwości kontroli działalności gospodarczej,
- jakości usług doradczych świadczonych przez polskie banki w zakresie kredytów oraz
- korzyści z przynależności do organizacji biznesowej,

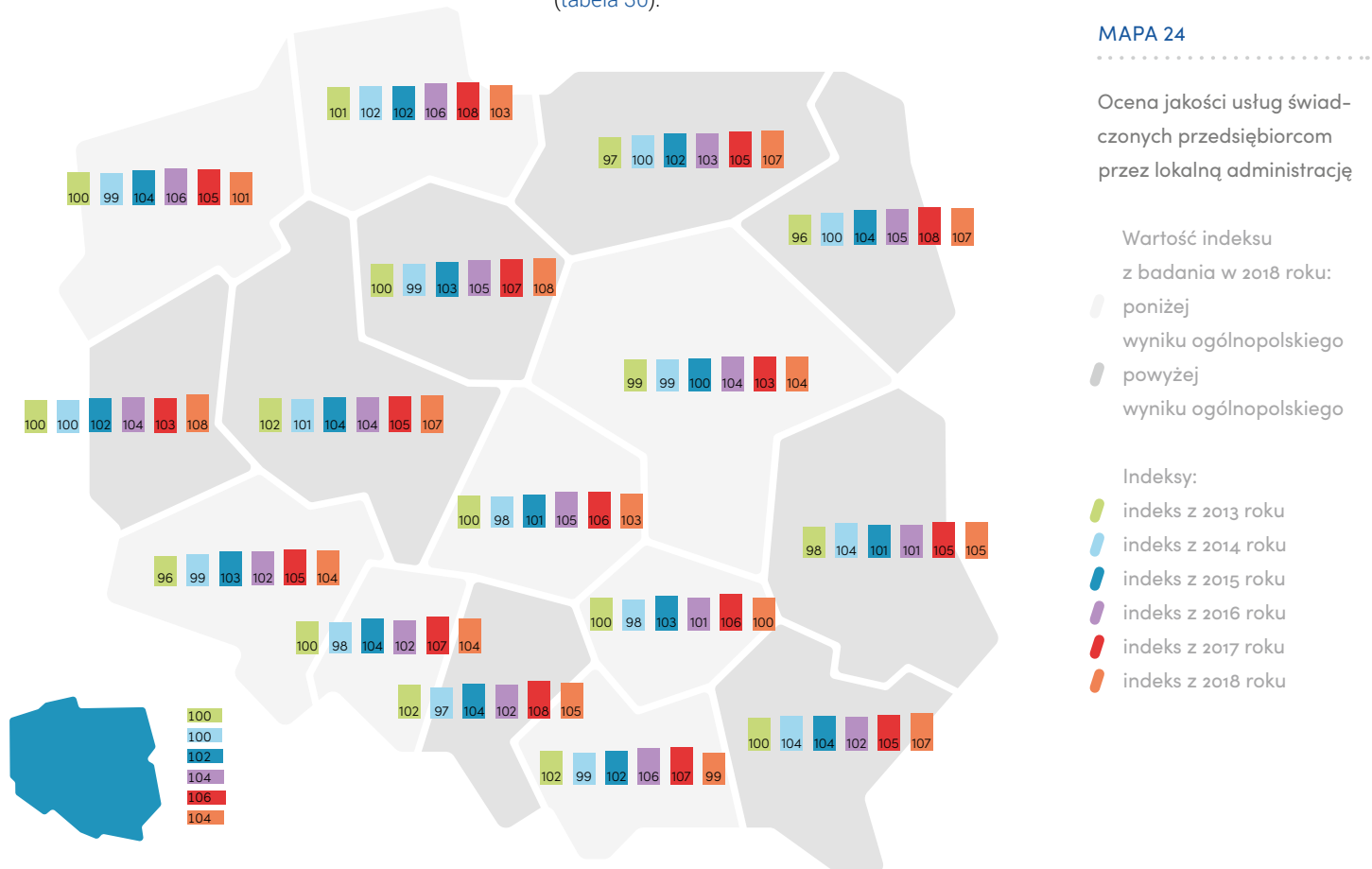
wyliczone indeksy przekroczyły poziom 100 punktów.



Ocena usług lokalnej administracji

Tradycyjnie wysokie są odczyty dla pierwszego z pytań, dotyczącego oceny jakości usług świadczonych przedsiębiorcom przez lokalną administrację, choć nie tak dobre jak w ubiegłym roku. Indeks wyniósł 104,3 punktu, co oznacza spadek o 1,4 punktu (mapa 24). Najlepsze oceny wystawili swojej administracji przedsiębiorcy

z regionów lubuskiego, kujawsko-pomorskiego oraz podkarpackiego. Tylko w jednym z województw – małopolskim, wskaźnik wyniósł poniżej 100 punktów. W tym regionie, a także w świętokrzyskim i pomorskim właściciele firm byli dużo bardziej krytyczni niż w poprzednim badaniu. Ponownie najlepsze oceny wystawiły administracji lokalnej firmy usługowe. Tym razem najbardziej krytyczne były firmy produkcyjne (tabela 30).



	Ocena w roku 2018	Ocena w roku 2017	Różnica pomiędzy indeksami
Polska	104,3	105,7	-1,4
Branża			
Produkcja	102,5	104,5	-2,0
Usługi	105,2	106,7	-1,5
Handel	103,6	105,1	-1,5
Budownictwo	104,6	104,5	0,1

TABELA 30

Ocena jakości usług świadczonych przez lokalną administrację według branż



Ocena uciążliwości kontroli działalności gospodarczej

Obniżyła się nieznacznie ocena jeśli chodzi o kolejne z pytań w ankiecie – czyli uciążliwość kontroli działalności gospodarczej. Wskaźnik dla całej populacji mikro i małych firm wzrósł o niecały punkt do 101,2 punktu.

Najwyższe oceny odnotowano w woj. warmińsko-mazurskim. Wskaźnik poniżej 100 punktów osiągnęła ocena w czterech regionach: małopolskim, podkarpackim, lubelskim i łódzkim (mapa 25). Ocena uciążliwości kontroli obniżyła się w produkcji i handlu. W tej ostatniej branży wskaźnik za ten rok wyniósł poniżej 100 punktów co oznacza nieznaczną przewagę ocen krytycznych (tabela 31).

MAPA 25

Ocena uciążliwości kontroli działalności gospodarczej

Wartość indeksu z badania w 2018 roku:
poniżej wyniku ogólnopolskiego
powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:
indeks z 2013 roku
indeks z 2014 roku
indeks z 2015 roku
indeks z 2016 roku
indeks z 2017 roku
indeks z 2018 roku

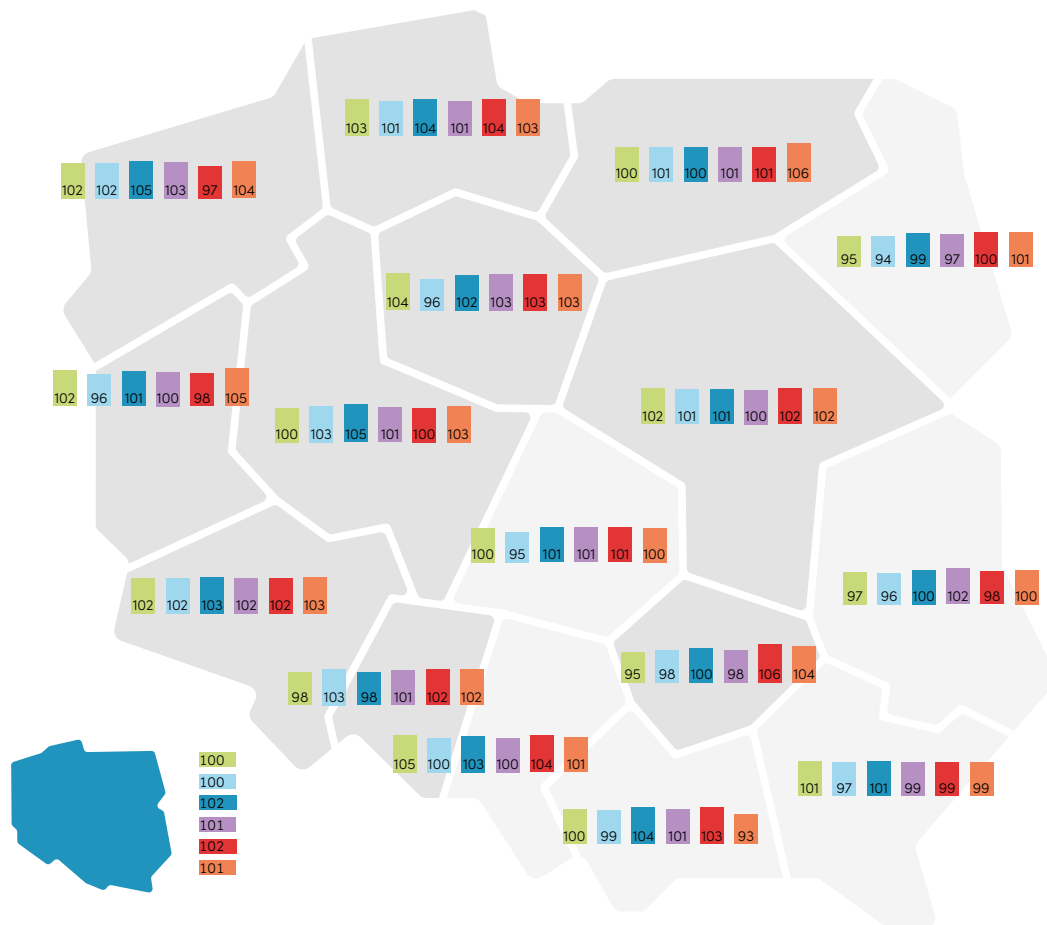


TABELA 31

Ocena uciążliwości kontroli działalności gospodarczej według branży

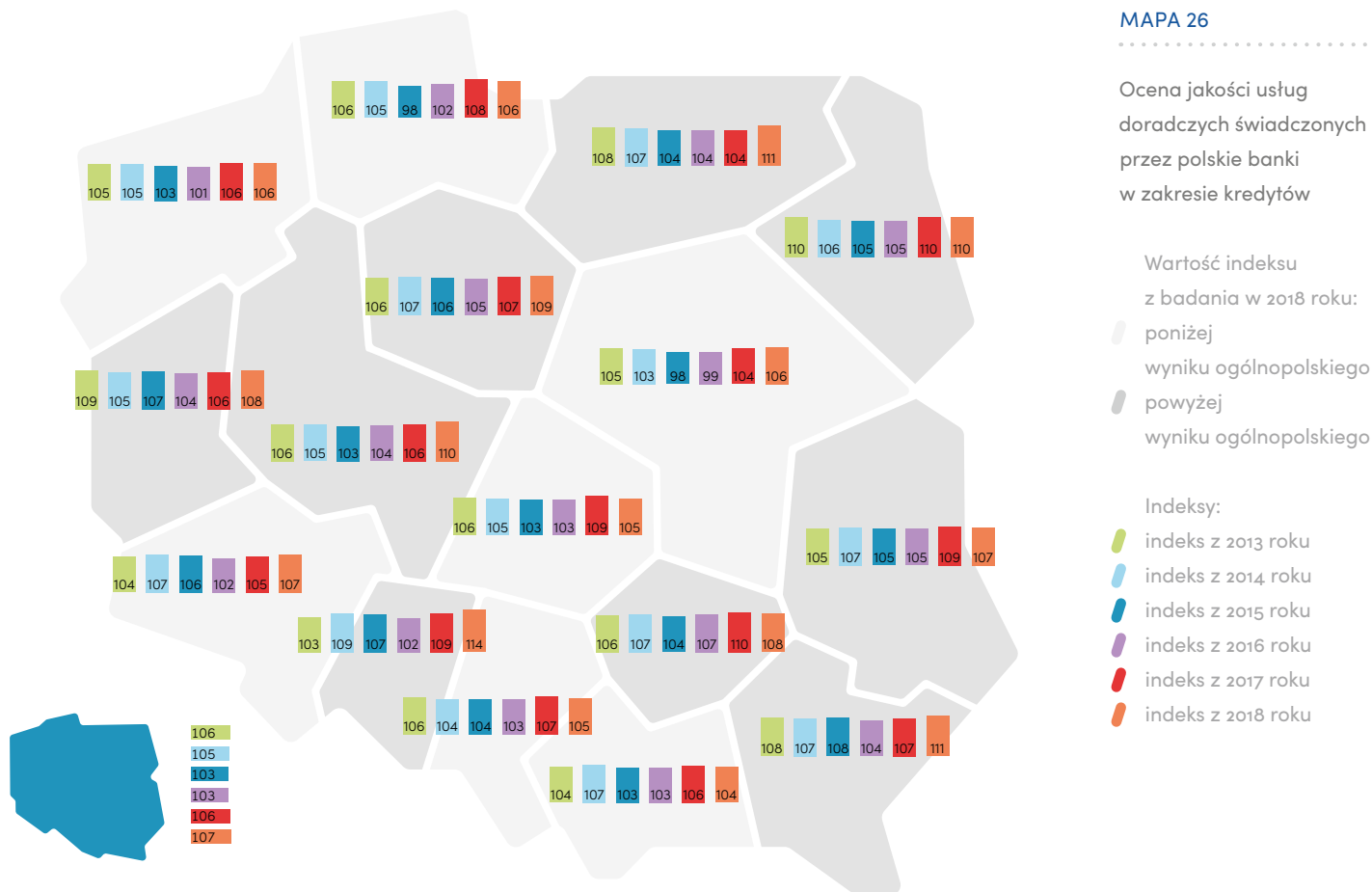
	Ocena w roku 2018	Ocena w roku 2017	Różnica pomiędzy indeksami
Polska	101,2	101,5	-0,3
Branża			
Produkcja	100,6	102,0	-1,4
Usługi	102,0	101,9	0,1
Handel	99,6	100,2	-0,6
Budownictwo	103,2	103,0	0,2



Usługi doradcze banków

W tegorocznym badaniu odnotowano najwyższą w historii ocenę firm jeśli chodzi o jakość usług doradczych świadczonych przez polskie banki w zakresie kredytów. Wyniosła ona 107 punktu, co oznacza wzrost o 0,6 punktu rok do roku.

Pozytywna zmiana dotyczyła oceny wystawionej bankom przez wszystkie branże za wyjątkiem produkcji (tabela 32). Najlepszą ocenę wystawiły handlowe.



	Ocena w roku 2018	Ocena w roku 2017	Różnica pomiędzy indeksami
Polska	107,0	106,4	0,6
Branża			
Produkcja	104,9	107,4	-2,5
Usługi	107,2	105,5	1,7
Handel	107,8	107,5	0,3
Budownictwo	106,5	105,3	1,2

TABELA 32

Ocena jakości usług doradczych świadczonych przez polskie banki w zakresie kredytów według branży



Przynależność do organizacji biznesowych

Jak to stwierdzono już w poprzednich Raportach, jednym z większych problemów polskiego sektora mikro i małych firm jest ich słaba reprezentacja

w organizacjach biznesowych, a co za tym idzie mniejszy wpływ na kierunek polityki gospodarczej prowadzonej przez rząd i samorządy. W tegorocznym badaniu nic się nie zmieniło pod tym względem – jedynie 6% właścicieli przedsiębiorstw potwierdziło przynależność do organizacji biznesowych (spadek o 1 p.p. rok do roku).

MAPA 27

Ocena korzyści z przynależności do organizacji biznesowej

Wartość indeksu z badania w 2018 roku:
poniżej wyniku ogólnopolskiego
powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:
indeks z 2013 roku
indeks z 2014 roku
indeks z 2015 roku
indeks z 2016 roku
indeks z 2017 roku
indeks z 2018 roku

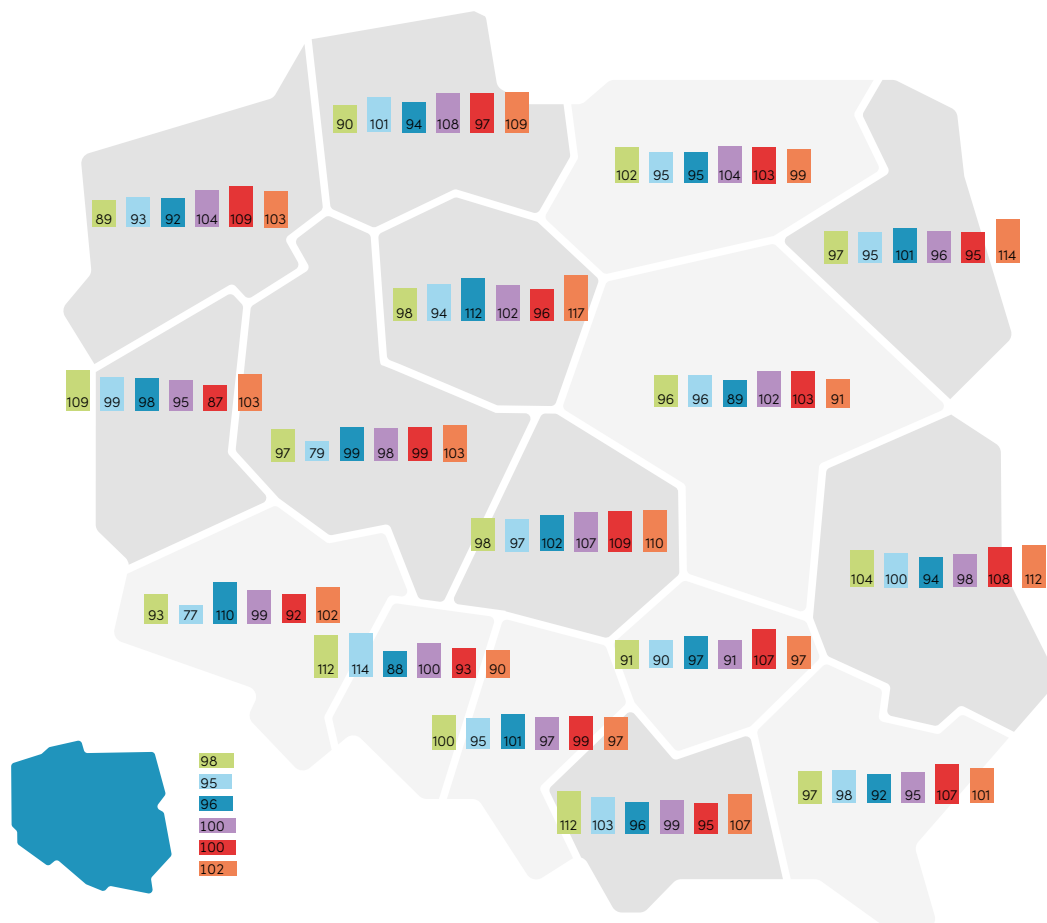


TABELA 33

Ocena korzyści z przynależności do organizacji biznesowej według branży

	Ocena w roku 2018	Ocena w roku 2017	Różnica pomiędzy indeksami
Polska	102,0	100,2	1,8
Branża			
Produkcja	107,2	99,3	7,9
Usługi	103,0	102,5	0,5
Handel	96,7	98,6	-1,9
Budownictwo	99,6	92,9	6,7

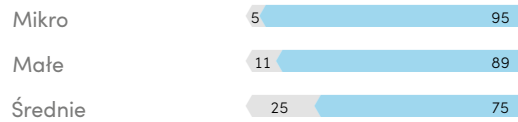
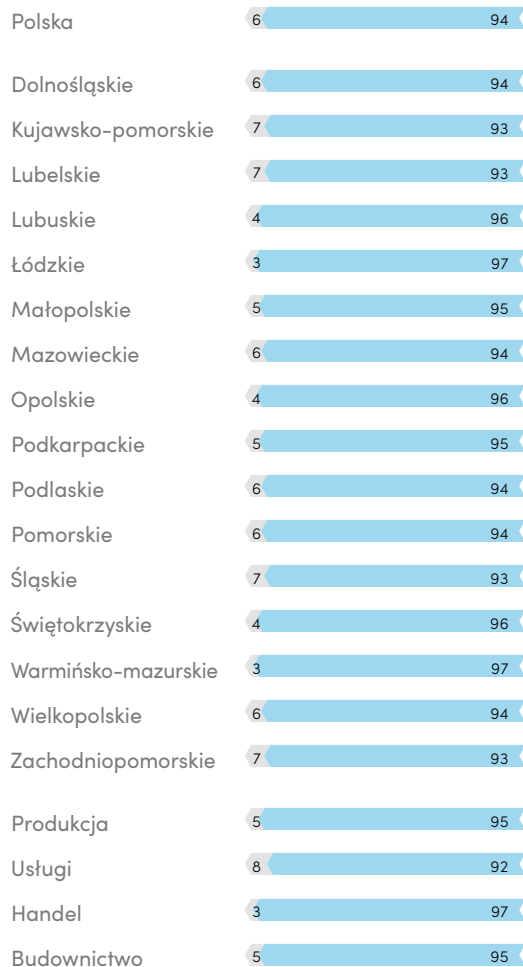


Najwięcej firm należących do organizacji biznesowych działa w województwie lubelskim, zachodniopomorskim, śląskim i kujawsko-pomorskim (wykres 85). Wraz z wielkością firmy częściej dostrzegają korzyści z przynależności do organizacji biznesowych. W przypadku małych odsetek wyniósł 11%, a średnich 25% (wykres 86).

Spośród branż najlepiej w tym roku o korzyściach z przynależności do organizacji biznesowej mówili przedsiębiorcy z branży produkcyjnej (tabela 33). Najniższą ocenę wystawili przedsiębiorcy z branży handlowej (spadek wskaźnika rok do roku).

WYKRES 85

Przynależność do organizacji biznesowych według województw i branż (wyrażone w %)



WYKRES 86

Przynależność do organizacji biznesowych według wielkości firm (wyrażone w %)

Usługi zewnętrzne

Co roku Bank bada korzystanie przez mikro i małe przedsiębiorstwa z usług firm zewnętrznych przy prowadzeniu działalności gospodarczej. Skłonność przedsiębiorców do *outsourcingu* jest wysoka. Według deklaracji, jedynie 37% (rok temu 34%) właścicieli mikro i małych firm nie korzysta z usług firm zewnętrznych (wykres 87). W stosunku do poprzedniego badania, zwiększył się z kolei odsetek firm, które regularnie korzystają z takich usług – z 43% do 45%.

Na pytanie o korzystanie z *outsourcingu* zdecydowanie negatywną odpowiedź najczęściej dały firmy mikro (37%), a najrzadziej firmy średnie (27%). Regularnie natomiast najczęściej zadania zlecają na zewnątrz firmy małe.

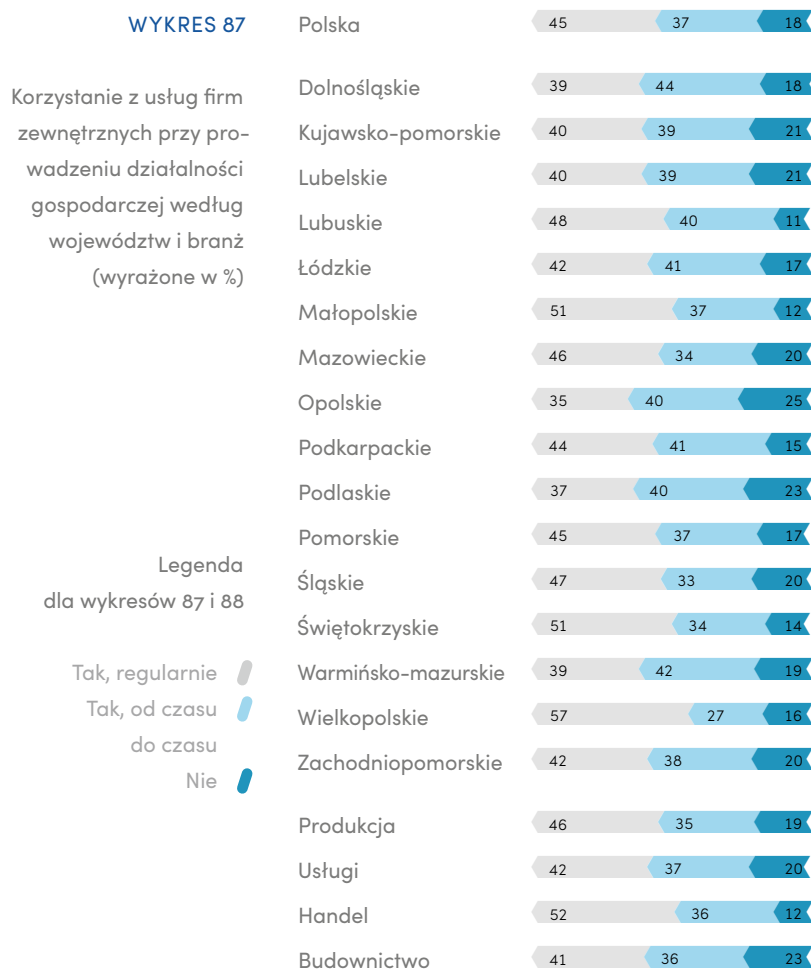
Przedsiębiorstwa, które zadeklarowały, że regularnie lub od czasu do czasu korzystają z usług firm zewnętrznych związanych z prowadzoną działalnością gospodarczą, są pytane o rodzaj świadczonych usług. Tegoroczne odpowiedzi na tak postawione pytania są przedstawione w tabeli 34. Od samego początku niekwestionowanym liderem są usługi księgowo-podatkowe. Aż 84% (w ubiegłym roku 85%) ankietowanych firm korzysta z tych usług. W pozostałych obszarach odsetek firm korzystających z *outsourcingu* obniżył się.

W przypadku firm średnich dużo rzadziej korzystają one z *outsourcingu* usług księgowych. Częściej za to zlecają na zewnątrz działania związane marketingiem i reklamą, doradztwem i konsultingiem oraz pracami badawczo-rozwojowymi (tabela 35).

Legenda

dla wykresów 85 i 86



**WYKRES 87**

Legenda
dla wykresów 87 i 88

- Tak, regularnie
- Tak, od czasu do czasu
- Nie

WYKRES 88

	Księgowość i podatki	Logistyka /transport
Polska	85%	23%
WOJEWÓDZTWO		
Dolnośląskie	85%	24%
Kujawsko-pomorskie	79%	29%
Lubelskie	83%	24%
Lubuskie	72%	28%
Łódzkie	81%	24%
Małopolskie	90%	19%
Mazowieckie	90%	23%
Opolskie	83%	20%
Podkarpackie	81%	23%
Podlaskie	82%	22%
Pomorskie	89%	27%
Śląskie	83%	24%
Świętokrzyskie	91%	20%
Warmińsko-mazurskie	77%	31%
Wielkopolskie	86%	20%
Zachodniopomorskie	84%	23%
BRANŻA		
Produkcja	82%	32%
Usługi	84%	16%
Handel	88%	32%
Budownictwo	86%	20%



Marketing i reklama	Informatyka	Prawo	Finanse	Doradztwo /consulting	Sprzedaż i obsługa klienta	Technologie	Badania i rozwój	Zarządzanie
21%	18%	14%	11%	7%	7%	6%	2%	2%
27%	23%	18%	13%	10%	14%	8%	4%	2%
19%	16%	16%	10%	8%	7%	9%	1%	3%
26%	13%	17%	17%	5%	11%	5%	3%	2%
27%	13%	16%	9%	5%	5%	3%	2%	4%
16%	19%	13%	15%	6%	5%	6%	3%	0%
20%	13%	13%	9%	6%	3%	4%	1%	2%
19%	21%	11%	8%	7%	3%	4%	2%	2%
22%	12%	13%	9%	10%	8%	9%	2%	0%
23%	19%	14%	8%	1%	7%	2%	0%	0%
24%	17%	20%	12%	8%	4%	7%	1%	3%
24%	21%	12%	12%	9%	4%	6%	2%	4%
24%	16%	16%	14%	7%	9%	7%	3%	3%
22%	10%	12%	8%	8%	8%	8%	5%	1%
29%	19%	13%	13%	11%	5%	11%	5%	3%
13%	19%	12%	9%	5%	6%	5%	2%	1%
27%	19%	18%	13%	8%	11%	5%	2%	2%
19%	14%	13%	15%	5%	6%	9%	3%	0%
22%	20%	16%	11%	9%	6%	7%	3%	2%
23%	18%	12%	10%	4%	8%	4%	2%	2%
18%	15%	14%	8%	11%	5%	6%	1%	3%

TABELA 34

Usługi świadczone przez firmy zewnętrzne w podziale na województwa i branże



Firma	Księgo- wość i podatki	Logistyka/ transport	Marketing i reklama	Informa- tyka	Prawo	Finanse	Doradz- two/con- sulting	Sprzedaż i obsługa klienta	Techno- logie	Badania i rozwój	Zarzą- dzenie
Mikro	85%	23%	21%	18%	14%	11%	7%	7%	6%	2%	2%
Małe	78%	27%	20%	25%	22%	16%	9%	6%	9%	4%	3%
Średnie	39%	25%	31%	30%	24%	27%	12%	9%	8%	14%	6%

TABELA 35

Usługi świadczone przez firmy zewnętrzne w podziale na wielkość firm

Barier

Począwszy od roku 2012, ostatnie pytanie w ankiecie dotyczy barier rozwojowych firm. Przedsiębiorcy są proszeni o skwantyfikowanie 15 barier w skali od 1 (brak bariery) do 5 (bardzo ważna bariera). Dla każdej z barier można wyliczyć wartość liczbową – im jest ona wyższa, tym dana bariera stanowi większy problem dla przedsiębiorcy.

Tegoroczna średnia wartość barier rozwoju wynosi 2,70 pkt i zmniejszyła się w porównaniu do ubiegłego roku (wykres 89).

W przypadku firm działających na rynkach międzynarodowych, średnia wartość barier rozwojowych od trzech lat jest poniżej średniej dla wszystkich firm. Dla takich firm mniejszą barierą są np. szara strefa,

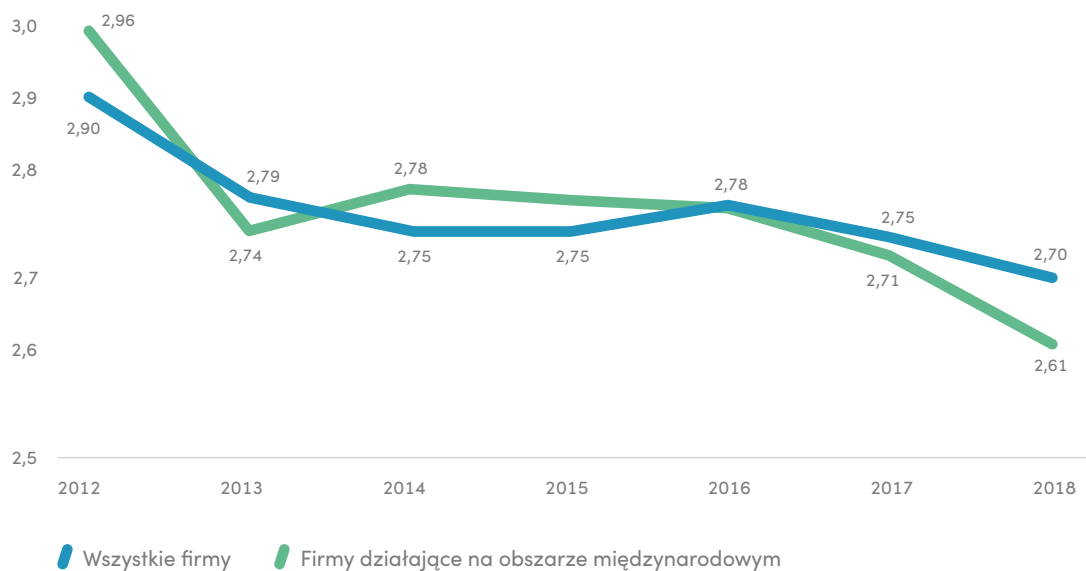
niska rentowność, koszty pracy, korupcja, czy konkurencja innych firm. Częściej za to wskazywały na czynniki makroekonomiczne (np. stopy procentowe czy kursy walut).

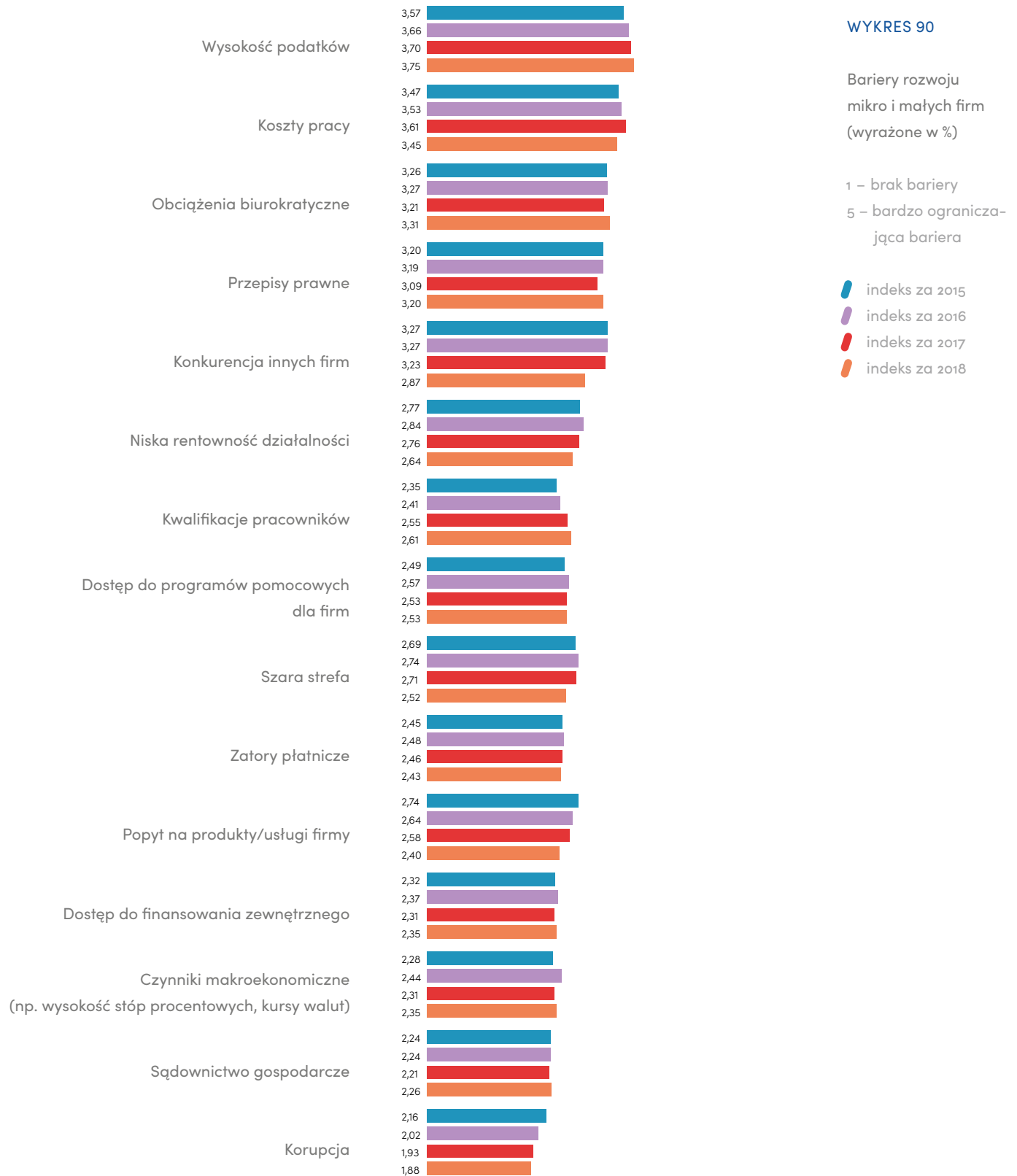
Struktura barier nie zmienia się. Nadal największym problemem pozostaje wysokość podatków (3,75 pkt., wzrost o 0,06 pkt. w stosunku do wyniku z roku ubiegłego; wykres 90). Na kolejnych miejscach są koszty pracy (spadek o 0,15 punktu), obciążenia biurokratyczne (wzrost o 0,10 punktu) oraz przepisy prawne (wzrost o 0,10 punktu). Średnia ocena barier każdego z tych czterech obszarów wynosi ponad 3 punkty. Obciążenia biurokratyczne okazały się barierą, która najbardziej wzrosła w porównaniu do ubiegłego roku.

Są też obszary, które są mniej uciążliwe niż rok temu – konkurencja innych firm, popyt na towary i usługi czy

WYKRES 89

Średnia wartość barier rozwoju w latach 2012–2018 dla wszystkich badanych mikro i małych firm oraz dla firm działających na obszarze międzynarodowym







niska rentowność działalności, które można odnieść do bardzo dobrej koniunktury gospodarczej w roku 2018.

Sytuacja w ocenie barier nie jest jednak taka sama w poszczególnych branżach. Średni wskaźnik barier dla produkcji oraz budownictwa wzrósł, tymczasem dla handlu i usług spadł.

Na wysokość podatków najczęściej wskazywały w tym badaniu firmy handlowe. W przypadku kosztów pracy najbardziej odczuwały je jako barierę firmy produkcyjne (wzrost o 0,13 punktu) i budowlane (spadek o 0,05 punktu), podobnie było w przypadku przepisów prawnych i obciążeń biurokratycznych. Na kwalifikacje pracowników najczęściej narzekały firmy budowlane, na zatory płatnicze firmy produkcyjne, a na konkurencję na rynku handel. Popyt na usługi nie był ważnym problemem w tym roku w budownictwie (spadek aż o 0,45 punktu). Na niską rentowność działalności

jako problem wskazywały przeważnie firmy produkcyjne, a na szarą strefę i korupcję budownictwo.

Porównując firmy według wielkości najwyższy wskaźnik barier miały firmy małe (3,01 punktu), w następnej kolejności średnie (2,87 punktu), a najniższy firmy mikro (2,70 punktu).

Jedyną barierą, na którą mikro firmy zwracały uwagę częściej od innych była wysokość podatków. Firmy średnie miały najwyższy wskaźnik barier w przypadku konkurencji innych firm, popytu na produkty i usługi, korupcję, sądownictwo gospodarcze oraz czynniki makroekonomiczne.

Takie bariery jak koszty pracy, przepisy, biurokracja, kwalifikacje pracowników, zatory płatnicze, czy niska rentowność wskazywane były najczęściej przez firmy małe.

Podsumowanie

Zakres badania

Bank Pekao przygotował już po raz dziewiąty Raport o sytuacji firm w Polsce. Do tej pory badane były wyłącznie firmy mikro i małe. Obecna edycja zawiera również wyniki badania dla firm średnich.

W celu porównywalności wyników z poprzednimi edycjami główne indeksy oparte są o badanie firm mikro i małych (6946 firm), a wyniki dla firm średnich (502 firmy) pokazywane są osobno wraz z porównaniem ich oddzielnie do firm mikro oraz małych.

Ogólny wskaźnik koniunktury

Ogólny Wskaźnik Koniunktury w 2018 roku wyniósł 100,4 punktu. Oznacza to, że statystycznie wśród polskich przedsiębiorców było **więcej optymistów niż pesymistów**, jednakże **przewaga ta była niewielka**, biorąc pod uwagę, że wskaźnik wyniósł zaledwie 0,4 punktu ponad poziom neutralny 100 punktów.

Ogólny Wskaźnik **obniżył się w stosunku do poprzedniego badania** o 0,4 punktu (w rzeczywistości, ze względu na zaokrąglenia różnica wynosi blisko 0,5 punktu). Oznacza to, że **nastroje przedsiębiorców generalnie nieznacznie spadły**.

Są one jednak **nadal relatywnie wysokie**, ponieważ tegoroczny wskaźnik jest **drugim najwyższym w historii badań**. Tylko w dwóch edycjach (obecna i poprzednia) wskaźnik wyniósł powyżej 100 punktów. Różnica pomiędzy tegorocznym wynikiem a najniższym odczytem z 2012 r. wynosi aż blisko 11 punktów.

Najlepsze odczyty Ogólnego Wskaźnika Koniunktury miały miejsce w województwie świętokrzyskim (najwyższy wzrost rok do roku), podkarpackim i lubelskim. Najniższy poziom wskaźnika odnotowano w łódzkim i mazowieckim.

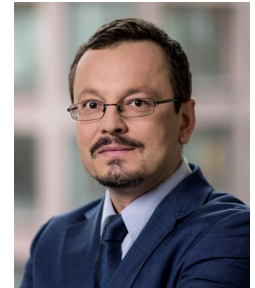
Wskaźnik koniunktury w firmach działających na rynkach międzynarodowych był wyższy od średniej dla wszystkich firm.

W 2018 r. najbardziej optymistyczne były firmy średnie. Najniższy wskaźnik prognoz dotyczy firm małych. Najślabiej ostatnie 12 miesięcy oceniły firmy mikro.

Spośród branż najlepsze nastroje panowały w budownictwie, jednak po raz pierwszy wskaźnik prognoz (choć nadal wysoki), jest niższy od wskaźnika za ubiegłe 12 miesięcy. Oznacza to, że ostatni rok firmy budowlane oceniły bardzo dobrze, ale nie są pewne czy aż tak dobra koniunktura utrzyma się w kolejnym roku.

Rekordowy rok 2018

Rekordowym wynikiem tegorocznego badania jest **ocena ostatnich 12 miesięcy – wskaźnik ten wzrósł rok do roku o 0,6 punktu, wyniósł 100,1 punktu i jest najwyższym odczytem w ciągu dziewięciu lat badań**. Po raz pierwszy też w historii wskaźnik ten przekroczył próg 100 punktów. Rok 2018 (w ocenie dokonanej we wrześniu i październiku 2018) był **więc najlepiej ocenianym rokiem na przestrzeni ostatnich dziewięciu lat**.



Jakub Fulara
Bank Pekao SA

W Banku Pekao pełni funkcję dyrektora Biura Funduszy UE i Programów Publicznych. Odpowiada za realizację inicjatyw związanych z rozwojem MŚP. Od dziewięciu lat współautor Raportu o sytuacji mikro, małych i średnich firm.





Prognozy ze znakiem zapytania

Indeks dotyczący prognoz spadł o 1,6 punktu i wyniósł 100,6 punktu. Mimo spadku wskaźnika, liczba optymistów była statystycznie większa (minimalnie) od liczby pesymistów. **Po raz pierwszy w historii badań ocena perspektyw obniżyła się rok do roku, podczas gdy wskaźnik za ostatnie 12 miesięcy jest wyższy niż w poprzednim badaniu. Właściciele firm uznali, że rok 2018 był najlepszym z ostatnich dziewięciu lat, a podobna dobra koniunktura w kolejnym roku nie jest już tak pewna.**

Wskaźnik koniunktury vs PKB

Sprawdziły się dobre prognozy przedsiębiorców z ubiegłego roku. Dobre nastroje korelowały ze wzrostem PKB. Obecne prognozy przedsiębiorców przewidują spadek nastrojów i są spójne z tendencjami obserwowanymi w skali makroekonomicznej. Perspektywy gospodarcze na świecie i w Polsce pogarszają się, a wzrost PKB będzie prawdopodobnie istotnie niższy.

Porównanie rok do roku badanych obszarów

Wskaźnik koniunktury przedsiębiorstw obniżył się przede wszystkim w wyniku niższej niż w ubiegłym roku oceny sytuacji gospodarczej oraz sytuacji branży. Właściciele firm niżej ocenili także sytuację swoich firm, wynik finansowy oraz wielkość zatrudnienia. Lepiej niż w ubiegłym roku ocenione zostały przychody, okres oczekiwania na zapłatę oraz dostępność do finansowania.

Ocena sytuacji polskiej gospodarki

W tegorocznym badaniu nastąpiły spadki w ocenie sytuacji gospodarczej, choć trzeba zauważyć, że Wskaźnik oceny gospodarki i tak należy uznać za wysoki, ponieważ był to drugi najwyższy odczyt w 9-letniej historii badań. Gospodarka ogólnie najlepiej została oceniona w województwie świętokrzyskim i podkarpackim, najniżej w mazowieckim. Firmy działające poza granicami kraju są bardziej krytyczne jeśli

chodzi o polską gospodarkę niż firmy działające na rynku lokalnym, regionalnym lub krajowym. Najwyżej sytuację gospodarczą oceniły firmy średnie. Perspektywy najbardziej krytycznie oceniają firmy małe.

Ocena sytuacji w branżach

Średni wskaźnik oceny tego obszaru obniżył się o 0,8 punktu w porównaniu z ub. rokiem, ale i tak jest on drugim najwyższym odczytem we wszystkich dziewięciu latach badawczych. Po raz pierwszy ocena perspektyw jest niższa od oceny dotychczasowej sytuacji.

W branży produkcyjnej ostatnie 12 miesięcy zostało ocenione niżej niż w poprzednim badaniu. Jednak wskaźnik 96,2 punktu jest drugim najwyższym w historii badań. Firmy produkcyjne są bardziej ostrożne w oczekiwaniach na rok 2019.

W usługach oraz w handlu rok 2018 był najlepszym w ciągu ostatnich dziewięciu lat badań. Po raz pierwszy jednak wskaźnik prognoz na kolejne 12 miesięcy jest niższy od oceny ostatnich 12 miesięcy. Właściciele firm usługowych i handlowych uznali, że tak dobra sytuacja jak w 2018 może się nie powtórzyć w kolejnym roku.

W branży budowlanej ostatnie dwa lata były okresem bardzo dobrej koniunktury. Wskaźnik oceny ostatnich 12 miesięcy w 2017 osiągnął rekordowe 106,1 punktu, a w 2018 niewiele mniej, bo 105 punktów. To jedyne przypadki wskaźnika branż, gdy przekroczył on 100 punktów. Branża budowlana oczekuje jednak pewnego pogorszenia sytuacji w kolejnych 12 miesiącach. Wskaźnik 98,9 punktu jest nadal wysoki, wskazuje jednak na ostrożność w oczekiwaniach na 2019 rok.

Najlepiej sytuację w swoich branżach oceniły firmy średnie, a najźlepiej firmy małe.

Sytuacja firmy

Wskaźniki związane bezpośrednio z działalnością firmy są tradycyjnie wyższe niż indeksy dotyczące oceny ogólnej sytuacji gospodarczej oraz oceny sytuacji



branży. Rok 2018 był rekordowy (102,2 punktu) jeśli chodzi o ocenę sytuacji firmy. Prognozy na rok 2019 są nadal bardzo dobre – optymistyczna większość oczekuje poprawy sytuacji (103,4 punktu).

Firmy działające na rynkach międzynarodowych oceniają swoją sytuację lepiej niż firmy operujące tylko w kraju.

Najlepiej swoją sytuację oceniły firmy budowlane (ale mają ostrożniejsze prognozy), naj słabiej firmy handlowe (ale prognozują wzrost nastrojów).

Najlepiej swoją sytuację oceniły firmy średnie, naj słabiej firmy małe.

Ocena przychodów i wyniku finansowego

Ocena przychodów oraz wyniku finansowego w ostatnich 12 miesiącach osiągnęła najwyższy poziom w ciągu dotychczasowych 9 lat badań. Prognozy są wysokie, jednak nieco mniej optymistyczne niż w poprzednim badaniu.

W tegorocznym badaniu po raz pierwszy wskaźnik oceny przychodów był wyraźnie wyższy od wskaźnika wyniku finansowego. Wysoki wzrost przychodów firm nie spowodował równie dużego wzrostu zysków.

W obu wskaźnikach wyraźnie najlepsze były odczyty dla firm działających na rynkach międzynarodowych.

Najwyższa ocena przychodów i zysków miała miejsce w przypadku firm średnich, a najniższa w przypadku firm małych.

Ostatnie 12 miesięcy to najwyższa ocena przychodów w budowlance, perspektywy jednak najlepiej widzą firmy produkcyjne. Wynik finansowy najwyżej oceniają firmy budowlane. W obu wskaźnikach najniższe oceny miały miejsce w handlu, ale zaobserwowano wzrost nastrojów w porównaniu do poprzedniego badania.

Oczekiwanie na zapłatę

Ocena poprzednich 12 miesięcy wzrosła i osiągnęła rekordowy poziom 97,5 punktu. Niższe od średniej oceny wystawiły firmy działające poza granicami kraju. Najlepsze odczyty miała branża handlowa, najniższe budowlanka i produkcja. Ponownie najlepiej sytuację oceniły firmy średnie, a naj słabiej firmy małe.

Zatrudnienie

W 2018 ocena zatrudnienia w ostatnich 12 miesiącach osiągnęła rekordowy poziom, co oznacza, że chęć do zatrudnienia w 2018 w sektorze mikro i małych firm była najwyższa w historii dziewięciu lat badań. Przedsiębiorcy są nadal optymistyczni jeżeli chodzi o zwiększenie zatrudnienia, choć perspektywy nie są aż tak optymistyczne jak w ubiegłym roku. Najwyższe odczyty miały miejsce w przypadku firm o zasięgu międzynarodowym oraz firmy średnie. W przyszłym roku najczęściej chcą zatrudniać firmy budowlane.

Ocena dostępności finansowania zewnętrznego

W obecnym badaniu ocena dostępności zewnętrznego finansowania w ostatnich 12 miesiącach osiągnęła najwyższy dotąd poziom. Zgodnie z oczekiwaniami sytuacja w 2019 r. ma być stabilna.

Lepiej od krajowych dostęp do finansowania oceniają firmy działające poza granicami kraju. Najlepszy wskaźnik wśród firm miały firmy średnie.

Odsetek firm korzystających z finansowania zewnętrznego spadł o 3,6 p.p. W przypadku firm działających na rynkach międzynarodowych korzystają one częściej z kredytu na działalność, co wiąże się z tzw. finansowaniem eksportu.

Środki własne dominują w przypadku mikro firm. Odsetek małych firm korzystających z zewnętrznych środków wynosi blisko połowę. W przypadku firm średnich zaledwie 28% mówi o korzystaniu wyłącznie z własnych środków.



O niechęci do zadłużania mówią najczęściej firmy małe i mikro. W tych dwóch grupach wyższe są odsetki firm wskazujących na brak możliwości skorzystania z zewnętrznych źródeł (odpowiednio 11% i 8%). Ta przyczyna jest bez większego znaczenia dla firm średnich (3%).

Inwestycje

Odsetek inwestujących mikro i małych firm w ostatnich 12 miesiącach, obniżył się w porównaniu do ubiegłego roku. Za każdym razem firmy działające na obszarze międzynarodowym inwestują dużo częściej od średniej dla wszystkich firm.

Spośród branż najwyższy odsetek inwestujących firm miał miejsce w sektorze budownictwa. W tej branży nastąpił także wzrost rok do roku o 2 punkty procentowe. Na drugim miejscu jest produkcja, ale w tym przypadku mniej firm niż w poprzednim badaniu deklaroowało ponoszenie wydatków inwestycyjnych. Obniżenie odsetka miało miejsce w handlu i usługach.

Głównym źródłem finansowania inwestycji były środki własne. O 1 p.p. wzrósł odsetek firm korzystających z kredytu inwestycyjnego. Nadal bardzo duży udział w finansowaniu środków trwałych ma leasing 16%. Wraz z wielkością firmy spada ograniczenie się wyłącznie do własnych środków przy inwestycjach, a rośnie wykorzystanie źródeł zewnętrznych. Zarówno kredyt jak i leasing dużo częściej wykorzystywane są przez firmy małe i średnie. Zwraca też uwagę 16% średnich firm deklaruujących korzystanie z dotacji UE, podczas gdy dla mikro i małych odsetek ten jest znikomy.

Innowacyjność

W tegorocznym badaniu nastąpił znaczący spadek odsetka innowatorów – tylko 19,9% firm zadeklarowało

wprowadzenie innowacji produktowych w ostatnich 12 miesiącach, a 13% innowacji procesowych. To najniższy wynik w historii badań. W przypadku firm działających na rynkach międzynarodowych, odsetek innowatorów jest dużo wyższy od średniej dla wszystkich firm. Odsetek ten rośnie także wraz z wielkością firmy.

Ocena otoczenia biznesu przez mikro i małe firmy

Po raz kolejny wysoko ocenione zostało otoczenie biznesu – lokalna administracja, jakość doradztwa bankowego, intensywność uciążliwości kontroli gospodarczej oraz przynależność do organizacji biznesowej. Ta ostatnia pozycja mimo wysokiej oceny jest jednak niewykorzystaną możliwością polskich firm – zaledwie 6% firm zadeklarowało przynależność do jakiejś organizacji.

Usługi zewnętrzne

Skłonność przedsiębiorców do outsourcingu rośnie. Według deklaracji, jedynie 37% (rok temu 34%) właścicieli mikro i małych firm nie korzysta z usług firm zewnętrznych.

Barьеры

Tegoroczna średnia wartość barier rozwoju wynosi 2,70 pkt. i zmniejszyła się w porównaniu do ubiegłego roku. Struktura barier nie zmienia się. Nadal największym problemem pozostaje wysokość podatków. W przypadku firm działających na rynkach międzynarodowych, średnia wartość barier rozwojowych od trzech lat jest poniżej średniej dla wszystkich firm. Na kolejnych miejscach są koszty pracy, obciążenia biurokratyczne oraz przepisy prawne.

Ekspansja zagraniczna polskich firm

Co roku w Raporcie o sytuacji mikro i małych firm, a od tego roku również firm średnich, oprócz wyników badania związanych z postrzeganiem sytuacji przedsiębiorstw oraz otoczenia biznesu, przedstawiamy także artykuły związane z tematem specjalnym. Przygotowują je pracownicy Banku oraz eksperci zewnętrzni.

Tematem specjalnym tegorocznego Raportu jest ekspansja zagraniczna polskich mikro, małych i średnich przedsiębiorstw, a uwaga ekspertów skupiona została na eksporcie produktów i usług.

W rozdziale opracowanym przez **Agnieszkę Michalik z Banku Pekao** zaprezentowana została analiza wyników ankiety, związanych z tematem specjalnym. Co roku zakres pytań dotyczący tematu specjalnego jest inny, dostosowując się tym samym do ważnych w danym roku zagadnień biznesowych i okołobiznesowych. Tematyka eksportu w mikro i małych firmach poruszana była w Raporcie z 2013 roku i w tym zakresie została porównana z najnowszymi wynikami. Ankieta w tegorocznym Raporcie została natomiast wzbogacona o nowe zagadnienia oraz wywiady ze średnimi firmami.

Eksport jest jednym z najważniejszych czynników wzrostu gospodarczego, zatem wprowadzeniem do tej tematyki jest artykuł **Kamila Łuczковского z Biura Analiz Makroekonomicznych Banku Pekao**, dotyczący struktury oraz głównych trendów eksportowych w polskiej gospodarce.

Wiele firm, które podjęły decyzję o sprzedaży swoich produktów i usług na rynkach zagranicznych, odnosi duże sukcesy, czego dowodem jest coraz większe znaczenie polskiego eksportu. Wsparcie w realizacji

planów eksportowych polskich MŚP oraz inwestycji na nowych rynkach wpisane jest w cel działania **Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu S.A. (PAIH)**. Z pakietem usług wspierających polskie firmy w umiędzynarodowieniu ich działalności w kraju i za granicą można zapoznać się w artykule **Krzysztofa Sengera, pełniącego obowiązki Prezesa Zarządu PAIH**.

W prowadzeniu działalności gospodarczej, szczególnie na rynkach międzynarodowych, ważną rolę odgrywa bezpieczeństwo transakcji handlowych. Naprzeciw tym potrzebom wychodzi **Korporacja Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych S.A. (KUKE)**, która jako jedyna instytucja w Polsce prowadzi ubezpieczenia eksportowe gwarantowane przez Skarb Państwa. O tym, w jaki sposób firmy mogą zapewnić bezpieczeństwo swoich transakcji w kraju i za granicą, piszą w swoim artykule **Maciej Spychała i Dorota Filant z Wydziału Strukturyzowania Transakcji KUKE**.

Dzięki postępowi technologicznemu i powszechnemu wykorzystaniu Internetu, mamy do czynienia z transformacją cyfrową oraz przetwarzaniem danych w niespotykanej dotąd skali. Dane w postaci cyfrowej traktowane są jako jeden z najważniejszych surowców XXI wieku, a wręcz uważane za „nową ropę”. Artykuł **dr hab. Katarzyny Śledziewskiej i mgr Joanny Mazur z Digital Economy Lab Uniwersytetu Warszawskiego** zwraca uwagę na konsekwencje zachodzących zmian w produkcji i handlu – w kraju i za granicą – wywołanych przez cyfryzację.

Internet jest skarbnicą wiedzy i nieograniczonych możliwości, zatem znajdziemy w nim również narzędzia, które wspierają głównych adresatów niniejszego Raportu, czyli eksporterów. **Michał Kramarz, Head**



of Startups, Export & Entrepreneurship Development w Google w swoim artykule opisuje narzędzia cyfrowe, które mogą wspierać polskie firmy w rozwoju globalnej działalności oraz daje wskazówki, jak najlepiej wykonać je w ekspansji międzynarodowej.

Dzięki swojej popularności, platformy społecznościowe z powodzeniem wykorzystywane są coraz częściej do działań biznesowych. **Robert Bednarski, Dyrektor Facebooka na Europę Środkowo-Wschodnią** w swoim artykule opisuje, jak rozwój technologii mobilnych wpłynął na dzisiejszy marketing oraz jak mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa, poprzez działania reklamowe prowadzone za pośrednictwem mediów społecznościowych, mogą docierać do swoich klientów i rozwijać działalność równie skutecznie jak największe firmy. Co istotne, chodzi o działania o nieograniczonym zasięgu.

W prowadzeniu działalności eksportowej kluczowe są: finansowanie działalności oraz produkty wspierające prowadzony biznes. **Piotr Stolarczyk, Dyrektor Departamentu Bankowości Międzynarodowej i Finansowania Eksportu w Bank Pekao** pisze o tym, jak ograniczyć ryzyko w transakcjach międzynarodowych. **Agnieszka Durlej, Dyrektor Biura Akwizycji i Rozwoju Biznesu w Banku Pekao** wskazuje produkty zabezpieczenia ryzyka kursowego w działalności mikro, małych i średnich firm oraz przykłady ich zastosowania, natomiast

Piotr Iwaszkiewicz i Anna Jabłońska z Departamentu Rozwoju Produktów Banku Pekao opisują produkty transakcyjne i kredytowe wspierające działalność polskich eksporterów.

Niewątpliwym wsparciem prowadzenia biznesu za granicą są międzynarodowe izby handlowe. Bilans handlowy z zagranicą wskazuje Niemcy jako największego odbiorcę polskiego eksportu. **Katarzyna Soszka-Ogrodnik, rzecznik prasowy AHK Polska** w swoim artykule opisuje znaczenie rynku niemieckiego dla polskich eksporterów oraz udziela cennych wskazówek dotyczących prowadzenia biznesu na tym rynku. Z kolei **Hanna Stypułkowska-Goutierre, Prezes Stowarzyszenia Polskich Izby Handlowych Za Granicą (PolChambers)** opisuje, jak instytucja ta wspiera polskie firmy w ekspansji zagranicznej, ułatwiając w ten sposób kontakty z partnerami biznesowymi.

Na zakończenie tego rozdziału zaprezentowano sylwetki przedsiębiorstw – klientów Banku Pekao, którzy sprzedają swoje produkty i usługi poza granicami kraju. W wywiadach opracowanych przez **Jacka Szaroszyka i Jakuba Fularę z Banku Pekao**, właściciele firm opowiadają przede wszystkim o korzyściach, jakie niesie za sobą eksport, ale również wskazują obszary, na które należy zwrócić uwagę prowadząc handel zagraniczny.

Ekspansja zagraniczna

mikro, małych i średnich firm

W poszczególnych edycjach Raportu o sytuacji mikro i małych firm, a od tej edycji również firm średnich, oprócz głównej części badania opisanej w rozdziale V, szczególna uwaga poświęcona jest wybranemu tematu specjalnemu, który w danej chwili jest ważny dla polskich przedsiębiorców. Tym sposobem, tegoroczne badanie w części specjalnej zostało poświęcone tematyce **ekspansji zagranicznej polskich firm, w tym głównie eksportu**. Temat eksportu był już poruszany w Raporcie w roku 2013, natomiast w tej edycji został poszerzony o dodatkowe zagadnienia, a także ma na celu zbadanie zmian, które nastąpiły na przestrzeni tych kilku lat.

Jak wynika z danych makroekonomicznych, polski eksport w roku 2017 wyniósł niemal 254 mld EUR, z czego 80% stanowiły towary, a 20% usługi. Średniorocznie na przestrzeni ostatnich 13 lat, eksport w Polsce rośnie niemal o 11%. Wzrost towarów sprzedawanych za granicą sprawił, że eksport określany jest często jako lokomotywa ciągnąca polską gospodarkę i polskie PKB. **W 2017 r. eksport stanowił 54,3% wartości polskiego PKB**. Istotne jest zatem zbadanie, w jakim stopniu do rozwoju eksportu przyczyniają się polskie mikro, małe i średnie firmy.

Tematyka eksportu w mikro i małych firmach jest integralną częścią każdego z dotychczasowych Raportów, jednak pytania kierowane do właścicieli firm, za wyjątkiem rozszerzenia tematu w roku 2013, są ograniczone do dwóch pytań. W każdym roku respondenci pytani są o to, czy w ciągu ostatnich 12 miesięcy eksportowali oraz czy w kolejnych 12 miesiącach zamierzają eksportować wyroby lub usługi. Ci z respondentów, którzy twierdząco odpowiadają na pierwsze pytanie, proszeni są o dokonanie oceny przychodów z eksportu.

Uzyskane odpowiedzi na przestrzeni dziewięciu edycji Raportu pozwalają zaobserwować trendy oraz porównać wyniki rok do roku. W roku 2018 pytania te zostały zadane także firmom średnim.

W obecnym badaniu eksporterzy byli dodatkowo pytani m.in. o szczegółowe informacje związane z okresem działalności eksportowej, o kierunki eksportu, wartość eksportu w przychodach firmy, kontrahentów, bariery, perspektywy rozwoju oraz metody dotarcia na nowe rynki. Pytania dotyczyły także finansowania eksportu – źródeł finansowania wytwarzanych na eksport produktów lub usług, finansowania wierzycielności eksportowych czy wykorzystania produktów finansowych w działalności eksportowej.

Odsetek eksportujących firm

Pierwsze spojrzenie na wyniki najnowszego raportu przynosi niemałe zaskoczenie. Pomimo rosnącego znaczenia eksportu w Polsce, co obserwujemy w ujęciu makroekonomicznym (patrz: „Eksport w polskiej gospodarce – struktura oraz główne trendy” w Rozdziale VII), **odsetek mikro i małych firm deklarujących eksport swoich wyrobów lub usług w ostatnich miesiącach wyniósł w roku 2018 niecałe 13% (wykres 91)**. Odsetek ten zmalał w porównaniu do poprzedniego badania o 3,8 punktu procentowego.

Jeszcze większy spadek odsetka eksportujących firm miał miejsce w kategorii mikro i małych firm działających na rynku krócej niż 3 lata (spadek o 6,4 p.p. w stosunku do roku 2017). W ostatnich latach najmłodsze firmy charakteryzowały się wysoką skłonnością do sprzedaży swoich produktów i usług poza granicami



Agnieszka Michalik
Bank Pekao SA

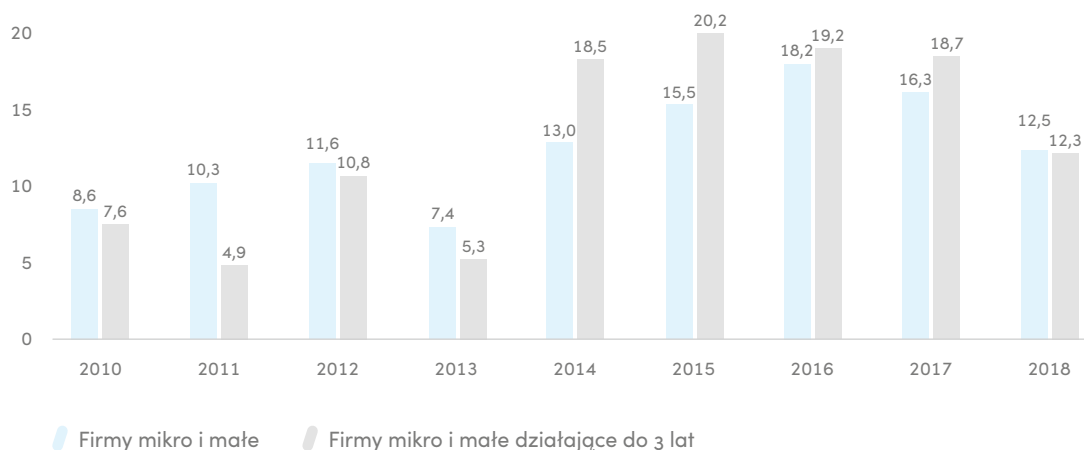
W Banku Pekao jako ekspert zajmuje się tematyką rozwoju przedsiębiorczości oraz wsparciem produktów UE i instrumentów finansowych dla MŚP. Od dwóch lat redaktor Raportu o Sytuacji Mikro, Małych i Średnich Firm.





WYKRES 91

Odsetek firm prowadzących działalność eksportową w latach 2010–2018 w porównaniu z firmami działającymi do 3 lat (dane wyrażone w %)



kraju – w latach 2014–2017 odsetek eksporterów wśród tych firm przekraczał zawsze 18%. W tym okresie odsetek młodych eksporterów był wyższy od średniej dla całego kraju. W najnowszym badaniu znalazł się nieznacznie poniżej średniej (o 0,2 p.p. poniżej średniej dla wszystkich badanych firm mikro i małych).

Na spadek w roku 2018 odsetka eksporterów wśród mikro i małych firm wpływa przede wszystkim bardzo duże zmniejszenie się odsetka eksportujących małych przedsiębiorstw (**spadek o 18 punktów procentowych**, wykres 92). W mniejszym stopniu spadek ten dotyczył mikrofirm (spadek o 4 p.p.).

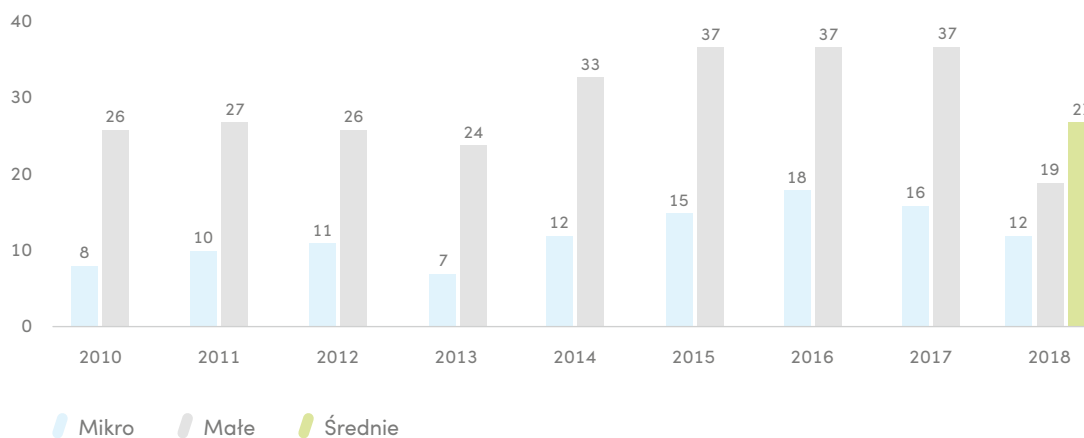
Dużo niższy odsetek mikro i małych firm eksportujących nie da się wytłumaczyć wyłącznie błędem statystycznym, który wynosi $\pm 1,8$ p.p. Główną przyczyną takiej zmiany może być wzrost popytu krajowego,

w szczególności w wyniku wzrostu konsumpcji prywatnej (patrz: Rozdział III „Ogólna sytuacja gospodarcza”). Rosnący popyt krajowy zaspokaja potrzeby i możliwości mniejszych przedsiębiorstw – nie muszą one szukać kontraktów za granicą, ponieważ rynek krajowy pozwala im na generowanie przychodów i realizację zysków. Warto też zauważyć, że charakterystyką mniejszych firm są często jednorazowe kontrakty z partnerami zagranicznymi, a nie wieloletnia stała współpraca. Spadek odsetka może więc wynikać z tego, że w poprzednim roku badawczym większa część firm realizowała zawarte wcześniej kontrakty zagraniczne, natomiast w roku 2018 nie było to konieczne z powodu wystarczającej konsumpcji ich produktów czy usług na rynku krajowym.

Jak wspomniano powyżej, w tym badaniu po raz pierwszy pytania o eksport zadano także firmom średnim.

WYKRES 92

Odsetek firm prowadzących działalność eksportową w latach 2010–2018 według wielkości firmy (dane wyrażone w %)





Wśród badanych firm średnich, 27% firm zadeklarowało sprzedaż swoich produktów i usług poza granicami kraju. Analiza wyników generalnie wskazuje zależność, że wraz z wielkością firmy rośnie skłonność do prowadzenia działalności eksportowej.

W przypadku mikrofirm warto zwrócić uwagę na fakt, że ze względu na swoje rozmiary i niewielką skalę działalności, często eksportują one okazyjnie – w oparciu np. o jednorazowy kontrakt. Odsetek eksportu mikrofirm na poziomie 12% odnotowany w tej edycji badania jest na poziomie zbliżonym do średniej dla wszystkich lat badawczych w zakresie tych firm.

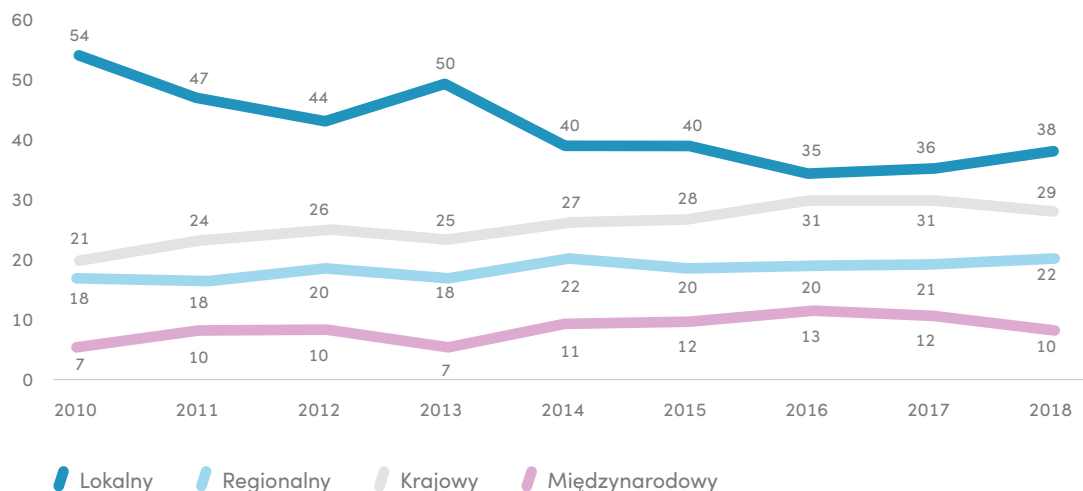
Największym zaskoczeniem w tegorocznym badaniu eksportu są wyniki dla małych firm. Do tej pory w historii badania odsetek eksportujących małych firm był najniższy w roku 2013 i wyniósł wówczas 24%. W roku 2018 odsetek spadł dużo poniżej tej wartości – wyniósł jedynie 19%. Oznacza to, że w tym badaniu odnotowano **największy spadek rok do roku odsetka małych firm, w wyniku czego osiągnął on najniższy poziom w historii badania**. Warto zauważyć, że w poprzednich trzech latach badań odsetek ten kształtował się na bardzo wysokim i stabilnym poziomie 37%.

Nieco lepiej przedstawia się prognoza eksportu na rok 2019. W kolejnym roku firmy mikro i małe deklarują większy eksport, odpowiednio o 3 p.p. oraz 2 p.p., natomiast firmy średnie deklarują sprzedaż zagraniczną na nieco niższym poziomie – mniej o 1 p.p.

Obszar działania firm

We wszystkich latach badawczych przedsiębiorcom zadawane było także pytanie o obszar działania firmy (lokalnie, regionalnie, na obszarze krajowym, na obszarze międzynarodowym). Wyniki badania pokazują, że mikro i małe firmy koncentrują się przede wszystkim na rynku krajowym. Odsetek mikro i małych firm deklarujących działalność na rynku międzynarodowym wyniósł 10%.* Na zwrócenie uwagi zasługuje fakt, że od początku badania znacząco zmniejsza się udział firm mikro i małych w rynku lokalnym, a jednocześnie zwiększa w pozostałych badanych obszarach. W latach 2017 oraz 2018 obserwujemy lekki wzrost udziału tych firm w rynku lokalnym i regionalnym, a spadek na rynku krajowym i międzynarodowym (wykres 93). Jednym z wyjaśnień sytuacji pobudzenia sprzedaży lokalnej i regionalnej może być, jak wspomniano, stopniowa poprawa sytuacji finansowej gospodarstw domowych, a co za tym idzie zwiększenie konsumpcji. Na sytuację tę niewątpliwie ma wpływ spadek bezrobocia oraz Program 500+.

* Jest on niższy od odsetka firm deklarujących eksport swoich towarów i usług w ciągu ostatnich 12 miesięcy, który wyniósł 12,5%. Część ankietowanych uznała swoje jednorazowe kontrakty na sprzedaż za granicą za niewystarczające, aby określić obszar swojej działalności jako „międzynarodowy”.



WYKRES 93

Obszar działania mikro i małych firm w latach 2010–2018 (dane wyrażone w %)


Adam Antoniak

Ekspert, Biuro Analiz
Makroekonomicznych,
Bank Pekao SA

Komentarz makroekonomiczny

Spadek odsetka eksportujących firm z sektora MŚP potwierdza, że 2018 r. był trudny dla firm aktywnych na rynkach zagranicznych ze względu na pogarszającą się koniunkturę na rynkach eksportowych, zwłaszcza w sektorze przetwórczym. W szczególności dotyczy to mniejszych firm, które mają mniej trwałe relacje z kontrahentami zagranicznymi. Managerowie logistyki ankietowani przez IHS Markit wskazują, że ostatnie miesiące 2018 r. przyniosły spadek nowych zamówień eksportowych. Słabnący popyt na polski eksport był także widoczny w skali makro. W pierwszych trzech kwartałach 2018 r. nominalna wartość eksportu towarów i usług zwiększyła się o 6,7%, podczas gdy w analogicznym okresie 2017 r. wzrost wyniósł 11,5%.

Odsetek eksporterów wg branż

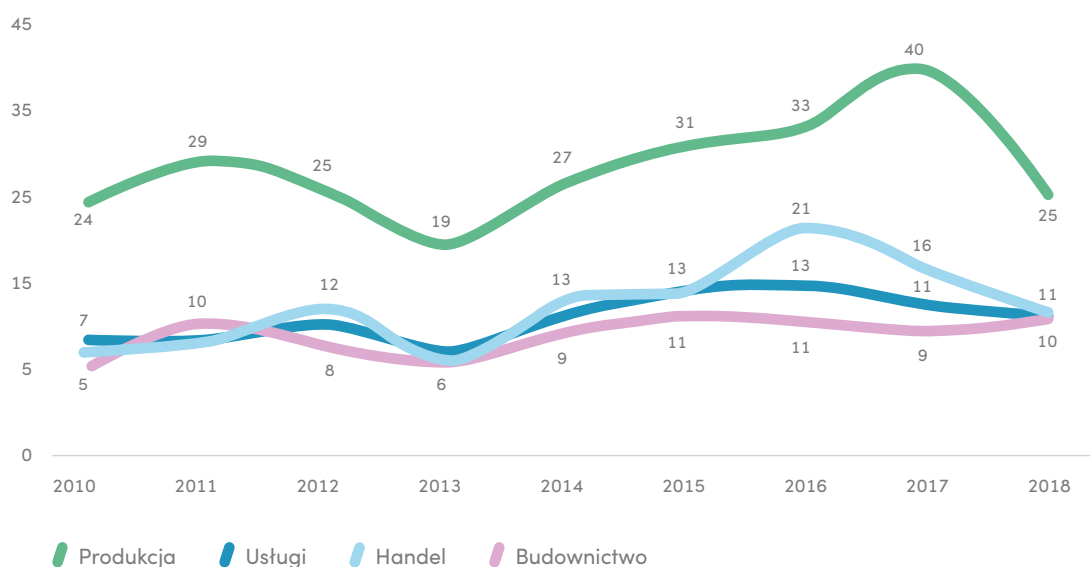
W układzie branżowym we wszystkich latach badawczych najwyższy odsetek eksporterów w segmencie mikro i małych firm odnotowany został wśród firm produkcyjnych. Nie inaczej jest w tegorocznym badaniu – 25% firm z branży produkcyjnej zadeklarowało w roku 2018 sprzedaż swoich produktów za granicą (wykres 94). Warto jednak zwrócić uwagę na fakt, że w tym segmencie nastąpił znaczący spadek odsetka eksporterów – aż o 15 punktów procentowych w stosunku do roku poprzedniego, co wpłynęło znacząco na zmniejszenie ogólnego poziomu eksportujących mikro i małych firm w roku 2018.

W pozostałych branżach odsetek eksportujących firm był do siebie zbliżony, z wyjątkiem handlu, w którym w roku 2016 odsetek ten wybił się do poziomu 21%, aby w roku 2018 ponownie zbliżyć się do poziomu odsetka branży usługowej i budownictwa.

O ile eksport w branży produkcyjnej oraz handlowej jest bardzo wrażliwy na zmiany zachodzące w otoczeniu gospodarczym, o tyle branża usługowa i budowlana, pomimo dość niskiego odsetka sprzedaży za granicą (odpowiednio 11% oraz 9% w branży usługowej oraz budowlanej), utrzymuje poziom sprzedaży zagranicznej na stabilnym poziomie od roku 2014.

WYKRES 94

Odsetek eksportujących mikro i małych firm w latach 2010–2018 według branż (dane wyrażone w %)



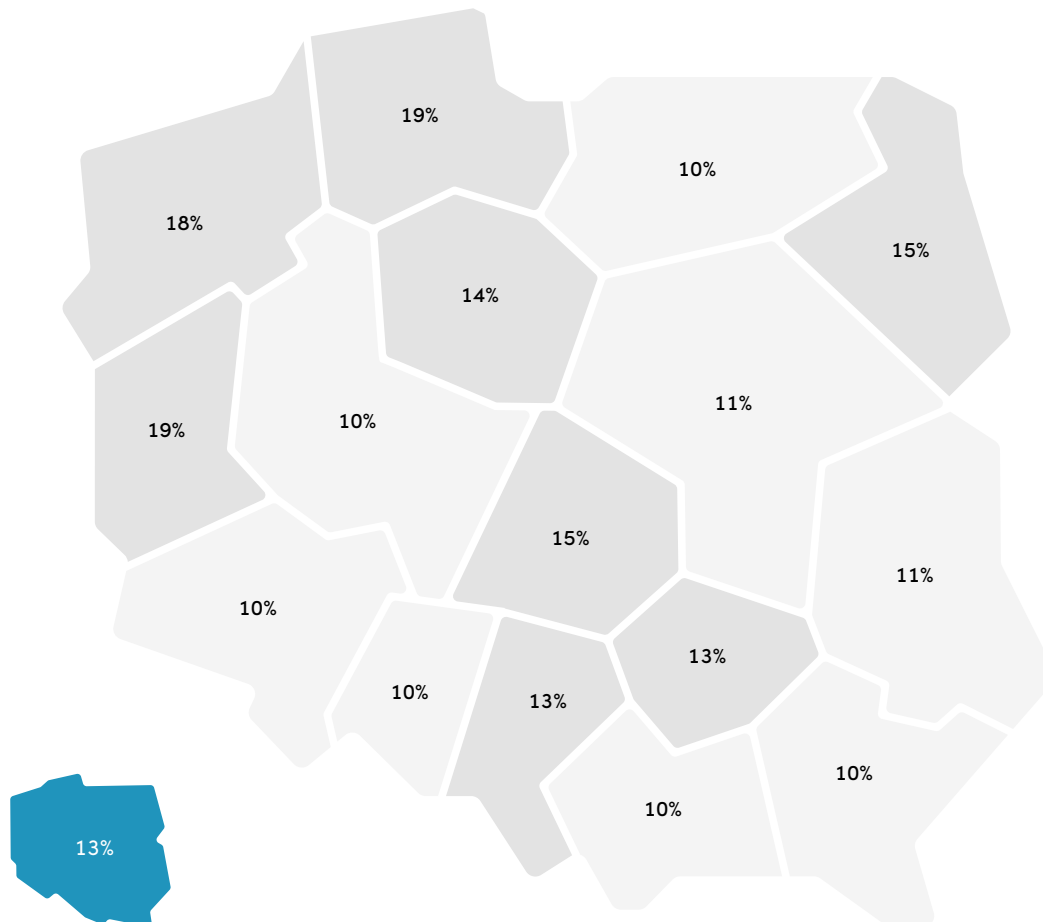


Wśród firm średnich najczęściej przedsiębiorstw wysyłających swoje produkty za granicę działa w branży produkcyjnej – 40% firm. Handel i usługi to odpowiednio 22% oraz 17%, natomiast branża budowlana to jedynie 6%.

Utrzymująca się w Polsce dobra koniunktura gospodarcza (pomimo oznak spowolnienia) może sprawić, że firmy chętniej będą sprzedawały swoje produkty i usługi w kraju, zamiast mierzyć się z trudami utrzymania się oraz konkurencją na rynkach zagranicznych. Efekt ten może okazać się mało optymistyczny z punktu widzenia innowacyjności firm, gdyż to właśnie wejście na trudne rynki wysokorozwinięte jest motorem dla innowacyjnych rozwiązań, a nie konkurowanie tylko pod względem niższych kosztów wytworzenia.

Odsetek eksportujących firm w układzie regionalnym

W układzie wojewódzkim w roku 2018 najczęściej mikro i małych firm zadeklarowało sprzedaż swoich produktów i usług za granicą w województwie pomorskim oraz lubuskim – 19% (mapa 28). W przypadku województwa pomorskiego nastąpił wzrost udziału eksporterów o 3 p.p., natomiast w przypadku województwa lubuskiego, pomimo najwyższego udziału eksporterów w kraju w roku 2018, nastąpił spadek o 12 p.p. w porównaniu do poprzedniego badania (największy spadek wśród województw). Do województw, w których najczęściej mikro i małych firm zadeklarowało eksport w roku 2018, należy również zachodniopomorskie (18%; spadek o 4 p.p.) oraz łódzkie (15%; *constans* rok do roku) i podlaskie (15%; spadek o 4 p.p.).



MAPA 28

Odsetek mikro i małych firm eksportujących w poszczególnych województwach

- powyżej średniej
- poniżej średniej



Najmniejszy odsetek (10%) mikro i małych firm eksportujących w roku 2018 został zanotowany w województwach: dolnośląskim, małopolskim, opolskim, podkarpackim, warmińsko-mazurskim oraz wielkopolskim. Zaskakujący jest w szczególności wynik dla województwa opolskiego, który w poprzednich latach osiągał bardzo wysokie poziomy (np. 23% w 2016 r.). W każdym wśród wymienionych województw miał miejsce spadek odsetka eksportujących firm rok do roku, a największy w województwie dolnośląskim i wielkopolskim – o 7 p.p. Jest to drugi największy spadek odsetka eksportujących firm w ujęciu wojewódzkim. W sumie spadki zostały odnotowane w 13 województwach.

Wpływ eksportu na ocenę sytuacji firmy oraz innowacje

Wyniki badania zebrane w okresie 9 lat potwierdzają, że przedsiębiorstwa działające na rynkach międzynarodowych znacznie lepiej postrzegają różne aspekty prowadzenia działalności gospodarczej.

Po pierwsze, jak wspomniano w Rozdziale V, średnia wartość Ogólnego Wskaźnika Koniunktury Mikro i Małych Firm dla firm działających na obszarze międzynarodowym wynosi 101 punktów. Wynik ten jest większy o 0,7 punktu od średniej oceny dla wszystkich mikro i małych firm biorących udział w badaniu. Podobnie jak koniunkturę, eksporterzy również wyżej od średniej ocenili przychody ze sprzedaży swoich produktów i usług. Przychody w mikro i małych firmach działających na arenie międzynarodowej zostały

ocenione wyżej zarówno dla ostatnich, jak i przyszłych 12 miesięcy.

Mikro i małe firmy działające na obszarze międzynarodowym generują znacznie więcej innowacji niż firmy działające lokalnie (wykres 95). W tej grupie blisko jedna trzecia eksporterów wdrożyła innowacje produktowe w roku 2018 (średnia w kraju to 20%), a w roku 2019 planuje to uczynić aż 37% eksporterów. Z kolei innowacje procesowe w roku 2018 wdrożyło 18% eksporterów, czyli o 5 p.p. więcej niż średnio w kraju. W kolejnym roku w ten rodzaj innowacji zamierza inwestować 11% eksporterów.

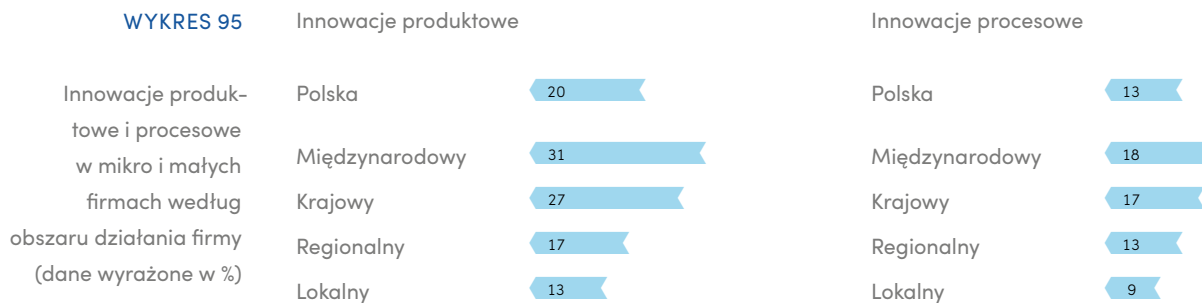
Firmy średnie działające na obszarze międzynarodowym deklarują innowacje produktowe w roku 2018 na poziomie aż 61%, a procesowe w 58%. W perspektywie kolejnego roku firmy te deklarują wprowadzanie innowacji na zbliżonym poziomie.

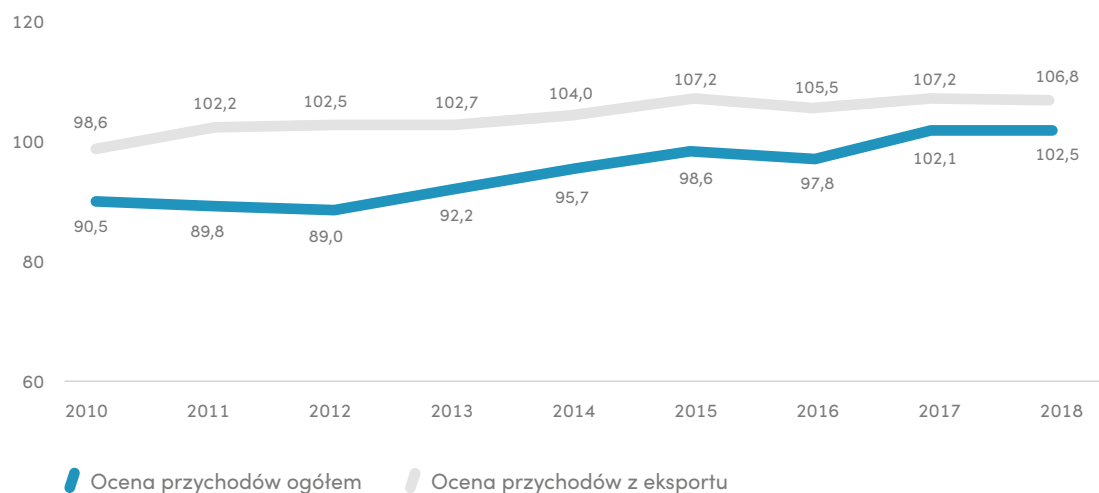
Ocena przychodów z eksportu

Kolejne pytanie, które zadawane było również w poprzednich edycjach Raportu, dotyczyło oceny przychodów z eksportu. Ocena ta jest przedstawiona, podobnie jak pozostałe podstawowe wskaźniki badania, za pomocą indeksu w skali 50–150 punktów (patrz: Rozdział V).

Wartym podkreślenia jest, iż w całej historii badania, zawsze ocena przychodów z eksportu jest wyższa od średniej oceny przychodów ogółem dla wszystkich firm. Innymi słowy **eksporterzy są bardziej zadowoleni ze swoich przychodów niż przedsiębiorcy, którzy działają jedynie na rynku krajowym.** Średnia ocena

WYKRES 95





WYKRES 96

Ocena przychodów z eksportu mikro i małych firm

	Ocena przychodów z eksportu w roku 2018 – ostatnie 12 miesięcy	Ocena przychodów z eksportu w roku 2018 – przyszłe 12 miesięcy	Średnia indeksów w roku 2018	Średnia indeksów w roku 2017	Różnica średniej z indeksów
Polska	100,3	113,4	106,8	107,2	-0,4
Produkcja	97,5	113,2	105,4	107,6	-2,2
Usługi	104,3	111,5	107,9	106,7	1,2
Handel	98,2	115,3	106,8	106,3	0,5
Budownictwo	99,0	115,3	107,2	111,7	-4,5

TABELA 36

Ocena przychodów z eksportu przez firmy mikro i małe według branży

	Ocena przychodów z eksportu w roku 2018 – ostatnie 12 miesięcy	Ocena przychodów z eksportu w roku 2018 – przyszłe 12 miesięcy	Średnia indeksów w roku 2018	Średnia indeksów w roku 2017	Różnica średniej z indeksów
Mikro	100,3	113,6	106,9	107,3	-0,4
Małe	100,4	109,0	104,7	106,6	-1,9
Średnie	108,2	111,8	110,0	n.d.	n.d.

TABELA 37

Ocena przychodów z eksportu według wielkości firmy



przychodów ogółem przez firmy mikro i małe wyniosła 102,5 punktu, podczas gdy średnia ocena przychodów z eksportu jest o 4,3 punktu od niej wyższa (wykres 96).

Jeżeli chodzi o branże, podobnie jak miało to miejsce w poprzednim badaniu, wskaźnik obniżył się w przypadku branży produkcyjnej (spadek o kolejne 2,2 punktu). W przypadku branży budowlanej, poprzednio odnotowany został wzrost wskaźnika o 4,6 punktu, natomiast w najnowszym badaniu spadł on o 4,5 punktu, powracając do poziomu z roku 2016. Najwyższa średnia ocena przychodów z eksportu w roku 2018 dotyczyła obszaru usług i wyniosła niemal 108 punktów (tabela 36).

WYKRES 97

Udział przychodów z eksportu w przychodach ogółem (dane wyrażone w %)



Firmy średnie, podobnie jak mikro i małe, najwyżej oceniają przychody z eksportu w branży usługowej. Średnia ocena przychodów ze sprzedaży produktów za granicą w tej branży wyniosła niemal 115 punktów (o 5 punktów więcej niż ogólna ocena przychodów z eksportu przez te firmy). Najniżej zostały ocenione przychody przez firmy handlowe – 104 punkty. Firmy średnie z tej branży, które nie eksportują swoich produktów, oceniły przychody o 3 punkty niżej (101 punktów). W perspektywie roku 2019, firmy średnie oceniają swoje przychody wyżej niż w roku 2018 (112 punktów; wzrost o 4 punkty).

Średnia ocena przychodów z eksportu przez firmy średnie w roku 2018 wyniosła 110 punktów, natomiast ocena średnich przychodów ogółem dla całej populacji tych firm była o 5 punktów niższa.

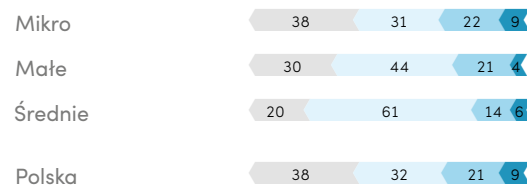
Indeks dotyczący oceny przychodów z eksportu zmalał zarówno dla firm mikro, jak i małych (tabela 37).

Dotychczasowa analiza dotyczyła zakresu pytań zadawanych w każdej ankiecie, od samego początku badania. Pozwoliło to zarysować trendy kształtujące się na przestrzeni 9 lat oraz zaprezentować dynamikę rok do roku. W dalszej części analizy eksportu zostaną wykorzystane zagadnienia poruszane wyłącznie w ankiecie w roku 2018 i porównane do wyników z roku 2013.

Udział eksportu w przychodach

W jednym z pierwszych pytań rozszerzonej ankiety respondenci zostali zapytani o to, jaki procent całościowych przychodów stanowią przychody z eksportu.

Dla 69% mikro, 74% małych oraz 81% średnich firm eksport stanowi do 50% ich przychodów (wykres 97). Zatem, dla zdecydowanej większości badanych firm eksport jest tylko jednym z kanałów uzyskania przychodów. Firmy te opierają w dużej mierze swój biznes przede wszystkim na rynku krajowym.

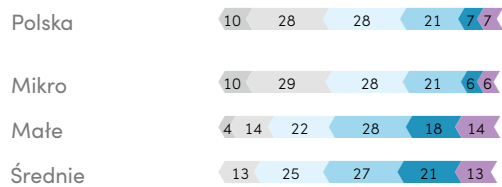


Przychody z działalności eksportowej na poziomie powyżej 50% przychodów całkowitych, lecz nie w 100%, uzyskuje jedna piąta polskich eksporterów, natomiast tylko 9% badanych firm deklaruje, że eksport generuje 100% ich przychodów. Okazuje się więc, że firmy dywersyfikują rynki zbytu poprzez wykorzystanie w dużej mierze również rynku krajowego.

Najwyższy odsetek firm nastawionych na czerpanie przychodów w 100% wyłącznie ze sprzedaży produktów i usług za granicą odnotowano wśród firm jednoosobowych – 11%.

Okres prowadzenia działalności eksportowej

W rozszerzonym zakresie pytań znalazło się także pytanie dotyczące okresu prowadzenia działalności eksportowej. Wśród badanych eksportujących mikrofirm, co 10 firma działa na rynkach zagranicznych krócej niż 1 rok, 29% firm jest tam obecnych od 1 roku do 3 lat, natomiast 61% najmniejszych firm,



zatrudniających do 9 osób, eksportuje swoje produkty i usługi dłużej niż 4 lata (wykres 98).

W przypadku firm małych, jedynie 4% firm weszło na rynki zagraniczne w przeciągu ostatniego roku, 14% działa na tych rynkach od 1 roku do 3 lat i aż 82% firm zatrudniających od 10 do 49 osób, sprzedaje swoje produkty poza granicami kraju dłużej niż 4 lata.

Wśród firm średnich nie znalazła się w badaniu firma, która weszła na rynek zagraniczny w 2018 roku, ale 13% firm zatrudniających od 50 do 249 osób potwierdziło, że działa poza granicami kraju krócej niż 3 lata, natomiast zdecydowana większość jest obecna na tych rynkach dłużej niż 4 lata – 87% wszystkich eksporterów wśród firm średnich.

W roku 2013 skłonność do wejścia na rynki zagraniczne była jeszcze mniejsza. Jedynie 7% mikrofirm oraz 2% małych firm rozpoczęło sprzedaż poza granicami kraju. Zdecydowana większość eksportujących w roku 2013 mikro i małych firm była obecna na rynkach zagranicznych powyżej 4 lat – 70% tych firm.

Warto zwrócić uwagę na fakt, iż w przypadku firm małych oraz przede wszystkim średnich, współpraca z kontrahentami zagranicznymi oparta jest na bardziej stabilnych i dłuższych relacjach biznesowych, natomiast w przypadku firm mikro, ze względu na większą konkurencję i mniejsze rozmiary działalności, relacje te mogą nie być tak silne. Mikrofirmy najczęściej podejmują krótkie i nieskomplikowane kontrakty, które pozwalają szybko wejść na dany rynek, jednak brak głębszych relacji z odbiorcami oraz świadomości marki, może sprawić również szybkie opuszczenie tego rynku.

W układzie branżowym, podobnie jak w badaniu w roku 2013, najwięcej firm mikro i małych, które rozpoczęły

eksport w ostatnich 3 latach, odnotowano w branży budowlanej – 50% mikro i małych firm budowlanych działa za granicą krócej niż 3 lata. Oznacza to, że w przypadku pogorszenia się koniunktury w tej branży, polskie firmy poszukają kontraktów w Polsce, innych regionach Europy oraz poza jej granicami. Te firmy, które nie poradzą sobie z trudniejszymi warunkami rynkowymi, będą musiały zamknąć działalność.

Kierunki eksportu

Jeżeli chodzi o strukturę geograficzną całego polskiego eksportu (w ujęciu makroekonomicznym), głównym odbiorcą eksportu towarowego od lat pozostają Niemcy – w 2017 r. ich udział wyniósł 27,4%. Udział Niemiec w polskim eksporcie zmniejszył się z 30% w roku 2004 do 25% w roku 2013 r., natomiast w następnych latach lekko wzrósł. Kolejni partnerzy odgrywają znacznie mniejszą rolę w polskim eksporcie towarowym – w 2017 r. na drugie w kolejności Czechy przypadło 6,4% wartości polskiego eksportu. Próg 5% przekroczyła jeszcze tylko Wielka Brytania (6,36%) oraz Francja (5,6%). Warto zwrócić uwagę na duży przyrost w tym czasie udziału Czech w polskim eksporcie towarowym, wzrost o 6,4%. Więcej informacji na ten temat znajduje się w kolejnym artykule tematu specjalnego, poświęconemu eksportowi Polski w ujęciu makroekonomicznym.

Zaskoczenia w kierunkach eksportu nie przynoszą również wyniki najnowszego badania dla mikro, małych oraz średnich firm. **Okolo 90% badanych firm zadeklarowało eksport do Europy, a ponad 23% na rynki pozaeuropejskie.**

Zdecydowana większość eksportujących mikro i małych firm – 54% (w roku 2013 było to 56%) oraz 68% firm średnich eksportuje swoje produkty i usługi do Niemiec (wykres 99). Rynek niemiecki jest nie tylko bardzo chłonny dla polskich eksporterów, ale przede wszystkim jego atutem jest bliskość. Dalsze rynki zachodnie mogą generować większe koszty logistyki i transportu, co ma ogromne znaczenie szczególnie w przypadku sektora najmniejszych firm. Bliskość rynku zbytu ma również ogromne znaczenie w przypadku drobnych firm usługowych.

WYKRES 98

Okres prowadzenia działalności eksportowej w roku 2018 według wielkości firmy (dane wyrażone w %)





W relacjach handlowych bardzo dużą rolę odgrywa wieloletnia obecność polskich firm na rynku niemieckim – zdobyte doświadczenie, przykłady dobrych praktyk, przetarte szlaki, przyczyniają się do tego, że rynek ten staje się coraz bardziej atrakcyjny dla przedsiębiorców.

W układzie regionalnym największy odsetek firm handlujących z Niemcami jest w województwach zachodnich: lubuskim (88% mikro i małych firm sprzedających swoje produkty i usługi za granicę wysyła je do Niemiec), opolskim (82%), zachodniopomorskim (77%) oraz wielkopolskim (70%).

WYKRES 99

Firmy mikro i małe w roku 2018

Główne europejskie rynki eksportowe mikro, małych i średnich firm w roku 2018 (dane wyrażone w %)

(możliwość wyboru więcej niż jednej pozycji)



Firmy średnie w roku 2018





Na drugim miejscu rankingu znalazła się Wielka Brytania i Irlandia Północna. Na „Wyspy” swoje produkty i usługi wysyła z Polski 19% mikro i małych firm (w roku 2013 było to 20%) oraz 27% firm średnich. Na dostępność tego rynku znacząco wpływa otwarcie tamtejszego rynku pracy po wejściu Polski do UE. Ogromny napływ siły roboczej z Polski do tego kraju przyczynił się nie tylko do doskonałego rozpoznania rynku i jego potrzeb, ale przede wszystkim do wprowadzenia na niego polskich dóbr i usług, do których nasi rodacy są przyzwyczajeni. W układzie regionalnym odsetek firm eksportujących do Wielkiej Brytanii osiąga największą wartość w województwie świętokrzyskim (46%), dolnośląskim (37%) oraz podlaskim (31%).

Trzecim ulubionym rynkiem zbytu polskiego eksportu mikro, małych i średnich firm według tego badania jest Francja, dokąd swoje produkty wysyła 14% mikro i małych firm (1% w roku 2013) oraz 22% firm średnich. Rynek francuski szczególnie upodobali sobie eksporterzy z województwa podkarpackiego (30%), opolskiego (27%) oraz pomorskiego (23%).

Kolejnymi, bardzo ważnymi rynkami zbytu dla polskich mikro, małych oraz średnich eksporterów są: Holandia (12% mikro i małe firmy; 18% firmy średnie), Czechy (11% mikro i małe; 15% średnie), Szwecja (9% mikro i małe; 12% średnie), Włochy (8% mikro i małe; 9% średnie) oraz Słowacja (8% zarówno mikro i małe, jak i średnie). Po raz kolejny warto zauważyć, że to właśnie bliskość rynku oraz łatwość przetransportowania na niego produktów i dostarczenia usług ma ogromne znaczenie w wyborze rynku zbytu, szczególnie dla najmniejszych firm, gdzie często nie ma zastosowania efekt skali, który mógłby zniwelować pewne koszty.

Ponad 23% eksporterów wysyła swoje towary i usługi poza Europę. Zdecydowana większość przedsiębiorców, którzy eksportują poza rynek europejski, wysyła swoje produkty do Stanów Zjednoczonych (43% mikro i małych firm oraz 23% średnich), Chin (17% mikro i małych oraz 24% średnich) oraz Kanady (11% mikro i małych oraz 4% średnich). Wśród firm średnich dużo wskazań dotyczyło także m.in. Australii, Turcji, Korei Południowej oraz Izraela (ze względu na małą liczebność tej podgrupy badawczej nie podajemy odsetka zważywszy na ryzyko braku reprezentatywności).

Komentarz makroekonomiczny

Słaba dywersyfikacja geograficzna eksportu może być niebezpieczna ze względu na silne uzależnienie się od koniunktury gospodarczej jednego partnera handlowego. W przypadku Polski w strukturze geograficznej polskiego eksportu dominują Niemcy, którzy w 2017 r. byli odbiorcami ponad 27% polskiego eksportu towarowego. Rok 2018 przyniósł w gospodarce niemieckiej, jak również w całej strefie euro, coraz wyraźniejsze osłabienie gospodarcze. Przełożyło się to na znacznie niższą dynamikę wzrostu polskiego eksportu niż w 2017 r. Niestety prognozy na 2019 r. wskazują na prawdopodobne dalsze osłabienie tempa wzrostu niemieckiej gospodarki. Sytuacja również komplikuje się w przypadku kolejnego ważnego polskiego partnera handlowego – Wielkiej Brytanii. Tzw. „twardy Brexit” na pewno ograniczy działalność eksportową polskich producentów na rynek brytyjski ze względu na wiążące się z tym wprowadzenie barier dotyczących handlu poza unią celną. Ta sytuacja może zmusić polskich eksporterów do szukania nowych rynków zbytu, jeżeli będą chcieli utrzymać dotychczasowe poziomy sprzedaży na rynki zagraniczne.



Kamil Łuczkowski
Młodszy Specjalista,
Biuro Analiz
Makroekonomicznych,
Bank Pekao SA

Liczba kontrahentów za granicą

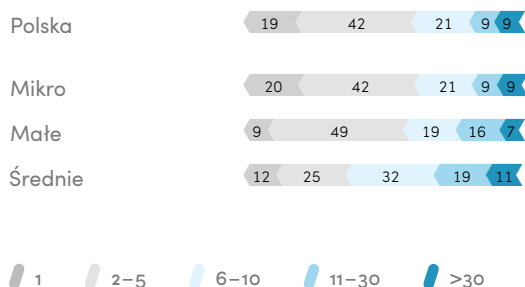
Kolejne pytanie dotyczyło liczby zagranicznych kontrahentów, z którymi firmy współpracują.

Niemal jedna piąta polskich mikro, małych i średnich firm współpracuje tylko z jednym zagranicznym odbiorcą swoich produktów lub usług ([wykres 100](#)). Największy odsetek firm nastawionych wyłącznie na jednego odbiorcę zagranicznego stanowią najmniejsze firmy – 20% mikrofirm. Na jednego odbiorcę zagranicznego nastawione są również firmy jednoosobowe – 27% firm jednoosobowych współpracuje tylko z jednym zagranicznym kontrahentem.



WYKRES 100

Liczba zagranicznych kontrahentów według wielkości firmy (dane wyrażone w %)



Porównując najnowsze wyniki Raportu z wynikami z roku 2013, nastąpił spadek udziału firm nastawionych jedynie na jednego odbiorcę zagranicznego – zarówno wśród mikro jak i małych firm o 5 p.p.

Posiadanie wyłącznie jednego odbiorcy swoich produktów czy usług może się wiązać ze specjalizacją firmy w danej dziedzinie. Jednakże sytuacja ta oznacza bardzo wysokie ryzyko dla eksportera. W przypadku utraty jedynego kontrahenta, takie uzależnienie może mieć negatywny wpływ na dalszą działalność firmy, a w najczarniejszym scenariuszu doprowadzić do upadku firmy.

63% badanych firm bardziej dywersyfikuje odbiorców swojego eksportu – liczba kontrahentów wynosi tu od 2 do 10, a w przypadku 18% polskich eksporterów wynosi powyżej 10 kontrahentów na przedsiębiorstwo. Te ostatnie, są to przeważnie firmy o ugruntowanej pozycji na rynku oraz posiadające uniwersalną ofertę, a zarazem znakomicie poruszające się po różnych rynkach zagranicznych, rozkładając tym samym ryzyko negatywnego wpływu w przypadku utraty któregoś z kontrahentów.

Pozyskanie kontrahentów

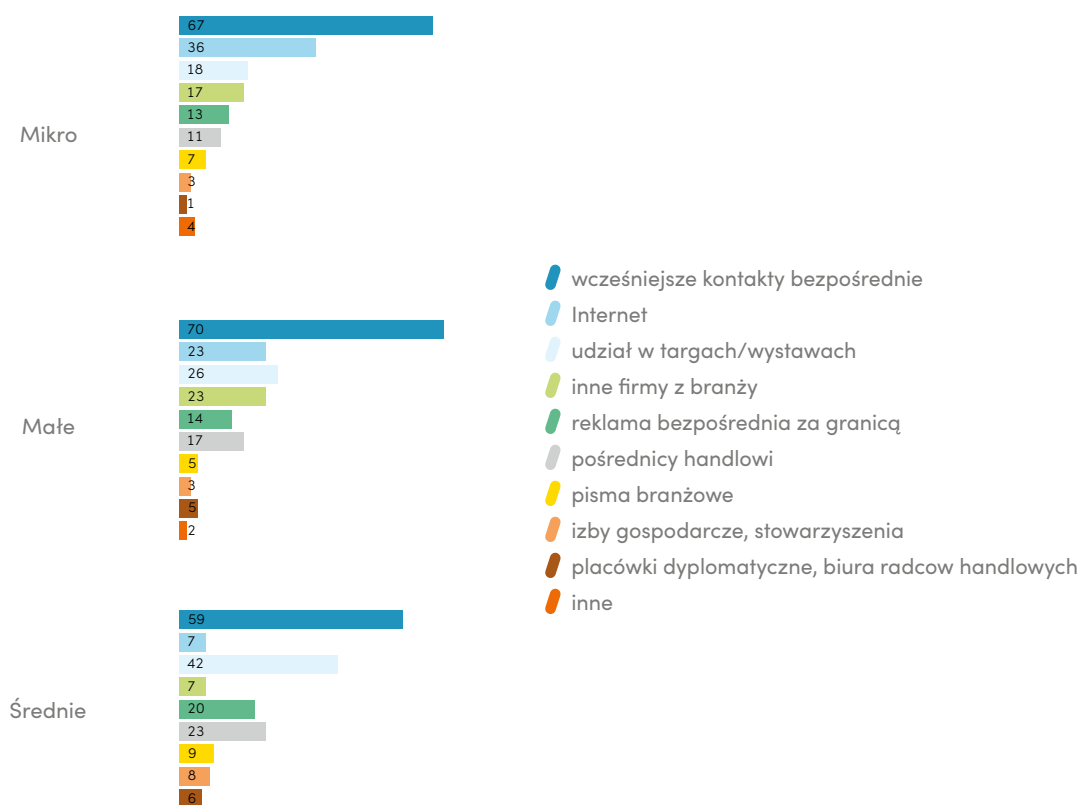
W kontekście analizy liczby kontrahentów oraz dywersyfikacji ryzyka związanego z utratą któregośkolwiek

z nich, kluczowe staje się pytanie o formy pozyskania nowych zagranicznych kontrahentów.

Z badań wynika, że dla mikro, małych i średnich przedsiębiorstw największe znaczenie mają wcześniejsze kontakty bezpośrednie, które wskazuje aż 67% ankietowanych mikrofirm, 70% firm małych i 59% firm średnich (wykres 101). Udział tego kanału pozyskania kontrahentów wśród firm mikro i małych zyskał na znaczeniu w stosunku do roku 2013 (wzrost o 6 p.p.).

Relacje bezpośrednie z kontrahentami to jedna z najważniejszych cech prowadzenia biznesu. W większych spółkach, szczególnie korporacjach, relacje tego typu przyjmują bardziej sformalizowaną formę, natomiast w przypadku mniejszych przedsiębiorstw, największą rolę odgrywają osobiste i bezpośrednie relacje, które często są kluczem do zdobycia kontraktu. Nawiązanie pozytywnych relacji z kontrahentami jest działaniem pozwalającym na budowanie trwałych więzi i kontaktów oraz zaufania pomiędzy partnerami handlowymi. Pewnym ograniczeniem w tego typu działaniach, szczególnie w przypadku bardzo małych firm, może być brak zdolności właściciela do nawiązania tego typu relacji handlowych (np. w wyniku braku doświadczenia lub bariery językowej).

Bardzo istotną rolę w pozyskaniu kontrahentów odgrywa Internet, szczególnie wśród mniejszych firm. Temat specjalny Raportu z 2017 r. o sytuacji mikro i małych firm, jakim były technologie cyfrowe, pokazał w jak niskim zakresie wykorzystywane są możliwości Internetu przez polskie firmy w prowadzeniu działalności gospodarczej. Dla przypomnienia – tylko 27% mikro i małych firm sprzedaje swoje produkty i usługi w Internecie, wciąż głównym kanałem składania zamówień przez Internet jest e-mail – wskazany przez 60% firm, a aplikację mobilną do sprzedaży swoich produktów posiada jedynie 14% firm, natomiast sprzedaż na rynkach zagranicznych przez Internet potwierdziło jedynie 6% ankietowanych. 60% ankietowanych reklamuje się w Internecie, a głównymi narzędziami są: własna strona internetowa (80% firm), pozycjonowanie strony w Internecie (38% firm), wysyłka oferty przez e-mail (30% firm).



WYKRES 101

Sposoby pozyskiwania zagranicznych kontrahentów (dane wyrażone w %)

(możliwość wyboru więcej niż jednej pozycji)

W tym badaniu poprosiliśmy respondentów o to, aby wymienili **działania w Internecie, dzięki którym pozyskują klientów dla swoich produktów i usług poza granicami kraju**. Najwięcej respondentów odpowiedziało, że pozycjonuje swoje produkty i usługi w wyszukiwarkach – 39% firm, 7% firm korzysta ze strony www dostosowanej do użytku w innych krajach, również 7% korzysta z Facebooka oraz portali branżowych, natomiast 5% z eBay, a jedynie 4% z Allegro. Tylko 3% respondentów wystawia swoje produkty i usługi na giełdach w danym kraju.

Wydawałoby się, że **wykorzystanie Internetu** w procesie pozyskiwania kontrahentów jest dziś naturalnym kanałem pierwszego wyboru, jednak, jak wskazują badania, jest to **wciąż niewykorzystane medium, posiadające ogromny potencjał**.

Niepokojący jest również fakt, że w stosunku do badań z roku 2013, w roku 2018 w zakresie pozyskania zagranicznych kontrahentów wykorzystanie Internetu deklaruje o 9 p.p. mniej firm mikro i małych (44% w roku 2013).

Porównując wyniki firm mikro i małych z roku 2013, na znaczeniu stracili również pośrednicy handlowi – spadek w stosunku do roku 2013 o 4 p.p. Z kolei więcej przedsiębiorców docenia udział w targach i wystawach – wzrost o 3 p.p.

Eksportujące firmy średnie bardzo wysoko cenią sobie korzyści z udziału w targach i wystawach – 42% firm wskazuje ten kanał jako sposób pozyskania kontrahentów zagranicznych. Wśród mniejszych firm odsetek jest niższy (19%), co wynika z kosztów, które trzeba ponieść, aby wziąć udział w tego typu imprezach (stoisko, dojazd itp.). W przypadku mniejszych firm koszty te mogą być relatywnie wysokim obciążeniem, a ich zwrot w perspektywie pozyskania nowych kontraktów, dużo trudniejszy do osiągnięcia.



WYKRES 102

Źródła finansowania wytwarzanych na eksport produktów i usług (dane wyrażone w %)

(możliwość wyboru więcej niż jednej pozycji)

- Środki własne
- Zaliczka od kontrahenta
- Kredyt obrotowy
- Kredyt na bieżącą działalność

Finansowanie działalności eksportowej

Bez względu na to, czy firma działa w obszarze produkcyjnym czy usługowym, aby zrealizować kontrakt, należy posiadać środki finansowe. Polscy przedsiębiorcy, niezależnie czy działają na rynku lokalnym, krajowym czy zagranicznym, głównie korzystają ze środków własnych (wykres 102). W procesie wytworzenia produktów i usług na rynki zagraniczne ze środków własnych korzystają przede wszystkim mikroprzedsiębiorcy (93% firm), ale również firmy małe (88%) oraz w wysokim zakresie firmy średnie (80%).

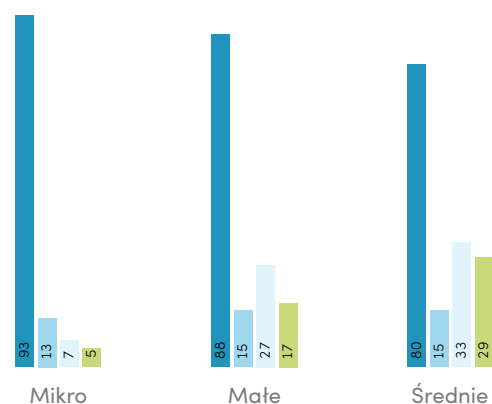
Najmniejsze przedsiębiorstwa w bardzo małym stopniu korzystają z finansowania zewnętrznego w postaci kredytów. Jedynie 5% mikrofirm zdecydowało się na kredyt w rachunku bieżącym, który jest najprostszą formą kredytowania (przyznawany bez konkretnego celu, spłacany dowolnie, bez harmonogramu), natomiast 7% skorzystało z kredytu obrotowego (najczęściej przyznawany na konkretny cel, spłacany ratalnie, według harmonogramu).

Firmy małe i średnie, działające na większą skalę, posiadające duże kontrakty, częściej korzystają z finansowania zewnętrznego w działalności eksportowej – 17% firm małych oraz 29% firm średnich doceniło elastyczność i wygodę korzystania z finansowania bieżącej działalności (kredyt w rachunku bieżącym). Po kredyt obrotowy sięgnęło 27% firm małych oraz 33% firm średnich.

Niewielki procent firm sięga po zaliczkę od kontrahenta (13% mikrofirm oraz odpowiednio 15% firm małych i średnich), która jednocześnie jest źródłem finansowania w procesie wytworzenia, ale co ważne, również zabezpieczeniem kontraktu.

Instrumenty wsparcia eksportu

W ramach wsparcia rozwoju eksportu oraz zabezpieczenia finansowania transakcji eksportowych, wiele polskich instytucji rządowych i pozarządowych oferuje różnego rodzaju instrumenty wsparcia.



Warto w tym miejscu podkreślić, że ekspansja zagraniczna polskich przedsiębiorstw stanowi jeden z filarów przyjętej w 2017 roku przez Ministerstwo Przedsiębiorczości i Technologii „Strategii na Rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju”^{**}.

Więcej na temat metod, instrumentów i programów wsparcia działalności eksportowej oraz zabezpieczenia wiarytelności zostało przedstawione w artykułach eksperckich, w dalszej części tematu specjalnego.

W obecnej edycji Raportu ankietowane firmy zostały zapytane o instrumenty finansowe wspierające prowadzenie biznesu, które wykorzystywane są w działalności eksportowej. Wyniki tego pytania przede wszystkim pokazują, że im większe przedsiębiorstwo, tym lepiej sobie radzi z bardziej skomplikowanymi instrumentami oraz częściej z nich korzysta. Należy tutaj również zaznaczyć, że potrzeby większych przedsiębiorstw są zupełnie inne, niż tych najmniejszych.

Bez względu na wielkość firmy, instrumentem dominującym jest rachunek wielowalutowy w banku – 36% mikro, 41% małych oraz 32% średnich przedsiębiorców korzysta z tego instrumentu (wykres 103). Drugim, najczęściej deklarowanym instrumentem jest tzw. auto-dealing, czyli wymiana walut w bankowości internetowej, z której najczęściej korzystają firmy małe – 30% firm.

^{**} Ministerstwo Przedsiębiorczości i Technologii, Finansowanie instrumentów wsparcia dla polskich przedsiębiorców uczestniczących w przetargach międzynarodowych, Warszawa, luty 2018 r.



WYKRES 103

Instrumenty finansowe w handlu międzynarodowym (dane wyrażone w %)

(możliwość wyboru więcej niż jednej pozycji)

Firmy, które nie korzystają z autodealingu, mają do dyspozycji wymianę walut w sposób tradycyjny – w kantorze stacjonarym oraz bardziej nowoczesny – w kantorze internetowym. Im większe przedsiębiorstwo, tym rzadziej korzysta z metod tradycyjnych. Jedyne 3% firm średnich wciąż deklaruje wymianę waluty w tzw. „okienku”.

W rozrachunkach z kontrahentami doskonale sprawdza się wielowalutowa karta debetowa, z której korzysta 20% firm średnich oraz jedynie 7% mikrofirm i 8% firm małych.

Małe i średnie firmy, których kontrakty często opiewają na znaczne wartości, korzystają z różnych form zabezpieczeń zarówno należności jak i wierzytelności. Ryzyko transakcji jest wyższe, zatem naturalnym jest jego

zabezpieczenie. Instrumenty zabezpieczające zostały opisane w artykułach eksperckich w dalszej części rozdziału poświęconego tematowi specjalnemu. W tym miejscu zaprezentowane zostaną jedynie wyniki badań.

Z gwarancji bankowej korzysta 17% małych i 19% średnich przedsiębiorstw oraz jedynie 4% mikrofirm. Z kolei należności z kontraktów eksportowych ubezpiecza 21% firm średnich, 9% firm małych i jedynie 4% mikrofirm.

Podwyższone ryzyko związane np. z niepewnym kontrahentem, niewłaściwą realizacją kontraktu, jakością dostarczonych produktów, opóźnieniami w dostawie czy brakiem zapłaty, firmy redukują poprzez akredytywę. Z tego rodzaju zabezpieczeń korzysta 19% firm średnich i jedynie 5% firm małych oraz 3% mikrofirm.



Agnieszka Durlej
Dyrektor Biura
Aktywizacji
i Rozwoju Biznesu
w Banku Pekao S.A.

Komentarz eksperta

Raport potwierdza, że wciąż mała ilość MŚP wykorzystuje bankowe transakcje zabezpieczające przed ryzykiem walutowym – 17% badanych firm średnich, 8% firm małych i tylko 3% mikroprzedsiębiorstw. Może to wynikać z braku dostępu do niezbędnych informacji dotyczących tych produktów. Dlatego tak ważne jest podejmowanie inicjatyw edukacyjnych kierowanych do MŚP, do których należy niniejszy raport. Ryzyko walutowe może stanowić istotny czynnik ograniczający możliwość ekspansji MŚP na rynki zagraniczne, jeżeli rentowność kontraktów i przepływy pieniężne nie są do końca prognozowalne.

Przedsiębiorstwa posiadające zobowiązania bądź należności w walucie obcej narażone są na ryzyko kursowe, a wahania kursów walut mogą powodować wzrost zobowiązań lub spadek należności firmy. Dotyczy to przede wszystkim firm, które aktywnie i na większą skalę prowadzą wymianę handlową z zagranicznymi partnerami. Istnieją instrumenty finansowe dostępne za pośrednictwem banków, biur maklerskich oraz wyspecjalizowanych firm, które zabezpieczają przedsiębiorstwa przed ryzykiem kursowym, takie jak: kontrakty terminowe na walutę obcą (*forward, futures*), opcje walutowe, strategie opcyjne i forwardowe, swapy walutowe.

W badaniu najliczniejszą grupę firm, korzystających z bankowych transakcji terminowych zabezpieczających kurs walutowy, stanowią firmy średnie – 17%. Jedynie 8% firm małych i 3% mikrofirm wykorzystuje te instrumenty w zabezpieczeniu ryzyka kursowego.

Podobna sytuacja jest w przypadku gwarancji ubezpieczeniowych w eksporcie oraz inkaso eksportowego – najwięcej przedsiębiorstw korzystających z tego instrumentu to przedsiębiorstwa średnie – odpowiednio 15% gwarancje oraz 12% inkaso. Wśród firm

biorących udział w badaniu, z inkaso nie skorzystała żadna mikrofirma.

Finansowanie wierzycelności eksportowych

Analiza źródła finansowania wierzycelności eksportowych pokazuje, że w zdecydowanej większości deklaracji firm mikro, małych oraz średnich, występuje kredyt kupiecki ([wykres 104](#)).

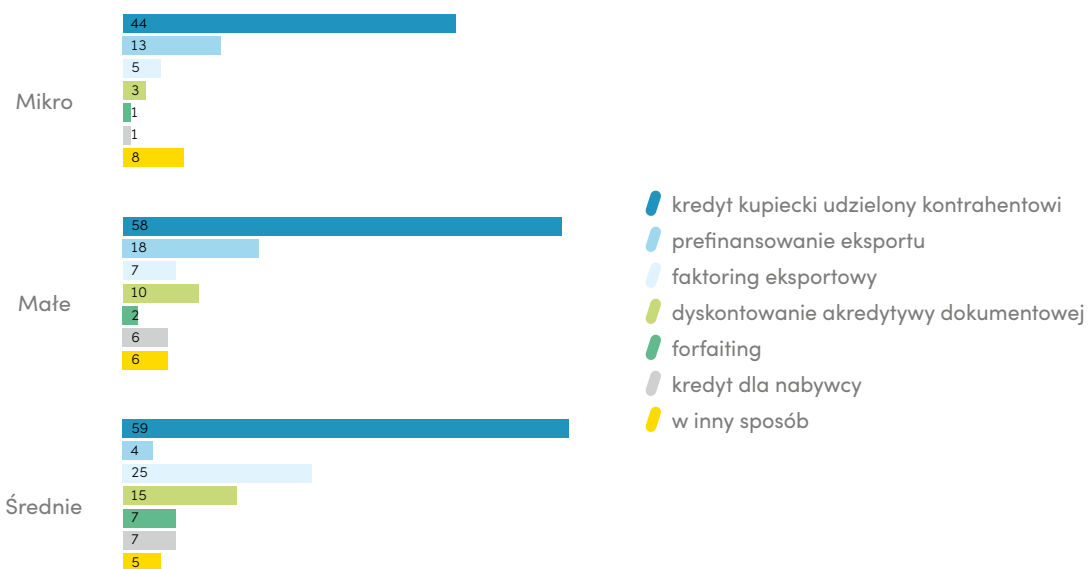
Kredyt kupiecki jest bardzo chętnie wykorzystywany przez firmy z sektora MŚP, ponieważ dostawcom pozwala na zwiększenie sprzedaży, a odbiorcom na przedłużenie terminu płatności bez ponoszenia dodatkowych opłat.

W badaniu aż 59% firm średnich, 58% firm małych oraz 44% mikrofirm zadeklarowało wykorzystanie kredytu kupieckiego.

Wśród firm średnich innym, często wykorzystywanym instrumentem jest faktoring eksportowy – 25% firm korzysta z tego instrumentu. Poprzez faktoring eksportowy firmy mają nie tylko szybszy dostęp do gotówki zamrożonej w długoterminowych fakturach, ale również możliwość zweryfikowania zagranicznych kontrahentów i zniwelowania ryzyka kursowego. Z faktoringu korzysta również 7% firm małych oraz 5% mikrofirm.

Pośród mniejszych firm duże znaczenie ma prefinansowanie eksportu. Tę formę finansowania deklaruje 18% małych firm oraz 13% mikrofirm. Prefinansowanie eksportu przyjmuje formę np. kredytu obrotowego.

Duży odsetek firm deklaruje również wykorzystanie akredytywy dokumentowej – 15% firm średnich oraz 10% firm małych. Z kolei niewielki odsetek wskazuje forfajting (7% firm średnich oraz 2% firm małych) oraz kredyt dla nabywcy (7% firm średnich oraz 6% firm małych) jako źródła finansowania wierzycelności eksportowych.



WYKRES 104

Źródła finansowania wierzycelności eksportowych (dane wyrażone w %) (możliwość wyboru więcej niż jednej pozycji)

Korzystanie ze wsparcia działalności eksportowej

W związku ze znaczeniem eksportu dla rozwoju całej polskiej gospodarki, zarówno ze środków krajowych, jak i unijnych, uruchamiane są programy wsparcia dla przedsiębiorców chcących rozpocząć lub rozwinąć na nowe rynki działalność eksportową. W Polsce istnieje również wiele wyspecjalizowanych instytucji oferujących wsparcie dla firm w zakresie eksportu. Niektóre z nich zostały omówione w niniejszym raporcie, w artykułach przygotowanych przez te instytucje.

W ankiecie zostało zadane pytanie o oczekiwania względem instytucji publicznych w zakresie wsparcia eksportu. Najwięcej mikro, małych i średnich firm wskazało, że potrzebuje wsparcia w zakresie zabezpieczenia ryzyka w eksporcie (15%), w tym przede wszystkim ryzyka kursowego, oraz wsparcia w zakresie zakupu innowacyjnych maszyn i urządzeń (15%) (wykres 105). Przedsiębiorcy eksportujący są świadomi potrzeby stałego unowocześniania procesów produkcyjnych, aby dotrzymać kroku lub wyprzedzić konkurencję na rynkach zagranicznych.

Część przedsiębiorców wskazuje, że dużym ułatwieniem w procesie eksportu, byłaby kompleksowa

informacja na temat danego rynku zagranicznego (9% firm) oraz doradztwo dla eksporterów (9%).

Niestety, należy zauważyć, że oczekiwania nie zawsze idą w parze z ich realizacją. W ankiecie zostało zadane pytanie nie tylko o oczekiwania wobec instytucji, ale również o korzystanie z publicznego (unijnego lub krajowego) wsparcia działalności eksportowej. Z badania wynika, że jedynie niespełna 7% eksporterów skorzystało z jakiegokolwiek wsparcia eksportu w roku 2018. W roku 2013 udział ten wyniósł 22%.

Najwięcej firm (4% ankietowanych eksporterów) korzysta ze wsparcia na udział w targach, wystawach zagranicznych czy misjach gospodarczych (wykres 106). Z tego rodzaju pomocy można korzystać np. w krajowych i regionalnych programach operacyjnych na lata 2014–2020, współfinansowanych ze środków UE i uzyskać współfinansowanie na udział w zagranicznych imprezach targowo-wystawienniczych w charakterze wystawcy, czy udział w zorganizowanych misjach za granicą.

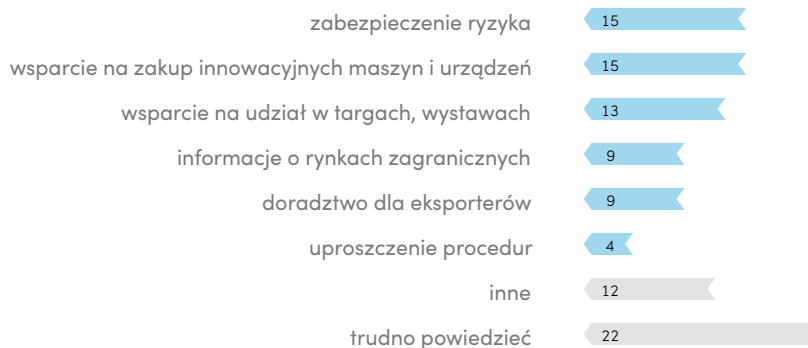
Z badania wynika, że co do zasady firmy nie korzystają ze wsparcia publicznego w zakresie działalności eksportowej. Wykorzystanie wsparcia izb gospodarczych, innych instytucji zrzeszających, czy regionalnych Centrów Obsługi Inwestorów i Eksporterów lub doradztwa dla eksporterów jest znikome.



WYKRES 105

Oczekiwania od instytucji publicznych w zakresie wsparcia eksportu (dane wyrażone w %)

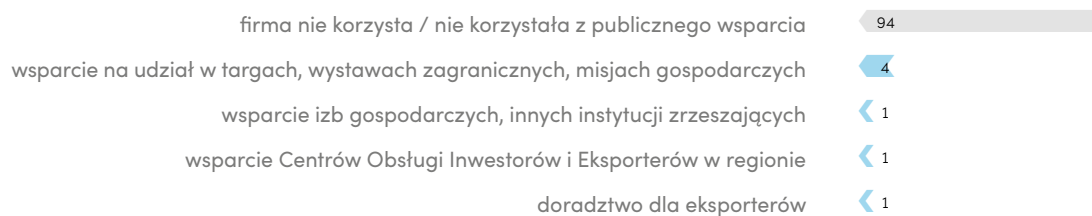
(możliwość wyboru więcej niż jednej pozycji)



WYKRES 106

Odsetek eksporterów korzystających ze wsparcia publicznego w zakresie działalności eksportowej (dane wyrażone w %)

(możliwość wyboru więcej niż jednej pozycji)



Bariery w eksporcie

Jednym z najważniejszych aspektów prowadzenia działalności eksportowej są bariery wejścia i utrzymania się na danym rynku. Odpowiedzi na pytania o bariery zaprezentowane poniżej dotyczą jedynie przedsiębiorstw eksportujących, a zatem pokazują rzeczywiste problemy, jakie napotykają mikro, małe i średnie firmy prowadzące sprzedaż produktów i usług za granicą.

Wykres 107 prezentuje bariery dla mikro, małych oraz średnich firm. Już na pierwszy rzut oka można dostrzec, że na odczuwanie danej bariery ma wpływ wielkość firmy.

Pytanie o problemy w prowadzeniu działalności eksportowej zadano także w ankiecie w roku 2013. Wówczas najczęściej mikro i małych przedsiębiorców wskazało ryzyko kursowe jako główną barierę eksportową (57% firm), następnie konkurencję z dużymi firmami (52% firm) oraz ogólnie dużą konkurencję na rynkach zagranicznych (47% firm). Na kolejnych pozycjach znalazły się problemy z oszacowaniem popytu na rynkach zagranicznych (40%) oraz ryzyko

wykorzystania zagranicznych kontaktów przez inne polskie firmy (38%).

Wyniki najnowszego badania wskazują przede wszystkim na mniejsze niż w 2013 r. ogólne odczuwanie barier przez polskie przedsiębiorstwa. Trzy najczęściej wskazywane bariery pokrywają się z tymi z roku 2013, jednak ich siła jest nieco inna. **Jako najbardziej uciążliwą barierę eksportową w roku 2018 mikro i mali przedsiębiorcy wskazali dużą konkurencję na rynkach zagranicznych (34%).** Na kolejnej pozycji znalazła się konkurencja z dużymi firmami (31%) oraz dopiero na trzeciej pozycji – ryzyko kursowe (30%), które w roku 2013 było wymieniane przez największą liczbę mikro i małych firm.

Inaczej wyglądają bariery w opinii firm średnich, które jako najbardziej uciążliwe bariery wskazały ryzyko kursowe (44%), problem z zatrudnieniem nowych pracowników (29%) oraz konkurencję z dużymi firmami (28%) i konkurencję za granicą (27%).



W przypadku ryzyka kursowego zauważalna jest tendencja, że czym większa firma, tym ryzyko kursowe staje się bardziej uciążliwe. Ma na to wpływ przede



WYKRES 107

Bariery w działalności eksportowej mikro, małych i średnich firm (dane wyrażone w %)

(możliwość wyboru więcej niż jednej pozycji)

 Mikro i małe
 Średnie





Michał Mańczak
Dyrektor Sprzedaży
SME, Pekao
Faktoring Sp. z o.o.

Komentarz eksperta

To jak firmy odbierają problemy związane z długimi terminami płatności związane jest często z tym w jaki sposób realizowane są kontrakty eksportowe. Większe firmy najczęściej podpisują kontrakty bezpośrednio z zagranicznym odbiorcą finalnym, stąd biorą się wydłużone terminy w płatnościach. Nieco inaczej może wyglądać sytuacja w przypadku mniejszych przedsiębiorstw, które korzystają często z podmiotów pośredniczących. Wówczas pośrednik bierze na siebie długie terminy płatności, ewentualne opóźnienia, kwestie logistyczne, dokumentacyjne oraz ryzyko braku zapłaty odbiorcy ostatecznego.

wszystkim liczbą oraz wielkością zawieranych transakcji handlowych. To właśnie firmy średnie najbardziej odczuwają tę barierę, o czym zostało wspomniane powyżej (44% firm średnich).

W badaniu zostało również zadane pytanie o to, czy wprowadzenie w Polsce waluty euro będzie korzystne dla prowadzenia działalności eksportowej. Aż 70% firm średnich opowiedziało się za wprowadzeniem, natomiast w przypadku firm mikro i małych było to odpowiednio: 49% oraz 54% firm. Koreluje to z postrzeganiem ryzyka kursowego jako bariery przez firmy.

Jedną w ważniejszych barier wskazywanych przez przedsiębiorstwa są problemy z zatrudnieniem nowych pracowników (28% firm mikro i małych oraz 29% firm średnich). Firma chcąc zwiększać swoje zyski, rozwijać działalność i zdobywać coraz to nowsze rynki zbytu, w naturalny sposób powiększa rozmiary swojej działalności, co m.in. wiąże się z zatrudnieniem dodatkowej kadry. W ostatnim czasie w Polsce mamy do czynienia z tzw. rynkiem pracownika, co nie ułatwia pracodawcom zwiększenia, czy uzupełnienia odpowiedniej kadry. Niska stopa bezrobocia, emigracja w celach zarobkowych, brak kwalifikacji oraz doświadczenia, a do tego wspomniany rynek pracownika wpływają na brak odpowiednich kandydatów na dane

stanowisko pracy. Coraz trudniej jest też z obsadą stanowisk niskiego i średniego szczebla.

W pierwszej piątce najbardziej uciążliwych barier znalazł się brak możliwości weryfikacji kontrahenta. Ta bariera jest wciąż mocno odczuwalna szczególnie przez firmy mikro i małe (zaznaczyło ją 23% firm), nawet w dobie powszechnie wykorzystywanego Internetu czy instytucji wpierających eksporterów. Znaczenie w tym miejscu może mieć fakt, że najmniejsze firmy często nie mają wiedzy gdzie takich informacji poszukiwać. Firmy średnie lepiej radzą sobie z weryfikacją zagranicznych kontrahentów i jedynie 12% z nich wskazuje to jako barierę.

Na podobnym poziomie wszystkie firmy oceniły problemy z oceną wiarygodności zagranicznych kontrahentów. Co piąta firma mikro, mała oraz średnia wskazuje to jako barierę.

Podobnie dość duży odsetek mikro i małych eksporterów wskazał na koszty działalności eksportowej jako uciążliwość w prowadzeniu biznesu (22% firm). Koszty te wiążą się np. finansowaniem eksportu, z kosztami transportu, opóźnieniami płatności przez kontrahentów zagranicznych, czy kosztami poszukiwania kontrahentów. Z punktu widzenia najmniejszych firm, to właśnie te koszty mają wyjątkowo duże znaczenie w szacowaniu opłacalności sprzedaży za granicę. Jedynie 11% firm średnich wskazuje ten aspekt jako barierę.

Po raz kolejny firmy mikro i małe wskazują na problemy kadrowe, jako skuteczną barierę w eksporcie. Tym razem dotyczy ona braku doświadczonych pracowników lub partnerów w firmie (21% firm wskazało to jako uciążliwość). Chodzi tutaj przede wszystkim o wysoko wykwalifikowaną kadrę specjalistów oraz menadżerów. Firmy średnie znacznie lepiej radzą sobie w tym zakresie, wskazując tę barierę na poziomie 7%. Na ten fakt może mieć wpływ poziom zarobków oraz możliwości finansowe w poszczególnych sektorach firm.

Na bardzo zbliżonym poziomie, zarówno firmy mikro i małe (21%), jak i średnie (18%), odczuwają preferencyjne traktowanie firm lokalnych na danym rynku



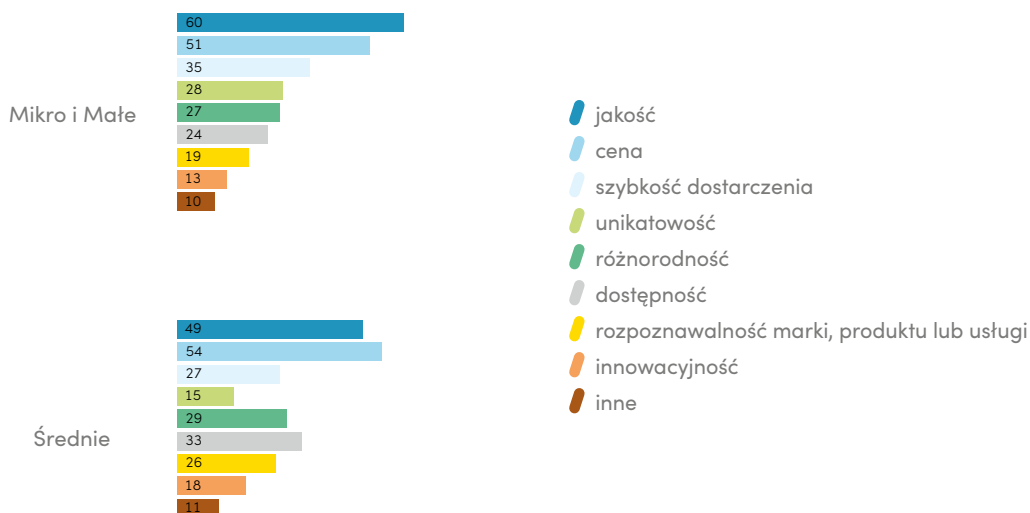
zagranicznym, co utrudnia wejście i konkurowanie na tym rynku firm z Polski.

Według badania firmy średnie bardziej niż mniejsze firmy, odczuwają wydłużone terminy płatności (21% firm średnich oraz 15% firm mikro i małych wskazuje to jako barierę) oraz opóźnienia w płatnościach od zagranicznych kontrahentów (19% firm średnich oraz 11% firm mikro i małych).

Nie bez znaczenia są również koszty pośredników, szczególnie dla firm średnich – 19% firm wskazało je jako uciążliwość.

Przewagi konkurencyjne polskich firm

Pierwsze pytanie, jakie nasuwa się w tym miejscu, to czy polskie firmy za granicą są konkurencyjne ze względu na niższe koszty produkcji, korzystny kurs złotówki, jakość, a może innowacyjność? Na pytanie, na czym polega przewaga konkurencyjna firmy na arenie międzynarodowej, w przeważającej mierze firmy mikro i małe odpowiedziały, że **konkurują przede wszystkim jakością swoich produktów i usług** (60% mikro i małych firm oraz 49% firm średnich), a **firmy średnie przede wszystkim ceną** (54% firm średnich oraz 51% mikro i małych) (wykres 108).



Komentarz makroekonomiczny

Istotną cechą kursu EUR/PLN w 2018 r., a w szczególności w drugiej połowie roku, była stabilność. Od połowy roku kurs poruszał się w wąskim przedziale zmienności 4,27–4,33. Stabilny kurs walutowy sprzyjał krajowym eksporterom zmniejszając ryzyko prowadzenia działalności zagranicznej. Także sam poziom kursu EUR/PLN nie stanowił w 2018 r. większego ograniczenia dla eksporterów. Według raportu NBP obrazującego koniunkturę w krajowym sektorze przedsiębiorstw kurs EUR/PLN, przy którym eksport według przedsiębiorców stawałby się nieopłacalny wyniósł w 2018 r. średnio 3,94. Jest to zdecydowanie niżej od rzeczywistych poziomów kursu obserwowanych w ciągu roku. Również odsetek eksporterów informujących o nieopłacalnym eksporcie dalej kształtował się na niskim z perspektywy historycznej poziomie – w 2018 r. wynosił on około 10%.



Kamil Łuczowski
Młodszy Specjalista,
Biuro Analiz
Makroekonomicznych,
Bank Pekao SA

Na trzecim miejscu, jako atut swojej działalności, polskie firmy wskazują szybkość i terminowość dostarczenia na rynki zagraniczne wytworzonych produktów i usług (35% mikro i małych firm oraz 27% firm średnich). Następnie wskazują na unikatowość produktów i usług (odpowiednio 28% oraz 15% firm), ich różnorodność (odpowiednio 27% oraz 29% firm) oraz

WYKRES 108

Przewagi konkurencyjne w eksporcie wśród mikro, małych i średnich firm (dane wyrażone w %)

(możliwość wyboru więcej niż jednej pozycji)



dostępność (odpowiednio 24% oraz 33% firm). Mikro i małe firmy poszukują nisz, które mogą zapełnić swoimi unikatowymi produktami, natomiast firmy średnie w większym stopniu koncentrują się na budowaniu pozytywnego wizerunku swojej marki – 26% firm średnich wskazuje świadomość marki, produktu czy usługi jako przewagę konkurencyjną na arenie międzynarodowej.

Innowacyjność jest tą cechą eksportu, która w dzisiejszym świecie nabiera coraz większej wagi, jednak niestety z punktu widzenia ankietowanych nie jest kluczowym wyznacznikiem wyboru dostawcy.

Tam, gdzie największe firmy wygrywają efektem skali, pozycją negocjacyjną czy środkami na promocję i marketing, tam też najmniejsze firmy nie mają często szans przebić się ze swoją ofertą. Mikro i małe firmy mogą wówczas poszukiwać swojej szansy jako dostawcy lub podwykonawcy dla tych firm, albo stworzyć ofertę opartą na unikalnych rozwiązaniach, będącą odpowiedzią na specyficzne zapotrzebowanie danego rynku.

Jak rozwijać działalność eksportową?

Zdecydowana większość z ankietowanych eksporterów planuje rozwijać swoją działalność eksportową na zagranicznych rynkach poprzez poszukiwanie nowych

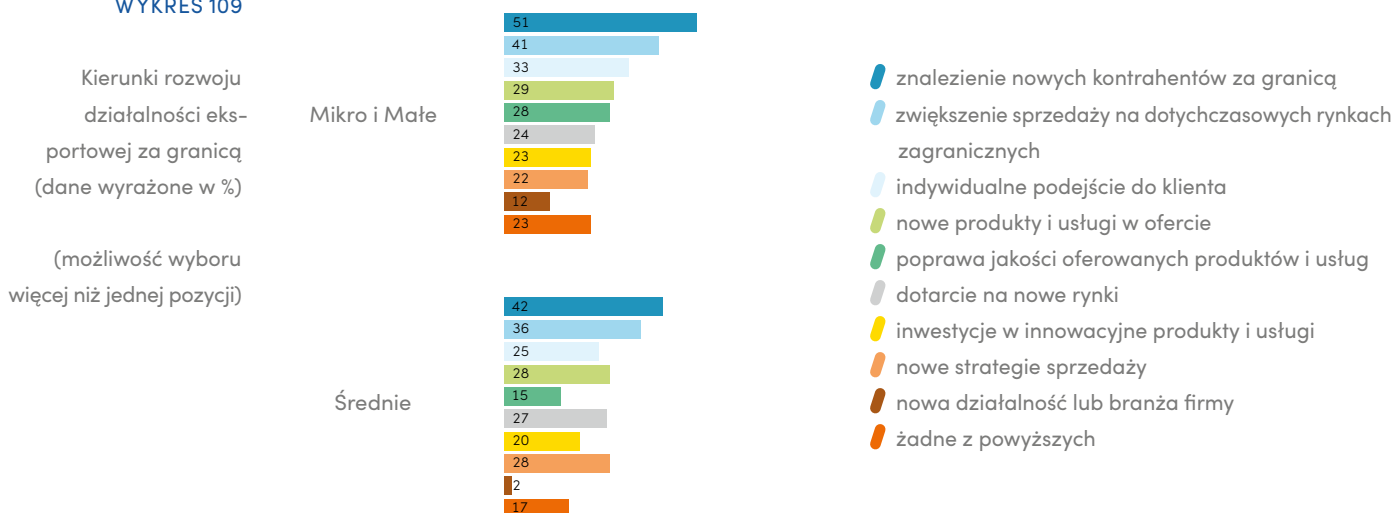
partnerów oraz zwiększenie sprzedaży na rynkach, na których już prowadzi sprzedaż.

Połowa eksportujących firm mikro i małych oraz 42% firm średnich stale poszukuje nowych kontrahentów za granicą, natomiast aż 41% firm mikro i małych oraz 36% średnich chce zwiększyć sprzedaż na tych rynkach, na których już operuje (wykres 109). Dużo łatwiej jest działać na rynkach, które są znane. Dotarcie na zupełnie nowe rynki w najbliższym czasie deklaruje co czwarty eksporter (24% firm mikro i małych oraz 27% średnich).

Wśród ankietowanych eksporterów, firmy przede wszystkim zwracają uwagę na indywidualne podejście do klienta (33% mikro i małych firm oraz 25% firm średnich), wprowadzanie coraz to nowszych produktów i usług (odpowiednio 29% oraz 28% firm) oraz ulepszanie jakości już oferowanych produktów oraz usług (odpowiednio 28% oraz 15% firm). Przedsiębiorcy zdają sobie również sprawę z postępu technologicznego, dlatego aż 23% firm mikro i małych oraz 20% firm średnich zamierza inwestować w innowacyjność swoich produktów i usług.

Polscy przedsiębiorcy poszukują także coraz to nowych strategii sprzedaży (odpowiednio 22% mikro i małych oraz 28% średnich firm), a niektórzy z nich decydują się na zmianę kierunku działalności czy też branży (odpowiednio 12% oraz 2% firm).

WYKRES 109





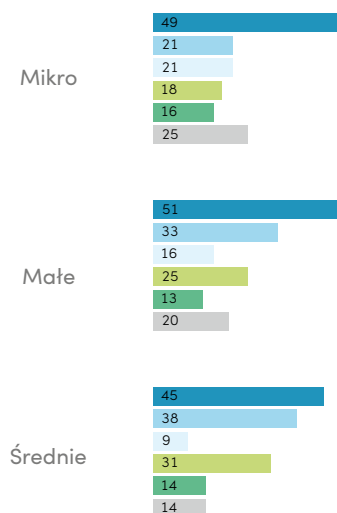
Eksport – dlaczego?

Intuicyjnie można założyć, że eksport niesie za sobą wiele korzyści. Istotne jest natomiast pytanie, jakie są rzeczywiste powody wyjścia poza rynek krajowy. Pytanie takie zostało zadane ankietowanym firmom.

Blisko połowa firm eksportujących uważa, że sprzedaż za granicą jest bardziej opłacalna niż w kraju (wykres 110). Po pierwsze, jest to wynik korzystnego kursu walutowego, choć firmy muszą zdawać sobie jednak sprawę z tego, że wahania kursu walutowego mogą wpłynąć nie tylko pozytywnie, ale również negatywnie na rozliczenia z kontrahentami.

Po drugie, firma może borykać się z ograniczonym popytem lub wręcz jego brakiem na rynku krajowym. Po trzecie, rynek zagraniczny może być dla firmy bardziej rozwojowy. Po czwarte, kontrahenci zagraniczni mogą być w stanie zapłacić więcej za ten sam towar czy usługę. Stąd często opłaca się zainwestować środki na pozyskanie nowych kontraktów za granicą, niż ograniczać się do rynku krajowego.

Kolejną najczęstszą przyczyną wejścia na rynki zagraniczne jest większa dynamika wzrostu popytu za granicą niż na rynku krajowym. Tę korzyść dostrzegło 21% mikrofirm, 33% małych firm i aż 38% firm średnich, które eksportują. Chłonność nowych rynków oraz dużo większa grupa potencjalnych odbiorców wpływa na pozytywny odbiór tego kierunku sprzedaży.



Niemal co trzeci eksportujący średni przedsiębiorca, co czwarty mały i co piąty mikro twierdzi, że rynek w Polsce jest dla niego za mały. Jest to pozytywny aspekt prowadzenia działalności, ponieważ wskazuje grupę przedsiębiorstw o bardzo dużym potencjale rozwoju, które z jednej strony wyczerpały możliwości sprzedaży większej ilości produktów lub usług na rynku krajowym, a z drugiej strony są w stanie zwiększyć swoje przychody docierając ze swoją ofertą na nowe rynki.

Umiarkowany odsetek eksporterów zadeklarował brak popytu na swoje produkty na rynku krajowym – 16% firm mikro, 13% firm małych oraz 14% firm średnich. Najczęściej są to firmy o bardzo wąskiej specjalizacji, dostarczające podzespoły dla dużych inwestorów zagranicznych działających w branżach nieobecnych w Polsce. Z drugiej strony są to również firmy, których oferta odpowiada na bardzo specyficzne zapotrzebowanie charakterystyczne dla danego rynku lub które specjalizują się w wytwarzaniu produktów lub usług luksusowych, na które jest zapotrzebowanie w bardziej zamożnych krajach.

Zaskakujący może być fakt, iż 21% mikrofirm, 16% małych firm oraz 9% średnich firm, jako powód eksportu wskazuje dużą konkurencję na rynku krajowym. Pokrzepiająca jest świadomość firm, że w momencie napotkania trudności w znalezieniu odbiorcy na rynku krajowym, potrafią wyjść ze swoją ofertą na rynki zewnętrzne.

WYKRES 110

Przyczyny podjęcia działalności eksportowej (dane wyrażone w %)

(możliwość wyboru więcej niż jednej pozycji)

- sprzedaż za granicą jest bardziej opłacalna niż w kraju
- na rynkach zagranicznych szybciej rośnie popyt niż w Polsce
- w Polsce jest za duża konkurencja
- rynek w Polsce jest dla nas za mały
- w Polsce nie ma popytu na moje produkty
- Inne

Eksport w polskiej gospodarce – struktura oraz główne trendy



Kamil Łuczkowski
Bank Pekao SA

Młodszy Ekonomista
w Biurze Analiz
Makroekonomicznych



Eksport jest coraz ważniejszym czynnikiem wzrostu gospodarczego w Polsce. W 2017 r. eksport stanowił 54,3% wartości PKB naszego kraju. Na przestrzeni lat 2004–2017 udział ten dynamicznie się zwiększał, wskazując na rosnącą ekspansję zagraniczną polskich eksporterów. W 2004 r. relacja wartości eksportu Polski do nominalnego PKB wynosiła jedynie 34,3%.

Na tle krajów Unii Europejskiej relacja wartości eksportu Polski do PKB plasuje się w środku stawki. Warto jednak zaznaczyć, że najwyższym udziałem eksportu odznaczają się małe kraje o ograniczonych rozmiarach rynku wewnętrznego, jak np. kraje zaliczane do grupy krajów Europy Środkowo-Wschodniej (Czechy, Słowacja, Węgry). W przypadku większych krajów UE (Hiszpania, Włochy, Francja, Wielka Brytania) relacja eksportu do PKB nie przekracza 35%.

Wartość eksportu towarów i usług z Polski w 2017 r. wyniosła 253,8 mld EUR, z czego 201,9 mld EUR stanowił eksport towarów (79,6% ogółu) a 51,9 mld EUR

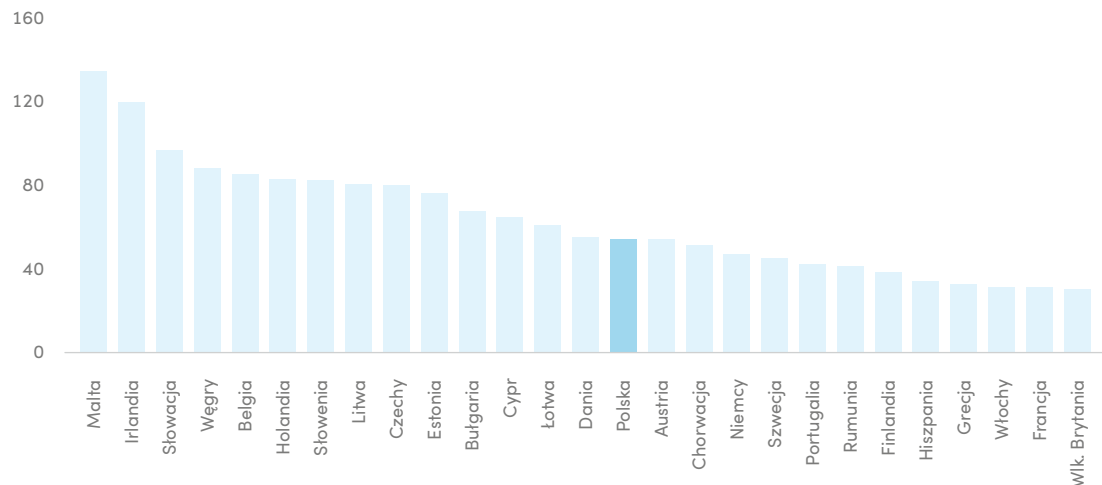
eksport usług (20,4% ogółu). Udział eksportu towarów powoli, lecz systematycznie zmniejsza się – w 2004 r. wynosił on 82,8%. Średnioroczne tempo wzrostu eksportu towarów i usług licząc od 2004 r. wyniosło 10,8% i tylko w 2009 r., czyli w czasie apogeum globalnego kryzysu finansowego, było ono ujemne.

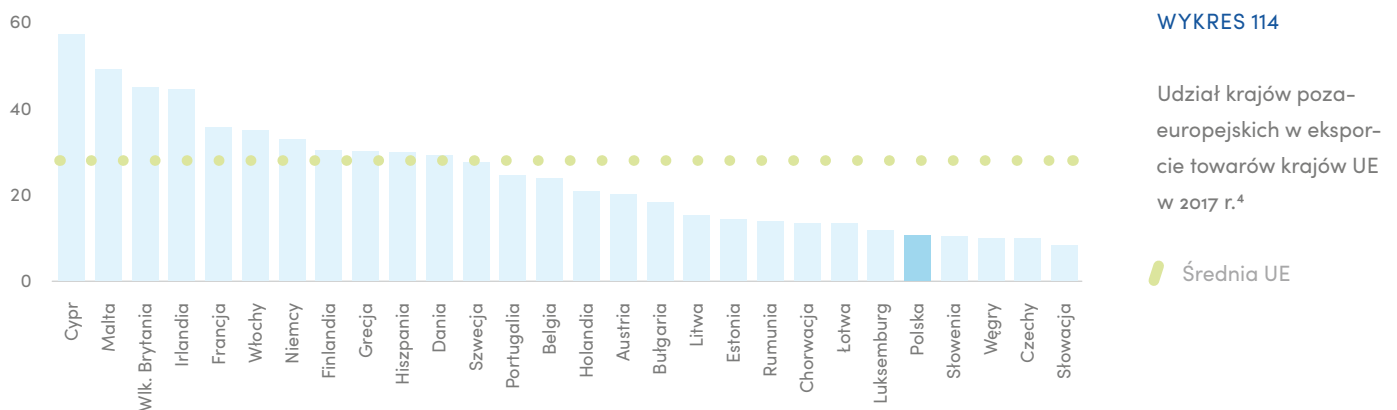
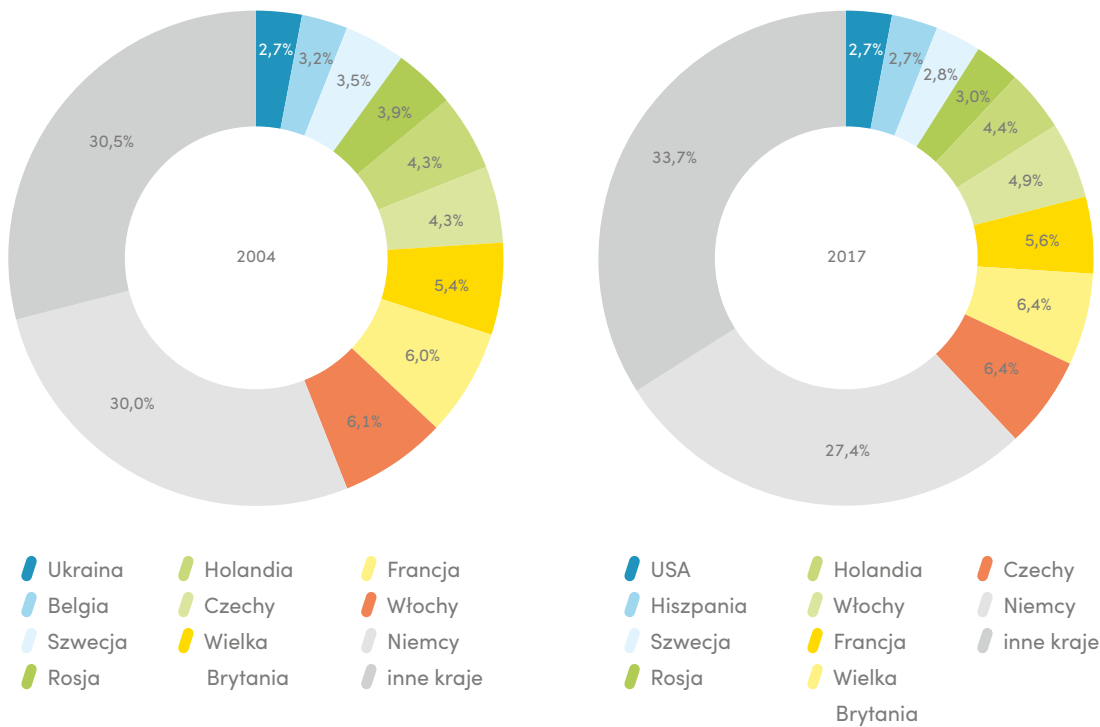
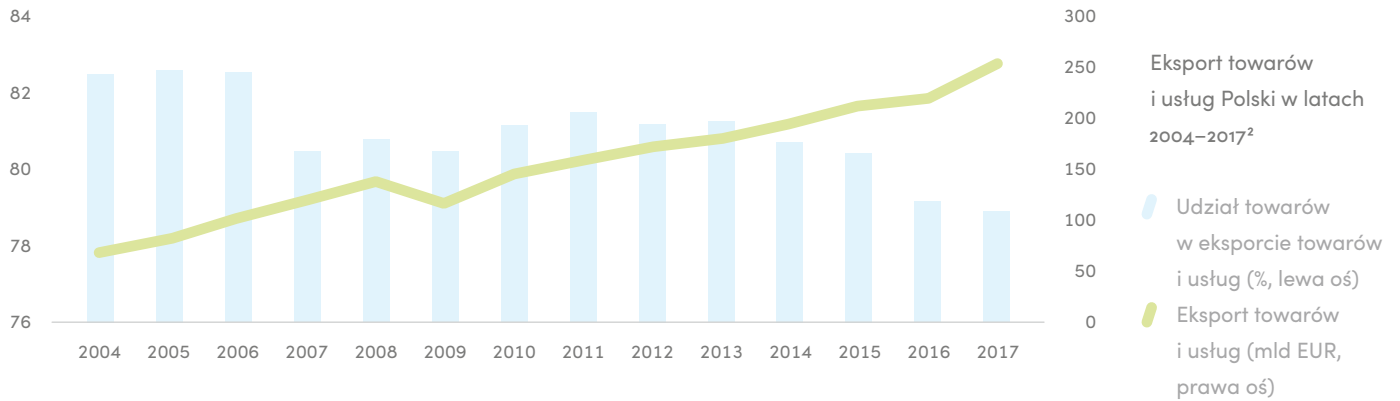
Struktura geograficzna

Jeżeli chodzi o strukturę geograficzną polskiego eksportu, głównym odbiorcą polskiego eksportu towarowego od lat pozostają Niemcy – w 2017 r. ich udział wyniósł 27,4%. Od 2004 r. udział Niemiec w polskim eksporcie zmniejszył się z 30,0% do 25,1% w 2013 r., natomiast w następnych latach lekko wzrósł. Ten wzrost z ostatnich lat można tłumaczyć m.in. tym, że gospodarka niemiecka lepiej poradziła sobie w czasie kryzysu zadłużeniowego w strefie euro niż inni ważni partnerzy handlowi Polski, jak np. Włochy czy Francja. Dzięki temu Niemcy umocniły swoją pozycję

WYKRES 111

Relacja eksportu
towarów i usług do PKB
w Polsce na tle krajów
UE w 2017 r.¹







gospodarczą, a Polska przestawiła kierunek swojego eksportu jeszcze bardziej w stronę Niemiec. Kolejni partnerzy odgrywają znacznie mniejszą rolę w polskim eksporcie towarowym – w 2017 r. na drugie w kolejności Czechy przypadło 6,4% wartości eksportu. Próg 5% przekroczyły jeszcze tylko Wielka Brytania (6,36%) oraz Francja (5,6%). Warto zwrócić uwagę na duży przyrost udziału Czech w polskim eksporcie towarowym z 4,3% w 2004 r. do 6,4% w 2017 r. Na przestrzeni lat spadał łączny udział 10 największych odbiorców polskiego eksportu – z 69,5% w 2004 r. do 66,3% w 2017 r. Stanowi to potwierdzenie rosnącej dywersyfikacji kierunków polskiego eksportu, choć wciąż pozostaje on skupiony na krajach Unii Europejskiej.

Udział polskiego eksportu towarów do krajów pozaeuropejskich systematycznie rośnie od 2008 r., aczkolwiek powoli. W 2008 r. wynosił on 7,8% i do 2017 r. wzrósł do 10,1%, pozostając na zbliżonym poziomie od 2013 r. Biorąc pod uwagę coraz większe ryzyko spowolnienia gospodarczego w strefie euro ekspansja polskich przedsiębiorstw na dalszych kierunkach, wychodzących poza Europę, będzie jednym z kluczowych czynników wspierających rozwój polskiej gospodarki. Najważniejszym rynkiem eksportu dla polskich przedsiębiorstw poza Europą pozostają Stany Zjednoczone, choć w 2017 r. na ten kraj przypadło jedynie 2,7% polskiego eksportu towarów. Z kolei drugie w kolejności Chiny posiadały ok. 1% polskiego eksportu towarów, a udział ten utrzymuje się na tym poziomie od

2009 r. Wysiłek eksportowy powinien w większym niż dotychczas stopniu orientować się na szybko rosnące kraje Azji oraz oferujące duży potencjał kraje Afryki.



Na tle innych krajów należących do UE polski eksport charakteryzuje się niską ekspozycją na rynki pozaeuropejskie. W 2017 r. na kraje pozaeuropejskie średnio w krajach Unii przypadało prawie trzykrotnie więcej eksportu (27,6%) niż w przypadku Polski. Największy udział gospodarek pozaeuropejskich w eksporcie mają największe kraje UE, jak Wielka Brytania, Francja, Włochy czy Niemcy (ponad 30%). Zdolność tych gospodarek do kreowania eksportu do krajów pozaeuropejskich związana jest z dużym udziałem w handlu zagranicznym największych przedsiębiorstw o globalnym zasięgu. Z kolei najniższy udział miały kraje Europy Środkowo-Wschodniej (średnio 9,3%).

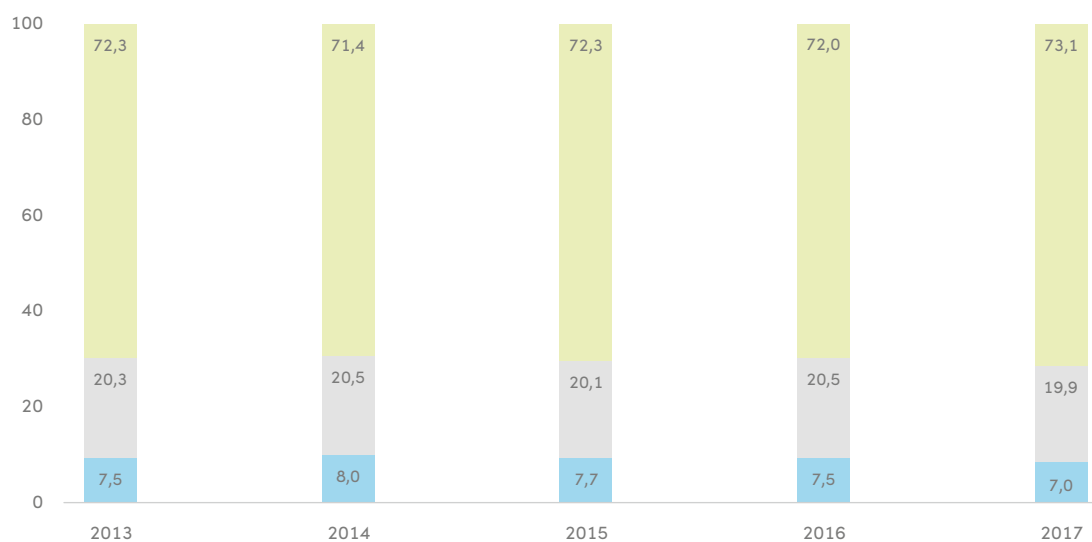
Struktura podmiotowa

Główną rolę w polskim eksporcie towarów odgrywają firmy duże, tj. zatrudniające 250 i więcej pracowników. W 2017 r. ich udział w łącznej sumie przychodów ze sprzedaży eksportowej krajowych firm wyniósł 73,1%. Na firmy średnie (zatrudniające od 50 do 249 pracowników) przypadło 19,9% przychodów ze sprzedaży eksportowej a na firmy małe (od 10 do 49 pracowników) 7,0%. Proporcje te w ostatnich latach były względnie stałe jednak można zauważyć, że w 2017 r. duże firmy

WYKRES 115

Struktura przychodów ze sprzedaży eksportowej towarów firm według ich rozmiarów⁵ (dane wyrażone w %)

Małe 
Średnie 
Duże 





zwiększyły swój udział w polskim eksporcie towarów kosztem firm średnich oraz małych. Wśród dużych przedsiębiorstw udział z eksportu w ich łącznych przychodach ze sprzedaży towarów wyniósł 51,1% i był znacznie wyższy niż w firmach małych i średnich (31%).

Firmy duże wykazują przy tym najwyższy udział eksportu towarowego w ich łącznych przychodach ze sprzedaży (28,3%). W firmach średnich jest to odpowiednio 18,1% a w małych 11,0%. We wszystkich grupach przedsiębiorstw udział eksportu w przychodach nieznacznie rósł w ostatnich latach, co wskazuje na rosnącą ekspansję zagraniczną polskich przedsiębiorstw.

Biorąc pod uwagę pochodzenie kapitału własnościowego warto zauważyć, że w przypadku firm z większościowym udziałem kapitału zagranicznego relacja przychodów ze sprzedaży eksportowej do łącznych przychodów ze sprzedaży wyniosła 35,2% w 2017 r. i udział ten jest znacznie wyższy w porównaniu do firm o większościowym udziale kapitału krajowego (14,9%). Oznacza to, że firmy z kapitałem zagranicznym są w dużo większym stopniu nastawione na działalność eksportową od firm z kapitałem krajowym.

Struktura sektorowa

Jeżeli chodzi o strukturę sektorową to sektor przetwórstwa przemysłowego wyraźnie dominuje jeżeli chodzi o udział w ogóle sprzedaży eksportowej towarów* (w 2017 r. wyniósł on 75,5%). Analizując wyłącznie sektor przetwórstwa przemysłowego można zauważyć, że największe udziały w ogóle sprzedaży eksportowej wykazują firmy działające w sektorach o niskim poziomie zaawansowania technologicznego. W 2017 r. największe udziały w łącznych przychodach z eksportu (568,2 mld PLN dla firm z sektora przetwórstwa przemysłowego) miały firmy produkujące pojazdy i części samochodowe (22,2% ogółu), artykuły spożywcze (10,0%) oraz wyroby z gumy i tworzyw sztucznych (7,5%). Co do produkcji pojazdów i części samochodowych należy tutaj uściślić, że w porównaniu do pozostałych krajów Europy Środkowo-Wschodniej (Czechy, Słowacja, Węgry) polski eksport w tym

sektorze odznacza się najwyższym udziałem eksportu podzespołów i części samochodowych, do produkcji których nie jest wymagane wysokie zaawansowanie technologiczne (47,8% eksportu całej kategorii w 2017 r.). W Czechach udział ten wynosił 38,9%, na Węgrzech 38,6% a na Słowacji 23,7%. Ogólnie kraje te wyróżniają się wyższym udziałem eksportu wśród branż zaawansowanych technologicznie w porównaniu do polskiej gospodarki.

Firmy z kapitałem zagranicznym są w dużo większym stopniu nastawione na działalność eksportową od firm z kapitałem krajowym.

Z kolei biorąc pod uwagę udział przychodów z eksportu towarów w porównaniu do całkowitej wartości przychodów ze sprzedaży towarów to dominują tutaj branże zaliczane do wiedzyochłonnych i wytwarzających produkty wysokiej technologii – produkcja pojazdów i części samochodowych (79,7% ogółu przychodów), choć w przypadku tej kategorii nie należy zapominać o dużym udziale eksportu części samochodowych, pozostałego sprzętu transportowego (75,6%), komputerów, wyrobów elektronicznych i optycznych (70,7%) czy też urządzeń elektrycznych (67,0%). Jednakże udział tych branż w przychodach całego sektora przetwórstwa przemysłowego jest stosunkowo nieduży (łącznie około 22,6% przychodów ze sprzedaży). Wysoki udział eksportu w przychodach ze sprzedaży wykazują także producenci mebli (64,2%) oraz wyrobów tekstylnych (58,3%).

Wnioski

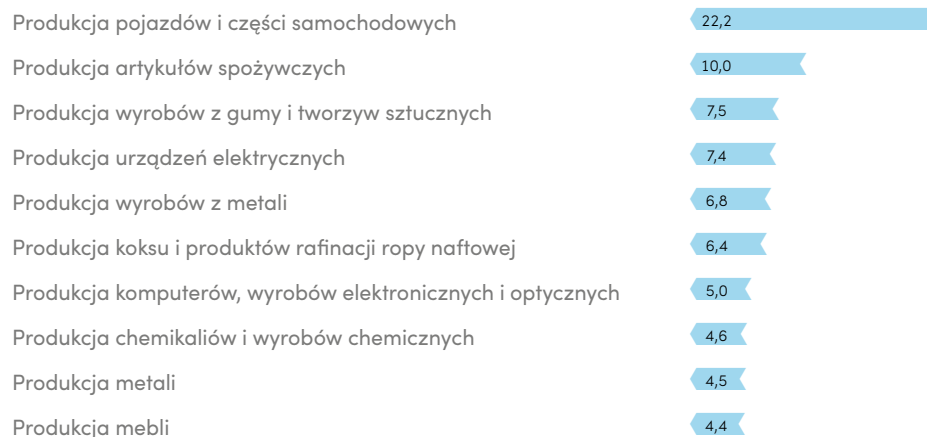
Eksport jest coraz ważniejszym czynnikiem wzrostu gospodarczego w Polsce. W 2017 r. eksport stanowił ponad połowę wartości polskiego PKB, a na przestrzeni lat udział ten systematycznie się zwiększa. Jednak na

* Bez mikrofirm zatrudniających mniej niż 10 osób.



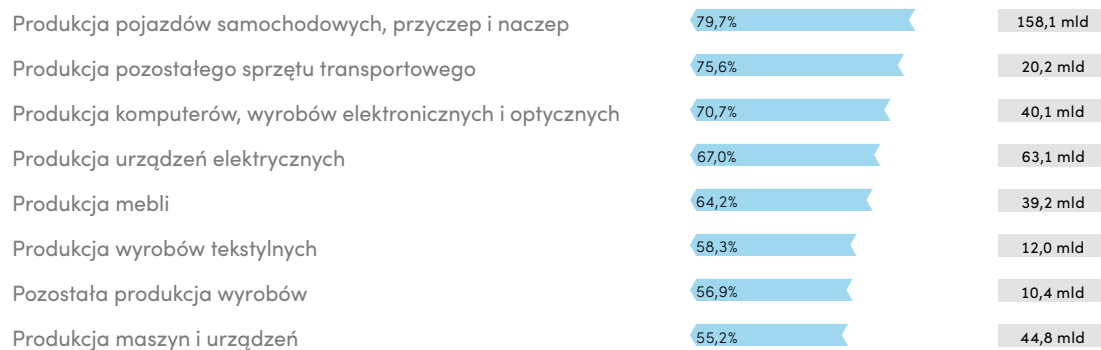
WYKRES 116

Udział przychodów firm z eksportu towarowego w łącznych przychodach z tego tytułu dla sektora przetwórstwa przemysłowego według branż⁶ (dane wyrażone w %)



WYKRES 117

Wartość przychodów firm ze sprzedaży towarów oraz udział eksportu towarów dla sektora przetwórstwa przemysłowego według branż⁷



Udział eksportu towarów dla sektora przetwórstwa przemysłowego
Wartość przychodów firm ze sprzedaży towarów

tle krajów Unii Europejskiej relacja wartości eksportu Polski do PKB plasuje się w środku stawki. Polski eksport zdominowany jest przez eksport towarów, choć ich udział w eksporcie zmniejsza się.

Jeżeli chodzi o strukturę geograficzną polskiego eksportu, głównym odbiorcą polskiego eksportu towarowego od lat pozostają Niemcy oraz kraje Unii Europejskiej. Jednocześnie rośnie dywersyfikacja kierunków polskiego eksportu. Coraz bardziej popularne są kierunki pozaeuropejskie, ale ich udział w całości polskiego eksportu nadal nie jest wysoki. Na tle innych krajów UE polski eksport charakteryzuje się niską ekspozycją na rynki pozaeuropejskie. Wysiłek eksportowy powinien w większym niż dotychczas stopniu orientować się na szybko rosnące kraje Azji oraz oferujące duży potencjał kraje Afryki.

Główną rolę w polskim eksporcie towarów odgrywają duże firmy, które wykazują przy tym najwyższy udział

eksportu towarowego w ich łącznych przychodach ze sprzedaży towarów.

Jeżeli chodzi o strukturę branżową to najwyższy udział w ogóle sprzedaży eksportowej w 2017 r. zanotowano w przetwórstwie przemysłowym. Biorąc pod lupę wyłącznie sektor przetwórstwa przemysłowego można zauważyć, że największe udziały w ogóle sprzedaży eksportowej wykazują firmy działające w sektorach o niskim poziomie zaawansowania technologicznego. Kraje Europy Środkowo-Wschodniej (Czechy, Słowacja, Węgry) wyróżniają się wyższym udziałem eksportu wśród branż zaawansowanych technologicznie w porównaniu do polskiej gospodarki. Z kolei analizując udział przychodów z eksportu towarowego w porównaniu do całkowitej wartości przychodów ze sprzedaży towarów to dominują tutaj branże zaliczane do wiedzochłonnych i wytwarzających produkty wysokiej technologii, jednakże udział tych branż w całości rynku jest stosunkowo nieduży.

Polska Agencja Inwestycji i Handlu partnerem MŚP w rozwoju w kraju i za granicą

Coraz większe grono polskich przedsiębiorstw konkuruje swoimi produktami, usługami oraz technologiami na międzynarodowych rynkach. Firmy, które podjęły wyzwanie, odnoszą spore sukcesy, o czym świadczą rokrocznie wzrastające wartości eksportu. Duża część polskich eksporterów to właśnie małe, średnie, a nawet mikroprzedsiębiorstwa. Wsparcie rodzimych MŚP w realizacji ambitnych strategii ekspansji zagranicznej oraz inwestycyjnych na nowych rynkach jest wpisane w nowy mandat Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu. Korzystając z dwóch dekad doświadczeń w pracy z przedsiębiorstwami międzynarodowymi Agencja stworzyła kompleksowy pakiet usług wspierających polskie firmy w umiędzynarodowieniu działalności.

Zagraniczne Biura Handlowe PAIH na sześciu kontynentach

Nowa infrastruktura wsparcia jaką oferujemy to również globalna sieć 70 Zagranicznych Biur Handlowych (ZBH), które założyliśmy na całym świecie. ZBH funkcjonują na wschodzących rynkach, a także w gospodarkach rozwiniętych, charakteryzujących się największym potencjałem możliwości biznesowych dla polskich produktów, technologii oraz usług.

Zagraniczne Biura Handlowe PAIH pełnią rolę punktu pierwszego kontaktu dla polskiego eksportera, gdzie przedsiębiorca otrzyma dostęp do kompleksowej informacji gospodarczej oraz doradztwo w zakresie instrumentów niezbędnych do zabezpieczenia i dofinansowania swojego projektu. Do każdego z naszych Biur można zwrócić się także o pomoc w zbudowaniu relacji z otoczeniem biznesowym w danym kraju,

w tym o wytypowanie potencjalnych kontrahentów, podwykonawców, czy klientów.

Organizujemy dla firm, spotkania B2B, warsztaty, misje gospodarcze na kluczowe targi dla danego sektora. Sugerujemy najlepsze kanały sprzedaży produktów i usług.

Polskie firmy mogą również skorzystać z naszych biur podczas realizacji projektu zagranicznego. Do dyspozycji są sale spotkań i przestrzenie biurowe. Aby ułatwić networking naszych klientów z lokalnym otoczeniem biznesowym, biura PAIH umiejscawiamy w najważniejszych, z perspektywy biznesowej, lokalizacjach. Mieszczą się one w miastach o największym znaczeniu biznesowym dla danego kraju, a do tego w bliskim sąsiedztwie kluczowych decydentów i filii światowych największych firm na świecie.

Zainteresowanie rynku tymi narzędziami jest duże. W samym 2018 roku zagraniczne przedstawicielstwa PAIH obsłużyły ponad 10 tys. zapytań polskich firm – wśród nich większość to właśnie firmy MŚP. Udało nam się wprowadzić wiele polskich produktów na sześć kontynentów. Część z naszych klientów z tego segmentu zadebiutowała również w roli inwestorów zagranicznych lokując swoje przedstawicielstwa np. w Azji Południowo-Wschodniej czy Ameryce Północnej.

Polskie Mosty Technologiczne

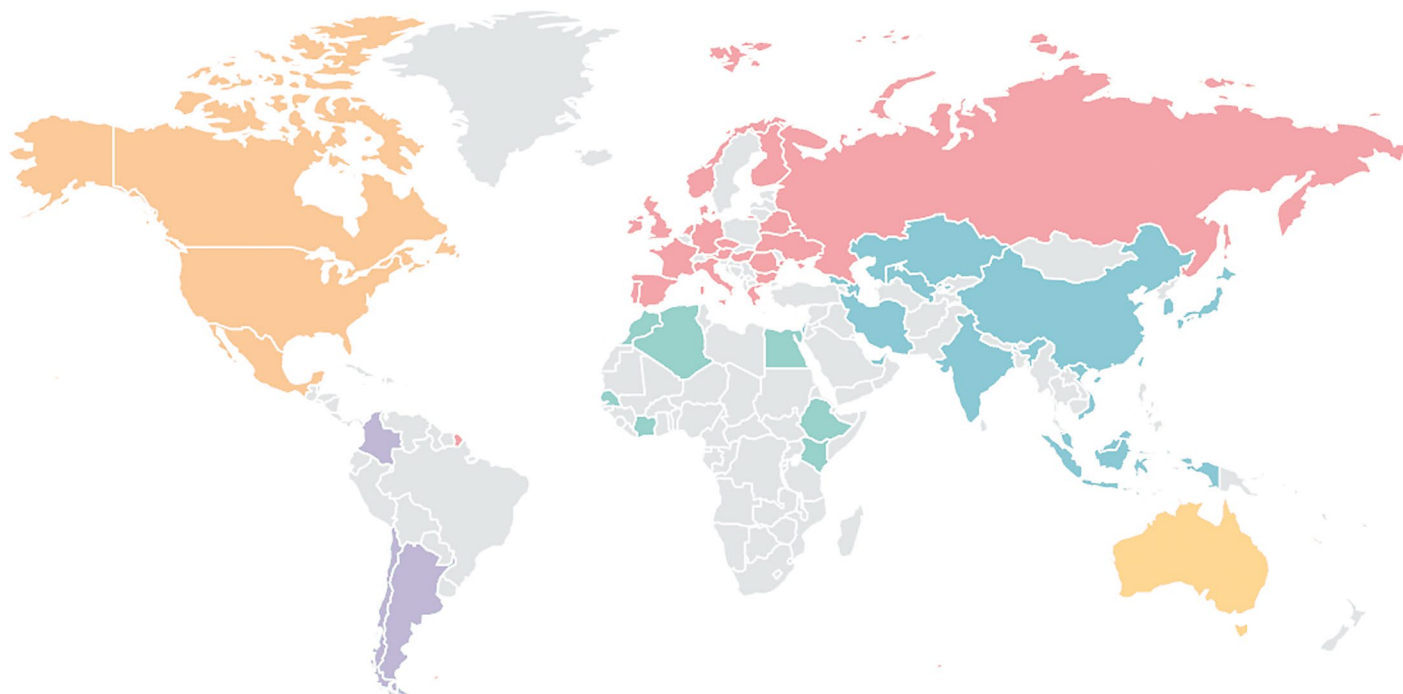
Dedykowanym narzędziem, który oferujemy sektorowi MŚP jest grant sięgający 200 tys. zł w formule bezwrotnej pomocy w ramach projektu Polskie Mosty Technologiczne.



Krzysztof Senger

p.o. Prezesa Zarządu
Polskiej Agencji
Inwestycji i Handlu S.A.



**MAPA 29**

Zagraniczne Biura
Handlowe PAIH

Kluczowym elementem jest wsparcie eksperckie w opracowaniu i weryfikacji strategii ekspansji na rynki poza UE. Wyposażamy firmy w profesjonalne narzędzia, przygotowujące je do skutecznego poruszania się w zupełnie nowym środowisku biznesowym.

Projekt ruszył w pierwszej połowie 2018 roku. Do tej pory zorganizowaliśmy trzy nabory – w pierwszym, dotyczącym rynków Ameryki Północnej do kompleksowego wsparcia wybraliśmy 31 firm, które pod okiem ekspertów przygotowują się do biznesowego debiutu na nowym rynku. Łącznie, we wszystkich rundach, otrzymaliśmy aż 254 wniosków i co ciekawe, większość nadeszłały mikrofirmy. To dla nas silny sygnał, że najmniejsze podmioty również zakładają w swoich strategiach rozwoju rozpoznanie rynków zagranicznych. Wspólnie z ekspertami pomożemy odkryć i wykorzystać ten potencjał.

W tym roku planujemy zorganizować przynajmniej cztery nabory, zachęcając przedsiębiorców do wejścia na takie rynki, jak: Australia, Indie, Izrael (I nabór), Norwegia, Rosja, Ukraina (II nabór), Algieria, Egipt, RPA (III nabór) i Indonezja, Korea Południowa (IV nabór). Rozważamy także dodatkową rundę, poświęconą

ekspansji do USA i Kanady. Konkurs będziemy realizować do 2023 r. na 20 rynkach.

Branżowe programy „Brand”

Wspólnie z polskimi czempionami biznesu budujemy silną pozycję marki „Polska” na świecie. W tym celu, od początku 2018 r., Agencja realizuje program „Brand”.

Promujemy dziewięć polskich branż o największym potencjale umiędzynarodowienia, tj.: meble, moda polska (wraz z biżuterią), jachty i łodzie rekreacyjne, kosmetyki, sprzęt medyczny, biotechnologia i farmacja, budowa i wykańczanie budowli, maszyny i urządzenia, części samochodowe i lotnicze. Program daje polskim firmom możliwość dotarcia na rynki poza UE, które do tej pory były poza ich zasięgiem.

W 23 krajach, na najważniejszych wydarzeniach targowych, organizujemy stoiska narodowe promujące dany sektor pod szyldem *made in Poland*. Firmy mogą skorzystać z tej infrastruktury bezpłatnie – odbywając tam rozmowy B2B, czy eksponując materiały promocyjne. Mamy za sobą ponad 50 takich imprez.

Wspieramy Twój biznes za granicą



Polska Agencja
Inwestycji i Handlu
Grupa PFR

Planujesz eksport lub inwestycje za granicą?

Polska Agencja Inwestycji i Handlu pomoże Ci rozpoznać rynek i znaleźć wiarygodnych kontrahentów.

Twoja oferta jest innowacyjna?

Weź udział w programie Polskie Mosty Technologiczne. Opracujemy z Tobą strategię ekspansji.

eksport@paih.gov.pl | pmt@paih.gov.pl | www.paih.gov.pl



Promocja na Wystawie Światowej EXPO 2020 w Dubaju

Okazją do wypromowania rodzimych produktów i technologii najwyższej jakości będzie także obecność Polski na Expo 2020 w Dubaju. EXPO to niepowtarzalna szansa ekspozycji w najlepszym miejscu wystawieniczym świata, przez sześć miesięcy, przed wielonarodową i wielokulturową publicznością. Zainteresowanie udziałem polskich firm – od dużych po małe – w konkursach na udział we współtworzeniu Pawilonu Polski na EXPO w Dubaju jest ogromne. Aż 50 innowacyjnych rozwiązań *made in Poland* wzbogaci konstrukcję i przestrzeń Pawilonu, z kolei ponad 40 firm zgłosiło chęć udziału w EXPO na zasadach komercyjnych. Takie podejście naszych przedsiębiorców napawa nas optymizmem.

Udział Polski w EXPO Dubaj 2020 to nie tylko szansa na wyjątkowo intensywną promocję gospodarczą Polski, ale także impuls do wzmocnienia współpracy naszego kraju ze Zjednoczonymi Emiratami Arabskimi, a także całym regionem Bliskiego Wschodu. Jest to pierwsza Światowa Wystawa w regionie MENASA (Bliskiego Wschodu, Afryki Północnej i Azji Południowej). W targach ma uczestniczyć blisko 25 mln gości z całego świata.

PAIH EXPO

Wszystkie polskie firmy zainteresowane perspektywami oferowanymi przez rynki zagraniczne oraz instrumentami wsparcia, zaprosiliśmy do Warszawy na PAIH EXPO – I Forum Wsparcia Polskiego Biznesu za Granicą. Jesienią 2018 roku do dyspozycji firm oddaliśmy 13 pawilonów, w których odbywały się sesje i warsztaty poświęcone różnym aspektom eksportu oraz inwestowania na poszczególnych rynkach geograficznych. Specjalnie z tej okazji do Polski przyjechało ponad 50 kierowników biur handlowych PAIH,

a także zaproszeni przez nas eksperci zewnętrzni, którzy doradzali w zakresie przygotowania, finansowania i zabezpieczenia ryzyka ekspansji zagranicznej. Wydarzenie okazało się wielkim sukcesem. Na forum przybyło 5 tys. gości, głównie polscy eksporterzy lub firmy planujące ekspansję zagraniczną. Odzew polskiego biznesu po wydarzeniu był tak entuzjastyczny, że planujemy wpisać PAIH EXPO w kalendarz cyklicznych wydarzeń organizowanych przez PAIH. Już teraz zapraszamy na tegoroczną edycję, która odbędzie się w październiku.

Doradztwo inwestycyjne

Wejście na nowe rynki zagraniczne związane jest często ze zwiększeniem wolumenów produkcji. W tym celu często potrzebne są nowe inwestycje, które wymagają przeanalizowania szeregu czynników, takich, jak: dostępność pracowników o odpowiednich kompetencjach, warunki makroekonomiczne, lokalizacja, bliskość poddostawców i partnerów biznesowych, jakość infrastruktury, a także oferta pomocy publicznej w postaci zwolnień podatkowych oraz grantów. To kompetencja, w której PAIH specjalizuje się od lat.

Polska Strefa Inwestycji to nowe narzędzie dla m.in. zwiększenia proeksportowych inwestycji MŚP. Narzędzie to stworzono na bazie postulatów świata biznesu. Dlatego liczymy, że zmotywuje przede wszystkim polskich małych i średnich przedsiębiorców do podejmowania ryzyka związanego z ekspansją działalności. Kluczową zmianą w systemie pomocy jest większa elastyczność co do wyboru miejsca inwestycji. W ramach Polskiej Strefy Inwestycji o pomoc publiczną firmy mogą ubiegać się w dowolnym miejscu kraju, a nie – jak poprzednio – tylko w miejscu prowadzenia działalności na terenie objętym daną strefą ekonomiczną.

Zadaniem PAIH jest wspierać Państwa w realizacji odważnych planów rozwoju w Polsce oraz poza granicami kraju.

Kierunek eksport – wsparcie KUKE dla małych i średnich eksporterów

Wstęp

Korporacja Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych Spółka Akcyjna („KUKE”) od ponad 27 lat ubezpiecza transakcje handlowe polskich przedsiębiorców. Naszymi akcjonariuszami są Skarb Państwa reprezentowany przez Prezesa Rady Ministrów i Bank Gospodarstwa Krajowego. Jesteśmy częścią Grupy Polskiego Funduszu Rozwoju. Jako jedyny ubezpieczyciel w Polsce mamy prawo do oferowania ubezpieczeń eksportowych gwarantowanych przez Skarb Państwa, które zapewniają bezpieczeństwo w handlu na rynkach podwyższonego ryzyka politycznego.

KUKE prowadzi działalność ubezpieczeniową w odniesieniu do transakcji realizowanych przez polskich przedsiębiorców:

- na rynkach zagranicznych (przedsiębiorca z Polski działający jako eksporter lub dokonujący inwestycji poza granicami kraju), oraz
- na rynku krajowym (przedsiębiorca z Polski dokonujący sprzedaży towarów/usług dla innego podmiotu z Polski).

Ubezpieczenia ze wsparciem Skarbu Państwu mogą obejmować transakcje, które dotyczą eksportu wyłącznie polskich towarów i usług. Tym samym eksportowany towar lub usługa musi spełniać **warunek polskości** produktu. Oznacza to, że udział składników pochodzenia polskiego winien być zgodny z progami w przychodzie netto z realizacji kontraktu określonymi w Rozporządzeniu Ministra Gospodarki z dnia 19 grudnia 2014 r.

Dla transakcji z terminem płatności:

- poniżej 2 lat winno być to minimum 30%,
- 2 lata i więcej – minimum 40%.

Dla pewnych branż przewidziano wyjątki:

- minimalnie 10% – usługi budowlane,
- minimalnie 20% – urządzenia elektronicznej techniki obliczeniowej, wyroby przemysłu elektrotechnicznego, elektronicznego i teletechnicznego, statki powietrzne, statki morskie i żegluga śródlądowej.

Spełnienie wymogu polskości produktu nie jest wymagane w przypadku ubezpieczenia należności od podmiotów krajowych oraz w przypadku ubezpieczenia krótkoterminowych należności eksportowych od nabywców z państw wysokorozwiniętych.

Ubezpieczenia oferowane przez KUKE można podzielić na te, które są oferowane bezpośrednio polskim eksporterom oraz na te, które są oferowane instytucjom (najczęściej bankom) finansującym kontrakty eksportowe realizowane przez polskich eksporterów.

Ubezpieczenia skierowane bezpośrednio dla eksporterów obejmują m.in.:

ubezpieczenie kredytu dostawcy

ubezpieczenia należności wynikających z kontraktu eksportowego zawartego przez polskiego przedsiębiorcę z dłużnikiem z zagranicy. Ubezpieczenia takie stanowią zabezpieczenie przed ryzykiem utraty należności, mogą stanowić również zabezpieczenie pod finansowanie eksportera od banku/instytucji finansującej.

Ubezpieczenie kredytu dostawcy (należności) w zależności od oczekiwanego okresu ubezpieczenia



Maciej Spychała

Kierownik Wydziału
Strukturyzowania
Transakcji, KUKE S.A.



Dorota Filant

Ekspert w Wydziale
Strukturyzowania
Transakcji, KUKE S.A.



tj. do 2 lat lub powyżej dwóch lat, jest udzielane przez KUKE w ramach dwóch produktów, odpowiednio:

- Polisa indywidualna – zabezpieczenie krótkoterminowego kontraktu eksportowego (należności płatne do 719 dni) oraz
- Polisa indywidualna – kredyt dostawcy, zagraniczny kontrahent prywatny (należności płatne w okresie 2 i więcej lat).

I ubezpieczenie inwestycji bezpośrednich za granicą

gdy eksporter chcąc wejść na zagraniczny rynek, decyduje się np. na nabycie zagranicznego przedsiębiorstwa lub utworzenie przedsiębiorstwa za granicą. Ubezpieczenia takie chronią inwestycję przed ryzykiem politycznym występującym w kraju inwestycji i pozwalają uzyskać odszkodowanie w celu zrekomensowania zainwestowanych środków.

Ubezpieczenia skierowane do banków finansujących kontrakty eksportowe realizowane przez polskich eksporterów obejmują m.in.:

I ubezpieczenie kredytu dla nabywcy

skierowane do banków chcących sfinansować kontrakty eksportowe o charakterze inwestycyjnym. Zabezpieczają bank przed brakiem spłaty kredytu lub opóźnien w płatnościach.

Omówienie ubezpieczeń KUKE

Specjalnie dla MŚP – Polisa „Na start – Europolisa”

Brak płatności za dostarczony towar lub wykonaną usługę może oznaczać dla przedsiębiorstwa rozpoczynającego swoją działalność biznesową kluczowy problem, który znacząco zachwieje płynnością finansową

spółki i uniemożliwi realizację kolejnych kontraktów. Europolisa to ubezpieczenie należności handlowych przeznaczone dla **firmy rozpoczynającej działalność handlową lub prowadzącej ją na niewielką skalę**. Wysokość obrotu zrealizowanego w kredycie kupieckim w ostatnich 12 miesiącach do wszystkich kontrahentów krajowych powinna być poniżej 5 mln złotych, natomiast wielkość obrotu ze wszystkimi kontrahentami zagranicznymi nie powinna przekroczyć 1 mln euro. W ramach Europolisy KUKE ubezpiecza należności handlowe od kontrahentów z 34 krajów europejskich, w tym Polski.

Górną granicę odpowiedzialności KUKE stanowi limit kredytowy ustalony dla każdego z dłużników, pomniejszony o udział własny Ubezpieczającego. Limit kredytowy jest to przewidywana maksymalna wysokość zobowiązań dłużnika wobec Ubezpieczającego, wynikająca z warunków płatności i dostaw towarów lub wykonania usług, za które KUKE wypłaci odszkodowanie zgodnie z postanowieniami umowy ubezpieczenia. Odpowiedzialność KUKE rozpoczyna się w dniu wysyłki towaru lub wykonania usługi potwierdzonej fakturą uprawniającą do otrzymania zapłaty, nie wcześniej jednak, niż po ustaleniu limitu kredytowego dla danego dłużnika, pod warunkiem zapłaty w określonym terminie składki. Odpowiedzialność KUKE obejmuje należności z tytułu wysyłek towaru lub wykonania usług, które nastąpiły w okresie obowiązywania umowy ubezpieczenia.

Zalety ubezpieczenia

Europolisa to rozwiązanie, które chroni firmę przed ryzykiem nieotrzymania płatności za fakturę zarówno w kraju, jak i za granicą, a z drugiej strony jest bardzo prostym narzędziem dla klienta, które nie wymaga jego zaangażowania w formie przedłożenia danych finansowych kontrahenta i szczegółowego monitoringu terminowości płatności. Te i inne uproszczone procedury ubezpieczeniowe dostosowane są do działalności firmy rozpoczynającej działalność handlową. Składka jest jedynym kosztem ubezpieczenia, bez dodatkowych opłat KUKE ocenia wiarygodność handlową kontrahentów i windykuje ubezpieczone należności. Przykładowo składka wyniesie:

- 1 290 zł w przypadku dłużnika krajowego przy limicie kredytowym w wysokości 21 000 zł,
- 561 EUR w przypadku dłużnika zagranicznego przy limicie kredytowym w wysokości 15 000 EUR.

Na rozwój – PAKIET

Jeżeli firma dynamicznie rozwija sprzedaż na rynku krajowym i w eksporcie, ma rozbudowaną strukturę odbiorców i chce kompleksowo zabezpieczyć swoje należności handlowe, a jednocześnie oczekuje, że umowa ubezpieczenia będzie w pełni dopasowana do specyfiki jej działalności – wówczas najlepszym rozwiązaniem jest **Pakiet** – polisa tworzona zgodnie z indywidualnymi wymaganiami.

Pakiet przeznaczony jest dla **wszystkich polskich przedsiębiorstw bez względu na skalę działalności**, które realizują sprzedaż **eksportową i/lub krajową** z odroczonym terminem płatności.

Wysokość składki ubezpieczeniowej ustalana jest zawsze **indywidualnie** na podstawie kilku elementów. W największym stopniu zależy ona od wielkości sprzedaży zgłoszonej do ubezpieczenia, ale ważną jest także branża, w której działa firma oraz liczba i wysokość przyznanych limitów kredytowych.

Zalety ubezpieczenia

Pakiet umożliwia firmie skupienie się na podstawowej działalności i bezpieczne zwiększanie skali sprzedaży, a w ramach jednej polisy KUKE ochroną ubezpieczeniową objęte są wszystkie należności krajowe i/lub eksportowe.

Warunki ubezpieczenia są elastycznie dopasowywane do profilu działalności firmy, z możliwością indywidualnego negocjowania stawki ubezpieczeniowej.

KUKE windykuje wszystkie należności od objętych ochroną kontrahentów, a za odzyskanie ubezpieczonych należności nie pobiera żadnej opłaty.

Na stronie internetowej www.kuke.com.pl można skalkulować samodzielnie koszt poszczególnych ubezpieczeń KUKE oraz znaleźć pełną gamę produktów ubezpieczeniowych i gwarancyjnych.

Polisa indywidualna – zabezpieczenie krótkoterminowego kontraktu eksportowego

Firmom sprzedającym za granicę **dobra kapitałowe**, takie jak maszyny, urządzenia, linie technologiczne, środki transportu, czy też realizującym usługi budowlano-montażowe, oferujemy ochronę przed niewypłacalnością kontrahenta lub opóźnieniami w regulowaniu zobowiązań finansowych przez odbiorcę. KUKE obejmuje ubezpieczeniem należności handlowe z tytułu kontraktu eksportowego, gdzie termin płatności za dostarczony towar lub zrealizowaną usługę nie może przekroczyć 719 dni. Kontrakty zawierane przez eksporterów na znaczne wartości, w szczególności w przemyśle maszynowym, często wymuszają długie terminy płatności. Polisa krótkoterminowa może obejmować należności od kontrahenta mającego swoją siedzibę w jednym ze 165 krajów świata a także od kontrahentów z Grecji, jednakże w tym przypadku kredyt nie może wykroczać poza 180 dzień jednak nie dłużej niż do 29.06.2019 r.*

* Grecja na podstawie Komunikatu Komisji Europejskiej została wyłączona z listy krajów o ryzyku rynkowym, wyłączenie obowiązuje do 29.06.2019 r. Tym samym Grecja znajduje się na liście krajów o ryzyku tymczasowo nierynkowym.



Zalety ubezpieczenia

Zapewniamy ochronę kontraktu od pierwszej wysyłki do ostatniego terminu płatności. Nasza ochrona obejmuje również ryzyko nieotrzymania płatności w wyniku nagłych zmian w sytuacji politycznej kraju, z którego pochodzi partner handlowy oraz zdarzeń określanych jako siła wyższa. Odszkodowanie wypłacane jest w walucie kontraktu eksportowego, co ogranicza ryzyko kursowe. Zapewniamy eksporterowi, bez dodatkowych opłat, rzetelną ocenę ryzyka i nadzorowanie sytuacji finansowej kontrahenta w trakcie realizacji kontraktu. Wielu naszych klientów współpracuje z nami w tym zakresie i korzysta z naszych rekomendacji i ocen importerów. Obowiązki eksportera w trakcie trwania umowy ograniczone są do minimum, nie są wymagane regularne deklaracje postępów realizacji transakcji ani zgłoszenia spłat. Polisa ta nie ma ograniczenia kwotowego i może być udzielona dla kontraktu eksportowego o niewielkiej skali, jak też kontraktu na znaczne kwoty.

Polisa indywidualna – kredyt dostawcy zagraniczny kontrahent prywatny

Inną opcją proponowaną eksporterowi przez KUKE jest ubezpieczenie kredytu dostawcy – zabezpieczenie **średnio- i długoterminowego kontraktu eksportowego**. Ubezpieczenie takie dedykowane jest dla transakcji, gdzie odroczony termin płatności za dostarczony towar lub zrealizowaną usługę wynosi 2 lub więcej lat. Ochrona może dotyczyć blisko 200 krajów świata, zgodnie z aktualną polityką udzielania ochrony ubezpieczeniowej ze wsparciem Skarbu Państwa. W celu uzyskania ubezpieczenia KUKE nie jest wymagany udział zagranicznego kontrahenta prywatnego.

Zalety ubezpieczenia

KUKE minimalizuje ryzyko utraty należności oraz zapewnia dokonanie oceny ryzyka kredytowego kontrahenta. Polisa KUKE chroni przed zerwaniem kontraktu przez kontrahenta na etapie produkcji, jak i brakiem zapłaty po dostawie. Odszkodowanie wypłacane jest w walucie kontraktu eksportowego, co ogranicza ryzyko kursowe.

Eksporter dzięki ubezpieczeniu długoterminowych wierzytelności eksportowych w KUKE może w szybki sposób poprawić swoją płynność finansową poprzez:

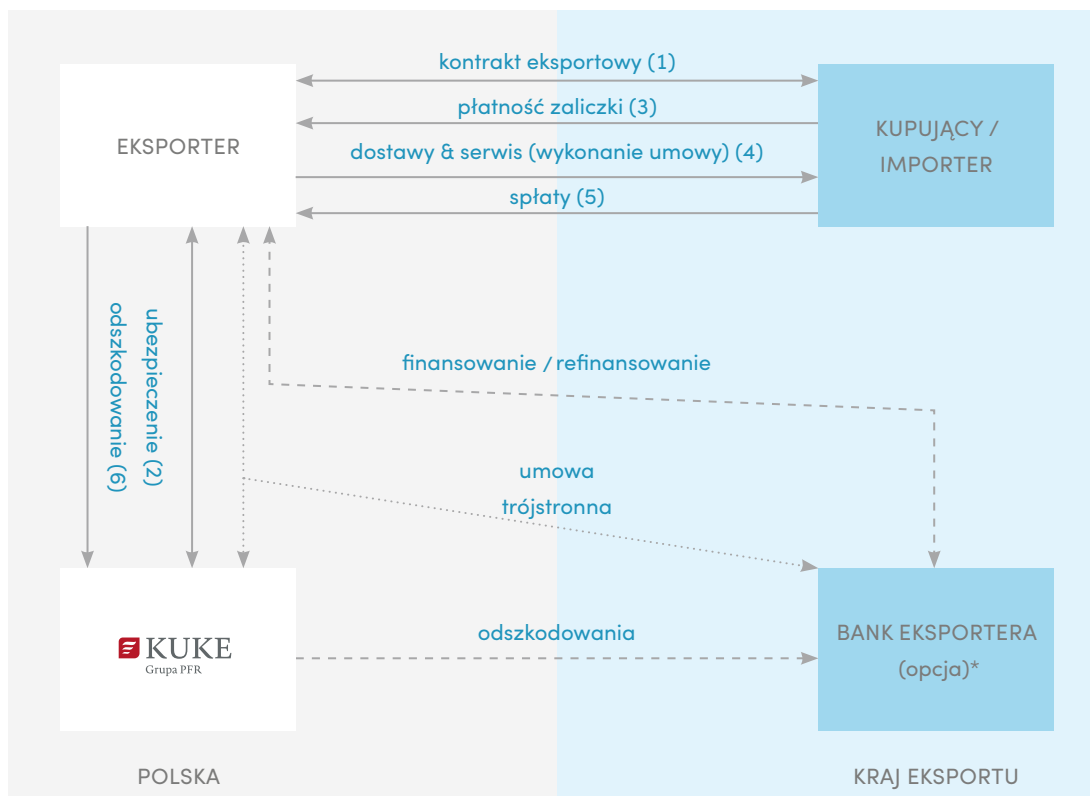
- dokonanie cesji prawa do odszkodowania z polisy KUKE na bank jako zabezpieczenie zaciąganego w banku kredytu, lub
- sprzedaż bankowi ubezpieczonych wierzytelności (wraz z zawarciem umowy trójstronnej, na mocy której bank wchodzi w miejsce eksportera do polisy KUKE), uzyskując natychmiastowy dostęp do środków finansowych z banku.

Polisa indywidualna – kredyt dla nabywcy zagraniczny kontrahent prywatny

Oferowane przez KUKE ubezpieczenie kredytu dla nabywcy skierowane jest do banków finansujących kontrakty eksportowe o charakterze inwestycyjnym. Ubezpieczenie KUKE zabezpiecza bank przed brakiem spłaty kredytu lub opóźnieniami płatności będącymi następstwem urzeczywistnienia się ryzyka handlowego lub ryzyka politycznego.

Ubezpieczenie dostępne jest dla polskich lub zagranicznych banków finansujących kontrakty eksportowe realizowane przez polskich eksporterów (firmy z siedzibą na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej). Finansowane kontrakty powinny dotyczyć towarów i usług o charakterze inwestycyjnym (maszyn, urządzeń, linii technologicznych, środków transportu, usług budowlanych itp.). Przedmiotem ubezpieczenia jest kredyt (wraz z odsetkami) o okresie spłaty 2 lub więcej lat udostępniony przez bank finansujący zagranicznemu kontrahentowi polskiego eksportera, lub jego bankowi, z przeznaczeniem na finansowanie konkretnego kontraktu eksportowego. Ochroną ubezpieczeniową mogą zostać objęte również prowizje bankowe oraz kredyt na finansowanie składki ubezpieczeniowej.

Jedną z opcji przy takim ubezpieczeniu jest ubezpieczenie kredytu udzielanego przez bank finansujący (na poniższym diagramie przerywana linia), który jest udzielony przez ten bank finansujący bankowi nabywcy



SCHEMAT 1

Schemat dla kredytu dostawcy zagraniczny kontrahent prywatny

(importera) z przeznaczeniem na finansowanie zakupu polskich towarów i usług inwestycyjnych. Podstawowym zabezpieczeniem spłaty kredytu jest polisa KUKĘ, o którą występuje bezpośrednio bank finansujący.

Zalety ubezpieczenia

Umożliwiamy ubezpieczenie finansowania udzielonego przez bank dla kontraktu eksportowego. Ochrona dotyczy może blisko 200 krajów świata, zgodnie z aktualną polityką udzielania ochrony ubezpieczeniowej ze wsparciem Skarbu Państwa. Polisa ubezpieczeniowa KUKĘ stanowi zabezpieczenie uprawniające banki do pomniejszenia podstawy tworzenia rezerw celowych dla określonej umowy do 100% sumy ubezpieczenia. Tym samym w szczególności dla rynków wschodzących, banki ubezpieczają udzielane kredyty z uwagi na wysokie ryzyko. Koszt kredytu udzielonego przez bank zagraniczny wraz z kosztem składki KUKĘ, jest zazwyczaj tańszy dla zagranicznego kontrahenta niż kredyt udzielony przez bank lokalny. Należy mieć też

na uwadze fakt, że banki zagraniczne przestrzegają standardów międzynarodowych przy prowadzeniu swojej działalności i zaufanie do nich jest niejednokrotnie znacznie wyższe niż do banków rodzimych.

Drugą opcją jest również udział banku lokalnego i także w tym przypadku koszt finansowania bankowego dla importera powinien być atrakcyjny w porównaniu z ofertą banków lokalnych.

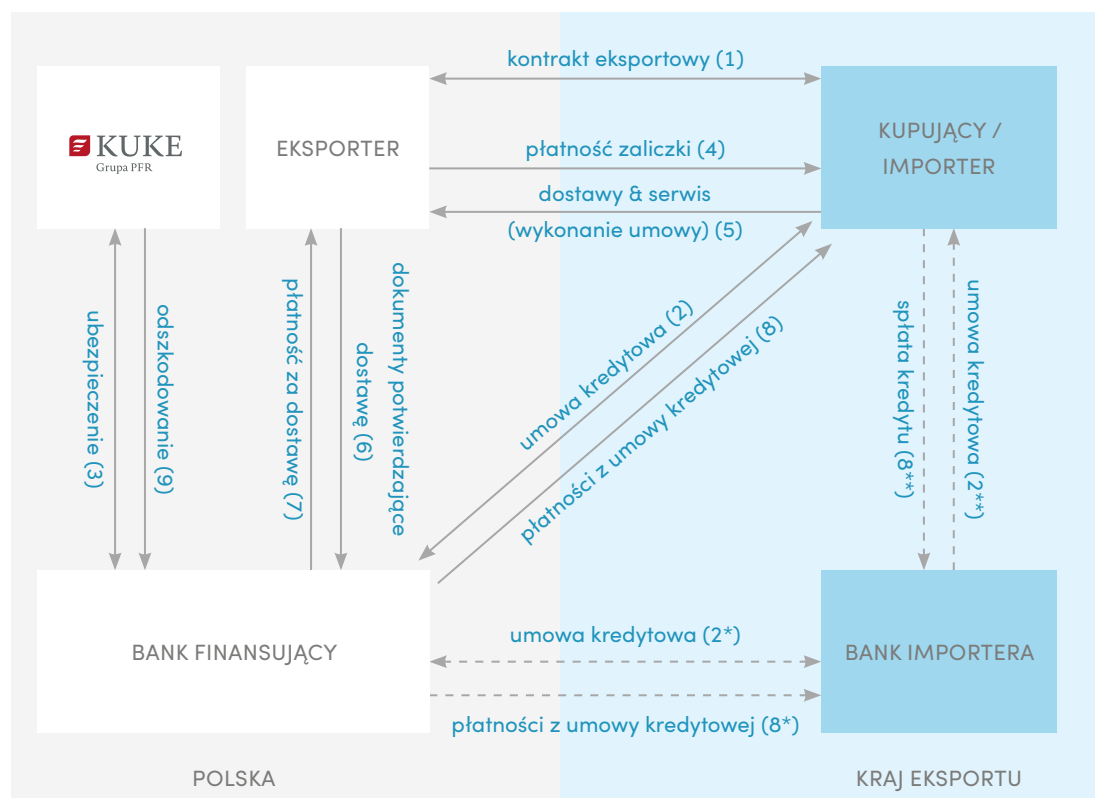
Ubezpieczenie inwestycji bezpośrednich za granicą (IBZ)

Nabycie przedsiębiorstwa, rozpoczęcie produkcji za granicą, czy otwarcie firmy dystrybucyjnej są często spotykanymi sposobami na zdobycie nowego rynku i zwiększenie sprzedaży. Ryzykiem, jakie może się wtedy pojawić są nieoczekiwane zdarzenia o charakterze politycznym w kraju, gdzie realizowana jest inwestycja. Może to być na przykład zmiana przepisów



SCHEMAT 2

Schemat dla kredytu nabywcy zagraniczny kontrahent prywatny



prawnych, które dotyczą prowadzonego biznesu – ryzyko występujące nawet w krajach Unii Europejskiej, decyzje w formie interwencji rządu, uniemożliwiające realizację inwestycji, ogłoszenie powszechnego moratorium płatniczego, decyzje dotyczące ograniczeń w handlu polegające na zakazie wywozu, uniemożliwienie transferu należności (np. dywidendy), całkowite pozbawienie możliwości wykonywania praw związanych z inwestycją. Nasze ubezpieczenie chroni firmę przed tymi ryzykami. Odszkodowanie wypłacane jest również, jeżeli inwestycja zostanie zniszczona w wyniku działania siły wyższej np. trzęsienia ziemi, powodzi, pożaru lub wojny.

Ubezpieczamy inwestycje nowe, długoterminowe, realizowane zgodnie z przepisami prawa obowiązującymi w kraju inwestycji w chwili dokonania inwestycji. Ubezpieczenie obejmuje inwestycje bezpośrednie za granicą rozumiane jako nabycie zagranicznego przedsiębiorstwa lub jego zorganizowanej części, utworzenie i prowadzenie przedsiębiorstwa za granicą (także oddziału lub przedstawicielstwa), dokonywanie

nakładów na rozszerzenie działalności istniejącego przedsiębiorstwa, dokonywanie dopłat oraz udzielanie pożyczek przez wspólników, nabycie nieruchomości oraz innych aktywów trwałych. Ubezpieczamy wniesione przez inwestora nakłady pieniężne, rzeczowe lub w postaci wartości niematerialnych i prawnych.

Zalety ubezpieczenia

Ubezpieczenie chroni inwestycję przed ryzykiem politycznym występującym w kraju inwestycji. Odszkodowanie pozwala odzyskać zainwestowane środki. Wypłata odszkodowania jest gwarantowana przez Skarb Państwa. Ochrona ubezpieczeniowa może dotyczyć blisko 200 krajów na świecie (zgodnie z aktualną polityką udzielania ochrony ubezpieczeniowej ze wsparciem Skarbu Państwa). Ubezpieczenie obejmuje okres inwestycji nawet do 15 lat. Pokrycie ubezpieczeniem wynosi do 90% wartości inwestycji.

**Korporacja Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych Spółka Akcyjna (KUKA S.A.)**

ul. Krucza 50, 00-025 Warszawa

Infolinia: (22) 108 99 70, 801 060 106

E-mail: kontakt@kuke.com.pl

Biuro Terenowe w Warszawie

ul. Krucza 50

00-025 Warszawa

E warszawa@kuke.com.pl

Biuro Terenowe w Katowicach

ul. Powstańców 26

40-039 Katowice

E katowice@kuke.com.pl

Biuro Terenowe w Krakowie

ul. Kamieńskiego 47

30-644 Kraków

E krakow@kuke.com.pl

Barbara Przewodowska-Plotzke

T 600 819 150

Marek Borowski

T 698 613 709

Waldemar Kaczyński

T 696 554 404

Karol Kępka

T 604 918 800

Krzysztof Kubacki

T 606 965 300

Jolanta Czekalska

T 602 774 384

Anita Holeczek

T 600 003 198

Katarzyna Smołka

T 604 991 800

Marek Zdunek

T 602 704 555

Mateusz Korż

T 604 932 173

Maria Fliśnik

T 604 931 829

Paweł Ocetkiewicz

T 604 932 251

Biuro Terenowe we Wrocławiu

ul. Ks. Witolda 49/12

50-202 Wrocław

E wroclaw@kuke.com.pl

Biuro Terenowe w Poznaniu

ul. Poznańska 62/32

60-853 Poznań

E poznan@kuke.com.pl

Biuro Terenowe w Gdańsku

ul. Targ Rybny 11/10

80-838 Gdańsk

E gdansk@kuke.com.pl

Jacek Zezula

T 694 227 555

Robert Kozłowski

T 602 744 659

Andrzej Sopata

T 606 823 470

Tomasz Skwarek

T 600 003 195

Radosław Czarnecki

T 661 612 221

Łukasz Kula

T 606 884 070

KONTAKT

Korporacja

Ubezpieczeń Kredytów

Eksportowych Spółka

Akcyjna

Wpływ cyfryzacji na handel, czyli o tym co się zmienia gdy nosisz kopalnię danych w kieszeni



**dr hab. Katarzyna
Śledziewska**

DELab Uniwersytet
Warszawski

W publicznych dyskusjach na temat cyfryzacji często pojawia się porównanie, zgodnie z którym dane stają się nową ropą. Traktowane są one jako najważniejszy surowiec XXI wieku: to na nich budowane są najszybciej rosnące przedsiębiorstwa, to na nich trenowane są algorytmy, które jako sztuczna inteligencja stają się motorem rozwoju najbardziej innowacyjnych na globalnych rynkach graczy. W przeciwieństwie jednak do surowców takich jak ropa czy węgiel, dane wydobywać można z naszych kieszeni. Konsumenci stają się z jednej strony źródłem danych, z drugiej zaś beneficjentami rozwiązań biznesowych, których rozwój umożliwiło pojawienie się internetu, rozpowszechnienie urządzeń mobilnych i właśnie wykorzystywanie danych. W kieszeni trzymamy zatem nie tylko kopalnię danych, ale również np. hipermarket, kolekcję CD, DVD, regał pełen książek czy słownik chińsko-arabski – a to wszystko w mniejszym niż dłoń smartfonie.

Poniższy tekst poświęcony jest charakterystyce zmian wywołanych przez cyfryzację w funkcjonowaniu produkcji i w funkcjonowaniu przedsiębiorstw. W oparciu o przegląd kluczowych zagadnień związanych z transformacją cyfrową staramy się przedstawić konsekwencje zachodzących przemian dla handlu – zarówno w odniesieniu do polskich przedsiębiorców, jak i w perspektywie globalnej.

(Internet Rzeczy) i systemów cyber-fizycznych.* Najbardziej innowacyjne przedsiębiorstwa automatyzują procesy produkcyjne, które jeszcze niedawno wymagały udziału człowieka, przykładem czego są dążenia Amazona do niemal całkowitej eliminacji ludzkiej pracy w zakresie obsługi magazynów i dostaw – a także w obrębie sprzedaży, poprzez tworzenie całkowicie zautomatyzowanych sklepów niewymagających obecności obsługi. Spadek cen elementów maszyn takich jak np. sensory pozwala na implementację coraz bardziej zaawansowanych technologicznie robotów.

Wpływ zmian w technologiach produkcji widoczny jest jednak nie tylko w tym jak się wytwarza dobra, lecz również w tym jaki mają one charakter. Najbardziej odczuwalne z perspektywy konsumentów wydaje się zacieranie granicy między towarem a usługą. Wzrastająca rola treści cyfrowych obrazuje przejście od gospodarki, w której materialny przedmiot zastępowany jest dostępem do niematerialnej usługi. Tak na przykład płyty CD wyparte zostały najpierw przez strony umożliwiające pobieranie plików mp3, następnie zaś przez aplikacje takie jak Spotify czy Deezer. W literaturze spotkać można się z poglądem, że gospodarka, w której główną rolę odgrywało posiadanie, ustępuje miejsca gospodarce, w której kluczowy jest dostęp do danej



mgr Joanna Mazur

DELab Uniwersytet
Warszawski

przygotowanie danych:

mgr Damian Zięba

DELab Uniwersytet
Warszawski

Gdzie się podziały wszystkie płyty CD? O cyfryzacji produkcji

Zmiany związane z transformacją cyfrową w produkcji wiążą się z rozwojem sztucznej inteligencji, przetwarzania w chmurze, szerszym stosowaniem IoT

* Podobny katalog wymieniany jest w raporcie United Nations Conference on Trade and Development, *Trade and Development Report 2018. Platforms, Power and the Free Trade Delusion* (2018), s. 71. Pomijamy w tym miejscu technologię blockchain, która w mniejszym stopniu ma wpływ na produkcję i raczej może prowadzić do transformacji organizacji i zarządzania.



treści cyfrowej, usługi czy dobra.** Posiadanie kolekcji płyt przestaje być tak atrakcyjne, w momencie w którym miesięczny abonament pozwala nam korzystać z ogromnych zasobów treści cyfrowych.

Przykład zmiany sposobu konsumpcji muzyki czy filmów ukazuje nam poza tendencją do dematerializacji charakterystyczne dla gospodarki cyfrowej wykorzystywanie danych do udoskonalania świadczonej usługi. Personalizacja sugestii kierowanych do konsumenta w oparciu o analizę jego zachowań staje się standardem. Co ciekawe, zaobserwować można szerokie oddziaływanie tego trendu: w połączeniu z możliwością modyfikacji wzorca produkcji w bardziej elastyczny niż dotychczas sposób, którą oferuje technologia druku 3D, możemy mówić nie tylko o personalizacji usług mających *stricte* cyfrowy charakter, lecz również towarów. Przykładem są plany Adidasa, który nie tylko zapowiada wykorzystanie technologii 3D w produkcji, lecz również skorzystanie z jej możliwości w odniesieniu do dostosowywania obuwia do indywidualnych potrzeb klientów.*** Towar staje się usługą: jego personalizacja, indywidualizacja produkcji, większy nacisk na koncepcyjną warstwę procesów tworzenia towarów, niż samo wykonanie, prowadzi do zmiany w zakresie tego co w rzeczywistości generuje wartość w ramach cyfrowego łańcucha produkcji.

Taka strategia biznesowa ukazuje jak ważne są dane jako nowy środek produkcji: pozyskane dzięki oferowaniu klientom możliwości utworzenia własnego, spersonalizowanego produktu dane napędzać mogą z kolei dalsze działania firmy. Ich analiza pozwolić może na generowanie wiedzy dotyczącej preferencji klientów, tworzenia strategii marketingowej, która uwzględniać będzie niezwykle precyzyjną segmentację rynku. Dane zbierane są o klientach właściwie bezustannie: przeglądając w autobusie Facebooka

generujemy dziesiątki informacji na temat naszych preferencji. Każde kliknięcie w reklamę, dłuższe przysłuchanie się postowi czy przerwanie oglądania filmiku jest odczytywane jako sygnał informujący o naszej gotowości nabycia jakiegoś towaru czy usługi. Jako konsumenci, stajemy się również producentami cennego surowca, który wykorzystywany jest do tworzenia bardziej kuszących wersji produktów. Personalizacja dotyczyć będzie w przyszłości również samego handlu: zbędni okażą się pośrednicy, w momencie w którym możliwe stanie się odgadywanie potrzeb konsumentów jedynie na podstawie analizowanych o nich danych. Sprzedaż będzie mogła odbywać się na zasadzie bezpośredniego kontaktu między producentem, świetnie znającym potrzeby adresatów swoich działań, a klientem.

Kiedy chiński producent jest równie blisko co sklep na rogu: cyfryzacja globalna

Kolejnym wymiarem zachodzących w gospodarce pod wpływem cyfryzacji przemian jest zmiana dotycząca funkcjonowania przedsiębiorstw. W tym aspekcie kluczowe są dwa elementy, których charakterystyce poświęcone są następujące akapity: zachodząca pod wpływem powszechności i dostępności dostępu do internetu zmiana w zakresie kanałów sprzedaży, czyli rozwój handlu elektronicznego oraz – powiązany lecz nie tożsamy z tym aspektem – rozwój modelu biznesowego opartego na platformach. Platformizacja gospodarki prowadzi do rozpowszechnienia terminów takich jak ekonomia współdzielenia (*sharing economy*) czy ekonomia kolaboratywna lub współpracy (*collaborative economy*). Próbie krytyki tych pojęć poświęcona jest końcówka tej sekcji tekstu.

Transformacyjny potencjał e-handlu ciężko poddać w wątpliwość: rosnąca popularność stron internetowych umożliwiających dokonywanie zakupu od chińskich czy amerykańskich przedsiębiorców jest łatwym do zaobserwowania trendem. Dzięki internetowi zapoznanie się z ofertą chińskiego sprzedawcy jest równie łatwe co wycieczka do galerii handlowej: zachęty w postaci niskich cen produktów oraz ich dostawy

** S. Denning, *An economy of access is opening for business: five strategies for success*, "Strategy & Leadership", 2014, t. 42 nr 4, s.14–21

*** A. Cheng, *How Adidas Plans To Bring 3D Printing To The Masses*, "Forbes", 22 maja 2018 r., dostęp: <https://www.forbes.com/sites/andriacheng/2018/05/22/with-adidas-3d-printing-may-finally-see-its-mass-retail-potential> (7.11.2018)



wydają się prowadzić do braku barier wiążących się z potencjalnym ryzykiem wysyłki, które mogłyby ograniczać chęć konsumentów do dokonywania zakupów np. na Ali Express. Z perspektywy klientów e-handel prowadzi do optymalizacji konsumpcji: oferta, w której można skorzystać jest właściwie nieograniczona a odległość i granice nie stanowią już przeszkody w nabywaniu dóbr. Jednocześnie e-handel prowadzi do ewolucji samego charakteru relacji między przedsiębiorcą i klientem: rola pośrednika jest zredukowana do minimum. Przedsiębiorcy na całym świecie zyskują możliwość nawiązywania bezpośrednich relacji han-

E-handel prowadzi do ewolucji samego charakteru relacji między przedsiębiorcą i klientem: rola pośrednika jest zredukowana do minimum.

dlowych z klientami na całym globie: relacje handlowe, zamiast opierać się na modelu B2B, w którym kolejni pośrednicy prowadzą do globalizacji handlu, opierają się na modelu B2C, w którym klient bezpośrednio nabywa od producenta zagranicznego dane dobro lub usługę.

Rozwiązania takie nie byłyby możliwe, gdyby nie jednoczesny rozwój płatności elektronicznych. Umożliwiają one szybkie i proste regulowanie opłat, niezależnie od posiadania konta w walutach zagranicznych, bez konieczności wizyt w banku czy kantorze. Cicha rewolucja w bankowości i płatnościach elektronicznych stanowi ważny element konstruujący infrastrukturę niezbędną dla rozwoju handlu elektronicznego. Innym ważnym elementem otoczenia technologicznego, które pozwala na redukcję geograficznych barier, jest rozwój narzędzi służących komunikacji i wymianie informacji: zautomatyzowana obsługa klienta czy translatory pozwalają uniknąć barier, które jeszcze jakiś czas temu byłyby nie do przejścia zarówno dla konsumentów,

jak i przedsiębiorców. Problematicznym aspektem tej nowej, bardziej bezpośredniej globalizacji, wydaje się pozycja zajmowana przez państwa: niewiele jest przykładów praktyk ułatwiających tworzenie przedsiębiorstw online, bez konieczności odwiedzania danego kraju****, niewiele sytuacji, w których państwa rozwijałyby wydajne i proste w obsłudze systemy identyfikacji elektronicznej, ułatwiające kontakty z administracją i zdalne prowadzenie biznesu.

Trudności administracji w nadążeniu za technologiczną transformacją są jedną z przyczyn, dlaczego rośnie rola modelu biznesowego opartego na platformie. Platformy, jako niemalże neutralni pośrednicy między konsumentami a przedsiębiorcami, oferują infrastrukturę umożliwiającą w prosty sposób nawiązywać relacje handlowe z dowolnych miejsc na globie. Model biznesowy oparty na platformie można by metaforycznie określić jako globalne targowisko, w którym w ramach transakcji spotkać może się wytwórca suszarek do włosów z Chin, z klientem z Lublina. Transakcja, dzięki regułom gry utworzonym przez platformę, przebiegnie sprawnie: płatność dokonana zostanie w przeciągu kilkunastu sekund, zautomatyzowany mailing powiadomi konsumenta o losach jego paczki, w razie problemów narzędzia obsługi klienta online pozwolą rozwiązać zaistniałe wątpliwości. Platforma umożliwi spotkanie, które jeszcze trzy dekady temu nie miałyby prawa się wydarzyć.

Jednocześnie jednak pojęcie platformizacji powinno być postrzegane szerzej: platforma to nie tylko globalne targowiska tworzone przez Ali Express czy Amazona, ale również jakościowa zmiana odnosząca się do tego kim jest konsument i kim jest przedsiębiorca. Najbardziej wyrazistym przykładem ewolucji zachodzącej w odniesieniu do tych ról jest Airbnb. Airbnb bywa określane jako największa na świecie sieć hotelowa, która nie jest w posiadaniu ani jednego hotelu. To co oferuje platforma, to dostęp do ofert tworzonych przez użytkowników. Kwestia kim są jej użytkownicy ukazuje nam trudności związane z oceną platform jako nowego modelu biznesowego: z jednej strony mamy do czynienia z profesjonalistami, którzy nabywają

**** Jak na przykład estońskie e-Residency: <https://e-resident.gov.ee> (7.11.2018)



apartamenty przeznaczone na krótkoterminowy wynajem za pośrednictwem Airbnb. Z drugiej strony istnieje liczna grupa użytkowników, których działalność nie wydaje się profesjonalizowana: udostępniają oni wolny pokój w mieszkaniu czy kanapę. Choć czerpią korzyści z wynajętej w ten sposób przestrzeni, nie stanowią one ich głównego źródła zarobku. Dzięki możliwościom oferowanym przez Airbnb zyskują oni możliwość wykorzystania posiadanych przez siebie zasobów (pokoju czy kanapy), które w przeciwnym razie pozostałyby nieużywane. Inaczej przedstawia się sytuacja osób, które wynajmują kilka mieszkań. Wydaje się, że prowadzona przez nich działalność stanowi w rzeczywistości rodzaj działalności hotelarskiej. W tym wypadku pojawienie się Airbnb tworzy lukę prawną i może prowadzić do wytworzenia podwójnych standardów, w których tradycyjne hotele poddane są regulacjom i wymogom, tymczasem osoby korzystające z pośrednictwa Airbnb próbują zastąpić się retoryką tzw. ekonomii współdzielenia.

Dualizm charakteru uczestniczenia w ekosystemie tworzonym przez platformy, który ilustruje przypadek Airbnb, pokazuje problemy wiążące się z pojęciami takimi jak ekonomia współdzielenia czy współpracy. Ich pozycja w dyskursie publicznym pokazuje z jednej strony konieczność utworzenia nowego języka opisu dla gospodarki cyfrowej, z drugiej jednak strony pułapki wiążące się z pobieżnym charakterystowaniem innowacyjnych przedsięwzięć. Jedynie część zasobów, które udostępniane są za pośrednictwem platform, stanowią zasoby, które nie zostałyby w pełni wykorzystane w wypadku braku możliwości tworzonych przez nowe modele biznesowe. Część z ofert czy nawet całych przedsięwzięć, które określa się mianem ekonomii współdzielenia, budzi wątpliwości w odniesieniu do ich "uwspólnionego" charakteru. Gwałtowny sprzeciw, który budzi Airbnb np. we Francji, Niemczech czy Hiszpanii, gdzie wykupywanie mieszkań na wynajem dla turystów generuje problemy na lokalnych rynkach nieruchomości i prowadzi do podwyżek cen dla mieszkańców, ukazuje konieczność krytycznej analizy wpływu cyfryzacji na handel.

There is no alternative (dla Facebooka)? Globalne wyzwania cyfryzacji handlu

Jedną z obaw, które pojawiają się w odniesieniu do globalnej cyfryzacji handlu, jest tendencja rynków cyfrowych do monopolizacji. Zjawisko to jest już silnie dostrzegalne: czy jesteśmy w stanie podać alternatywną platformę społecznościową dla Facebooka? YouTube'a? LinkedIna? Gdzie podziąło się grono.net, nasza-klasa.pl czy epuls? Specyfika budowania gospodarki opartej na danych wiąże się z występowaniem silnych efektów skali: dla sukcesu konieczne jest osiągnięcie masy krytycznej użytkowników, których udział w generowaniu treści na platformie przyciągać będzie kolejnych, którzy z kolei znów generować będą treści dostarczające platformie niezbędnych dla jej rozwoju danych.

Stąd też o platformach można myśleć jako o całych ekosystemach, w ramach których różnego typu usługi funkcjonują pod jednym parasolem. Przykładem tak rozumianych platform mogą być systemy operacyjne smartfonów: tworzone na nie aplikacje napędzają potrzebę korzystania z telefonu, która z kolei prowadzi do generowania kolejnych danych, które stanowią cenne źródło informacji o konsumentach i mogą być spożytkowane zarówno przez twórców aplikacji, jak i następnie – przez twórców systemu operacyjnego, dążących do jego udoskonalenia. W takim świetle oczywistą staje się reakcja największych graczy na cyfrowych rynkach, którzy starają się w porę wykupić dobrze rokujące start-upy i stać się właścicielami tworzonych przez nie technologii oraz generowanych dzięki nim danych. Możliwość analizy danych jest tym cenniejsza, im mniejsza liczba podmiotów ma do nich dostęp.

Problem ten kieruje naszą uwagę ku kluczowemu zagadnieniu związanemu z cyfryzacją handlu: dostęp do kopalni danych w naszych kieszeniach, komputerach, *smart* zegarkach czy samochodach mają podmioty prywatne, a reguły rządzące korzystaniem z nich nie są dla użytkowników często jasne. Ponownie okazuje się, że instytucje państwowe nie nadążają za zmianą technologiczną: relacja między reżimem



międzynarodowego prawa gospodarczego a kwestiami takimi jak tzw. *free flow of data* (swobodnego przepływu danych) czy globalne standardy w odniesieniu do ochrony danych osobowych jest na ten moment niejasna. Wprowadzone w Unii Europejskiej regulacje dotyczące podwyższenia standardów ochrony danych osobowych, czyli ogólne rozporządzenie o ochronie danych osobowych (RODO) tylko w pewnym stopniu pozwalają poradzić sobie z wyzwaniami stworzonymi przez cyfrowy handel. W reakcji na zaostrzenie europejskich przepisów Facebook zdecydował się przenieść miejsce, w którym przetwarzane będą dane 1,5 miliarda użytkowników z Irlandii do Kalifornii****.

Dostęp do kopalni danych w naszych kieszeniach, komputerach, *smart* zegarkach czy samochodach mają podmioty prywatne, a reguły rządzące korzystaniem z nich nie są dla użytkowników często jasne.

Przypadek ten pokazuje, jak brak uwspólnionych standardów prowadzi do różnicowania roli odgrywanej przez dane regiony w globalnej cyfryzacji. Chociaż pojawiają się nowe możliwości uczestnictwa w kreowaniu globalnych łańcuchów wartości, nowe kanały sprzedaży i nowe modele biznesowe, to jednocześnie pojawiają się nowe wyzwania w związku z reprodukowaniem istniejących nierówności globalnych m.in. w związku z dysproporcjami w zakresie niższego poziomu zaawansowania rozbudowy i jakości infrastruktury

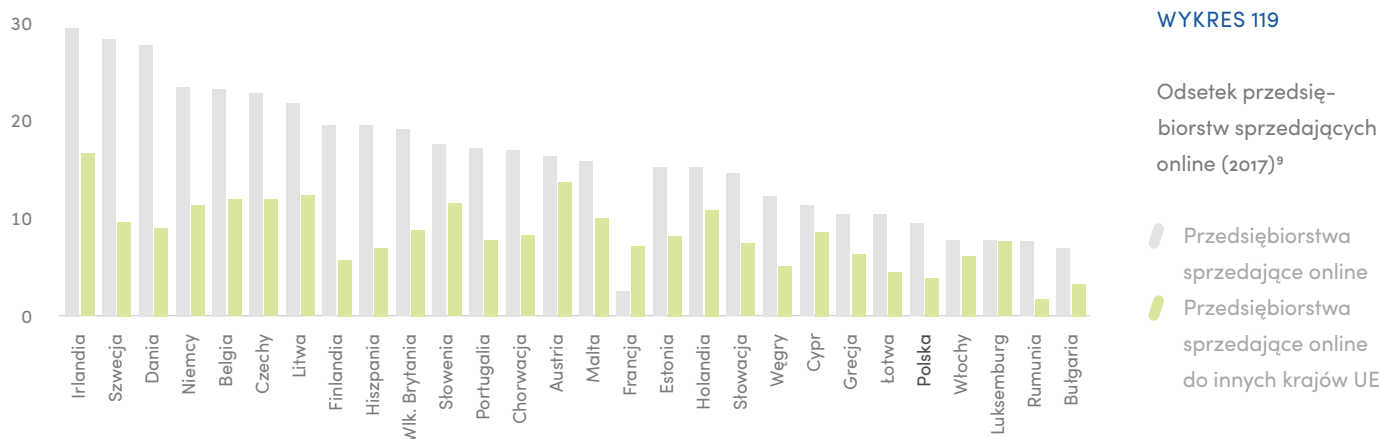
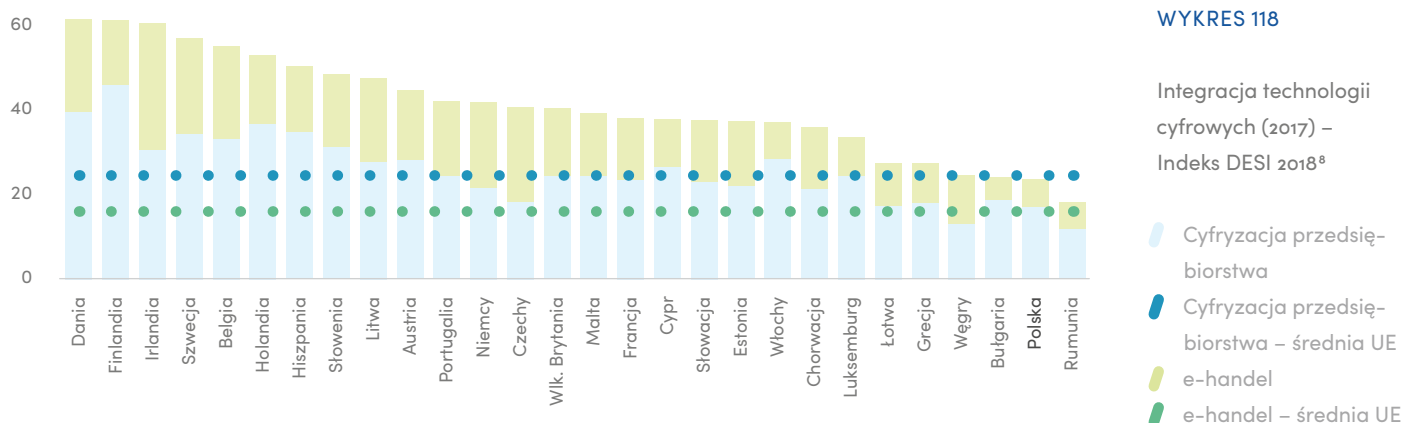
**** A. Hern, *Facebook moves 1.5bn users out of reach of new European privacy law*, "The Guardian", 19.4.2018, dostęp: <https://www.theguardian.com/technology/2018/apr/19/facebook-moves-15bn-users-out-of-reach-of-new-european-privacy-law> (7.11.2018)

na Globalnym Południu, problemami cyfrowego wykluczenia czy wykorzystywaniem sieci społecznościowych do manipulowania wyborcami. Jak wskazuje w swym najnowszym raporcie *Trade and Development Report 2018. Platforms, Power and the Free Trade Delusion* dotyczącym handlu międzynarodowego Konferencja Narodów Zjednoczonych do spraw Handlu i Rozwoju, nowe technologie prowadzą do braku transparentności w odniesieniu m.in. do antykonkurencyjnych praktyk, które stają się elementem wdrażanych technologii, a przez to są trudne do określenia w ramach regulacji odnoszących się do konkurencji i pozycji monopolistycznej. Pozycja technologicznych gigantów na globalnych rynkach budzi niepokój nie tylko z perspektywy społecznie zaangażowanych aktorów. Tworzy ona również zagrożenia dla istniejącego porządku w zakresie międzynarodowej wymiany handlowej i jej zasad.

Miejsce Polski na cyfrowej mapie

Na tle tak zarysowanego ekosystemu cyfrowej gospodarki, rodzi się pytanie o pozycję Polski w globalnej, usieciowionej, splatformizowanej rzeczywistości gospodarczej. Dostępne dane nie pozostawiają przestrzeni dla nadmiernego optymizmu. Motorem napędzającym rozwój gospodarki cyfrowej są dane i wykorzystywanie technologii, tymczasem polskie przedsiębiorstwa wykazują bardzo niski poziom wdrażania nowych technologii do działalności biznesowej. Publikowane rokrocznie wyniki rankingu DESI (*Digital Economy and Society Index*), który mierzy ucyfrowienie państw członkowskich Unii Europejskiej, w tym również poziom integracji technologii cyfrowych przez przedsiębiorstwa, prowadzą do konkluzji, że znacząco odbiegamy od europejskiej średniej (zob. wykres 118).

Opisywane powyżej szanse wiążące się z rozwojem kanału sprzedaży, którym jest e-handel, nie są wykorzystywane przez polskie małe i średnie przedsiębiorstwa: jedynie co dziesiąte polskie MŚP prowadzi sprzedaż online, co daje Polsce 24. pozycję wśród państw unijnych. Jednocześnie jedynie 3,9% małych i średnich przedsiębiorstw podejmuje próby sprzedaży



za pośrednictwem Internetu do klientów do innych państw UE (zob. wykres 119).

Podobnie ocenić należy wdrażanie w Polsce technologii wykorzystujących dane: ogólny obraz, który wyłania się z wyników badań realizowanych w ramach DESI potwierdziło badanie przeprowadzone w 2017 roku przez DELab UW we współpracy z Pekao SA na ok. 7 tysiącach polskich firm. Przedmiotem zainteresowania były ściśle technologie cyfrowe i ich wykorzystywanie w prowadzonej działalności gospodarczej.*****

***** Raport o sytuacji mikro i małych firm w roku 2017. Temat specjalny: Technologie cyfrowe w mikro i małych firmach, Warszawa 2018

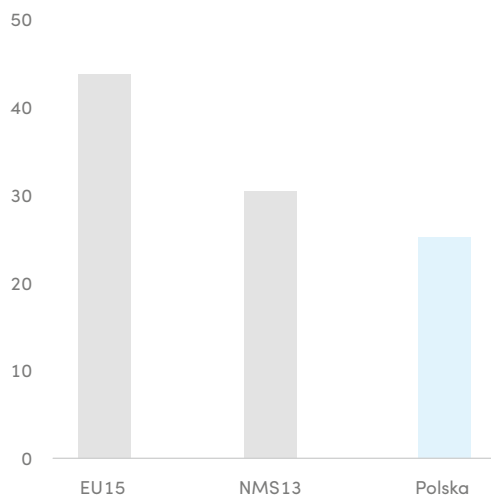
nie są używane w celu wspierania zarówno zarządzania w ramach firmy, jak i utrzymywania kontaktów z klientami, usługi w chmurze nie znajdują zastosowania w działalności polskich przedsiębiorców.

Postawić można pytania o przyczyny tak niewielkiego zaangażowania polskich przedsiębiorców w budowanie gospodarki cyfrowej. Może być to efekt problemów związanych z infrastrukturą: zarówno wyniki rankingu DESI, jak i chociażby UN Government Survey, pokazują, że infrastrukturalne czynniki brane pod uwagę przy ich wyliczaniu stanowią polską słabą stronę. Innym źródłem przyczyn niskiego ucyfrowienia polskiej przedsiębiorczości mogą być kwestie dotyczące kompetencji cyfrowych (zob. wykresy 120 i 121). Świetna renoma polskich programistów nie przekłada się na ogólny poziom kompetencji cyfrowych w społeczeństwie, zaś dobrze



WYKRES 120

Odsetek pracowników o ponadpodstawowych kompetencjach cyfrowych ogółem (2017)¹⁰



wykształconych analityków danych, programistów, specjalistów od cyberbezpieczeństwa nadal brakuje.

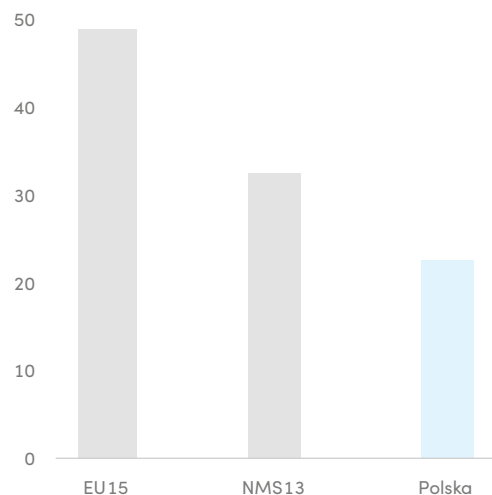
Tymczasem zapotrzebowanie na specjalistów od technologii cyfrowych będzie tylko rosło. Szacunki mówią o niemal milionie ekspertów, których w 2020 roku brakować będzie w Unii Europejskiej. Wpływ na takie prognozy ma nie tylko rozwój cyfrowych usług, ale też postępująca cyfryzacja przemysłu i produkcji (tzw. przemysł 4.0). Otwartym pytaniem pozostaje kwestia pozycji Polski na cyfrowej mapie świata za np. dekadę: czy uda nam się dogonić prowadzących cyfrową transformację, czy obawy formułowane w stosunku do globalnych nierówności wzmacnianych przez rozwój technologii cyfrowych odnoszą się również do Polski? Braki w kompetencjach cyfrowych, problemy z infrastrukturą (zob. wykres 122) i niski poziom integracji cyfrowych technologii przez przedsiębiorstwa prowadzić powinny do ostrożności w zakresie optymistycznych zapatrywań na przyszłość.

Ucieczka przed cyfrową dystopią

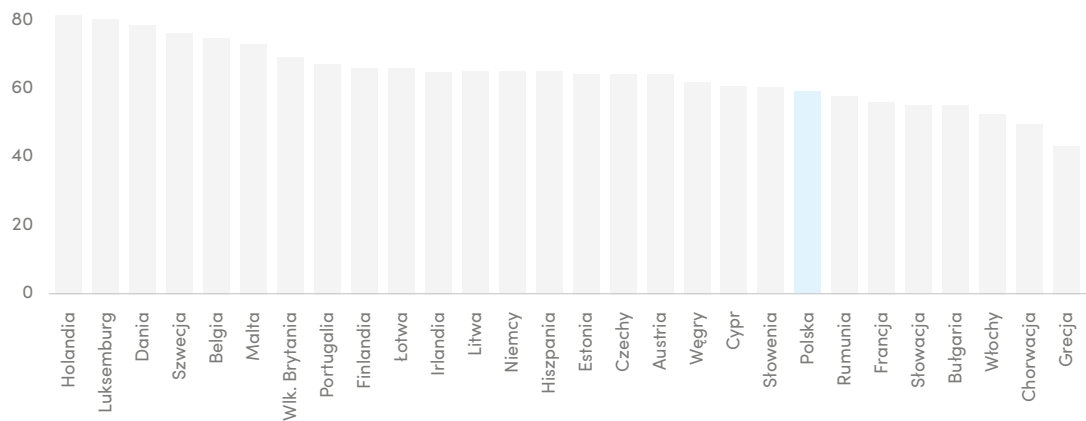
Początki rozwoju Internetu wydawały się prowadzić do niemalże utopijnych wyobrażeń co do roli, którą

WYKRES 121

Odsetek firm przeprowadzających szkolenia dla pracowników w celu podnoszenia kompetencji cyfrowych (2017)¹¹

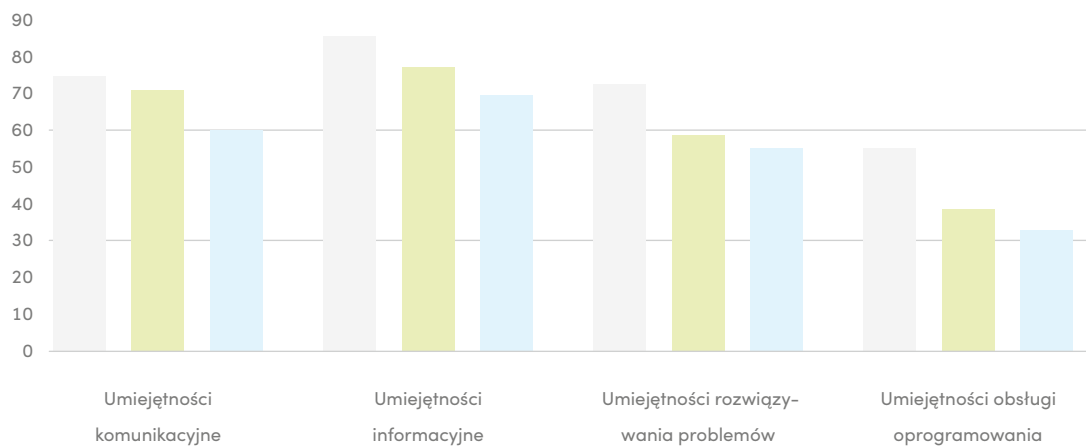


może on odegrać w społeczeństwach: wydawać się mogło, że stworzono narzędzie, które prowadzi do większej równości, zwiększa możliwości partycypacji i tym samym ma duży potencjał demokratyzujący. Obecnie jego status jako środka prowadzącego do lepiej poinformowanego i równego społeczeństwa można poddać pod wątpliwość: kontrowersje związane z *fake newsami*, opisana powyżej monopolizacja poszczególnych elementów cyfrowego ekosystemu czy charakter wpływu rozwoju technologicznego na globalne nierówności stoją u podstaw bardziej ostrożnych sądów formułowanych obecnie w odniesieniu do roli odgrywanej przez cyfrową transformację. Obawy dotyczące roli odgrywanej przez transformację w zakresie handlu nie zmieniają jednak ogólnych konkluzji płynących z analizy dostępnych na ten temat danych – problemem, który wydaje się leżeć u podstaw wielu z niepokojących fenomenów opisanych powyżej, jest niewystarczająco wysoki poziom kompetencji cyfrowych w społeczeństwie. Jak na razie wydaje się, że jedyne podmioty, które czerpią z danych korzyści, to duże korporacje wyrosłe na innowacyjnych pomysłach. Międzynarodowy e-handel w relacjach B2C pozostaje niezauważony na poziomie państwowych statystyk. Tylko przedsiębiorcy oraz



WYKRES 122

Infrastruktura Internetu – Indeks DESI 2018¹²



WYKRES 123

Odsetek pracowników o ponadpodstawowych kompetencjach cyfrowych w poszczególnych kategoriach w roku 2017¹³

EU15
NMS13
Polska

pośrednicy w postaci platform wiedzą tak naprawdę jaka jest obecnie struktura międzynarodowego handlu. Zmiana ta jest nieodnotowywana przez urzędy statystyczne i tym samym państwa zostają pozbawione wiedzy o tym jaka jest jej skala i charakter.

Tymczasem, poczynając od perspektywy skupionej na przedsiębiorcy jego udział w globalnym, ucyfrowionym handlu jest zależny m.in. od poziomu jego kompetencji cyfrowych. Gotowość do otwarcie swojej działalności gospodarczej na kanał sprzedaży elektronicznej zależna jest od wiedzy na temat oferowanych przez niego możliwości. Chęć konsumentów do korzystania z platform również zależna jest od poziomu kompetencji cyfrowych w społeczeństwie: brak swobody w poruszaniu się po internecie stanowić będzie barierę w nabywaniu dóbr czy usług w sieci (zob. wykres 123).

Podobne zależności zaobserwować możemy w wypadku wytwarzania wartości: ośrodki skupiające osoby o najwyższych kompetencjach cyfrowych nadają kierunki wdrażanym innowacjom i prowadzą do rozwoju największych i najbardziej dochodowych korporacji na świecie, podczas gdy zawody niewymagające wysokich kompetencji cyfrowych zagrożone są automatyzacją.

Sednem wyzwań związanych z cyfryzacją jest zatem sięgnięcie do kieszeni i zrozumienie jakie narzędzie się w niej znajduje. Smartfon skupia w sobie esencję zachodzącej transformacji: jest bezużyteczny bez niezbędnej infrastruktury. Prowadzi do wytwarzania surowca napędzającego gospodarkę opartą na danych. Jest platformą, w ramach której jest stale rozwijany system kolejnych aplikacji i usług. Może służyć i do kupna, i do sprzedaży. To jak go używamy zależy od tego jaką mamy wiedzę o możliwościach w nim drzemających.

Klienci bez granic – ekspansja międzynarodowa w cyfrowym świecie



Michał Kramarz
Google

Head of Startups,
Export & Entrepreneurship
Development



Badanie przeprowadzone przez Bank Pekao pokazuje, że prawie ¼ małych i średnich firm, które eksportują, planuje rozwój tej działalności poprzez wejście na nowe rynki. Z kolei ponad 40% chce zwiększyć sprzedaż w krajach, w których jest już obecna.

Jak narzędzia cyfrowe mogą wspierać polskie firmy w rozwija- niu globalnej działalności?

Przedsiębiorcy, którzy już prowadzą działalność za granicą lub Ci, którzy o tym myślą, powinni odpowiedzieć sobie na dwa podstawowe pytania:

- 1 Jak zrozumieć i zmierzyć potencjał rynków zagranicznych?
- 2 Jak docierać do klientów za granicą?*

Narzędzia online wspierają polskie firmy w każdym z tych obszarów. Internet daje dostęp do kompleksowej wiedzy o zagranicznych rynkach, począwszy od danych makroekonomicznych, poprzez dane o zachowaniu i preferencjach klientów, aż po możliwości wyszukania zagranicznych partnerów. Firma, dzięki odpowiednio zaplanowanym działaniom marketingowym w sieci, może skutecznie dotrzeć do klientów zagranicznych, a internet może stać się nową formą sprzedaży produktów i usług na skalę globalną.

* Google Export Journey 2016 by Kings Brown Partners

W 2019 roku nasz klient nie jest od nas oddalony o 10, 20, 100 czy choćby 1000 km, ale o jedno, dwa, może trzy kliknięcia. To ogromna szansa dla polskich przedsiębiorców by dotrzeć ze swoimi produktami i usługami do użytkowników na całym świecie. Choć w Europie Środkowo-Wschodniej tylko 8% populacji dokonuje zakupów z zagranicy przy użyciu internetu, to średnia dla Unii Europejskiej wynosi 19%, a w niektórych krajach odsetek ten sięga już 32%**.

Biorąc pod uwagę nadchodzące zmiany w prawie unijnym związane z wprowadzeniem jednolitego rynku cyfrowego, można się spodziewać, że liczba klientów dokonujących zakupy w sieci od zagranicznych dostawców będzie dalej rosła. Zaobserwowaliśmy, że w ciągu ostatnich dwóch lat liczba zapytań o międzynarodową dostawę wzrosła dwukrotnie.***

Sprzedaż internetowa zwiększa możliwości eksportu, szczególnie w przypadku mikro i małych firm – 40% małych przedsiębiorstw posiadających platformę do sprzedaży online eksportuje, podczas gdy wśród wszystkich małych firm jest to jedynie 24%.****

Obejmuje to nie wykorzystujemy jeszcze w pełni potencjału w tym zakresie. Odsetek polskich firm z sektora MŚP sprzedających swoje usługi i produkty za granicą w ramach Unii Europejskiej poprzez e-commerce wynosi 4% i jest znacznie mniejszy niż w pozostałych regionach.*****

** "The rise of Digital Challengers: a perspective of Poland" by McKinsey

*** Wewnętrzne dane Google

**** "The rise of Digital Challengers: a perspective of Poland" by McKinsey

***** "The rise of Digital Challengers: a perspective of Poland" by McKinsey



Wskazówki dla cyfrowych eksporterów

Co zatem zrobić, aby jak najlepiej wykorzystać rozwiązania cyfrowe w ekspansji międzynarodowej?

1. Wybór rynku ekspansji międzynarodowej.

Obranie celu ekspansji zagranicznej, określenie potencjału wybranego rynku oraz zrozumienie lokalnych klientów są kluczowymi krokami na drodze do wprowadzenia lub rozszerzenia działalności firmy w obszarze eksportu. Internet niezwykle ułatwia pozyskanie niezbędnych informacji do analizy, znalezienie odpowiednich partnerów i lokalnych dostawców, czy wybranie targów lub konferencji, na których warto być obecnie.

Krok 1: Przeanalizuj swoje dane wewnętrzne (szczególnie jeśli już sprzedajesz za granicą, bądź też posiadasz strony w językach obcych). Korzystając z cyfrowych narzędzi do analizy (np. Google Analytics) sprawdź z jakich krajów przychodzi ruch na Twoje domeny. Być może jest rynek, którego mieszkańcy korzystają z anglojęzycznej bądź polskiej wersji Twojej strony i który może być kolejnym celem ekspansji Twojej firmy.

Krok 2: Skorzystaj z danych zewnętrznych. Aby dodatkowo wesprzeć eksporterów, Google stworzył **Market Finder** – narzędzie pozwalające lepiej zrozumieć poziom zainteresowania konkretnymi produktami lub usługami w różnych krajach, opierając się na danych dotyczących wyszukiwań w Google oraz korzystając z Consumer Barometer w kwestii zachowania, nawyków i charakterystyki konsumentów. Po wprowadzeniu adresu swojej witryny internetowej do narzędzia otrzymasz sugestie, które rynki eksportowe są najlepsze dla Twojego produktu lub usługi.

2. Zachowania użytkowników.

Wychodząc na nowe rynki warto sprawdzić, czy różniemy różnice między konsumentem naszego rodzimego rynku, a rynku docelowego. Ciekawych danych

dostarczy tutaj również wspomniane już wcześniej badanie **Consumer Barometer**, który umożliwia zrozumienie tego, jak konsumenci w wybranym kraju korzystają z internetu. Dzięki niemu dowiemy się m.in. na ile przed zakupem klienci robią research online lub jakie produkty sprowadzają z zagranicy. W narzędziu możemy na przykład sprawdzić motywację zakupów transgranicznych klientów. Dowiemy się, że główną motywacją dla mieszkańców Niemiec, aby zakupić coś za granicą jest dostępność, podczas gdy Holendrzy doceniają przekonującą ofertę*****. Tego typu informacje pozwolą dobrze dostosować stronę internetową i działania marketingowe, np. w Niemczech bardzo ważna jest obecność certyfikatów i dyplomów na stronie.

3. Dostosowanie strony internetowej.

Jeśli już wybrałeś kolejny kierunek ekspansji warto sprawdzić, jak bardzo jesteś do tego przygotowany. W narzędziu Market Finder znajdziesz krótki test dotyczący Twojej strony internetowej. Dowiesz się czy Twoja strona jest gotowa sprostać wymaganiom użytkowników z zagranicy, zarówno pod kątem jakości tłumaczeń, jak i zgodności kulturowej. Podstawą jest zrozumienie, czy tłumaczenie jest konieczne, a jeśli tak, to na jaki język. Na przykład Rosja zajmuje 42/88 miejsce według wskaźnika biegłości w języku angielskim, co oznacza, że lokalizacja jest kluczowa dla firm chcących pozyskać rosyjskiego konsumenta.*****

4. Marketing internetowy.

Internet ułatwia dotarcie z informacją o Twoich produktach i usługach do klientów na całym świecie poprzez stronę internetową oraz narzędzia marketingu on-line. Rozwiązania te mogą być łatwiejsze do szybkiego wdrożenia niż reklama off-line czy dotarcie do klientów poprzez obecność na targach. Zanim zainwestujesz w pełne tłumaczenie i stworzenie rozwiązań dedykowanych dla konkretnych rynków, możesz sprawdzić

***** Consumer Barometer

***** <https://www.ef-ireland.ie/epi/regions/europe/russia/>



dzięki reklamie w internecie, czy potencjalni klienci zagraniczni są faktycznie zainteresowani Twoim produktem bądź usługą.

Natomiast jeśli już eksportujesz i chcesz zwiększyć sprzedaż na obecnych rynkach, marketing internetowy może Ci pomóc dotrzeć do nowych grup odbiorców. Przykładowo, firma Mebliik wykorzystwała reklamę w wyszukiwarce podczas ekspansji na nowe rynki – nie tylko europejskie, jak Niemcy, Litwa czy Łotwa, lecz także bardziej odległe, jak Arabia Saudyjska.

Aby osiągnąć jak najlepsze efekty w tworzeniu kampanii na nowe i obecne rynki możesz skorzystać z pomocy wyspecjalizowanych agencji marketingu internetowego.

5. Formy płatności.

Wychodząc na nowe rynki zależy Ci na zwiększeniu sprzedaży. Powszechnie wiadomo, że duży spadek konwersji pojawia się na etapie koszyka zakupów. Zaczynając sprzedaż na nowym rynku lub optymalizując działania na obecnym, sprawdź czy oferowane przez Ciebie formy płatności odpowiadają

preferencjom konsumentów. W tym celu możesz również wykorzystać Market Finder, gdzie zostały zebrane dane od naszych partnerów wewnętrznych. Z nich dowiesz się między innymi, że preferowaną metodą płatności we Francji jest karta płatnicza, podczas gdy w Niemczech, oprócz karty, bardzo popularny jest przelew bankowy.

6. Logistyka.

Kwestie dostawy oraz logistyki są szczególnie ważne dla sklepów e-commerce, które wysyłają swoje produkty do innych krajów. Wskazówki jak zaplanować logistykę znajdziesz zarówno u partnerów zewnętrznych, jak i na stronie Market Finder. W planie należy uwzględnić przygotowanie odpowiedniej dokumentacji, oraz wziąć pod uwagę oczekiwania konsumentów, co do szybkości dostawy. Przykładowo prawie 40% Holendrów oczekuje dostawy zakupionego produktu w ciągu 2 dni, podczas gdy we Włoszech jest to niewiele ponad 10%.*****

Wszystkim polskim przedsiębiorcom życzymy, aby narzędzia cyfrowe przyczyniły się do jeszcze większych sukcesów zagranicznych!

Małe firmy zyskują dzięki Facebookowi

Już 73% polskich firm wykorzystuje Facebooka do działań biznesowych. Ta popularność platform społecznościowych nie jest przypadkiem. Dzięki działaniom reklamowym prowadzonym za ich pośrednictwem małe i średnie przedsiębiorstwa mogą docierać do swoich klientów i rozwijać działalność równie skutecznie i naturalnie, jak największe firmy na rynku – także za granicą.

Hasło „strategia mobilna” brzmi jak element korporacyjnego planu rozwoju biznesu, ale właśnie tego potrzebują dziś polskie małe i średnie przedsiębiorstwa. Chodzi po prostu o dotarcie z przekazem na ekrany smartfonów konsumentów. Na szczęście naprawdę nie trzeba dziś do tego skomplikowanych narzędzi – wystarczy prowadzona z pomysłem strona na Facebooku.

To przykład tego, jak rozwój technologii mobilnych zdemokratyzował marketing. Mam tu na myśli fakt, że na naszej platformie zarówno największe globalne marki, jak i małe i średnie przedsiębiorstwa mają dokładnie takie same możliwości i narzędzia docierania do swoich klientów – przy proporcjonalnych dla swojej skali nakładach. Dzięki temu znajdują swoich klientów, ponosząc racjonalne koszty. Mają także możliwość pełnego pomiaru tego, jak ich działania wpływają na sprzedaż firmy.

Również do wykorzystania filmu w reklamie nie trzeba już produkcji telewizyjnej i ogromnego budżetu – wystarczy smartfon i trochę odwagi w eksperymentowaniu. Wspaniały przykład to sklep z zabawkami **Noski Noski** z Katowic, który z formatu wideo nagrywanego smartfonem stworzył swój znak rozpoznawczy i główną platformę komunikacji.

Podobnych firm, które wykorzystują Facebooka do promocji swojej działalności jest na całym świecie już ponad 90 milionów. Z Instagramu korzysta z kolei już 8 milionów firm. Aktywnie z naszych platform korzysta ponad 6 milionów reklamodawców.

Polskie firmy wypadają na tym tle bardzo pozytywnie. Badanie, które zrealizowaliśmy wspólnie z Morning Consult pokazało, że aż 73% polskich przedsiębiorstw wykorzystuje Facebooka do działań biznesowych. To najwyższy wynik wśród przebadanych państw (Niemcy, Hiszpania, Francja, Irlandia, Włochy, Polska, Wielka Brytania, Stany Zjednoczone). Polscy przedsiębiorcy najczęściej też deklarują, że Facebook pomógł im rozwinąć działalność – twierdzi tak 64% firm w Polsce, a aż 75% deklaruje, że Facebook zwiększył ich przychody. Mało tego: blisko co trzecia mała firma w Polsce zbudowała swoją działalność właśnie w oparciu o Facebooka.

Facebook bardzo pomaga małym firmom, które świadczą usługi lub sprzedają produkty dla lokalnej społeczności. Mogą one np. skorzystać z możliwości organizacji wydarzeń, ich klienci mogą zostawić ocenę lub rekomendację widoczną na Stronie, a funkcja znajdowania pobliskich punktów usługowych w aplikacji Facebook Local może przyciągnąć nowych klientów z okolicy. 87% ankietowanych polskich firm obecnych na Facebooku twierdzi, że platforma pomaga im pozyskiwać klientów. Firmowe Strony umożliwiają natomiast przywiązanie klientów do marki i bieżącą komunikację z nimi. Dla użytkowników obserwowanie marki na Facebooku to również bardzo wygodny sposób, aby dowiedzieć się o nowej ofercie lub wydarzeniach organizowanych w ulubionym lokalu. Nie dziwi zatem, że spośród ponad 16 milionów



Robert Bednarski

Dyrektor Facebooka
na Europę Środkowo-
Wschodnią

facebook



73% polskich przedsiębiorstw wykorzystuje Facebooka do działań biznesowych.

Polaków korzystających każdego miesiąca z Facebooka, 14 milionów jest połączonych na platformie z jakąś polską firmą.

Dzięki globalnemu zasięgowi Facebooka korzyści płynące z wykorzystania platformy są również ewidentne dla firm o ambicjach rozwoju międzynarodowego. Facebook umożliwia np. kierowanie reklam w lokalnych językach do potencjalnych klientów w innych krajach – o zainteresowaniach podobnych do dotychczasowej grupy docelowej w Polsce. Mamy liczne przykłady polskich firm, które właśnie dzięki Facebookowi oraz Instagramowi rozwinęły międzynarodową działalność – nawet 65% polskich firm korzystających z Facebooka uważa, że platforma umożliwia im sprzedaż produktów w innych miastach i krajach. Jednocześnie już ponad 69 milionów ludzi spoza Polski jest połączonych z jakimś polskim przedsiębiorstwem na Facebooku.

Blisko co trzecia mała firma w Polsce zbudowała swoją działalność w oparciu o Facebooka.

Przykładem firmy, która znakomicie wykorzystała potencjał Facebooka w tym obszarze jest **Whisbear** – producent wielokrotnie nagradzanych zabawek, których szum zapewnia niemowlętom spokojny sen. Dzięki działaniom reklamowym na Facebooku firmie udało się sprzedać pierwsze dwa tysiące „Szumiących Misiów Whisbear” w ciągu zaledwie trzech miesięcy.

Obecnie firma sprzedaje swoje produkty w 20 krajach, w tym na największych światowych rynkach, takich jak: USA, Wielka Brytania, Francja oraz Niemcy, oraz lokuje 75% swojego budżetu reklamowego na Facebooku i Instagramie.

Rozwój polskich małych i średnich przedsiębiorstw przekłada się naturalnie na szersze korzyści płynące dla społeczności i rynku pracy. 59% polskich firm obecnych na Facebooku twierdzi, że dzięki wzrostowi obrotów po dołączeniu do Facebooka mogły zatrudnić więcej pracowników. Facebook może być wsparciem także w samym procesie poszukiwania pracowników i zatrudnienia – dzięki możliwości zamieszczania ofert rekrutacyjnych oraz przeglądania ich za pośrednictwem platformy. Administratorzy stron firmowych mają możliwość stworzenia ogłoszeń rekrutacyjnych, które mogą pojawić się na stronie na Facebooku, w zakładce Oferty pracy, w zakładce Marketplace, a także w Aktualnościach. Ogłoszenia mogą zostać wsparte reklamowo, aby dotrzeć do właściwych kandydatów. Firmy mogą także zarządzać ogłoszeniami, aby prowadzić komunikację z aplikantami, umawiać rozmowy rekrutacyjne lub wysłać automatyczne przypomnienia za pośrednictwem Messengera.

Narzędzia reklamowe takich platform jak Facebook czy Instagram umożliwiają polskim firmom docieranie do klientów tam, gdzie klienci już są, oraz za pośrednictwem urządzeń, z których korzystają najczęściej – wykorzystanie naszych platform jest naturalną odpowiedzią na rewolucję mobilną. Jako Facebook dokładamy starań, aby stale tworzyć nowe narzędzia i oferować przedsiębiorcom możliwość dynamicznego wykorzystania kolejnych trendów w komunikacji i marketingu, takich jak widoczny obecnie silny wzrost popularności formatu Relacji na Facebooku, Instagramie oraz innych platformach.

Aby pomóc polskim firmom maksymalnie efektywnie wykorzystać potencjał narzędzi reklamowych Facebooka, regularnie organizujemy konferencje Boost Your Business, w ramach których specjaliści oraz sami przedsiębiorcy dzielą się wiedzą i doświadczeniem z uczestnikami. Facebook stworzył również platformę e-learningową Blueprint, która zawiera dziesiątki darmowych kursów – od najprostszych, wyjaśniających



podstawowe zasady tworzenia atrakcyjnych reklam na urządzenia mobilne, po bardziej zaawansowane, dotyczące strategicznego planowania oraz budżetowania kampanii reklamowych. Dotychczasowe

doświadczenia pokazują, że polscy przedsiębiorcy z powodzeniem będą potrafili wykorzystać tę wiedzę i aktualne trendy do rozwoju na lokalnym i światowym rynku.

Ograniczenie ryzyka w transakcjach międzynarodowych



Piotr Stolarczyk

Bank Pekao S.A.

Departament
Bankowości
Międzynarodowej
i Finansowania
Eksportu



Eksport jest istotną siłą napędową polskiej gospodarki. W ostatnich kilku latach jego dynamika była średnio ponad dwukrotnie wyższa od tempa wzrostu PKB. Wyraźnie widać, iż wzmocnienie aktywności polskich przedsiębiorstw na zagranicznych rynkach pozytywnie przekłada się na tempo wzrostu gospodarczego kraju. Wartość polskiego eksportu na koniec sierpnia 2018 roku przekroczyła 143 miliardy Euro (to ponad 9 miliardów Euro więcej w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego). Coraz większego znaczenia dla polskich firm nabiera współpraca z krajami rozwijającymi się z Europy Środkowo-Wschodniej, Afryki, Ameryki Południowej oraz dalekiej i bliskiej Azji.

Jednym z istotnych wyzwań przed jakim stoją eksporterzy, w szczególności koncentrujący swoją uwagę na rynku poza UE, to po pierwsze, dostępność finansowania. Na rynkach zagranicznych polskie firmy muszą konkurować często z podmiotami silniejszymi kapitałowo, które są w stanie zaoferować swoim odbiorcom (importerom) bardzo korzystne warunki finansowania oraz wydłużone terminy płatności. Po drugie, bardzo ważne jest właściwe zarządzanie ryzykiem braku płatności za realizowane kontrakty od strony importerów. W ramach szerokiej palety produktów bankowych firmy działające w Polsce mogą skorzystać w Banku Pekao z pakietu bardzo korzystnych rozwiązań finansowych, dostosowanych do modelu prowadzonego biznesu, które ograniczają wyżej wymienione ryzyka.

Rozwiązania, które możemy zaproponować obejmują zarówno finansowanie długoterminowe, skierowanie na finansowanie aktywów powstających za granicą, w różnych strukturach, z transferem ryzyka za granicę lub na bilans polskiej spółki, jak i krótkoterminowe, przeznaczone na finansowanie transakcji handlowych

na rynkach o tzw. podwyższonym ryzyku. W przypadku struktur długoterminowych możemy zaproponować finansowanie dłużnika zagranicznego lub banku zagranicznego. Z kolei w przypadku dostaw produktów i towarów, zarówno w przypadku jednorazowych kontraktów jak i cyklicznych dostaw, Bank Pekao może oprzeć swoje rozwiązania o krótkoterminowy wykup wierzytelności, finansowanie na bazie akredytyw lub gwarancjach, których oczekuje zagraniczny nabywca. Te rozwiązania dedykowane są dla firm, które już eksportują lub rozważają ekspansję zagraniczną. Poniżej postaramy się przybliżyć Państwu wybrane produkty.

Czym jest akredytywa eksportowa i jakie formy może przybrać?

Akredytywa dokumentowa eksportowa jest zobowiązaniem banku (tzw. bank importera), którego klientem jest importer, do wypłacenia wskazanemu eksporterowi określonej kwoty, w uzgodnionym terminie i zgodnie z warunkami akredytywy (przede wszystkim dostarczenie dokumentów wymaganych do wypłaty środków w ramach akredytyw, np. listy przewozowe, protokoły zdawczo-odbiorcze, faktury VAT itp.).

Bank Pekao potwierdza, dyskontuje lub postfinansuje należności z tytułu kontraktów eksportowych, których płatność zagwarantowana jest akredytywą, otwieraną przez bank importera.

Postfinansowanie akredytywy polega na zawarciu transakcji opartej na udzieleniu finansowania bankowi otwierającemu akredytywę. Banki lokalne, obsługujące



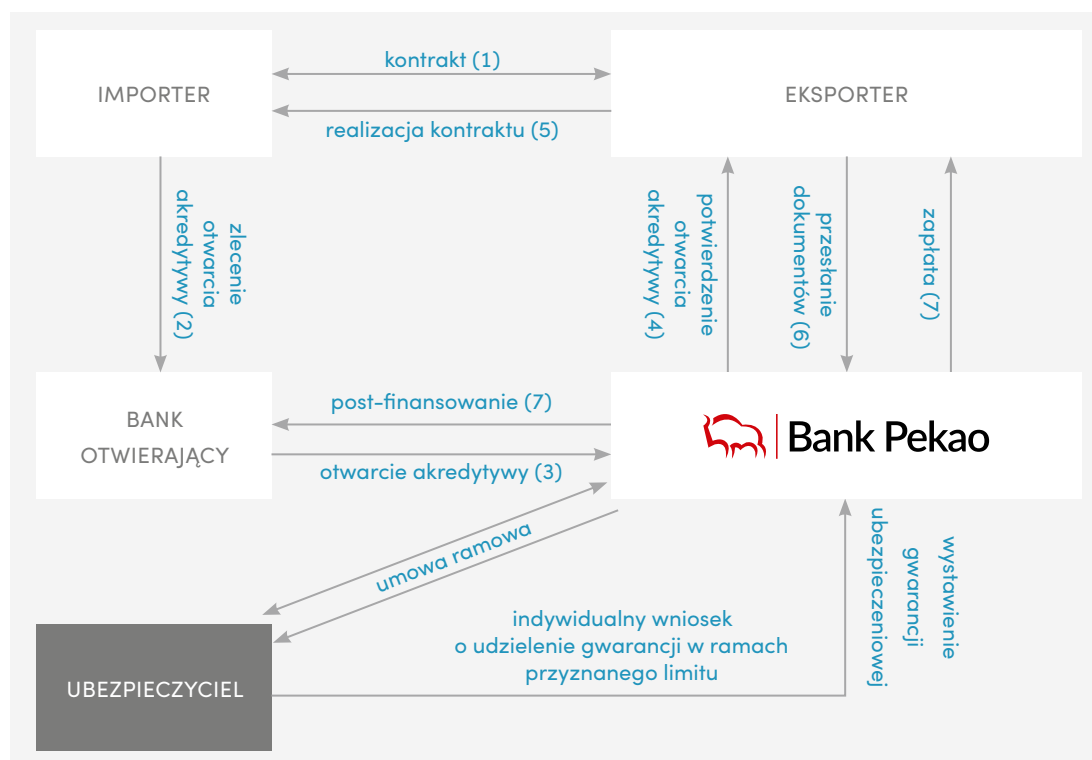
importerów na rynkach o podwyższonym ryzyku, mają w ten sposób możliwość pozyskania finansowania na preferencyjnych warunkach, a to przekłada się z kolei na ciekawszą ofertę finansowania dla importera – co oznacza, że w praktyce koszty tego finansowania ponosi importer.

Innym narzędziem jest potwierdzenie akredytywy, której celem jest zabezpieczenie ryzyka braku zapłaty. Bank Pekao zobowiązuje się do sprawdzenia dokumentów i do zapłaty za nie zgodnie z warunkami akredytywy i pod warunkiem, że dostarczone dokumenty są zgodne z wymogami otwartej akredytywy.

W przypadku otwarcia akredytywy z odroczonym terminem płatności (*deferred payment*), Bank Pekao może taką akredytywę zdyskontować i wypłacić należność we wcześniejszym terminie – koszty dyskonta co do zasady ponosi eksporter, a w przypadku ustaleń pomiędzy stronami koszt ten może być przeniesiony na importera.

Na **Schemacie 3** zaprezentowana została akredytywa eksportowa w Banku Pekao. Po zawarciu kontraktu

eksportowego (pkt 1, Schemat 3), eksporter kontaktuje się z importerem i ustala bank importera. Bank Pekao, który jest w tym przypadku bankiem eksportera, po otrzymaniu informacji nt. banku importera analizuje sytuację tego banku i możliwość ustanowienia limitu oraz przygotowuje ofertę wstępną. W przypadku akceptacji warunków cenowych przez bank importera/importera i podjęcia pozytywnej decyzji przez bank importera dot. możliwości finansowania importera, Bank Pekao przygotowuje ofertę wiążącą. Następnie bank importera otwiera na rzecz eksportera akredytywę dokumentową z opcją postfinansowania (pkt 2 i 3, Schemat 3). Eksporter dokonuje wysyłki towaru (pkt 5, Schemat 3) i gromadzi dokumenty wymagane w akredytywie, ustalone przez strony transakcji na drodze negocjacji z importerem (np. faktura, dokument przewozowy itp. – decyzja w sprawie listy wymaganych dokumentów należy do eksportera i importera). Po zgromadzeniu wymaganych dokumentów, eksporter prezentuje je w Banku Pekao (pkt 6, Schemat 3). W przypadku akredytywy potwierdzonej przez Bank Pekao, bada on dokumenty i stwierdza czy są zgodne z wymogami akredytywy (pkt 4, Schemat 3). Po stwierdzeniu zgodności dokumentów z wymogami



SCHEMAT 3

Postfinansowanie akredytywy



Co wyróżnia Bank Pekao?

- Oferta Banku Pekao jest skierowana do firm, które już eksportują lub rozważają ekspansję zagraniczną
- Nasza oferta produktowa jest elastyczna i obejmuje wsparcie eksportu do wielu krajów świata
- Proponujemy struktury finansowania optymalne dla zakresu wymiany handlowej i typu prowadzonej działalności
- Jesteśmy z eksporterem na każdym etapie: od procesu decyzyjnego w zakresie ekspansji zagranicznej po rozliczanie transakcji

akredytywy Bank Pekao wypłaca eksporterowi środki (pkt 7, Schemat 3). Wraz z wypłatą środków uruchamiany jest kredyt w ciężar banku importera – ostatecznie eksporter otrzymuje środki, natomiast importer spłaca kredyt do banku importera.

Do zalet finansowania na bazie akredytywy należy:

- zdzjęcie ryzyka płatności i ryzyka kredytowego z polskiego eksportera,
- oparcie ryzyka transakcji na banku importera, które Bank Pekao może przejąć poprzez potwierdzenie akredytywy,
- okres finansowania: do 2 lat.

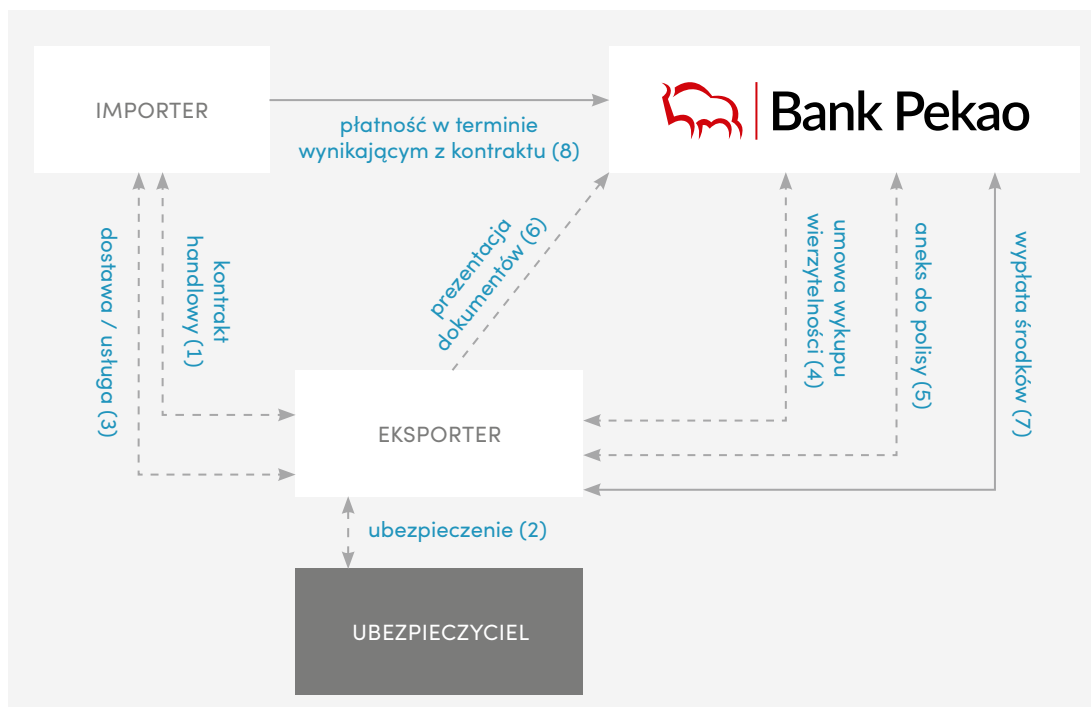
Wykup Wierzytelności

Innym, bardzo popularnym narzędziem finansowania eksportu jest wykup wierzytelności. Wykup wierzytelności jest to kredyt udzielany przez eksportera importerowi na podstawie kontraktu eksportowego, obejmujący dokonanie płatności za dostawę towaru lub wykonanie usługi w ratach.

W przypadku kredytu dostawcy, finansowanie udzielane przez Bank Pekao polega na wykupie przysługujących eksporterowi od importera wierzytelności istniejących i bezspornych, wynikających z kontraktu eksportowego i powstałych po dostawie towaru (*post-delivery financing*).

Na Schemacie 4 zaprezentowany został proces wykupu wierzytelności, który ma miejsce w Banku Pekao.

W procesie wykupu wierzytelności eksporter pozyskując kontrahenta (importera), składa mu ofertę wraz z finansowaniem, zapewniając w warunkach dostawy płatność za dostarczany towar lub usługę na warunkach kredytowych (odroczonej płatności ratalnej). Przed złożeniem oferty eksporter ustala z Bankiem Pekao (bank eksportera) warunki, na których nastąpi wykup wierzytelności z tytułu kontraktu eksportowego, w tym w szczególności warunki cenowe, które eksporter uwzględni w kalkulacji ceny dla importera. Eksporter ustala z Korporacją Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych S.A. (KUKE) warunki, na których KUKE udzieli ochrony ubezpieczeniowej, w tym również warunki cenowe (bank eksportera koordynuje współpracę z KUKE). W przypadku przyjęcia oferty eksportera przez importera, strony te zawierają **kontrakt eksportowy** (pkt 1, Schemat 4), a eksporter i KUKE zawierają umowę ubezpieczenia (pkt 2, Schemat 4). Równorzędnie bank eksportera i eksporter zawierają między sobą umowę wykupu wierzytelności i realizują kontrakt (pkt 3 i 4, Schemat 4). Eksporter, bank eksportera i KUKE podpisują aneks do umowy ubezpieczenia, na podstawie którego bank eksportera wstępuje w prawa i obowiązki eksportera (z wyłączeniem zobowiązań wynikających z rękojmi, gwarancji, itp.) (pkt 5, Schemat 4). W przypadku spełnienia warunków do wypłaty środków w ramach umowy wykupu wierzytelności (w tym m.in. dostarczeniu wymaganych



SCHEMAT 4

Wykup wierzytelności

dokumentów, np. faktury, protokołów zdawczo-odbiorczych) (pkt 6, Schemat 4), bank eksportera wypłaca środki eksporterowi i przejmuje ryzyko spłaty zobowiązania importera w ustalonym odroczonym terminie płatności (pkt 7, Schemat 4).

Korzyści z wykupu wierzytelności obejmują m.in.:

- uzupełnienie oferty handlowej o ofertę finansowania na bazie odroczonych terminów płatności,
- zdjęcie ryzyka płatności i ryzyka kredytowego z polskiego eksportera.

Gwarancje dla kontraktów eksportowych Banku Pekao

Gwarancja bankowa jest zobowiązaniem banku do zapłaty beneficjentowi kwoty maksymalnej wskazanej w gwarancji pod warunkiem, że zleceniodawca gwarancji, na którego została wystawiona, nie wywiąże się

ze swojego zobowiązania. Gwarancje bankowe są szeroko stosowanymi produktami w obrocie zagranicznym.

Eksporter pozyskuje kontrahenta (pkt 1, Schemat 5). W przypadku gdy importer oczekuje np. gwarancji dobrego wykonania, rękojmi lub kontrakt jest rozliczany np. zaliczkami i standardem jest, że importer oczekuje gwarancji bankowej zwrotu zaliczek, wówczas eksporter może się zwrócić do Banku Pekao S.A. o wsparcie w tym zakresie. W przypadku pozytywnej oceny sytuacji eksportera i po podpisaniu umowy ramowej o wystawianie gwarancji, których limit jest zabezpieczony (reasekurowany) eksporter zleca wystawianie gwarancji (pkt 2 i 3, Schemat 5).

Gwarancje wystawiane przez Bank Pekao S.A. oferują m.in. następujące korzyści:

- podniesienie bezpieczeństwa transakcji i wiarygodności eksportera w oczach importera,
- dzięki reasekuracji Bank Pekao ma zwiększone możliwości wsparcia polskich eksporterów.

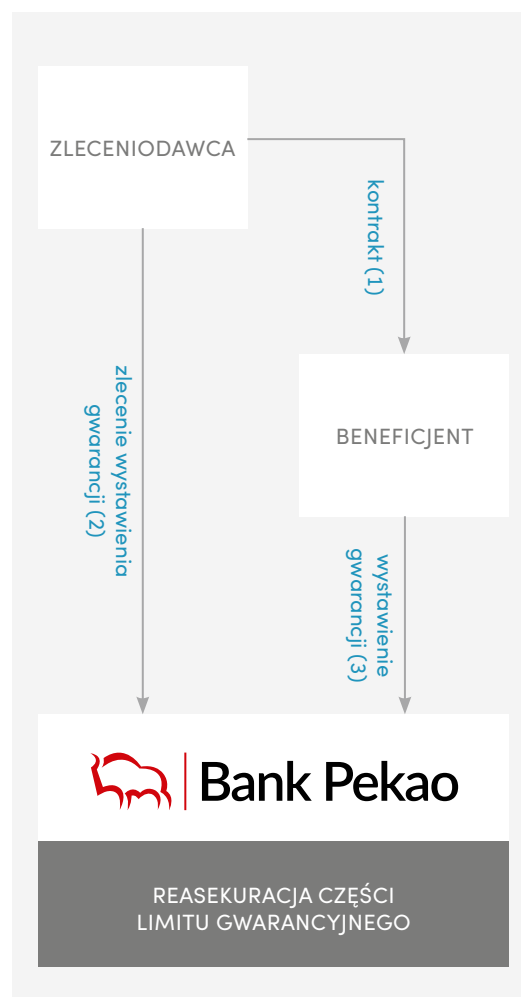


SCHEMAT 5

Gwarancja
bankowaKredyt dla nabywcy
(finansowanie długoterminowe)

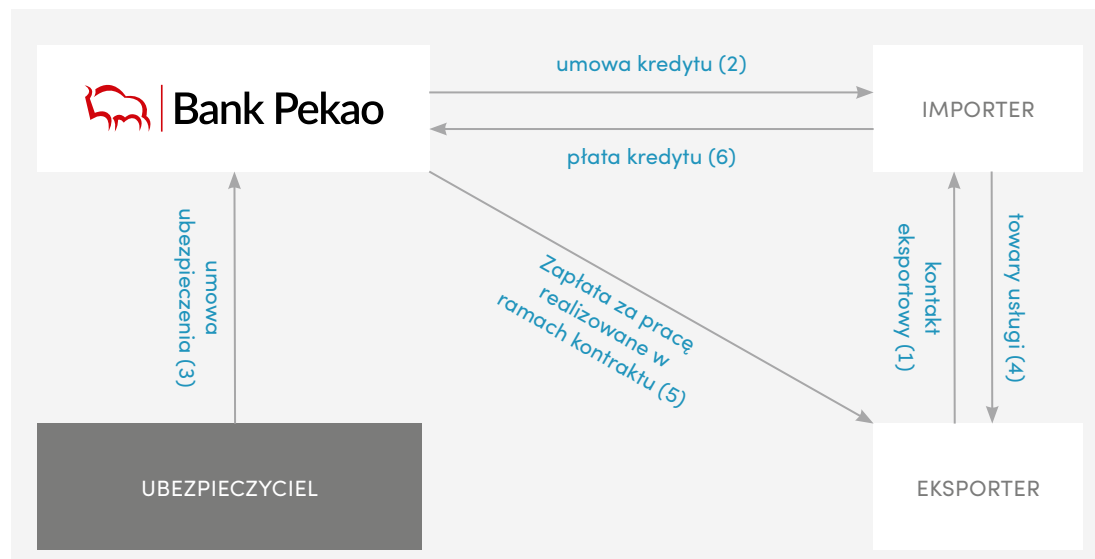
Kredyt dla nabywcy finansuje aktywa powstające za granicą. W ramach tego instrumentu Bank Pekao zobowiązuje się do wypłaty środków bezpośrednio na rachunek eksportera w imieniu eksportera zgodnie z warunkami kontraktu, natomiast importer dokonuje spłaty kredytu zgodnie z postanowieniami umowy. Kredyty dla nabywcy z okresem spłaty 2 i więcej lat są udzielane i ubezpieczone zgodnie z warunkami Porozumienia OECD w sprawie Oficjalnie Wspieranych Kredytów Eksportowych (Porozumienie OECD) oraz Porozumienia w sprawie Subsydiów i Środków Wyrównawczych Światowej Organizacji Handlu. Struktura taka, standardowo przewiduje zabezpieczenie m.in. na aktywach będących przedmiotem finansowania, w związku z tym ze względu na konieczność zgodności z prawem lokalnym angażowane są zewnętrzne kancelarie prawne, a także doradcy techniczny wspierający nadzór nad realizowanym projektem.

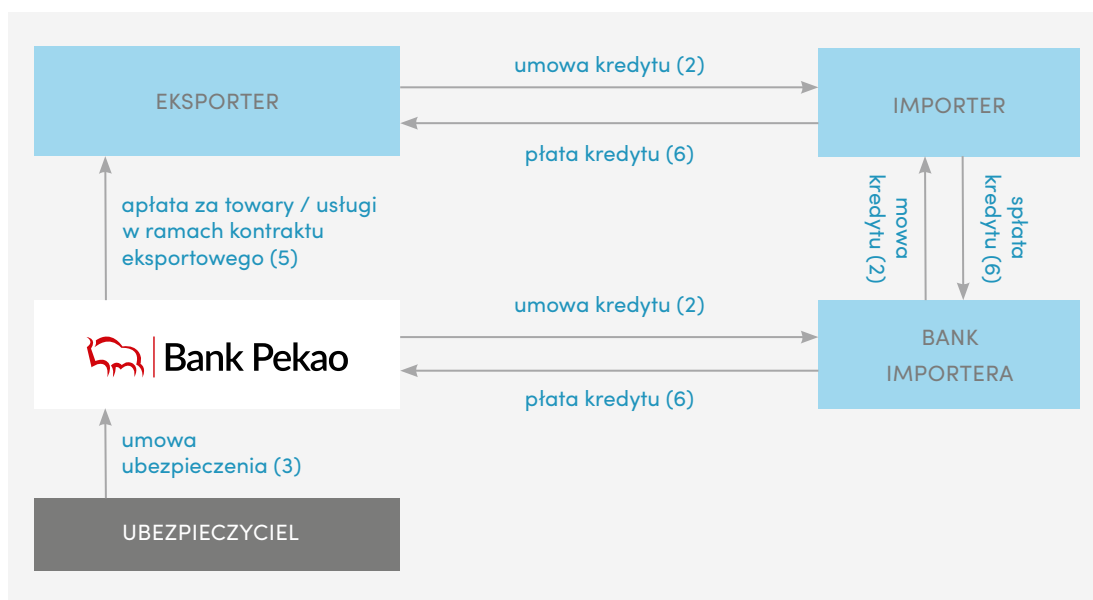
Na etapie negocjowania przy zawarciu kontraktu eksportowego (pkt 1, Schemat 6) istnieje możliwość uzupełnienia oferty handlowej o możliwość finansowania nabywcy. W przypadku uzgodnienia przez wszystkie strony warunków struktury finansowania



SCHEMAT 6

Kredyt dla nabywcy





SCHEMAT 7

Kredyt dla nabywcy z udziałem banku importera

i podjęcia przez Bank Pekao pozytywnej decyzji kredytowej, następuje zawarcie umowy kredytowej przygotowanej przez zewnętrzną kancelarię prawną (pkt 2, Schemat 6). Równolegle zawierana jest umowa ubezpieczenia stanowiąca zabezpieczenie finansowania (pkt 3, Schemat 6). Po zawarciu umowy następuje realizacja kontraktu. Co do zasady, w pierwszej kolejności importer płaci ustaloną wysokość zaliczki, nie niższą niż 15% wartości kontraktu eksportowego, a następnie za zrealizowane i odebrane odpowiednimi protokołami odbiorczymi dostawy i usługi eksporter otrzymuje środki z udzielonego importerowi przez Bank Pekao kredytu (pkt 4 i 5, Schemat 6). Po zakończeniu wszystkich dostaw i prac przewidzianych kontraktem i ich finalnym odbiorze, importer spłaca kredyt zgodnie z zawartą umową.

Korzyści wynikające z kredytu dla nabywcy:

- zadłużenie obciąża importera, bez regresu do polskiej spółki,
- okres finansowania: czas realizacji oraz do 10 lat spłaty kredytu,
- płatność bezpośrednio dla eksportera,
- zabezpieczenie: zależnie od charakteru transakcji i na aktywach zagranicznych.

Kredyt dla banku nabywcy (finansowanie długoterminowe)

Tak jak w przypadku kredytu dla nabywcy, instrument ten jest przeznaczony na długoterminowe finansowanie aktywów za granicą, z tą różnicą, że Bank Pekao udziela kredytu bankowi importera a ten z kolei, mając dostęp do preferencyjnych warunków finansowania, ma możliwość przedstawienia oferty finansowania importerowi na atrakcyjniejszych warunków niż lokalne. Bank Pekao w tej strukturze opiera swoje ryzyko na banku lokalnym importera.

Kroki w przypadku tego finansowania są analogiczne do kredytu dla nabywcy, z tą różnicą, że Bank Pekao zawiera umowę kredytową z bankiem importera, a ten z kolei z importerem (akceptując tym samym jego ryzyko).

Korzyści wynikające z kredytu dla nabywcy:

- Struktura skoncentrowana na ryzyku banku importera,
- Płatność bezpośrednio dla eksportera.

Zabezpieczanie ryzyka kursowego w działalności MŚP – przykłady podstawowych rozwiązań



Agnieszka Durlej
Bank Pekao S.A.

Biuro Akwizycji
i Rozwoju Biznesu



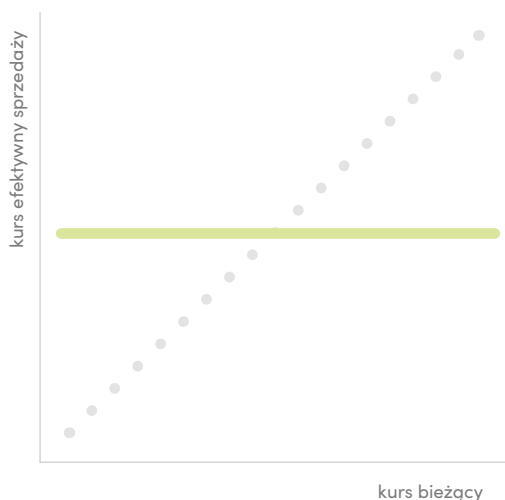
Prowadzenie działalności biznesowej przez małe i średnie przedsiębiorstwa niesie ze sobą wielkie szanse – ale i wielkie ryzyka. Dla rosnącej grupy polskich małych i średnich przedsiębiorstw prowadzących działalność importową lub eksportową, ryzyko kursów walutowych ma bezpośrednie przełożenie na funkcjonowanie takiego przedsiębiorstwa w aspekcie m.in. dochodowości czy przepływów pieniężnych. Zwiększa więc niepewność działalności gospodarczej, która to niepewność może zostać zniwelowana przez rozwiązania dostarczane przez Bank Pekao S.A.

W ostatnim kwartale 2018 roku zmienność uznawana była przez dealerów walutowych za historycznie niską: 'jedynie' 4,08% na GBPPLN, 6,1% na USDPLN i 1,7% na EURPLN. Co to oznacza w praktyce dla importera małego AGD z Chin, który chciałby osiągnąć 10% marżę zysku i właśnie ustala cenniki dla swoich klientów końcowych na najbliższe 3 miesiące? Może podjąć ryzyko i starać się odgadnąć poziomy USDPLN na kolejne 3 miesiące – mając nadzieję, że rynek nie zaskoczy go wydarzeniami geopolitycznymi (takimi jak finalne zasady Brexitu czy spory handlowe USA–Chiny) lub zaskakującymi danymi gospodarczymi (np. odczytami PKB czy indeksów koniunktury znacząco odbiegającymi od wcześniejszych prognoz), a co za tym idzie – kurs USDPLN nie ulegnie znaczącej zmianie. Jeżeli złoty zyskiwałby na wartości, firma realizowałaby dodatkowe, nieprzewidziane wcześniej w rachunku ekonomicznym zyski z tytułu niższego kosztu zakupów towarów. Jeżeli jednak, podobnie jak w Q4 2018, złoty osłabiałby się, importer stanąłby przed koniecznością wyboru – absorpcji przez siebie wyższych kosztów lub próby zmiany ustalonych wcześniej cen z klientami i przerzucenia na nich podwyżki cen.

Oba przedstawione powyżej wyjścia nie rozwiązują problemu w dłuższej perspektywie, jedynie doraźnie. Ponadto niosą ze sobą dodatkowe ryzyko zmniejszenia dochodowości przedsiębiorstwa, czy to przez niższą marżę, czy też przez potencjalną utratę przyszłych kontraktów handlowych. Klienci mogą przecież zaakceptować jednorazową podwyżkę, ale kolejne kontrakty podpisać już z partnerem, który gwarantuje im niezmiennosc cen. Dostępne są jednak rozwiązania pozwalające na efektywne zabezpieczenie się przed ryzykiem kursowym już w momencie negocjowania zakupu towarów z dostawcami czy cenników z klientami. Bank Pekao oferuje szeroki pakiet takich produktów, dopasowanych do zróżnicowanych potrzeb małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce. Poniżej przedstawimy dwa typy instrumentów wykorzystywanych do zabezpieczania ryzyka kursowego: forwardy i opcje walutowe.

Czym jest transakcja FX Forward?

Forward jest transakcją, w której Klient i Bank zobowiązują się do wymiany określonej pary walutowej w określonej dacie przyszłej (tzw. data zapadalności), po kursie ustalonym w momencie zawierania transakcji. Kurs terminowy wyliczany jest na podstawie bieżącego kursu rynkowego dla danej pary walutowej i różnicy stóp procentowych tej pary walut dla okresu, na jaki zawierana jest transakcja. W przypadku Forwardu nie występują dodatkowe opłaty związane z zakupem transakcji.



WYKRES 124

Kurs efektywny zakupu/sprzedaży

- Brak zabezpieczenia
- Kurs Forward

Forwardy mogą być zawierane na okres od 3 do 365 dni roboczych od daty zawarcia transakcji. W większości wypadków okres trwania Forwardu (tzw. tenor) dopasowany jest do cyklu operacyjnego firmy, np. daty dostawy towarów.

Forward pozwala Klientowi MŚP ustalić dokładny kurs wymiany w przyszłych transakcjach kupna lub sprzedaży waluty. Daje to kilka korzyści. Po pierwsze, chroni przedsiębiorstwo przed niekorzystnymi zmianami kursu walutowego. Po drugie, daje pewność kosztów zakupu lub przychodu ze sprzedaży waluty w przyszłości, pozwalając lepiej prognozować przepływy pieniężne i opłacalność danej transakcji lub kontraktu. Po trzecie, transakcja Forward może być rozliczana w całości lub częściach przed terminem jej zapadalności, co pozwala na elastyczne dopasowanie momentu rozliczenia do realnego przepływu walutowego. Forward może być stosowany przez Klientów chcących osiągnąć stabilny poziom kursu wymiany dla swoich zobowiązań lub należności walutowych, wraz z dodatkową możliwością rozliczenia transakcji w zależności od bieżących potrzeb, których nie można było przewidzieć w dacie zawierania oryginalnej transakcji Forward.

Forward jest transakcją symetryczną, co oznacza, że zarówno Bank, jak i Klient mają zobowiązanie do jej rozliczenia. Zabezpiecza to Klienta przed pogorszeniem się sytuacji na rynku walutowym w przyszłości, ale

ogranicza jego możliwość korzystania z pozytywnych zmian na rynku (ryzyko utraconych korzyści).

Wykres 124 przedstawia relację kursu Forward do bieżącego kursu rynkowego dla transakcji zakupu lub sprzedaży waluty.

Jak działa transakcja Forward?

W Banku Pekao możliwe są dwa scenariusze rozliczenia – brutto i netto.

W przypadku **rozliczenia brutto**, Klient kupuje/sprzedaje walutę bazową w zamian za walutę niebazową po ustalonym kursie terminowym (Forward), niezależnie od kursu bieżącego w dacie rozliczenia. Bank Pekao przekazuje na wskazane konto Klienta ustaloną kwotę w walucie niebazowej.

W przypadku **rozliczenia netto**, Klient i Bank rozliczą się tzw. różnicą kursową, zależną od porównania poziomu oryginalnego kursu terminowego transakcji i kursu rynkowego na dzień fixingu. Klient może w efekcie osiągnąć zysk, ale i ponieść stratę, w zależności do aktualnej sytuacji rynkowej.

Jak wygląda to w praktyce?

Klient zawiera transakcję **zakupu USD** w transakcji Forward z dniem rozliczenia przypadającym za 12 miesięcy od dnia zawarcia transakcji na następujących warunkach:

<i>Kwota transakcji Forward:</i>	<i>100.000 USD</i>
<i>Kurs spot USD/PLN:</i>	<i>3,8000</i>
<i>Kurs terminowy USD/PLN:</i>	<i>3,9000</i>
<i>Dzień fixingu:</i>	<i>18 października 20X9</i>
<i>Dzień rozliczenia:</i>	<i>20 października 20X9</i>

Scenariusz 1:

W dniu 18 października 20X9 kurs referencyjny USD/PLN wynosi 4,2000. Klient może rozliczyć transakcję brutto lub netto:



- Rozliczenie brutto: Klient w dniu 20 października 20X9 kupuje kwotę 100.000 USD po 3,9000
- Rozliczenie netto: Klient w dniu 20 października 20X9 otrzymuje od Banku kwotę rozliczenia wynoszącą $100.000 \text{ USD} * (4,2000 - 3,9000)$
= **30.000 PLN**

Scenariusz 2:

W dniu 18 października 20X9 kurs referencyjny USD/PLN wynosi 3,7000. Klient może rozliczyć transakcję brutto lub netto:

- Rozliczenie brutto: Klient w dniu 20 października 20X9 kupuje kwotę 100.000 USD po 3,9000
- Rozliczenie netto: Klient w dniu 20 października 20X9 płaci Bankowi kwotę rozliczenia wynoszącą $100.000 \text{ USD} * (3,9000 - 3,7000)$
= **20.000 PLN**

Jak działa Opcja Walutowa?

Opcja walutowa daje Klientowi prawo (ale nie obowiązek) dokonania zakupu/sprzedaży waluty bazowej w zamian za walutę niebazową, w oznaczonym dniu w przyszłości, po kursie realizacji opcji ustalonym w momencie zawierania transakcji. Bank Pekao ma obowiązek sprzedaży/kupna waluty, jeżeli Klient zdecyduje się skorzystać ze swojego prawa do opcji walutowej. Za nabycie takiego prawa Klient płaci tzw. premię opcyjną, która jest ustalana w momencie zawierania transakcji i jest płacona przez nabywcę opcji Bankowi Pekao w ustalonym dniu płatności premii (zwykle w dniu zawarcia transakcji). Premia opcyjna zależy między innymi od wybranego kursu realizacji, kursu terminowego, zmienności kursu walutowego transakcji opcyjnej, terminu jej realizacji oraz płynności rynku.

Nabywca opcji ma prawo do jej odsprzedaży wystawcy opcji w dowolnym dniu przed terminem jej realizacji. Cena odkupu opcji jest uzgadniania pomiędzy Klientem a Bankiem w oparciu o bieżące parametry rynkowe (analogiczne jak dla ceny sprzedaży).

Podobnie jak w przypadku Forwardu, Opcję można rozliczyć brutto lub netto.

Jak to działa w praktyce?

W dniu 18 października 20X8 Klient kupuje od Banku opcję Call EUR/PLN z dniem rozliczenia przypadającym za 12 miesięcy od dnia zawarcia transakcji na następujących warunkach:

<i>Kwota transakcji opcji Call:</i>	100.000 EUR
<i>Dzień fixingu:</i>	18 października 20X9
<i>Dzień rozliczenia:</i>	20 października 20X9
<i>Kurs spot EUR/PLN:</i>	4,2000
<i>Kurs realizacji opcji Call:</i>	4,2500
<i>Premia zapłacona przez Klienta:</i>	25.200 PLN (6% nominalu opcji)
<i>Dzień płatności premii:</i>	18 października 20X8

Scenariusz 1:

W dniu 18 października 20X9 fixing NBP dla EUR/PLN wynosi 5,0000 – opcja Call jest realizowana. Klient może rozliczyć transakcję brutto albo netto:

- Rozliczenie brutto: Klient w dniu 20 października 20X9 kupuje 100.000 EUR po kursie 4,2500
- Rozliczenie netto: Klient w dniu 20 października 20X9 otrzymuje od Banku kwotę rozliczenia $100.000 \text{ EUR} * (5,0000 - 4,2500) = \mathbf{75.000 \text{ PLN}}$

Scenariusz 2:

W dniu 18 października 20X9 fixing NBP dla EUR/PLN wynosi 3,6000 – opcja Call wygasa bez realizacji

- Klient może kupić 100.000 EUR po kursie bieżącym.

Podsumowanie

Krótkie podsumowanie i porównanie podstawowych parametrów obu transakcji zabezpieczających znajdują się w poniższej tabeli. Zarówno Forward, jak i Opcja pozwalają na zabezpieczenie przedsiębiorstwa przed negatywnymi zmianami kursu walutowego w przyszłości, dając różne możliwości wykorzystania pozytywnych zmian na rynku. W podjęciu decyzji o wyborze optymalnej formy zabezpieczenia Klientów wspiera zespół Menadżerów ds. Rynków Finansowych Banku Pekao S.A., posiadających wiedzę i doświadczenie w zakresie produktów skarbowych.



	Forward	Opcja
Obowiązek skorzystania z transakcji	Symetryczny	Niesymetryczny
Możliwość wykorzystania pozytywnych zmian rynkowych w przyszłości	Nie	Tak
Pełna informacja o maksymalnym koszcie nabycia waluty	Tak	Tak
Zabezpieczenie przed negatywnymi zmianami rynkowymi w przyszłości	Tak	Tak
Możliwość rozliczenia transakcji przed dniem zapadalności	Tak	Tak
Oplata za zawarcie transakcji	Nie	Tak
Rozliczenie brutto lub netto	Tak	Tak
Maksymalny okres transakcji	24m	24m

Produkty transakcyjne i kredytowe

wspierające działalność polskich eksporterów



Piotr Iwaszkiewicz

Bank Pekao S.A.
Departament Rozwoju
Produktów

Dynamiczny rozwój sektora małych i średnich przedsiębiorstw w ostatnich latach oraz ogólna kondycja polskiej gospodarki stanowią przyjazne otoczenie dla ekspansji rodzimych firm na zagraniczne rynki. Jest to bowiem naturalny kierunek dla polskich przedsiębiorstw o ugruntowanej pozycji. Po pierwsze, ze względu na strategię mającą na celu sukcesywny wzrost przychodów. Po drugie, z konieczności wynikającej z wyczerpania potencjału na krajowym rynku. Po trzecie, z chęci uzyskania przewagi konkurencyjnej dzięki budowaniu szerszego zasięgu i grona odbiorców, co w Polsce jest łatwiejsze niż w krajach Europy zachodniej ze względu na niższe koszty pracy.

Ekspansja na zagraniczne rynki musi być poparta odpowiednim doбором narzędzi finansowych umożliwiających proste, skuteczne i intuicyjne sposoby rozliczeń z kontrahentami. Musi się to odbywać za pośrednictwem wiarygodnych i sprawdzonych instytucji bankowych.

Bank Pekao S.A. oferuje swoim klientom rachunki bieżące oraz pomocnicze w ponad 21 walutach. Zarówno tych najbardziej popularnych jak euro, dolary amerykańskie, funty brytyjskie i franki szwajcarskie, jak również tych rzadziej spotykanych jak rand południowoafrykański, czy dirhamy ze Zjednoczonych Emiratów Arabskich. Ich popularność wiąże się przede wszystkim z możliwością ograniczenia kosztów transakcji z kontrahentem zagranicznym wynikającą z braku konieczności przewalutowań w procesie finalizacji zamówienia.

Dostęp do rachunków czy realizacja transakcji odbywa się przez system bankowości elektronicznej Pekao-Biznes24, który w zależności od potrzeb dostępny jest

w wersji na komputer, smartphone czy tablet, ułatwiając przedsiębiorcom zdalne zarządzanie w kwestiach finansowych. Rozwiązania mobilne zostały tak opracowane, aby zapewnić maksymalną prostotę użytkowania i dostęp do najważniejszych funkcji systemu m.in. takich jak:

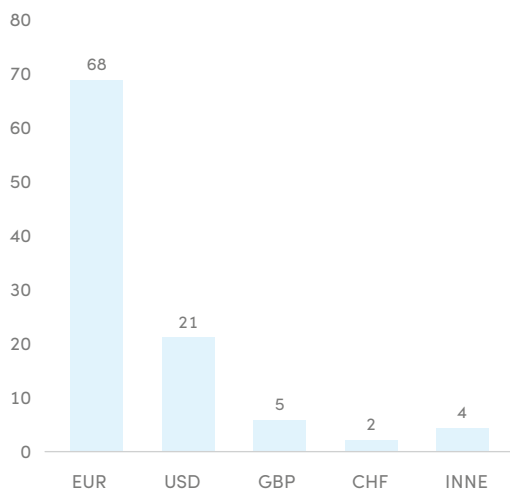
- rachunki, w tym ich salda, historia operacji i wyciągów
- realizacja płatności krajowych i zagranicznych, w zakresie ich wprowadzania i autoryzacji
- zakładanie i podgląd lokat
- wymiana walut po preferencyjnym kursie
- spłata karty kredytowej, pobranie wyciągów

Z perspektywy osoby prowadzącej przedsiębiorstwo, samo posiadanie rachunku walutowego czy zdalny dostęp jest niewystarczający. Bank musi oferować również szeroki wachlarz rozliczeń międzynarodowych. Dzięki jednolitym przepisom najszybsze rozliczenia zagraniczne są realizowane w walucie euro. Jednym z nich jest przelew SEPA (Single Euro Payments Area), który powstał w celu przyspieszenia dokonywania płatności w ramach Europejskiego Obszaru Gospodarczego a także zmniejszenia kosztów rozliczeń międzynarodowych. Aby przelew został zakwalifikowany do systemu SEPA musi być wykonywany w euro do jednego z krajów Unii Europejskiej bądź Norwegii,





Islandii, Lichtensteinu lub Szwajcarii. W jego przypadku uznanie rachunku kontrahenta następuje najpóźniej w kolejnym dniu roboczym po złożeniu zlecenia. Innym rodzajem jest **TARGET-2**, ponad europejski system międzybankowych rozliczeń w euro, pozwalający bankom na redukcję kosztów, wzmocnienie płynności europejskiego systemu finansowego i scentralizowanie zarządzania płatnościami. Przekłada się to w prosty sposób na korzyści dla klientów tych banków. W przypadku Banku Pekao S.A. uznanie rachunku następuje niemal w czasie rzeczywistym (do 1,5 godziny). Tak szybka realizacja jest możliwa dzięki wyeliminowaniu banków korespondentów. Zaletą płatności w systemie TARGET-2 jest ponadto brak ograniczenia kwotowego. W przypadku transakcji przekraczającej równowartość 50 tysięcy złotych, dopuszcza się możliwość indywidualnego negocjowania kursu zakupu waluty. Aby przelew został zaksięgowany na rachunku beneficjenta w tym samym dniu roboczym, musi zostać złożony do godziny 13.45. Dyspozycja zlecenia może nastąpić poprzez serwis PekaoBiznes24. W pierwszej kolejności użytkownik bankowości internetowej wprowadza na formularzu dane kontrahenta. Serwis automatycznie weryfikuje, czy bank beneficjenta jest uczestnikiem systemu TARGET-2, co aktywuje możliwość wybrania takiej formy płatności. Poza najpopularniejsze przelewy w euro, Klienci Banku Pekao, mogą realizować przelewy zagraniczne w 21 walutach. W przypadku braku środków, na rachunku z którego została złożona



dyspozycja, serwis PekaoBiznes24 automatycznie, do końca dnia, ponawia próby wykonania przelewu.

Prowadzenie przez przedsiębiorcę działalności eksportowej i zdobywanie kolejnych rynków zbytu wymaga częstych podróży służbowych do różnych krajów świata, a to wiąże się z koniecznością dokonywania płatności w wielu walutach. Bank Pekao S.A. pomaga takim klientom oferując **wielowalutową kartę debetową** MasterCard Debit. Jednocześnie może być ona podpięta do pięciu rachunków klienta (prowadzonych w PLN, EUR, USD, GBP, CHF). Waluta karty jest automatycznie dostosowana do waluty, w jakiej dokonywana jest w danej chwili płatność, co eliminuje koszty związane z przewalutowaniem. Ponadto, klient może uniknąć opłaty za posiadanie karty w przypadku jej aktywnego użytkowania i dokonywania płatności w jednej z pięciu podpiętych walut. Warto także wspomnieć o aspekcie bezpieczeństwa – na karcie został umieszczony elektroniczny mikroprocesor, który zapewnia bezpieczeństwo transakcji podczas codziennych zakupów, a płatności kartą w Internecie mogą być dodatkowo autoryzowane przy użyciu zabezpieczenia 3-D Secure.

Wykres 125 prezentuje strukturę rachunków walutowych klientów Banku Pekao S.A. z segmentu małych i średnich przedsiębiorstw.

Warto zwrócić uwagę, że jedynie 4% rachunków stanowią waluty inne niż te proponowane przez Bank Pekao S.A. w ramach karty wielowalutowej. W przypadku transakcji kartowych w walutach innych niż wspomniane powyżej, przewalutowanie następuje bez prowizji, po kursie publikowanym bezpośrednio przez MasterCard.

Istotnym elementem dopasowanej oferty Banku dla przedsiębiorców działających na rynkach międzynarodowych jest dostępna szeroka gama produktów kredytowych, których celem jest wspieranie zarówno bieżącej działalności gospodarczej jak i przedsięwzięć inwestycyjnych.

Niewątpliwie podstawą działalności każdej firmy eksportującej swoje produkty na rynki zagraniczne jest pozyskanie optymalnego źródła finansowania.

WYKRES 125

Procentowy udział rachunków walutowych klientów Banku Pekao S.A. z segmentu małych i średnich przedsiębiorstw (stan na koniec lipca 2018)



Korzystnym rozwiązaniem dla małych i średnich przedsiębiorstw jest wielocelowa linia kredytowa, która łączy w sobie produkty o charakterze kredytowym takie jak kredyt w rachunku bieżącym i krótkoterminowe kredyty obrotowe z usługami o charakterze kredytowo-rozliczeniowym tj. gwarancje bankowe oraz akredytywy dokumentowe. Wszystkie te produkty dostępne są po podpisaniu z bankiem jednej kompleksowej umowy kredytu. Limit wielocelowy pozwala na elastyczne kształtowanie form finansowania poprzez dopasowanie ich do bieżących potrzeb klienta, a także na aktywne zarządzanie strukturą finansowania, zgodnie z potrzebami pojawiającymi się w dłuższej perspektywie. Usługa ta daje również możliwość swobodnego kształtowania zadłużenia w zakresie każdego z wymienionych produktów z osobną do wysokości udzielonego limitu, którego wykorzystanie może odbywać się w różnych walutach znajdujących się w ofercie banku.

Najważniejszym celem finansowania inwestycyjnego jest umocnienie pozycji konkurencyjnej klienta na rynku poprzez zwiększenie potencjału produkcyjnego, usługowego lub handlowego. Kredyt inwestycyjny umożliwia finansowanie przedsięwzięć inwestycyjnych w tym rozwojowych, refinansowanie kredytów inwestycyjnych udzielonych przez inne banki oraz refinansowanie poniesionych już nakładów inwestycyjnych. Poprzez tą usługę finansową klient otrzymuje wsparcie w stymulowaniu rozwoju swojej firmy. Bank Pekao S.A. zapewnia dostosowanie konstrukcji, okresu czy waluty

finansowania do rodzaju projektu oraz planu realizacji inwestycji, dzięki czemu klient jest w stanie w pełni kontrolować przepływy finansowe.

Bank oferuje również możliwość finansowania kontraktów zawartych przez klienta ze swoimi kontrahentami lub bieżącej działalności gospodarczej ze środków z kredytu obrotowego odnawialnego. Kredyt ten charakteryzuje możliwość wielokrotnego wykorzystania środków, może być również przyznany w walucie obcej w jakiej klient dokonuje transakcji handlowych. Innym sposobem na szybki dostęp do środków pieniężnych jest kredyt w rachunku bieżącym udzielany w walucie, w której klient przeprowadza obroty przez rachunki bieżące prowadzone w banku. Wybierając finansowanie o charakterze odnawialnym klient uzyskuje dodatkowe korzyści w postaci wzrostu rentowności firmy wynikające z zastosowania dźwigni finansowej.

Eksport jest siłą napędową polskiej gospodarki. W ostatnich kilku latach jego dynamika była średnio ponad dwukrotnie wyższa od tempa wzrostu PKB. Wyraźnie widać, iż wzmocnienie aktywności polskich przedsiębiorstw na zagranicznych rynkach pozytywnie przekłada się na tempo wzrostu gospodarczego kraju. Bank Pekao SA swoją szeroką ofertą produktową, zarówno w obszarze transakcyjnym jak i kredytowym, aktywnie wspiera i umożliwia pełne zaspokojenie potrzeb polskich eksporterów.

Polskie firmy w Niemczech na fali wznoszącej

Niemcy – pierwszy rynek internacjonalizacji

Niemcy – pierwszy rynek „umiędzynarodowienia” biznesu dla polskich małych i średnich, ale nierzadko też dużych firm - to niewątpliwie atrakcyjny rynek eksportowy i inwestycyjny. Wartość wymiany handlowej Polski i Niemiec za 2018 r. to ok. 120 miliardów euro. Decydują o tym liczne czynniki obiektywne, jak: bliskość geograficzna, siła powiązań gospodarczych obu państw, podobna struktura gospodarki oparta na sektorze MŚP, dobrze rozwinięta infrastruktura, czy „głębokość rynku” rozumiana jako 82 mln konsumentów o wciąż bardziej zasobnym od polskiego portfeli i 3,5 miliona odbiorców komercyjnych... Ale ważne są też uwarunkowania instytucjonalne i związane z polityką gospodarczą Niemiec, m.in.: przychylność administracji publicznej we współpracy z przedsiębiorcami, przewidywalność prawa regulującego obrót gospodarczy, dostęp do środków pomocowych.

Niemcy to też rynek bardzo nasycony i nierzadko hermetyczny. Przekonuje się o tym wielu polskich przedsiębiorców, którzy rywalizując z lokalnymi dostawcami, próbują pozycjonować swoje produkty w popularnych niemieckich sieciach sprzedaży. Po drodze bywa wyboiście: certyfikaty jakości, obowiązkowa rejestracja do systemu odzyskiwania opakowań jednorazowych, tzw. opłaty półkowe... Proces wchodzenia na rynek niemiecki to konkurencja dla cierpliwych i konsekwentnych graczy. Nierzadko, aby przekonać do siebie zamawiającego przedsiębiorcę, czy konsumenta, trzeba zaakcentować swoją obecność na rynku poprzez utworzenie filii, czy przejęcie niemieckiej spółki, co już wymaga odpowiedniego zaplecza prawnego i finansowego.

Polskie firmy na fali wznoszącej

Szacowana na ok. 1000–1500 liczba polskich spółek na rynku niemieckim i idąca w dziesiątki tysięcy liczba jednoosobowych działalności gospodarczych Polaków stale rośnie. Polsko-Niemiecka Izba Przemysłowo-Handlowa (AHK Polska) od 2016 r. prowadzi badania polskich spółek w Niemczech, których celem jest ocena bieżącej koniunktury w gospodarce niemieckiej, prognoz dla firm i czynników atrakcyjności rynku niemieckiego w opinii polskiego biznesu.

Ostatnia, trzecia już edycja tych badań, przeprowadzona w październiku i listopadzie 2018 r. w grupie 70 polskich przedsiębiorstw działających za Odrą, pokazuje, że polskie spółki czują się na rynku zachodniego sąsiada coraz pewniej. 97% z nich podkreśla, że powtórzyłoby aktualnie decyzję o wejściu na ten rynek. Przychylne nastawienie do rynku niemieckiego ugruntowuje dobra koniunktura w niemieckiej gospodarce. Ponad połowa (51,4%) ankietowanych w ostatnim badaniu AHK Polska przedsiębiorców, ocenia kondycję niemieckiej gospodarki jako „dobrą”. Kolejne 40% twierdzi, że koniunktura w Niemczech jest „bardzo dobra”. Jednocześnie, prawie połowa ankietowanych (45,7%) ocenia perspektywy dla gospodarki Niemiec na 2019 r. jako lepsze niż w 2018 r.

Dwie trzecie badanych (65,7%) określa sytuację biznesową swojego przedsiębiorstwa jako dobrą lub bardzo dobrą. Trzy czwarte (75,7%) przedsiębiorców twierdzi, że obroty firmy wzrosną w roku 2019 w stosunku do 2018, kolejne 20% twierdzi, że nie ulegną zmianie. Wyraźnie pozytywnym sygnałem są deklaracje zwiększenia zatrudnienia w kolejnym roku działalności (w przypadku 42,9% badanych firm) i wzrostu wydatków na



Katarzyna Soszka-Ogrodnik

rzecznik prasowy
Polsko-Niemieckiej
Izby Przemysłowo-
Handlowej





Wyniki badań polskich spółek w Niemczech, przeprowadzonych przez AHK Polska w listopadzie 2018

Wyniki trzeciej edycji badań Polsko-Niemieckiej Izby Przemysłowo-Handlowej (AHK Polska), przeprowadzonych w październiku i listopadzie 2018 r. wśród polskich spółek działających w Niemczech.

- Ponad połowa (51,4%) polskich przedsiębiorców prowadzących działalność w Niemczech ocenia kondycję niemieckiej gospodarki jako „dobrą”. Kolejne 40% twierdzi, że koniunktura w Niemczech jest „bardzo dobra”.
- Polskie spółki operujące w Niemczech przewidują w 2019 r. wzrost obrotów (75% badanych firm), deklarują też zatrudnienia (43%) i wydatków na inwestycje (50%).
- Firmy doceniają dobrą jakość infrastruktury w Niemczech, dyscyplinę płatniczą kontrahentów, przewidywalność polityki gospodarczej Niemiec i dobrą kooperację z administracją.
- Spośród czynników warunkujących prowadzenie biznesu w Niemczech firmy w najmniejszym stopniu akceptują wysokość kosztów płac i podatków.
- Spada dostępność pracowników. Tylko 28,6% przedsiębiorców mówi, że jest z niej zadowolona.
- 97% badanych firm potwierdza, że powtórzyłoby dziś decyzję o wejściu na rynek niemiecki.

inwestycje (50% firm). Duży odsetek spółek podaje też, że utrzyma wydatki inwestycyjne na dotychczasowym poziomie (47,1%).

Powody wyjścia na rynek niemiecki

Ponad połowa badanych przedsiębiorstw (54,3%) wskazuje, że przyczyną wyjścia na rynek niemiecki było uzyskanie dostępu do nowych klientów. 31,4% chciało zwiększyć skalę działania. Niespełna 23% badanych firm przyznaje, że nowy rynek oznacza też możliwość pozyskania nowych kompetencji, czy dostęp do nowych technologii. Część wskazuje inne powody, przykładowo osiągnięcie bariery rozwojowej na polskim rynku. Dla wielu polskich firm rynek niemiecki jest optymalnym punktem wyjścia na inne rynki Europy Zachodniej, czy rynki pozaeuropejskie.

Co na plus, a co do poprawki?

Respondenci badania oceniają rynek zachodniego sąsiada według 11 uwzględnionych w ankiecie czynników atrakcyjności. W ostatniej edycji ankiety najlepsze oceny uzyskały: jakość infrastruktury (transportowej, komunikacyjnej, IT i energetycznej) w Niemczech (75,5% zadowolonych bądź bardzo zadowolonych firm), dyscyplina płatnicza kontrahentów i przewidywalność polityki gospodarczej Niemiec (70% zadowolonych i bardzo zadowolonych), a także przychyłność administracji w obsłudze przedsiębiorców (55,7%).

Najwyższy odsetek odpowiedzi krytycznych dotyczył, podobnie jak w ub.r., kosztów płac, wysokości podatków i coraz słabszej dostępności wykwalifikowanych kadr. Z dostępności pracowników zadowolonych jest bowiem niewiele ponad 28% firm.

Wśród najpilniejszych wyzwań w zakresie polityki gospodarczej Niemiec respondenci badania konsekwentnie najczęściej podawali zwiększenie dostępności kadr i obniżenie podatków (po 12,9% wskazań w przypadku obu czynników). Kolejne rekomendacje to: zwiększenie dostępności do nowych technologii,



uproszczenie systemu podatkowego i otwarcie rynku pracy dla obcokrajowców (odpowiednio po 5,7% wskaźni). W poprzedniej edycji badania, jesienią 2017 r., firmy najczęściej postulowały obniżenie kosztów pracy i podatków, uelastycznienie prawa pracy i konieczność stworzenia warunków pozwalających na podnoszenie kwalifikacji kadr.

Dobre rady, czyli wybrane aspekty udanego startu

Prowadzenie działalności w Niemczech może przybrać różną postać, od wprowadzenia towarów na rynek zachodniego sąsiada, przez transgraniczne świadczenie usług w ramach podwykonawstwa bez rejestracji działalności na terenie Niemiec, po rejestrację spółki czy przejęcie lokalnego przedsiębiorstwa. Im większe zaangażowanie na rynku zagranicznym, tym ważniejsza pomoc kompetentnego przewodnika. *„Zapoznaj się z uwarunkowaniami prawnymi Twojego przedsięwzięcia w Niemczech, dobierz formę przedsiębiorstwa do potrzeb, pozyskaj partnera, który będzie Cię merytorycznie wspierał przy wprowadzaniu na rynek niemiecki i nie oszczędzaj na doradztwie prawnopodatkowym. Konsekwencje lekceważenia prawa w Niemczech są o wiele droższe.”* – rekomenduje spółkom zainteresowanym rynkiem niemieckim ekspert i szef działu Prawo i Podatki w Polsko-Niemieckiej Izbie Przemysłowo-Handlowej, Roland Fedorczyk.

Paweł Kwiatkowski, dyrektor działu doradztwa prawnego w izbie, wskazuje na jeszcze inne uwarunkowania udanego startu: *„Przedstawiając swoją ofertę kontrahentowi z Niemiec podkreśl zalety, na które powołują się Niemcy przy ocenie atrakcyjności rynku polskiego, np. konkurencyjne ceny przy zagwarantowaniu odpowiedniej jakości. Weź pod uwagę, że to, co sprzedajemy z sukcesem na rynku polskim, niekoniecznie przyjmie się w takim samym stopniu na rynku niemieckim. Przed podjęciem decyzji o wejściu na rynek niemiecki zastanów się, co uwiarygodni Twoją firmę, przykładowo, jakie certyfikaty obowiązują w Twojej branży.”*

Aspektów ekspansji do Niemiec jest stanowczo za wiele na jeden tekst poradnikowy, ale przynajmniej kilka z nich zasługuje na swój akapit.

M jak marketing, M jak Messe (niem. „targi”)

Jednym z lepszych instrumentów promocji, który pozwala na prezentację firmy i produktów, znalezienie lokalnych przedstawicieli i dystrybutorów w Niemczech, obserwację trendów w branży i wreszcie poczynań konkurencji za Odrą są targi. Mimo coraz większej roli Internetu w rozwoju biznesu, targi w Niemczech, zarówno te największe, renomowane, jak i małe targi branżowe, to wciąż silna dźwignia. By jednak nie ponieść niepotrzebnych kosztów, które nie przełożą się na efekty w postaci nowych zamówień/ klientów, warto sprawdzić, czy na danej imprezie targowej znajdziemy swoje grupy docelowe, choćby odwiedzając je wcześniej jako zwiedzający. Przydatnym adresem do wyszukiwania dopasowanych do profilu firmy targów będzie strona www.auma.de (niem. Komitet Wystaw i Targów Niemieckiego Biznesu = AUMA). Podejmując wysiłek przygotowania się do targów, warto pamiętać o sprawdzeniu cen, które znacząco odbiegają od kosztów organizacji stoiska w Polsce, zadbać o akcję informacyjną poprzedzającą targi (działania PR w lokalnej prasie branżowej, katalogu targowym), wreszcie zaprosić potencjalnych klientów na stoisko wszelkimi dostępnymi kanałami. Eksperti branży wystawienniczej oceniają, że ok. 30% targowego czasu powinny wypełniać rozmowy i spotkania ustalone jeszcze przed targami.

Szanse dla polskich dostawców a zakupy niemieckich firm

Zakupy to istotny aspekt działalności firm w Niemczech, o czym świadczy m.in. bardzo duży odsetek przedsiębiorstw, także w sektorze MŚP, które posiadają rozbudowane działy zakupów. Dlaczego są tak ważne? Dostawcy tworzą obecnie większą część wartości



Jak zacząć i o czym pamiętać? – wybrane aspekty

1. Analiza konkurencji i identyfikacja potencjalnych klientów
2. Wybór formy wejścia na rynek (eksport via agencji/dystrybutorzy zagraniczni, partnerska współpraca strategiczna z dostawcą komponentów do odbiorcy zagranicznego, własne przedstawicielstwo/spółka, przejęcie lokalnego przedsiębiorcy, inne)
3. W przypadku kooperacji z kontrahentem niemieckim – sprawdzenie partnera w wywiadowni gospodarczej
4. W przypadku umów handlowych z kontrahentami niemieckimi – ustalenie właściwego prawa oraz sądu dla sytuacji spornych
5. Określenie perspektywy czasowej w zależności od naszych zasobów finansowych, kadrowych, etc.
6. Decyzja o wsparciu doradcy znającego dobrze rynek niemiecki
7. Rejestracja do podatku CIT, VAT
8. Dla dystrybutorów towarów w opakowaniach jednorazowych – obowiązek przystąpienia do dualnego systemu odbioru i odzysku opakowań (np. Landbell)
9. Niemiecka wersja strony www i infolinia optymalnie w języku niemieckim
10. Pozyskanie możliwych certyfikatów branżowych, referencji, rekomendacji, które uwiarygodnią firmę na rynku niemieckim

dotanej produktów, aniżeli finalni odbiorcy, przykładowo w przemyśle motoryzacyjnym do 70–75%. Nowe trendy w polityce zakupowej firm w Niemczech to E-Procurement i Zakupy 4.0. To w dużym uproszczeniu informatyzacja i wprowadzanie systemów, które umożliwiają automatyzację zamówień i dostaw, pozwalają obniżyć koszty zakupów i zapewnić szybszy obieg informacji. Otwierają one nowe możliwości dla dostawców z Polski. Jak zwiększyć swoje szanse jako dostawca na rynek niemiecki? Przede wszystkim zarejestrować się w systemie E-Procurement interesującego nas potencjalnego odbiorcy towarów, a po zarejestrowaniu uzbroić się w cierpliwość. Oczekiwanie na zapytanie może okazać się długie, ale ponaglenia są złe

odbierane. Niemiecki rynek B2B upodobnił się bowiem do zakupów internetowych i odbiorca coraz częściej kieruje się zasadą „wyszukaj-porównaj-podejmij decyzję-zamów”. A to trwa. Można także zarejestrować się na jednej ze zbiorczych platform gromadzących informacje o dostawcach, jak przykładowo <https://www.supplyon.com/en/>, która prowadzi podkatalogi dla dostawców branży kolejowej (<https://www.supplyon.com/de/loesungen/airsupply/>) i lotniczej (<https://www.supplyon.com/de/loesungen/railsupply/>).

E-commerce po niemiecku

Internet, w porównaniu z fizyczną obecnością na rynku zagranicznym, wydaje się kuszącą alternatywą „na skróty”. Liczba internautów w Niemczech to około 63 mln osób, które spędzają online średnio 2,5 godziny dziennie (Germany B2C E-commerce Report 2016). Ponad 50 mln osób w Niemczech to online-shoppers. Obroty e-commerce w Niemczech rosną imponująco: ponad 11% w rok do roku w przypadku segmentu „meble & dom”; 9,7% r/r w segmencie „żywność i kosmetyki”; 8,8% r/r w odniesieniu do sklepów z odzieżą; niepełna 7% - w przypadku zabawek i segmentu „hobby”; 6,2% w przypadku elektroniki. Warto więc zaważać o swój kawałek tortu w niemieckim e-commerce. Myśląc o kanale e-commerce dla segmentu B2C trzeba być na bieżąco z rankingiem TOP 100 / TOP 1000 online-retailers dla Niemiec i odnaleźć w nim sklepy zarówno odpowiednie dla swojej branży, jak i sklepy-generalistów, prowadzące sprzedaż różnych kategorii towarów, jak przykładowo Amazon, czy eBay (<https://ecommercegermany.com/blog/ranking-top-100-online-retailers-germany-2018>). W 2018 r. w pierwszej dziesiątce sklepów internetowych pod względem obrotów e-commerce w Niemczech uplasowały się: Amazon, Otto, Zalando, Notesbooksbilliger, MediaMarkt, Lidl, Bonprix, Cyberspot, Conrad i Alternate. 87% sklepów ujętych w zestawieniu Top-1000-online-shops dla Niemiec używa jako kanału sprzedaży strony mobilnej. Głównym kanałem sprzedaży w mediach społecznościowych jest niezaprzeczalnie Facebook (95% sklepów z tej listy sprzedaje za pomocą Facebooka). Kolejne na liście są Google+, YouTube, Twitter, Instagram i Pinterest. Nie będzie to specjalnym wyzwaniem dla znających meandry handlu w Internecie, bowiem podobne



zestawienie kanałów sprzedaży obowiązuje także dla polskiego e-commerce. Wyzwaniem okazać się natomiast mogą kwestie związane z odpowiedzialnością sprzedawcy za wady towaru, problematyką dochodzenia roszczeń, ochroną danych osobowych, wreszcie bezpieczeństwem płatności za towar nabyty przez Internet... Na początek jednak niby bardzo oczywista, a nie zawsze dobrze odrobiona praca domowa z budowania wiarygodności marki w Internecie. Uwiarygodni nas zarówno domena z rozszerzeniem „de”, jak i dobrze przygotowane Impressum, czy zakładka „o nas” witryny internetowej, gdzie klient znajdzie informacje o historii firmy, kontakt do kompetentnej obsługi telefonicznej (optymalnie – w języku niemieckim), regulamin doprecyzowujący kwestie terminów dostawy, płatności, zasad zwrotów, czy dane adresowe sklepu. Tworząc konto sprzedażowe w dużym sklepie internetowym, jak Amazon czy eBay, zadbajmy

o „odnajdywalność” naszej oferty, czyli m.in. właściwe jej przyporządkowanie do określonych kategorii towarów, zawarcie wszelkich najistotniejszych informacji o towarze w pierwszych 80 znakach opisu, czy unikalny Europejski Kod Towarowy (European Article Number, w skrócie EAN).

Warto próbować

Wydawałoby się, że rynek niemiecki, bliski geograficznie, kulturowo i prawnie, jest nam świetnie znany. A mimo to, każda kolejna porcja informacji o tym, jak na nim funkcjonować, może istotnie zwiększyć szanse powodzenia. To rynek dla konsekwentnych i cierpliwych. Ale warto próbować, nie tylko z uwagi na jego dużą pojemność, ale też z uwagi na to, że jest on doskonałą referencją dla dalszej ekspansji zagranicznej.

Stowarzyszenie Polskich Izb Handlowych Za Granicą (PolChambers)



Hanna Stypułkowska-Goutierre

PolChambers

PolChambers
Polskie Izby Handlowe za Granicą

Stowarzyszenie Polskich Izb Handlowych Za Granicą (PolChambers) jest stowarzyszeniem koordynującym ogólnosięciową sieć polskich izb handlowych i organizacji biznesowych.

Izby zrzeszone w PolChambers reprezentują polską gospodarkę za granicą, promując swoich członków. Wspierają firmy polskie w ekspansji zagranicznej ułatwiając kontakty z partnerami biznesowymi, dystrybutorami, pomagając otworzyć przedstawicielstwo, oddział, oferując opiekę prawną i informacje o podatkach i rynku pracy w danym kraju i konkretne rozwiązania prawne. Zrzeszają największe polskie firmy z kluczowych sektorów gospodarki i firmy MŚP, jak energetyka, IT, lotnictwo, przemysł spożywczy, sektor budowlany, mody, nieruchomościowy, maszyn dla przemysłu, sprzętu dla rolnictwa, przemysł kosmetyczny, sektor marketingu, sektor medyczny i farmaceutyczny. Członkami są m.in. LOT, KGHM, Asseco, Solaris, Erbud, Elektromontaz, Fakro czy Oknoplast.

Dostarczają również wiedzę o promocji eksportu dzięki współpracy z Polską Agencją Inwestycji i Handlu (PAIH), oraz instrumentach finansowych oferowanych przez polskie banki jak Pekao SA i fundusze inwestycyjne, dla finansowania ekspansji zagranicznej. Dla podmiotów zagranicznych zrzeszonych w poszczególnych izbach oferują informacje o rynku polskim i instrumentach finansowych dostępnych na rynku polskim, partnerach i regulacjach prawnych i podatkowych. Dzięki współpracy z Cloud Community Europe dają wiedzę o najnowszych technologiach cyfrowych i dostęp do sieci 18 oddziałów CCE w krajach UE. Polskie izby handlowe za granicą świadczą usługi i tworzą platformy kontaktów biznesowych z korzyścią dla

firm, które w swoich krajach i Polsce utrzymują lub są zainteresowane rozwijaniem dwustronnych stosunków gospodarczych.

Stowarzyszenie Polskich Izb Handlowych za Granicą (PolChambers)

The Association of Polish Chamber of Commerce Abroad (PolChambers)
e-mail: office@polchambers.org

Argentyna

Argentyńsko-Polska Izba Handlowa

Camara de Comercio Argentino-Polaca
Jorge Luis Borges 2076, of 3
CP 1425 (CABA)
www.camarapolaca.com.ar

Australia

Polska Izba Handlowa w Australii

Polish Chamber of Commerce Australia
Erindale Business Park, Building B
2 Lansell Circuit, Canberra ACT 2903
www.polishchamber.com

Austria

Polsko-Austriacka Inicjatywa Współpracy Gospodarczej w Wiedniu

Polnisch-Österreichische Initiative Der Wirtschaftlichen Anna-Hand-Weg 2/2/33
1030 Wien
www.paiwg.org



Francja

Polska Izba Handlowo-Przemysłowa we Francji

Chambre de Commerce et d'Industrie Polonaise
en France
86 Rue de La Faisanderie
75016 Paris
www.cci-pf.org

Grecja

Grecko Polska Izba Przemysłu i Inwestycji

Greek-Polish Chamber of Industry and Investment
Orfanidou 6,
54626, Saloniki
www.greekpolish.org

Gruzja

Polsko-Gruzińska Izba Przemysłowo-Handlowa

Polish Georgian Chamber of Industry and Commerce
39 Tskneti Highway street
Tbilisi 0179, Georgia
www.pol-ge.com

Hiszpania

Hiszpańsko Polska Izba Handlowa

Camara de Comercio Hispano-Polaca
c/San Juan de la Salle, 3
28036 Madrid
www.hpih.org

Holandia

Polska Izba Handlowa w Holandii

Polish Chamber of Commerce in the Netherlands
Beechavenue 139
1119RB Schiphol-Rijk
www.pccnl.nl

Izrael

Izba Handlowa Izrael-Polska

Israel-Poland Chamber of Commerce
84, Hahashmonaim Street
Tel-Aviv 61 200
www.israel-poland.pl

Luksemburg

Luksembursko Polska Izba Handlowa

Luxembourg-Poland Chamber of Commerce
Avenue J.F. Kennedy 39
L-1855 Luxembourg
www.lpcc.lu

Niemcy

Polska Izba Gospodarcza w Niemczech

Polnische Wirtschaftskammer in Deutschland
Kennedydamm 5
40476 Düsseldorf
<http://www.pwdorg.org>

Serbia

Polsko Serbska Izba Gospodarcza

Polish Serbian Chamber of Commerce
Brace Jugovic 6
11000 Belgrade
<http://www.polskoserbskaizba.org>

USA – Nowy York

Polish American Business Club

244 Fifth Avenue, Suite 1834
10001 New York
www.pabc.biz

USA – Miami

Polsko-Amerykańska Izba Handlowa Florydy i Ameryki

Polish American Chamber of Commerce
of Florida and the Americas
8141 SW 170 Terrace, Miami, FL 33157
10504 SW 17 Place
www.polishamericanchamber.com

USA – Palo Alto

Polsko Amerykańska Rada Współpracy

US-Poland Trade Council
2479 East Bayshore Rd, Suite 205,
Palo Alto, CA 94303
www.usptc.org

Mikro, małe i średnie firmy

prowadzące działalność eksportową

W tej części znajdzie Państwo przykłady firm – Klientów Banku Pekao, którzy od lat z powodzeniem radzą sobie na rynkach zagranicznych.

Zapraszamy do lektury o doświadczeniach przedsiębiorstw:

1. NORTHERN AEROSPACE Sp. z o.o.
2. ARTFRUIT Witold Rutkowski
3. LIFOCOLOR FARBPLAST Sp. z o.o.
4. SODA PLUS Sp. z o.o.
5. PRACTIC Sp. z o.o. S.K.A.
6. TOROIDY.PL Transformatory L. Lachowski Sp. k.
7. CONCESSION EUROPE Sp. z o.o.
8. „ULTRON” Zakład Urządzeń Elektronicznych
9. PRZEDSIĘBIORSTWO PRODUKCYJNO-USŁUGOWE „KARO” Wojciech Megier
10. RONDO Sp. z o.o.
11. PROMOT Zakłady Metalowe Sp. z o.o.
12. POLDENT Sp. z o.o.
13. LARIX Spółka Jawna W. Czepułkowski & S. Rymar

Northern Aerospace

Od kiedy w Firmie prowadzona jest działalność eksportowa?

– Działalność eksportową prowadzimy od 2006 roku, czyli od początku działalności polskiego oddziału firmy. Takie były i są założenia – jesteśmy dostawcą komponentów dla światowego przemysłu lotniczego. Sto procent naszej produkcji jest eksportowane. Eksportujemy części i podzespoły do różnych typów samolotów.

Do jakich krajów prowadzony jest eksport, z iloma kontrahentami zagranicznymi współpracuje Firma?

– Naszymi odbiorcami są firmy z Wielkiej Brytanii, Niemiec, Francji, USA, Kanady oraz Holandii.

W jaki sposób Firma pozyskuje kontrahentów zagranicznych?

– Bierzymy udział w przetargach organizowanych przez naszych klientów. Stawiamy też na rozwój bazy mając na dobrej reputacji firmy. Wdrażamy i certyfikujemy procesy specjalne, dzięki którym możemy dotrzeć do nowych klientów.

Jaki jest Państwa największy sukces w działalności eksportowej?

– Na pewno takim sukcesem jest kwalifikacja naszej firmy jako jedynej dostawcy komponentów przez jednego z naszych klientów.

Czy przy prowadzeniu działalności eksportowej Firma wykorzystuje rozwiązania cyfrowe, np. czy wykorzystuje Internet do sprzedaży swoich produktów?

– Korzystamy przede wszystkim z elektronicznego kontaktu z klientem poprzez uzyskanie dostępu do baz zamówień, fakturowanie itp.

Jakie są Państwa plany eksportowe?

– Nasz cel to dalszy wzrost, dywersyfikacja klientów i docelowych platform.

Jakie są trzy najważniejsze cechy dobrego eksportera?

– Jakość, niezawodność, elastyczność

Gdyby Państwo mieli doradzić młodej Firmie – od czego zacząć żeby eksportować z sukcesem?

– Aviation jest specyficznym obszarem, bezwzględnie koniecznym warunkiem jest certyfikowanie systemów zarządzania przez jakość.

Na pytania odpowiadał **Janusz Żywiec**,
General Manager

Northern Aerospace Sp. z o.o.

ul. Szypowskiego 1
39-460 Nowa Dęba
www.gardner-aerospace.com

**NORTHERN
AEROSPACE**





„Artfruit” Witold Rutkowski



Od kiedy w Firmie prowadzona jest działalność eksportowa?

– Od 2003 r. Właściciel firmy prowadził wcześniej działalność importową oraz produkcją branży owocowo-warzywnej. Zdobyte doświadczenie pozwoliło na podjęcie działalności eksportowej, która dobrze rokowała w przeddzień wejścia Polski do UE.

Co jest przedmiotem eksportu?

– Jesteśmy firmą działającą w branży owocowo-warzywnej, eksportujemy głównie świeże pomidory oraz jabłka.

Do jakich krajów prowadzony jest eksport, z iloma kontrahentami zagranicznymi współpracuje Firma?

Jak to się zmieniało w czasie?

– Obecnie sprzedajemy do Hiszpanii, Portugalii, Francji, Włoch i Grecji. Przedsiębiorstwo współpracuje z około 70 podmiotami. W latach 2003–2008

głównymi rynkami zbytu dla pomidorów były kraje skandynawskie (Szwecja, Dania, Norwegia), jabłka eksportowaliśmy też do Rosji.

W jaki sposób Firma pozyskuje kontrahentów zagranicznych?

– Stawiamy na wyjazdy zagraniczne w poszukiwaniu kontrahentów, uczestnictwo w targach branżowych. Nie bez znaczenia jest też kontakt z potencjalnymi kontrahentami umieszczonymi w katalogach branżowych.

Jaki jest Państwa największy sukces w działalności eksportowej?

– Niewątpliwie naszym sukcesem jest osiągnięcie dużej rozpoznawalności marek własnych firmy na poszczególnych rynkach zbytu.

Jakie są największe problemy/bariery w prowadzeniu działalności eksportowej.

– Po pierwsze duża konkurencja na rynku. W naszej branży wyzwaniem są również okresy nadprodukcji w Europie.

Czy przy prowadzeniu działalności eksportowej korzystają Państwo z produktów bankowych dotyczących wsparcia eksportowego?

– Tak, korzystamy z kredytów obrotowych udzielanych przez Bank Pekao SA.

Jakie są Państwa plany związane z rozwojem eksportu?

– Naszym celem jest wejście na rynek niemiecki oraz austriacki. Planujemy też zwiększenie sprzedaży na rynku francuskim. Trzecią rzeczą, która jest w naszych planach to zwiększenie asortymentu firmy.





Jakie są trzy najważniejsze rzeczy, które cechują dobrego eksportera?

– Odpowiedzialność, odporność na stres, racjonalność.

Gdyby mieli Państwo doradzić młodej Firmie – od czego zacząć żeby eksportować z sukcesem?

– Trzeba pamiętać o wielu rzeczach, jednak najważniejsze jest aby zapewnić bezpieczeństwo finansowe podjętych transakcji. Drugą niezbędną sprawą jest

konieczność szczegółowego zbadania oczekiwań rynku docelowego, co do oferowanego produktu.

Na pytania odpowiadał **Artur Rutkowski, Wspólnik**

„Artfruit” Witold Rutkowski

ul. Kasztanowa 1

86-065 Łochowo



Lifocolor Farbplast



Od kiedy w Firmie prowadzona jest działalność eksportowa?

– Działalnością eksportową zajmujemy się od 12 lat.

Dlaczego Firma zdecydowała się rozpocząć działalność eksportową?

– Poszerzenie rynku zbytu, obecna konstrukcja grupy Lifocolor pozwala na sprzedaż nie tylko w kraju, w którym dany oddział ma swoją siedzibę.

Co jest przedmiotem eksportu – jak to się zmieniło w czasie?

– Przedmiotem eksportu są głównie koncentraty barwiące, oraz środki modyfikujące. W przeciągu ostatnich paru lat doszły koncentraty na nośnikach technicznych.

Do jakich krajów prowadzony jest eksport, z iloma kontrahentami zagranicznymi współpracuje Firma?

Jak to się zmieniło w czasie?

– Obecnie towary eksportowane są do Słowenii, Włoch, Ukrainy, Rosji, Węgier, Finlandii, Czech, Stanów Zjednoczonych. Łączna liczba kontrahentów zagranicznych to ok. 30 firm.

W jaki sposób Firma pozyskuje kontrahentów zagranicznych?

– Kontakty nawiązywane są na spotkaniach branżowych, targach jak również poprzez polecenia od pozostałych członków grupy Lifocolor.

Największe sukcesy w działalności eksportowej.

– Największy sukces to rozpoczęcie eksportu do wymagającego rynku amerykańskiego.

Największe problemy/bariery w prowadzeniu działalności eksportowej.

– Problemem jest długi czas transportu, oraz bariery celne (np. Rosja).

Czy przy prowadzeniu działalności eksportowej korzystają Państwo z produktów bankowych lub z krajowego/unijnego wsparcia eksportowego?

– Lifocolor nie korzysta ze wsparcia eksportowego.

Czy przy prowadzeniu działalności eksportowej, firma wykorzystuje rozwiązania cyfrowe, np. czy wykorzystuje Internet do sprzedaży swoich produktów (sklep internetowy, internetowa platforma handlowa np.: Allegro, portale społecznościowe, serwisy branżowe, aplikacja mobilna, zamówienia e-mail, inne? Jakie?)? – Działalność eksportowa bazuje głównie na rozmowach telefonicznych, telekonferencjach oraz e-mailach, sporadycznie wizytach.

Czy firma posiada stronę internetową w języku obcym? Jakim?

– Strona posiada wersje niemiecką, angielską, francuską i czeską.

Plany eksportowe na przyszłość?

– Rozszerzenie współpracy z rynkiem amerykańskim, oraz wejście na rynek estoński.

Jakie są 3 najważniejsze cechy/rzeczy, które cechują dobrego eksportera?

– Elastyczność cenowa, sprawna logistyka, stabilna jakość.



Gdyby Państwo mieli doradzić młodej Firmie – od czego zacząć żeby eksportować z sukcesem?

– Na początku należałoby poczytać o przyszłym kontrahencie, jakie są opinie o nim, czy nie ma problemów z płatnościami, najlepiej spotkać się przy okazji jakiejś europejskiej imprezy branżowej (Fakuma Targi K, Plastpol i inne).

Odpowiedzi udzielił **Piotr Bieliński, Dyrektor Działu Handlowego**

Lifocolor Farbplast sp. z o.o.

ul. Bogdana Raczkowskiego 2

85-862 Bydgoszcz

<http://lifocolor.de/pl>



Soda Pluss



Od kiedy w Firmie prowadzona jest działalność eksportowa?

– Firma prowadzi działalność eksportową od roku 2006.

Dlaczego Firma zdecydowała się rozpocząć działalność eksportową?

– W Polsce rynek sprzętu gastronomicznego, na którym operuje spółka, jest bardziej konkurencyjny od rynków w krajach sąsiednich. Wiele firm z państw Europy Środkowej chętnie zaopatruje się w Polsce w sprzęt gastronomiczny z uwagi na konkurencyjne u nas ceny. Sytuacja ta pozwala znaleźć potencjalnych nabywców produktów oferowanych przez firmę w krajach sąsiednich.

Co jest przedmiotem eksportu – jak to się zmieniło w czasie?

– W chwili obecnej głównym przedmiotem eksportu spółki są meble ze stali nierdzewnej polskich producentów. W latach ubiegłych firma eksportowała głównie sprzęt gastronomiczny do Rosji oraz na Ukrainę.

Do jakich krajów prowadzony jest eksport, z iloma kontrahentami zagranicznymi współpracuje Firma? Jak to się zmieniło w czasie?

– Firma eksportuje swoje produkty do Włoch, Niemiec, Holandii, Czech oraz na Łotwę. Wcześniej, przed konfliktem zbrojnym pomiędzy Rosją a Ukrainą, firma prowadziła eksport do Rosji i na Ukrainę.

W jaki sposób Firma pozyskuje kontrahentów zagranicznych?

– Poprzez udział w targach międzynarodowych, poprzez wyszukiwanie w mediach elektronicznych

oraz kontakty telefoniczne i osobiste handlowców spółki u potencjalnych kontrahentów.

Największe sukcesy w działalności eksportowej?

– Sprzedaż produktów na bardzo trudnych rynkach Włoch i Niemiec.

Jakie są największe problemy/bariery w prowadzeniu działalności eksportowej?

– Niechęć instytucji ubezpieczeniowych do ponoszenia ryzyka w realizacji kontraktów do Rosji i na Ukrainę.

Czy przy prowadzeniu działalności eksportowej korzystają Państwo z krajowego/unijnego wsparcia eksportowego?

– Nie korzystamy, ponieważ procedury są dla nas zbyt czasochłonne i mało czytelne.

Czy przy prowadzeniu działalności eksportowej, firma wykorzystuje rozwiązania cyfrowe, np. czy wykorzystuje Internet do sprzedaży swoich produktów?

– Firma posiada własny sklep internetowy, praktycznie 100% zamówień trafia poprzez e-mail.

Czy Firma wykorzystuje technologie cyfrowe we współpracy z kontrahentami (np. B2B w zakresie panowania, prognozowania, zaopatrzenia, produkcji, realizacji umów, sprzedaży, serwisu, itp.)?

– Tak, firma wykorzystuje B2B w zakresie sprzedaży oraz serwisu.



Plany eksportowe na przyszłość?

– Planujemy wzrost i umocnienie współpracy z partnerami z Niemiec, intensyfikacja eksportu do Czech i na Słowację.

Jakie są 3 najważniejsze cechy/rzeczy, które cechują dobrego eksportera?

– Profesjonalna kadra, dostępność towaru, pełna kontrola przepływów finansowych. Odporność na nagłe „super zamówienia” bez gwarancji zapłaty za wydany towar.

Gdyby Państwo mieli doradzić młodej Firmie – od czego zacząć żeby eksportować z sukcesem?

– Daleko idąca ostrożność w początkowym okresie współpracy z partnerem zagranicznym. Transakcje wyłącznie na 100% przedpłacie lub z gwarancją firmy ubezpieczeniowej.

Odpowiedzi udzielił dr Jerzy Pyka, Prezes Zarządu

Soda Pluss Sp z o.o.

ul. Lazurowa 12

54-044 Wrocław

<https://sodapluss.pl>





Practic

practic

only good ideas

Czym zajmuje się firma?

– Firma PRACTIC Sp. z o.o. Sp.k.a. jest producentem i dystrybutorem artykułów gospodarstwa domowego na rynek krajowy i zagraniczny od 1988 roku. Początki jej działalności to wyłącznie produkcja plastikowych wyrobów kuchennych. Dzięki dynamicznemu rozwojowi, poszerzyła ona asortyment o wyroby drewniane i metalowe.

Jakie są Państwa przewagi konkurencyjne?

– Staramy się, aby nasze produkty były niepowtarzalne, wyróżniały się oryginalnym wzornictwem, opakowaniem, jakością. Co roku powiększamy asortyment i zdobywamy nowe rynki zbytu.

O jakości wyrobów i rzetelności realizacji zamówień świadczy fakt, iż od wielu lat wyroby Firmy Practic znajdują się na półkach większości sklepów w Polsce i za granicą.

Wieloletnia satysfakcjonująca współpraca z naszymi odbiorcami i dostawcami zaowocowała opinią solidnego i rzetelnego partnera. Bardzo stabilne i konkurencyjne ceny stanowią filar naszych sukcesów handlowych zarówno na rynku krajowym, jak i zagranicznym.

Rosnące wymagania klientów, potrzeba ich pozyskiwania oraz konkurencja na wolnym rynku w powiązaniu z aspiracjami Firmy są motywem wdrażania i utrzymywania Systemu Zarządzania Jakością zgodnego z normą ISO 9001:2008. System został wdrożony i certyfikowany w 2014 roku.

Firma Practic buduje zaufanie klientów i kreuje wizerunek firmy prowadzonej z myślą o odpowiedzialności społecznej i przyrodniczej. Na potwierdzenie tego faktu

Firma wdrożyła i posiada Certyfikat FSC CoC. Oznacza to, że surowce do produkcji pochodzą z prawidłowo zarządzanych lasów, spełniających najwyższe standardy społeczne i środowiskowe.

Dlaczego Firma zdecydowała się rozpocząć działalność eksportową?

– O rozpoczęciu działalności eksportowej zdecydowała w Firmie chęć zdywersyfikowania rynku zbytu oraz rozszerzenia działalności. Obecnie, kierunkami na których odbywa się najwięcej transakcji to kraje UE. Firma sprzedaje swoje produkty głównie do Czech, Słowacji, Litwy, Łotwy, Estonii, Szwecji, Norwegii, Niemiec, Francji, Węgier, Wielkiej Brytanii, Włoch, Austrii, Chorwacji, Bułgarii i Rumunii. Do krajów spoza UE, Firma eksportuje na Ukrainę, do Rosji na Białoruś oraz do Kazachstanu i Izraela.

Czy przy prowadzeniu działalności eksportowej, firma wykorzystuje rozwiązania cyfrowe, np. czy wykorzystuje Internet do sprzedaży swoich produktów?

– Firma współpracuje z dystrybutorami i sieciami detalicznymi oraz wykorzystuje narzędzia e-commerce dzięki temu systematycznie powiększa ilość odbiorców. Ostatnio najwięcej nowych klientów to sieci detaliczne oraz e-commerce. Rozwój eksportu związany jest z pozyskiwaniem nowych klientów z zagranicy. Odbywa się to głównie poprzez nawiązywanie kontaktów w trakcie trwania targów krajowych i zagranicznych oraz poprzez współpracę z wieloma agentami. Znajdowaniem nowych kanałów dystrybucji zajmują się również pracownicy Firmy w trakcie codziennej pracy. Pomocna w procesie poszukiwania nowych kontaktów jest czytelna strona internetowa przedstawiająca firmę, jej produkty, historię i plany na przyszłość przedstawione w języku polskim i angielskim.



**Jakie są Państwa plany eksportowe na przyszłość?**

– Obecne plany eksportowe związane są ściśle z tworzeniem własnej specjalnej oferty produktów dla sklepów internetowych oraz zdobywanie kolejnych obszarów i sukcesywnie zwiększanie udziału w rynku e-commerce.

Jakie są najważniejsze rzeczy, które cechują dobrego eksportera?

– Aby utrzymać swoją pozycję, Firma Practic posiada atrakcyjną i zróżnicowaną ofertę dostosowaną do rynku docelowego, a także dba o klientów zapewniając im terminowe i szybkie realizacje zamówień. Aby utrzymać wysokie standardy jakości, Firma dba o powtarzalną jakość oferowanych produktów oraz szybkie odpowiedzi na zapytania i ofertowanie.

Gdyby Państwo mieli doradzić młodej Firmie – od czego zacząć, żeby eksportować z sukcesem?

– Wspominając początki swojej działalności eksportowej sprzed trzydziestu lat, Firma Practic radzi rozpoczynającym eksporterom, aby zaczęli od dobrego przemyślenia podstawowej strategii. Kluczowym jest

znalezienie obszarów lub nisz produktowych, w których będą mogli skutecznie konkurować produktami lub usługami zaprojektowanymi dla globalnego odbiorcy. Aby uniknąć zbędnych kosztów w początkowej fazie produkcji, nowe produkty i ich warianty najlepiej przetestować na najbliższym geograficznie rynku i stopniowo rozszerzać zakres ich sprzedaży.

Czy firma korzysta ze wsparcia unijnego związanego z eksportem?

– Firma Practic korzysta z programów unijnych, które pomagają wdrażać nowe rozwiązania i wzory użytkowe, a klucz do sukcesu można zawrzeć w zdaniu: „W klasycznych przyborach i artykułach kuchennych łączymy wiedzę i wieloletnie doświadczenie z miłością do drewna i pięknego wzornictwa”

Odpowiedzi udzielił **Adam Kociołek, Właściciel Firmy**

Practic Sp. z o.o. Sp.k.a.

ul. Jasna 6

32-020 Wieliczka

www.practic.com.pl



TOROIDY.PL

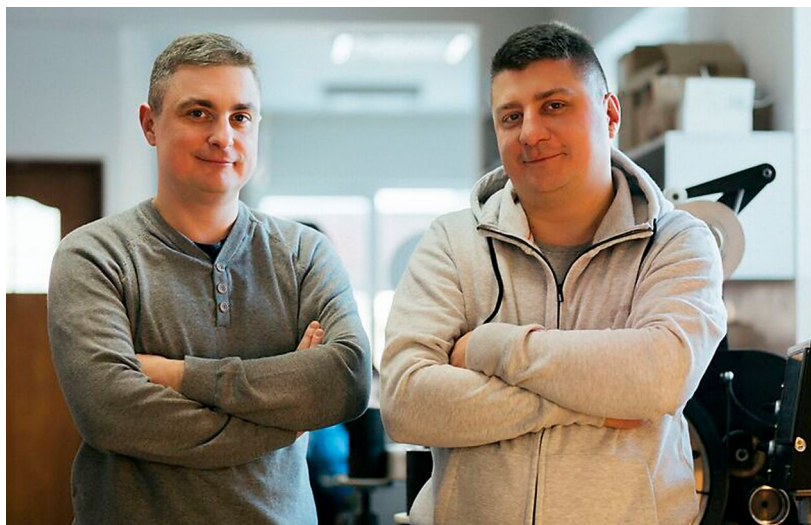


Czym zajmuje się firma?

– Toroidy.pl to marka znana na rynku europejskim od wielu lat. Obecnie jej eksport sięga już najdalszych zakątków globu jak Singapur czy Australia. Transformatory z logo Toroidy.pl można spotkać także w wielu inwestycjach amerykańskich.

W trakcie działalności Firma stała się posiadaczem trzech patentów w dziedzinie konstrukcji transformatorów toroidalnych oraz patentu na samonośną elektrownię wiatrową. Podczas prac projektowych i badawczych skupionych wokół ich przygotowania, Firma nawiązała trwałą współpracę z wyższymi uczelniami technicznymi.

Obecnie, głównym kierunkiem rozwoju jest produkcja najwyższej jakości transformatorów klasy audio oraz dalsza praca nad innowacyjną, opatentowaną, konstrukcją toroidalnego transformatora wysokonapięciowego.



Przez ponad 20 lat działalności Firma zrealizowała wiele interesujących i prestiżowych inwestycji, w trakcie których nawiązano współpracę z czołowymi producentami z branży, takimi jak: Ancient Audio, Baltlab, Lampizator, Amare Musica, Audio Valve, Bumar Polski Holding Obronny, Stocznia Marynarki Wojennej czy SeaKing. Dla każdego z powyższych partnerów stworzyliśmy urządzenia najwyższej klasy, czego potwierdzeniem są otrzymane od nich pochlebne opinie.

Kiedy zaczęliście Państwo eksportować i dlaczego firma zdecydowała się rozpocząć taką działalność?

– Firma Rozpoczęła działalność eksportową w 2004 roku. Bezpośrednim powodem rozpoczęcia działalności eksportowej było poszukiwanie niszy w której odbiorcy byli w stanie zgodzić się na ofertę mniej konkurencyjną cenowo w zamian za produkt najwyższej jakości.

A co jest przedmiotem eksportu?

– Początkowo przedmiotem eksportu były głównie transformatory mające zastosowanie w układach zasilania urządzeń elektroakustycznych i przemysłowych pod markami TOROIDY i TOROIDY for AUDIO. W roku 2014 została stworzona marka FEZZ AUDIO, pod którą oferowana jest szeroka gama wzmacniaczy lampowych hi-fi.

Kto jest odbiorcą Państwa produktów za granicą? Dokąd eksportujecie?

– Pierwszymi odbiorcami wyrobów Firmy były osoby indywidualne, próbujące swoich sił w tworzeniu konstrukcji audio. Z upływem czasu do grona odbiorców dołączyły profesjonalne firmy z branży audio oraz firmy produkujące urządzenia i maszyny przemysłowe. Natomiast głównymi odbiorcami wzmacniaczy lampowych



są firmy dystrybucyjne, które we własnym zakresie organizują promocję i sprzedaż na terenie własnego kraju.

W chwili obecnej ilość odbiorców zagranicznych, zarówno indywidualnych jak i instytucjonalnych, liczona jest w setkach podmiotów. Główne kierunki eksportu to Korea Południowa, Niemcy, Austria, kraje skandynawskie i Rosja. W mniejszym stopniu: Australia i Nowa Zelandia, Stany Zjednoczone i Kanada, Francja, Anglia, Holandia, Hiszpania i Portugalia.

Jak firma pozyskuje kontrahentów?

– Firma pozyskuje odbiorców zagranicznych poprzez udział w targach i wystawach branżowych oraz poprzez działania marketingowe on-line. Firma prowadzi prężne działania marketingowe poprzez pozycjonowanie treści w wyszukiwarkach internetowych. Istnieje także na branżowych forach internetowych. Najsilniejszym narzędziem marketingowym wydaje się być w tej chwili portal społecznościowy Facebook, na którym Firma prężnie buduje fanpage dla obu marek. Ważnym aspektem jest również tzw. „poczta pantoflowa” wśród klientów indywidualnych – poprzez branżowe fora internetowe. Firma posiada również stronę internetową dla obu marek w języku angielskim. Do największych sukcesów Firma zalicza to, że jej marki są cenione i rozpoznawane w branży praktycznie na całym świecie. Ułatwia to w znacznym stopniu pozyskanie nowych grup odbiorców.

Jakie są Pana zdaniem największe problemy/bariery w prowadzeniu działalności eksportowej?

– Jeśli chodzi o główne bariery w prowadzeniu działalności eksportowej, to w przypadku Firmy są to wysokie koszty spedycji – głównie w kierunkach azjatyckich i zamorskich, ze względu na dużą wagę oferowanych wyrobów. Kosztowne jest także uzyskanie certyfikatów wymaganych na niektórych rynkach poza Unią Europejską.

Czy przy prowadzeniu działalności eksportowej korzystają Państwo z dotacji UE?

– W prowadzeniu działalności eksportowej pomocnym dla Firmy okazały się fundusze unijne w których, w Działaniu POIG 6.1. „Paszport do eksportu” w poprzedniej perspektywie finansowania 2007–2014, Firma zrealizowała plan rozwoju eksportu.

Czy przy prowadzeniu działalności eksportowej, firma wykorzystuje rozwiązania cyfrowe?

– Firma wykorzystuje technologie cyfrowe we współpracy z kontrahentami, posiada wykonane na zamówienie oprogramowanie, pozwalające na projektowanie wyrobu pod kontem zużycia materiałów, prognozowania potrzeb zaopatrzeniowych i dbania o terminowość produkcji. Specyfikacje techniczne i produkcyjne wyrobów gromadzone są na wewnętrznych serwerach, co pozwala na pełną powtarzalność i najwyższą jakość kolejnych dostaw.

A jakie Państwo macie plany na eksport?

– Z najważniejszych planów na najbliższą przyszłość to ekspansja na rynek Stanów Zjednoczonych i Kanady.

Gdyby Państwo mieli doradzić młodej Firmie – od czego zacząć żeby eksportować z sukcesem?

Dobre rady dla Firmy rozpoczynającej działalność eksportową:

- Przede wszystkim należy postawić na jakość oferowanych produktów oraz jakość obsługi klienta – bardzo cenioną na rynkach zagranicznych.
- Ważne są indywidualnie spotkania, co w późniejszym okresie znacząco ułatwia kontakt telefoniczny i za pośrednictwem poczty elektronicznej.
- Szerokie wykorzystanie mediów społecznościowych, które są potężnym i stosunkowo tanim narzędziem marketingowym.

Jakie są trzy najważniejsze cechy dobrego eksportera?

– Trzy najważniejsze cechy dobrego eksportera to:

1. Jakość oferowanych wyrobów.
2. Terminowość dostaw.
3. Zdolność dopasowania produkcji do potrzeb danego rynku.

Odpowiedzi udzielił **Tomasz Lachowski, Wspólnik**

TOROIDY.PL Transformatory L. Lachowski Sp. k

ul. Mazowiecka 20

16-001 Księżyno

www.toroidy.pl



CONCESSION POLSKA



Od kiedy w firmie prowadzona jest działalność eksportowa?

– Od początku działalności staraliśmy się, aby wyjść ze swoimi produktami i usługami poza granice kraju. Przygotowywaliśmy się do tego od momentu powstania firmy, traktowaliśmy rynki zagraniczne jak nieograniczony ocean możliwości sprzedażowych. W związku z tym, prowadząc rekrutację, zatrudnialiśmy osoby mówiące w co najmniej jednym języku obcym oraz otwarte na podróżowanie.

Dlaczego firma zdecydowała się rozpocząć działalność eksportową?

– Idea przyswieszcającą działalności firmy było osiągnięcie stabilnej i bezpiecznej pozycji na rynku. Chcieliśmy, aby nasza firma była odporna na wahania koniunktury, sytuacje na rynku pracy oraz czynniki wpływające na ceny materiałów niezbędnych do produkcji. Czynniki wewnętrzne możemy przewidywać, mamy na nie większy wpływ. Ryzyka zewnętrzne, leżące po stronie odbiorców naszych usług, są już mniej przewidywalne. Najlepszym sposobem na zabezpieczenie się okazała się dywersyfikacja sprzedaży pod kątem rynków sprzedaży i branż do których eksportujemy nasze usługi i produkty.

Co jest przedmiotem eksportu – jak to się zmieniło w czasie?

– Jesteśmy bardzo dużą firmą stolarską, a naszym produktem są meble i zabudowy meblowe kontraktowane pod konkretne realizacje. Są to duże projekty wyłącznie w segmencie B2B takie jak: biura, galerie handlowe, salony samochodowe, wyposażenie meblowe jachtów, kina, hotele, sklepy ze słodyczami, kawiarnie. Sprzedajemy również krótkie i średnie serie mebli dla właścicieli dużych marek we wszystkich

segmentach. Wraz z upływem czasu byliśmy w stanie realizować większe projekty w sposób coraz bardziej profesjonalny, w coraz lepszej jakości i coraz szybciej. Wielkość firmy otwiera również możliwości wejścia do kolejnych segmentów niedostępnych wcześniej. Coraz większa moc produkcyjna sprawia, że jednostkowy koszt wytworzenia jest niższy, co pozwala konkurować w szerszym wycinku rynku.

Do jakich krajów prowadzony jest eksport, z iloma kontrahentami zagranicznymi współpracuje firma? Jak to się zmieniło w czasie?

– Nasi odbiorcy to kraje Unii Europejskiej, Bliski Wschód, Afryka. Zaczęliśmy od Niemiec, co było bardzo dobrą decyzją, a potem rozszerzyliśmy działalność o Afrykę oraz Arabię Saudyjską. W tej chwili skupiliśmy się na Unii Europejskiej. Eksport do krajów UE jest najmniej skomplikowany i jesteśmy tu najbardziej konkurencyjni. W czasach wyżu koniunkturalnego uważam, że trzeba korzystać z możliwości jakie stworzyła nam Unia Europejska.

W jaki sposób Firma pozyskuje kontrahentów zagranicznych?

– Źródła są różne – targi, misje gospodarcze, konferencje, ale także oczywiście kontakty bezpośrednie, rekomendacje i polecenia.

Jaki był największy Państwa sukces w działalności eksportowej?

– Wskazałbym dwa sukcesy – wejście na rynek Arabii Saudyjskiej i doświadczenia na rynku arabskim oraz współpraca z dużymi partnerami z krajów UE, przede wszystkim z Niemiec.



Największe problemy/bariery w prowadzeniu działalności eksportowej.

– Różnice kulturowe, bariery językowe, odległość, nieuczciwość, bezpieczny fracht, płatności.

Czy przy prowadzeniu działalności eksportowej korzystają Państwo z produktów bankowych lub z krajowego/unijnego wsparcia eksportowego?

– Korzystaliśmy dwa razy z dotacji UE na wsparcie eksportu. To bardzo dobre programy, aczkolwiek moim zdaniem trzeba wybrać do współpracy bardzo dobrą i doświadczoną firmę doradcą, która dokładnie będzie prowadziła beneficjenta za rękę, aby wydatkowanie środków z dotacji odbywało się zgodnie z procedurą założoną przez jednostki finansujące. Uczestniczyliśmy w misjach gospodarczych, które są bardzo dużym wsparciem i w mojej ocenie niekoniernie docenionym przez przedsiębiorców.

Korzystamy z akredytywy w Banku Pekao, a także z platformy wymiany walut, kart wielowalutowych oraz linii kredytowej. Tu z całym przekonaniem Bank Pekao ma najlepszą ofertę. Jesteśmy bardzo zadowoleni z tych produktów i ze współpracy. Przyczyniła się ona w znacznym stopniu do rozwoju naszej firmy.

Czy przy prowadzeniu działalności eksportowej, firma wykorzystuje rozwiązania cyfrowe?

– Działamy wyłącznie w segmencie B2B (Business to Business). Specyfika naszej branży i segmentu powoduje, że rozwiązania cyfrowe B2C (Business to Customer) nie znajdują u nas zastosowania. Naszym narzędziem cyfrowym jest wewnętrzny system zarządzania produkcją pozwalający na prowadzenie tak dużej firmy jak nasza w segmencie, gdzie dominują mniejsze przedsiębiorstwa. Posiadamy również aplikację mobilną, która pozwala nam kontrolować przebieg montażu.

Mamy oczywiście stronę internetową w języku polskim, angielskim i niemieckim.

Jakie są Państwa plany eksportowe?

– Naszym celem jest umocnienie swojej pozycji w krajach UE. Jesteśmy w stanie bardziej kontrolować sytuację gospodarczą w tych krajach i łatwiej nam nawiązywać relacje. Są to najbardziej opłacalne dla nas rynki z największym potencjałem.

CARPENTRY WORKS SERVICES FOR OFFICES

WWW.CONCESSION.PL

CONCESSION
CARPENTRY & CONTRACT FURNITURE

**Jakie są Pana zdaniem trzy najważniejsze rzeczy, które cechują dobrego eksportera?**

– Po pierwsze, odpowiedzialność, rozsądek i profesjonalizm – każdy kto wchodzi na rynki zagraniczne buduje opinię o polskich firmach za granicą, o marce naszego kraju. To bardzo istotne, jeżeli ktoś z zagranicznych kontrahentów zostanie narażony na straty, być może nie zdecyduje się na ponowne nawiązanie relacji z polską firmą!

Po drugie, doświadczenie i wiedza ekspercka w swojej branży, czyli bardzo dobre przygotowanie do wyjścia poza granice kraju.

Po trzecie, dobra kondycja finansowa oraz świetnie przygotowany zespół oraz znajomość języków obcych!

Gdyby Pan miał doradzić młodej firmie – od czego zacząć żeby eksportować z sukcesem?

Porad jest sporo, oto przykładowe:

Najpierw doświadczenie u siebie

– Przede wszystkim należy być ekspertem i mieć doświadczenie w tym co się robi. Takie doświadczenie powinno być zdobyte na własnym rynku. Jeżeli czujemy się bardzo pewnie na naszym podwórku, możemy myśleć o wyjściu poza granice kraju. Planując poszerzenie działalności musimy mieć konkretny plan, musimy wiedzieć dlaczego chcemy eksportować oraz czy już wyczerpaliśmy możliwości w kraju. Czy są bariery, których nie ma za granicą? W naszym przypadku wyjście za granicę było poszerzeniem działalności i dywersyfikacją portfela klientów. Musieliśmy mieć więc zapewnione stabilne źródło dochodu z działalności prowadzonej w Polsce, aby móc zrealizować potencjalne kontrakty nawet w przypadku, gdy nie byliśmy w stanie przewidzieć wszystkich okoliczności.

Gotowość na nieprzewidziane koszty

– Należy mieć świadomość, że przy realizacji pierwszych kontraktów występują bardzo często nieprzewidziane koszty dodatkowe. Należy być na to przygotowanym.

Jakie produkty i ile

Należy mieć bardzo dobrze przemyślane jakie produkty i usługi z naszej oferty chcemy eksportować.

Należy bardzo dokładnie rozeznąć się jakie są ceny na rynkach, na które chcemy eksportować i jakie ilości produktów musimy sprzedawać, aby to wszystko nam się opłacało. Czy nasza produkcja, bądź produkcja naszych kontrahentów jest gotowa na ilości, które chcemy sprzedawać.

Zdobyć klienta

Najcenniejszą radą dla młodych eksporterów jest to, aby mieli świadomość, że w każdym kraju proces sprzedaży oraz docieranie do klientów wygląda podobnie – klientów trzeba zdobyć. Jeżeli nie radzimy sobie z tym na rynku rodzimym, nie wiemy jakie są nasze przewagi, tym bardziej może być nam trudno na rynku zagranicznym. Jeżeli nie mamy unikatowego produktu, głównym naszym argumentem obok jakości, będzie cena. Musimy być pewni naszych argumentów, aby sprzedawać swoje produkty za granicą.

Zacząć od jednego klienta

Pozyskanie pierwszych klientów może być trudne, gdyż nie mamy żadnych referencji i doświadczenia w eksporcie. Nasi kontrahenci będą mieli na początku obawy. Warto np. zacząć od jednego, najlepiej niedużego klienta, którego obsługa nie będzie nas za bardzo obciążać. Zawsze łatwiej i bezpieczniej jest zamówić produkt od firmy rodzimej.

Znaleźć niszę

Jeżeli to możliwe. Najlepiej wybrać produkty, bądź usługi niszowe. Produkty, których podaż z różnych powodów jest ograniczona. W przypadku Polski przewagą są najczęściej niższe koszty wytworzenia. W przypadku naszej firmy jest to know-how i duże koszty związane z przygotowaniem produkcji, które mogą zostać poniesione w Polsce.

Różnice kulturowe

Należy być również dobrze przygotowanym pod względem różnic kulturowych. Bardzo często o powodzeniu, a raczej niepowodzeniu tego jak nas będą odbierać nasi potencjalni klienci, może zadecydować nasze zachowanie, czy sposób prowadzenia rozmowy. Każdy kraj ma swoją specyfikę i należy mieć tego świadomość.



Targi – plusy i minusy

Wybierając sposób promocji za granicą należy mieć świadomość, że targi są bardzo kosztownym działaniem promocyjnym i nie zawsze skutecznym. Na targach możemy zebrać około 200 wizytówek, a każdą osobę należy skomunikować po targach. Realnie jednak po targach możemy nawiązać od jednego do kilku kontaktów. Zastanówmy się jak długo będziemy musieli pracować za granicą, aby nakłady poniesione na targi zwróciły się nam. Pamiętajmy, że koszt wynajęcia stoiska to tylko ułamek ogółu kosztów. Pamiętajmy, że na targach międzynarodowych reprezentujemy po części nasz kraj i naszą wspólną markę polskich przedsiębiorców. ZAWSZE należy odwiedzić osobiście wcześniejszą edycję targów, w których chcemy uczestniczyć. Należy przekonać się, czy targi odpowiadają profilowi naszej działalności i jak wyglądają stoiska. Nie należy przesadzać z wielkością stoiska. Wielkość powierzchni powinna być dobrana do skali działalności naszej firmy, nie należy z nią przesadzać. Nawet jeżeli ściągniemy bardzo dużego partnera, możemy nie być w stanie go obsłużyć i finalnie stracimy czas i dobre imię.

Misje gospodarcze

– Wybierając promocję na misjach gospodarczych warto, abyśmy zapoznali się wcześniej z jakimi firmami się spotkamy oraz czy na pewno produkty, usługi i ceny będą atrakcyjne dla potencjalnych partnerów. Należy bardzo dobrze się przygotować i mieć wiedzę o rynku i o firmach z którymi się spotkamy.

Języki obce

– Osoby reprezentujące firmę powinny mówić przynajmniej biegle po angielsku. Prowadzenie rozmów

przez tłumacza jest bardzo dużą barierą. Musimy mieć świadomość, że będziemy prowadzić dalej rozmowy i współpracować codziennie mówiąc i pisać w obcym języku.

Certyfikaty, dokumenty, wysyłka

– Należy pamiętać, że w krajach dalekiego i bliskiego wschodu mamy potężną konkurencję. Musimy być pewni swoich przewag. Należy pamiętać, że prowadzenie prac za granicą jest objęte wieloma regulacjami – nawet w krajach UE. Najprostszym sposobem eksportu jest wysyłka towaru, aczkolwiek i tu należy się upewnić czy mamy wszystkie niezbędne certyfikaty i dokumenty niezbędne to tego, aby nasz produkt mógł przekroczyć docelową granicę. Trzeba pamiętać o specyfice wysyłki towarów w kontenerach, w szczególności drogą morską. O prawidłowym zabezpieczeniu ładunku, o warunkach klimatycznych.

To oczywiście nie wszystko, ale dobre zaplanowanie i ciężka praca może przynieść sukces.

Odpowiedzi udzielił **Adam Jackowski, Prezes Zarządu**

CONCESSION EUROPE Sp. z o.o.

ul. Gen. George'a Smitha Pattona 4, 15-688 Białystok

CONCESSION POLSKA Sp. z o.o.

ul. Nowy Świat 48/4, 00-363 Warszawa

CONCESSION SERVICES UK LTD.

220c Blythe Road,
London W14 0HH Company Number 9827760

www.concession.pl



ULTRON



Czym się zajmuje firma?

– Firma „ULTRON” powstała w 1989 r., a od 2000 r. jest zarządzana przez Pana Krzysztofa Krankowskiego. Firma od początku działalności jest producentem komorowych myjni natryskowych, myjni ultradźwiękowych dużych mocy w różnych gałęziach przemysłu. Projektuje i produkuje urządzenia myjące stosowane w medycynie, laboratoriach, zakładach poligraficznych, o pojemnościach od jednego do kilkunastu tysięcy litrów.

Firma wykonuje również kompletne, automatyczne linie technologiczne, które znajdują zastosowanie w różnych procesach chemicznych. Wprowadzamy najnowsze technologie zwiększające wydajność i jakość produkcji u naszych klientów. Urządzenia przez nas produkowane często dostosowujemy do indywidualnych potrzeb naszych klientów, a także tworzymy od podstaw indywidualne projekty spełniające ich oczekiwania.

Od kiedy w Firmie prowadzona jest działalność eksportowa?

– Firma „ULTRON” rozpoczęła działalność eksportową w 2001 roku. Na początku bardzo pomocne okazały się między innymi kontakty, które we wcześniejszych latach zostały nawiązane w trakcie Międzynarodowych Targów Poznańskich. Bezpośrednio na rozwój działalności eksportowej wpłynęła chęć zdobycia nowych rynków zbytu, nowych doświadczeń, możliwość rozwoju kontaktów i tym samym własny rozwój technologiczny narzucany przez zachodnie firmy konkurencyjne. Dzisiaj, oceniając nasze osiągnięcia, możemy przyznać, że udało nam się w pełni zrealizować nasze plany, nasze wyroby spełniają wysokie standardy i mogą śmiało konkurować na światowych rynkach. Osiągnęliśmy

obecnie poziom jakości gwarantującej nam naszą wysoką pozycję u zagranicznych odbiorców. Naszą przygodę z eksportem zaczynaliśmy od małych i prostych urządzeń i wraz z rozwojem firmy rozwijaliśmy nasze produkty, dziś oferując urządzenia w postaci w pełni zautomatyzowanych linii. Nasza oferta eksportowa dzisiaj to praktycznie wszystkie nasze produkty. Eksportujemy: myjki i myjnie ultradźwiękowe, natryskowe, przelotowe, linie przemysłowe (cały profil produkcyjny). Początkowo eksportowaliśmy nasze wyroby jedynie do Francji, ale bardzo szybko bo w ciągu 2–3 lat pozyskaliśmy rynek skandynawski, Niemcy, Hiszpanię, Słowację, Czechy, Białoruś, Ukrainę, Rosję, a obecnie z powodzeniem sprzedajemy nasze produkty również do Włoch, Portugalii, Belgii, Rumunii, Łotwy, Litwy, Turcji, Zjednoczonych Emiratów Arabskich, UK, USA, Meksyku, Chin, Indii z powodzeniem konkurując z lokalnymi i światowymi firmami z branży.

Jak pozyskujecie Państwo kontrahentów?

– W pozyskiwaniu nowych kontrahentów, pomaga nam coroczne uczestnictwo na targach, między innymi w Kielcach, Sosnowcu, Poznaniu, Warszawie czy Mińsku. Kontakty z nowymi klientami to także zasługa naszych pośredników w Danii, Francji i na Białorusi. Bardzo pomocna w procesie zdobywania nowych klientów okazuje się również nasza strona www w języku angielskim i rosyjskim, a także system zamówień poprzez e-mail oraz nasz sklep internetowy.

Co uważają Państwo za największy sukces w działalności eksportowej?

– Za największe sukcesy w naszej działalności eksportowej uważamy podpisanie kontraktów z czołowymi firmami z branży automotive na stałą współpracę i dostawę maszyn do ich wszystkich oddziałów na



całym świecie. Najbliższe plany to wdrożenie do oferty sprzedażowej najnowszych produktów oraz stałe zwiększanie udziału eksportu w sprzedaży.

Jakie są Pana zdaniem największe problemy/bariery w prowadzeniu działalności eksportowej?

– Jeśli mielibyśmy wskazać te rzeczy, które w naszej ocenie utrudniają nam działalność eksportową to wymienimy: skomplikowane procedury i odprawy eksportowe, wysokie ceny transportu, problemy z dostępnością aut, oraz specjalne wymogi pakowania naszych produktów na potrzeby transportu morskiego oraz kolejowego. Kłopotliwa jest również organizacja wyjazdów służbowych naszych pracowników w celu montażu i uruchomienia urządzeń, która w zasadzie dotyczy całego świata.

Czy przy prowadzeniu działalności eksportowej korzystają Państwo z produktów bankowych?

– W trakcie naszej działalności korzystamy z produktów bankowych zabezpieczających nasze interesy, takich jak gwarancje bankowe i akredytywy dokumentowe.

Jakie są trzy najważniejsze rzeczy, które cechują dobrego eksportera?

– Według firmy „ULTRON”, trzy najważniejsze cechy dobrego eksportera, to:

- dobry produkt,
- profesjonalne i indywidualne podejście do każdego klienta,
- komunikacja w języku angielskim i rosyjskim.

Gdyby Państwo mieli doradzić młodej Firmie – od czego zacząć żeby eksportować z sukcesem?

– Rada dla młodej firmy, chcącej rozpocząć działalność eksportową: pokazać się z dobrym produktem na targach branżowych w kraju do którego chce się eksportować oraz pozyskać dobrego przedstawiciela handlowego z tego kraju, znającego lokalne przepisy, lokalny rynek i realia nim rządzące.

Odpowiedzi na pytania udzieliła **Monika Krankowska, Dyrektor**

„ULTRON” Zakład Urządzeń Elektronicznych

ul. Olsztyńska 66

11-001 Dywity / k. Olsztyna

www.ultron.pl





„KARO” Wojciech Megier



Czym zajmuje się firma?

– Firma PPU „Karo” znajduje się w województwie pomorskim, w powiecie bytowskim, gmina Lipnica. Firma istnieje od 1994 roku, obecnie zatrudnia ok. 180 osób.

Od początku istnienia firmy zajmujemy się produkcją szeroko pojętej galanterii ogrodowej. W gamie naszych produktów znajdują się różnego rodzaju płyty lamełowe (proste, z łukiem, z kratką), płotki wbijane, pergole, podesty, rollbordery, donice, piaskownice i inne.

Od kiedy prowadzą Państwo działalność eksportową?

– Przygodę z eksportem rozpoczęliśmy w 1996 roku. Było to efektem poszukiwania nowych, zdecydowanie większych rynków zbytu oraz lepszych cen za produkowane przez nas wyroby.

Jakie są kierunki eksportu?

– Głównymi kierunkami eksportu naszych wyrobów są Niemcy, Francja, Dania, Austria, Norwegia. W miarę

upływu czasu i zdobywania nowych rynków rozpoczynamy współpracę z nowymi klientami. Jesteśmy znani i rozpoznawalni na rynku, jakość naszych produktów jest dla nas najważniejsza, rekomendacje zadowolonych klientów oraz posiadana przez nas bardzo dobra opinia na europejskim rynku sprawia, że potencjalni klienci sami nas wyszukują. Bardzo pomocna w procesie pozyskiwania nowych klientów jest również strona internetowa w języku angielskim i rosyjskim. Potwierdzeniem sukcesu w działalności eksportowej jest fakt iż produkcja eksportowa (poza transportem krajowym) stanowi około 80% działalności firmy.

Jakie są Państwa przewagi konkurencyjne?

– W 2007 roku wybudowaliśmy nowy zakład, co znacznie zwiększyło nasze możliwości produkcyjne. Posiadamy nowoczesne linie technologiczne i maszyny do obróbki drewna. Nasze wyroby cechują się bardzo wysoką jakością pod względem produkcji i impregnacji. W sprzedaży posiadamy również wysokiej jakości korę sosnową pakowaną w worki 80-litrowe i luzem w różnych frakcjach. W trosce o wysoką jakość i trwałość, wszystkie nasze wyroby impregnowane są ciśnieniowo, bezchromowym środkiem ekologicznym we własnym nowoczesnym autoklawie. Drewno używane do produkcji pochodzi głównie od dostawców posiadających certyfikat FSC®. Ponadto jako firma KARO od 2005 roku posiadamy swój odrębny certyfikat FSC®, a od 2013 roku posiadamy również certyfikat PEFC™.

Jesteśmy firmą kreatywną, otwartą na aktualne potrzeby rynku i przewidującą kierunki jego rozwoju. Nasze wyroby z powodzeniem nadążają za zmianami na rynku i ewoluują na skutek zmieniającej się „mody” i konieczności przedstawiania coraz to nowszych wzorów i rozwiązań. Stawiamy na ciągły





rozwój i udoskonalenia tak, aby nasze produkty coraz lepiej zaspokajały potrzeby naszych klientów. Chętnie uwzględniamy ich opinie i wprowadzamy do produkcji nowe produkty.

Oprócz nowoczesnego parku maszynowego, posiadamy również własny transport międzynarodowy, leśny i kontenerowy oraz świadczymy usługi w tym związane.

Czy korzystacie Państwo z instrumentów bankowych przy transakcjach eksportowych?

– Prowadząc naszą codzienną działalność korzystamy z platformy wymiany walut oraz z produktów bankowych zabezpieczających kursy walutowe.

Czy korzystacie Państwo z technologii cyfrowych w działalności eksportowej?

– We współpracy z klientami korzystamy z technologii cyfrowych opartych na własnych, stworzonych przez nas arkuszach do zestawienia i planowania procesu produkcyjnego.

Jakie plany macie Państwo jeśli chodzi o rozwój?

– Nasze plany to zdobywanie nowych rynków i ciągłe zwiększanie udziału eksportu w naszej sprzedaży.

Jakie są trzy najważniejsze rzeczy, które cechują dobrego eksportera?

– W naszej ocenie trzy najważniejsze cechy dobrego eksportera, to:

- tzw. wyczucie rynku i jego potrzeb,
- elastyczność w szybkiej zmianie produkcji i dostosowanie jej do potrzeb rynku,
- jakość produkowanych wyrobów.

Gdyby Państwo mieli doradzić młodej Firmie – od czego zacząć, żeby eksportować z sukcesem?

– Nasza rada dla młodej Firmy myślącej o rozpoczęciu działalności eksportowej:

Nie bójcie się zacząć sprzedawać swoje wyroby na rynek zagraniczny. Postawcie na jakość swoich wyrobów i zaryzykujcie.

Odpowiedzi udzielił **Wojciech Megier, Właściciel**

Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Usługowe „KARO” Wojciech Megier

Sątoczno 9

77-130 Lipnica

www.megier.pl



Rondo



Od kiedy w Firmie prowadzona jest działalność eksportowa?

– Firma Rondo działa w branży odzieżowej. Od 1996 roku wykonujemy usługi krawieckie dla zachodnich marek odzieżowych, specjalizujących się w sprzedaży krótkich kolekcji spodni w ekskluzywnych butikach na terenie Europy Zachodniej jak również Ameryki Północnej.

Dlaczego Firma zdecydowała się rozpocząć działalność eksportową?

– Impulsem dla nas była oferta współpracy w zakresie produkcji spodni z renomowaną niemiecką firmą na bardzo dobrych warunkach finansowych.

Co jest przedmiotem eksportu – jak to się zmieniło w czasie?

– Nasza główna produkcja skupia się na spodniach damskich typu moda, sport, jeans. Są to spodnie z tzw. segmentu „premium”.

Do jakich krajów prowadzony jest eksport?

– Współpracujemy z odbiorcami głównie z Niemiec, ale także z innych krajów Europy Zachodniej. Eksportujemy też do Ameryki Północnej.

W jaki sposób Firma pozyskuje kontrahentów zagranicznych?

– Najważniejsze dla pozyskania nowych relacji są rekomendacje firmy poprzez kontakty indywidualne.

Co uważa Pan za największy sukces w działalności eksportowej?

– Naszym sukcesem jest bez wątpienia nieprzerwana współpraca z naszym podstawowym partnerem przez okres ostatnich 22 lat.

Jakie są Pana zdaniem największe problemy/bariery w prowadzeniu działalności eksportowej?

– Moim zdaniem ogólnie problemem jest niestabilność przepisów podatkowych w Polsce. Z punktu widzenia firmy współpracującej z rynkami zagranicznymi problemem zawsze jest niestabilność kursów walut, która wpływa na opłacalność kontraktów. Wskazałbym też na brak preferencji podatkowych na inwestycje dla funkcjonujących małych i średnich przedsiębiorstw. Obecnie dużą barierą jest także brak na rynku fachowców i wykwalifikowanych pracowników.

Czy przy prowadzeniu działalności eksportowej korzystają Państwo z produktów bankowych?

– Korzystamy z kredytów obrotowych związanych z działalnością i realizowanymi zamówieniami.





Czy przy prowadzeniu działalności eksportowej Firma wykorzystuje rozwiązania cyfrowe, np. czy wykorzystuje Internet do sprzedaży swoich produktów?

– Posiadamy stronę internetową w języku angielskim, niemieckim i rosyjskim. Korzystamy też z platformy sprzedaży internetowej B2B i B2C w zakresie sprzedaży krajowej.

Jakie są Państwa plany eksportowe na przyszłość?

– Naszym celem jest pozyskiwanie nowych klientów w ramach dywersyfikacji rynku zbytu usług i produktów.

Jakie są trzy najważniejsze rzeczy, które cechują dobrego eksportera?

– Według mnie to po pierwsze fachowość, po drugie empatia na potrzeby klienta, a po trzecie lojalność.

Gdyby Państwo mieli doradzić młodej Firmie – od czego zacząć, żeby eksportować z sukcesem?

– Żeby startować na rynku zagranicznym trzeba przede wszystkim oferować bardzo dobry produkt lub usługę. Jeżeli chodzi o potencjalnych partnerów biznesowych polecałbym wybierać ich z dużą ostrożnością (krok po kroku), ale potem koniecznie budować partnerskie relacje oparte na zaufaniu. W swojej działalności trzeba być bardzo konsekwentnym i cierpliwym, nie zrażać się pierwszymi niepowodzeniami. Sukces nie przychodzi od razu.

Odpowiedzi udzielił **Marek Gizicki, Prezes Zarządu**

Rondo Spółka z o.o.

ul. Fabryczna 1A

34-300 Żywiec

www.rondo-fashion.pl





Promot Zakłady Metalowe



Od kiedy w Firmie prowadzona jest działalność eksportowa i dlaczego zdecydowaliście się Państwo ją rozpocząć?

– Prowadzimy działalność eksportową od końca lat 90-tych ubiegłego stulecia. Nasz profil produkcji został od początku działalności Spółki ukierunkowany na sektor automotive. W Polsce ten sektor w praktyce nie istnieje, więc eksport jest jedynym rozwiązaniem w naszej branży. Polskie firmy z uwagi na dobry poziom techniczny i relatywnie niskie koszty pracy, mogły zaoferować produkty w konkurencyjnych cenach dla producentów samochodów i ich podzespołów z Europy Zachodniej i USA. Promot wykorzystał tą szansę.

Co jest przedmiotem eksportu – jak to się zmieniło w czasie?

– Przedmiotem eksportu są odkuwki obrabiane mechanicznie, które znajdują zastosowanie w różnych podzespołach samochodowych, a także w maszynach

budowlanych i rolniczych. Początkowo klienci zamawiali proste części kute, bez obróbki mechanicznej. Jednak z upływem czasu klienci nabrali zaufania do naszych produktów i rozpoczęliśmy dostawy coraz bardziej skomplikowanych elementów obrabianych mechanicznie, które obecnie bez potrzeby dalszych obróbek i kontroli po stronie klienta montowane są bezpośrednio w samochodach.

Do jakich krajów prowadzony jest eksport, z iloma kontrahentami zagranicznymi współpracuje Firma? Jak to się zmieniło w czasie?

– Nasza firma w dziewięćdziesięciu procentach prowadzi działalność eksportową. Nasi klienci pochodzą z USA, Niemiec, Hiszpanii, Luksemburga, Czech, Portugalii i Brazylii.

W jaki sposób Firma pozyskuje kontrahentów zagranicznych?

– Awans do pierwszej ligi dostawców na linii montażowe samochodów na całym świecie to żmudny i bardzo czasochłonny proceder. Jesteśmy zarejestrowani w wielu informatycznych sieciach firm automotive, jako potencjalni dostawcy. Zanim jednak ktoś zostaje takim dostawcą, musi przejść szereg audytów jakościowych, w których bada się naszą wiedzę i umiejętności z dziedziny procedur jakościowych. Po pozytywnych audytach otrzymujemy zapytania ofertowe, po czym następuje dogłębne analizowanie możliwości produkcyjnych z uwzględnieniem wymagań klienta, analiza ryzyk, dopasowaniem parku maszynowego i innych istotnych elementów procesu. Otrzymanie nominacji do produkcji często oznacza długoletni kontrakt na zwiększoną partię detali z dotrzymaniem warunków jakościowych i częstymi audytami ze strony klienta.





Jakie są Państwa największe sukcesy w działalności eksportowej?

– Naszym sukcesem jest długoletnia współpraca z czołowymi światowymi klientami z USA oraz Europy Zachodniej i dostawy najwyższych jakościowo detali.

Jakie są Państwa zdaniem największe problemy/ bariery w prowadzeniu działalności eksportowej?

– W naszej branży najważniejszą kwestią jest stabilność. Wszelkie zakłócenia związane ze zmianami prawnymi, gospodarczymi oraz wewnętrznymi są postrzegane jako zagrożenia. Aby być konkurencyjnym, firma musi stosować nowoczesne technologie, które są kapitałochłonne, w związku z czym mogą pojawić się trudności w pozyskaniu kapitału np. linii kredytowych na duże inwestycje. Kolejnym ważnym elementem jest ryzyko kursowe związane z prowadzoną działalnością.

Czy przy prowadzeniu działalności eksportowej korzystają Państwo z produktów bankowych lub z krajowego/unijnego wsparcia eksportowego?

– Spółka korzysta z kredytu na rozbudowę hal produkcyjnych. Nie korzystamy z unijnego wsparcia eksportowego.

Czy przy prowadzeniu działalności eksportowej Firma wykorzystuje rozwiązania cyfrowe, np. czy wykorzystuje Internet do sprzedaży swoich produktów?

– Działalność eksportowa do sektora automotive nie odbywa się poprzez ogólnodostępne platformy handlowe. Wizerunek i obecność na rynkach motoryzacyjnych budujemy poprzez świetną jakość naszych wyrobów, terminowe dostawy oraz dobrą cenę. Bywamy obecni w serwisach branżowych. Na co dzień porozumiewamy się z klientami na dedykowanych temu serwisach informatycznych do przekazywania danych na temat zamówień, terminów dostaw, planowania. Firma korzysta z platformy B2B we współpracy z kilkoma klientami zagranicznymi.

Posiadamy oczywiście stronę internetową w języku polskim, angielskim oraz niemieckim.



Jakie są Państwa plany eksportowe na przyszłość?

– Promot planuje w najbliższych latach dalszy rozwój produkcji elementów metalowych do samochodów, w tym samochodów elektrycznych. Planowana jest rozbudowa obu zakładów i poszerzenie parku maszynowego.

Jakie są trzy najważniejsze rzeczy, które cechują dobrego eksportera?

– Po pierwsze, najwyższa jakość wyrobów, po drugie elastyczność, a po trzecie otwartość.

Gdyby Państwo mieli doradzić młodej Firmie – od czego zacząć żeby eksportować z sukcesem?

– Najważniejsze to zbudowanie dobrej kadry fachowców. Dobrego biznesu nie zrobi się też bez umiejętności wysłuchania potrzeb klienta. W dzisiejszym świecie liczy się także umiejętność szybkiej reakcji na zmiany.

Na pytania odpowiadała **Karina Chybiorz, Dyrektor ds. Administracji**

Promot Zakłady Metalowe Sp. z o.o.

ul. Frysztacka 49

43-400 Cieszyn

www.promot-zm.com



Poldent

Poldent[®]

endo★star

Od jak dawna Państwa firma prowadzi działalność eksportową?

– Poldent eksportuje od swojego powstania, czyli od 1990 roku. Początkowo eksportowaliśmy 100% naszej produkcji – były to półprodukty, które były potem przetwarzane dalej. Po roku jednak zaczęliśmy eksportować pełne produkty, a także sprzedawać je na rynku polskim. Obecnie eksport stanowi około 40% wartości całego naszego obrotu produkcji i dystrybucji innych towarów dentystycznych oraz ponad 70% naszej produkcji.

Dlaczego Firma zdecydowała się rozpocząć działalność eksportową?

– Produkuje niszowe produkty. Na świecie jest kilkanaście firm, które zajmują się taką działalnością i wszystkie eksportują swoje wyroby. Żaden pojedynczy rynek, nawet największy, np. USA, nie jest w stanie zapewnić odpowiednich wolumenów sprzedaży, dlatego w tej branży eksport na wiele rynków jest niezbędny dla opłacalności.

Co jest przedmiotem eksportu i jakie są jego kierunki?

– Poldent eksportuje dentystyczne instrumenty do leczenia kanałowego. Na początku eksportowaliśmy głównie do naszego partnera szwedzkiego, a nasze instrumenty były sprzedawane w Europie, głównie w Skandynawii. Obecnie sprzedajemy je do ponad 70 krajów świata na wszystkich kontynentach i ciągle rozszerzamy listę odbiorców.

Teraz przede wszystkim bardzo rozwojowym kierunkiem jest Azja ze względu na potencjał ludnościowy, czyli liczbę potencjalnych pacjentów stomatologicznych. Kraje azjatyckie bardzo szybko rozwijają się, a przede wszystkim rozwija się w nich klasa średnia, która dba o swoje zęby.

W jaki sposób firma pozyskuje kontrahentów zagranicznych?

– Przede wszystkim biorąc udział w branżowych targach dentystycznych na całym świecie. Jest to najlepsze miejsce spotkań branży dentystycznej.

Jaki jest Państwa największy sukces w działalności eksportowej?

– Trudno jest mówić o jakimś jednym największym sukcesie. Obecnie staramy się mocno wypromować naszą markę instrumentów endodontycznych Endostar. Zaczyna ona być coraz bardziej rozpoznawana, a lekarze dentyści z wielu krajów świata pytają się o nasze instrumenty. I to uznają za pierwszy krok do rzeczywistego sukcesu. Tym bardziej, że prawie cała nasza konkurencja to znacznie większe firmy, które powstawały w latach 50. 60. poprzedniego stulecia w rozwiniętych krajach świata i miały znacznie więcej lat na budowanie marki oraz mają znacznie większe możliwości finansowe.

Jakie zdaniem Państwa są największe problemy, bariery w prowadzeniu działalności eksportowej?

– Główne bariery w naszej branży to certyfikacja i rejestracja wyrobów medycznych, skomplikowane procedury dokumentacyjne. Instrumenty endodontyczne (do leczenia kanałowego) są wyrobem medycznym. W Unii Europejskiej obowiązują jednolite reguły związane z wyrobami, a więc mając znak CE możemy nasze wyroby swobodnie sprzedawać na Wspólnym Rynku. Poza UE każdy kraj ma swoje własne wymogi dotyczące wyrobów medycznych. W większości krajów trzeba wyroby medyczne zarejestrować, co jest procedurą długą, skomplikowaną i bardzo kosztowną. Procedury dokumentacyjne w różnych krajach są też skomplikowane, trzeba je dobrze poznać, aby móc tam



wysłać nasze instrumenty. Przykładowo w Chinach, dokąd nie zdecydowaliśmy się eksportować, jest to proces trwający 2 lata i kosztujący ponad 100 tys. USD. Wpływa to znacząco na opłacalność rejestracji i działalności na takim rynku.

Osobna kwestia to brak, moim zdaniem, sensownych ubezpieczeń eksportowych dla małych transakcji. Ubezpieczenia eksportu są przewidziane przede wszystkim dla dużych transakcji, a my, pracując na rynku niszowym, takich transakcji nie mamy. Transakcje do kilku tysięcy EUR z małymi lokalnymi firmami są uznawane przez ubezpieczycieli albo za niewarte „zawracania głowy” albo bardzo ryzykowne z wysokimi stawkami ubezpieczeniowymi.

Czy korzystają Państwo z krajowego lub unijnego wsparcia eksportowego?

– Tak, obecnie mamy dofinansowanie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości do eksportu w Indiach.

Czy przy prowadzeniu działalności eksportowej firma wykorzystuje rozwiązania cyfrowe?

– Wykorzystujemy serwisy społecznościowe do promocji naszych produktów oraz do bardzo ważnej działalności, jaką są szkolenia dla lekarzy dentyстів. Wykorzystujemy także oczywiście naszą stronę internetową www.endostar.eu. Jest ona prowadzona w trzech językach obcych: po angielsku, rosyjsku, francusku i oczywiście także po polsku.

Jakie macie Państwo plany związane z eksportem?

– Nasz cel to pozyskanie dobrych dystrybutorów w krajach, w których jeszcze nie działamy. W marcu 2019 r. w Kolonii organizowana jest największa wystawa dentystyczna. Jest to miejsce spotkań całej branży, do którego przyjeżdżają dystrybutorzy z całego świata i mamy nadzieję, że rozszerzymy wkrótce listę krajów, do których sprzedajemy nasze instrumenty.

Jakie są 3 najważniejsze rzeczy, które cechują dobrego eksportera?

– Najważniejszy jest dobry zespół ludzi, którzy zajmują się eksportem, wiedza na temat rynków, na które sprzedajemy nasze produkty, ciągłe uczenie się tych rynków i utrzymywanie dobrych relacji z partnerami zagranicznymi z dużym poszanowaniem ich kultury i obyczajów.

Gdyby Państwo mieli doradzić młodej firmie – od czego zacząć żeby eksportować z sukcesem?

– Najważniejsze to skompletowanie dobrego zespołu ludzi, zdobycie jak największej wiedzy o rynkach, na które chcemy eksportować i praca, praca, praca z tymi rynkami.

Odpowiedzi udzieliła **Małgorzata Nowak-Niedźwiedzka, Wiceprezes Firmy**

Poldent Sp. z o.o.

ul. Dzika 2

00-194 Warszawa

www.endostar.eu/pl/

www.poldent.pl



Larix



Od Jak dawna eksportują Państwo swoje wyroby?

– Zakład stolarski Larix powstał w maju 2002 roku. Od początku istnienia firmy stawiamy na eksport – naszym założeniem było rozwijanie się na rynku rodzimym i zagranicznym.

Co jest przedmiotem eksportu – jak to się zmieniło w czasie?

– Początkowo eksportowaliśmy schody i ich elementy. W miarę upływu lat rozszerzyliśmy asortyment o drzwi zewnętrzne, wewnętrzne, okna drewniane, PCV, aluminium oraz bramy garażowe. Dziś współpracujemy jeszcze w zakresie silników do bram zewnętrznych.

Do jakich krajów prowadzony jest eksport, z iloma kontrahentami zagranicznymi współpracuje Firma? Jak to się zmieniło w czasie?

– Naszym odbiorcą jest obecnie przede wszystkim rynek niemiecki, jednak zamówienia realizujemy praktycznie w całej Europie. Najwięksi kontrahenci są w Niemczech i Danii.

W jaki sposób Firma pozyskuje kontrahentów zagranicznych?

– Dziś, w dobie wielu producentów i szerokiego asortymentu, najlepszą reklamą jest jakość produktu oraz obsługa klienta. Każdy bardzo dobrze wykonany produkt przynosi nowe realizacje.

Co uważają Państwo za swój największy sukces w działalności eksportowej?

– Dla nas realizacja i pozyskanie nowego klienta, nawet najmniejszego, jest największym sukcesem.

Jakie są zdaniem Państwa największe problemy/bariery w prowadzeniu działalności eksportowej?

– Bariery w budowaniu i rozwijaniu firmy mogą być przede wszystkim zasoby ludzkie. Staramy się poprzez szkolenia rozwijać nowo zatrudnionych pracowników, żeby tę barierę niwelować.

Czy przy prowadzeniu działalności eksportowej Firma wykorzystuje rozwiązania cyfrowe, np. czy wykorzystuje Internet do sprzedaży swoich produktów?

– Dziś nie wyobrażamy sobie pracy bez dostępu do Internetu. Każda nowinka jest analizowana przez zespół naszych ludzi i gdy widzimy szansę w ulepszeniu naszej firmy, to oczywiście staramy się to dostosować do naszych celów. Posiadamy oczywiście stronę internetową w języku niemieckim oraz angielskim.

Czy Firma wykorzystuje technologie cyfrowe we współpracy z kontrahentami?

– Firmy, z którymi współpracujemy, dają nam dostęp do portali, w których widzimy cały proces zamówienia oraz dostawy. Pozwala nam to planować z wyprzedzeniem realizowane projekty. W firmie stosujemy zaprojektowane przez nas systemy ułatwiające nam procesy realizacji zamówień.

Jakie są Państwa zdaniem trzy najważniejsze rzeczy, które cechują dobrego eksportera?

– Uważamy, że najważniejsze sprawy w działalności eksportowej to obsługa klienta, jakość wyrobów i terminowość dostaw.

Na pytania odpowiadali **Waldemar Czepułkowski** oraz **Sylwester Rymar, Wspólnicy**

Larix Spółka Jawna, W. Czepułkowski & S. Rymar
ul. Dargomyska 16
74-400 Dębno
www.larix.org.pl

Źródła danych

- 1 Eurostat, Annual national accounts, <http://ec.europa.eu/eurostat>
- 2 NBP, Bilans płatniczy, <http://www.nbp.pl/>
- 3 Eurostat, International trade in goods, <http://ec.europa.eu/eurostat>
- 4 Eurostat, International trade in goods, <http://ec.europa.eu/eurostat>
- 5 GUS, Bilansowe wyniki finansowe podmiotów gospodarczych w 2017 r., <http://stat.gov.pl/>
- 6 GUS, Bilansowe wyniki finansowe podmiotów gospodarczych w 2017 r., <http://stat.gov.pl/>
- 7 GUS, Bilansowe wyniki finansowe podmiotów gospodarczych w 2017 r., <http://stat.gov.pl/>
- 8 Eurostat Comprehensive Database on Digital Economy and Society (2018) – Enterprises
- 9 Eurostat Comprehensive Database on Digital Economy and Society (2018) – Enterprises
- 10 Eurostat Comprehensive Database on Digital Economy and Society (2018)
- 11 Eurostat Comprehensive Database on Digital Economy and Society (2018)
- 12 Eurostat Comprehensive Database on Digital Economy and Society (2018) – Enterprises
- 13 Eurostat Comprehensive Database on Digital Economy and Society (2018) – Households/Individuals

Aneks statystyczny

Zestawienie wielkości wskaźników koniunktury według województw, wielkości firmy oraz branży.

Kolorem niebieskim zaznaczono najniższą wartość indeksu pośród branż, zaś kolorem zielonym wyróżniono najwyższą wartość indeksu pośród branż.



TABELA 1

Ogólny Wskaźnik
Koniunktury w ostatnich
12 miesiącach

	Wielkość firmy			Branża			
	Razem	Mikro	Małe	Budownictwo	Usługi	Handel	Produkcja
Dolnośląskie	101	101	103	105	102	98	104
Kujawsko-pomorskie	99	99	96	101	101	95	104
Lubelskie	101	101	92	104	102	99	99
Lubuskie	100	100	99	103	101	95	103
Łódzkie	97	97	101	103	100	94	96
Małopolskie	101	101	102	100	102	99	105
Mazowieckie	99	99	99	99	100	99	92
Opolskie	99	99	106	100	101	99	95
Podkarpackie	102	102	103	106	102	100	105
Podlaskie	101	101	99	106	103	97	98
Pomorskie	101	101	102	104	101	101	101
Śląskie	101	101	102	103	101	100	101
Świętokrzyskie	103	103	104	104	101	102	109
Warmińsko-mazurskie	101	101	98	103	100	102	96
Wielkopolskie	100	100	102	102	100	99	97
Zachodniopomorskie	99	99	101	106	100	92	100
Polska	100	100	100	103	101	98	99

TABELA 2

Ogólny Wskaźnik
Koniunktury w przyszłych
12 miesiącach

	Wielkość firmy			Branża			
	Razem	Mikro	Małe	Budownictwo	Usługi	Handel	Produkcja
Dolnośląskie	102	102	101	105	102	100	102
Kujawsko-pomorskie	100	100	97	101	101	96	103
Lubelskie	103	103	96	103	102	102	107
Lubuskie	102	102	98	103	100	103	103
Łódzkie	100	100	102	104	101	100	98
Małopolskie	101	101	100	98	101	101	103
Mazowieckie	99	99	97	98	100	99	97
Opolskie	100	100	101	99	101	99	100
Podkarpackie	101	101	102	104	102	100	103
Podlaskie	102	102	99	106	103	98	102
Pomorskie	100	100	102	103	101	98	100
Śląskie	101	101	100	101	101	100	104
Świętokrzyskie	105	105	101	107	102	107	105
Warmińsko-mazurskie	101	101	99	102	100	102	104
Wielkopolskie	100	99	101	99	101	99	98
Zachodniopomorskie	100	100	98	104	99	97	102
Polska	101	101	99	102	101	100	101



	Wielkość firmy			Branża			
	Razem	Mikro	Małe	Budownictwo	Usługi	Handel	Produkcja
Dolnośląskie	100	100	100	108	101	97	96
Kujawsko-pomorskie	98	99	94	102	101	91	105
Lubelskie	102	102	90	108	101	101	99
Lubuskie	100	100	102	105	102	98	97
Łódzkie	97	97	102	107	98	94	100
Małopolskie	100	100	99	97	103	96	106
Mazowieckie	97	97	100	96	97	103	85
Opolskie	99	99	101	108	98	98	100
Podkarpackie	107	106	107	109	105	105	112
Podlaskie	99	99	100	110	106	90	89
Pomorskie	99	99	102	108	99	101	93
Śląskie	101	101	104	103	100	100	101
Świętokrzyskie	106	106	110	107	103	107	113
Warmińsko-mazurskie	101	101	91	108	100	101	95
Wielkopolskie	99	99	100	104	99	99	98
Zachodniopomorskie	98	98	100	108	99	85	106
Polska	100	100	100	104	100	98	98

TABELA 3

Ocena sytuacji polskiej gospodarki w ostatnich 12 miesiącach

	Wielkość firmy			Branża			
	Razem	Mikro	Małe	Budownictwo	Usługi	Handel	Produkcja
Dolnośląskie	98	98	96	100	97	97	97
Kujawsko-pomorskie	94	94	92	93	94	91	99
Lubelskie	98	98	89	97	96	99	102
Lubuskie	94	94	89	104	93	94	89
Łódzkie	95	95	96	100	93	95	94
Małopolskie	94	94	88	87	95	94	97
Mazowieckie	92	92	93	85	93	93	91
Opolskie	93	93	93	93	93	90	95
Podkarpackie	99	99	101	102	99	99	96
Podlaskie	96	96	90	101	98	89	94
Pomorskie	92	92	95	97	93	90	91
Śląskie	95	95	93	95	94	93	102
Świętokrzyskie	103	103	100	103	97	110	104
Warmińsko-mazurskie	97	97	94	102	94	96	102
Wielkopolskie	95	95	96	96	94	95	93
Zachodniopomorskie	94	94	91	100	91	86	110
Polska	95	95	93	95	94	94	97

TABELA 4

Ocena sytuacji polskiej gospodarki w najbliższych 12 miesiącach



TABELA 5

Ocena sytuacji w branży
w ostatnich 12 miesiącach

	Wielkość firmy			Branża			
	Razem	Mikro	Małe	Budownictwo	Usługi	Handel	Produkcja
Dolnośląskie	100	100	102	111	102	93	102
Kujawsko-pomorskie	97	97	91	101	99	92	102
Lubelskie	98	98	86	110	100	93	95
Lubuskie	96	96	98	105	99	87	97
Łódzkie	94	94	100	108	99	90	90
Małopolskie	100	100	100	102	101	96	109
Mazowieckie	97	97	96	99	99	99	84
Opolskie	96	96	103	105	97	95	89
Podkarpackie	102	102	105	109	103	99	103
Podlaskie	99	99	97	113	101	94	88
Pomorskie	99	99	95	106	98	98	98
Śląskie	99	99	101	106	98	97	100
Świętokrzyskie	103	103	98	102	103	101	111
Warmińsko-mazurskie	101	101	95	104	99	105	95
Wielkopolskie	98	98	99	105	99	95	95
Zachodniopomorskie	97	97	100	109	98	89	96
Polska	98	98	98	105	99	95	96

TABELA 6

Ocena sytuacji
w branży w najbliższych
12 miesiącach

	Wielkość firmy			Branża			
	Razem	Mikro	Małe	Budownictwo	Usługi	Handel	Produkcja
Dolnośląskie	97	97	97	102	100	92	94
Kujawsko-pomorskie	95	95	94	98	98	90	98
Lubelskie	101	101	90	102	100	98	110
Lubuskie	98	98	94	101	96	98	103
Łódzkie	97	97	99	103	99	97	92
Małopolskie	98	98	96	94	99	97	99
Mazowieckie	94	94	94	94	97	91	89
Opolskie	99	99	93	101	98	100	100
Podkarpackie	100	100	97	106	101	96	100
Podlaskie	99	99	93	105	101	89	101
Pomorskie	96	96	101	103	97	91	96
Śląskie	98	98	95	97	98	98	101
Świętokrzyskie	104	104	98	105	101	106	109
Warmińsko-mazurskie	98	99	94	100	96	101	101
Wielkopolskie	97	97	101	97	99	93	99
Zachodniopomorskie	97	98	92	102	96	94	101
Polska	97	97	96	99	98	95	98



	Wielkość firmy			Branża			
	Razem	Mikro	Małe	Budownictwo	Usługi	Handel	Produkcja
Dolnośląskie	103	103	107	109	105	97	111
Kujawsko-pomorskie	102	102	101	105	103	95	110
Lubelskie	102	103	92	106	105	99	102
Lubuskie	103	103	102	108	104	95	107
Łódzkie	98	98	101	109	104	94	91
Małopolskie	103	103	104	103	104	100	107
Mazowieckie	100	100	99	105	102	99	91
Opolskie	101	101	109	102	104	100	94
Podkarpackie	105	106	104	112	105	101	113
Podlaskie	104	105	102	112	106	97	104
Pomorskie	104	104	104	109	104	104	101
Śląskie	104	104	103	108	105	100	103
Świętokrzyskie	106	106	102	108	103	106	113
Warmińsko-mazurskie	102	103	97	109	102	105	87
Wielkopolskie	101	101	102	107	103	99	95
Zachodniopomorskie	102	102	102	111	103	93	101
Polska	102	102	102	107	104	99	101

TABELA 7

Ocena sytuacji firmy
w ostatnich 12 miesiącach

	Wielkość firmy			Branża			
	Razem	Mikro	Małe	Budownictwo	Usługi	Handel	Produkcja
Dolnośląskie	104	104	103	110	104	101	104
Kujawsko-pomorskie	101	102	97	101	104	96	106
Lubelskie	107	107	94	104	105	107	114
Lubuskie	105	105	100	103	103	105	114
Łódzkie	103	103	104	108	105	102	97
Małopolskie	105	105	107	103	106	104	106
Mazowieckie	102	102	97	103	103	101	98
Opolskie	103	103	106	98	104	101	107
Podkarpackie	103	103	102	102	105	101	105
Podlaskie	105	105	102	110	105	100	105
Pomorskie	103	103	107	107	105	100	103
Śląskie	105	105	103	106	103	103	111
Świętokrzyskie	108	108	99	112	105	111	107
Warmińsko-mazurskie	104	104	103	103	102	107	108
Wielkopolskie	102	102	104	101	104	100	99
Zachodniopomorskie	102	102	99	107	103	99	101
Polska	103	103	101	105	104	102	104

TABELA 8

Ocena sytuacji
firmy w najbliższych
12 miesiącach



TABELA 9

Ocena przychodów
w ostatnich 12 miesiącach

	Wielkość firmy			Branża			
	Razem	Mikro	Małe	Budownictwo	Usługi	Handel	Produkcja
Dolnośląskie	103	103	107	107	104	97	114
Kujawsko-pomorskie	101	101	100	109	103	92	107
Lubelskie	102	102	93	104	105	100	100
Lubuskie	101	101	99	103	102	93	110
Łódzkie	98	97	103	105	102	93	95
Małopolskie	106	105	113	106	105	105	111
Mazowieckie	99	99	100	101	102	96	88
Opolskie	99	99	109	97	103	96	92
Podkarpackie	102	102	103	110	102	98	107
Podlaskie	103	103	102	106	105	99	104
Pomorskie	104	104	111	105	104	102	106
Śląskie	103	103	105	104	103	101	103
Świętokrzyskie	105	105	105	107	103	105	109
Warmińsko-mazurskie	102	102	102	103	101	108	95
Wielkopolskie	102	102	106	105	102	101	100
Zachodniopomorskie	99	99	103	107	102	91	94
Polska	102	101	104	105	103	99	101

TABELA 10

Ocena przychodów
w najbliższych
12 miesiącach

	Wielkość firmy			Branża			
	Razem	Mikro	Małe	Budownictwo	Usługi	Handel	Produkcja
Dolnośląskie	104	104	103	109	104	103	105
Kujawsko-pomorskie	103	103	101	104	105	98	107
Lubelskie	107	107	98	110	106	104	116
Lubuskie	104	104	103	106	102	105	108
Łódzkie	102	102	108	108	104	101	99
Małopolskie	106	106	110	104	105	106	108
Mazowieckie	102	102	98	101	103	102	99
Opolskie	102	102	106	98	104	99	101
Podkarpackie	102	102	104	105	104	100	104
Podlaskie	105	105	104	111	106	101	104
Pomorskie	104	104	109	105	106	100	106
Śląskie	104	104	104	104	103	102	109
Świętokrzyskie	108	108	107	109	106	110	109
Warmińsko-mazurskie	104	104	103	103	103	106	108
Wielkopolskie	102	102	104	98	104	101	101
Zachodniopomorskie	103	103	102	106	102	101	107
Polska	104	104	103	104	104	102	105



	Wielkość firmy			Branża			
	Razem	Mikro	Małe	Budownictwo	Usługi	Handel	Produkcja
Dolnośląskie	102	102	104	103	104	97	106
Kujawsko-pomorskie	100	101	93	103	101	95	107
Lubelskie	101	101	90	105	103	97	98
Lubuskie	100	100	98	102	103	91	107
Łódzkie	98	98	102	108	102	93	95
Małopolskie	102	102	102	104	103	99	107
Mazowieckie	99	99	99	99	101	99	87
Opolskie	99	99	110	101	101	99	92
Podkarpackie	102	102	105	108	103	99	104
Podlaskie	104	104	98	109	104	101	104
Pomorskie	105	105	105	107	104	104	108
Śląskie	102	102	102	104	103	101	103
Świętokrzyskie	104	104	104	108	102	103	108
Warmińsko-mazurskie	102	102	99	103	100	107	94
Wielkopolskie	99	99	102	105	102	96	93
Zachodniopomorskie	100	100	104	109	101	92	100
Polska	101	101	101	104	102	98	99

TABELA 11

Ocena wyniku finansowego w ostatnich 12 miesiącach

	Wielkość firmy			Branża			
	Razem	Mikro	Małe	Budownictwo	Usługi	Handel	Produkcja
Dolnośląskie	104	104	104	108	105	100	109
Kujawsko-pomorskie	103	103	102	105	104	98	108
Lubelskie	106	106	98	107	106	105	109
Lubuskie	104	104	102	104	103	105	107
Łódzkie	102	102	105	108	104	100	102
Małopolskie	104	104	102	102	104	103	106
Mazowieckie	101	102	97	100	101	103	99
Opolskie	102	102	103	101	103	100	101
Podkarpackie	103	103	103	105	104	102	105
Podlaskie	105	105	100	110	106	101	103
Pomorskie	105	105	102	107	106	102	107
Śląskie	103	103	102	105	103	100	109
Świętokrzyskie	107	107	103	113	103	109	104
Warmińsko-mazurskie	103	103	101	103	102	102	113
Wielkopolskie	101	101	103	100	104	102	93
Zachodniopomorskie	102	102	101	108	101	99	101
Polska	103	103	101	105	103	102	104

TABELA 12

Ocena wyniku finansowego w najbliższych 12 miesiącach



TABELA 13

Ocena długości oczekiwania na zapłatę za sprzedane towary/usługi w ostatnich 12 miesiącach

	Wielkość firmy			Branża			
	Razem	Mikro	Małe	Budownictwo	Usługi	Handel	Produkcja
Dolnośląskie	100	100	99	98	99	103	100
Kujawsko-pomorskie	97	97	86	98	98	95	96
Lubelskie	97	97	95	100	98	96	94
Lubuskie	97	97	95	99	96	97	101
Łódzkie	96	96	96	94	97	94	97
Małopolskie	97	97	93	92	97	98	99
Mazowieckie	98	98	97	94	97	98	103
Opolskie	96	96	99	93	97	95	93
Podkarpackie	97	97	97	100	99	97	93
Podlaskie	98	98	94	99	99	97	95
Pomorskie	98	98	95	100	98	98	97
Śląskie	97	97	98	97	97	99	95
Świętokrzyskie	97	97	93	94	97	96	104
Warmińsko-mazurskie	97	97	101	101	98	96	90
Wielkopolskie	98	98	96	94	97	101	96
Zachodniopomorskie	97	97	102	99	97	96	99
Polska	97	98	96	96	97	98	97

TABELA 14

Ocena długości oczekiwania na zapłatę za sprzedane towary/usługi w najbliższych 12 miesiącach

	Wielkość firmy			Branża			
	Razem	Mikro	Małe	Budownictwo	Usługi	Handel	Produkcja
Dolnośląskie	101	101	102	98	101	104	100
Kujawsko-pomorskie	98	99	95	99	98	99	99
Lubelskie	99	99	98	101	99	99	99
Lubuskie	100	100	99	100	99	101	102
Łódzkie	99	99	102	102	100	100	96
Małopolskie	99	99	93	96	98	101	99
Mazowieckie	99	99	99	97	99	100	102
Opolskie	98	98	94	99	99	97	97
Podkarpackie	100	100	99	102	100	100	100
Podlaskie	100	100	97	100	101	100	99
Pomorskie	99	99	99	101	99	97	99
Śląskie	99	99	100	99	99	100	95
Świętokrzyskie	100	100	98	103	99	99	102
Warmińsko-mazurskie	100	100	99	100	100	101	94
Wielkopolskie	98	98	97	100	99	99	95
Zachodniopomorskie	99	99	101	101	98	100	99
Polska	99	99	98	99	99	100	98



	Wielkość firmy			Branża			
	Razem	Mikro	Małe	Budownictwo	Usługi	Handel	Produkcja
Dolnośląskie	99	99	103	100	99	99	102
Kujawsko-pomorskie	99	99	101	95	100	100	101
Lubelskie	101	101	99	101	100	102	98
Lubuskie	100	100	103	101	99	101	104
Łódzkie	99	99	101	96	100	97	103
Małopolskie	100	100	102	99	100	100	102
Mazowieckie	100	100	98	99	101	100	97
Opolskie	99	99	109	91	101	101	98
Podkarpackie	100	100	102	98	100	99	103
Podlaskie	99	99	102	101	100	96	102
Pomorskie	100	100	107	95	101	98	103
Śląskie	99	99	104	101	100	99	99
Świętokrzyskie	102	102	106	102	99	103	109
Warmińsko-mazurskie	99	99	102	98	100	96	106
Wielkopolskie	101	101	108	99	100	103	101
Zachodniopomorskie	98	98	98	102	99	94	98
Polska	100	100	102	99	100	99	101

TABELA 15

Ocena zatrudnienia
w ostatnich 12 miesiącach

	Wielkość firmy			Branża			
	Razem	Mikro	Małe	Budownictwo	Usługi	Handel	Produkcja
Dolnośląskie	103	103	102	106	103	101	103
Kujawsko-pomorskie	103	104	97	104	103	101	106
Lubelskie	104	104	101	105	104	103	107
Lubuskie	104	104	99	107	103	107	99
Łódzkie	103	103	101	107	104	101	104
Małopolskie	103	103	101	102	103	101	106
Mazowieckie	103	103	96	102	103	104	103
Opolskie	102	101	107	98	102	102	100
Podkarpackie	103	103	103	106	103	101	108
Podlaskie	103	103	104	107	103	99	106
Pomorskie	103	103	102	104	103	102	103
Śląskie	103	103	100	105	102	101	104
Świętokrzyskie	105	105	102	108	103	106	106
Warmińsko-mazurskie	103	103	101	105	103	102	99
Wielkopolskie	101	101	100	101	102	100	104
Zachodniopomorskie	102	102	101	107	101	100	99
Polska	103	103	100	104	103	102	104

TABELA 16

Ocena zatrudnienia
w najbliższych
12 miesiącach



TABELA 17

Ocena dostępności
zewnętrznego finansowania
w ostatnich
12 miesiącach

	Wielkość firmy			Branża			
	Razem	Mikro	Małe	Budownictwo	Usługi	Handel	Produkcja
Dolnośląskie	102	102	104	104	103	101	103
Kujawsko-pomorskie	100	100	100	99	100	100	103
Lubelskie	102	102	94	99	102	103	104
Lubuskie	100	101	98	99	101	99	101
Łódzkie	100	100	102	99	100	99	100
Małopolskie	99	99	102	99	100	99	99
Mazowieckie	101	101	100	101	102	100	102
Opolskie	103	103	103	106	103	106	99
Podkarpackie	101	101	105	98	100	103	103
Podlaskie	101	101	96	99	102	101	100
Pomorskie	100	100	101	100	101	98	103
Śląskie	102	102	101	102	101	102	102
Świętokrzyskie	100	100	111	103	99	99	103
Warmińsko-mazurskie	101	101	97	99	101	100	103
Wielkopolskie	101	101	106	101	100	101	101
Zachodniopomorskie	101	101	96	102	101	99	105
Polska	101	101	101	101	101	100	102

TABELA 18

Ocena dostępności
zewnętrznego finansowania
w najbliższych
12 miesiącach

	Wielkość firmy			Branża			
	Razem	Mikro	Małe	Budownictwo	Usługi	Handel	Produkcja
Dolnośląskie	102	102	105	106	102	102	100
Kujawsko-pomorskie	101	101	102	102	102	99	103
Lubelskie	102	102	98	100	102	101	103
Lubuskie	103	103	101	103	102	107	102
Łódzkie	101	101	104	100	100	101	101
Małopolskie	101	101	102	98	100	101	105
Mazowieckie	101	101	100	105	100	102	98
Opolskie	102	102	106	104	102	104	100
Podkarpackie	102	102	103	101	101	102	103
Podlaskie	102	102	101	104	103	101	101
Pomorskie	100	100	98	103	100	98	99
Śląskie	101	101	103	97	101	100	102
Świętokrzyskie	102	102	100	103	101	102	100
Warmińsko-mazurskie	100	100	98	96	99	102	108
Wielkopolskie	100	100	102	100	101	99	98
Zachodniopomorskie	100	100	97	101	100	101	99
Polska	101	101	102	102	101	101	101



	Wielkość firmy			Branża			
	Razem	Mikro	Małe	Budownictwo	Usługi	Handel	Produkcja
Dolnośląskie	102	102	98	111	106	89	102
Kujawsko-pomorskie	102	102	105	118	106	90	103
Lubelskie	97	97	86	113	97	99	83
Lubuskie	102	102	102	109	109	86	100
Łódzkie	95	95	96	0	108	101	84
Małopolskie	97	97	97	108	100	87	97
Mazowieckie	109	109	100	77	110	122	100
Opolskie	109	109	100	100	105	113	114
Podkarpackie	88	87	100	84	99	88	79
Podlaskie	98	99	87	100	91	86	115
Pomorskie	101	101	103	107	105	96	100
Śląskie	100	100	96	104	99	104	97
Świętokrzyskie	96	95	121	106	104	88	100
Warmińsko-mazurskie	99	99	101	91	106	100	97
Wielkopolskie	98	98	110	106	107	81	110
Zachodniopomorskie	97	96	104	100	95	98	95
Polska	100	100	100	99	104	98	97

TABELA 19

Ocena przychodów
z eksportu w ostatnich
12 miesiącach

	Wielkość firmy			Branża			
	Razem	Mikro	Małe	Budownictwo	Usługi	Handel	Produkcja
Dolnośląskie	114	114	117	113	112	116	115
Kujawsko-pomorskie	114	114	109	110	113	121	109
Lubelskie	111	111	94	116	115	109	103
Lubuskie	113	114	97	119	113	112	112
Łódzkie	111	111	123	125	110	107	114
Małopolskie	112	111	112	108	109	114	115
Mazowieckie	118	119	98	146	113	125	108
Opolskie	114	115	104	108	108	120	121
Podkarpackie	107	106	113	110	110	100	104
Podlaskie	115	115	109	117	109	112	120
Pomorskie	113	113	109	118	114	108	113
Śląskie	111	111	109	109	109	111	114
Świętokrzyskie	113	113	116	117	109	125	100
Warmińsko-mazurskie	121	121	100	110	112	127	131
Wielkopolskie	115	115	113	117	116	108	124
Zachodniopomorskie	108	108	112	107	104	117	103
Polska	113	114	109	115	111	115	113

TABELA 20

Ocena przychodów
z eksportu w najbliższych
12 miesiącach



TABELA 21

Ocena jakości usług świadczonych przedsiębiorcom przez lokalną administrację

	Wielkość firmy			Branża			
	Razem	Mikro	Małe	Budownictwo	Usługi	Handel	Produkcja
Dolnośląskie	104	104	108	107	105	102	104
Kujawsko-pomorskie	108	108	103	109	107	106	111
Lubelskie	105	105	102	103	104	104	111
Lubuskie	108	108	106	110	106	110	109
Łódzkie	103	103	103	104	106	102	100
Małopolskie	99	100	81	97	101	99	93
Mazowieckie	104	104	108	107	104	107	96
Opolskie	104	104	105	109	104	107	96
Podkarpackie	107	107	114	105	105	110	106
Podlaskie	107	107	104	107	109	106	103
Pomorskie	103	103	107	104	107	95	102
Śląskie	105	105	105	103	106	105	104
Świętokrzyskie	100	100	100	102	104	95	98
Warmińsko-mazurskie	107	107	106	110	106	109	100
Wielkopolskie	107	107	107	100	108	106	110
Zachodniopomorskie	101	102	98	105	102	96	106
Polska	104	104	103	105	105	104	102

TABELA 22

Ocena jakości usług doradczych świadczonych przez polskie banki w zakresie kredytów

	Wielkość firmy			Branża			
	Razem	Mikro	Małe	Budownictwo	Usługi	Handel	Produkcja
Dolnośląskie	107	107	106	104	106	110	104
Kujawsko-pomorskie	109	109	110	110	107	111	109
Lubelskie	107	107	111	107	109	108	100
Lubuskie	108	108	112	113	107	110	104
Łódzkie	105	105	110	107	107	107	98
Małopolskie	104	103	106	104	106	100	103
Mazowieckie	106	105	115	103	107	106	104
Opolskie	114	114	109	114	113	117	113
Podkarpackie	111	111	117	112	109	114	108
Podlaskie	110	110	107	106	110	113	112
Pomorskie	106	106	105	108	106	108	105
Śląskie	105	105	108	103	105	106	104
Świętokrzyskie	108	108	113	113	107	107	110
Warmińsko-mazurskie	111	111	112	113	108	113	114
Wielkopolskie	110	110	111	109	110	110	109
Zachodniopomorskie	106	106	103	105	106	109	99
Polska	107	107	110	106	107	108	105



	Wielkość firmy			Branża			
	Razem	Mikro	Małe	Budownictwo	Usługi	Handel	Produkcja
Dolnośląskie	103	103	97	98	105	102	100
Kujawsko-pomorskie	103	104	92	106	103	101	104
Lubelskie	100	100	81	107	102	96	97
Lubuskie	105	104	107	116	103	99	109
Łódzkie	100	100	93	113	102	95	100
Małopolskie	93	94	80	97	96	91	86
Mazowieckie	102	102	92	101	99	105	107
Opolskie	102	102	96	113	102	98	96
Podkarpackie	99	99	98	99	102	95	97
Podlaskie	101	101	89	96	104	104	92
Pomorskie	103	103	95	101	106	97	102
Śląskie	101	102	91	108	103	95	102
Świętokrzyskie	104	104	99	98	102	108	104
Warmińsko-mazurskie	106	106	102	109	107	107	90
Wielkopolskie	103	103	98	106	101	106	98
Zachodniopomorskie	104	104	85	100	105	99	113
Polska	101	102	92	103	102	100	101

TABELA 23

Ocena uciążliwości kontroli działalności gospodarczej

	Wielkość firmy			Branża			
	Razem	Mikro	Małe	Budownictwo	Usługi	Handel	Produkcja
Dolnośląskie	102	102	102	75	101	107	95
Kujawsko-pomorskie	117	118	107	120	121	117	79
Lubelskie	112	112	104	150	108	96	127
Lubuskie	103	107	89	0	106	100	92
Łódzkie	110	108	128	100	104	133	121
Małopolskie	107	108	104	125	107	102	92
Mazowieckie	91	91	83	78	96	70	75
Opolskie	90	89	102	0	99	59	100
Podkarpackie	101	104	81	119	108	84	96
Podlaskie	114	118	78	94	107	89	150
Pomorskie	109	108	114	120	106	98	124
Śląskie	97	97	93	89	100	88	96
Świętokrzyskie	97	97	100	0	102	75	100
Warmińsko-mazurskie	99	98	106	0	98	0	125
Wielkopolskie	103	104	89	92	105	94	125
Zachodniopomorskie	103	103	105	99	104	104	102
Polska	102	102	99	100	103	97	107

TABELA 24

Ocena korzyści z przynależności do organizacji biznesowej

Aneks statystyczny

Wybrane dane społeczno-gospodarcze



	POLSKA	Dolnośląskie	Kujawsko- pomorskie	Lubelskie	Lubuskie	Łódzkie	Małopolskie	Mazowieckie	Opolskie
PKB na 1 mieszkańca w relacji do średniej krajowej (Polska = 100; 2016)	100,0	110,8	81,6	68,9	83,9	93,3	90,6	159,7	79,6
Dochody gmin na 1 mieszkańca (zł; 2017)	4 938	4 944	4 805	4 438	4 676	4 713	4 808	6 077	4 156
Wydatki gmin na 1 mieszkańca (zł; 2017)	4 958	4 987	4 783	4 471	4 615	4 764	4 817	6 072	4 186
Stopa bezrobocia rejestro- wanego (III kwartał 2018)	5,7	5,1	8,6	7,7	5,7	6,1	4,7	4,9	6,0
Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w relacji do średniej krajowej (Polska = 100; 2017)	100	103	86	89	87	92	96	122	92
Nakłady inwestycyjne w przedsiębiorstwach na 1 mieszkańca (zł; 2016)	3 880	5 255	2 551	1 795	3 555	3 706	3 160	6 354	6 546
Podmioty zarejestrowane w rejestrze REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	1 121	1 271	940	834	1 110	993	1 121	1 503	1 016
Podmioty nowo zarejestro- wane w rejestrze REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	94	106	80	75	95	82	101	125	65
Podmioty wykreślone z rejestru REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	75	80	70	58	82	70	74	87	61
Podmioty gospodarcze zarejestrowane w rejestrze REGON ogółem (2017), w tym:	4 309 800	368 811	195 717	177 365	112 910	245 855	380 020	809 369	100 590
0–9 pracujących (mikro)	4 128 611	356 120	186 964	170 316	108 290	234 318	364 142	776 988	96 424
10–49 pracujących (małe)	147 607	10 208	6 995	5 712	3 808	9 524	13 149	26 192	3 423
50–249 pracujących (średnie)	29 154	2 118	1 537	1 204	725	1 765	2 385	5 111	657
Powyżej 249 pracujących (duże)	4 428	365	221	133	87	248	344	1 078	86



	POLSKA	Podkarpackie	Podlaskie	Pomorskie	Śląskie	Świętokrzyskie	Warmińsko- -mazurskie	Wielkopolskie	Zachodnio- pomorskie
PKB na 1 mieszkańca w relacji do średniej krajowej (Polska = 100; 2016)	100,0	70,4	70,8	96,9	103,6	71,5	71,3	109,1	83,8
Dochody gmin na 1 mieszkańca (zł; 2017)	4 938	4 445	4 747	5 325	4 774	4 312	4 684	4 804	4 921
Wydatki gmin na 1 mieszkańca (zł; 2017)	4 958	4 523	4 873	5 340	4 787	4 343	4 693	4 865	4 830
Stopa bezrobocia rejestro- wanego (III kwartał 2018)	5,7	8,5	7,6	4,8	4,4	8,1	9,9	3,2	7,1
Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w relacji do średniej krajowej (Polska = 100; 2017)	100	85	89	99	99	86	84	91	92
Nakłady inwestycyjne w przedsiębiorstwach na 1 mieszkańca (zł; 2016)	3 880	2 601	2 118	3 704	4 375	1 624	2 073	4 286	2 412
Podmioty zarejestrowane w rejestrze REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	1 121	803	854	1 264	1 033	900	874	1 210	1 308
Podmioty nowo zarejestro- wane w rejestrze REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	94	73	72	119	77	77	75	100	109
Podmioty wykreślone z rejestru REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	75	56	59	91	70	66	67	78	96
Podmioty gospodarcze zarejestrowane w rejestrze REGON ogółem (2017), w tym:	4 309 800	171 070	101 202	293 704	469 927	112 296	125 377	422 094	223 130
0–9 pracujących (mikro)	4 128 611	163 706	97 310	282 142	446 519	107 314	119 801	402 747	215 179
10–49 pracujących (małe)	147 607	5 907	3 062	9 418	19 217	4 034	4 477	15 883	6 568
50–249 pracujących (średnie)	29 154	1 272	742	1 902	3 643	832	986	3 027	1 246
Powyżej 249 pracujących (duże)	4 428	185	88	242	548	116	113	437	137



	POLSKA	Dolnośląskie	Kujawsko-pomorskie	Lubelskie	Lubuskie	Łódzkie	Małopolskie	Mazowieckie	Opolskie
Liczba aktywnych mikro i małych firm na 1000 mieszkańców (2016)	51,9	55,0	44,5	38,3	47,9	50,3	55,1	69,6	40,0
Aktywne podmioty gospodarcze ogółem (2016), w tym:	2 013 364	161 035	93 818	82 350	49 197	126 210	187 692	376 306	40 179
0-9 pracujących (mikro)	1 937 250	155 550	89 923	79 221	47 335	121 409	180 238	364 018	38 463
10-49 pracujących (małe)	57 198	4 020	2 894	2 499	1 387	3 663	5 822	8 698	1 311
50-249 pracujących (średnie)	15 351	1 145	819	534	398	943	1 356	2 722	335
Powyżej 249 pracujących (duże)	3 565	320	182	96	77	195	276	868	70
Liczba pracujących w aktywnych mikrofirmach (2016)	3 861 975	297 314	171 119	154 843	96 301	247 046	373 644	730 779	77 833
Liczba pracujących w aktywnych małych firmach (2016)	1 185 069	83 537	60 617	50 850	29 263	76 554	118 938	180 653	26 170
Liczba pracujących w aktywnych mikro i małych firmach na 1000 mieszkańców (2016)	131	131	111	96	124	130	146	170	105
Średnie nakłady inwestycyjne w aktywnych mikrofirmach (tys. zł; 2016)	15,6	10,8	12,8	10,2	10,4	12,3	13,5	29,6	10,9
Średnie nakłady inwestycyjne w aktywnych małych firmach (tys. zł; 2016)	293,3	339,6	264,4	248,5	206,0	298,8	277,3	365,4	245,8
Średnie przychody w aktywnych mikrofirmach (tys. zł; 2016)	489	455	390	462	477	409	455	640	455
Średnie przychody w aktywnych małych firmach (tys. zł; 2016)	10 045	8 771	8 361	7 588	8 299	8 540	8 851	16 899	7 797



	POLSKA	Podkarpackie	Podlaskie	Pomorskie	Śląskie	Świętokrzyskie	Warmińsko-mazurskie	Wielkopolskie	Zachodniopomorskie
Liczba aktywnych mikro i małych firm na 1000 mieszkańców (2016)	51,9	37,4	40,3	57,1	48,5	40,6	38,3	58,5	57,5
Aktywne podmioty gospodarcze ogółem (2016), w tym:	2 013 364	80 262	48 195	133 046	223 695	51 402	55 537	205 549	98 889
0-9 pracujących (mikro)	1 937 250	76 462	46 396	128 413	213 576	49 480	53 463	197 471	95 830
10-49 pracujących (małe)	57 198	2 937	1 377	3 452	7 759	1 488	1 534	5 975	2 382
50-249 pracujących (średnie)	15 351	719	367	982	1 900	358	461	1 716	596
Powyżej 249 pracujących (duże)	3 565	144	55	199	460	76	79	387	81
Liczba pracujących w aktywnych mikrofirmach (2016)	3 861 975	150 457	86 911	241 138	449 088	96 483	102 381	407 543	179 096
Liczba pracujących w aktywnych małych firmach (2016)	1 185 069	60 151	29 083	72 113	159 389	31 031	32 237	125 660	48 823
Liczba pracujących w aktywnych mikro i małych firmach na 1000 mieszkańców (2016)	131	99	98	135	134	102	94	153	133
Średnie nakłady inwestycyjne w aktywnych mikrofirmach (tys. zł; 2016)	15,6	10,7	12,2	12,6	12,8	6,9	9,9	16,9	10,9
Średnie nakłady inwestycyjne w aktywnych małych firmach (tys. zł; 2016)	293,3	271,5	303,3	291,0	249,2	270,0	271,6	303,3	313,6
Średnie przychody w aktywnych mikrofirmach (tys. zł; 2016)	489	381	460	493	481	430	382	508	445
Średnie przychody w aktywnych małych firmach (tys. zł; 2016)	10 045	6 902	8 950	9 708	9 281	7 481	7 531	10 493	8 851

Wyniki badania mikro i małych firm w roku 2018 – wyniki wojewódzkie



województwo dolnośląskie

Prężna okolica cała,
dla przedsiębiorstw doskonała.
I wyborne ma zaplecze
(tradycje po średniowiecze).

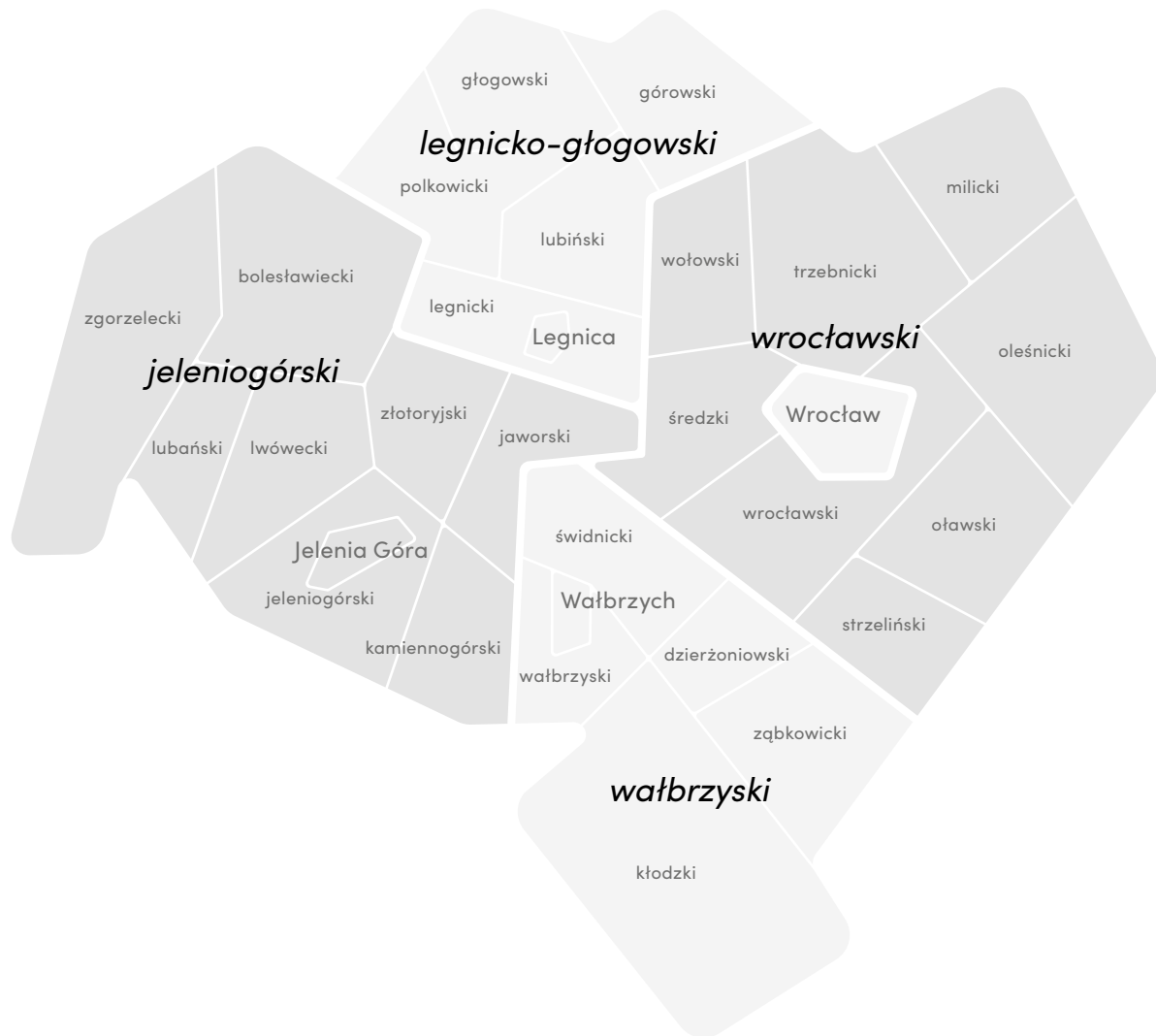




TABELA 1 Dane statystyczne

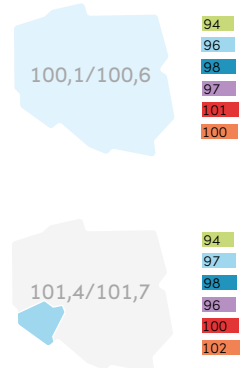
	POLSKA	DOLNOŚLĄSKIE	jeleniogórski	legnicko-głogowski	wałbrzyski	wrocławski	m. Wrocław
PKB na 1 mieszkańca w relacji do średniej krajowej (Polska = 100; 2016)	100,0	110,8	79,4	135,9	74,2	104,5	164,8
Dochody gmin na 1 mieszkańca (zł; 2017)	4 938	4 944	4 365	5 151	4 159	4 557	6 477
Wydatki gmin na 1 mieszkańca (zł; 2017)	4 958	4 987	4 322	5 249	4 314	4 577	6 462
Stopa bezrobocia rejestrowanego (III kwartał 2018)	5,7	5,1	6,7	6,8	8,0	5,3	1,9
Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w relacji do średniej krajowej (Polska = 100; 2017)	100	103	86	118	89	91	112
Nakłady inwestycyjne w przedsiębiorstwach na 1 mieszkańca (zł; 2016)	3 880	5 255	3 782	8 219	2 359	5 333	7 415
Podmioty zarejestrowane w rejestrze REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	1 121	1 271	1 167	995	1 130	1 075	1 882
Podmioty nowo zarejestrowane w rejestrze REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	94	106	94	81	84	97	163
Podmioty wykreślone z rejestru REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	75	80	79	72	70	73	101
Podmioty gospodarcze zarejestrowane w rejestrze REGON ogółem (2017), w tym:	4 309 800	368 811	65 976	44 820	74 265	63 547	120 203
0–9 pracujących (mikro)	4 128 611	356 120	63 897	43 149	71 530	61 261	116 283
10–49 pracujących (małe)	147 607	10 208	1 659	1 328	2 272	1 848	3 101
50–249 pracujących (średnie)	29 154	2 118	370	294	416	378	660
Powyżej 249 pracujących (duże)	4 428	365	50	49	47	60	159



OGÓLNY WSKAŹNIK KONIUNKTURY MIKRO I MAŁYCH FIRM

MAPA 1

Ogólny Wskaźnik Koniunktury Mikro i Małych Firm – woj. dolnośląskie



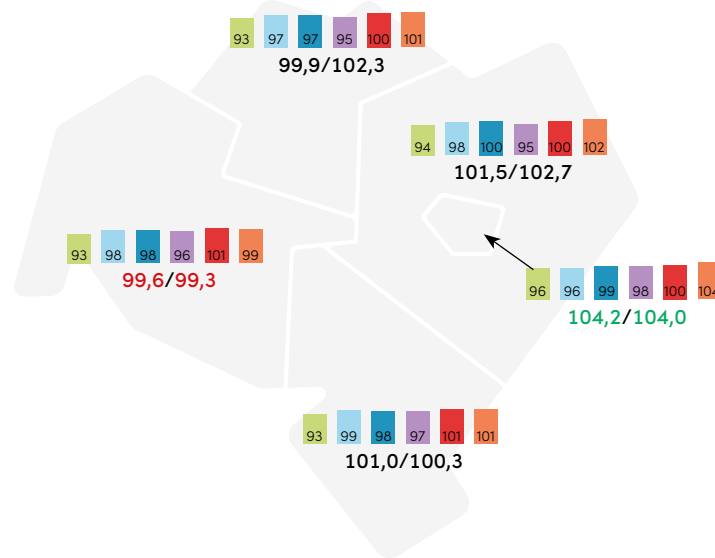
Indeks x/y w roku 2017
x – indeks za ostatnie 12 mies.
y – indeks za przysze 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przysze 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przysze 12 miesięcy:

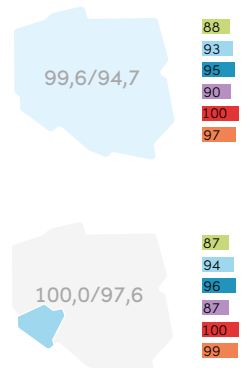
- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



OCENA SYTUACJI GOSPODARCZEJ PRZEZ MIKRO I MAŁE FIRMY

MAPA 2

Ocena sytuacji gospodarczej – woj. dolnośląskie



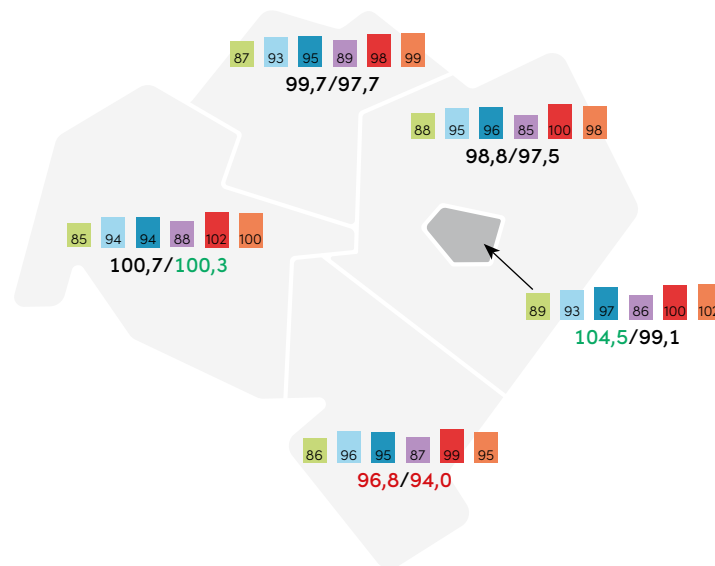
Indeks x/y w roku 2017
x – indeks za ostatnie 12 mies.
y – indeks za przysze 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przysze 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

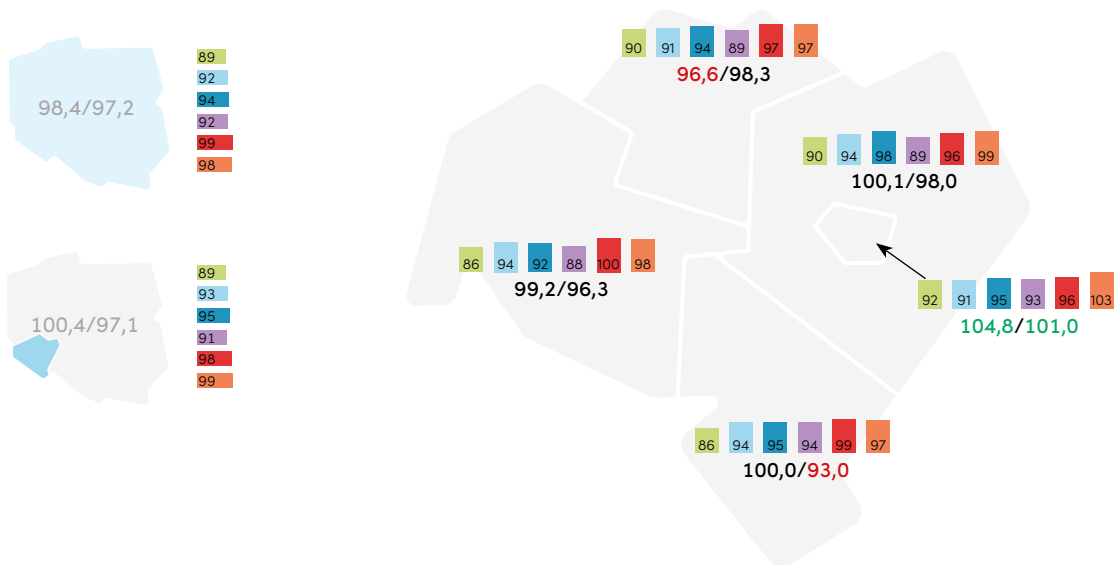
Średnia z indeksów za ostatnie i przysze 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018





MAPA 3

Ocena sytuacji branży
– woj. dolnośląskie

Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe

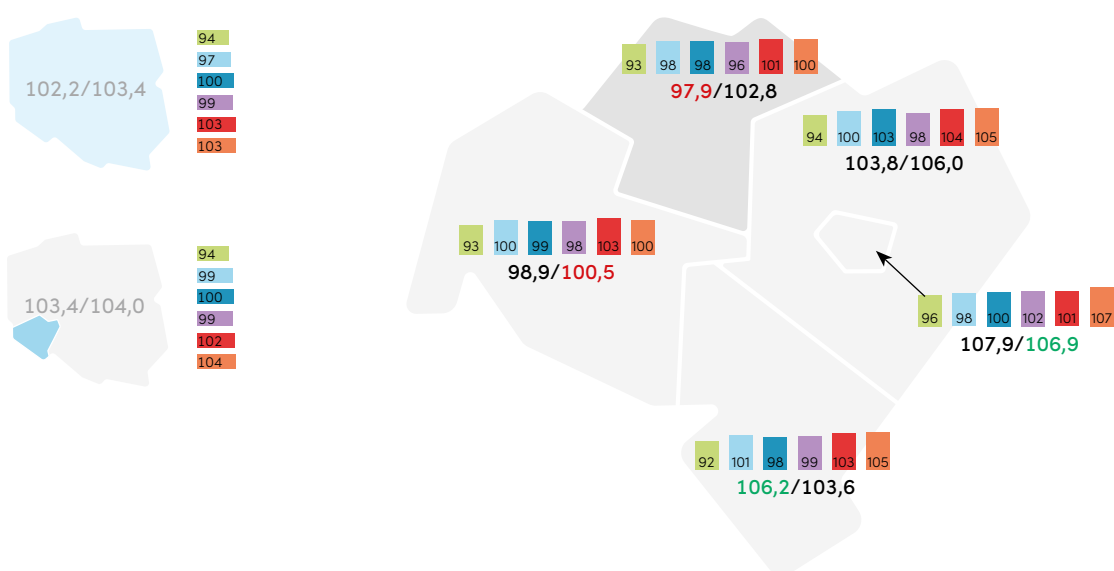
12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018

MAPA 4

Ocena sytuacji firmy
– woj. dolnośląskie

Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



SYTUACJA FINANSOWA MIKRO I MAŁYCH FIRM

MAPA 5

Ocena przychodów firmy
– woj. dolnośląskie

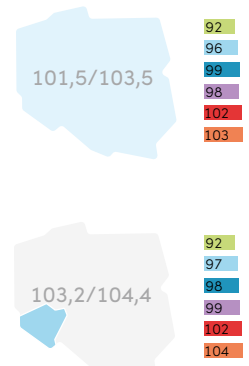
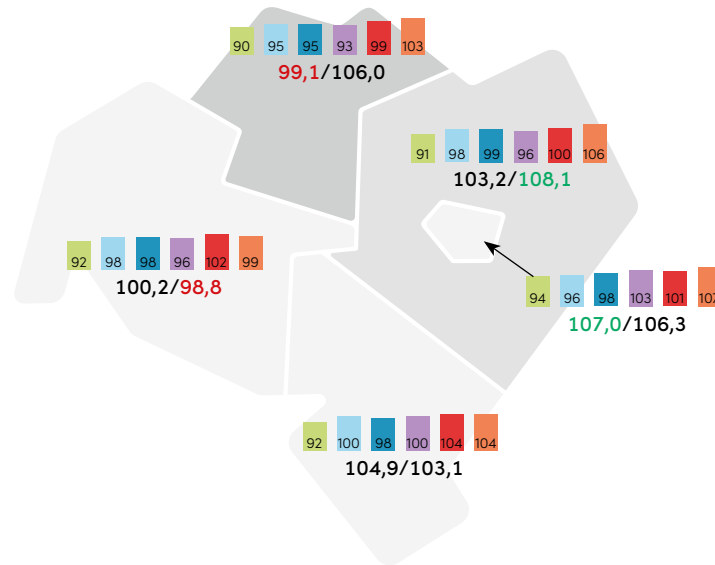
Indeks x/y w roku 2017
x – indeks za ostatnie 12 mies.
y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe
12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



MAPA 6

Ocena wyniku finansowego
firmy – woj. dolnośląskie

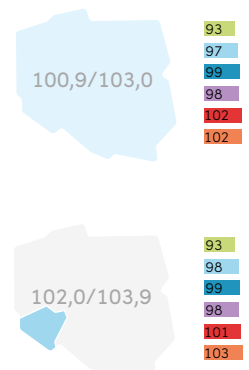
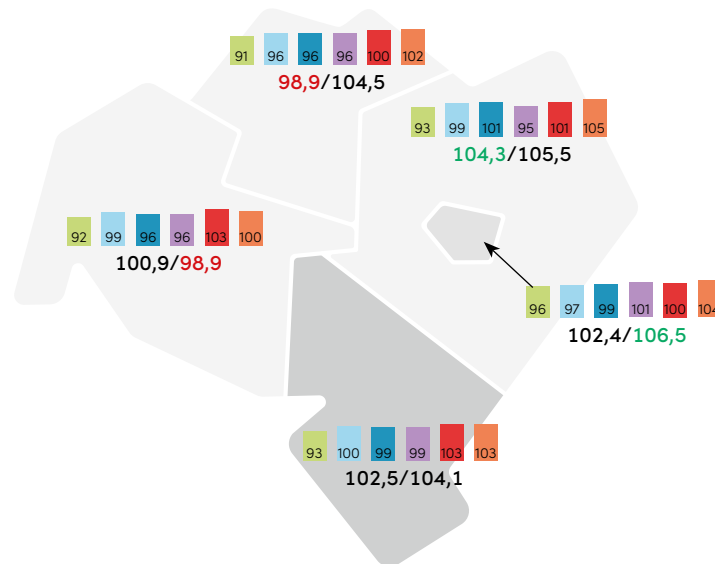
Indeks x/y w roku 2017
x – indeks za ostatnie 12 mies.
y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe
12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

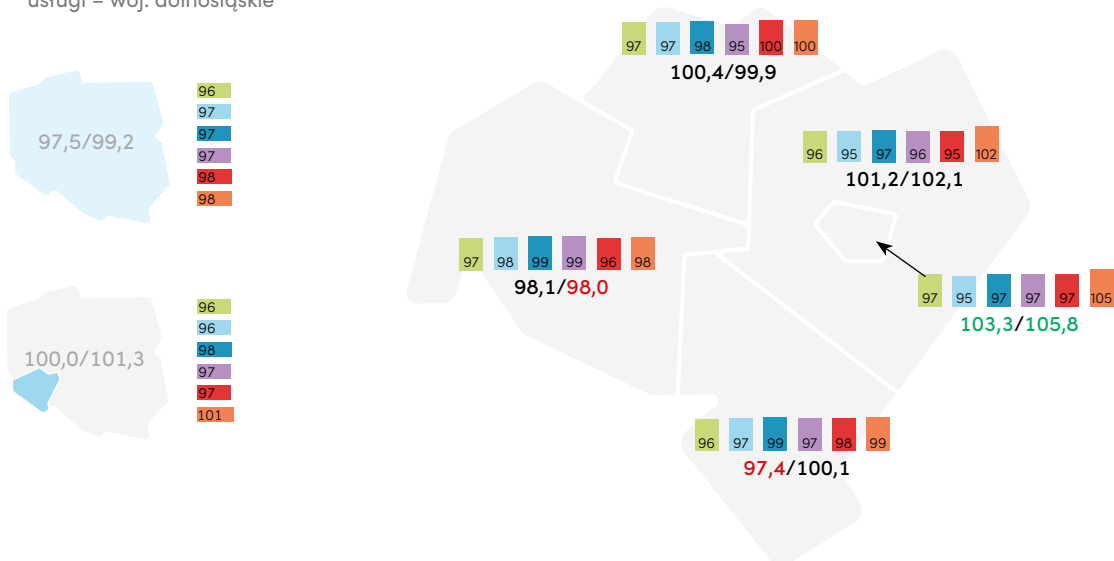
- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018





MAPA 7

Ocena długości oczekiwania na zapłatę za towary/usługi – woj. dolnośląskie



Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018

MAPA 8

ZATRUDNIENIE W MIKRO I MAŁYCH FIRM

Ocena zatrudnienia w firmie – woj. dolnośląskie



Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

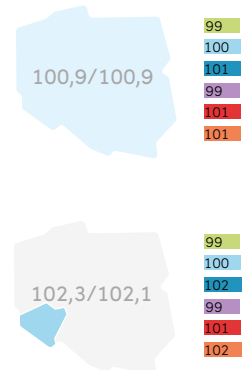
- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



DOSTĘPNOŚĆ ZEWNĘTRZNEGO FINANSOWANIA DLA MIKRO I MAŁYCH FIRM

MAPA 9

Ocena dostępności zewnętrznego finansowania dla firmy – woj. dolnośląskie



WYKRES 1

Źródła finansowania firmy – woj. dolnośląskie (wyrażone w %)

- Wyłącznie środki własne
- Środki własne oraz finansowanie zewnętrzne (np. kredyt)
- Trudno powiedzieć

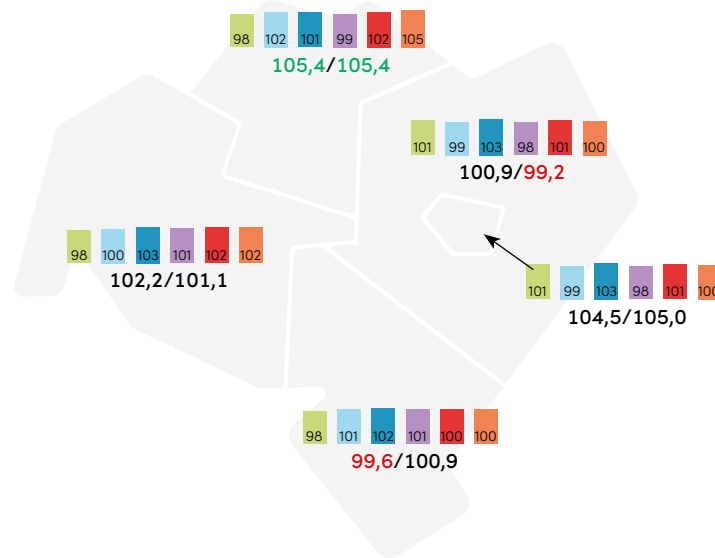
Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przysze 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przysze 12 miesięcy w roku 2018:

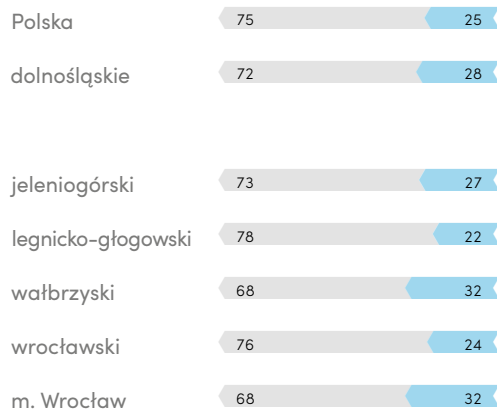
- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przysze 12 miesięcy:

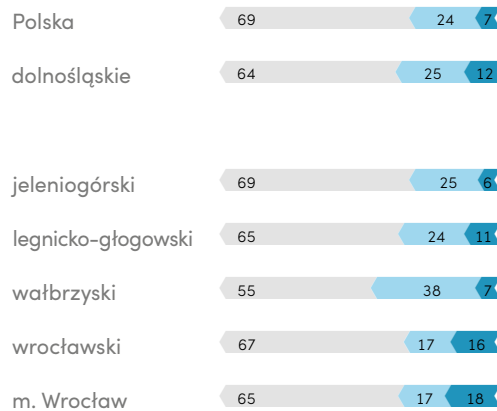
- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



Poprzednie 12 miesięcy



Przysze 12 miesięcy

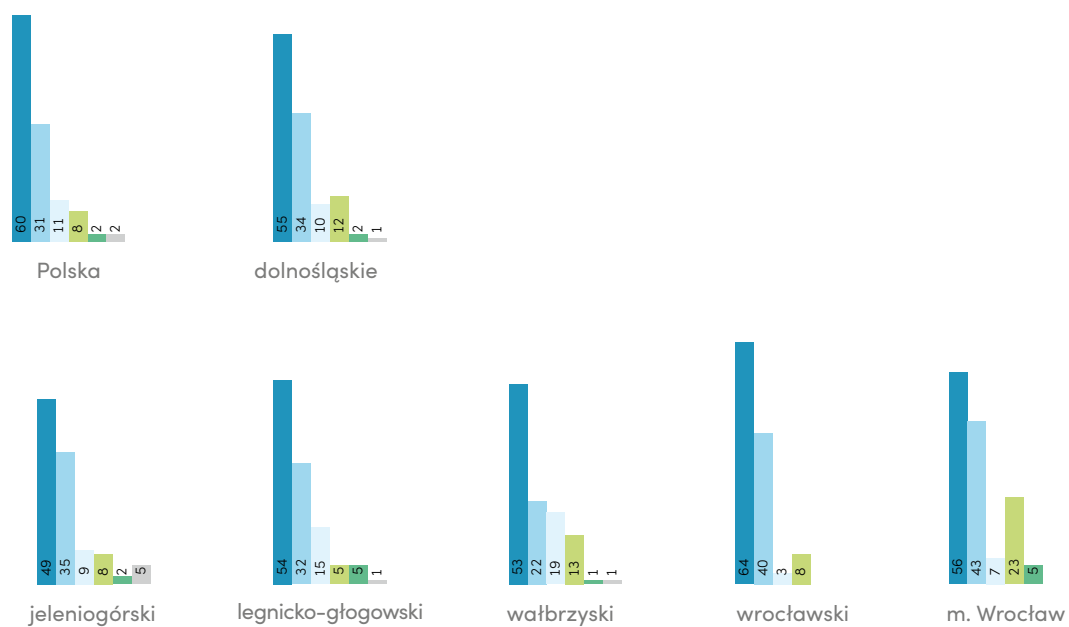




WYKRES 2

Przyczyny finansowania firmy ze środków własnych – woj. dolnośląskie (wyrażone w %)

- Brak potrzeby
- Niechęć do zadłużenia
- Brak możliwości skorzystania z finansowania zewnętrznego (np. brak zdolności kredytowej)
- Tańszy koszt kapitału własnego w porównaniu z finansowaniem zewnętrznym
- Brak informacji na temat finansowania zewnętrznego
- Inne



WYKRES 3

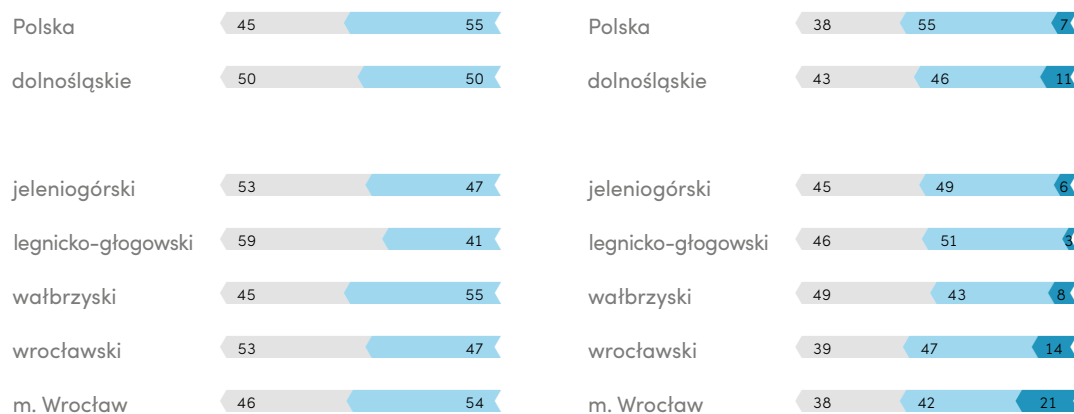
INWESTYCJE MIKRO I MAŁYCH FIRM

Ponoszenie przez firmy wydatków inwestycyjnych – woj. dolnośląskie (wyrażone w %)

- Tak
- Nie
- Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy

Przyszłe 12 miesięcy



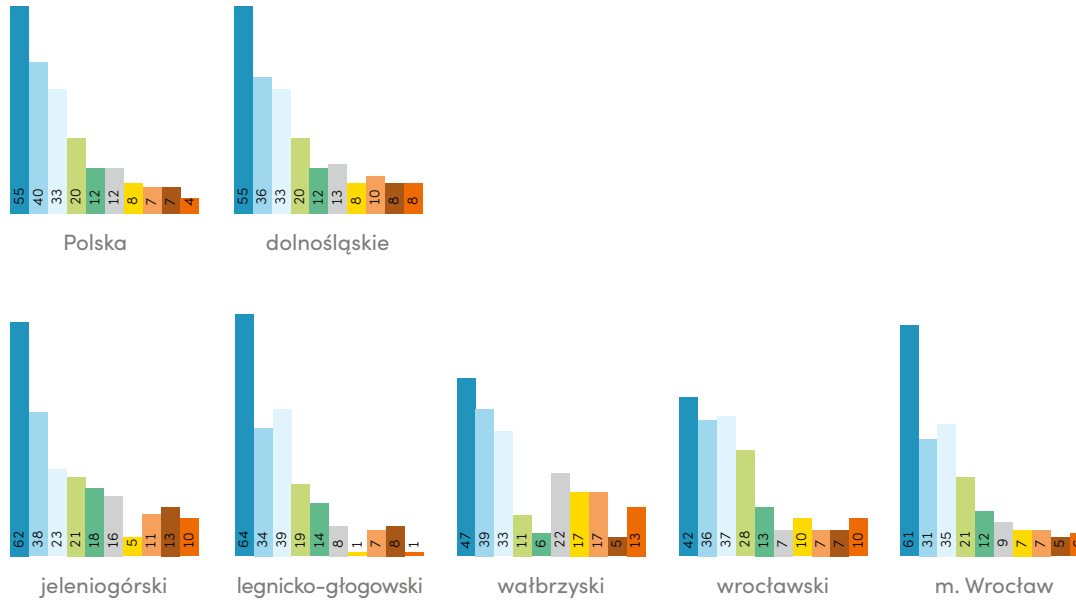


WYKRES 4

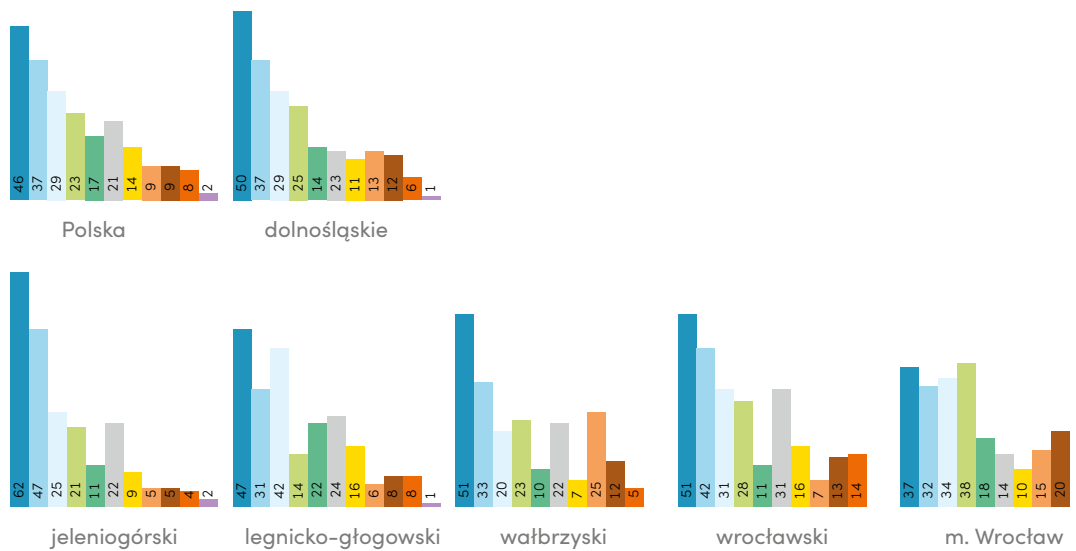
Przedmiot wydatków inwestycyjnych – woj. dolnośląskie (wyrażone w %)

- Wypożyczenie, narzędzia i przyrządy
- Maszyny i urządzenia
- Środki transportu
- Reklama, marketing
- Szkolenia dla pracowników
- Budynki i budowle
- Zatrudnienie nowych pracowników
- Wartości niematerialne i prawne
- Technologie (np. cyfrowe)
- Grunty
- Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy





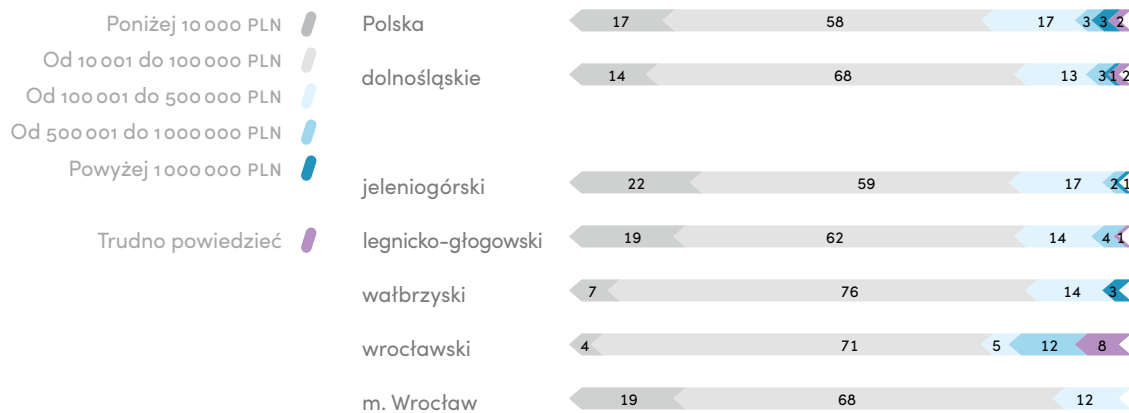
WYKRES 5

Wysokość wydatków inwestycyjnych – woj. dolnośląskie
(wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy

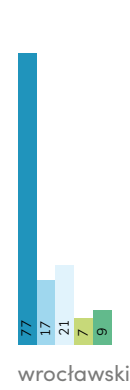
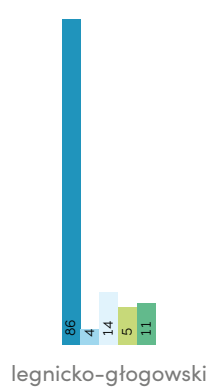
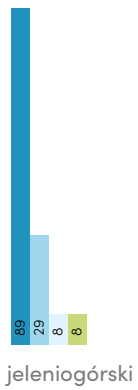
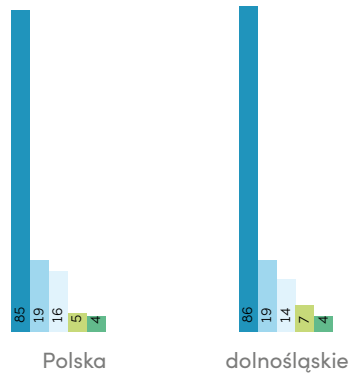




* 5 najczęściej wymienianych źródeł finansowania inwestycji

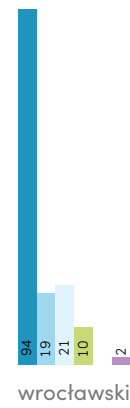
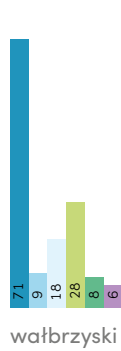
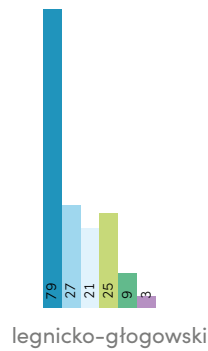
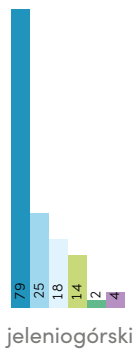
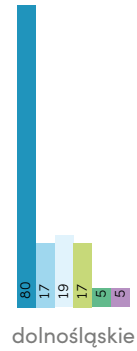
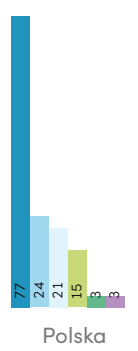
WYKRES 6

Źródła finansowania inwestycji – woj. dolnośląskie (wyrażone w %)



- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Leasing
- Dotacje
- Pożyczka od rodziny lub znajomych

Przyszłe 12 miesięcy



- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Leasing
- Dotacje
- Pożyczka od rodziny lub znajomych
- Trudno powiedzieć



WYKRES 7

EKSPORT MIKRO I MAŁYCH FIRM

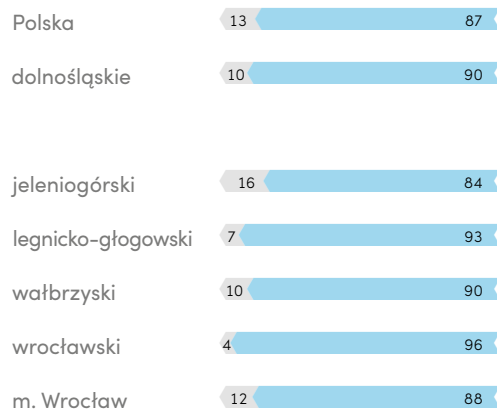
Eksport wyrobów
lub usług przez firmę
– woj. dolnośląskie
(wyrażone w %)

Tak

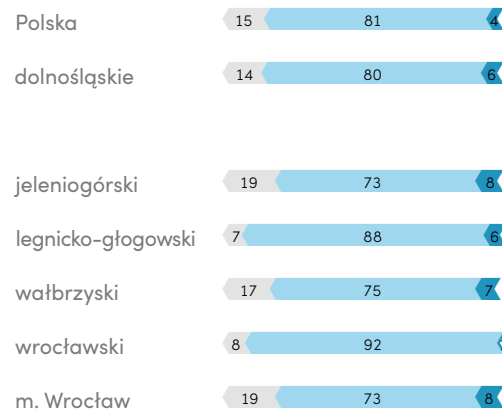
Nie

Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy



WYKRES 8

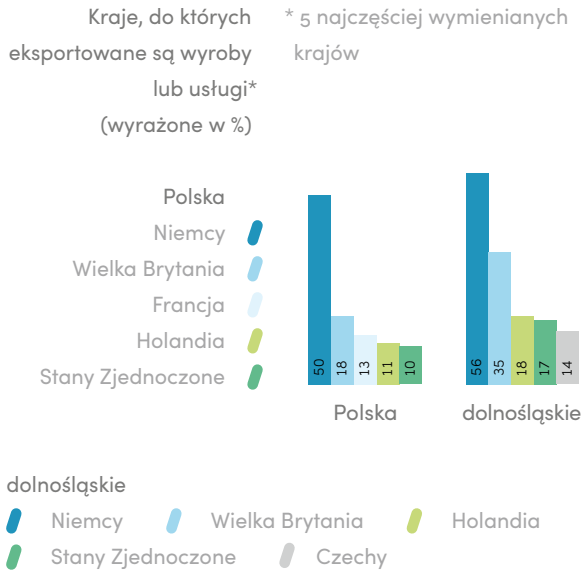
Kierunki rozwoju
działalności eksportowej
(wyrażone w %)



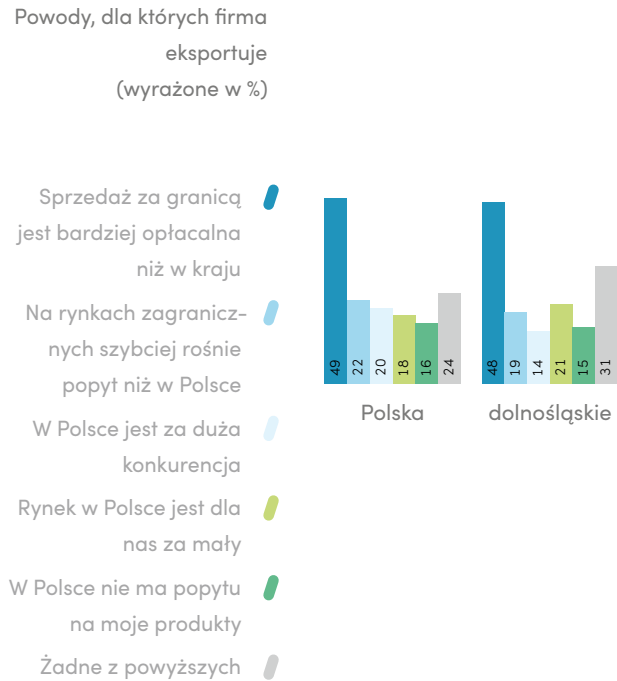
- Znalezienie nowych kontrahentów za granicą
- Zwiększenie sprzedaży na dotychczasowych rynkach zagranicznych
- Indywidualne podejście do klienta – produkcja/usługi szyte na miarę
- Nowe produkty i usługi w ofercie
- Poprawa jakości oferowanych produktów i usług
- Dotarcie na nowe rynki
- Inwestycje w innowacyjne produkty i usługi
- Nowe strategie sprzedaży
- Nowa działalność lub branża firmy
- Żadne z powyższych



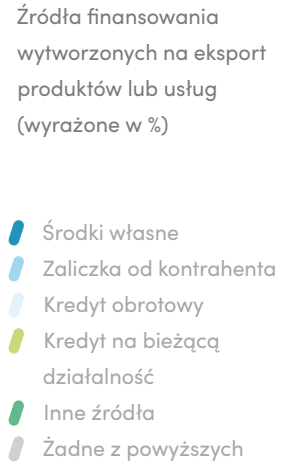
WYKRES 9



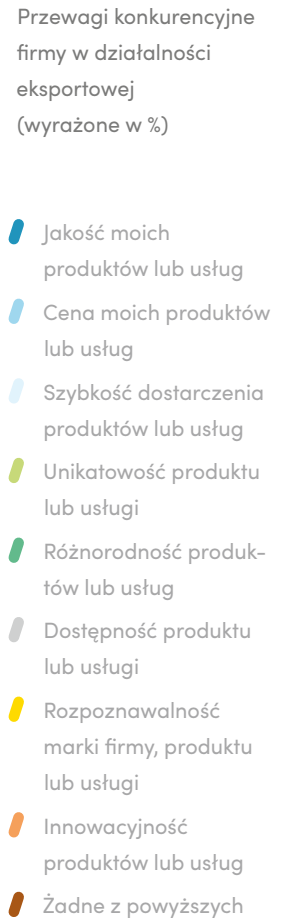
WYKRES 11



WYKRES 10



WYKRES 12





WYKRES 13

INNOWACYJNOŚĆ MIKRO I MAŁYCH FIRM

Innowacja produktowa
– woj. dolnośląskie
(wyrażone w %)

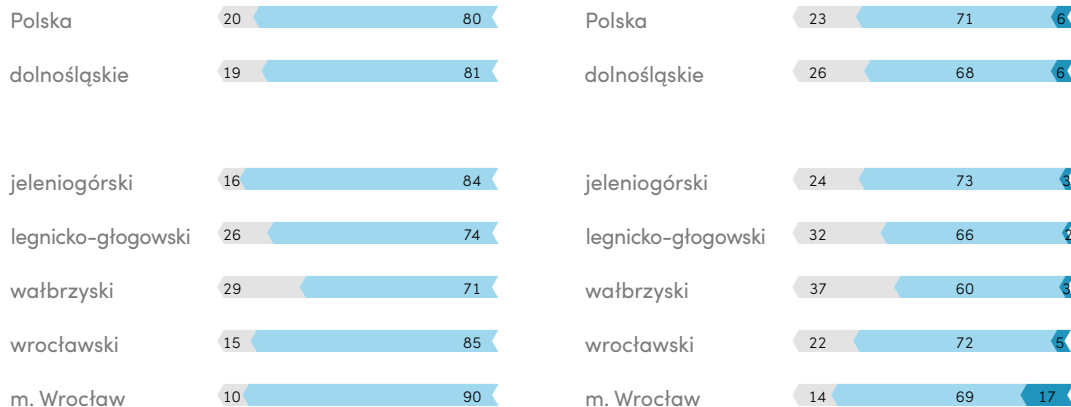
Poprzednie 12 miesięcy

Przyszłe 12 miesięcy

Tak

Nie

Trudno powiedzieć



WYKRES 14

Innowacja procesowa –
woj. dolnośląskie
(wyrażone w %)

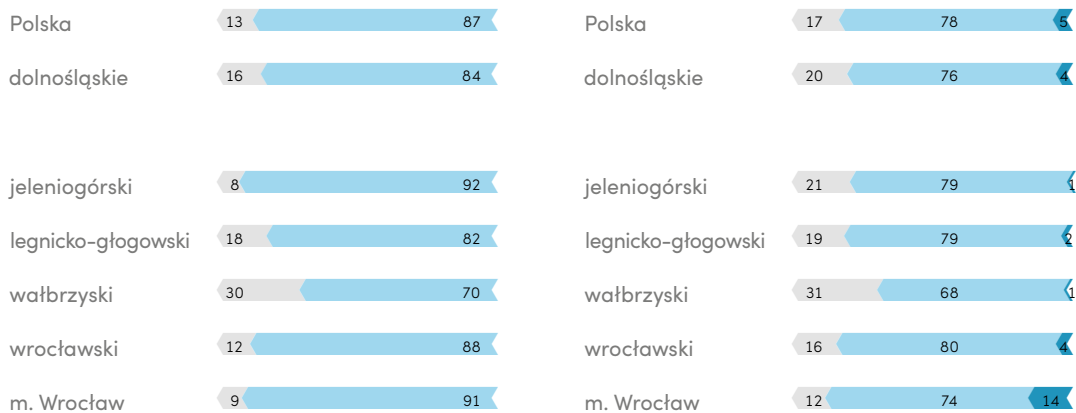
Poprzednie 12 miesięcy

Przyszłe 12 miesięcy

Tak

Nie

Trudno powiedzieć

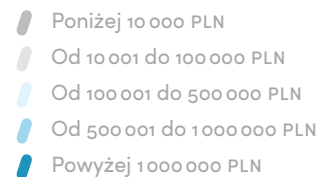
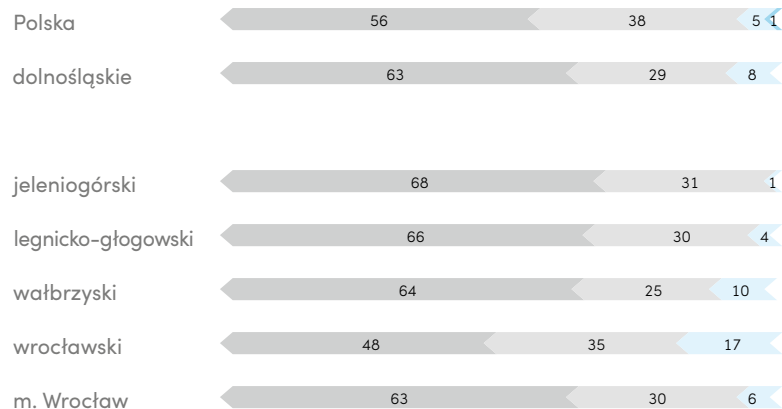




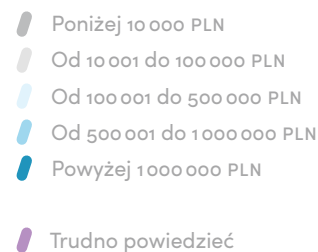
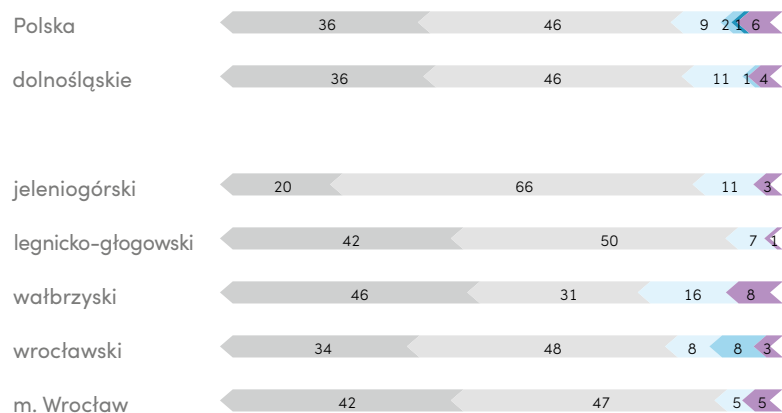
WYKRES 15

Wysokość wydatków
na innowacje
– woj. dolnośląskie
(wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy





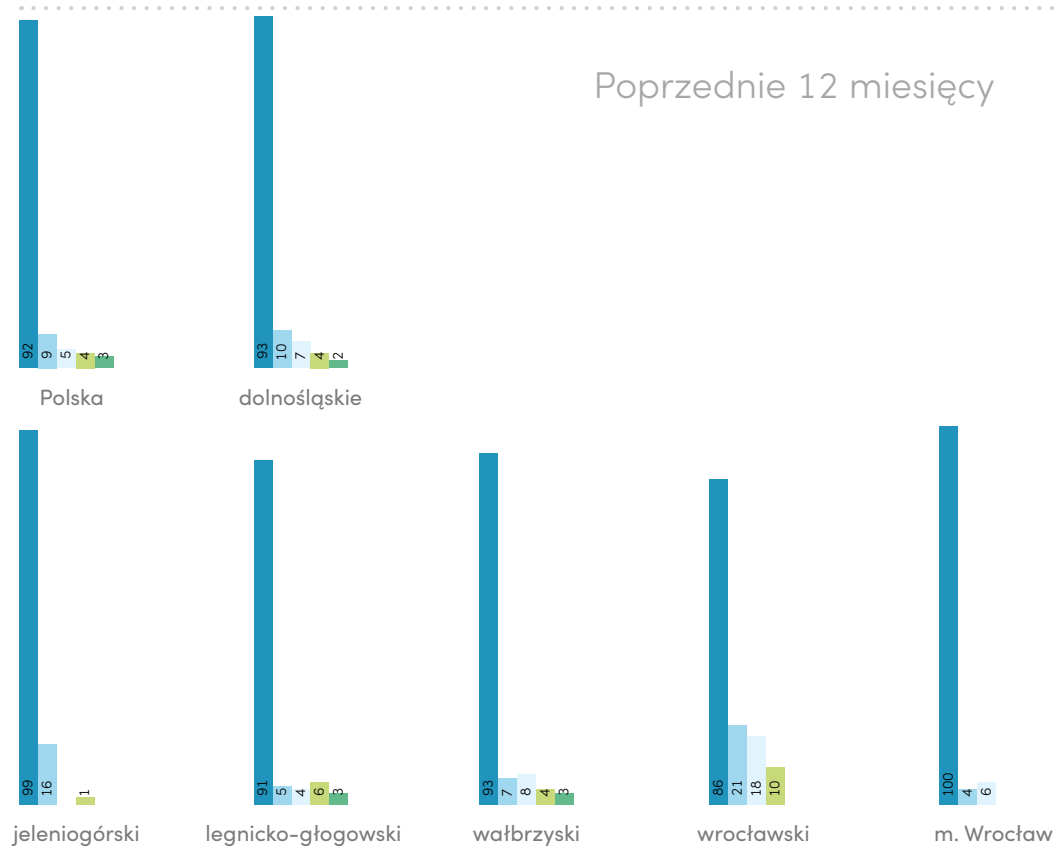
WYKRES 16

* 5 najczęściej wymienianych źródeł finansowania innowacji

Źródło finansowania innowacji – woj. dolnośląskie (wyrażone w %)

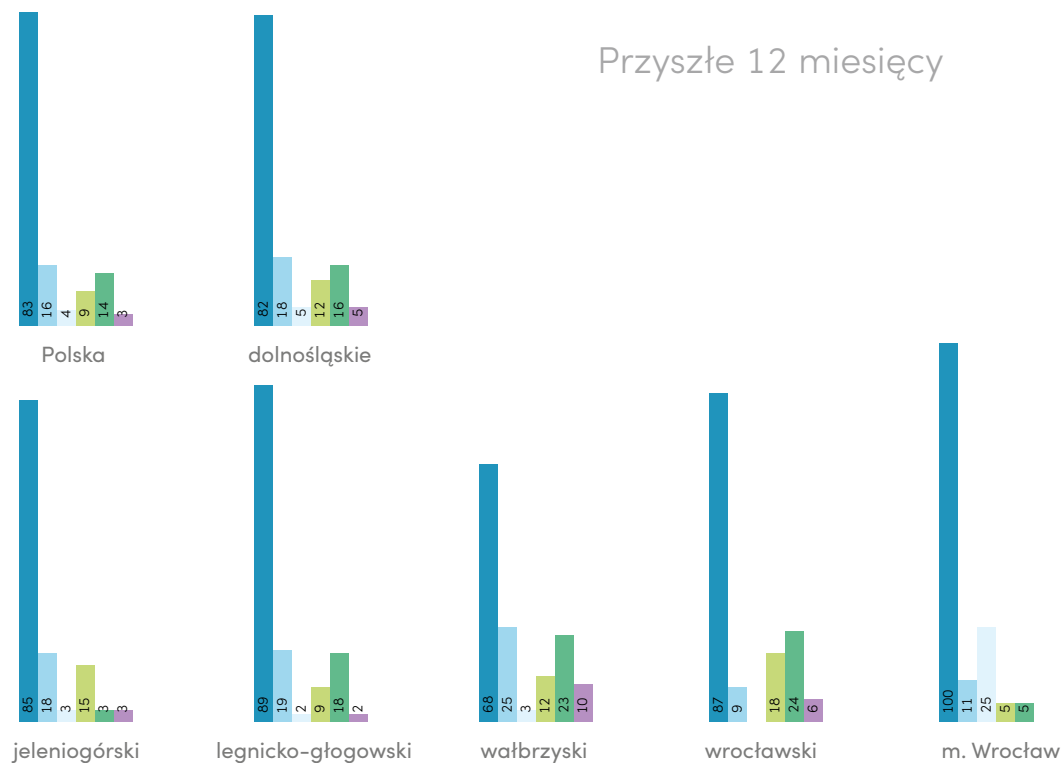
- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Pożyczka od rodziny
- Leasing
- Dotacje

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy

- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Pożyczka od rodziny
- Leasing
- Dotacje
- Trudno powiedzieć





OCENA OTOCZENIA BIZNESU PRZEZ MIKRO I MAŁE FIRMY

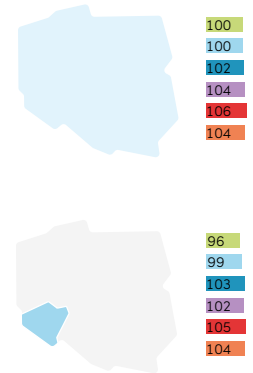
Wartość indeksu z badania w 2018 roku:
 poniżej wyniku ogólnopolskiego
 powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:
 indeks z 2013
 indeks z 2014
 indeks z 2015
 indeks z 2016
 indeks z 2017
 indeks z 2018



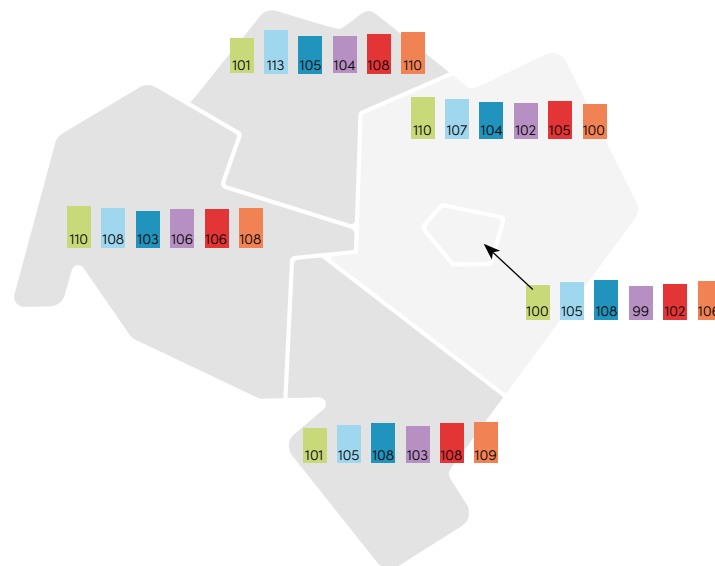
MAPA 10

Ocena jakości usług świadczonych przedsiębiorcom przez lokalną administrację – woj. dolnośląskie



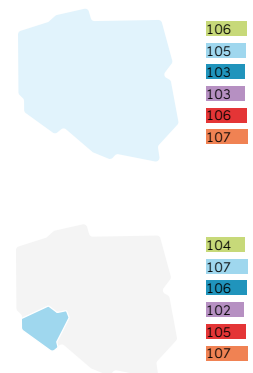
Wartość indeksu z badania w 2018 roku:
 poniżej wyniku ogólnopolskiego
 powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:
 indeks z 2013
 indeks z 2014
 indeks z 2015
 indeks z 2016
 indeks z 2017
 indeks z 2018



MAPA 11

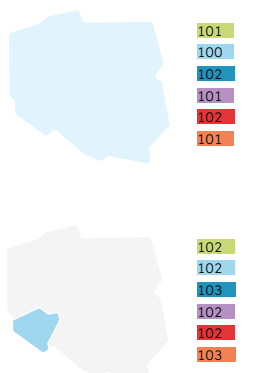
Ocena jakości usług doradczych świadczonych przez polskie banki w zakresie kredytów – woj. dolnośląskie





MAPA 12

Ocena uciążliwości
kontroli działalności
gospodarczej
– woj. dolnośląskie



Wartość indeksu
z badania w 2018 roku:

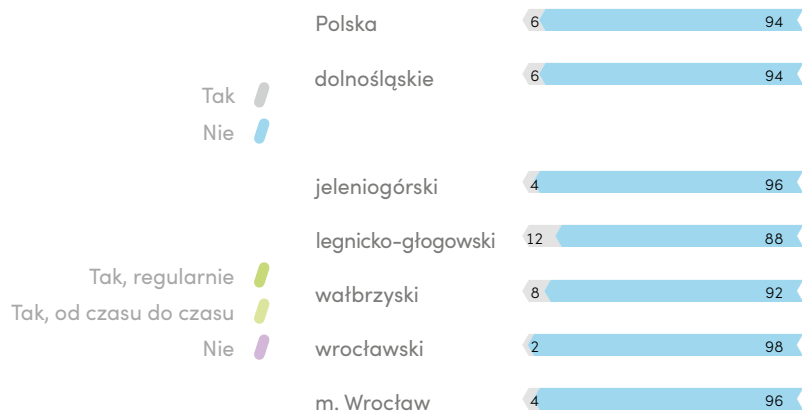
- poniżej wyniku ogólnopolskiego
- powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:

- indeks z 2013
- indeks z 2014
- indeks z 2015
- indeks z 2016
- indeks z 2017
- indeks z 2018

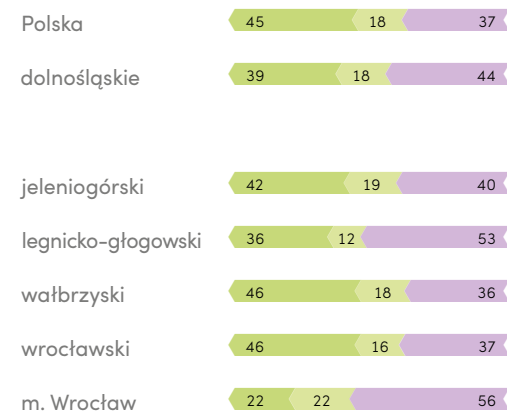
WYKRES 17

Przynależność do
organizacji biznesowych
– woj. dolnośląskie
(wyrażone w %)



WYKRES 18

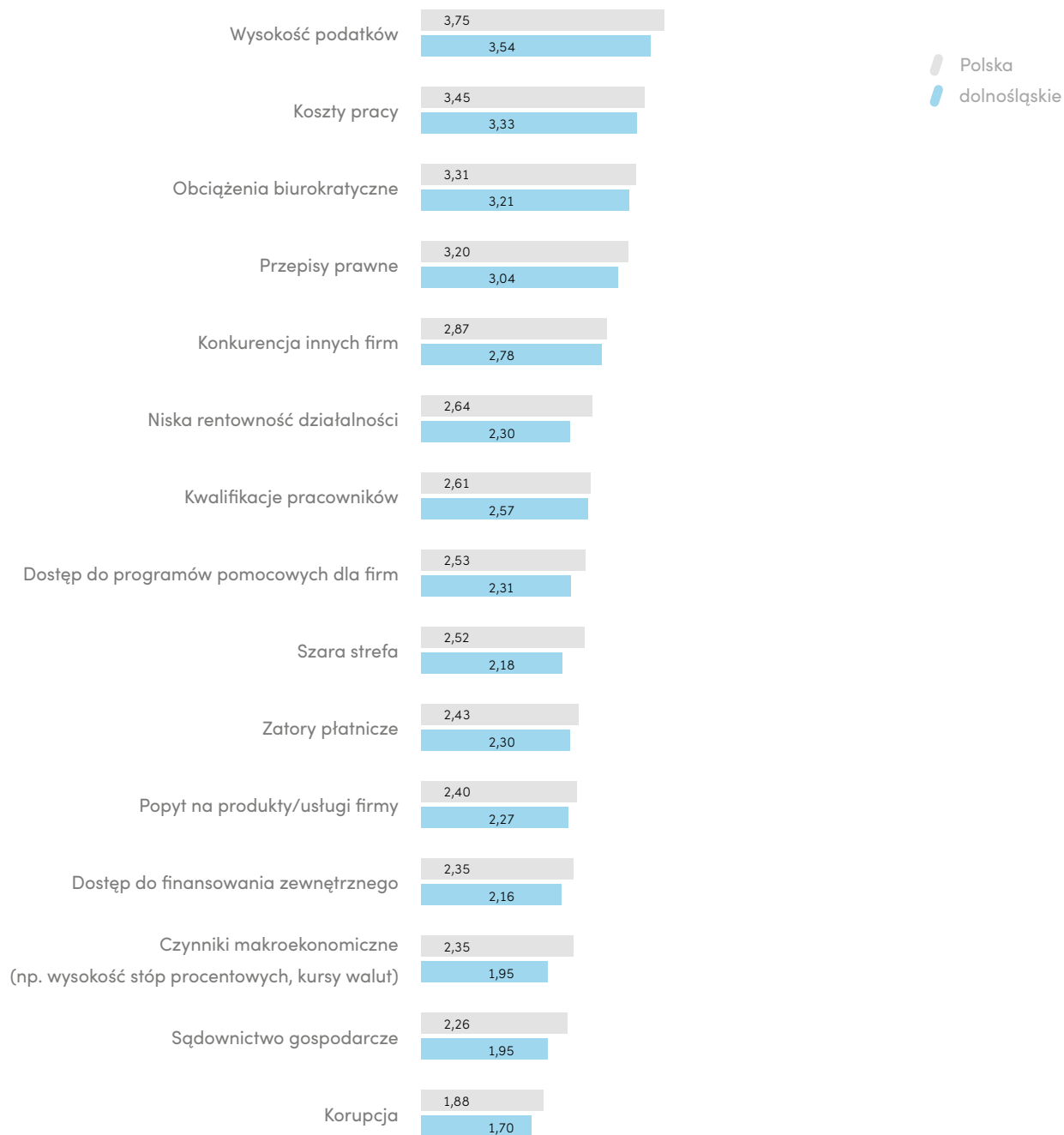
Korzystanie z usług
firm zewnętrznych
– woj. dolnośląskie
(wyrażone w %)





WYKRES 19

Główne bariery rozwoju
firmy – woj. dolnośląskie



Na wykresie zaprezentowano średnie z odpowiedzi;
od 1 „brak bariery” do 5 „bardzo ograniczająca bariera”.



województwo
kujawsko-pomorskie

Turnus mija za turnusem
Wreszcie sprawnie głową ruszę.





TABELA 1 Dane statystyczne

	POLSKA	KUJAWSKO- POMORSKIE	bydgosko-toruński	grudziądzki	włocławski	inowrocławski	świecki
PKB na 1 mieszkańca w relacji do średniej krajowej (Polska = 100; 2016)	100,0	81,6	103,9	67,4	68,7	66,4	73,2
Dochody gmin na 1 mieszkańca (zł; 2017)	4 938	4 805	5 170	4 678	4 797	4 253	4 656
Wydatki gmin na 1 mieszkańca (zł; 2017)	4 958	4 783	5 100	4 659	4 842	4 236	4 680
Stopa bezrobocia rejestrowanego (III kwartał 2018)	5,7	8,6	5,0	9,8	13,1	11,5	8,9
Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w relacji do średniej krajowej (Polska = 100; 2017)	100	86	92	80	81	79	82
Nakłady inwestycyjne w przedsiębiorstwach na 1 mieszkańca (zł; 2016)	3 880	2 551	2 954	2 375	1 788	2 682	2 478
Podmioty zarejestrowane w rejestrze REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	1 121	940	1 187	778	849	774	748
Podmioty nowo zarejestrowane w rejestrze REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	94	80	97	65	72	70	71
Podmioty wykreślone z rejestru REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	75	70	87	55	63	67	55
Podmioty gospodarcze zarejestrowane w rejestrze REGON ogółem (2017), w tym:	4 309 800	1 95 717	92 197	30 446	30 662	28 243	14 169
0–9 pracujących (mikro)	4 128 611	186 964	88 387	28 998	29 264	26 840	13 475
10–49 pracujących (małe)	147 607	6 995	2 998	1 175	1 124	1 132	566
50–249 pracujących (średnie)	29 154	1 537	697	238	248	242	112
Powyżej 249 pracujących (duże)	4 428	221	115	35	26	29	16



OGÓLNY WSKAŹNIK KONIUNKTURY MIKRO I MAŁYCH FIRM

MAPA 1

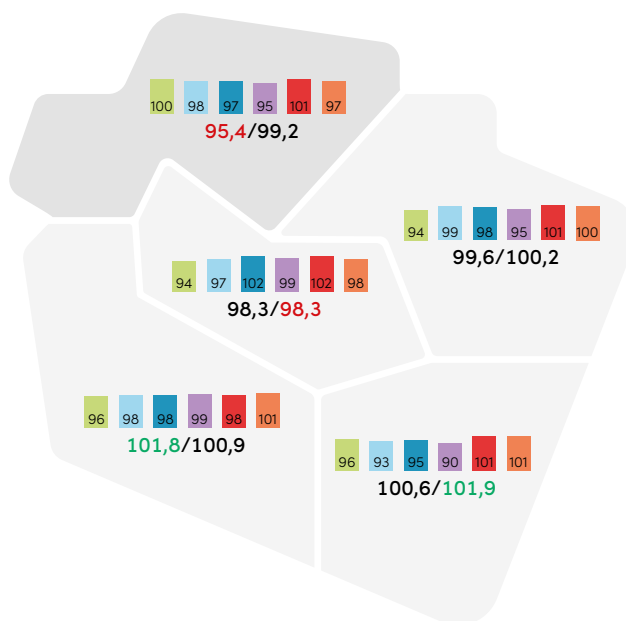
Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

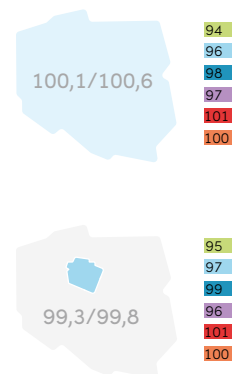
- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



Ogólny Wskaźnik Koniunktury Mikro i Małych Firm – woj. kujawsko-pomorskie



OCENA SYTUACJI GOSPODARCZEJ PRZEZ MIKRO I MAŁE FIRMY

MAPA 2

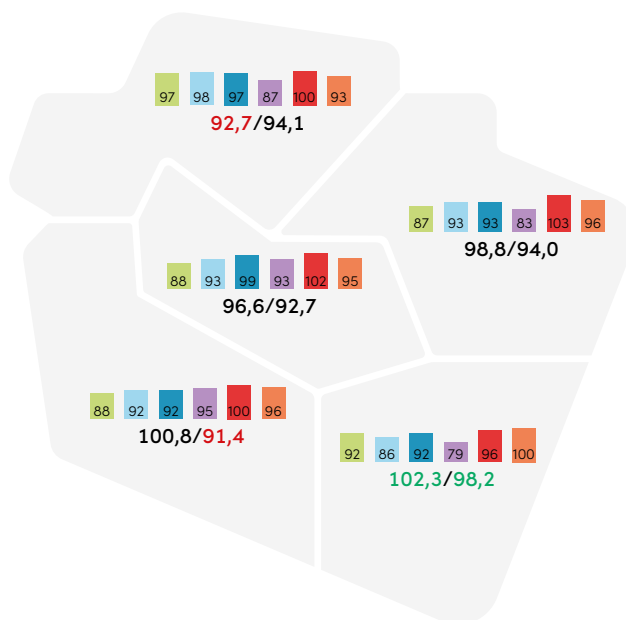
Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

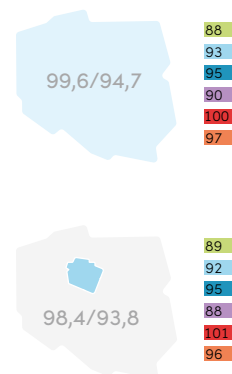
- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



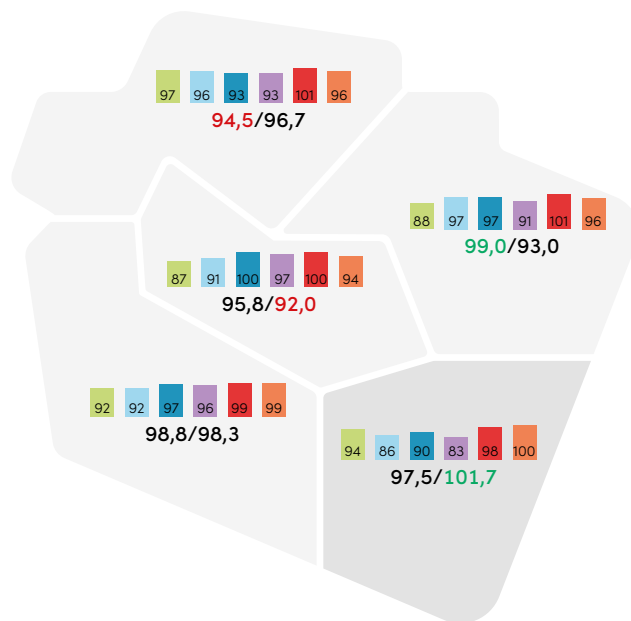
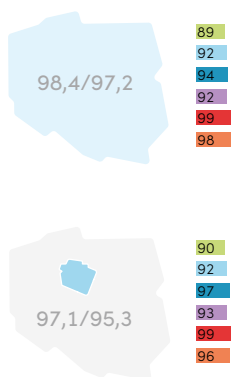
Ocena sytuacji gospodarczej – woj. kujawsko-pomorskie





MAPA 3

Ocena sytuacji branży
– woj. kujawsko-pomorskie



Indeks % w roku 2017
x – indeks za ostatnie 12 mies.
y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe
12 miesięcy w roku 2018:

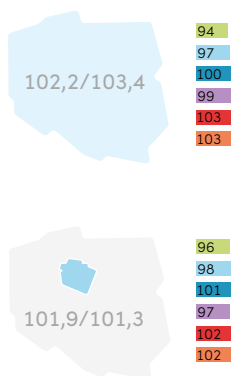
- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018

MAPA 4

Ocena sytuacji firmy
– woj. kujawsko-pomorskie



Indeks % w roku 2017
x – indeks za ostatnie 12 mies.
y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe
12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



SYTUACJA FINANSOWA MIKRO I MAŁYCH FIRM

MAPA 5

Ocena przychodów firmy
– woj. kujawsko-pomorskie

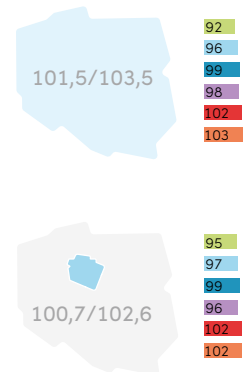
Indeks x/y w roku 2017
x – indeks za ostatnie 12 mies.
y – indeks za przeszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



MAPA 6

Ocena wyniku finansowego firmy
– woj. kujawsko-pomorskie

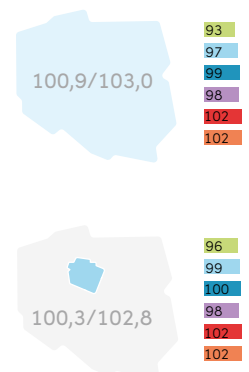
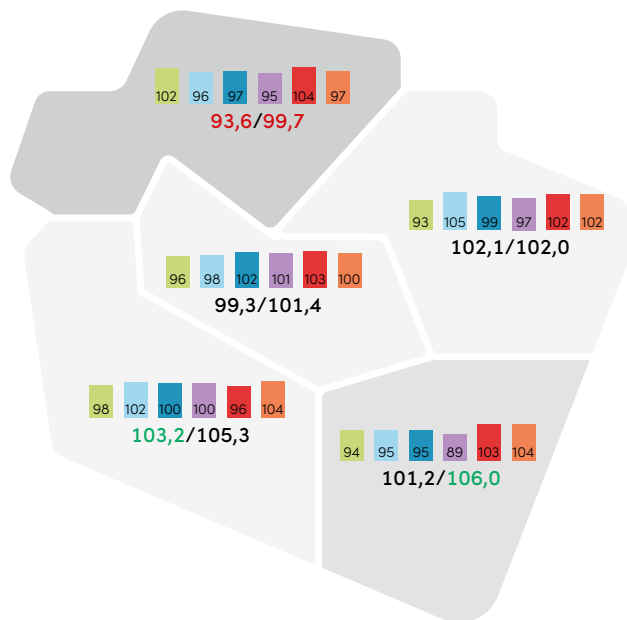
Indeks x/y w roku 2017
x – indeks za ostatnie 12 mies.
y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

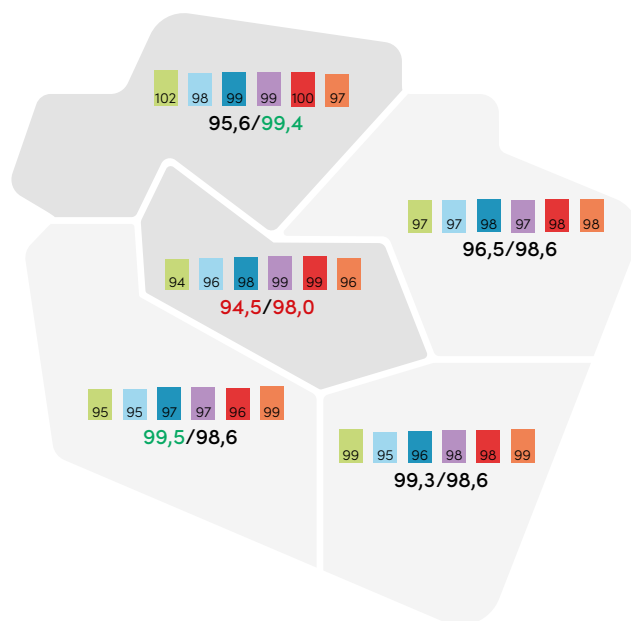
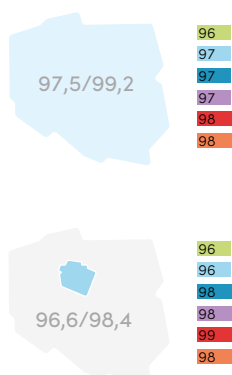
- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018





MAPA 7

Ocena długości
oczekiwania na zapłatę
za towar/usługi
– woj. kujawsko-pomorskie



Indeks % w roku 2017
x – indeks za ostatnie 12 mies.
y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

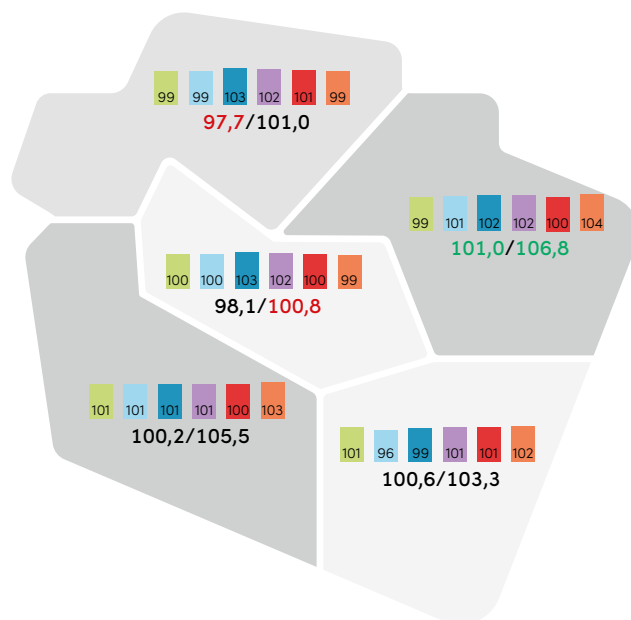
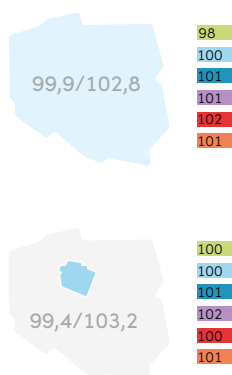
Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018

MAPA 8

ZATRUDNIENIE W MIKRO I MAŁYCH FIRM

Ocena zatrudnienia
w firmie
– woj. kujawsko-pomorskie



Indeks % w roku 2017
x – indeks za ostatnie 12 mies.
y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



DOSTĘPNOŚĆ ZEWNĘTRZNEGO FINANSOWANIA DLA MIKRO I MAŁYCH FIRM

MAPA 9

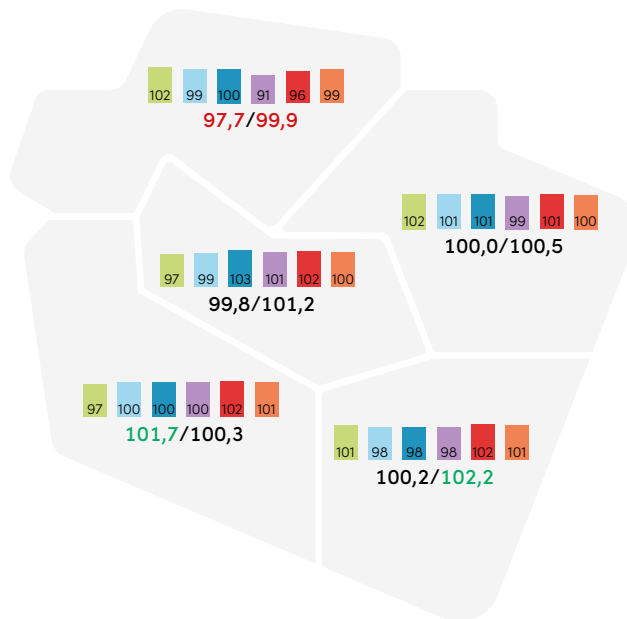
Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

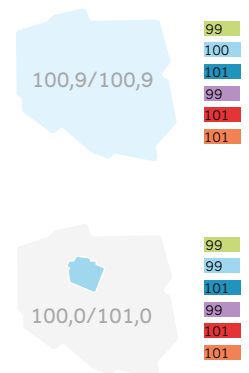
- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018

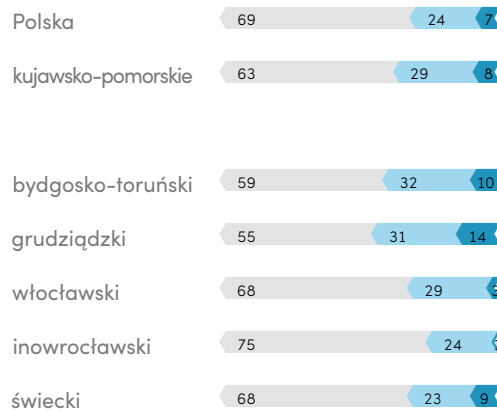
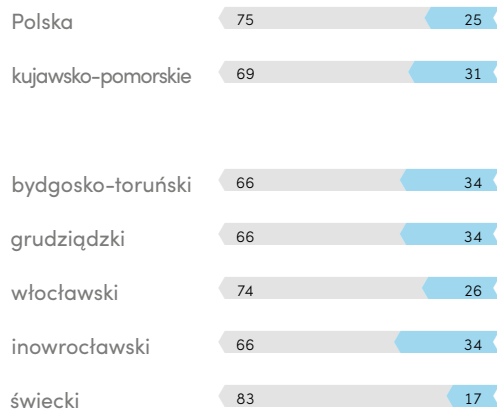


Ocena dostępności zewnętrznego finansowania dla firmy – woj. kujawsko-pomorskie



Poprzednie 12 miesięcy

Przyszłe 12 miesięcy



WYKRES 1

Źródła finansowania firmy – woj. kujawsko-pomorskie (wyrażone w %)

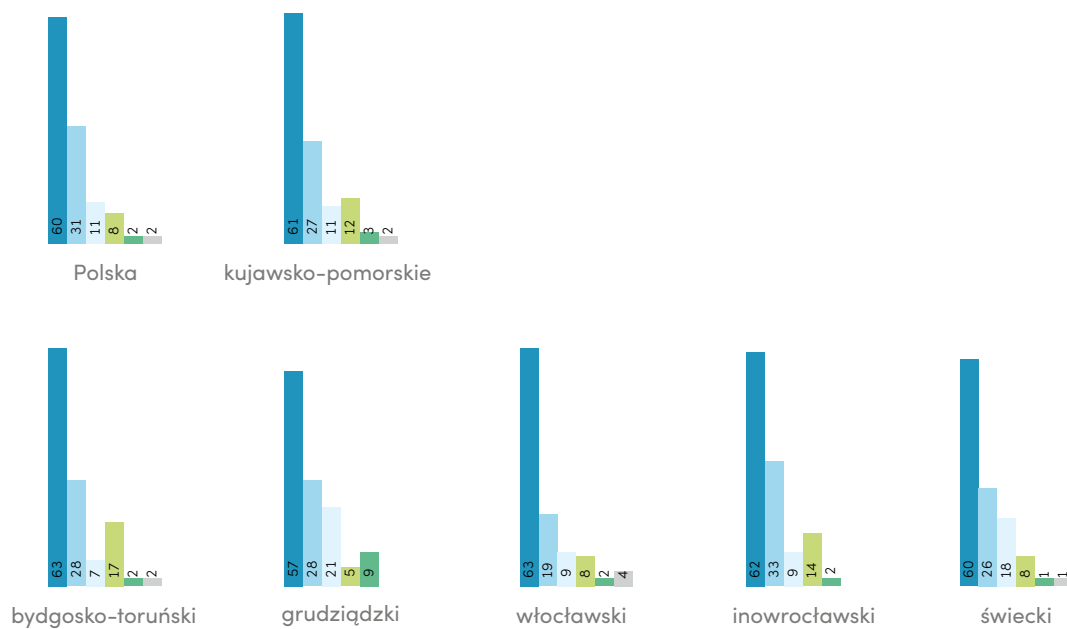
- Wyłącznie środki własne
- Środki własne oraz finansowanie zewnętrzne (np. kredyt)
- Trudno powiedzieć



WYKRES 2

Przyczyny finansowania firmy ze środków własnych
– woj. kujawsko-pomorskie
(wyrażone w %)

- Brak potrzeby
- Niechęć do zadłużenia
- Brak możliwości skorzystania z finansowania zewnętrznego (np. brak zdolności kredytowej)
- Tańszy koszt kapitału własnego w porównaniu z finansowaniem zewnętrznym
- Brak informacji na temat finansowania zewnętrznego
- Inne



WYKRES 3

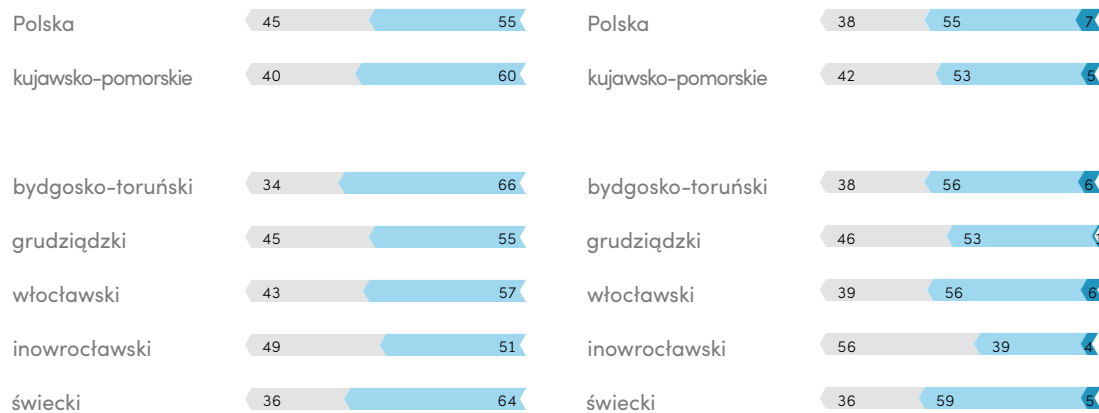
INWESTYCJE MIKRO I MAŁYCH FIRM

Ponoszenie przez firmy wydatków inwestycyjnych
– woj. kujawsko-pomorskie
(wyrażone w %)

- Tak
- Nie
- Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy

Przyszłe 12 miesięcy



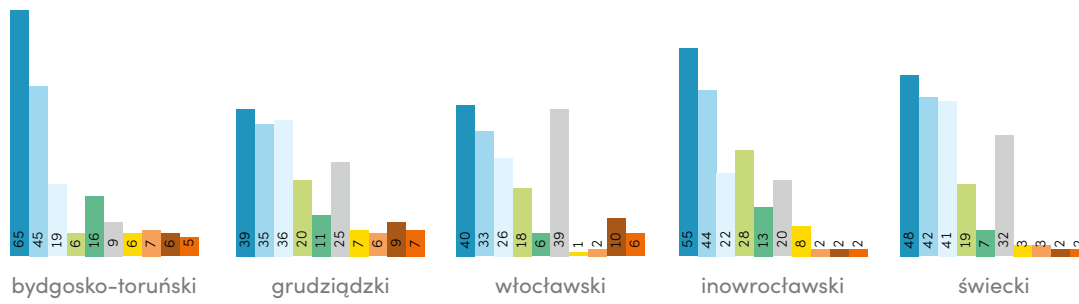
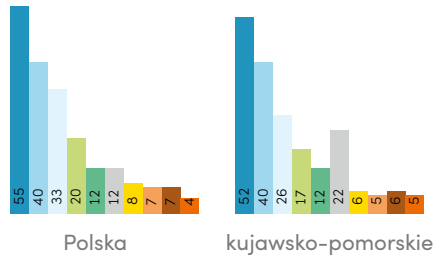


WYKRES 4

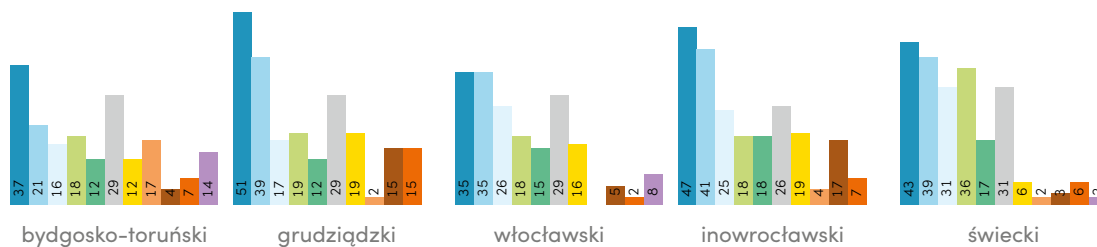
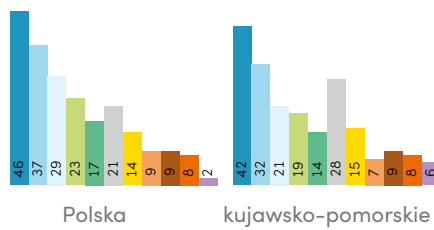
Przedmiot wydatków inwestycyjnych – woj. kujawsko-pomorskie (wyrażone w %)

- Wyposażenie, narzędzia i przyrządy
- Maszyny i urządzenia
- Środki transportu
- Reklama, marketing
- Szkolenia dla pracowników
- Budynki i budowle
- Zatrudnienie nowych pracowników
- Wartości niematerialne i prawne
- Technologie (np. cyfrowe)
- Grunty
- Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy



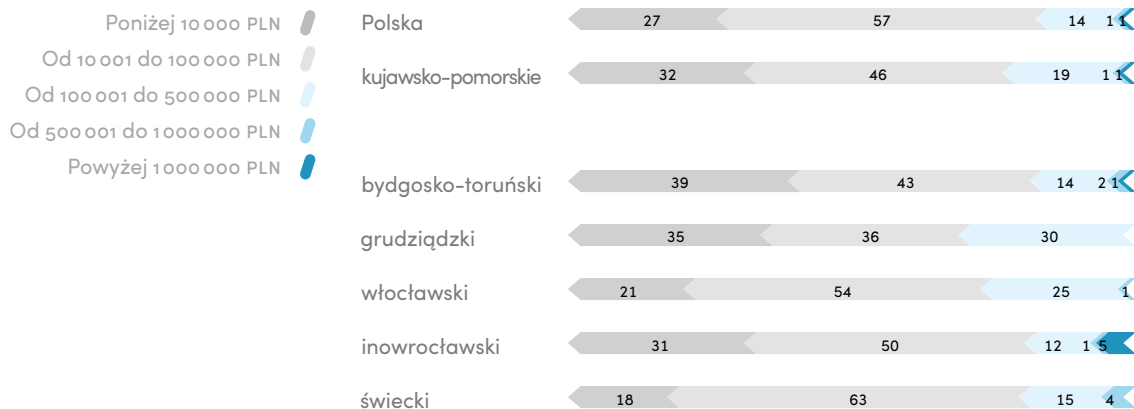
Przyszłe 12 miesięcy



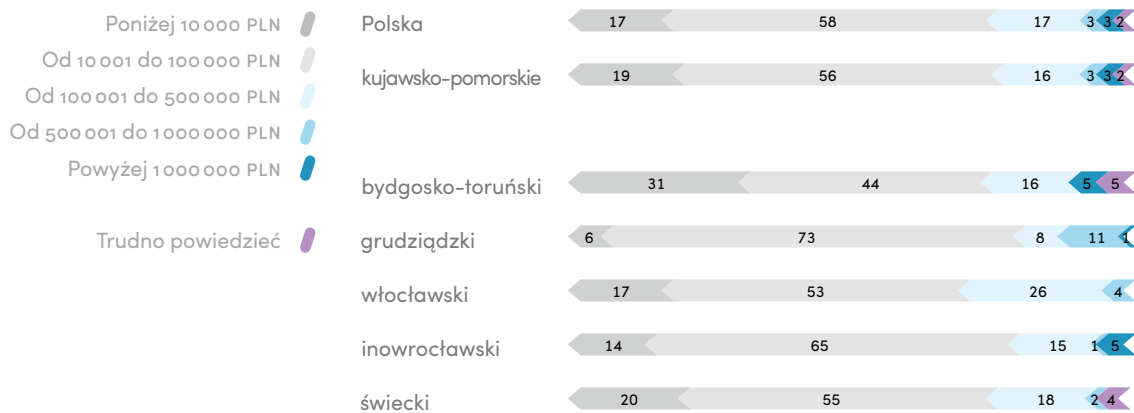


WYKRES 5

Wysokość wydatków inwestycyjnych – woj. kujawsko-pomorskie
(wyrażone w %)



Przyszłe 12 miesięcy

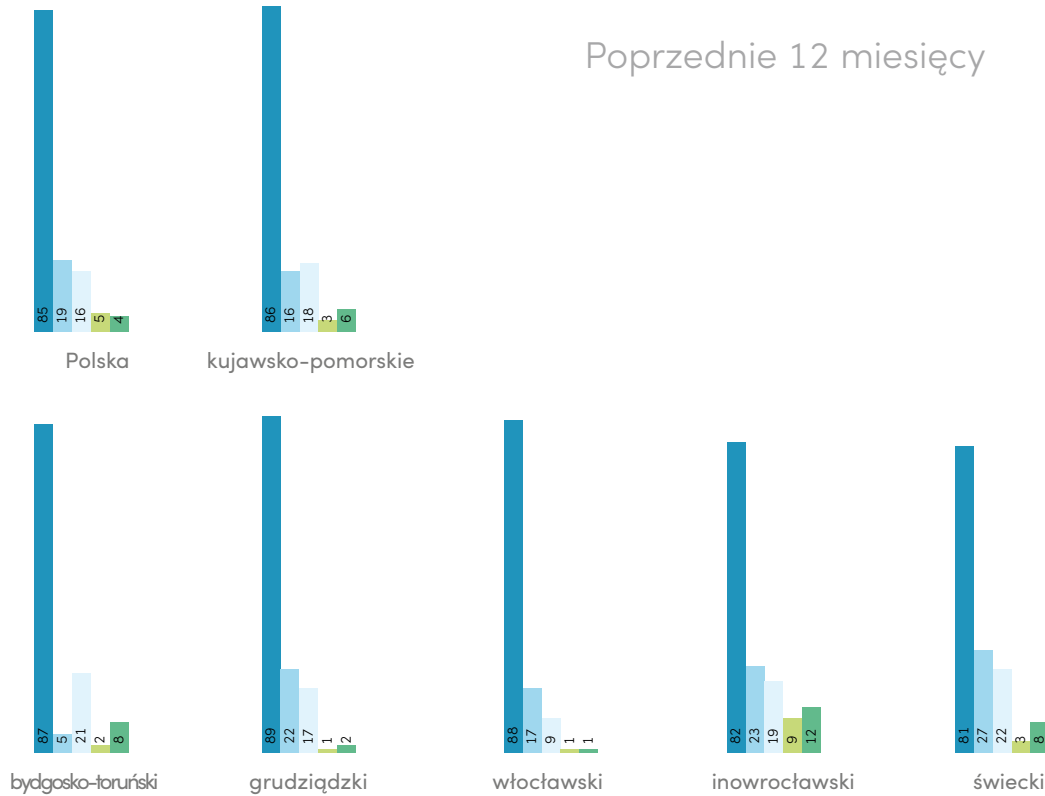




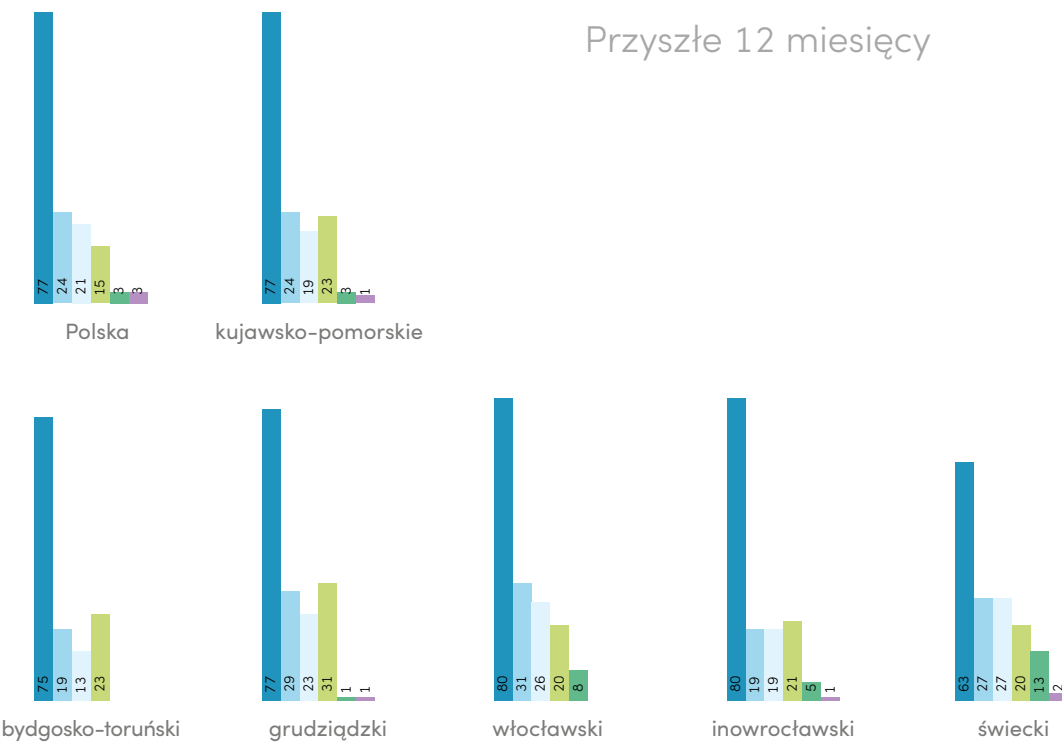
* 5 najczęściej wymienianych źródeł finansowania inwestycji

WYKRES 6

Źródła finansowania inwestycji – woj. kujawsko-pomorskie (wyrażone w %)



- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Leasing
- Dotacje
- Pożyczka od rodziny lub znajomych



- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Leasing
- Dotacje
- Pożyczka od rodziny lub znajomych
- Trudno powiedzieć



WYKRES 7

EKSPORT MIKRO I MAŁYCH FIRM

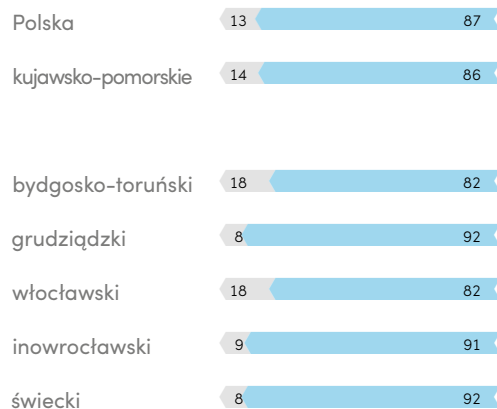
Eksport wyrobów
lub usług przez firmę
– woj. kujawsko-pomorskie
(wyrażone w %)

Tak

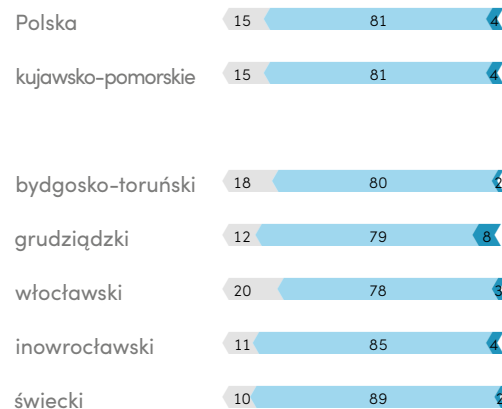
Nie

Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy

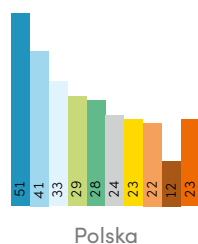


Przyszłe 12 miesięcy

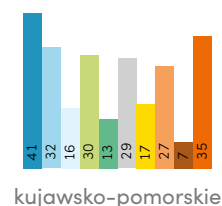


WYKRES 8

Kierunki rozwoju
działalności eksportowej
(wyrażone w %)



Polska

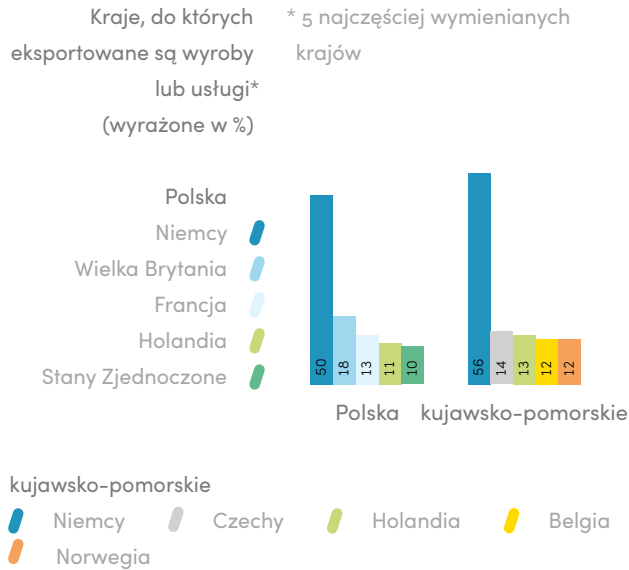


kujawsko-pomorskie

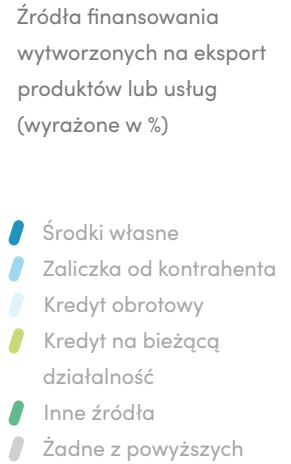
- Znalezienie nowych kontrahentów za granicą
- Zwiększenie sprzedaży na dotychczasowych rynkach zagranicznych
- Indywidualne podejście do klienta – produkcja/usługi szyte na miarę
- Nowe produkty i usługi w ofercie
- Poprawa jakości oferowanych produktów i usług
- Dotarcie na nowe rynki
- Inwestycje w innowacyjne produkty i usługi
- Nowe strategie sprzedaży
- Nowa działalność lub branża firmy
- Żadne z powyższych



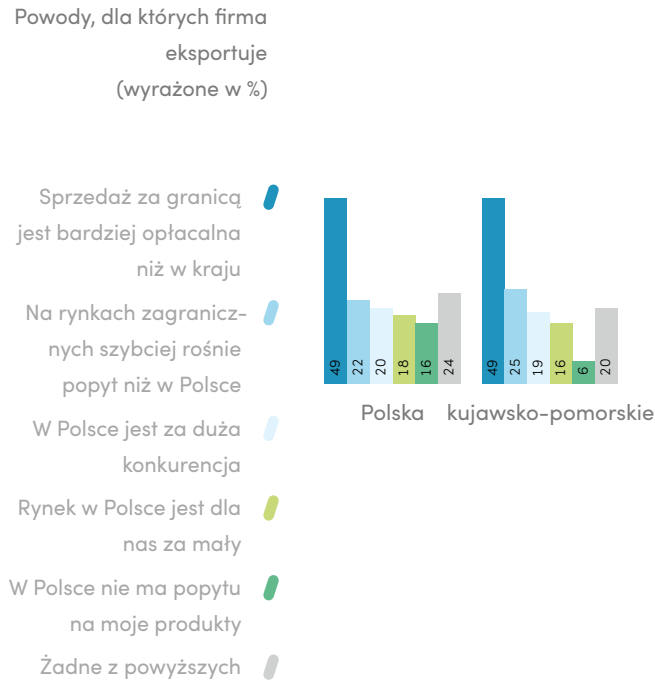
WYKRES 9



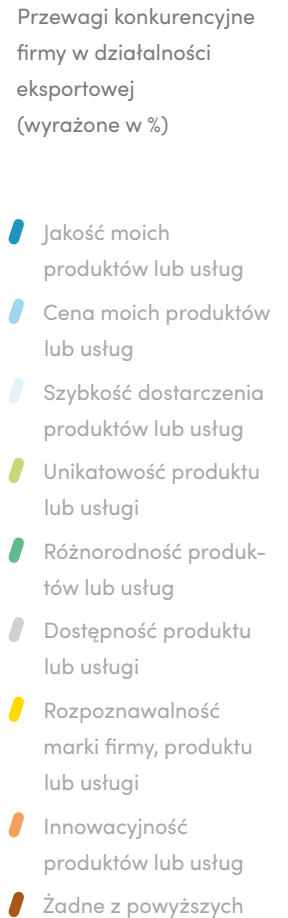
WYKRES 10



WYKRES 11



WYKRES 12





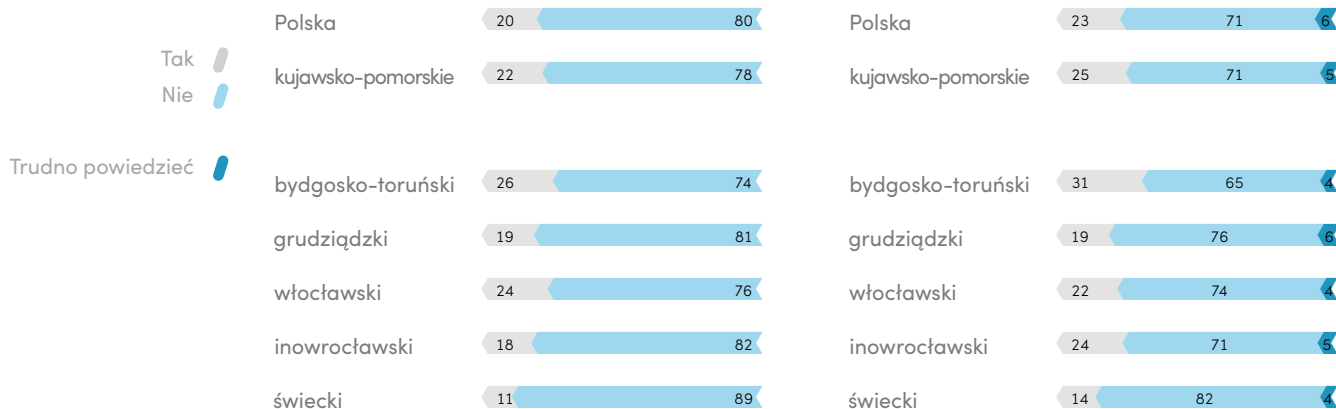
WYKRES 13

INNOWACYJNOŚĆ MIKRO I MAŁYCH FIRM

Innowacja produktowa
– woj. kujawsko-pomorskie
(wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy

Przyszłe 12 miesięcy

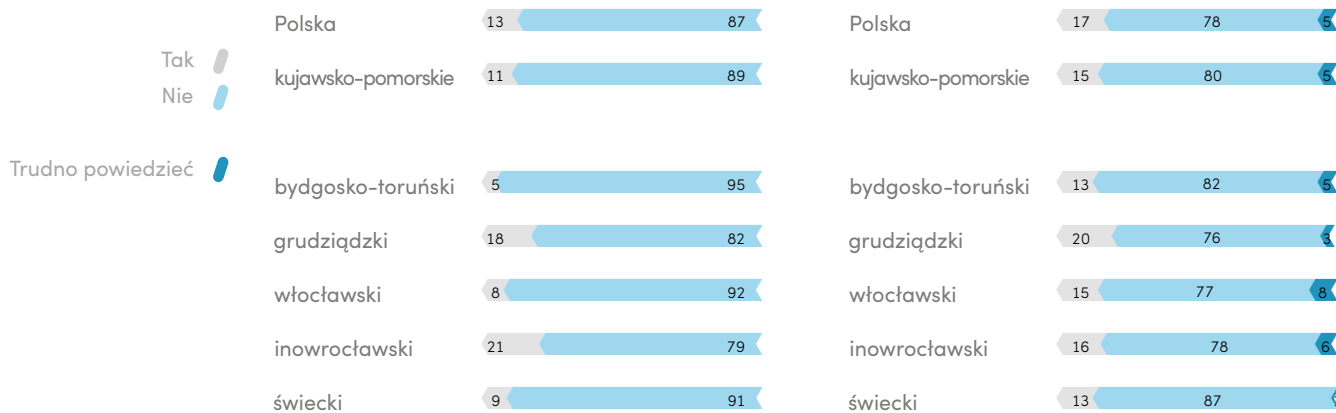


WYKRES 14

Innowacja procesowa –
woj. kujawsko-pomorskie
(wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy

Przyszłe 12 miesięcy

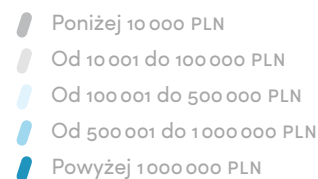
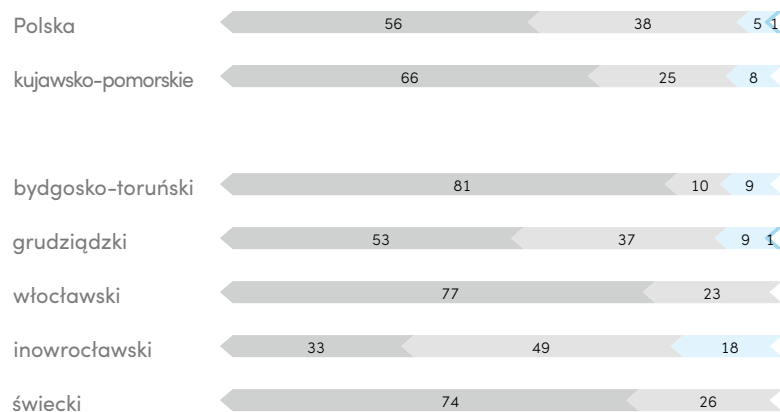




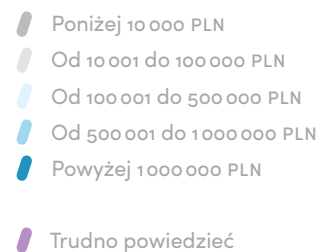
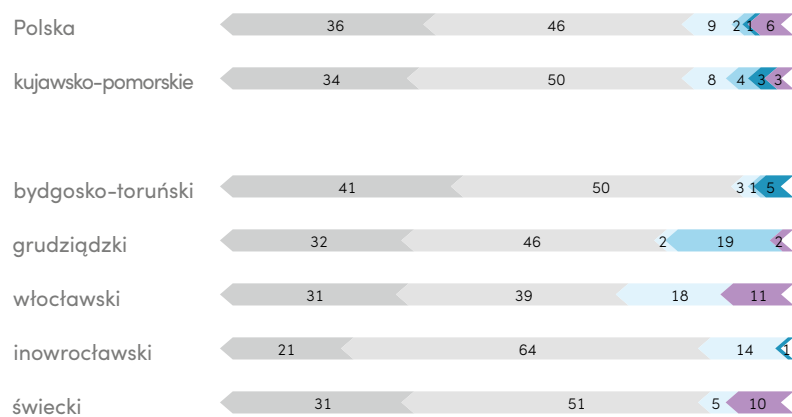
WYKRES 15

Wysokość wydatków
na innowacje
– woj. kujawsko-pomorskie
(wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy





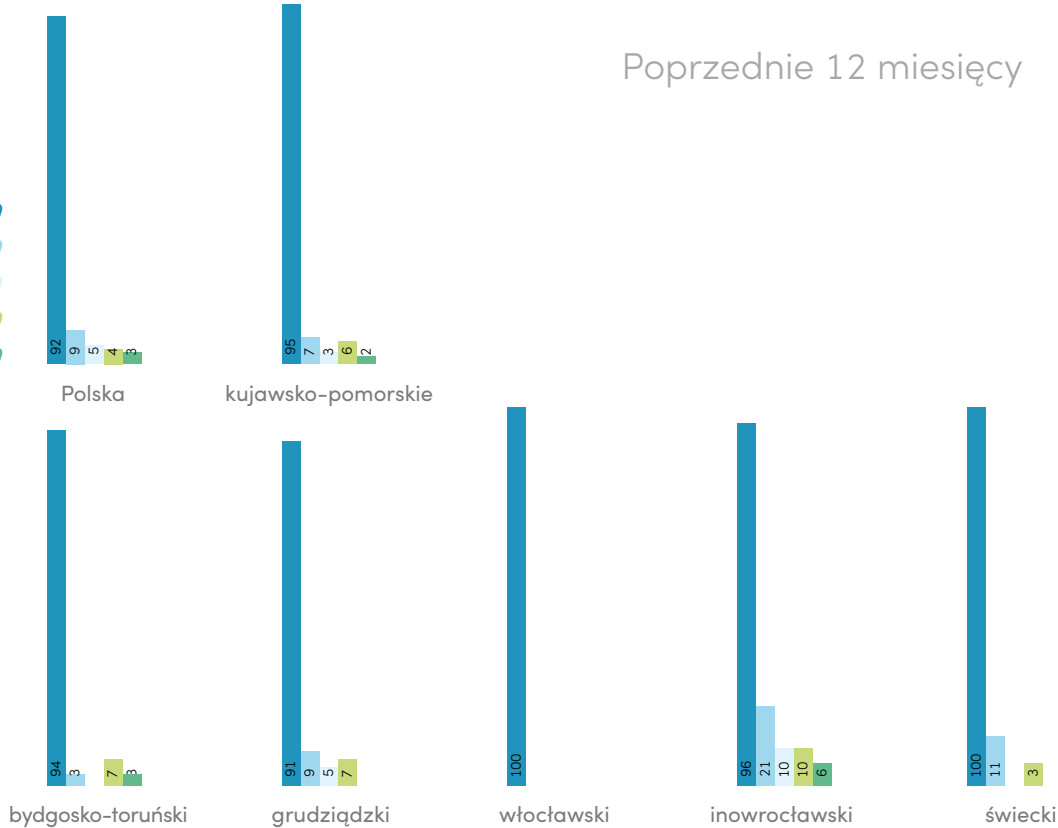
WYKRES 16

* 5 najczęściej wymienianych źródeł finansowania innowacji

Źródło finansowania innowacji – woj. kujawsko-pomorskie (wyrażone w %)

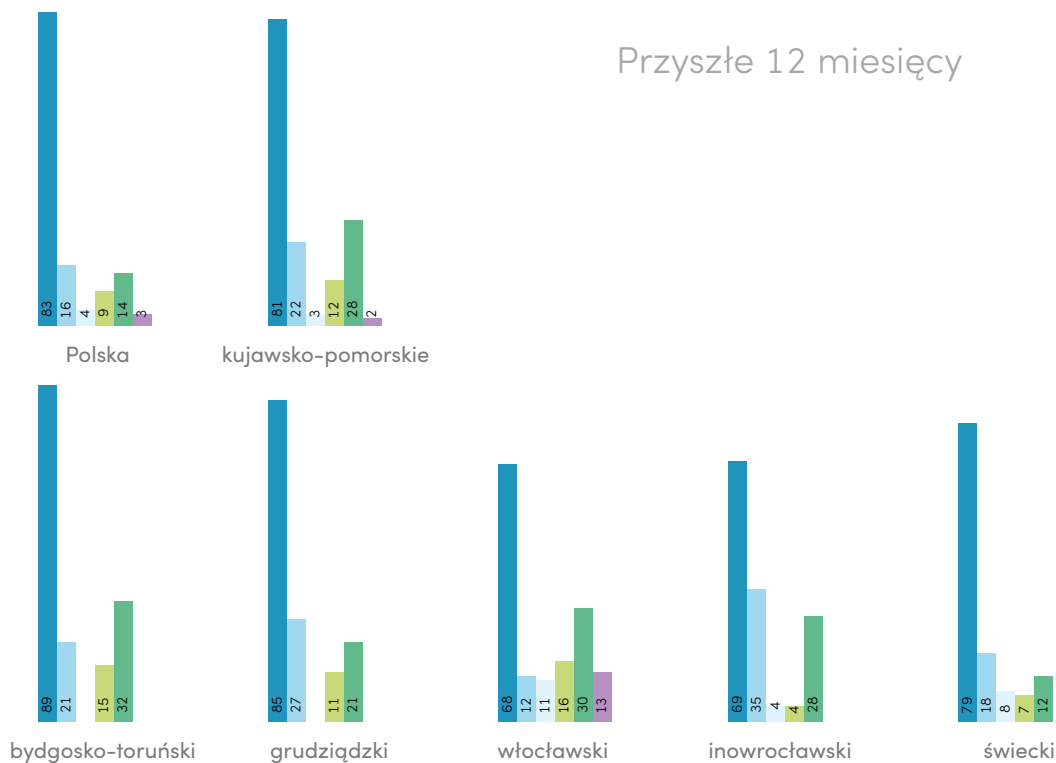
- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Pożyczka od rodziny
- Leasing
- Dotacje

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy

- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Pożyczka od rodziny
- Leasing
- Dotacje
- Trudno powiedzieć

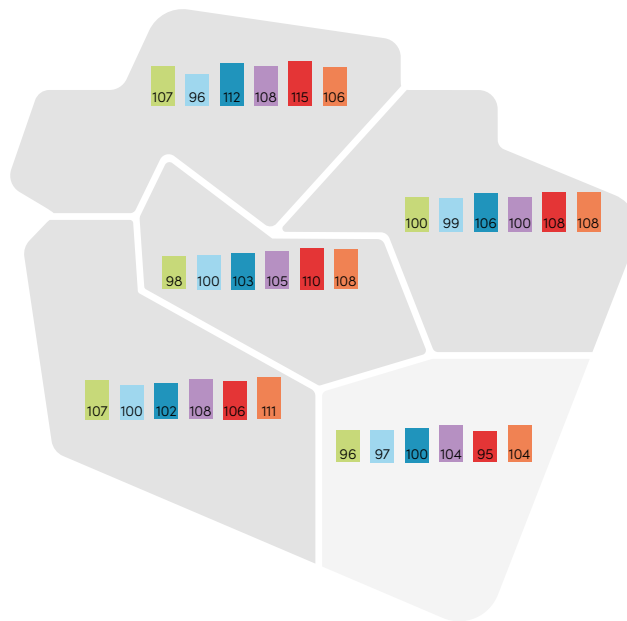




OCENA OTOCZENIA BIZNESU PRZEZ MIKRO I MAŁE FIRMY

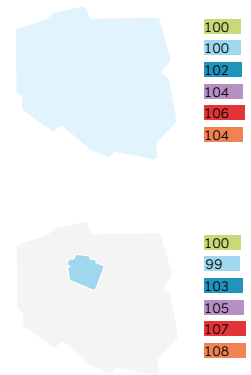
Wartość indeksu z badania w 2018 roku:
 poniżej wyniku ogólnopolskiego
 powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:
 indeks z 2013
 indeks z 2014
 indeks z 2015
 indeks z 2016
 indeks z 2017
 indeks z 2018



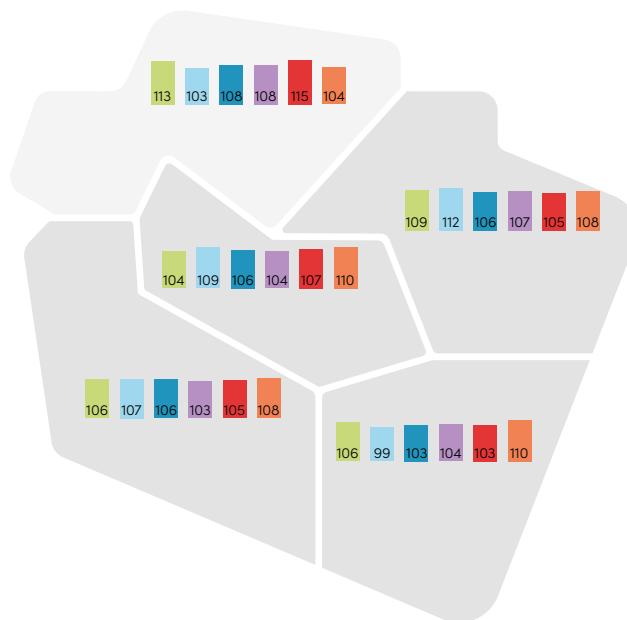
MAPA 10

Ocena jakości usług świadczonych przedsiębiorcom przez lokalną administrację – woj. kujawsko-pomorskie



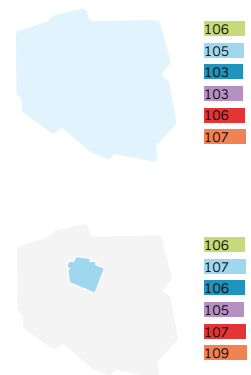
Wartość indeksu z badania w 2018 roku:
 poniżej wyniku ogólnopolskiego
 powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:
 indeks z 2013
 indeks z 2014
 indeks z 2015
 indeks z 2016
 indeks z 2017
 indeks z 2018



MAPA 11

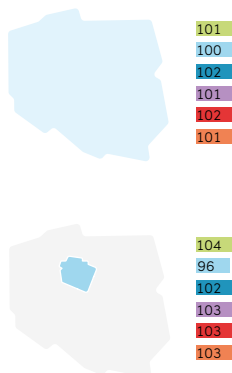
Ocena jakości usług doradczych świadczonych przez polskie banki w zakresie kredytów – woj. kujawsko-pomorskie





MAPA 12

Ocena uciążliwości
kontroli działalności
gospodarczej
– woj. kujawsko-pomorskie



Wartość indeksu
z badania w 2018 roku:

- poniżej wyniku ogólnopolskiego
- powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:

- indeks z 2013
- indeks z 2014
- indeks z 2015
- indeks z 2016
- indeks z 2017
- indeks z 2018

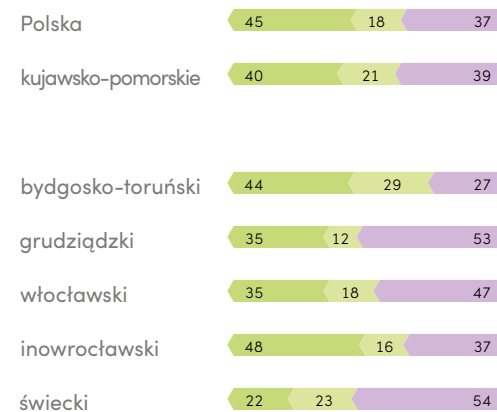
WYKRES 17

Przynależność do
organizacji biznesowych
– woj. kujawsko-pomorskie
(wyrażone w %)



WYKRES 18

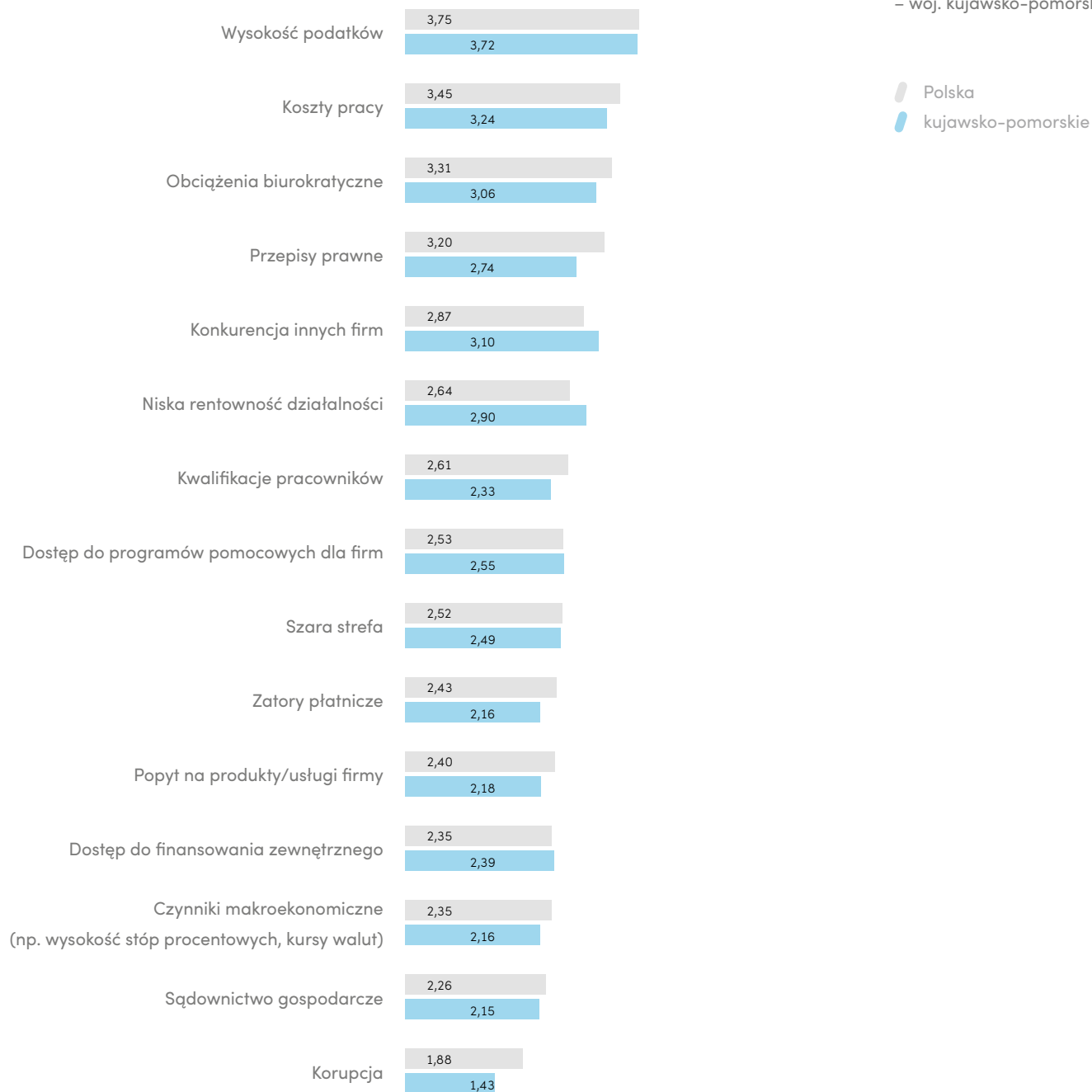
Korzystanie z usług
firm zewnętrznych
– woj. kujawsko-pomorskie
(wyrażone w %)





WYKRES 19

Główne bariery
rozwoju firmy
– woj. kujawsko-pomorskie



Na wykresie zaprezentowano średnie z odpowiedzi;
od 1 „brak bariery” do 5 „bardzo ograniczająca bariera”.



województwo
lubelskie

Po wyżynie żyznej płynie
szczęścia wiele: tytoń, chmiele...

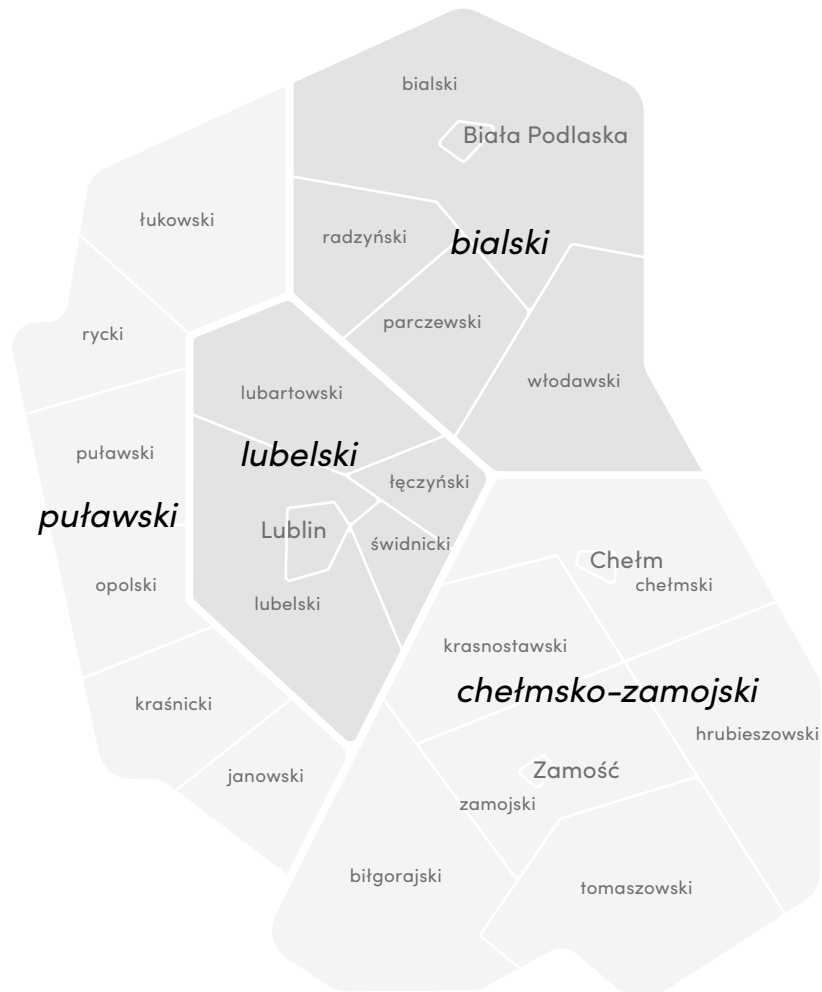




TABELA 1 Dane statystyczne

	POLSKA	LUBELSKIE	białski	chełmsko-zamojski	lubelski	puławski
PKB na 1 mieszkańca w relacji do średniej krajowej (Polska = 100; 2016)	100,0	68,9	59,4	53,2	92,1	61,3
Dochody gmin na 1 mieszkańca (zł; 2017)	4 938	4 438	4 417	4 179	4 939	4 052
Wydatki gmin na 1 mieszkańca (zł; 2017)	4 958	4 471	4 357	4 200	5 037	4 062
Stopa bezrobocia rejestrowanego (III kwartał 2018)	5,7	7,7	9,7	8,8	6,4	7,0
Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w relacji do średniej krajowej (Polska = 100; 2017)	100	89	79	80	97	84
Nakłady inwestycyjne w przedsiębiorstwach na 1 mieszkańca (zł; 2016)	3 880	1 795	1 004	1 109	2 706	1 851
Podmioty zarejestrowane w rejestrze REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	1 121	834	726	741	1 023	745
Podmioty nowo zarejestrowane w rejestrze REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	94	75	67	66	94	65
Podmioty wykreślone z rejestru REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	75	58	50	52	71	52
Podmioty gospodarcze zarejestrowane w rejestrze REGON ogółem (2017), w tym:	4 309 800	177 365	21 996	46 629	72 832	35 908
0–9 pracujących (mikro)	4 128 611	170 316	21 027	44 744	70 082	34 463
10–49 pracujących (małe)	147 607	5 712	792	1 551	2 179	1 190
50–249 pracujących (średnie)	29 154	1 204	169	308	497	230
Powyżej 249 pracujących (duże)	4 428	133	8	26	74	25



OGÓLNY WSKAŹNIK KONIUNKTURY MIKRO I MAŁYCH FIRM

MAPA 1

Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

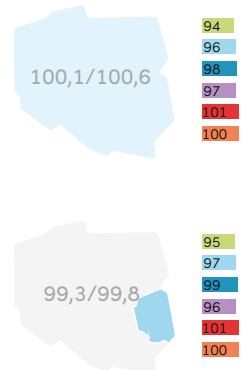
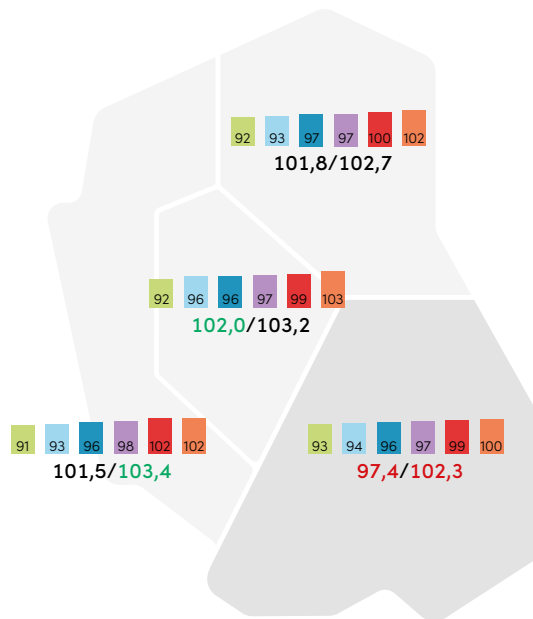
Ogólny Wskaźnik Koniunktury Mikro i Małych Firm – woj. lubelskie

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



OCENA SYTUACJI GOSPODARCZEJ PRZEZ MIKRO I MAŁE FIRMY

MAPA 2

Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

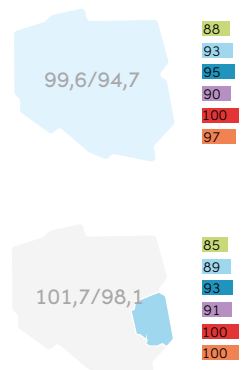
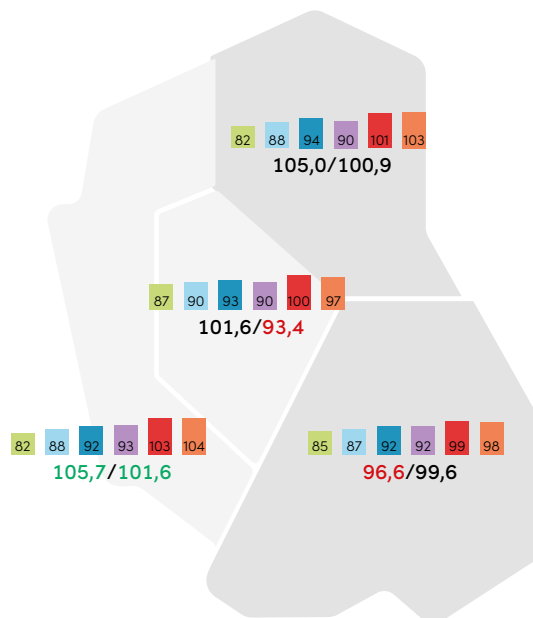
Ocena sytuacji gospodarczej – woj. lubelskie

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

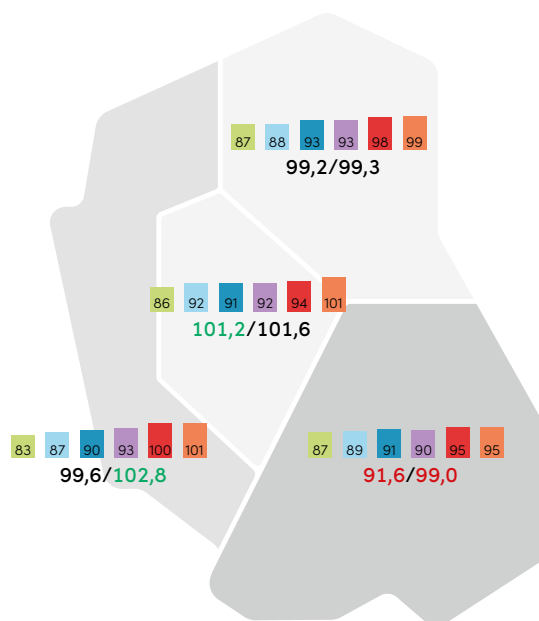
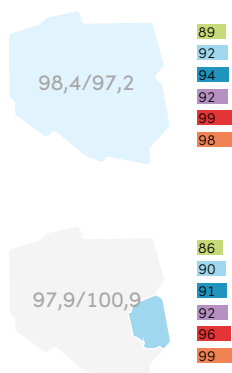
Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018





MAPA 3

Ocena sytuacji branży
– woj. lubelskie

Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe

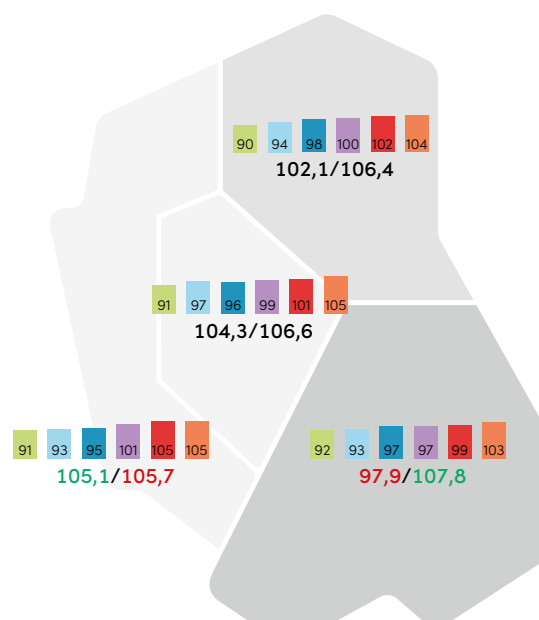
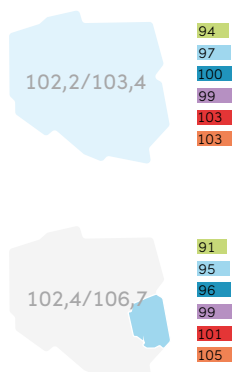
12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018

MAPA 4

Ocena sytuacji firmy
– woj. lubelskie

Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



SYTUACJA FINANSOWA MIKRO I MAŁYCH FIRM

MAPA 5

Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

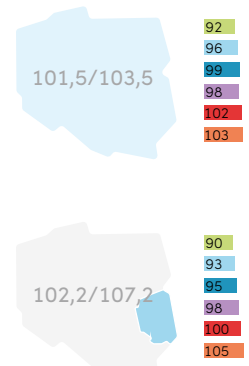
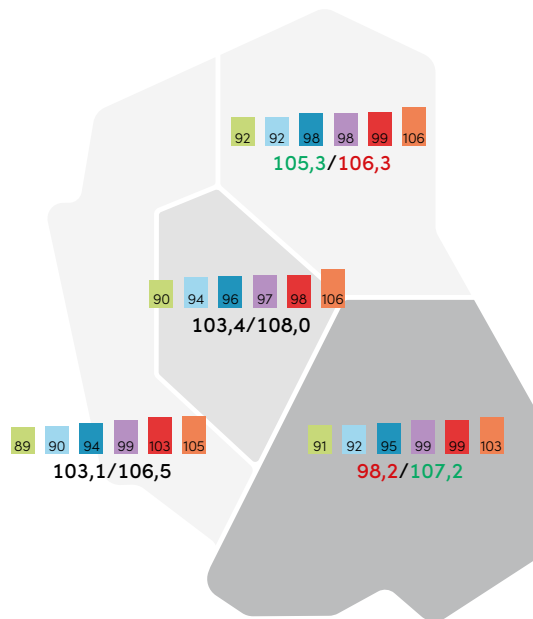
Ocena przychodów firmy
 – woj. lubelskie

Różnica między indeksem
 za ostatnie i przyszłe
 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za
 ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



MAPA 6

Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

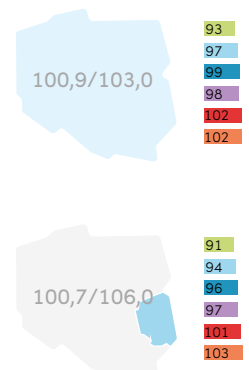
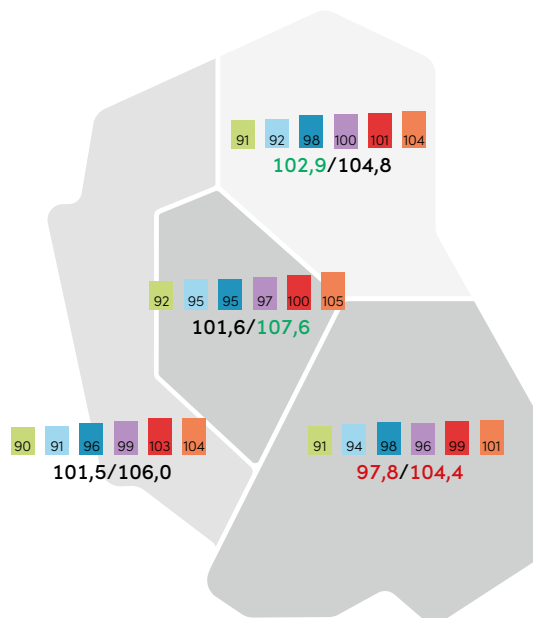
Ocena wyniku finansowego
 firmy – woj. lubelskie

Różnica między indeksem
 za ostatnie i przyszłe
 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za
 ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

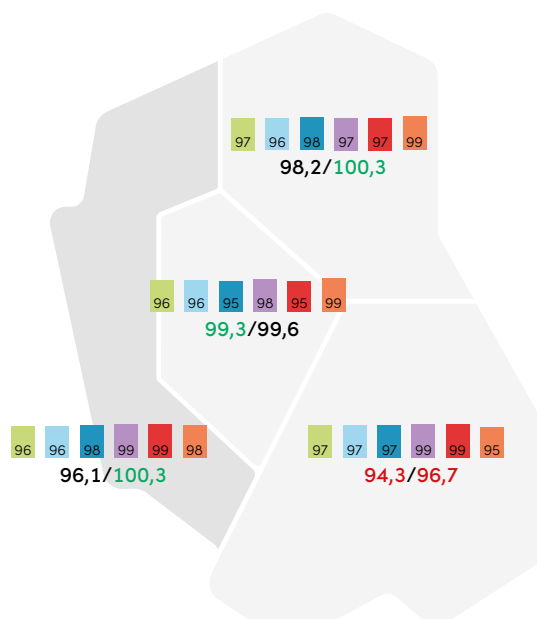
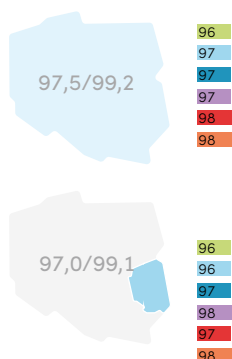
- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018





MAPA 7

Ocena długości oczekiwania na zapłatę za towary/ usługi – woj. lubelskie



Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

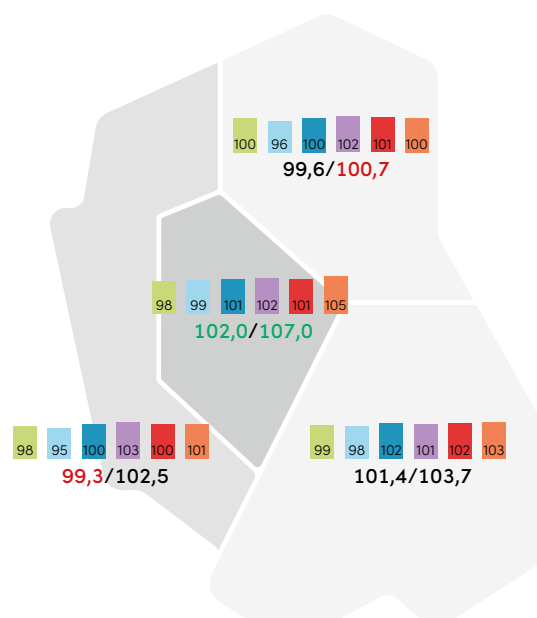
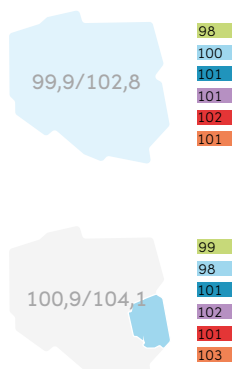
Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018

MAPA 8

ZATRUDNIENIE W MIKRO I MAŁYCH FIRM

Ocena zatrudnienia w firmie – woj. lubelskie



Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

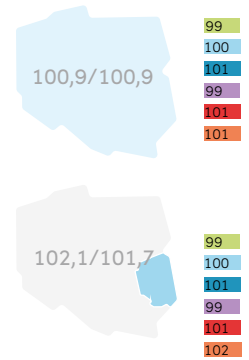
- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



DOSTĘPNOŚĆ ZEWĘTRZNEGO FINANSOWANIA DLA MIKRO I MAŁYCH FIRM

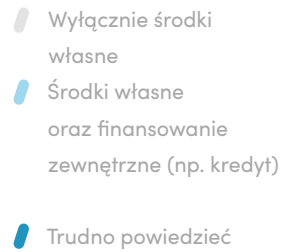
MAPA 9

Ocena dostępności zewnętrznego finansowania dla firmy – woj. lubelskie



WYKRES 1

Źródła finansowania firmy – woj. lubelskie (wyrażone w %)



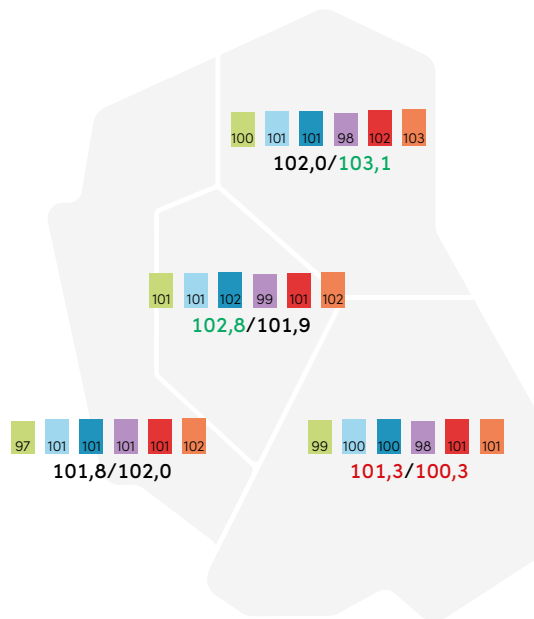
Indeks x/y w roku 2017
x – indeks za ostatnie 12 mies.
y – indeks za przysze 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przysze 12 miesięcy w roku 2018:

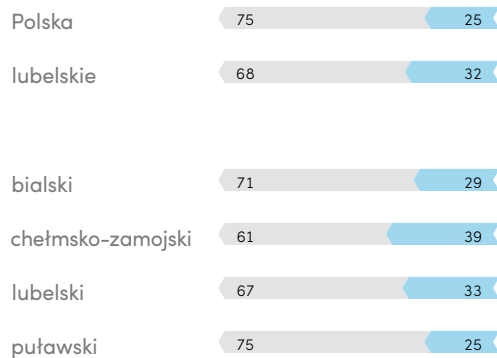
- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przysze 12 miesięcy:

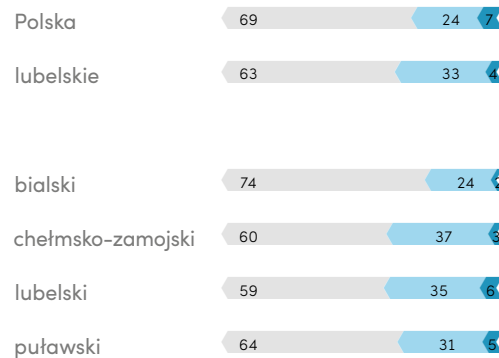
- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



Poprzednie 12 miesięcy



Przysze 12 miesięcy

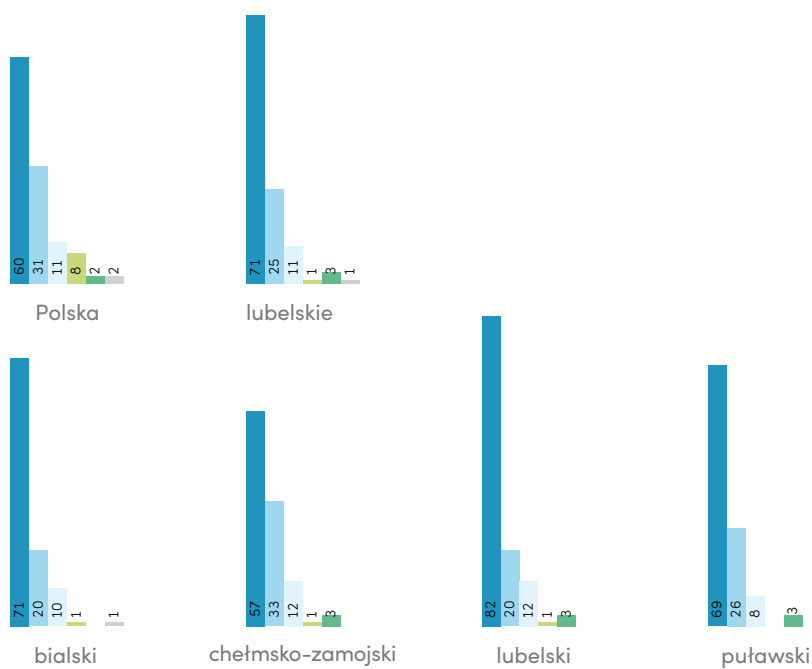




WYKRES 2

Przyczyny finansowania firmy ze środków własnych – woj. lubelskie (wyrażone w %)

- Brak potrzeby
- Niechęć do zadłużenia
- Brak możliwości skorzystania z finansowania zewnętrznego (np. brak zdolności kredytowej)
- Tańszy koszt kapitału własnego w porównaniu z finansowaniem zewnętrznym
- Brak informacji na temat finansowania zewnętrznego
- Inne



WYKRES 3

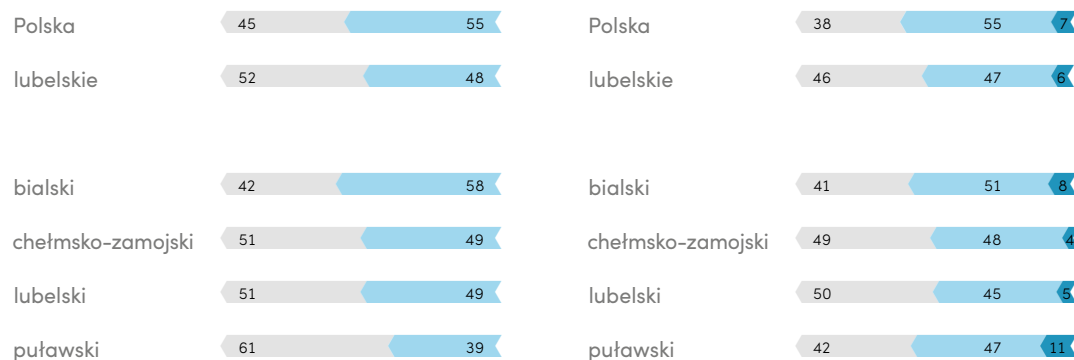
INWESTYCJE MIKRO I MAŁYCH FIRM

Ponoszenie przez firmy wydatków inwestycyjnych – woj. lubelskie (wyrażone w %)

- Tak
- Nie
- Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy

Przyszłe 12 miesięcy



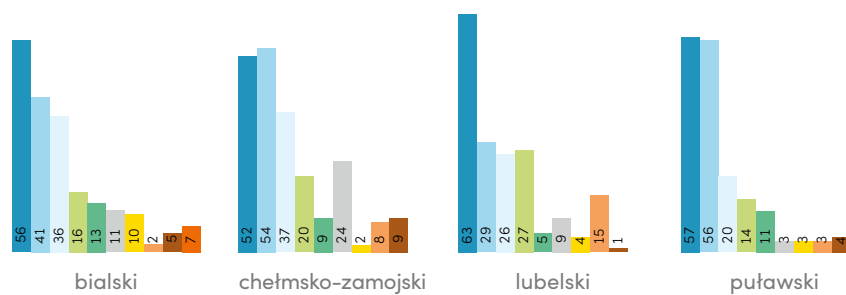
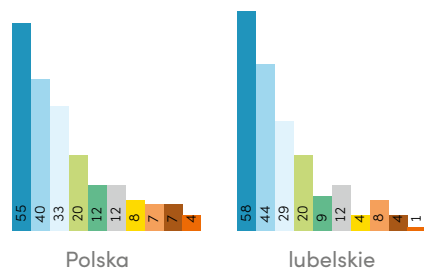


WYKRES 4

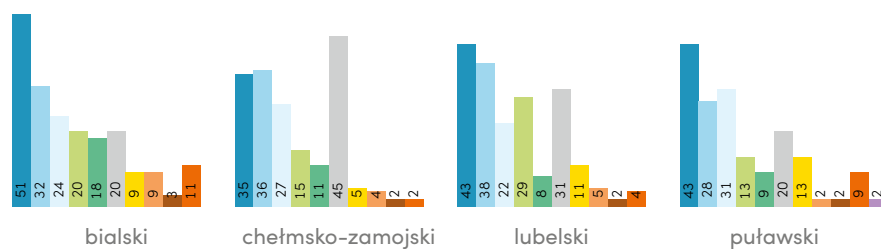
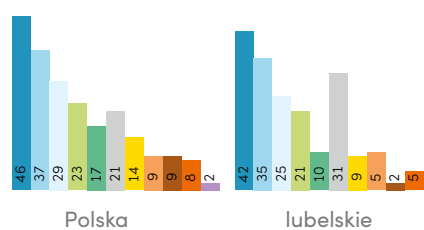
Przedmiot wydatków inwestycyjnych – woj. lubelskie (wyrażone w %)

- Wyposażenie, narzędzia i przyrządy
- Maszyny i urządzenia
- Środki transportu
- Reklama, marketing
- Szkolenia dla pracowników
- Budynki i budowle
- Zatrudnienie nowych pracowników
- Wartości niematerialne i prawne
- Technologie (np. cyfrowe)
- Grunty
- Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy

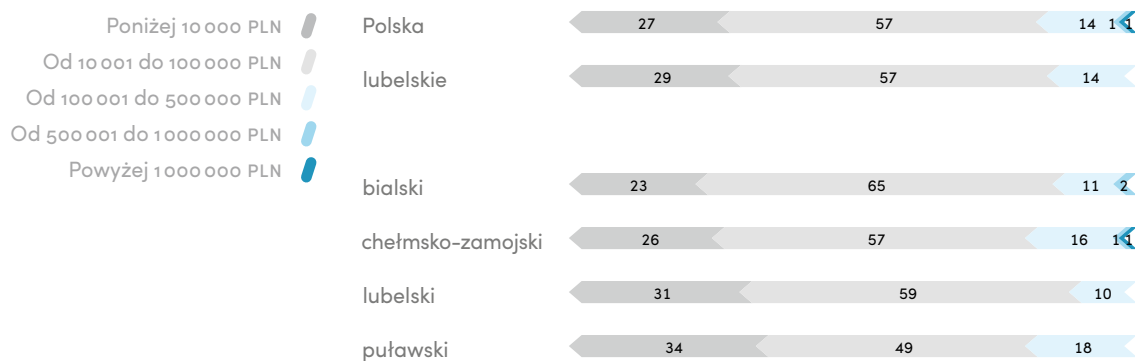




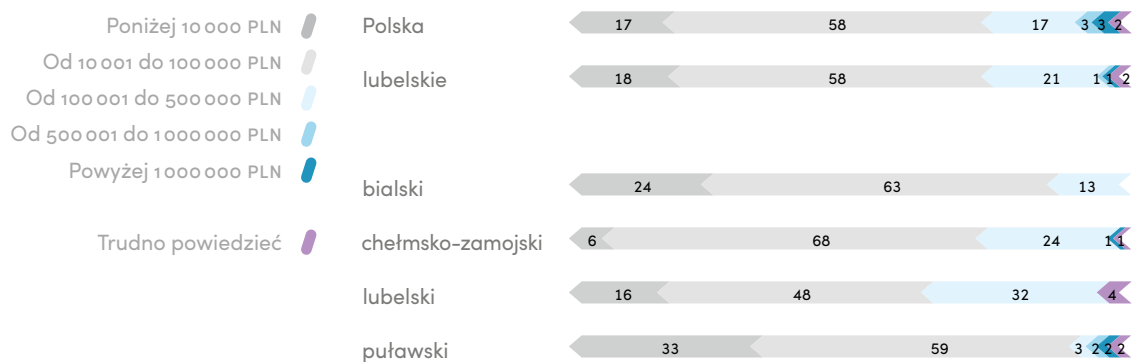
WYKRES 5

Wysokość wydatków inwestycyjnych – woj. lubelskie
(wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy



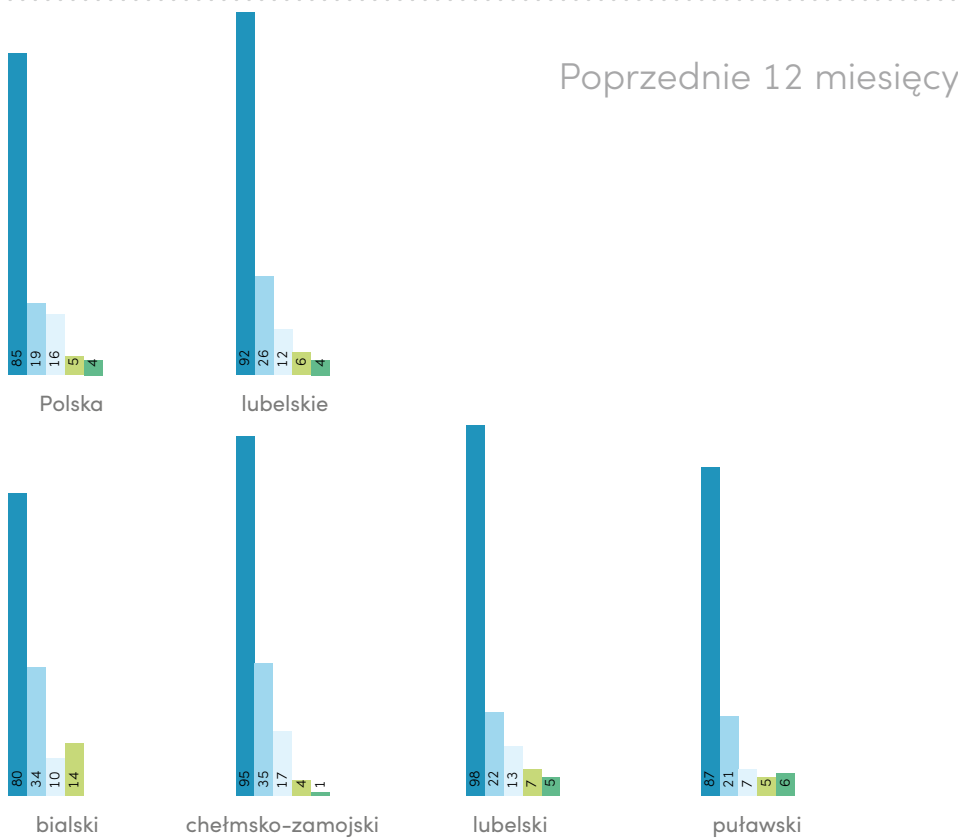


* 5 najczęściej wymienianych źródeł finansowania inwestycji

WYKRES 6

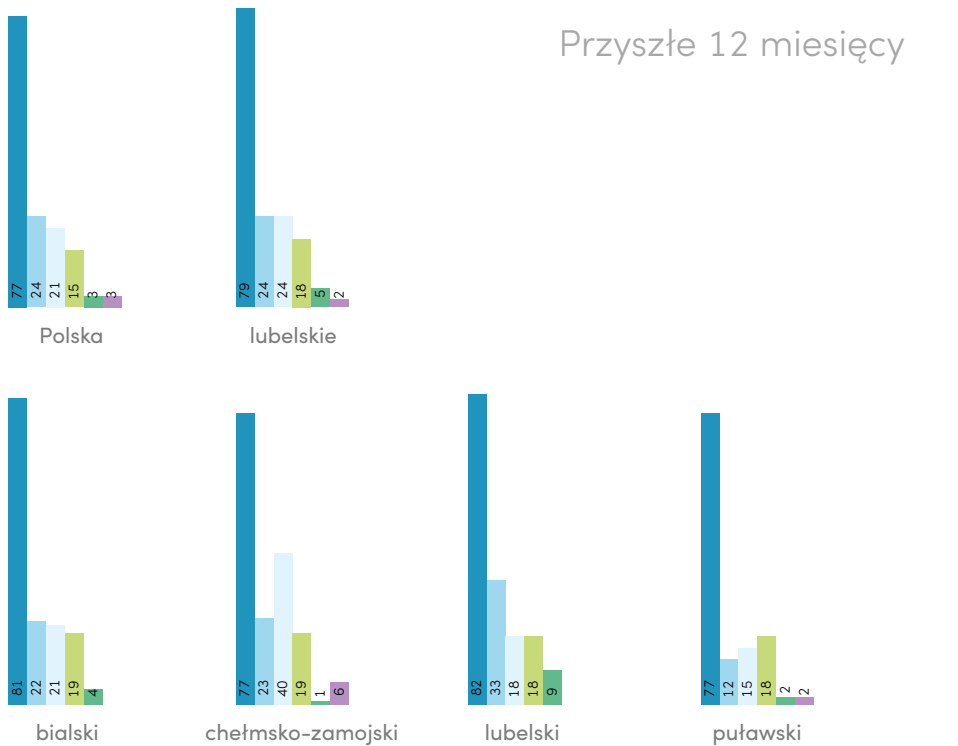
Źródła finansowania inwestycji – woj. lubelskie (wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy



- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Leasing
- Dotacje
- Pożyczka od rodziny lub znajomych

Przyszłe 12 miesięcy



- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Leasing
- Dotacje
- Pożyczka od rodziny lub znajomych
- Trudno powiedzieć



WYKRES 7

EKSPORT MIKRO I MAŁYCH FIRM

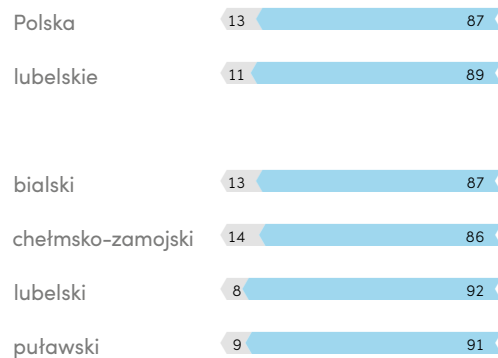
Eksport wyrobów
lub usług przez firmę
– woj. lubelskie
(wyrażone w %)

Tak

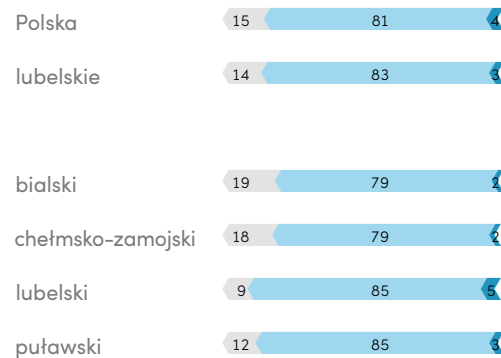
Nie

Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy



WYKRES 8

Kierunki rozwoju
działalności eksportowej
(wyrażone w %)



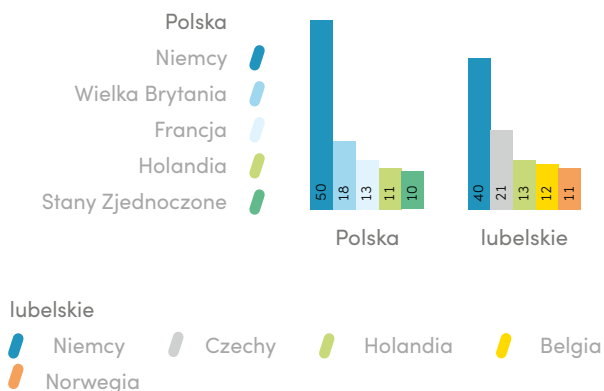
- Znalezienie nowych kontrahentów za granicą
- Zwiększenie sprzedaży na dotychczasowych rynkach zagranicznych
- Indywidualne podejście do klienta – produkcja/usługi szyte na miarę
- Nowe produkty i usługi w ofercie
- Poprawa jakości oferowanych produktów i usług
- Dotarcie na nowe rynki
- Inwestycje w innowacyjne produkty i usługi
- Nowe strategie sprzedaży
- Nowa działalność lub branża firmy
- Żadne z powyższych



WYKRES 9

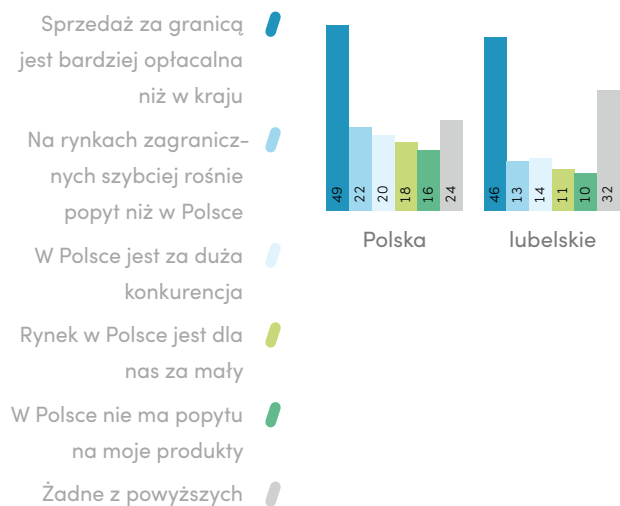
Kraje, do których eksportowane są wyroby lub usługi* (wyrażone w %)

* 5 najczęściej wymienianych krajów



WYKRES 11

Powody, dla których firma eksportuje (wyrażone w %)



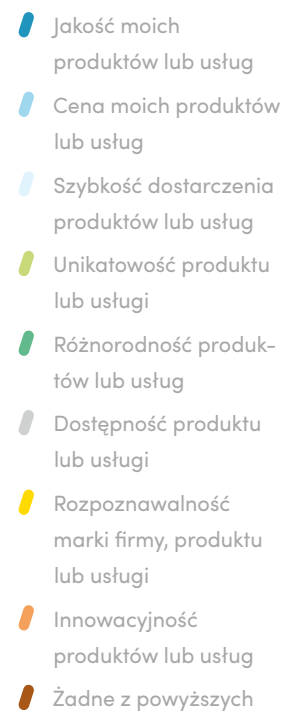
WYKRES 10

Źródła finansowania wytworzonych na eksport produktów lub usług (wyrażone w %)



WYKRES 12

Przewagi konkurencyjne firmy w działalności eksportowej (wyrażone w %)





WYKRES 13

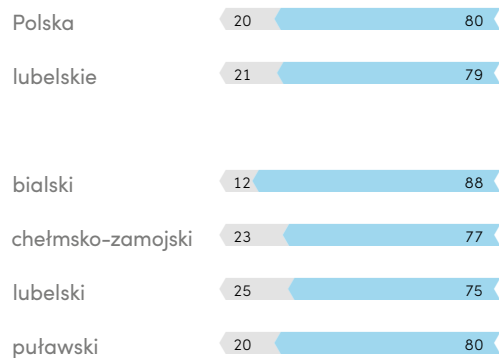
INNOWACYJNOŚĆ MIKRO I MAŁYCH FIRM

Innowacja produktowa
– woj. lubelskie
(wyrażone w %)

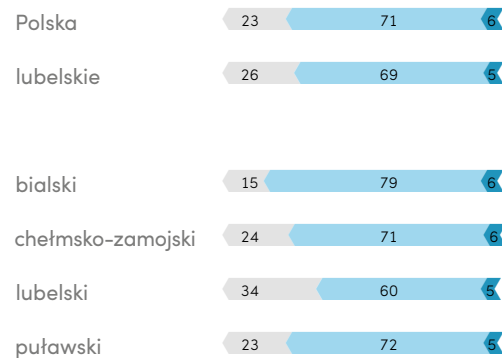
Tak 
Nie 

Trudno powiedzieć 

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy



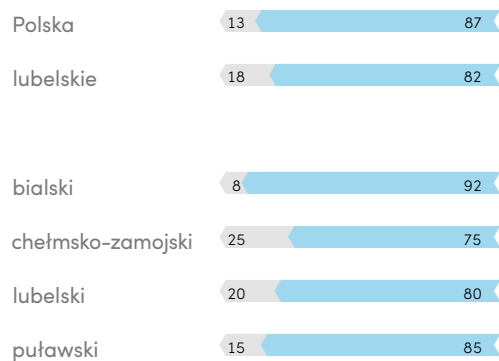
WYKRES 14

Innowacja procesowa –
woj. lubelskie
(wyrażone w %)

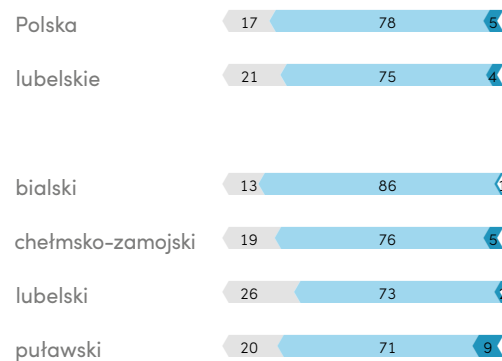
Tak 
Nie 

Trudno powiedzieć 

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy

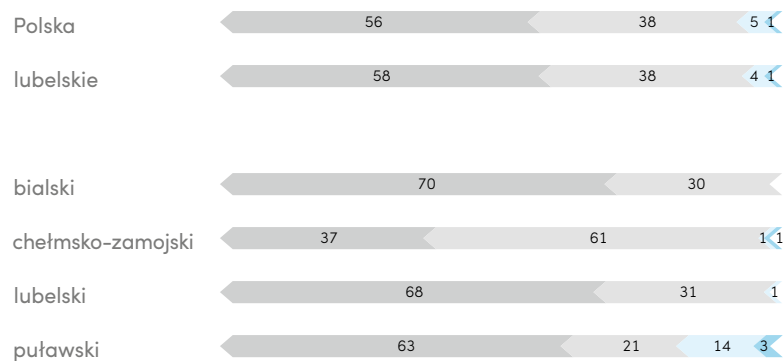




WYKRES 15

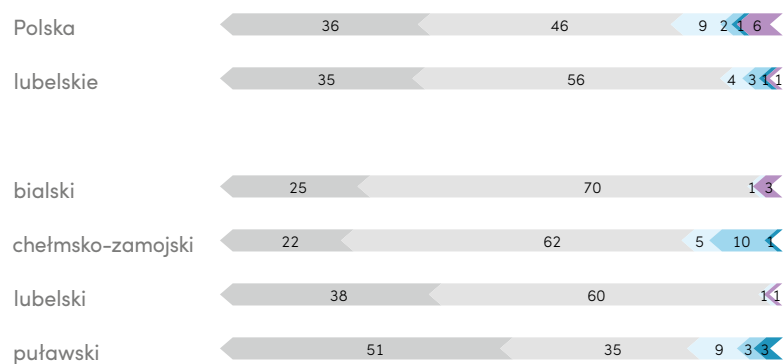
Wysokość wydatków
na innowacje
– woj. lubelskie
(wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy



- Poniżej 10 000 PLN
- Od 10 001 do 100 000 PLN
- Od 100 001 do 500 000 PLN
- Od 500 001 do 1 000 000 PLN
- Powyżej 1 000 000 PLN

Przyszłe 12 miesięcy



- Poniżej 10 000 PLN
- Od 10 001 do 100 000 PLN
- Od 100 001 do 500 000 PLN
- Od 500 001 do 1 000 000 PLN
- Powyżej 1 000 000 PLN
- Trudno powiedzieć

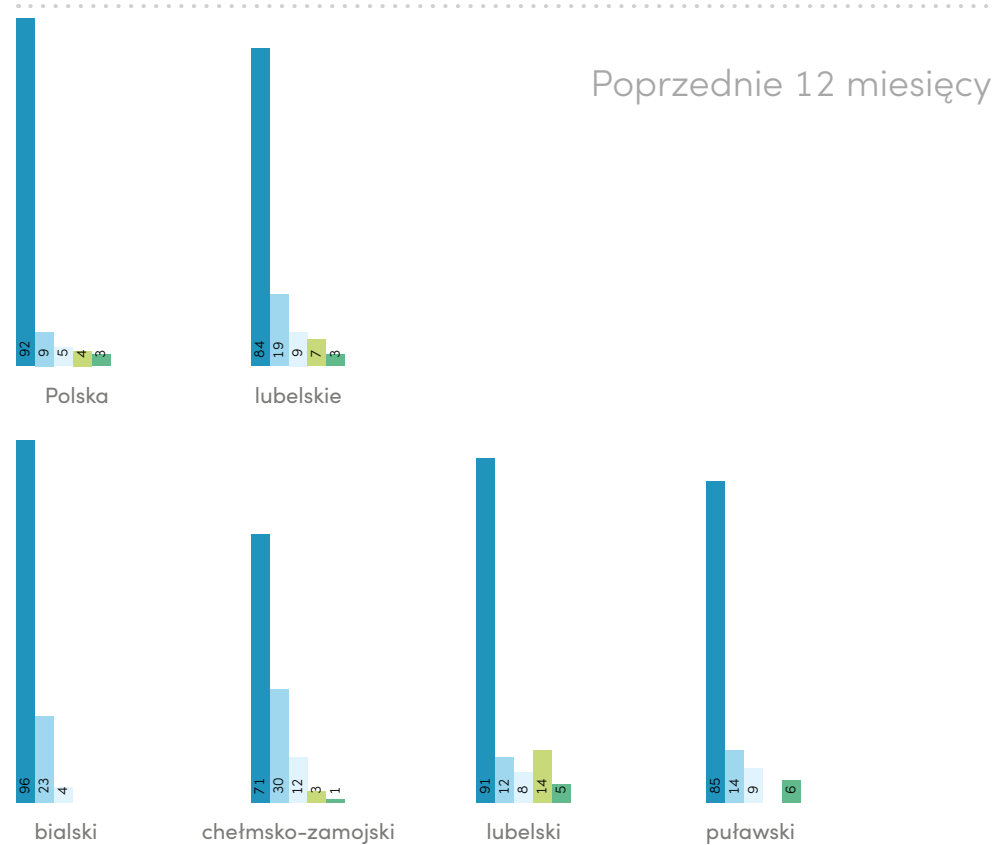


WYKRES 16

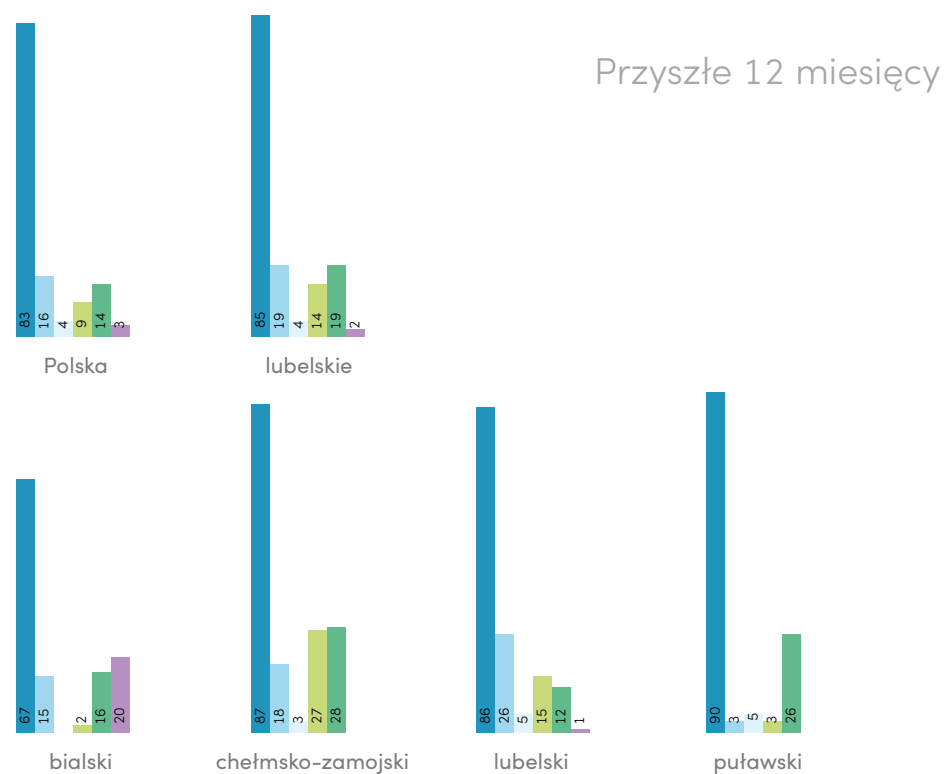
* 5 najczęściej wymienianych źródeł finansowania innowacji

Źródło finansowania innowacji – woj. lubelskie (wyrażone w %)

- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Pożyczka od rodziny
- Leasing
- Dotacje



- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Pożyczka od rodziny
- Leasing
- Dotacje
- Trudno powiedzieć





OCENA OTOCZENIA BIZNESU PRZEZ MIKRO I MAŁE FIRMY

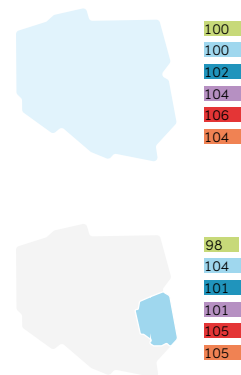
Wartość indeksu z badania w 2018 roku:
 poniżej wyniku ogólnopolskiego
 powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:
 indeks z 2013
 indeks z 2014
 indeks z 2015
 indeks z 2016
 indeks z 2017
 indeks z 2018



MAPA 10

Ocena jakości usług świadczonych przedsiębiorcom przez lokalną administrację – woj. lubelskie



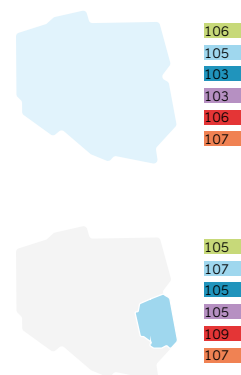
Wartość indeksu z badania w 2018 roku:
 poniżej wyniku ogólnopolskiego
 powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:
 indeks z 2013
 indeks z 2014
 indeks z 2015
 indeks z 2016
 indeks z 2017
 indeks z 2018



MAPA 11

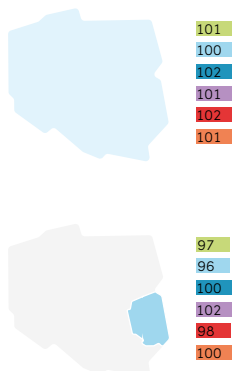
Ocena jakości usług doradczych świadczonych przez polskie banki w zakresie kredytów – woj. lubelskie





MAPA 12

Ocena uciążliwości
kontroli działalności
gospodarczej
– woj. lubelskie



Wartość indeksu
z badania w 2018 roku:

- poniżej wyniku ogólnopolskiego
- powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:

- indeks z 2013
- indeks z 2014
- indeks z 2015
- indeks z 2016
- indeks z 2017
- indeks z 2018

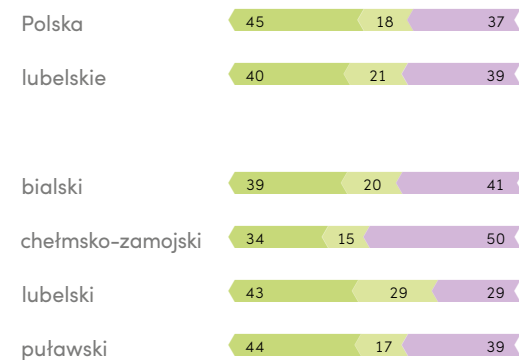
WYKRES 17

Przynależność do
organizacji biznesowych
– woj. lubelskie
(wyrażone w %)



WYKRES 18

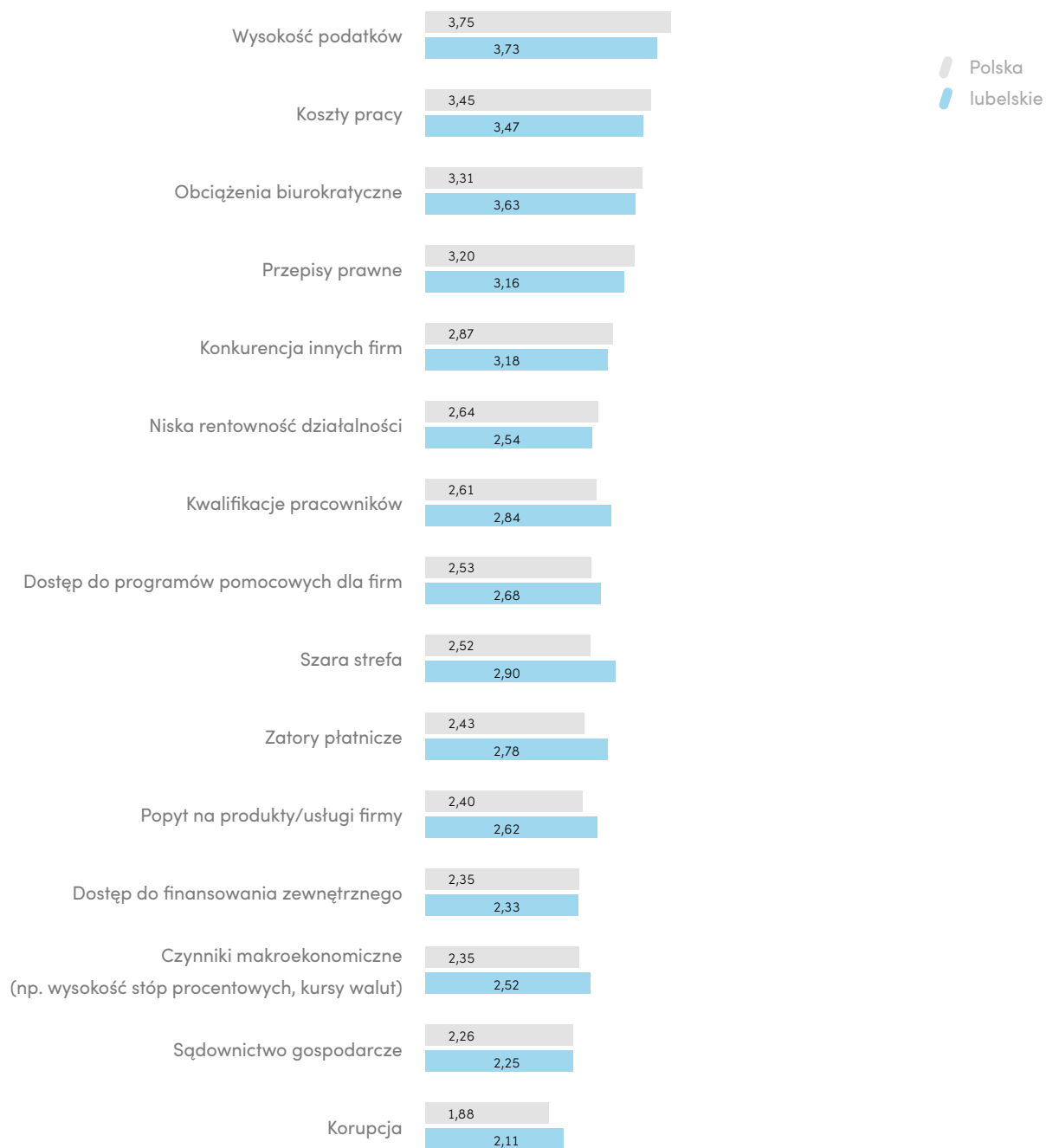
Korzystanie z usług firm zewnętrznych
– woj. lubelskie (wyrażone w %)





WYKRES 19

Główne bariery rozwoju
firmy – woj. lubelskie



Na wykresie zaprezentowano średnie z odpowiedzi;
od 1 „brak bariery” do 5 „bardzo ograniczająca bariera”.



województwo
lubuskie

Lasów w bród, jak Odra długa
każdy zatem meble struga.





TABELA 1 Dane statystyczne

	POLSKA	LUBUSKIE	gorzowski	zielonogórski
PKB na 1 mieszkańca w relacji do średniej krajowej (Polska = 100; 2016)	100,0	83,9	83,9	83,4
Dochody gmin na 1 mieszkańca (zł; 2017)	4 938	4 676	4 749	4 631
Wydatki gmin na 1 mieszkańca (zł; 2017)	4 958	4 615	4 698	4 564
Stopa bezrobocia rejestrowanego (III kwartał 2018)	5,7	5,7	5,3	6,0
Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w relacji do średniej krajowej (Polska = 100; 2017)	100	87	85	89
Nakłady inwestycyjne w przedsiębiorstwach na 1 mieszkańca (zł; 2016)	3 880	3 555	3 383	3 660
Podmioty zarejestrowane w rejestrze REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	1 121	1 110	1 168	1 075
Podmioty nowo zarejestrowane w rejestrze REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	94	95	97	93
Podmioty wykreślone z rejestru REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	75	82	83	82
Podmioty gospodarcze zarejestrowane w rejestrze REGON ogółem (2017), w tym:	4 309 800	112 910	45 084	67 826
0–9 pracujących (mikro)	4 128 611	108 290	43 175	65 115
10–49 pracujących (małe)	147 607	3 808	1 577	2 231
50–249 pracujących (średnie)	29 154	725	299	426
Powyżej 249 pracujących (duże)	4 428	87	33	54



OGÓLNY WSKAŹNIK KONIUNKTURY MIKRO I MAŁYCH FIRM

MAPA 1

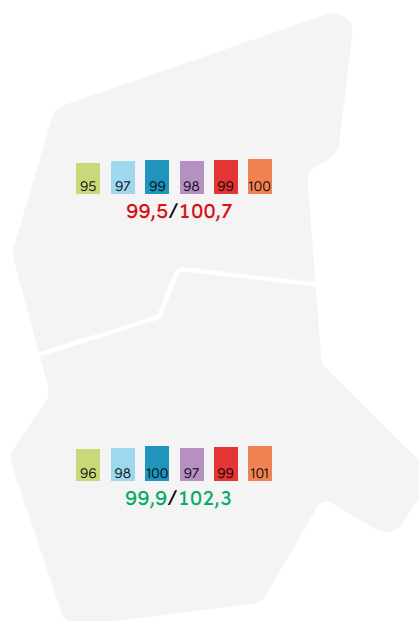
Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
 za ostatnie i przyszłe
 12 miesięcy w roku 2018:

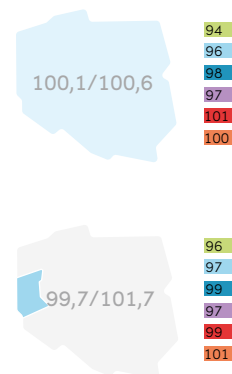
- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za
 ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



Ogólny Wskaźnik Koniunk-
 tury Mikro i Małych Firm
 – woj. lubuskie



OCENA SYTUACJI GOSPODARCZEJ PRZEZ MIKRO I MAŁE FIRMY

MAPA 2

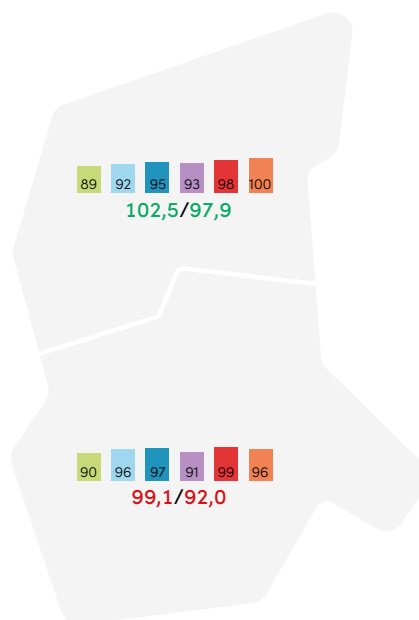
Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
 za ostatnie i przyszłe
 12 miesięcy w roku 2018:

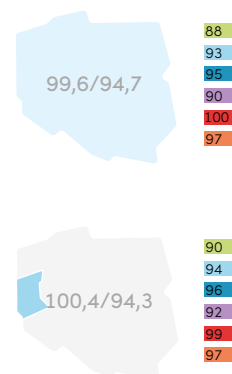
- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za
 ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018

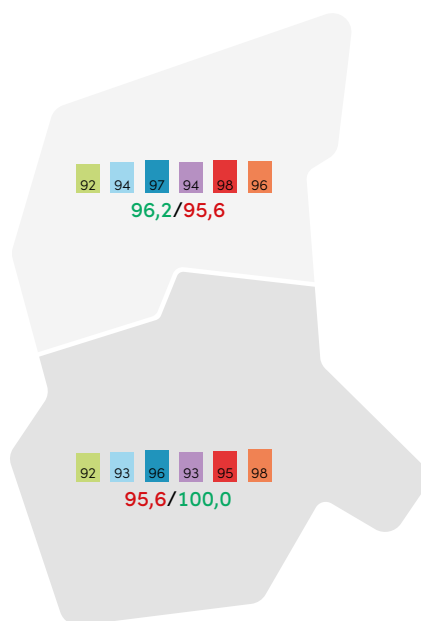
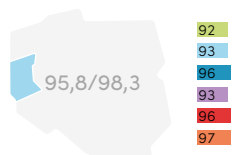
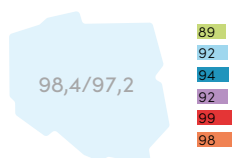


Ocena sytuacji gospo-
 darczej – woj. lubuskie





MAPA 3

Ocena sytuacji branży
– woj. lubuskie

Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe

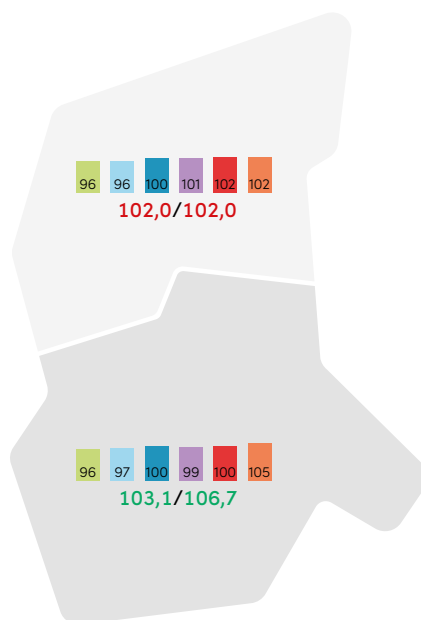
12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018

MAPA 4

Ocena sytuacji firmy
– woj. lubuskie

Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



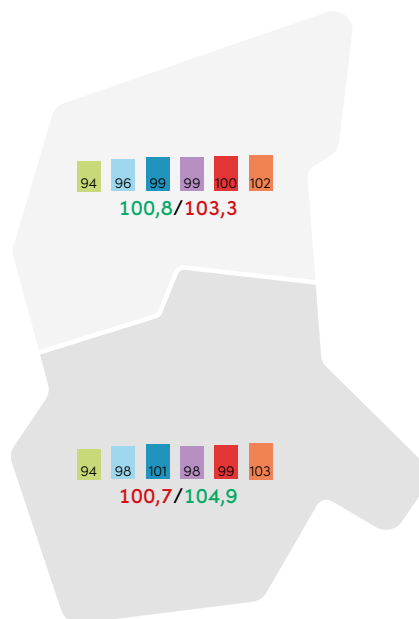
SYTUACJA FINANSOWA MIKRO I MAŁYCH FIRM

MAPA 5

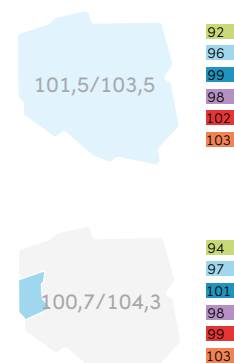
Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
 za ostatnie i przyszłe
 12 miesięcy w roku 2018:
 brak poprawy (-50-2,9)
 niewielka poprawa (3-4,9)
 poprawa (5-7,9)
 duża poprawa (8-10,9)
 b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za
 ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:
 średnia z indeksów 2013
 średnia z indeksów 2014
 średnia z indeksów 2015
 średnia z indeksów 2016
 średnia z indeksów 2017
 średnia z indeksów 2018



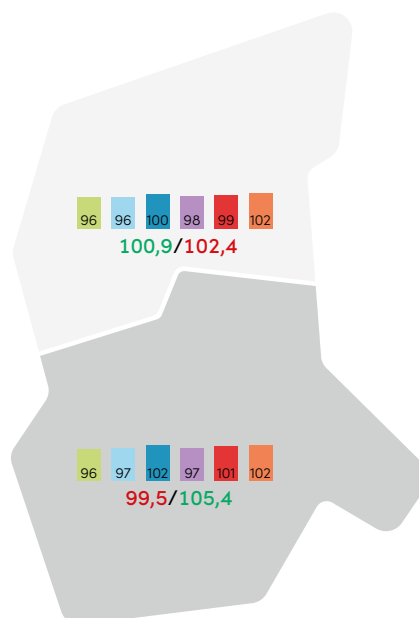
Ocena przychodów firmy
 – woj. lubuskie



Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

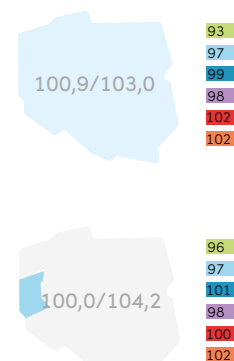
Różnica między indeksem
 za ostatnie i przyszłe
 12 miesięcy w roku 2018:
 brak poprawy (-50-2,9)
 niewielka poprawa (3-4,9)
 poprawa (5-7,9)
 duża poprawa (8-10,9)
 b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za
 ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:
 średnia z indeksów 2013
 średnia z indeksów 2014
 średnia z indeksów 2015
 średnia z indeksów 2016
 średnia z indeksów 2017
 średnia z indeksów 2018



MAPA 6

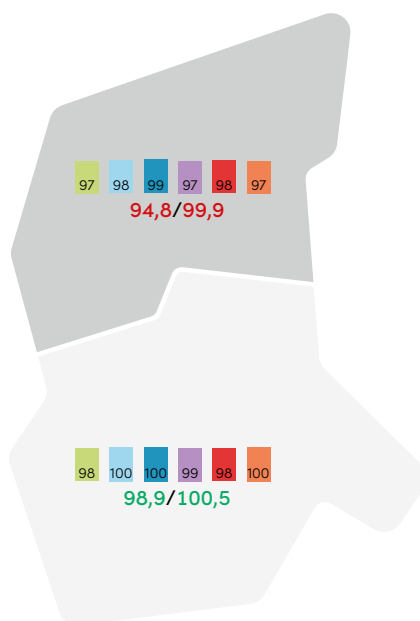
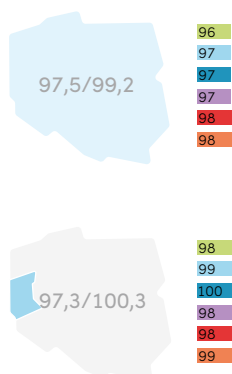
Ocena wyniku finansowego
 firmy – woj. lubuskie





MAPA 7

Ocena długości oczekiwania na zapłatę za towary/usługi – woj. lubuskie



Indeks % w roku 2017
x – indeks za ostatnie 12 mies.
y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

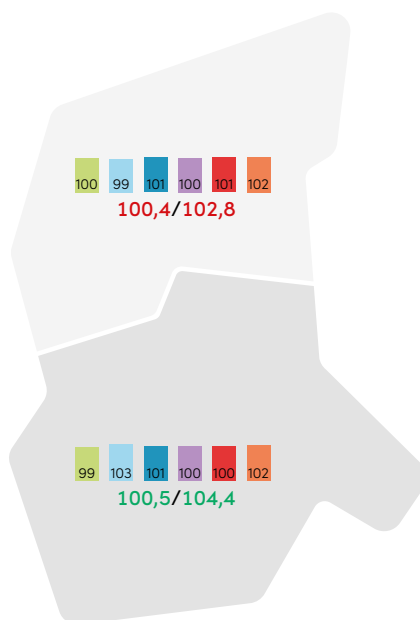
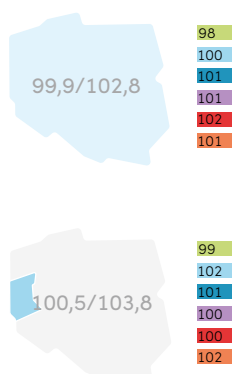
Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018

MAPA 8

ZATRUDNIENIE W MIKRO I MAŁYCH FIRM

Ocena zatrudnienia w firmie – woj. lubuskie



Indeks % w roku 2017
x – indeks za ostatnie 12 mies.
y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



DOSTĘPNOŚĆ ZEWNĘTRZNEGO FINANSOWANIA DLA MIKRO I MAŁYCH FIRM

MAPA 9

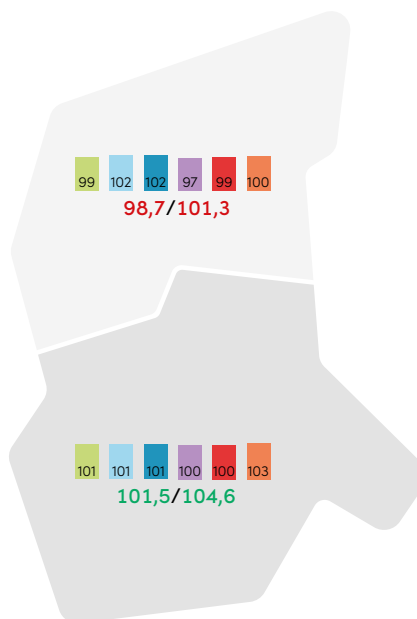
Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

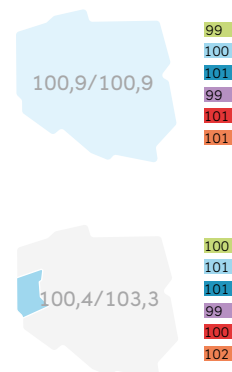
- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018

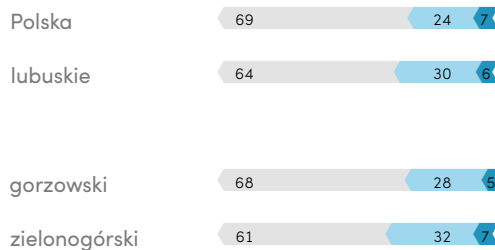
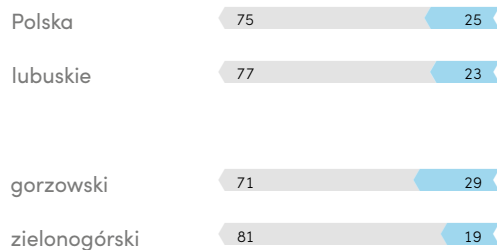


Ocena dostępności zewnętrznego finansowania dla firmy – woj. lubuskie



Poprzednie 12 miesięcy

Przyszłe 12 miesięcy



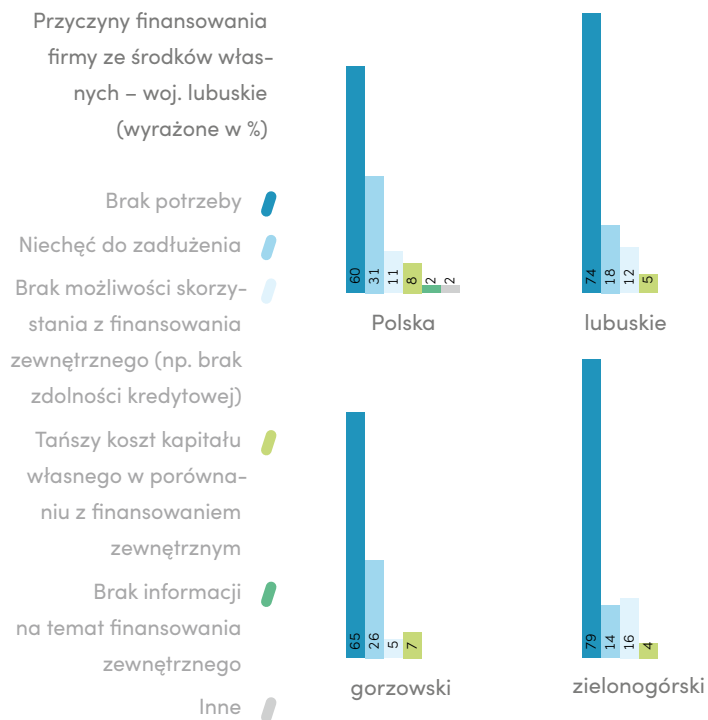
WYKRES 1

Źródła finansowania firmy – woj. lubuskie (wyrażone w %)

- Wyłącznie środki własne
- Środki własne oraz finansowanie zewnętrzne (np. kredyt)
- Trudno powiedzieć



WYKRES 2



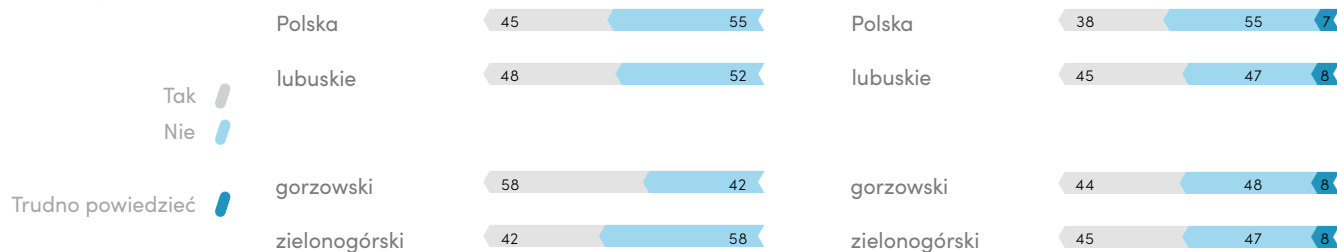
WYKRES 3

INWESTYCJE MIKRO I MAŁYCH FIRM

Ponoszenie przez firmy wydatków inwestycyjnych – woj. lubuskie (wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy

Przyszłe 12 miesięcy



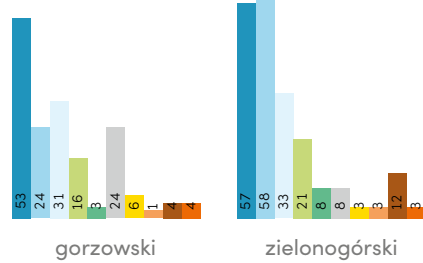
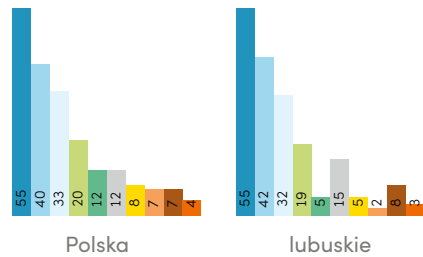


WYKRES 4

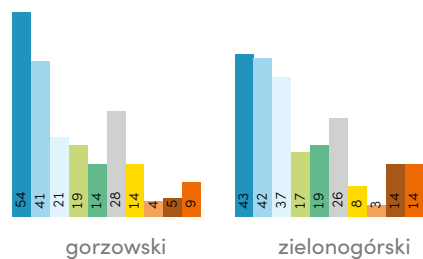
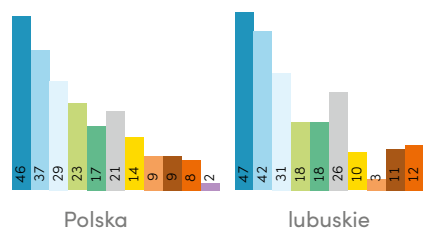
Przedmiot wydatków inwestycyjnych – woj. lubuskie (wyrażone w %)

- Wyposażenie, narzędzia i przyrządy
- Maszyny i urządzenia
- Środki transportu
- Reklama, marketing
- Szkolenia dla pracowników
- Budynki i budowle
- Zatrudnienie nowych pracowników
- Wartości niematerialne i prawne
- Technologie (np. cyfrowe)
- Grunty
- Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy

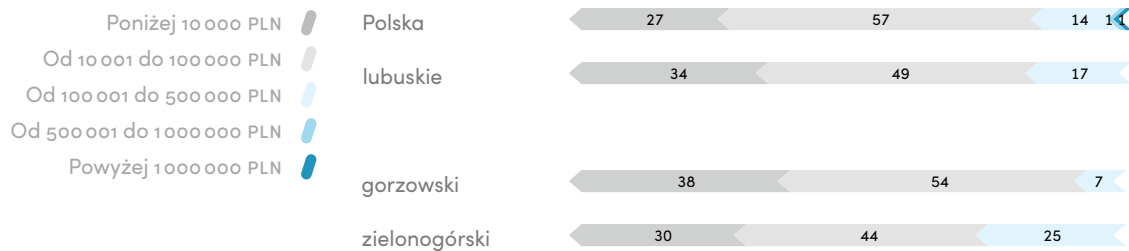




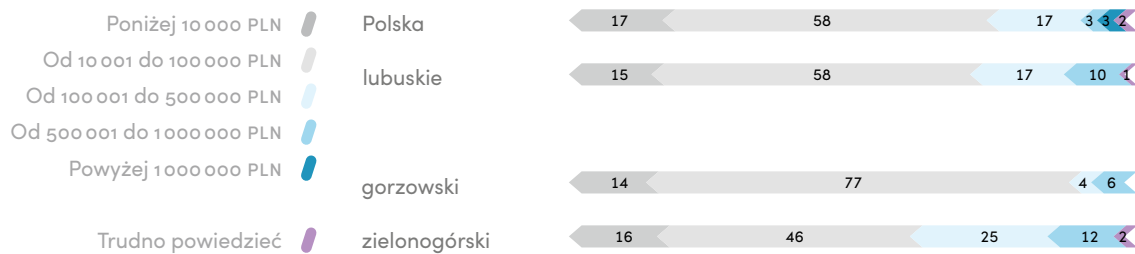
WYKRES 5

Wysokość wydatków inwestycyjnych – woj. lubuskie
(wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy



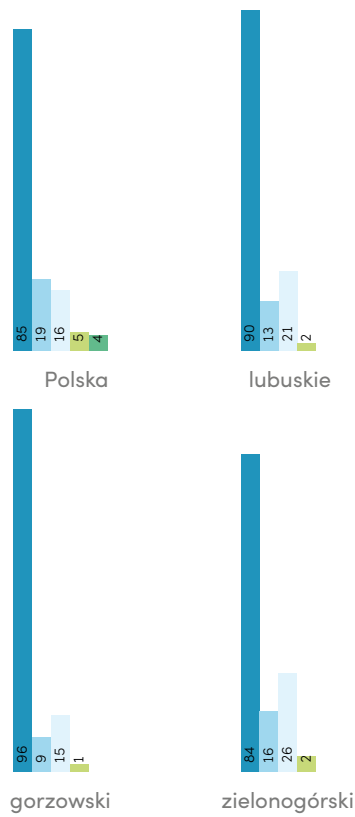
Przyszłe 12 miesięcy





* 5 najczęściej wymienianych źródeł finansowania inwestycji

Poprzednie 12 miesięcy

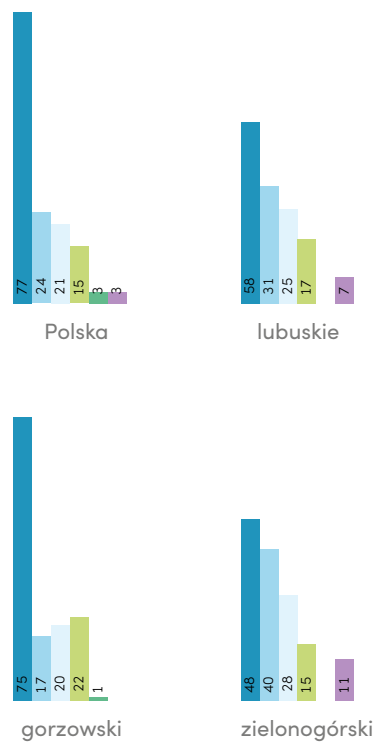


WYKRES 6

Źródła finansowania inwestycji – woj. lubuskie (wyrażone w %)

- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Leasing
- Dotacje
- Pożyczka od rodziny lub znajomych

Przyszłe 12 miesięcy



- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Leasing
- Dotacje
- Pożyczka od rodziny lub znajomych
- Trudno powiedzieć



WYKRES 7

EKSPORT MIKRO I MAŁYCH FIRM

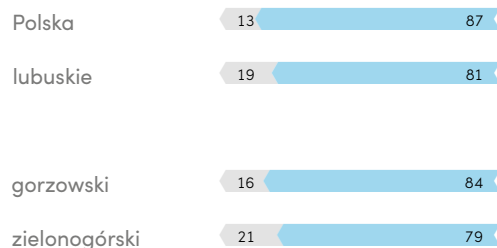
Eksport wyrobów
lub usług przez firmę
– woj. lubuskie
(wyrażone w %)

Tak

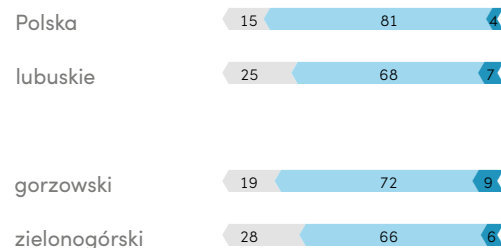
Nie

Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy

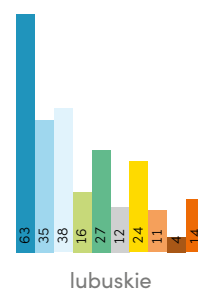
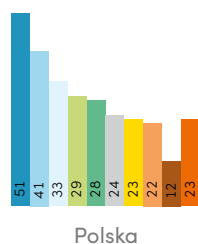


Przyszłe 12 miesięcy



WYKRES 8

Kierunki rozwoju
działalności eksportowej
(wyrażone w %)



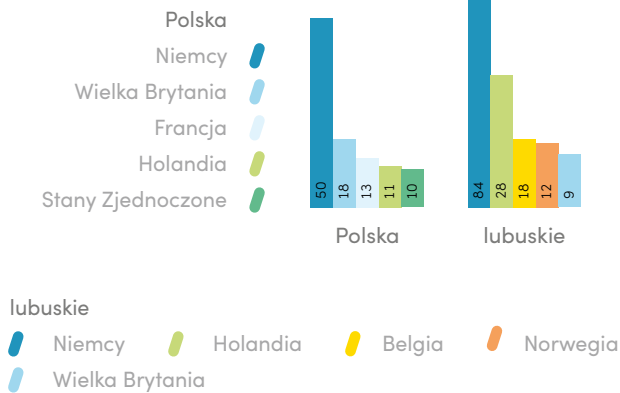
- Znalezienie nowych kontrahentów za granicą
- Zwiększenie sprzedaży na dotychczasowych rynkach zagranicznych
- Indywidualne podejście do klienta – produkcja/usługi szyte na miarę
- Nowe produkty i usługi w ofercie
- Poprawa jakości oferowanych produktów i usług
- Dotarcie na nowe rynki
- Inwestycje w innowacyjne produkty i usługi
- Nowe strategie sprzedaży
- Nowa działalność lub branża firmy
- Żadne z powyższych



WYKRES 9

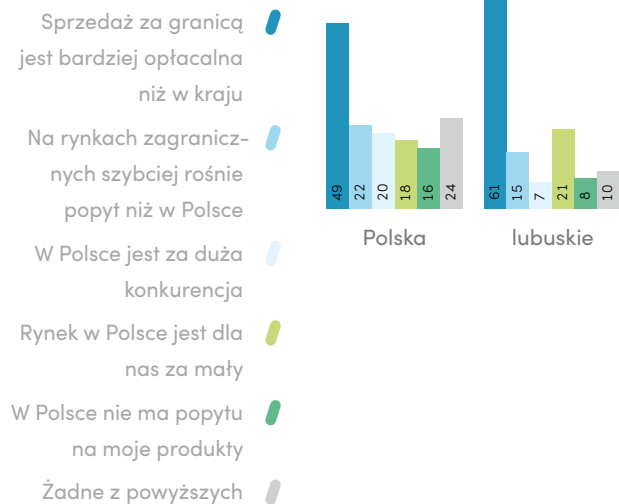
Kraje, do których eksportowane są wyroby lub usługi* (wyrażone w %)

* 5 najczęściej wymienianych krajów



WYKRES 11

Powody, dla których firma eksportuje (wyrażone w %)



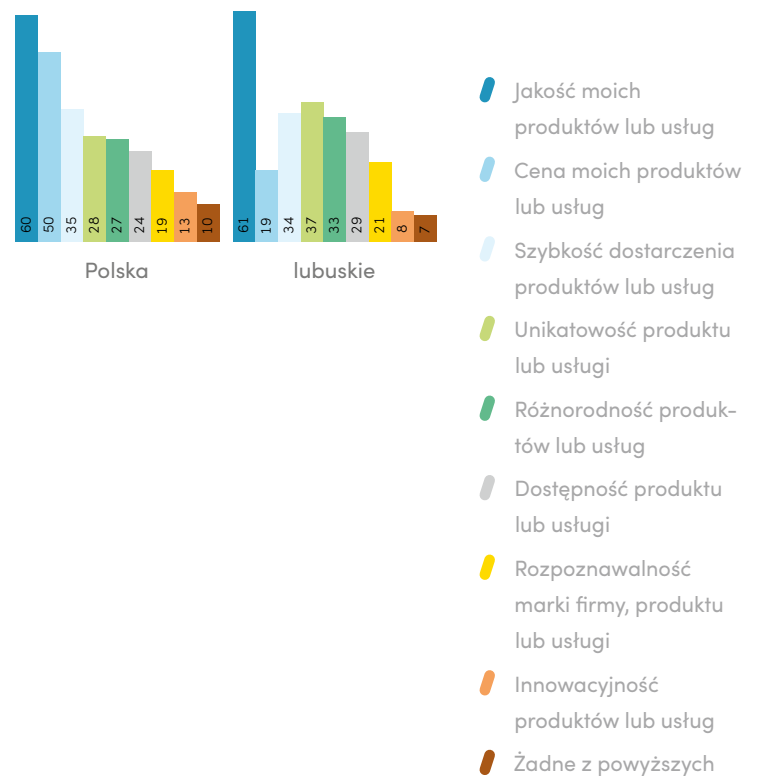
WYKRES 10

Źródła finansowania wytworzonych na eksport produktów lub usług (wyrażone w %)



WYKRES 12

Przewagi konkurencyjne firmy w działalności eksportowej (wyrażone w %)





WYKRES 13

INNOWACYJNOŚĆ MIKRO I MAŁYCH FIRM

Innowacja produktowa
– woj. lubuskie
(wyrażone w %)

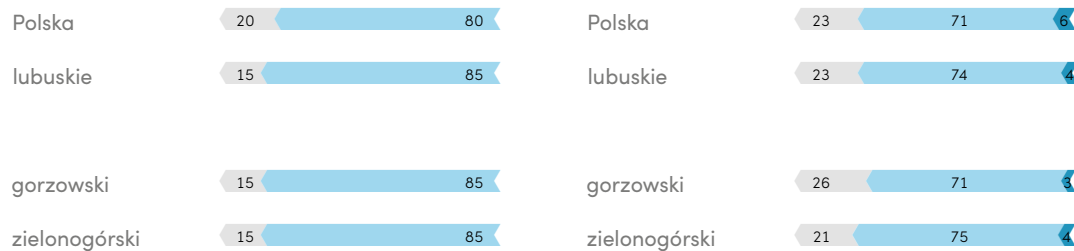
Poprzednie 12 miesięcy

Przyszłe 12 miesięcy

Tak

Nie

Trudno powiedzieć



WYKRES 14

Innowacja procesowa –
woj. lubuskie
(wyrażone w %)

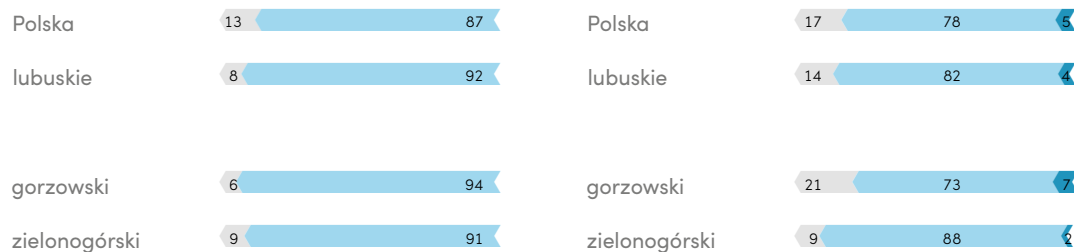
Poprzednie 12 miesięcy

Przyszłe 12 miesięcy

Tak

Nie

Trudno powiedzieć

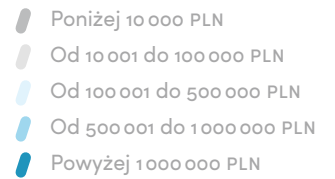
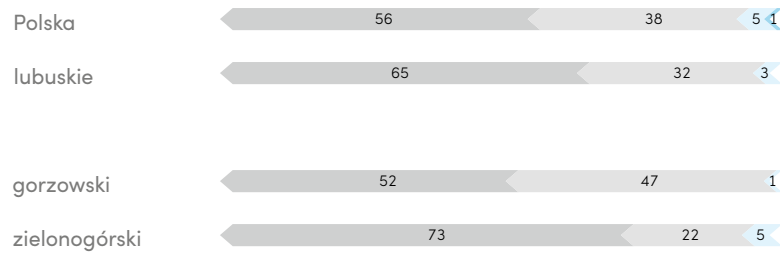




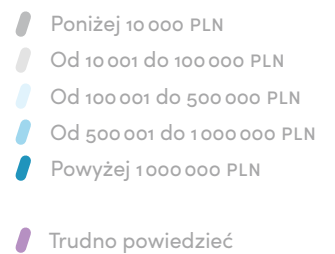
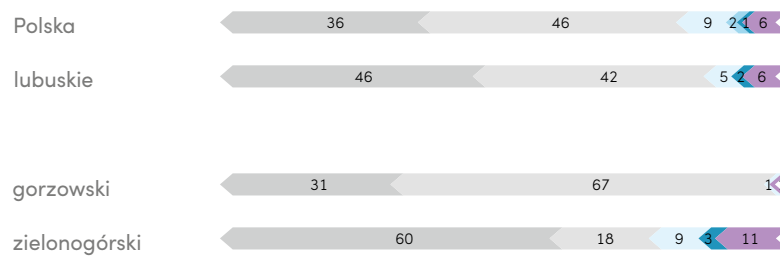
WYKRES 15

Wysokość wydatków
na innowacje
– woj. lubuskie
(wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy



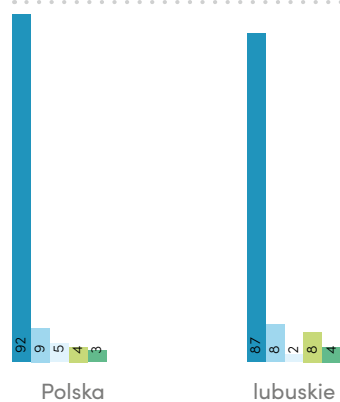


WYKRES 16

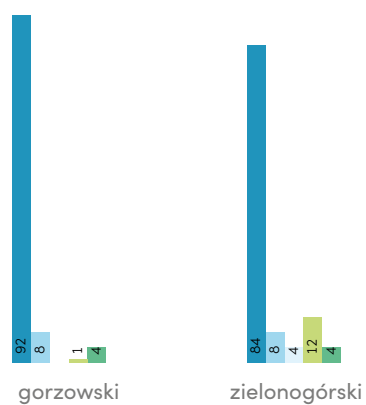
* 5 najczęściej wymienianych źródeł finansowania innowacji

Źródło finansowania innowacji – woj. lubuskie (wyrażone w %)

Środki własne
Kredyt bankowy
Pożyczka od rodziny
Leasing
Dotacje

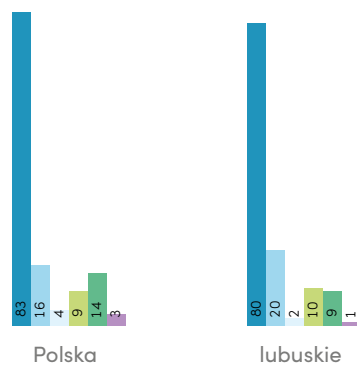


Poprzednie 12 miesięcy

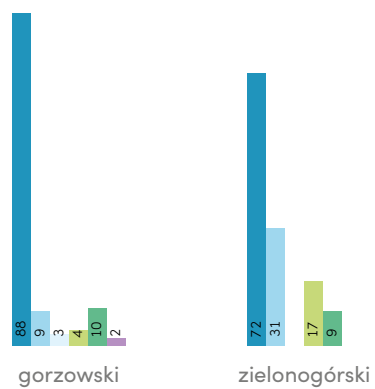


Środki własne
Kredyt bankowy
Pożyczka od rodziny
Leasing
Dotacje

Trudno powiedzieć



Przyszłe 12 miesięcy





OCENA OTOCZENIA BIZNESU PRZEZ MIKRO I MAŁE FIRMY

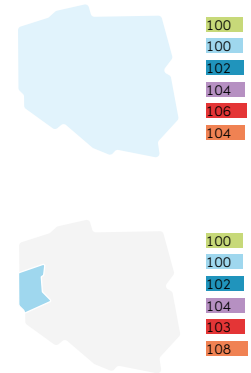
Wartość indeksu z badania w 2018 roku:
 poniżej wyniku ogólnopolskiego
 powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:
 indeks z 2013
 indeks z 2014
 indeks z 2015
 indeks z 2016
 indeks z 2017
 indeks z 2018



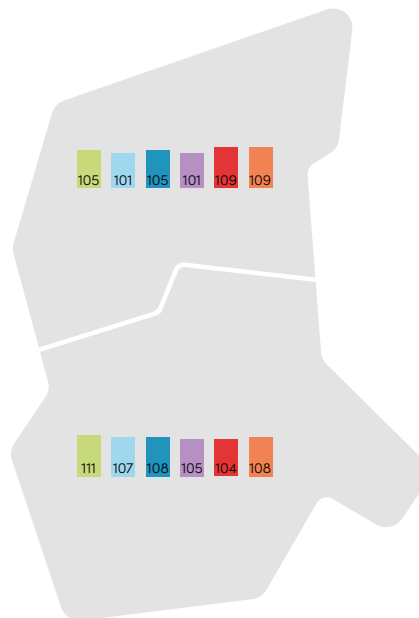
MAPA 10

Ocena jakości usług świadczonych przedsiębiorcom przez lokalną administrację – woj. lubuskie



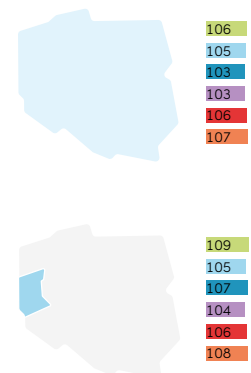
Wartość indeksu z badania w 2018 roku:
 poniżej wyniku ogólnopolskiego
 powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:
 indeks z 2013
 indeks z 2014
 indeks z 2015
 indeks z 2016
 indeks z 2017
 indeks z 2018



MAPA 11

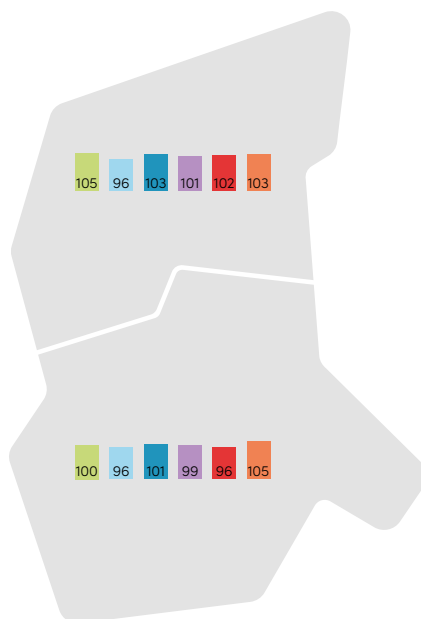
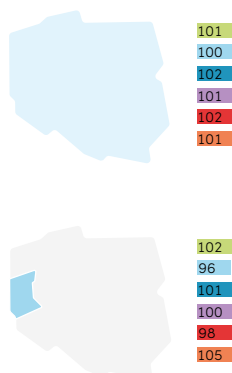
Ocena jakości usług doradczych świadczonych przez polskie banki w zakresie kredytów – woj. lubuskie





MAPA 12

Ocena uciążliwości
kontroli działalności
gospodarczej
– woj. lubuskie



Wartość indeksu
z badania w 2018 roku:

- poniżej wyniku ogólnopolskiego
- powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:

- indeks z 2013
- indeks z 2014
- indeks z 2015
- indeks z 2016
- indeks z 2017
- indeks z 2018

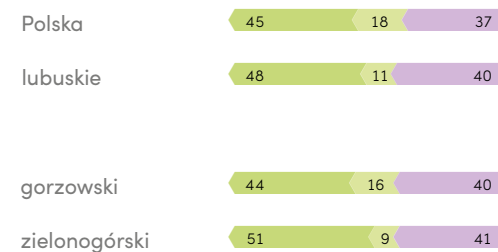
WYKRES 17

Przynależność do
organizacji biznesowych
– woj. lubuskie
(wyrażone w %)



WYKRES 18

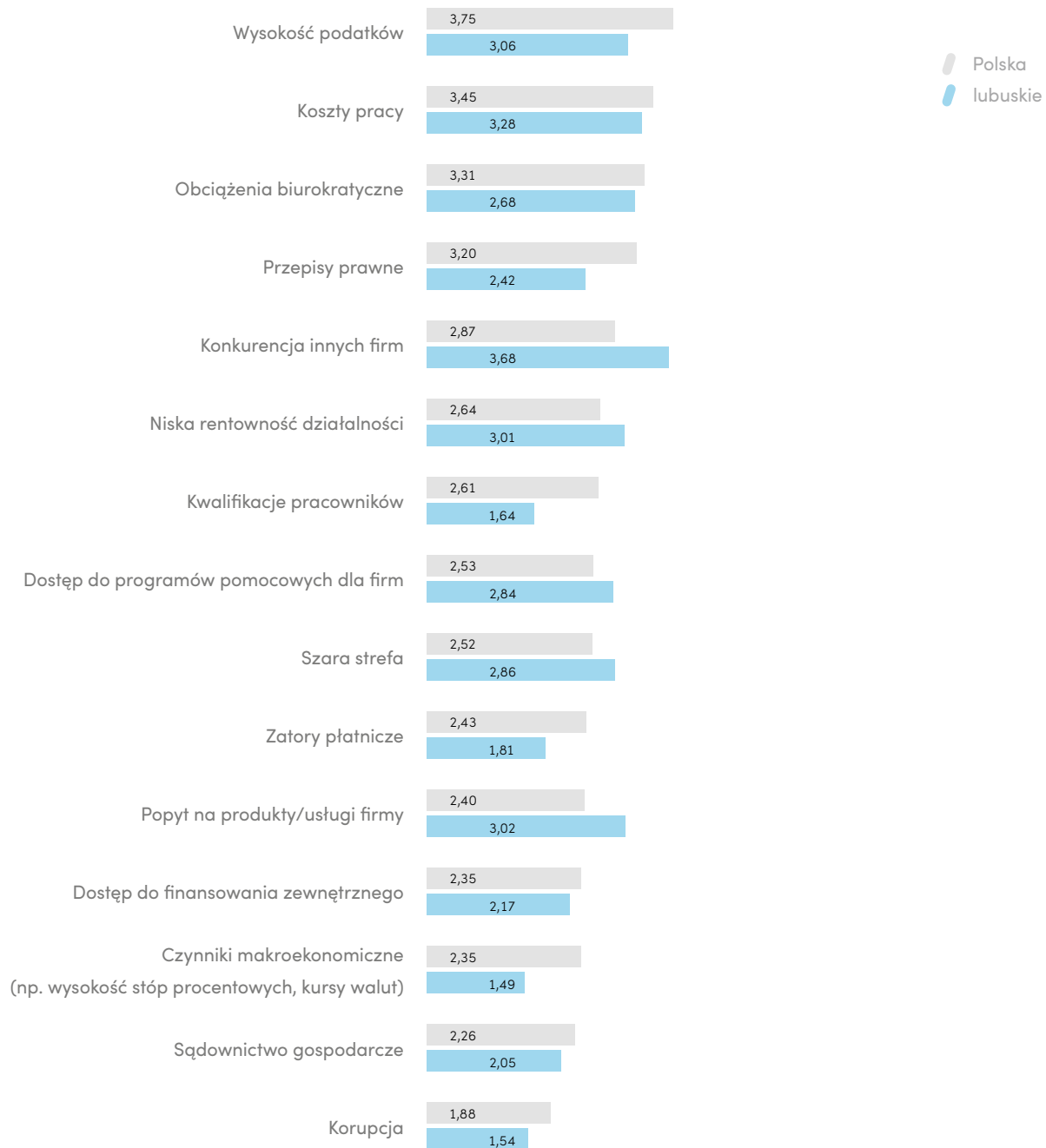
Korzystanie z usług firm zewnętrznych
– woj. lubuskie (wyrażone w %)





WYKRES 19

Główne bariery rozwoju
firmy – woj. lubuskie



Na wykresie zaprezentowano średnie z odpowiedzi;
od 1 „brak bariery” do 5 „bardzo ograniczająca bariera”.



województwo
łódzkie

Z włókiennictwa aż się chce
sprawnie przejść do AGD.

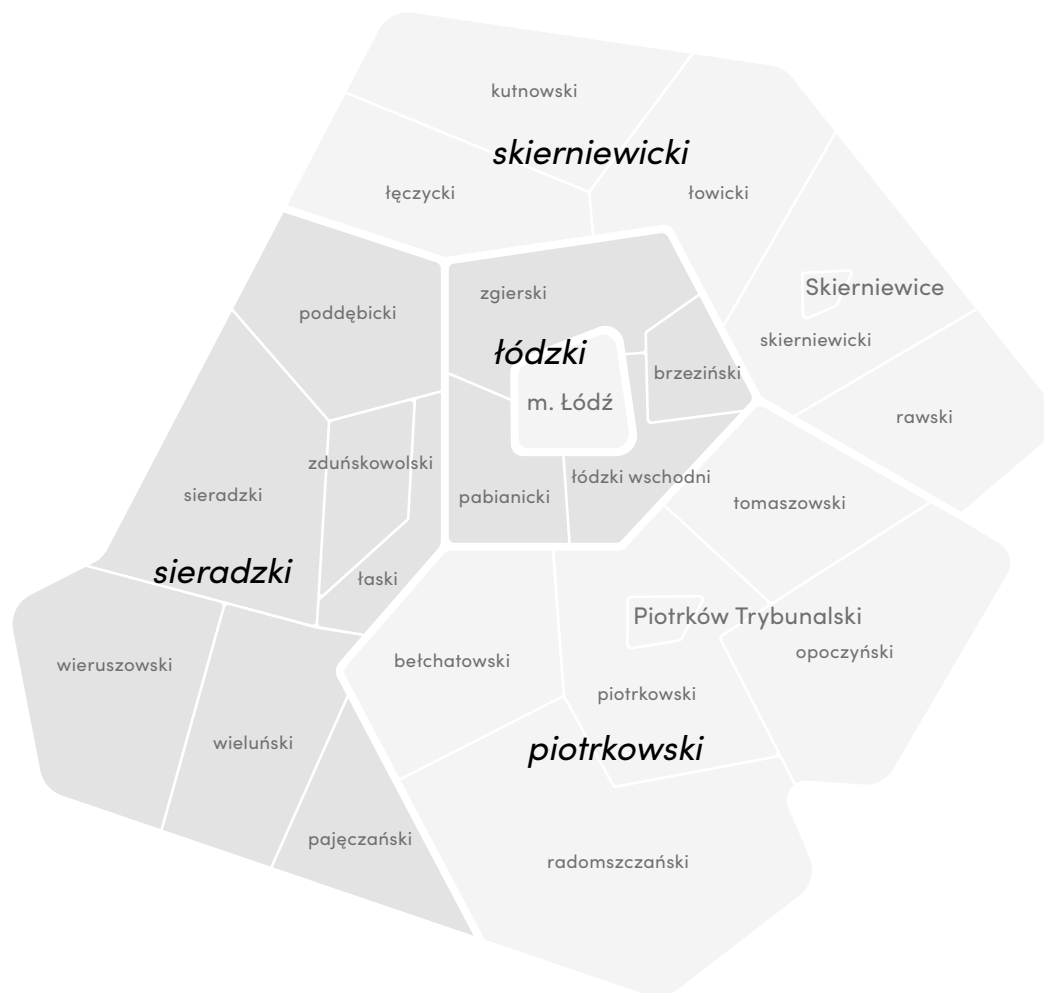




TABELA 1 Dane statystyczne

	POLSKA	ŁÓDZKIE	łódzki	m. Łódź	piotrkowski	sieradzki	skierniewicki
PKB na 1 mieszkańca w relacji do średniej krajowej (Polska = 100; 2016)	100,0	93,3	84,6	122,5	95,7	68,8	72,9
Dochody gmin na 1 mieszkańca (zł; 2017)	4 938	4 713	3 994	5 616	4 906	4 116	4 178
Wydatki gmin na 1 mieszkańca (zł; 2017)	4 958	4 764	4 008	5 681	4 933	4 170	4 280
Stopa bezrobocia rejestrowanego (III kwartał 2018)	5,7	6,1	6,9	5,7	5,9	6,3	6,1
Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w relacji do średniej krajowej (Polska = 100; 2017)	100	92	84	99	95	80	82
Nakłady inwestycyjne w przedsiębiorstwach na 1 mieszkańca (zł; 2016)	3 880	3 706	2 213	3 869	4 909	3 330	3 493
Podmioty zarejestrowane w rejestrze REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	1 121	993	1 054	1 353	775	840	784
Podmioty nowo zarejestrowane w rejestrze REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	94	82	90	109	66	71	60
Podmioty wykreślone z rejestru REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	75	70	72	95	58	61	52
Podmioty gospodarcze zarejestrowane w rejestrze REGON ogółem (2017), w tym:	4 309 800	245 855	40 786	93 448	45 517	37 652	28 452
0–9 pracujących (mikro)	4 128 611	234 318	38 951	89 222	43 244	35 824	27 077
10–49 pracujących (małe)	147 607	9 524	1 538	3 493	1 856	1 541	1 096
50–249 pracujących (średnie)	29 154	1 765	274	619	364	256	252
Powyżej 249 pracujących (duże)	4 428	248	23	114	53	31	27



OGÓLNY WSKAŹNIK KONIUNKTURY MIKRO I MAŁYCH FIRM

MAPA 1

Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

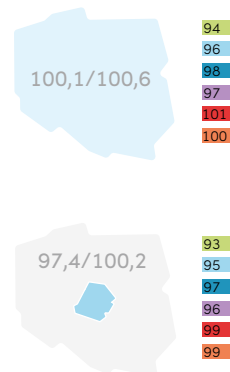
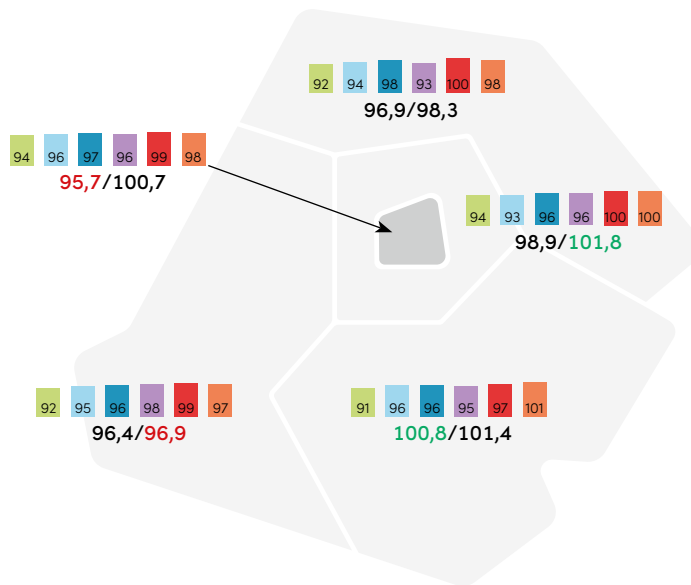
Ogólny Wskaźnik Koniunktury Mikro i Małych Firm – woj. łódzkie

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



OCENA SYTUACJI GOSPODARCZEJ PRZEZ MIKRO I MAŁE FIRMY

MAPA 2

Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

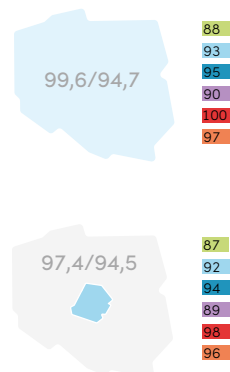
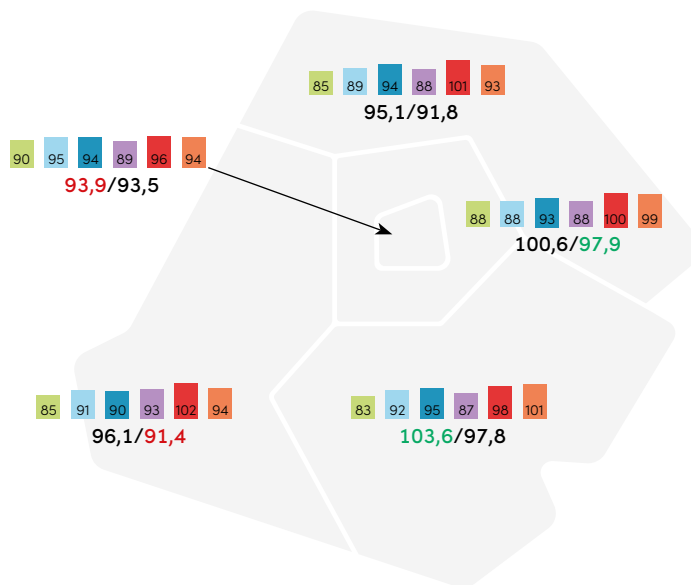
Ocena sytuacji gospodarczej – woj. łódzkie

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

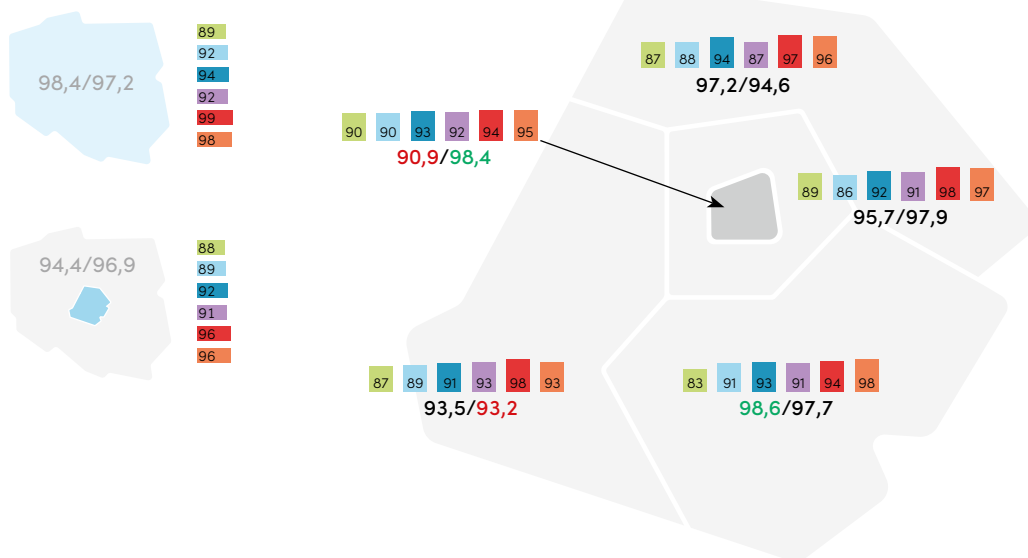
Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018





MAPA 3

Ocena sytuacji branży
– woj. łódzkie

Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe

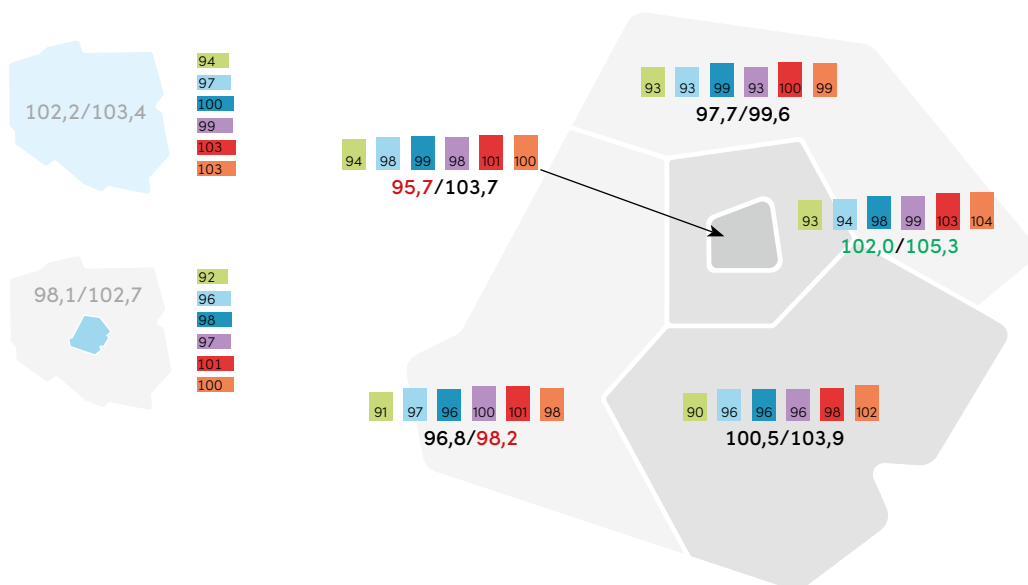
12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018

MAPA 4

Ocena sytuacji firmy
– woj. łódzkie

Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



SYTUACJA FINANSOWA MIKRO I MAŁYCH FIRM

MAPA 5

Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

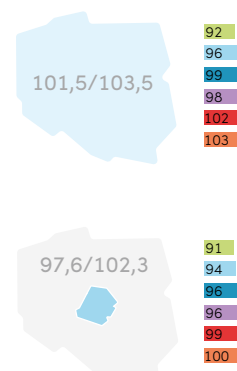
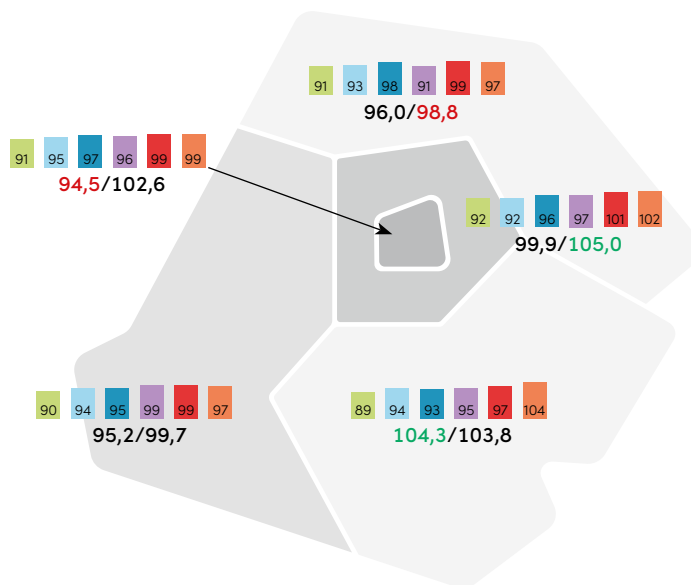
Ocena przychodów firmy
 – woj. łódzkie

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

MAPA 6

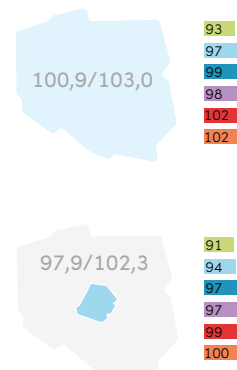
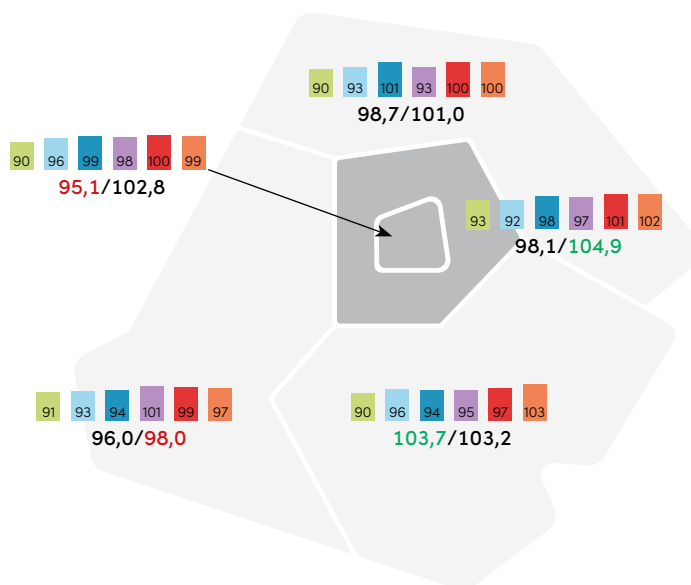
Ocena wyniku finansowego firmy – woj. łódzkie

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

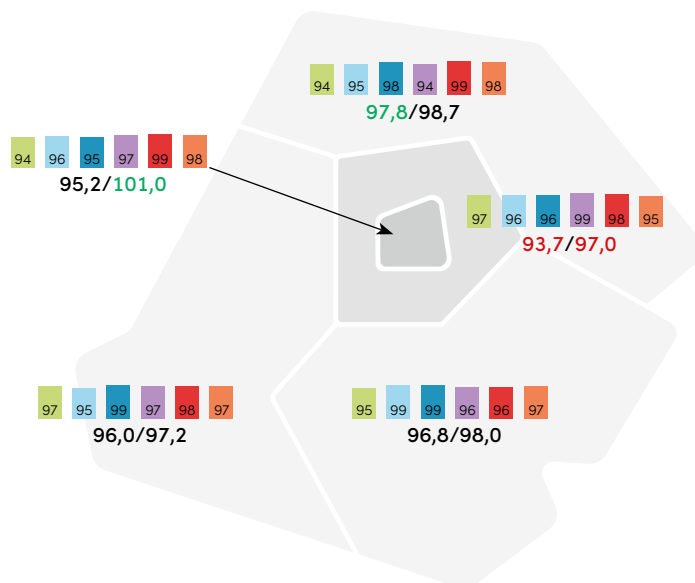
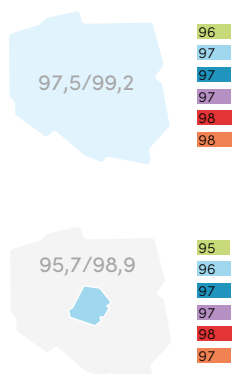
- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018





MAPA 7

Ocena długości oczekiwania na zapłatę za towary/ usługi – woj. łódzkie



Indeks % w roku 2017
x – indeks za ostatnie 12 mies.
y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

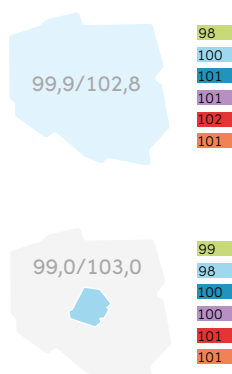
- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

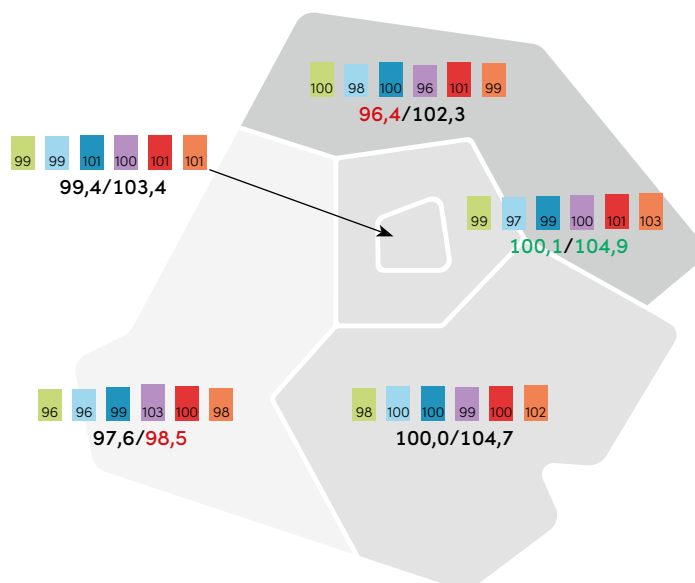
- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018

MAPA 8

Ocena zatrudnienia w firmie – woj. łódzkie



ZATRUDNIENIE W MIKRO I MAŁYCH FIRM



Indeks % w roku 2017
x – indeks za ostatnie 12 mies.
y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

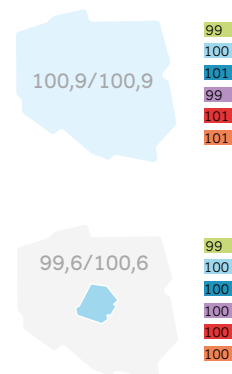
- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



DOSTĘPNOŚCI ZEWNĘTRZNEGO FINANSOWANIA DLA MIKRO I MAŁYCH FIRM

MAPA 9

Ocena dostępności zewnętrznego finansowania dla firmy – woj. łódzkie



WYKRES 1

Źródła finansowania firmy – woj. łódzkie (wyrażone w %)

- Wyłącznie środki własne
- Środki własne oraz finansowanie zewnętrzne (np. kredyt)
- Trudno powiedzieć

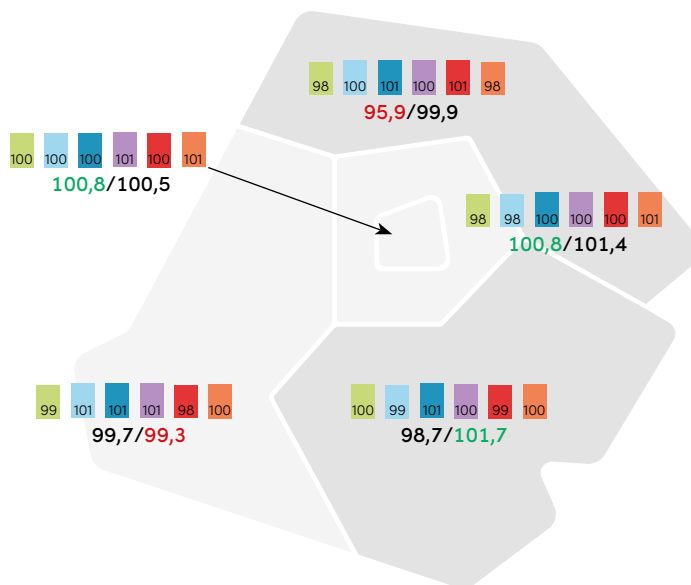
Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

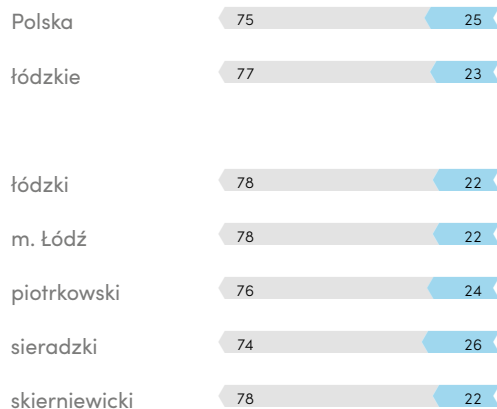
- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

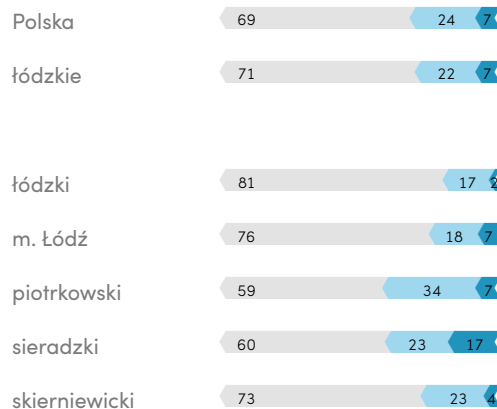
- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy

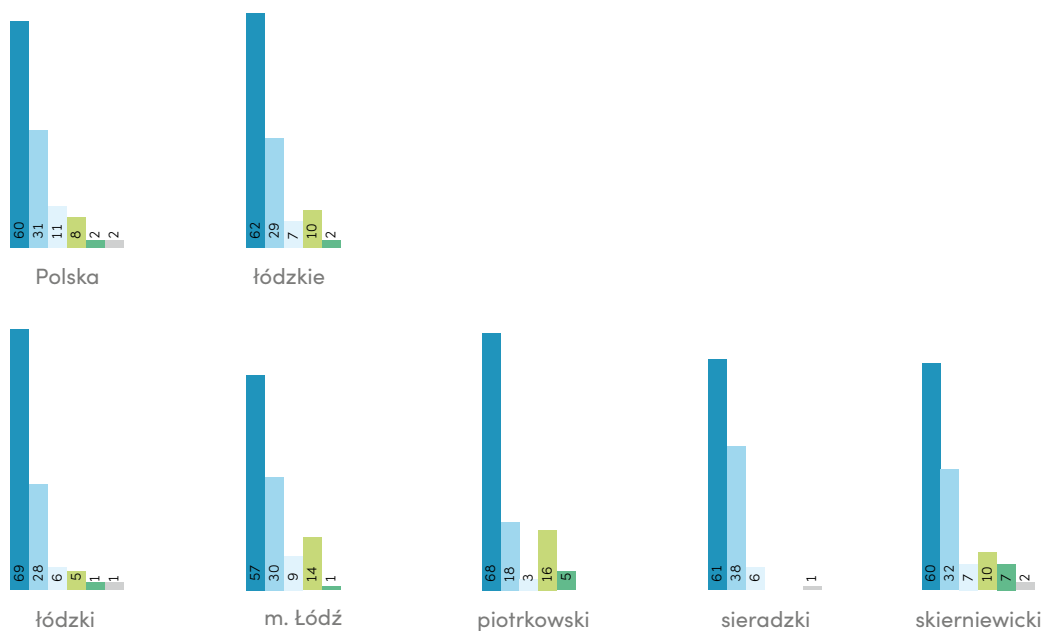




WYKRES 2

Przyczyny finansowania firmy ze środków własnych – woj. łódzkie (wyrażone w %)

- Brak potrzeby
- Niechęć do zadłużenia
- Brak możliwości skorzystania z finansowania zewnętrznego (np. brak zdolności kredytowej)
- Tańszy koszt kapitału własnego w porównaniu z finansowaniem zewnętrznym
- Brak informacji na temat finansowania zewnętrznego
- Inne



WYKRES 3

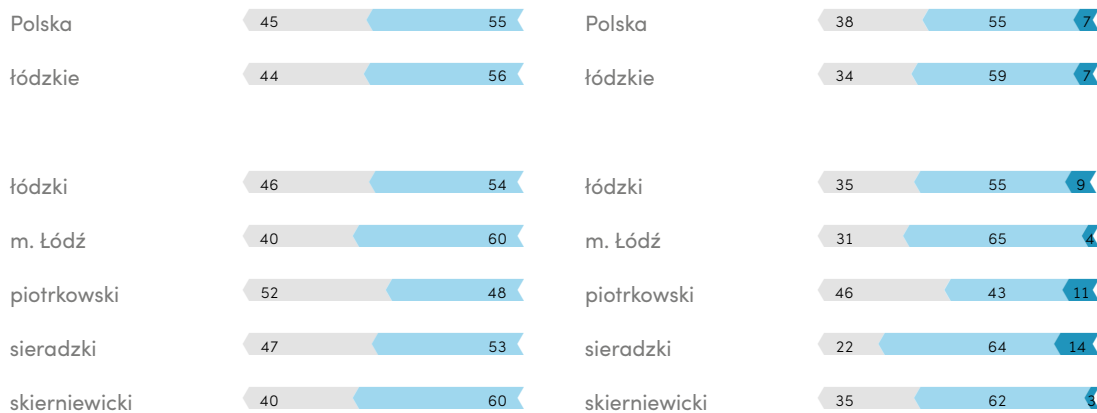
INWESTYCJE MIKRO I MAŁYCH FIRM

Ponoszenie przez firmy wydatków inwestycyjnych – woj. łódzkie (wyrażone w %)

- Tak
- Nie
- Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy

Przyszłe 12 miesięcy



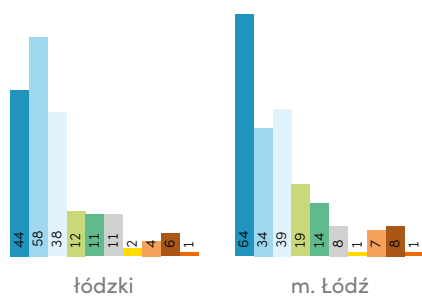
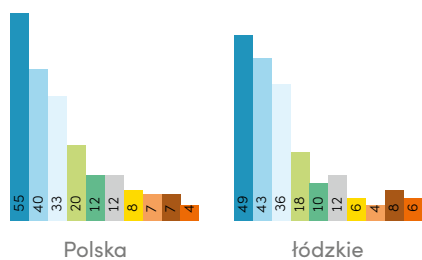


WYKRES 4

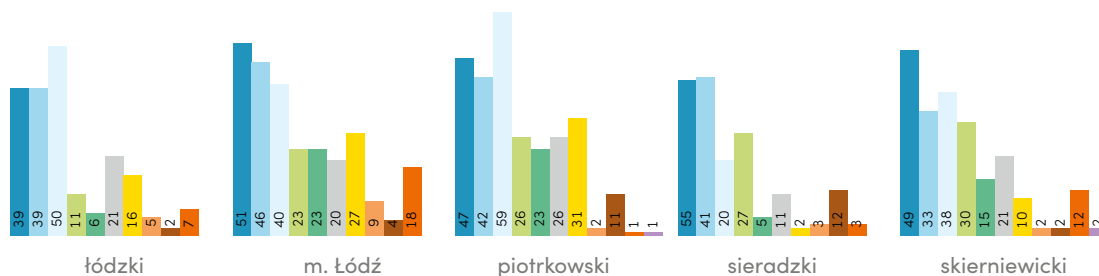
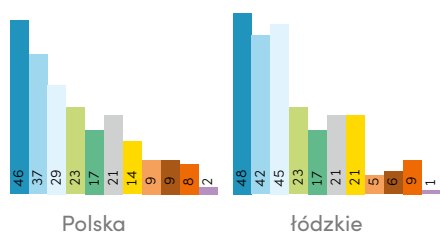
Przedmiot wydatków inwestycyjnych – woj. łódzkie (wyrażone w %)

- Wyposażenie, narzędzia i przyrządy
- Maszyny i urządzenia
- Środki transportu
- Reklama, marketing
- Szkolenia dla pracowników
- Budynki i budowle
- Zatrudnienie nowych pracowników
- Wartości niematerialne i prawne
- Technologie (np. cyfrowe)
- Grunty
- Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy

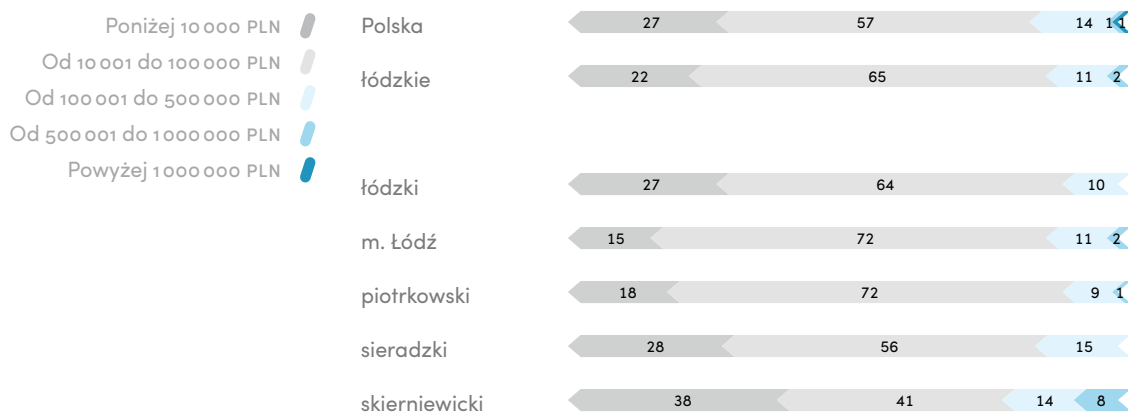




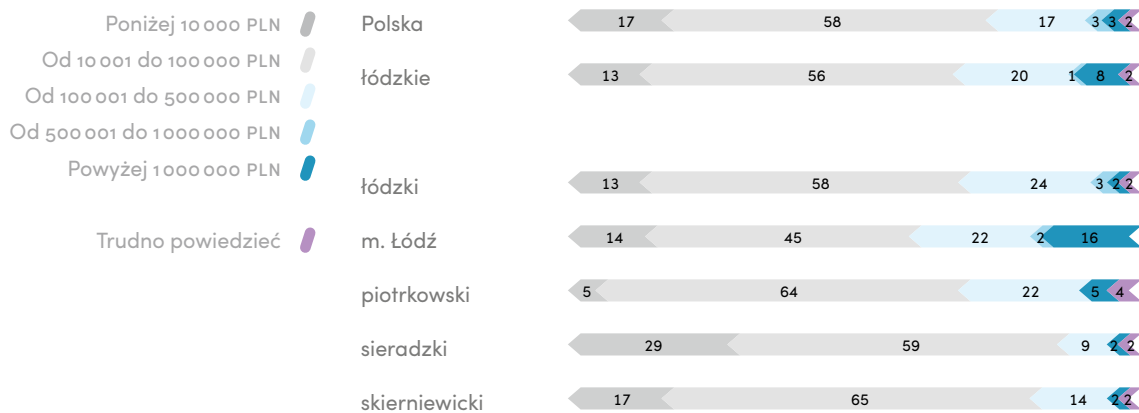
WYKRES 5

Wysokość wydatków inwestycyjnych – woj. łódzkie
(wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy



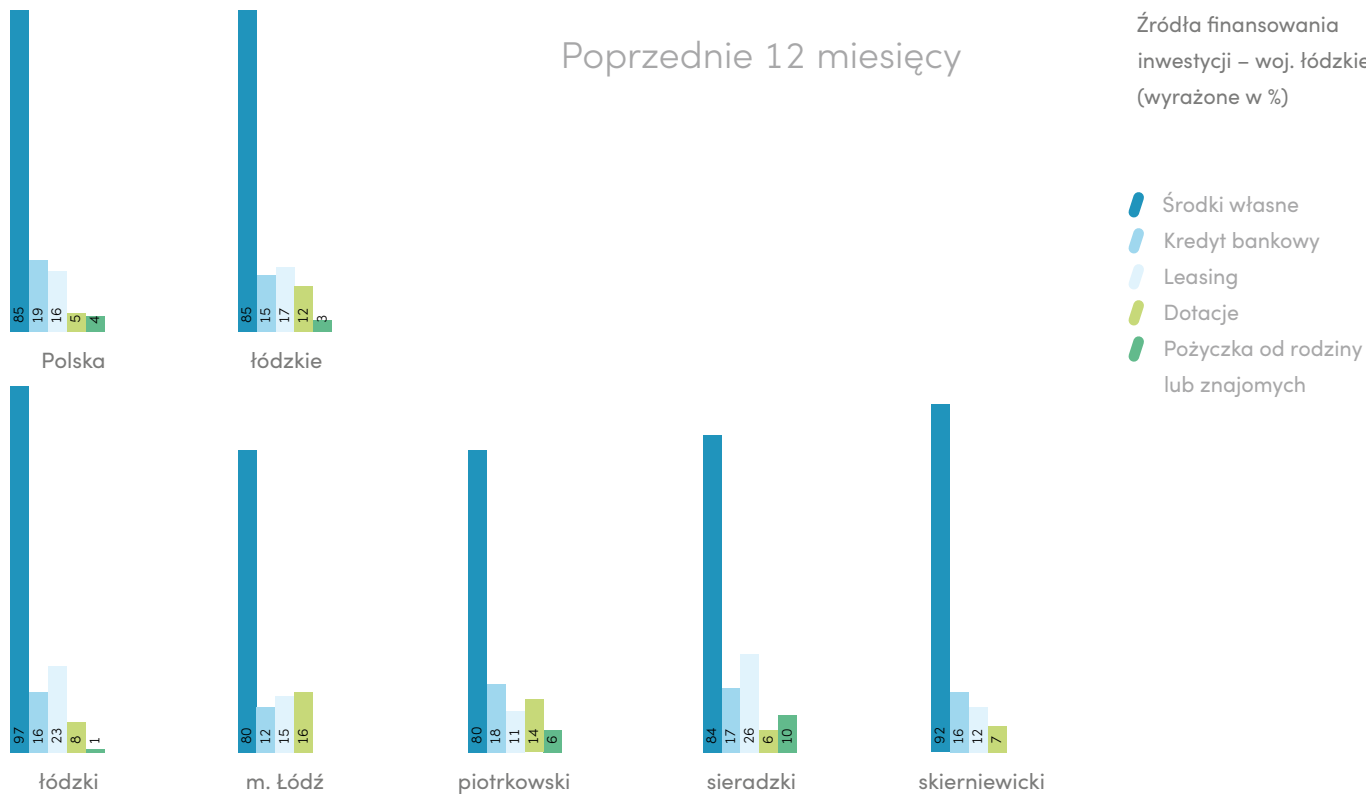


* 5 najczęściej wymienianych źródeł finansowania inwestycji

WYKRES 6

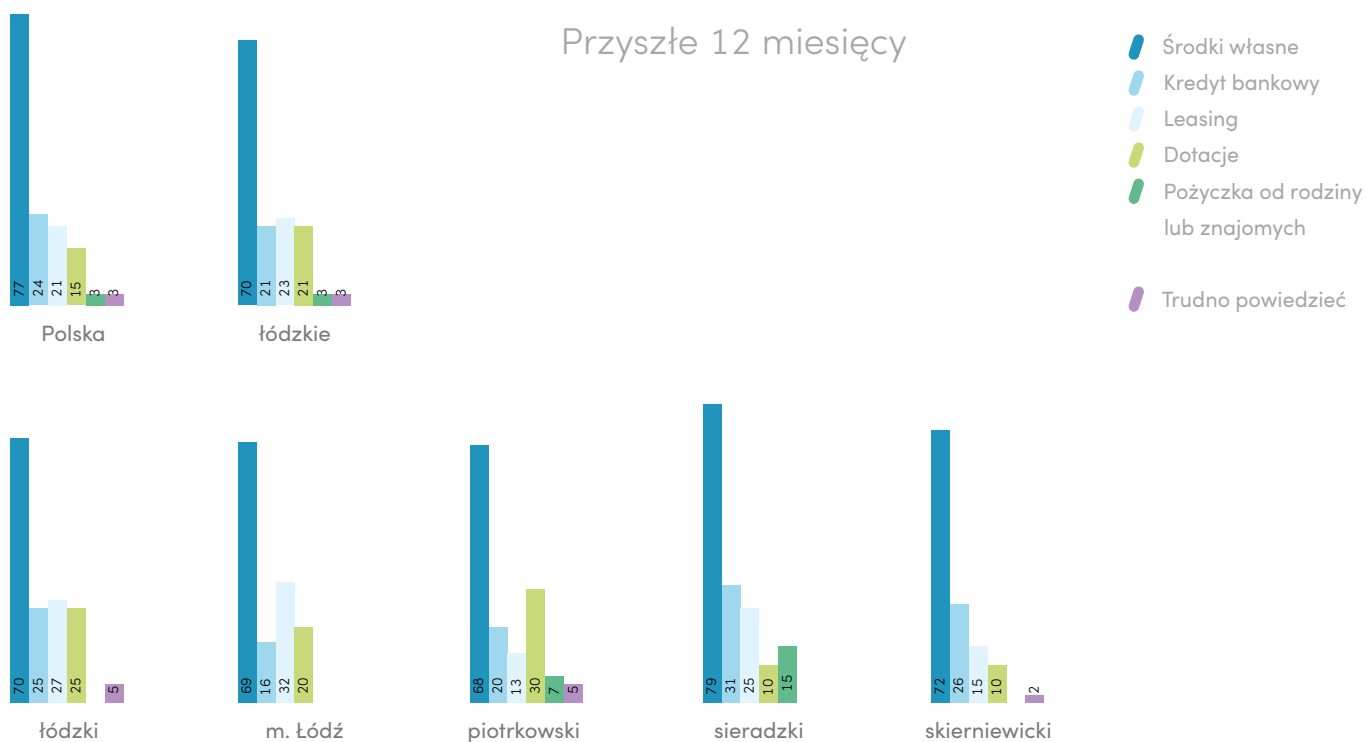
Źródła finansowania inwestycji – woj. łódzkie (wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy



- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Leasing
- Dotacje
- Pożyczka od rodziny lub znajomych

Przyszłe 12 miesięcy



- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Leasing
- Dotacje
- Pożyczka od rodziny lub znajomych
- Trudno powiedzieć



WYKRES 7

EKSPORT MIKRO I MAŁYCH FIRM

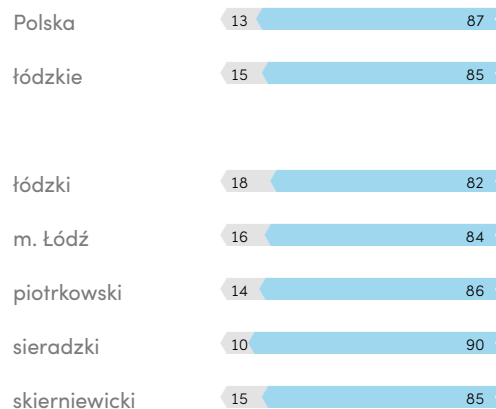
Eksport wyrobów
lub usług przez firmę
– woj. łódzkie
(wyrażone w %)

Tak

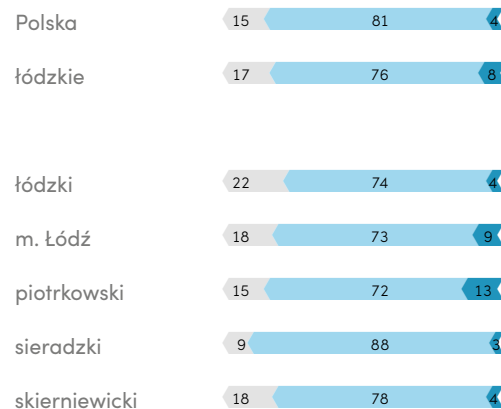
Nie

Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy



WYKRES 8

Kierunki rozwoju
działalności eksportowej
(wyrażone w %)



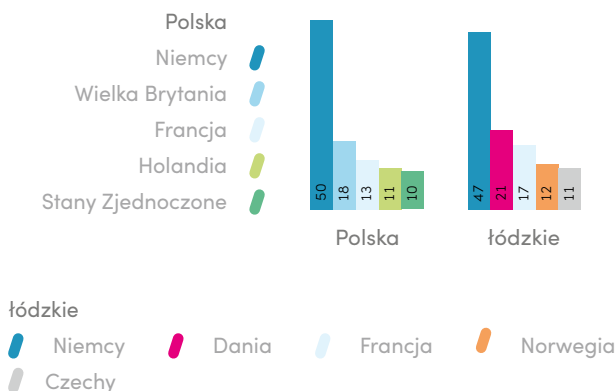
- Znalezienie nowych kontrahentów za granicą
- Zwiększenie sprzedaży na dotychczasowych rynkach zagranicznych
- Indywidualne podejście do klienta – produkcja/usługi szyte na miarę
- Nowe produkty i usługi w ofercie
- Poprawa jakości oferowanych produktów i usług
- Dotarcie na nowe rynki
- Inwestycje w innowacyjne produkty i usługi
- Nowe strategie sprzedaży
- Nowa działalność lub branża firmy
- Żadne z powyższych



WYKRES 9

Kraje, do których eksportowane są wyroby lub usługi* (wyrażone w %)

* 5 najczęściej wymienianych krajów



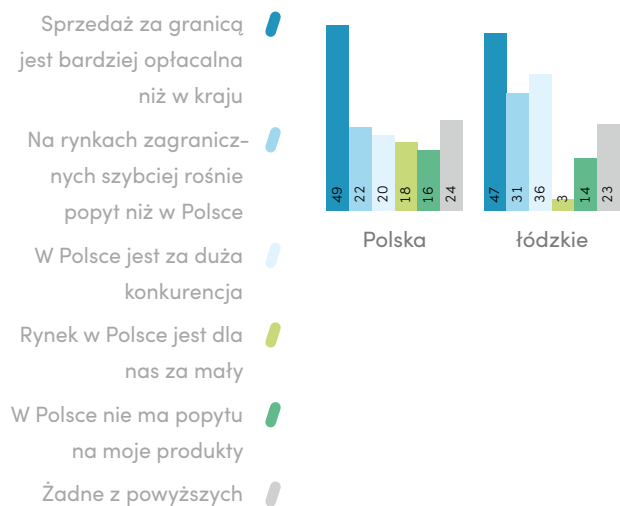
WYKRES 10

Źródła finansowania wytworzonych na eksport produktów lub usług (wyrażone w %)



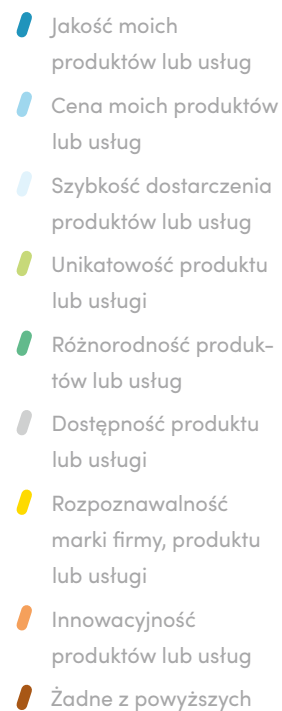
WYKRES 11

Powody, dla których firma eksportuje (wyrażone w %)



WYKRES 12

Przewagi konkurencyjne firmy w działalności eksportowej (wyrażone w %)





WYKRES 13

INNOWACYJNOŚĆ MIKRO I MAŁYCH FIRM

Innowacja produktowa
– woj. łódzkie
(wyrażone w %)

Tak

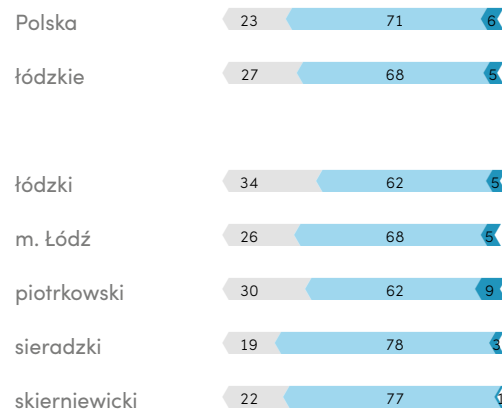
Nie

Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy



WYKRES 14

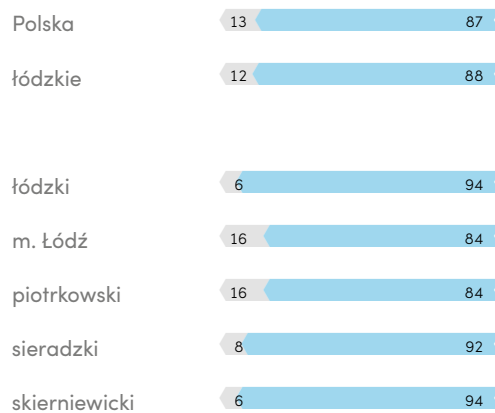
Innowacja procesowa –
woj. łódzkie
(wyrażone w %)

Tak

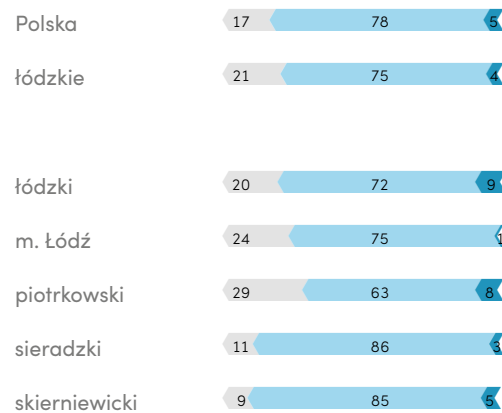
Nie

Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy

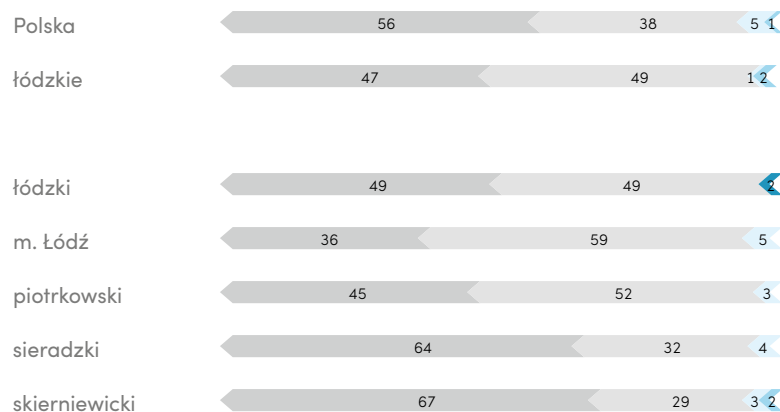




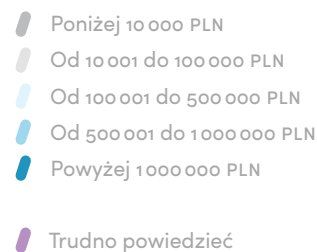
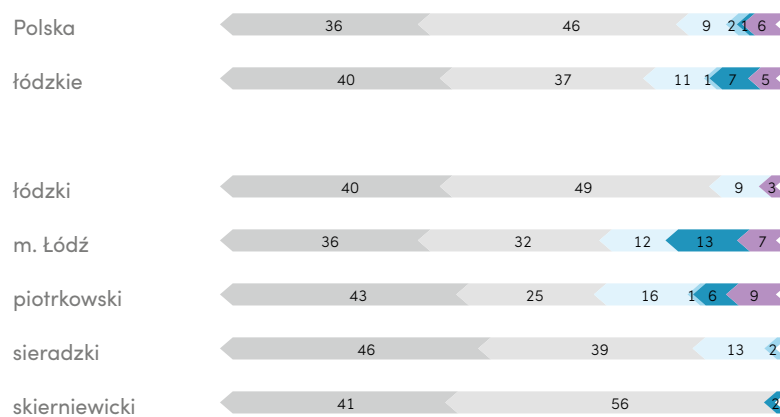
WYKRES 15

Wysokość wydatków
na innowacje
– woj. łódzkie
(wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy





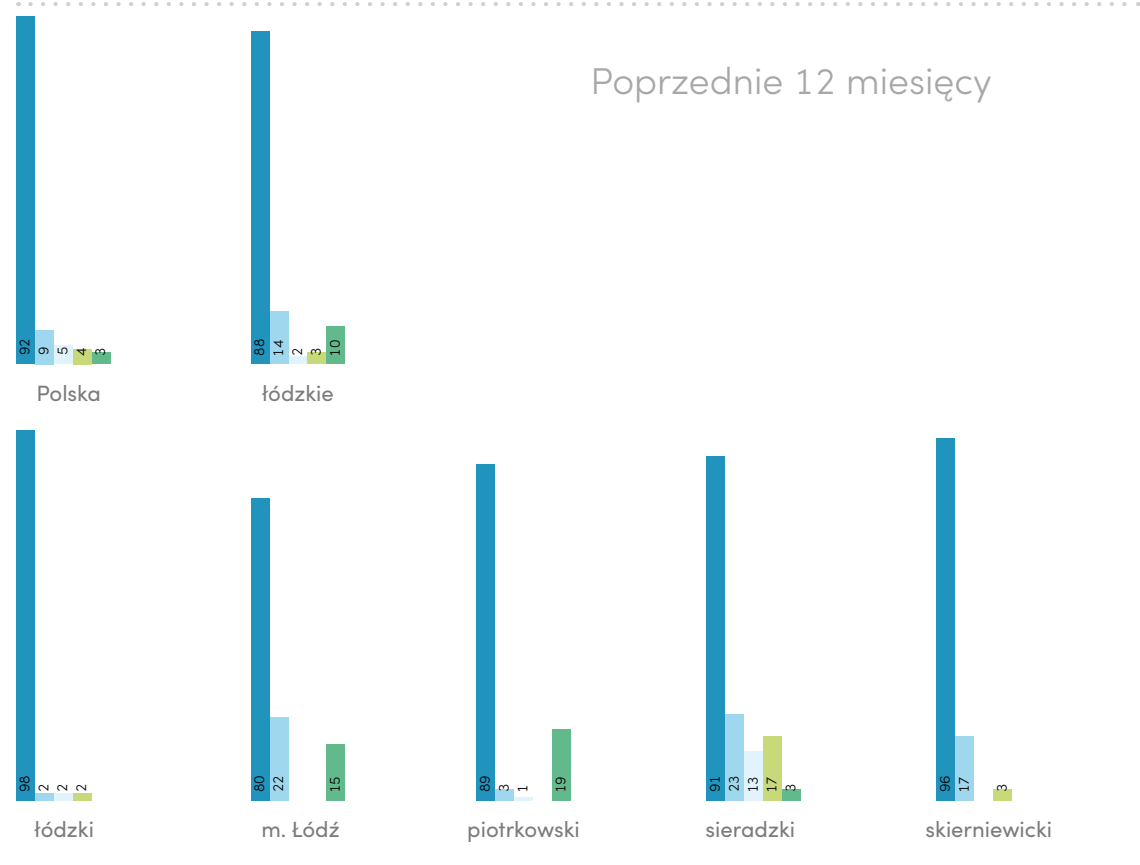
WYKRES 16

* 5 najczęściej wymienianych źródeł finansowania innowacji

Źródło finansowania innowacji – woj. łódzkie (wyrażone w %)

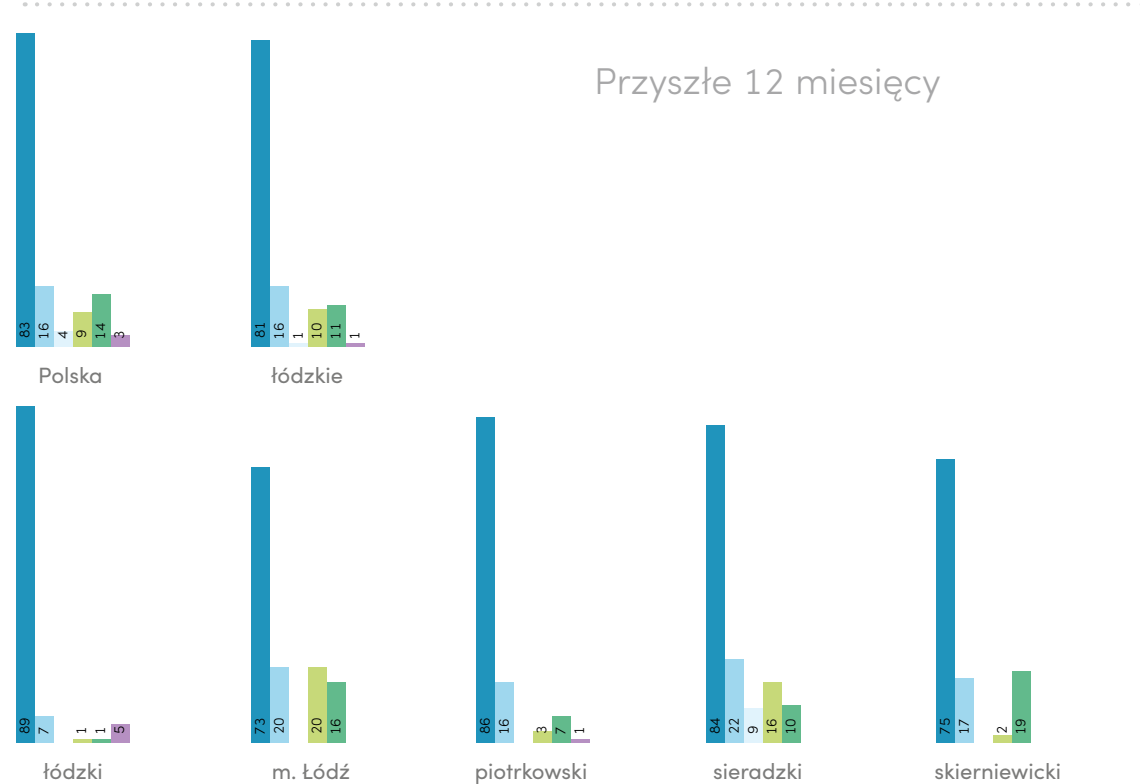
- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Pożyczka od rodziny
- Leasing
- Dotacje

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy

- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Pożyczka od rodziny
- Leasing
- Dotacje
- Trudno powiedzieć





OCENA OTOCZENIA BIZNESU PRZEZ MIKRO I MAŁE FIRMY

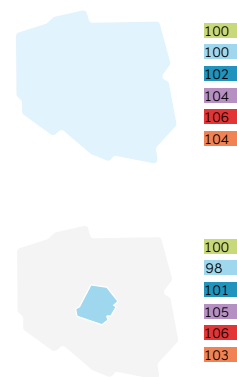
Wartość indeksu z badania w 2018 roku:
 poniżej wyniku ogólnopolskiego
 powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:
 indeks z 2013
 indeks z 2014
 indeks z 2015
 indeks z 2016
 indeks z 2017
 indeks z 2018



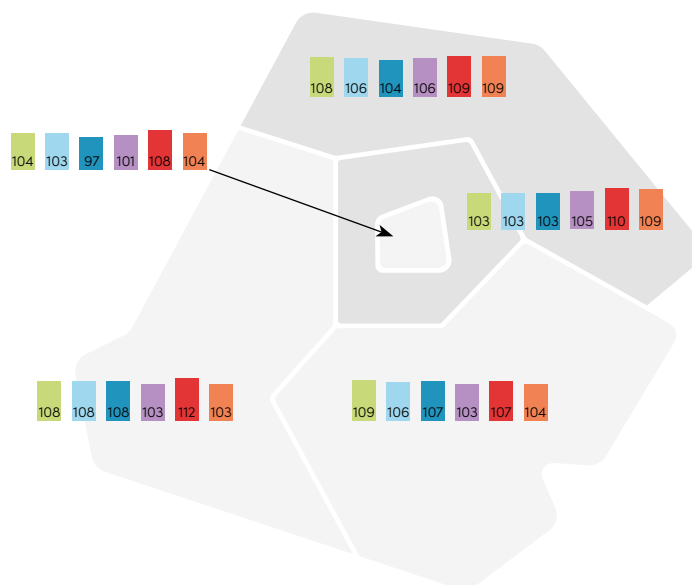
MAPA 10

Ocena jakości usług świadczonych przedsiębiorcom przez lokalną administrację – woj. łódzkie



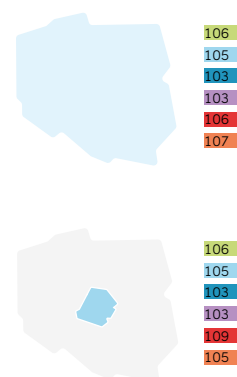
Wartość indeksu z badania w 2018 roku:
 poniżej wyniku ogólnopolskiego
 powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:
 indeks z 2013
 indeks z 2014
 indeks z 2015
 indeks z 2016
 indeks z 2017
 indeks z 2018



MAPA 11

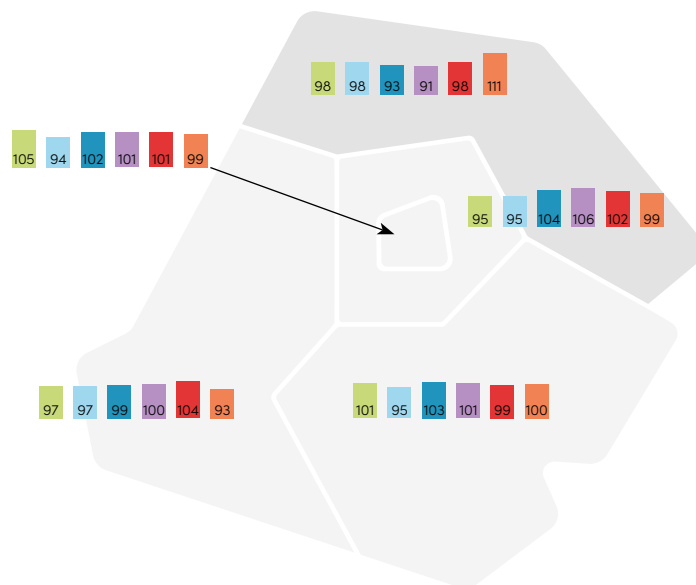
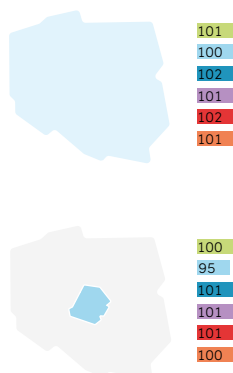
Ocena jakości usług doradczych świadczonych przez polskie banki w zakresie kredytów – woj. łódzkie





MAPA 12

Ocena uciążliwości
kontrolni działalności
gospodarczej
– woj. łódzkie



Wartość indeksu
z badania w 2018 roku:

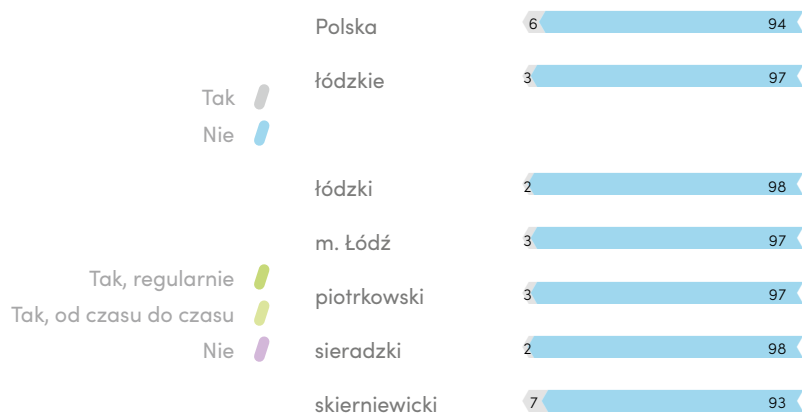
- poniżej wyniku ogólnopolskiego
- powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:

- indeks z 2013
- indeks z 2014
- indeks z 2015
- indeks z 2016
- indeks z 2017
- indeks z 2018

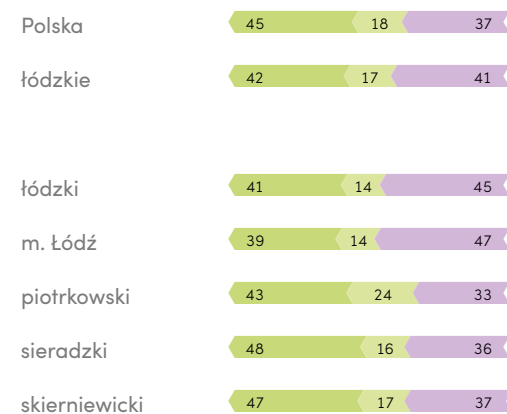
WYKRES 17

Przynależność do
organizacji biznesowych
– woj. łódzkie
(wyrażone w %)



WYKRES 18

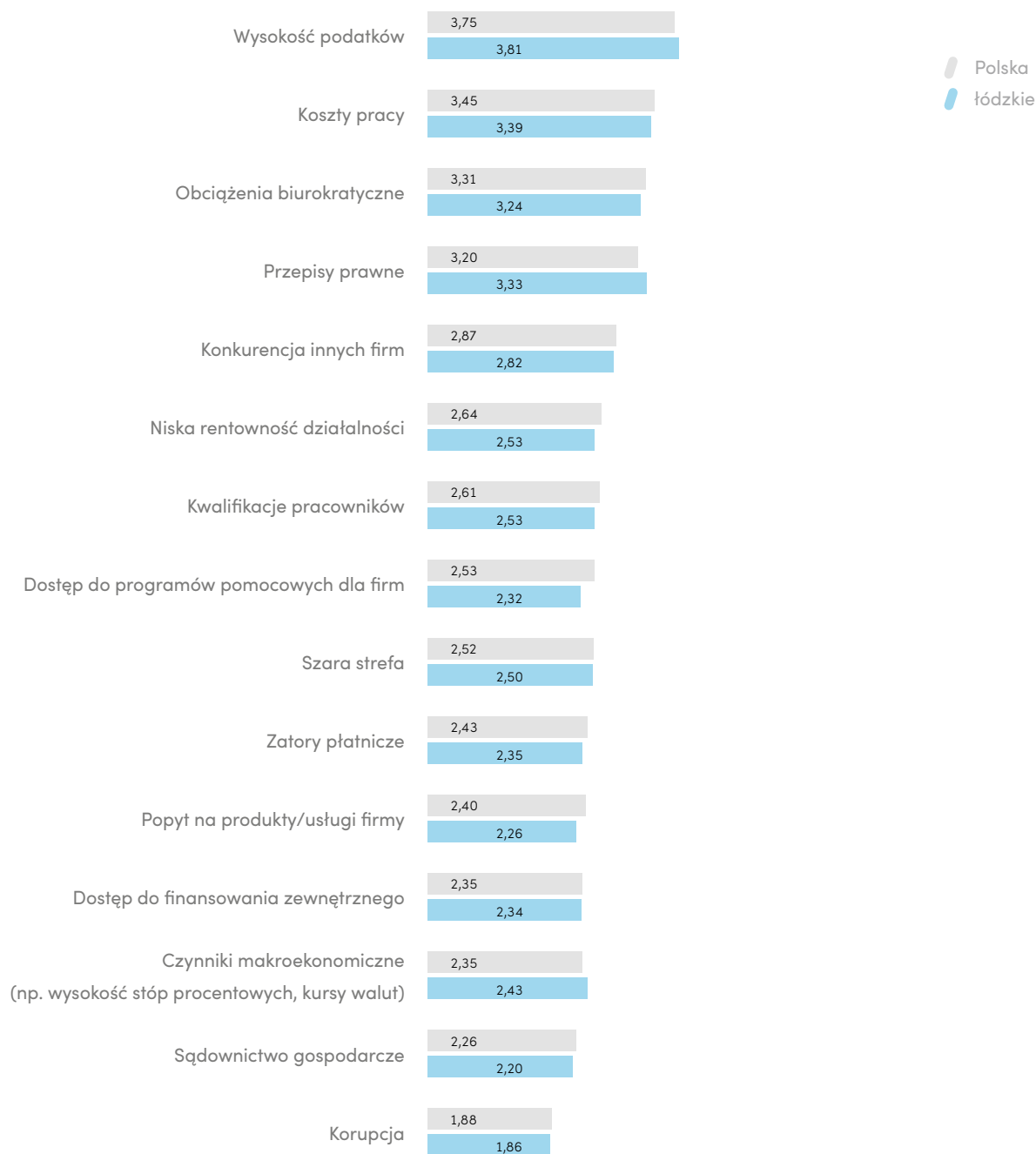
Korzystanie z usług firm zewnętrznych
– woj. łódzkie (wyrażone w %)





WYKRES 19

Główne bariery rozwoju
firmy – woj. łódzkie



Na wykresie zaprezentowano średnie z odpowiedzi;
od 1 „brak bariery” do 5 „bardzo ograniczająca bariera”.



województwo
małopolskie

Rój turystów w rynku bryka,
nie chcąc wyjść na Lajkonika.





TABELA 1 Dane statystyczne

	POLSKA	MAŁOPOLSKIE	krakowski	m. Kraków	nowosądecki	oświęcimski	tarnowski	nowotarski
PKB na 1 mieszkańca w relacji do średniej krajowej (Polska = 100; 2016)	100,0	90,6	76,2	165,9	61,2	76,8	63,9	57,2
Dochody gmin na 1 mieszkańca (zł; 2017)	4 938	4 808	4 245	6 470	4 780	3 941	4 360	4 321
Wydatki gmin na 1 mieszkańca (zł; 2017)	4 958	4 817	4 198	6 540	4 808	3 891	4 385	4 361
Stopa bezrobocia rejestrowanego (III kwartał 2018)	5,7	4,7	4,1	2,4	6,3	6,3	6,6	6,1
Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w relacji do średniej krajowej (Polska = 100; 2017)	100	96	95	110	77	85	81	79
Nakłady inwestycyjne w przedsiębiorstwach na 1 mieszkańca (zł; 2016)	3 880	3 160	2 597	5 786	1 660	3 385	2 409	1 497
Podmioty zarejestrowane w rejestrze REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	1 121	1 121	1 027	1 805	813	985	741	1 002
Podmioty nowo zarejestrowane w rejestrze REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	94	101	91	155	86	74	73	100
Podmioty wykreślone z rejestru REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	75	74	67	98	72	65	55	75
Podmioty gospodarcze zarejestrowane w rejestrze REGON ogółem (2017), w tym:	4 309 800	380 020	74 527	138 515	43 812	54 406	34 320	34 440
0–9 pracujących (mikro)	4 128 611	364 142	71 751	132 504	41 861	52 184	32 661	33 181
10–49 pracujących (małe)	147 607	13 149	2 349	4 910	1 613	1 810	1 377	1 090
50–249 pracujących (średnie)	29 154	2 385	388	909	307	369	256	156
Powyżej 249 pracujących (duże)	4 428	344	39	192	31	43	26	13



OGÓLNY WSKAŹNIK KONIUNKTURY MIKRO I MAŁYCH FIRM

MAPA 1

Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przysze 12 mies.

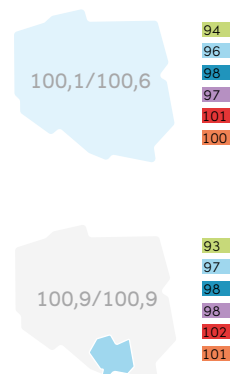
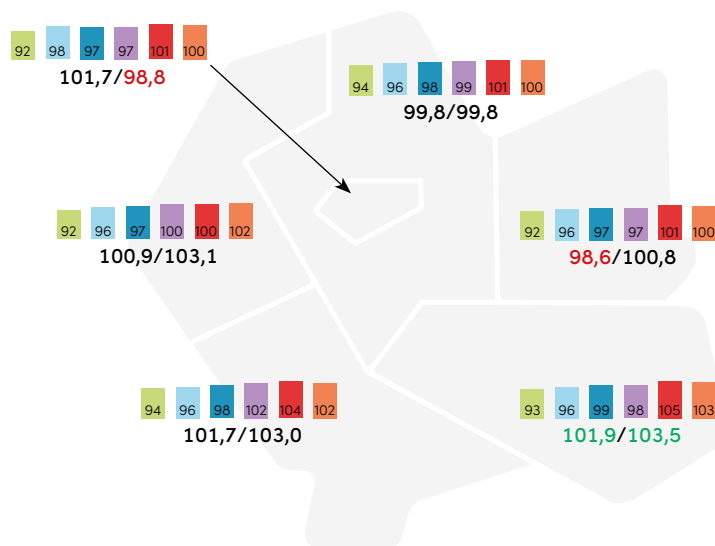
Ogólny Wskaźnik Koniunktury Mikro i Małych Firm – woj. małopolskie

Różnica między indeksem za ostatnie i przysze 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przysze 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



OCENA SYTUACJI GOSPODARCZEJ PRZEZ MIKRO I MAŁE FIRMY

MAPA 2

Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przysze 12 mies.

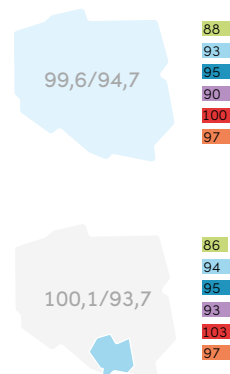
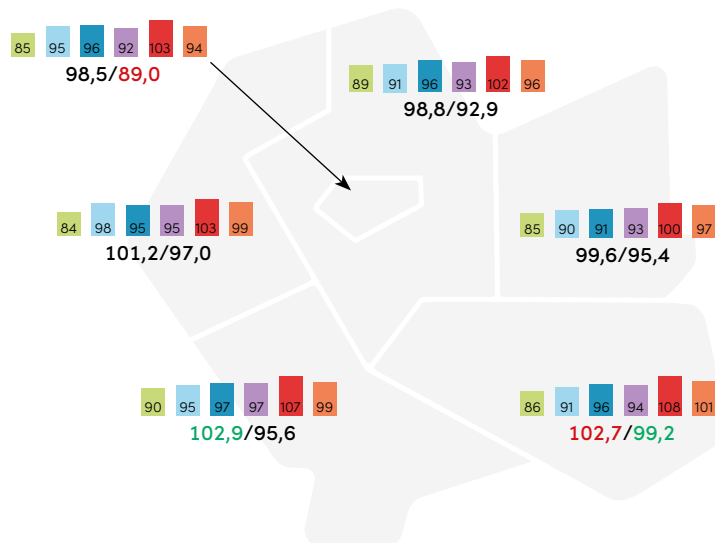
Ocena sytuacji gospodarczej – woj. małopolskie

Różnica między indeksem za ostatnie i przysze 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

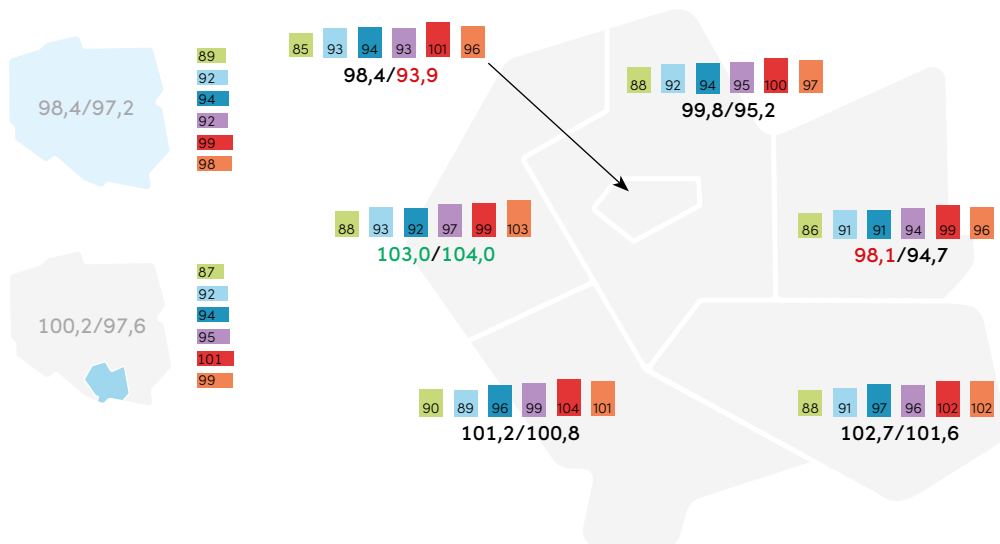
Średnia z indeksów za ostatnie i przysze 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018





MAPA 3

Ocena sytuacji branży
– woj. małopolskie

Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe

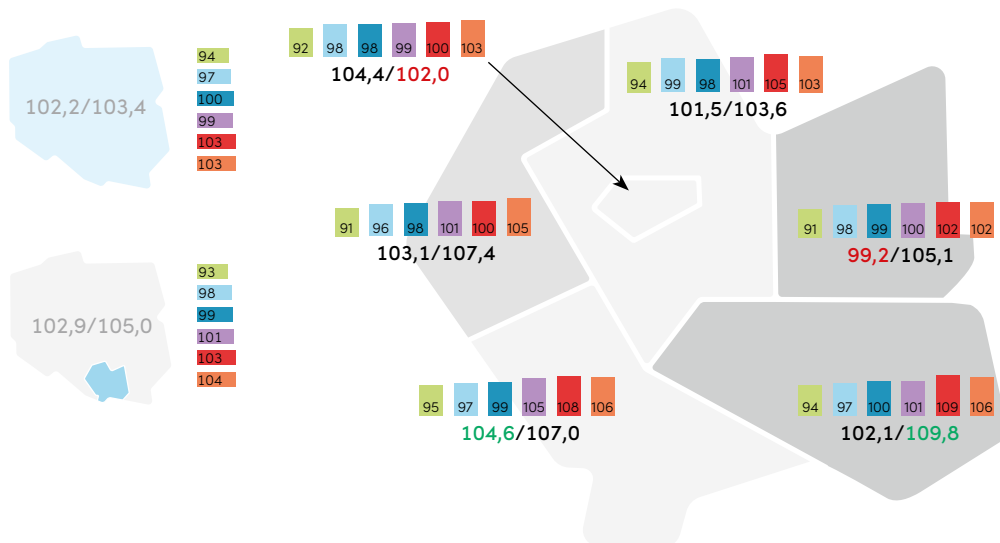
12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018

MAPA 4

Ocena sytuacji firmy
– woj. małopolskie

Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



SYTUACJA FINANSOWA MIKRO I MAŁYCH FIRM

MAPA 5

Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

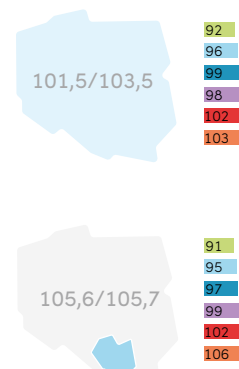
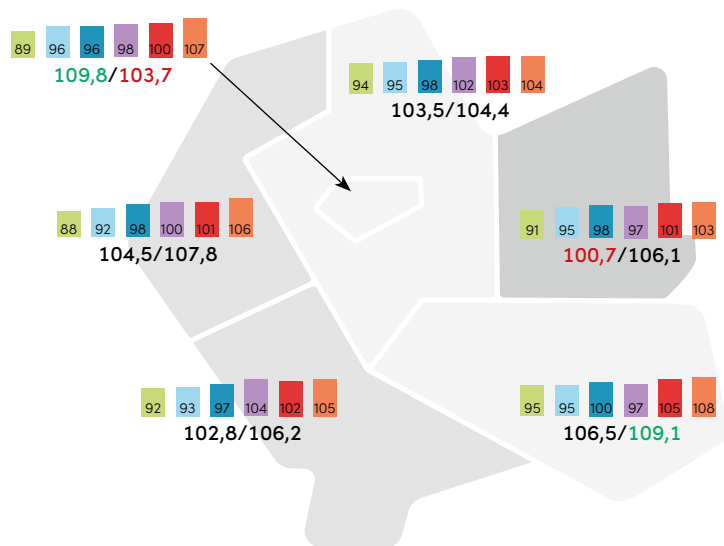
Ocena przychodów firmy
 – woj. małopolskie

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

MAPA 6

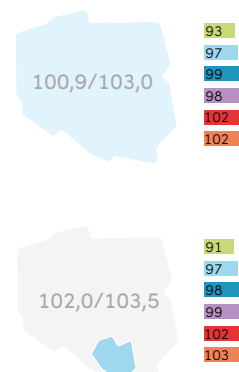
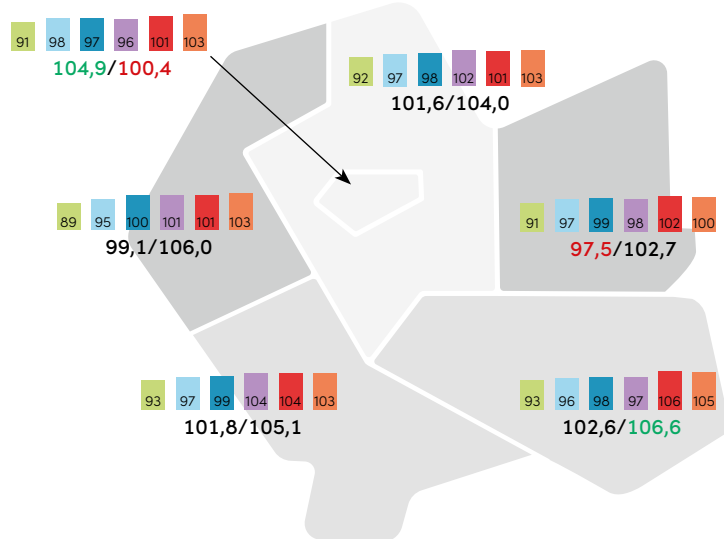
Ocena wyniku finansowego firmy – woj. małopolskie

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

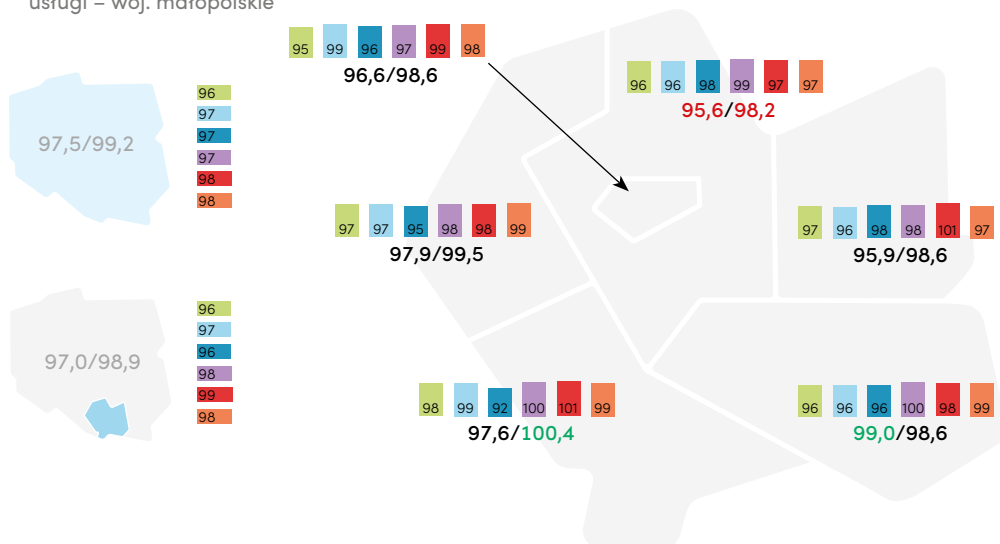
- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018





MAPA 7

Ocena długości oczekiwania na zapłatę za towary/usługi – woj. małopolskie



Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

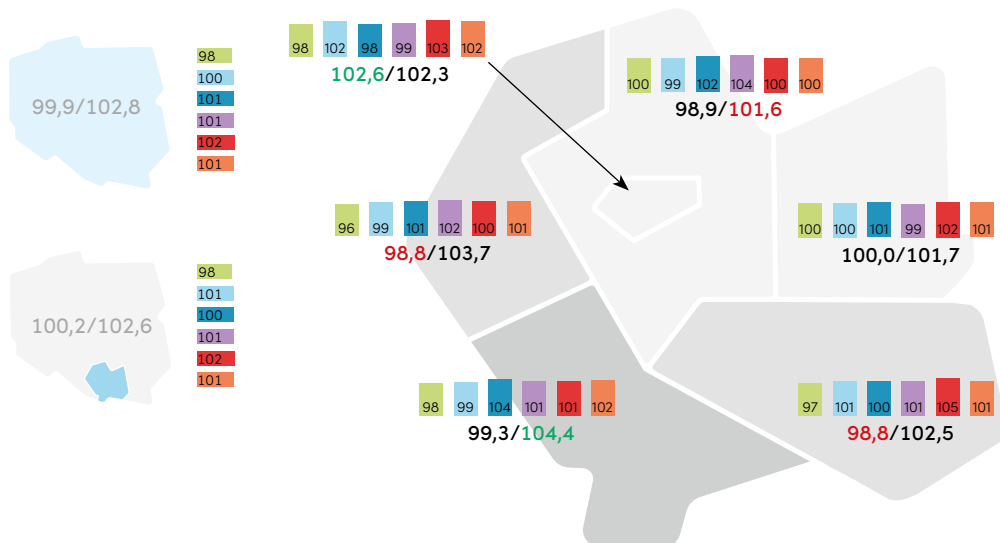
Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018

MAPA 8

ZATRUDNIENIE W MIKRO I MAŁYCH FIRM

Ocena zatrudnienia w firmie – woj. małopolskie



Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

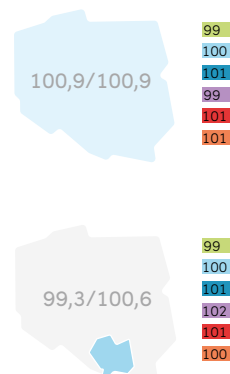
- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



DOSTĘPNOŚĆ ZEWĘTRZNEGO FINANSOWANIA DLA MIKRO I MAŁYCH FIRM

MAPA 9

Ocena dostępności zewnętrznego finansowania dla firmy – woj. małopolskie



WYKRES 1

Źródła finansowania firmy – woj. małopolskie

- Wyłącznie środki własne
- Środki własne oraz finansowanie zewnętrzne (np. kredyt)
- Trudno powiedzieć

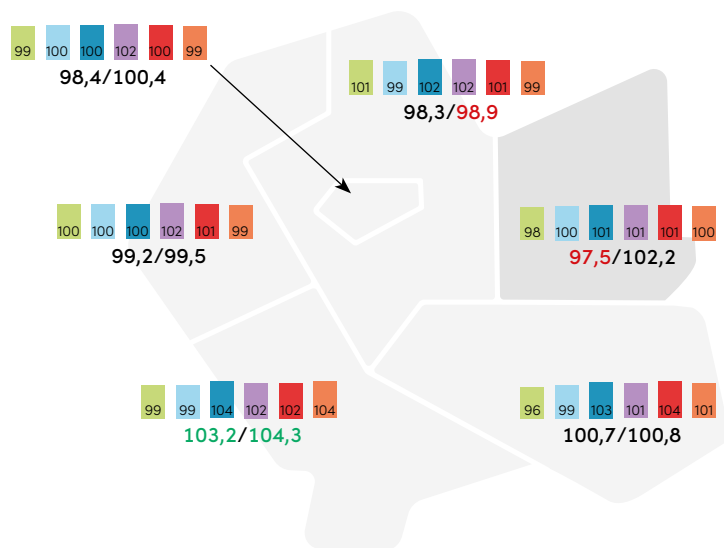
Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

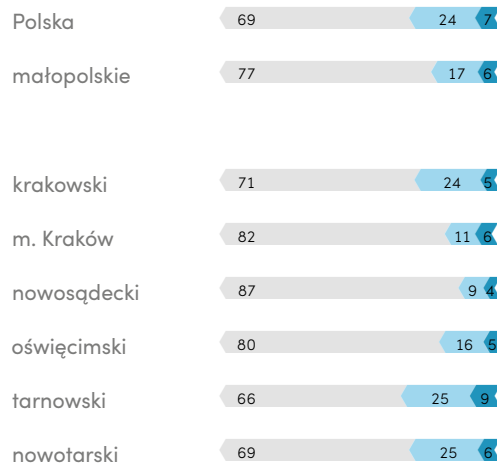
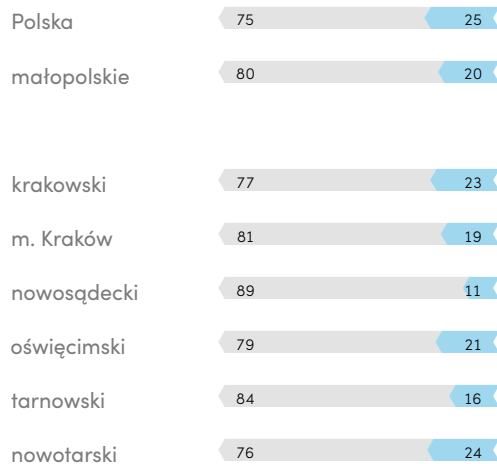
Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



Poprzednie 12 miesięcy

Przyszłe 12 miesięcy

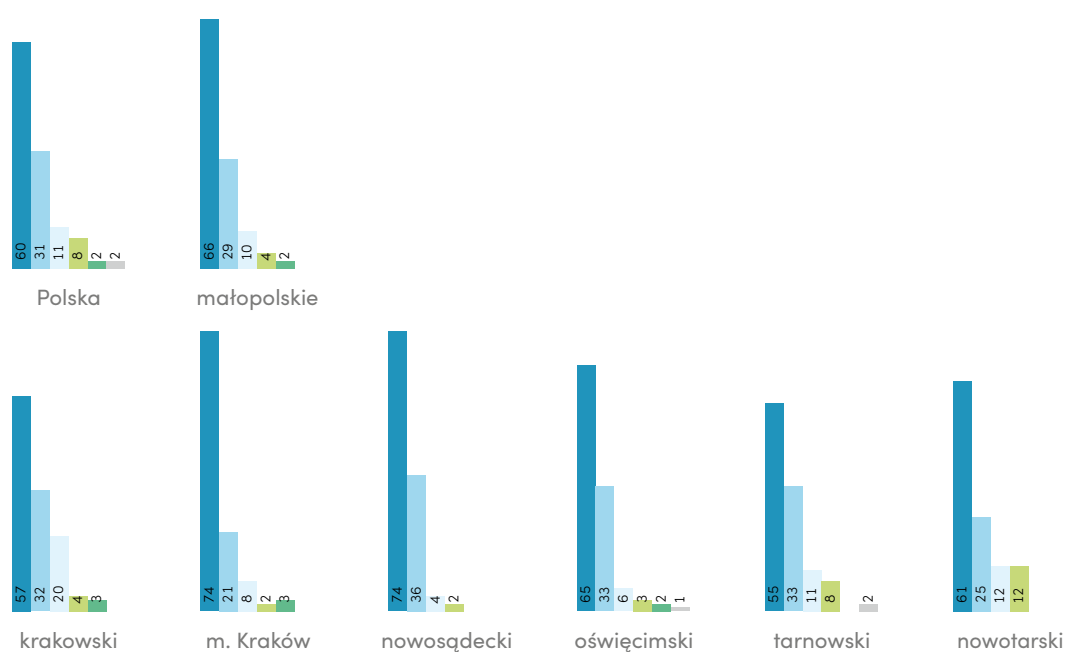




WYKRES 2

Przyczyny finansowania firmy ze środków własnych – woj. małopolskie (wyrażone w %)

- Brak potrzeby
- Niechęć do zadłużenia
- Brak możliwości skorzystania z finansowania zewnętrznego (np. brak zdolności kredytowej)
- Tańszy koszt kapitału własnego w porównaniu z finansowaniem zewnętrznym
- Brak informacji na temat finansowania zewnętrznego
- Inne



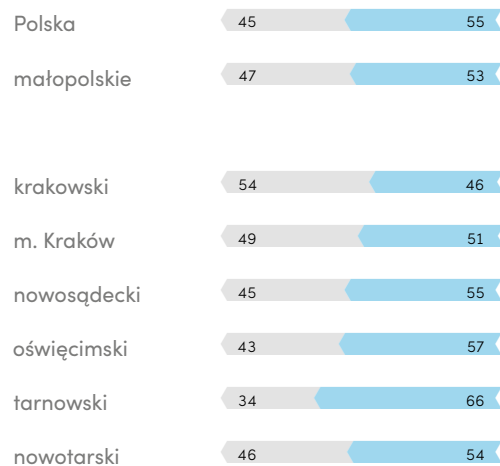
WYKRES 3

INWESTYCJE MIKRO I MAŁYCH FIRM

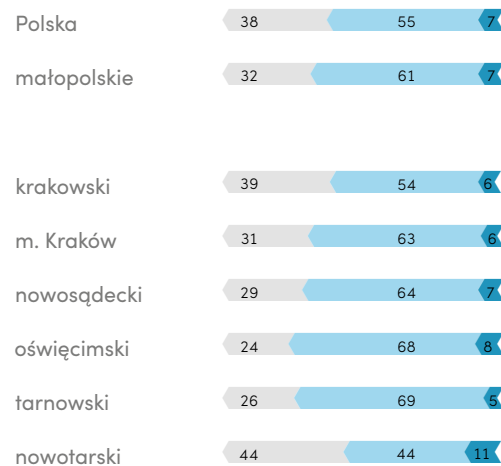
Ponoszenie przez firmy wydatków inwestycyjnych – woj. małopolskie (wyrażone w %)

- Tak
- Nie
- Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy



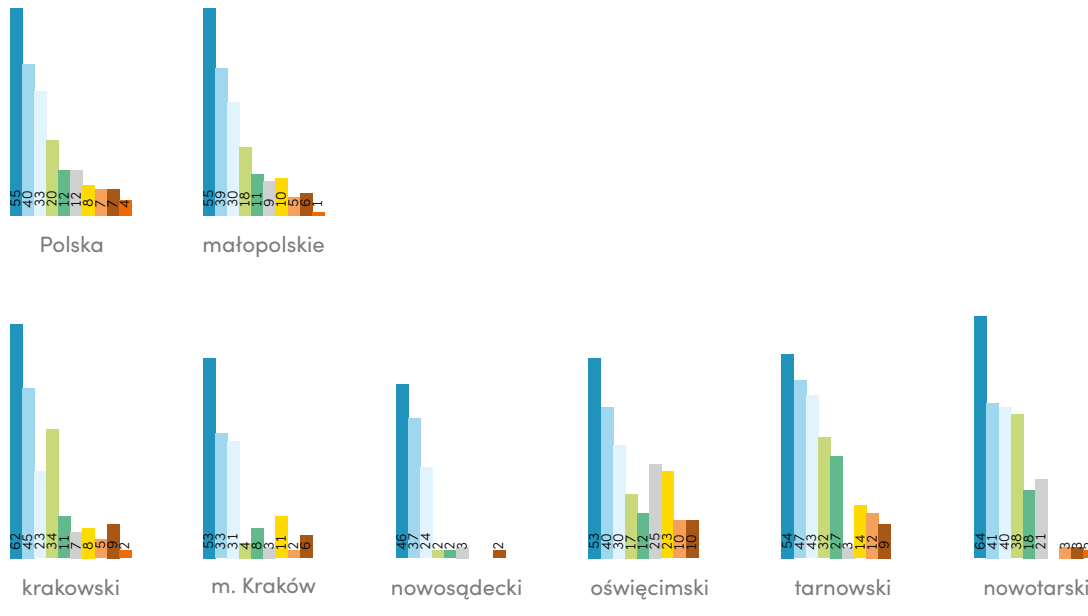


WYKRES 4

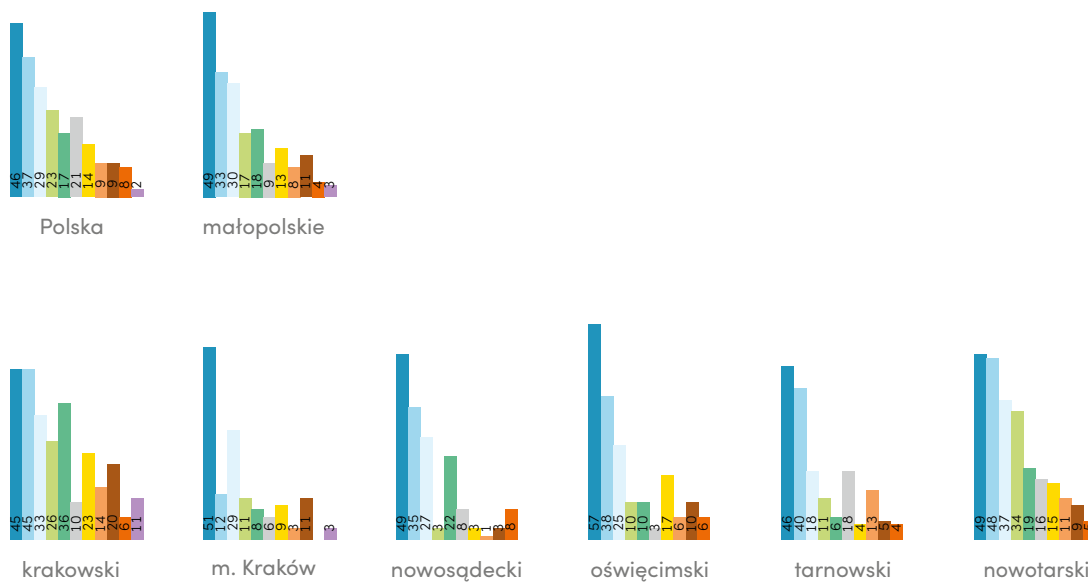
Przedmiot wydatków inwestycyjnych – woj. małopolskie (wyrażone w %)

- Wypożyczenie, narzędzia i przyrządy
- Maszyny i urządzenia
- Środki transportu
- Reklama, marketing
- Szkolenia dla pracowników
- Budynki i budowle
- Zatrudnienie nowych pracowników
- Wartości niematerialne i prawne
- Technologie (np. cyfrowe)
- Grunty
- Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy





WYKRES 5

Wysokość wydatków inwestycyjnych – woj. małopolskie
(wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy



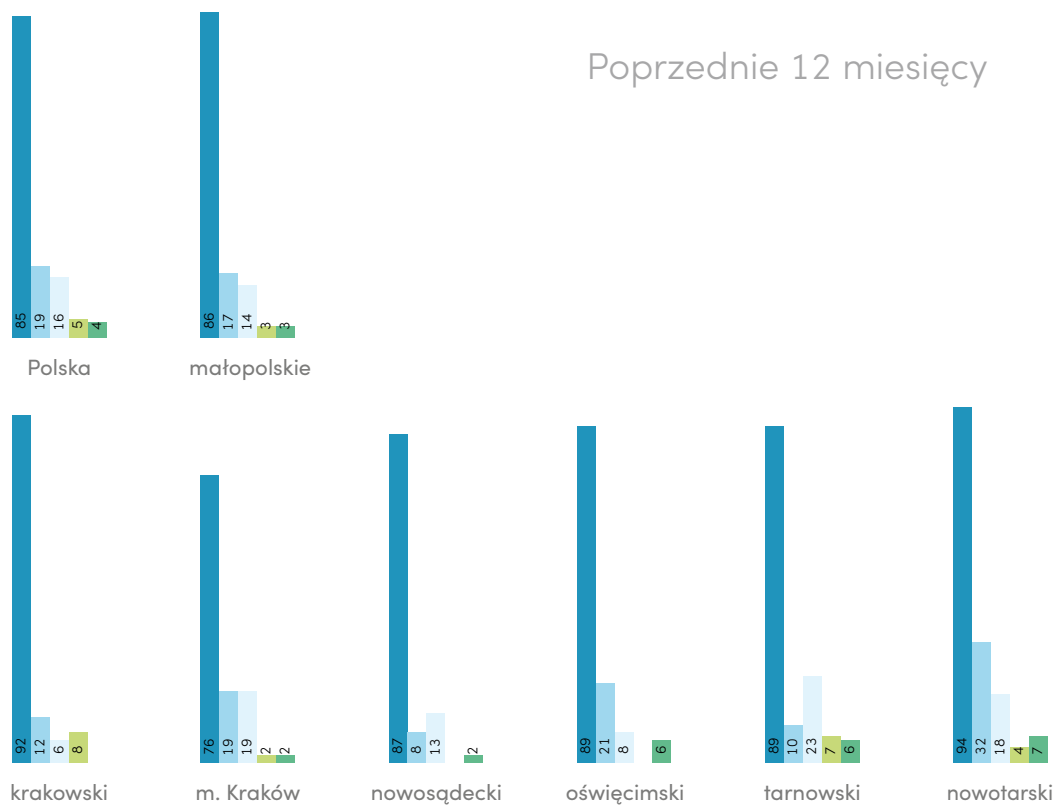
Trudno powiedzieć



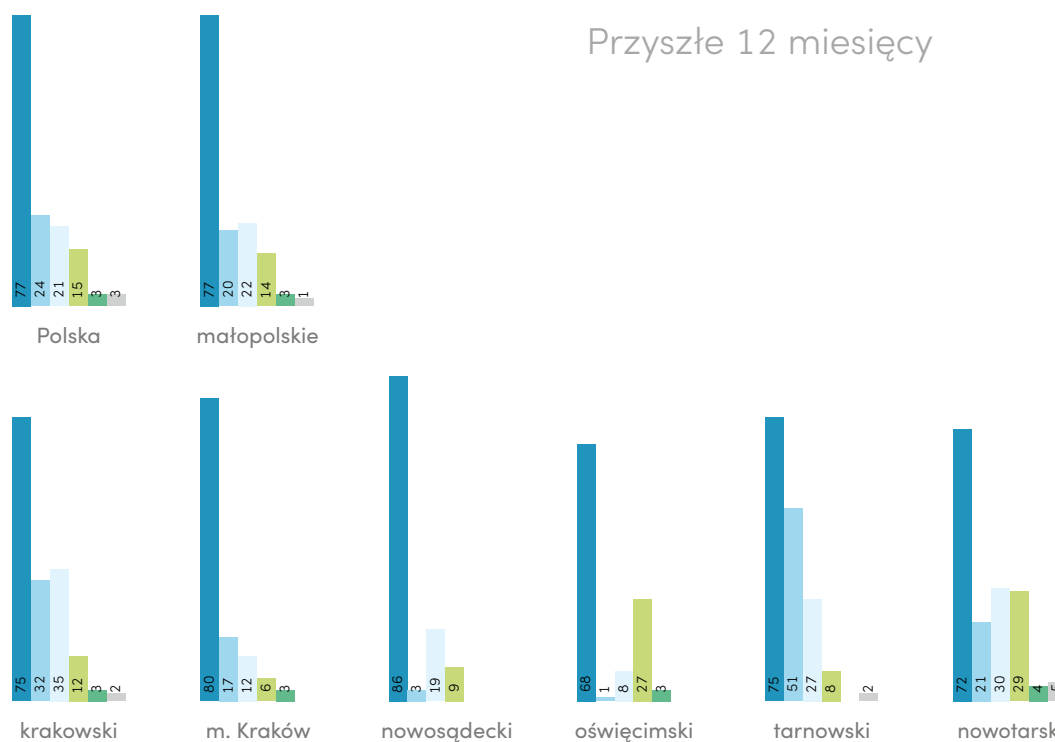
* 5 najczęściej wymienianych źródeł finansowania inwestycji

WYKRES 6

Źródła finansowania inwestycji – woj. małopolskie (wyrażone w %)



- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Leasing
- Dotacje
- Pożyczka od rodziny lub znajomych



- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Leasing
- Dotacje
- Pożyczka od rodziny lub znajomych
- Trudno powiedzieć



WYKRES 7

EKSPORT MIKRO I MAŁYCH FIRM

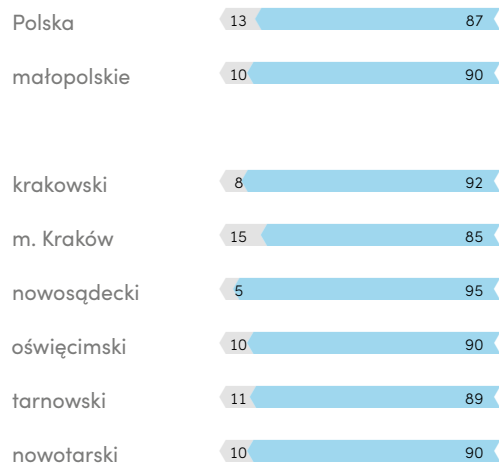
Eksport wyrobów
lub usług przez firmę
– woj. małopolskie
(wyrażone w %)

Tak

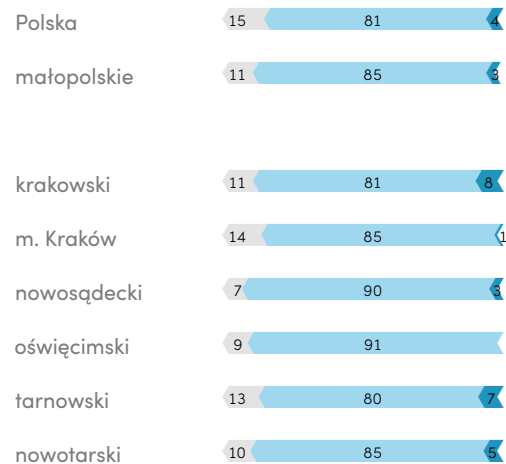
Nie

Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy

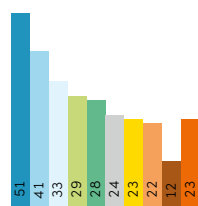


Przyszłe 12 miesięcy

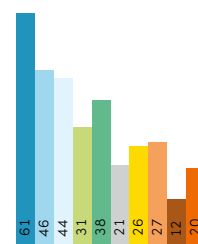


WYKRES 8

Kierunki rozwoju
działalności eksportowej
(wyrażone w %)



Polska

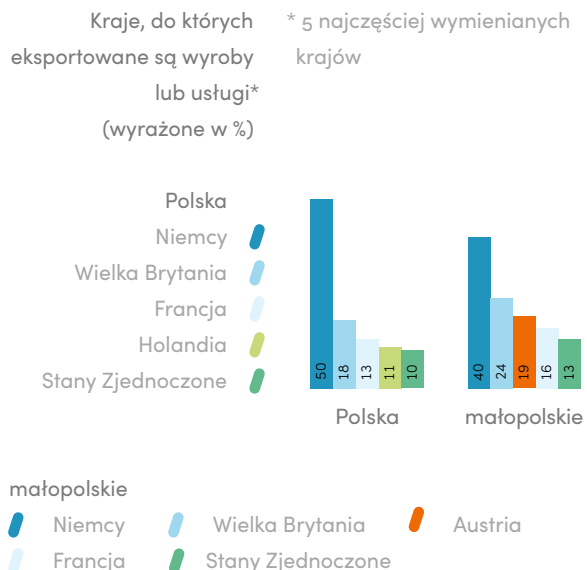


małopolskie

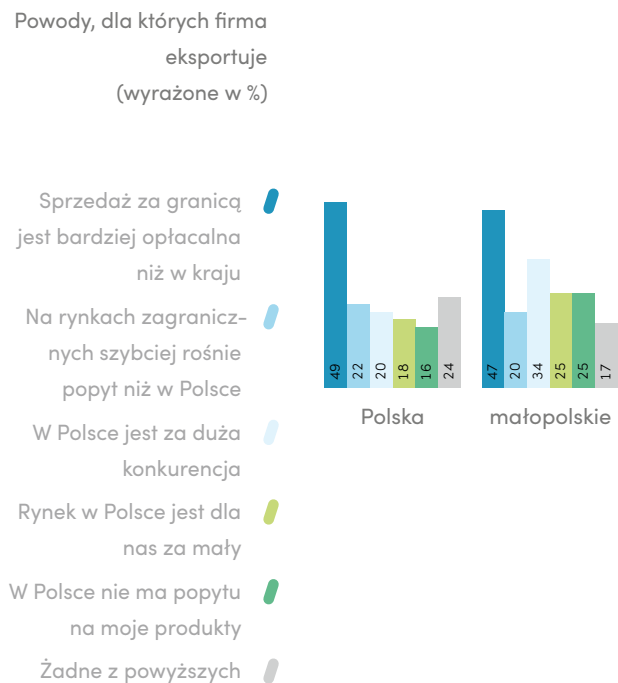
- Znalezienie nowych kontrahentów za granicą
- Zwiększenie sprzedaży na dotychczasowych rynkach zagranicznych
- Indywidualne podejście do klienta – produkcja/usługi szyte na miarę
- Nowe produkty i usługi w ofercie
- Poprawa jakości oferowanych produktów i usług
- Dotarcie na nowe rynki
- Inwestycje w innowacyjne produkty i usługi
- Nowe strategie sprzedaży
- Nowa działalność lub branża firmy
- Żadne z powyższych



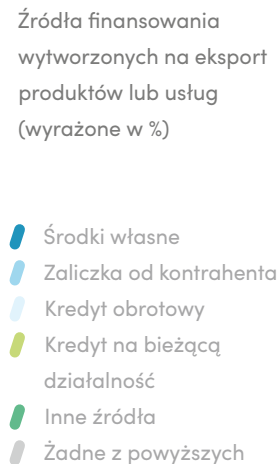
WYKRES 9



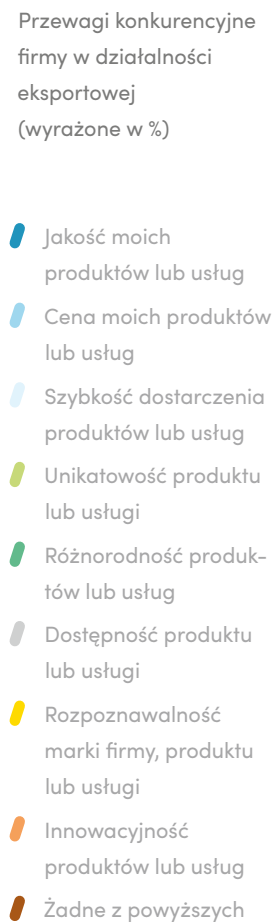
WYKRES 11



WYKRES 10



WYKRES 12





WYKRES 13

INNOWACYJNOŚĆ MIKRO I MAŁYCH FIRM

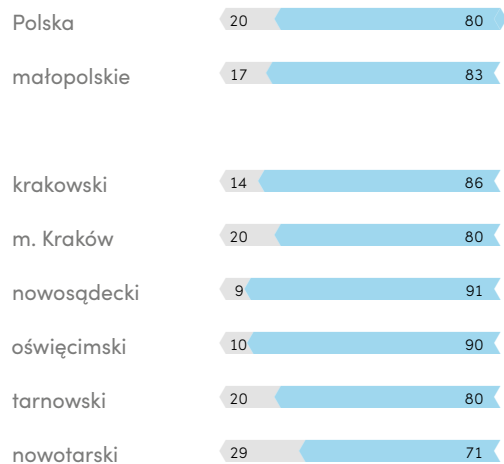
Innowacja produktowa
– woj. małopolskie
(wyrażone w %)

Tak

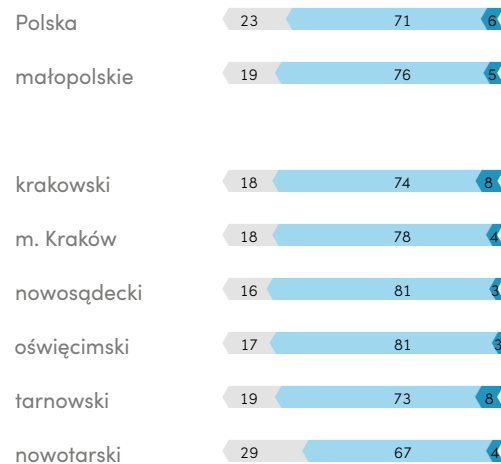
Nie

Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy



WYKRES 14

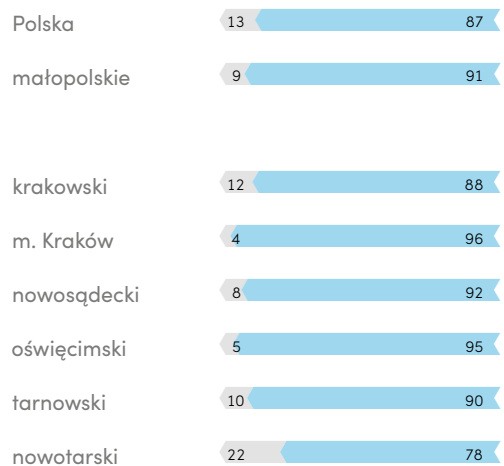
Innowacja procesowa –
woj. małopolskie
(wyrażone w %)

Tak

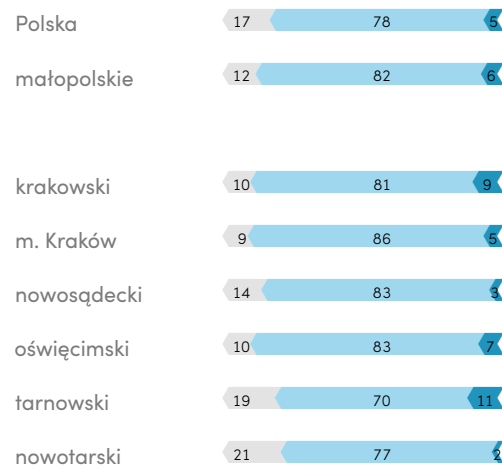
Nie

Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy

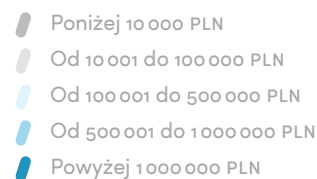
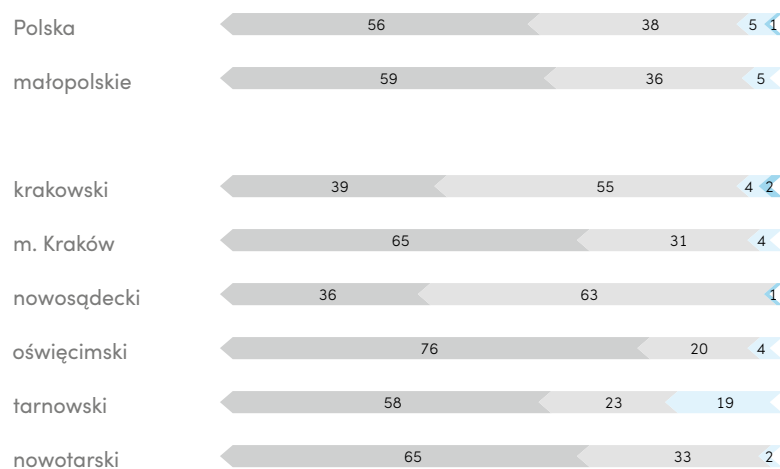




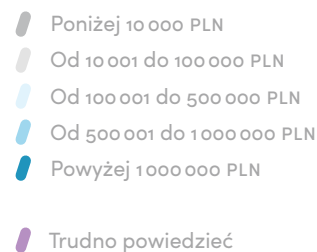
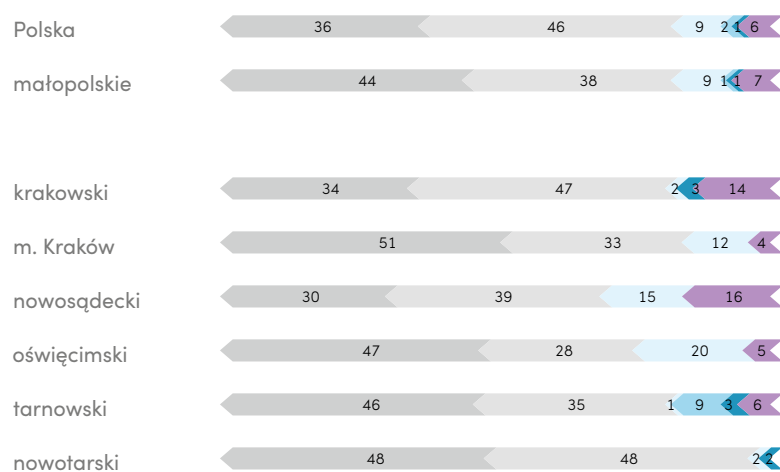
WYKRES 15

Wysokość wydatków
na innowacje
– woj. małopolskie
(wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy



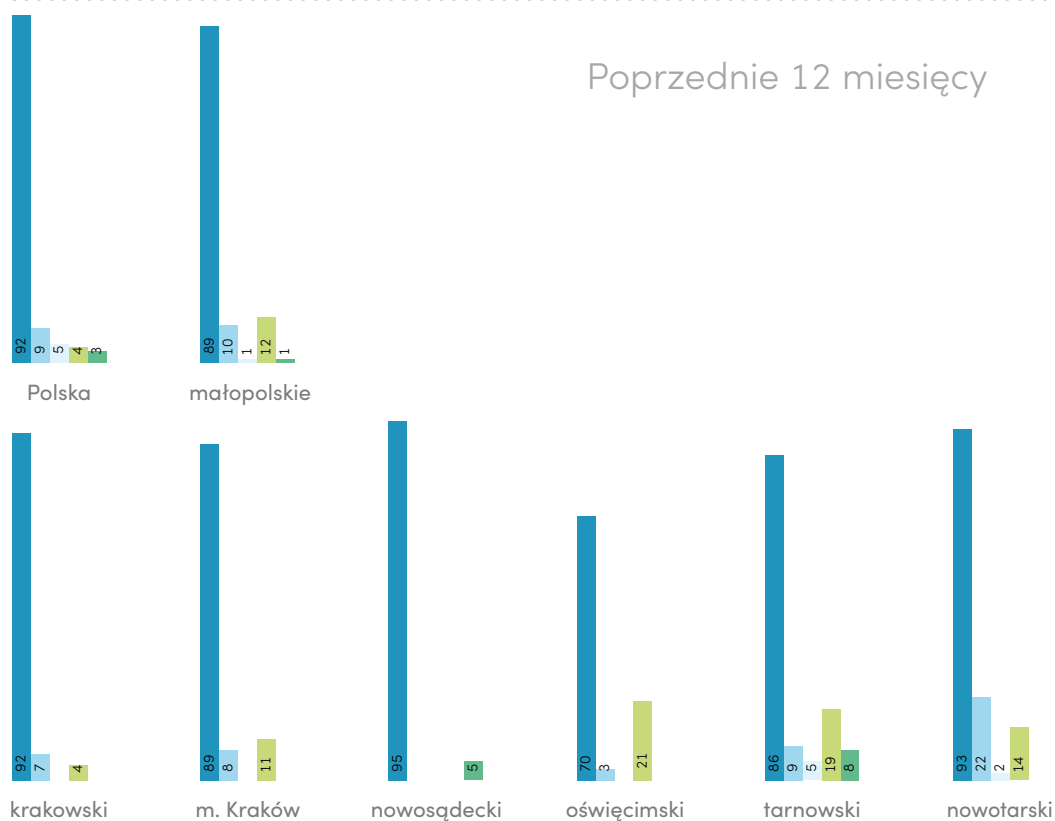


WYKRES 16

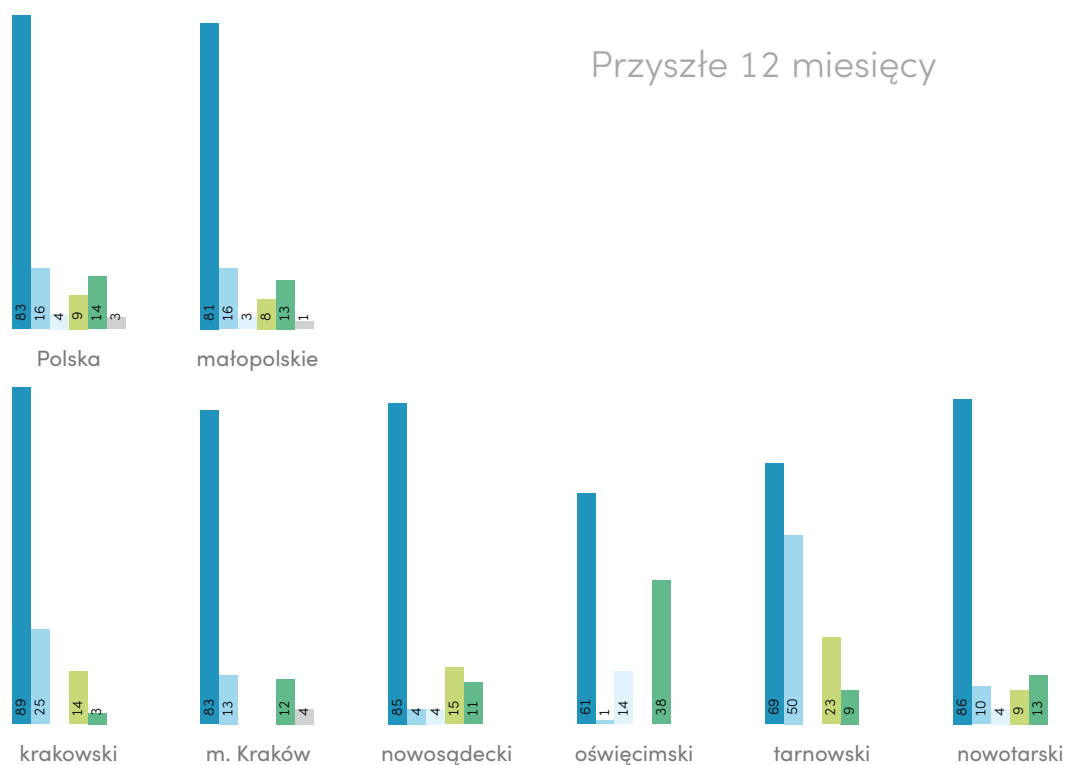
* 5 najczęściej wymienianych źródeł finansowania innowacji

Źródło finansowania innowacji – woj. małopolskie (wyrażone w %)

- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Pożyczka od rodziny
- Leasing
- Dotacje



- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Pożyczka od rodziny
- Leasing
- Dotacje
- Trudno powiedzieć



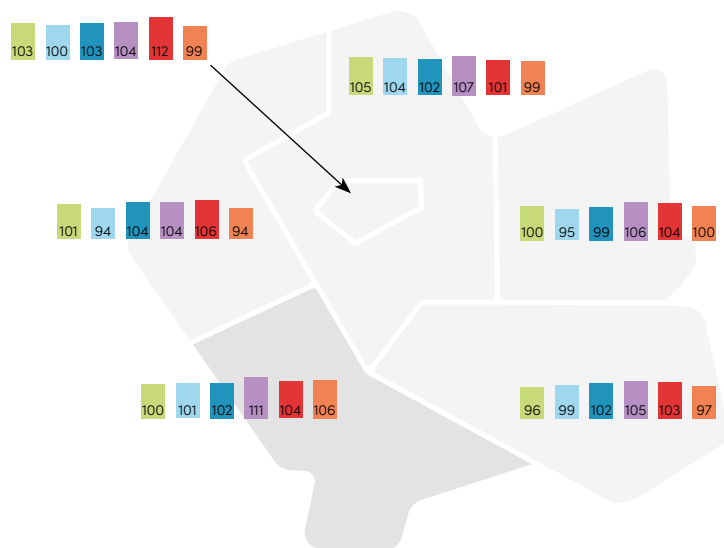


OCENA OTOCZENIA BIZNESU PRZEZ MIKRO I MAŁE FIRMY

Wartość indeksu z badania w 2018 roku:

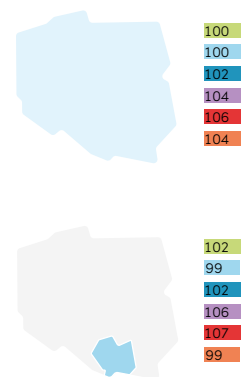
poniżej wyniku ogólnopolskiego
 powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:
 indeks z 2013
 indeks z 2014
 indeks z 2015
 indeks z 2016
 indeks z 2017
 indeks z 2018



MAPA 10

Ocena jakości usług świadczonych przedsiębiorcom przez lokalną administrację – woj. małopolskie



Wartość indeksu z badania w 2018 roku:

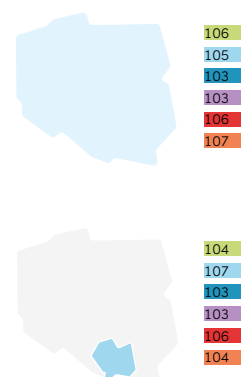
poniżej wyniku ogólnopolskiego
 powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:
 indeks z 2013
 indeks z 2014
 indeks z 2015
 indeks z 2016
 indeks z 2017
 indeks z 2018



MAPA 11

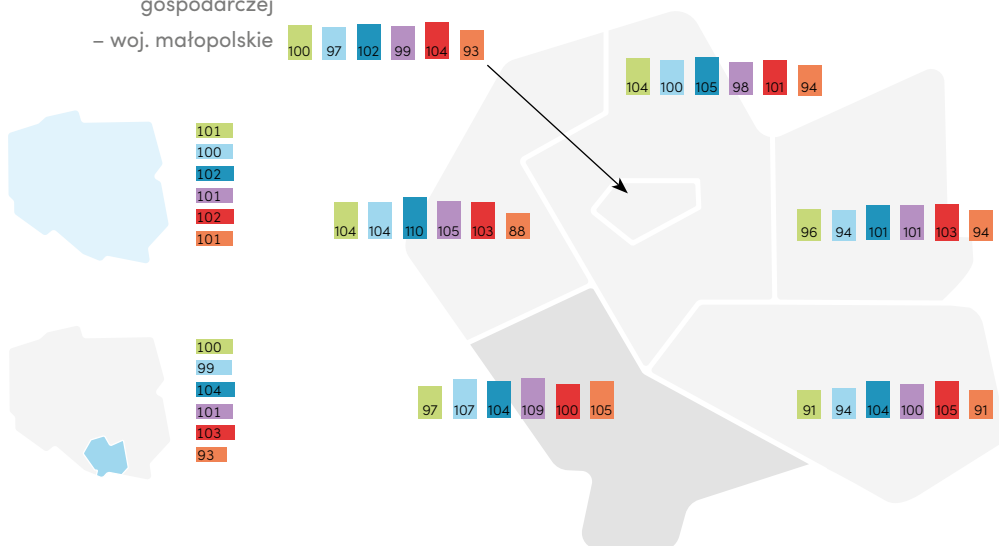
Ocena jakości usług doradczych świadczonych przez polskie banki w zakresie kredytów – woj. małopolskie





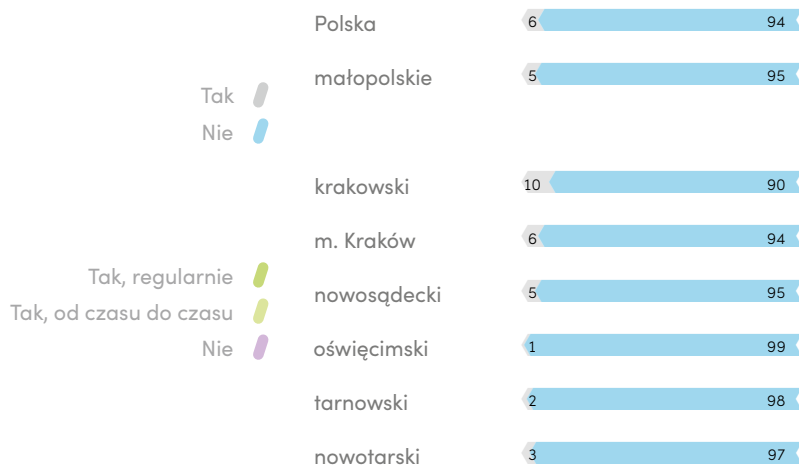
MAPA 12

Ocena uciążliwości
kontrolni działalności
gospodarczej
– woj. małopolskie



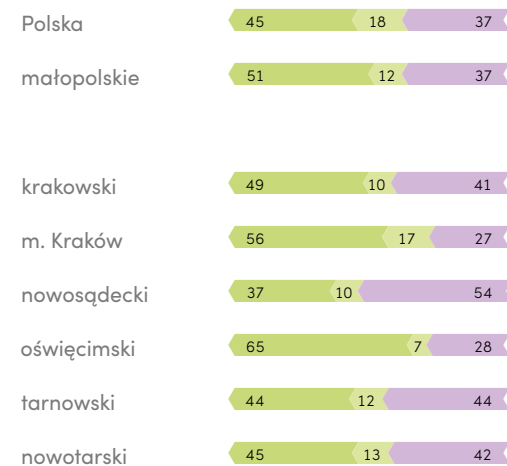
WYKRES 17

Przynależność do
organizacji biznesowych
– woj. małopolskie
(wyrażone w %)



WYKRES 18

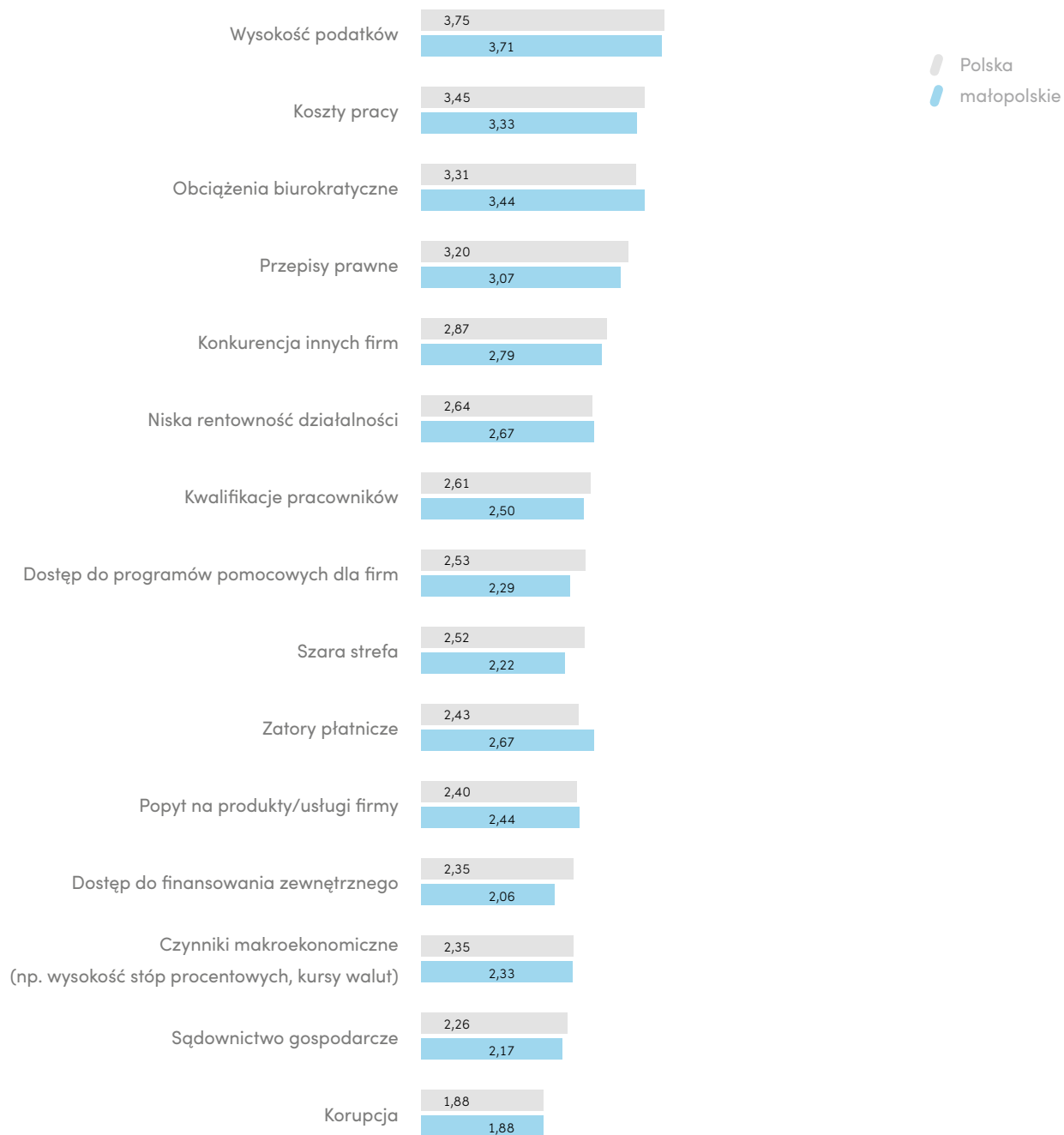
Korzystanie z usług firm zewnętrznych
– woj. małopolskie (wyrażone w %)





WYKRES 19

Główne bariery rozwoju
firmy – woj. małopolskie



Na wykresie zaprezentowano średnie z odpowiedzi;
od 1 „brak bariery” do 5 „bardzo ograniczająca bariera”.



województwo
mazowieckie

Tu world-business pręży lica.
Co stolica, to stolica.

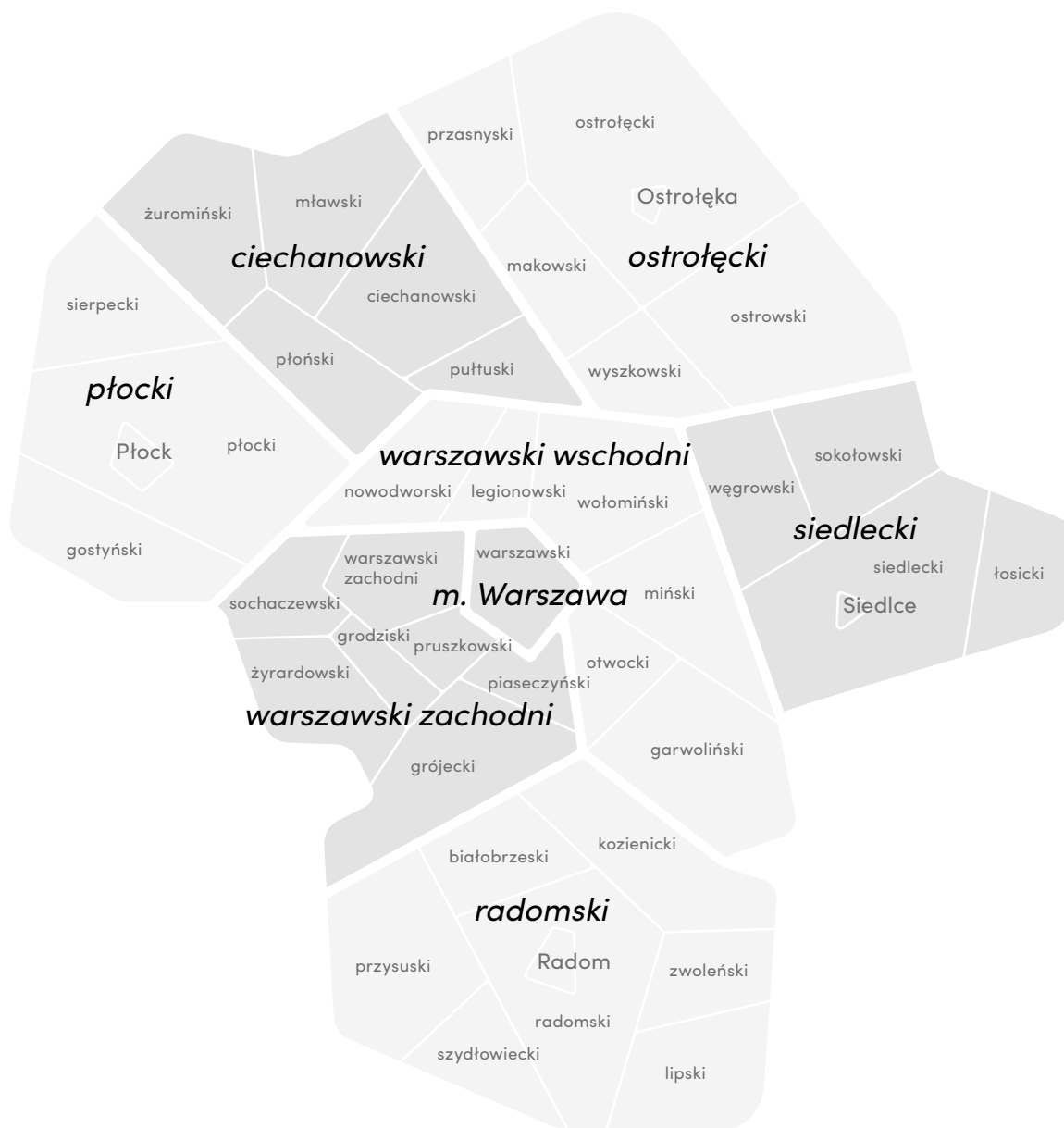




TABELA 1 Dane statystyczne

	POLSKA	MAZOWIECKIE	ciechanowski	ostrołęcki	radomski	m. Warszawa	warszawski wsch.	warszawski zach.	płocki	siedlecki	żyrardowski
PKB na 1 mieszkańca w relacji do średniej krajowej (Polska = 100; 2016)	100,0	159,7	71,5	71,3	67,8	157,9	75,7	293,1	83,6	143,7	88,8
Dochody gmin na 1 mieszkańca (zł; 2017)	4 938	6 077	4 273	4 655	4 587	5 592	4 528	8 803	4 435	5 446	4 290
Wydatki gmin na 1 mieszkańca (zł; 2017)	4 958	6 072	4 354	4 636	4 682	5 528	4 610	8 686	4 529	5 507	4 250
Stopa bezrobocia rejestrowanego (III kwartał 2018)	5,7	4,9	10,0	9,2	13,6	10,1	6,1	1,6	6,2	3,6	5,4
Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w relacji do średniej krajowej (Polska = 100; 2017)	100	122	83	87	89	106	85	134	90	105	96
Nakłady inwestycyjne w przedsiębiorstwach na 1 mieszkańca (zł; 2016)	3 880	6 354	2 093	2 381	3 684	6 973	2 742	11 448	3 298	5 710	3 912
Podmioty zarejestrowane w rejestrze REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	1 121	1 503	753	815	866	812	774	2 463	1 215	1 607	1 008
Podmioty nowo zarejestrowane w rejestrze REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	94	125	67	68	76	75	62	202	102	134	74
Podmioty wykreślone z rejestru REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	75	87	61	60	69	64	52	119	81	97	61
Podmioty gospodarcze zarejestrowane w rejestrze REGON ogółem (2017), w tym:	4 309 800	809 369	25 763	31 542	53 140	26 814	32 527	434 676	77 032	101 668	26 207
0–9 pracujących (mikro)	4 128 611	776 988	24 719	30 439	50 876	25 363	31 087	416 774	74 428	98 082	25 220
10–49 pracujących (małe)	147 607	26 192	866	912	1 873	1 174	1 216	14 119	2 202	3 009	821
50–249 pracujących (średnie)	29 154	5 111	159	173	354	240	195	2 972	363	504	151
Powyżej 249 pracujących (duże)	4 428	1 078	19	18	37	37	29	811	39	73	15

Źródło: Bank Danych Lokalnych, www.stat.gov.pl

Od 1 stycznia 2018 roku zwiększono liczbę podregionów z 72 do 73 (w województwie mazowieckim wprowadzono podregion żyrardowski oraz zmieniono granice 3 podregionów). Powyższa tabela prezentuje dane w podziale na 73 podregiony. Dla zachowania porównywalności wyników badań, wykresy oraz mapy w Rozdziale X zostały opracowane dla 72 podregionów.



OGÓLNY WSKAŹNIK KONIUNKTURY MIKRO I MAŁYCH FIRM

MAPA 1

Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

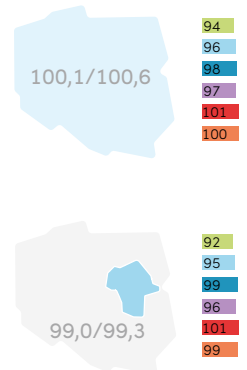
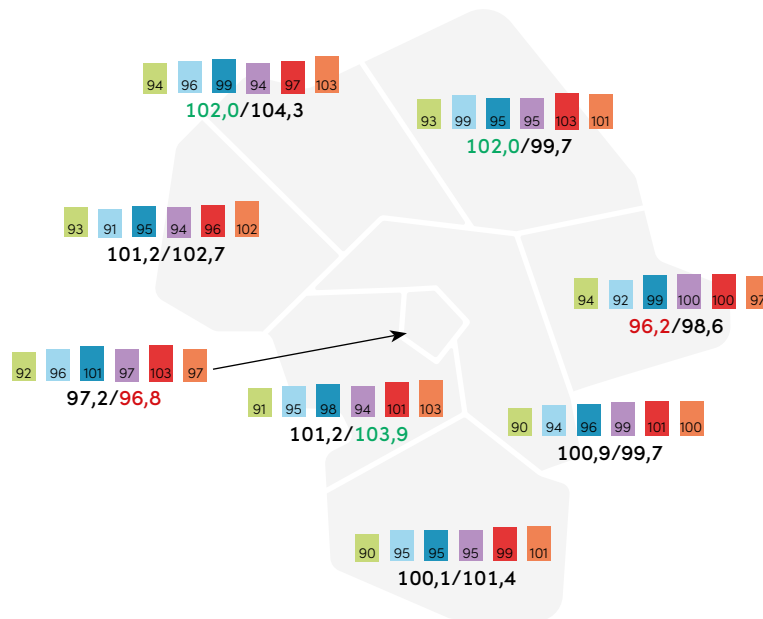
Ogólny Wskaźnik Koniunktury Mikro i Małych Firm – woj. mazowieckie

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



OCENA SYTUACJI GOSPODARCZEJ PRZEZ MIKRO I MAŁE FIRMY

MAPA 2

Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

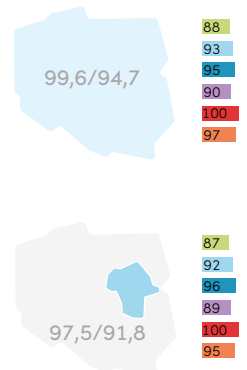
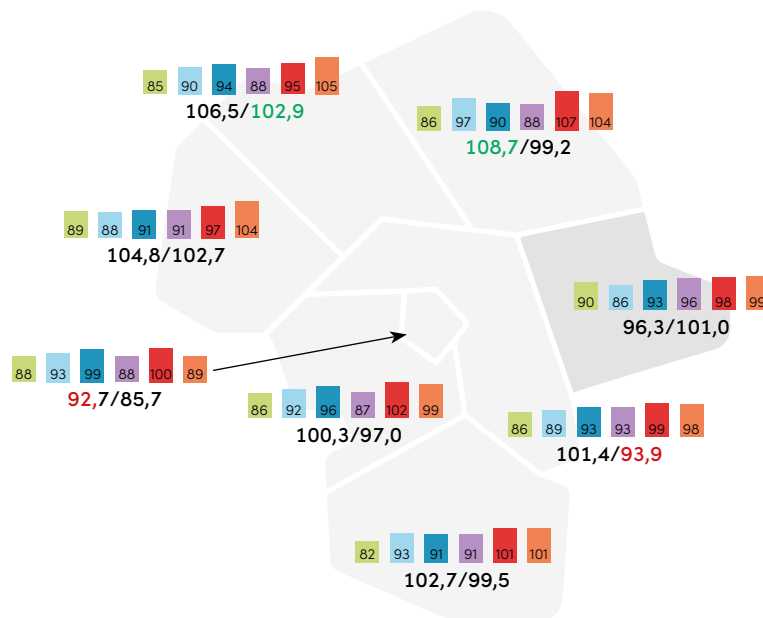
Ocena sytuacji gospodarczej – woj. mazowieckie

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

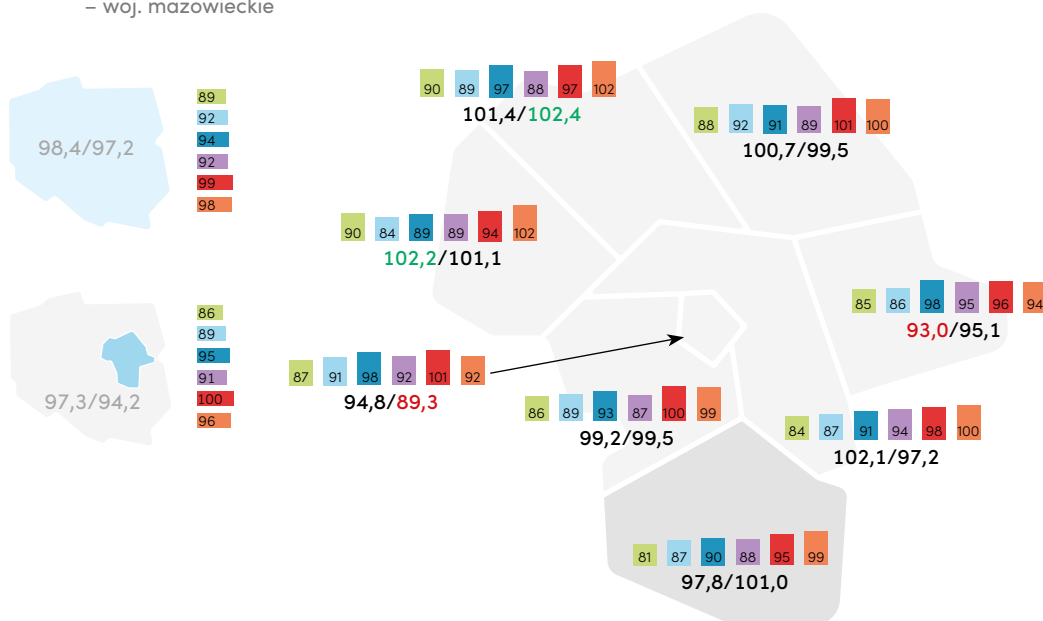
Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018





MAPA 3

Ocena sytuacji branży
– woj. mazowieckie

Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe

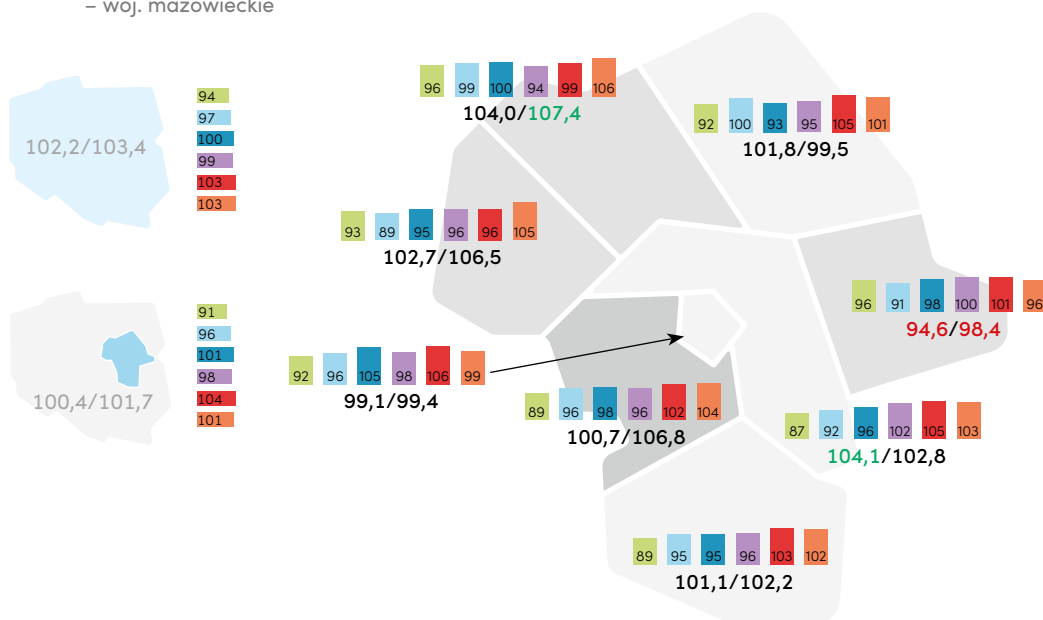
12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018

MAPA 4

Ocena sytuacji firmy
– woj. mazowieckie

Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

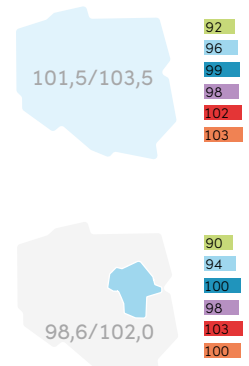
- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



SYTUACJA FINANSOWA MIKRO I MAŁYCH FIRM

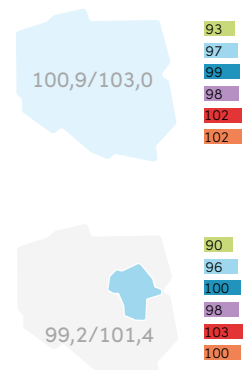
MAPA 5

Ocena przychodów firmy
– woj. mazowieckie



MAPA 6

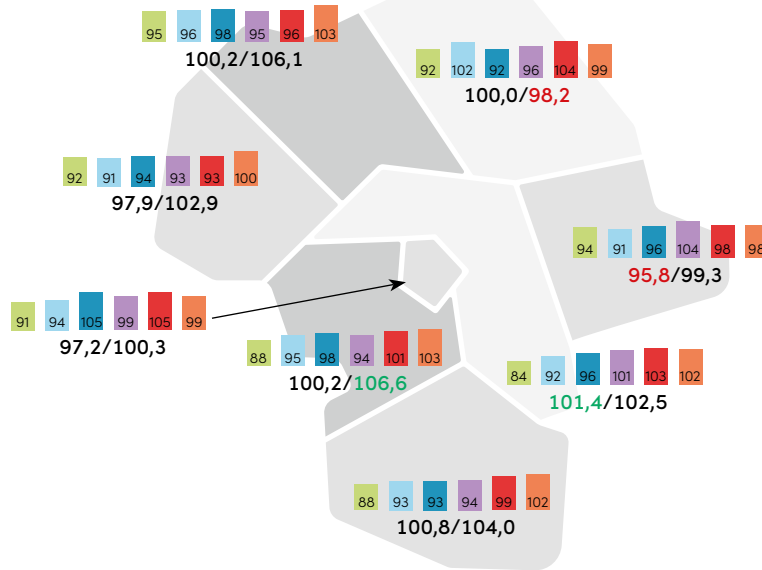
Ocena wyniku finansowego
firmy – woj. mazowieckie



Indeks x/y w roku 2017
x – indeks za ostatnie 12 mies.
y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe
12 miesięcy w roku 2018:
brak poprawy (-50-2,9)
niewielka poprawa (3-4,9)
poprawa (5-7,9)
duża poprawa (8-10,9)
b. duża poprawa (11-50)

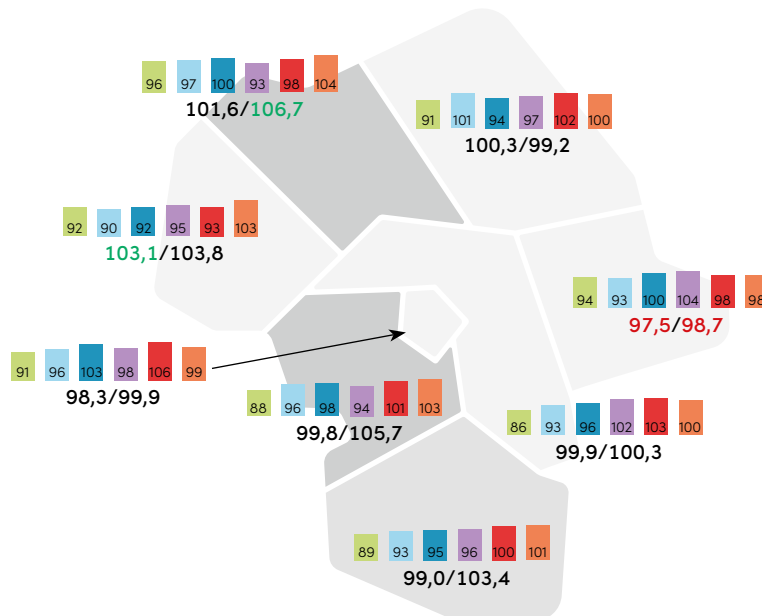
Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:
średnia z indeksów 2013
średnia z indeksów 2014
średnia z indeksów 2015
średnia z indeksów 2016
średnia z indeksów 2017
średnia z indeksów 2018



Indeks x/y w roku 2017
x – indeks za ostatnie 12 mies.
y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe
12 miesięcy w roku 2018:
brak poprawy (-50-2,9)
niewielka poprawa (3-4,9)
poprawa (5-7,9)
duża poprawa (8-10,9)
b. duża poprawa (11-50)

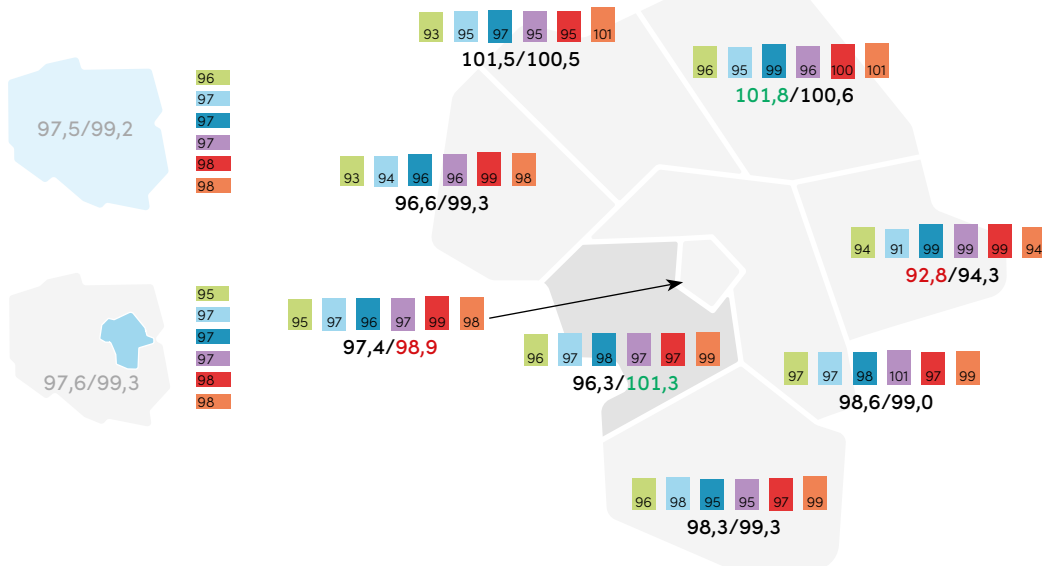
Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:
średnia z indeksów 2013
średnia z indeksów 2014
średnia z indeksów 2015
średnia z indeksów 2016
średnia z indeksów 2017
średnia z indeksów 2018





MAPA 7

Ocena długości oczekiwania na zapłatę za towary/usługi – woj. mazowieckie



Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

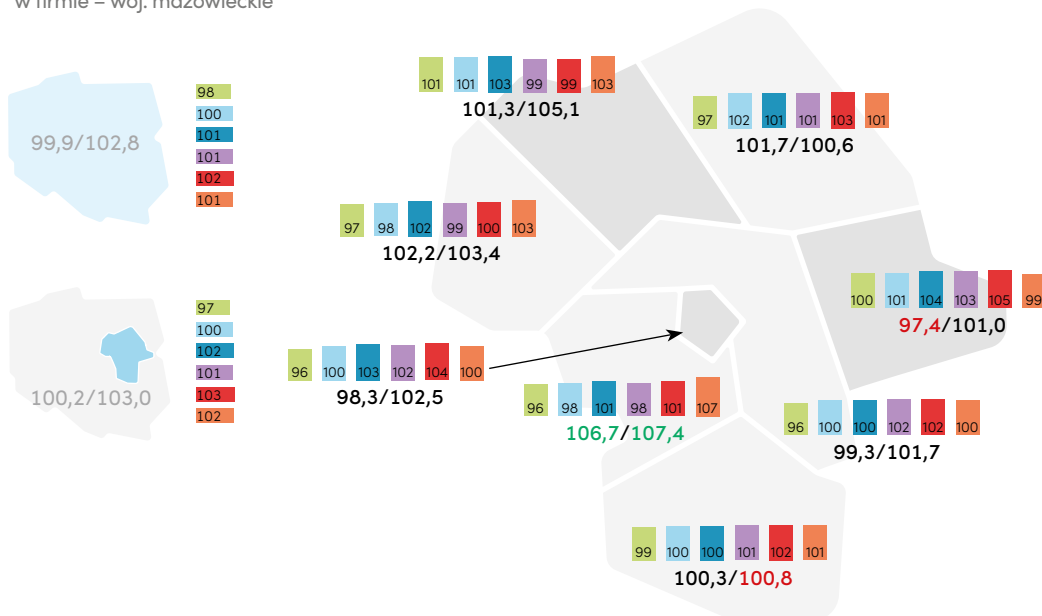
Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018

MAPA 8

ZATRUDNIENIE W MIKRO I MAŁYCH FIRM

Ocena zatrudnienia w firmie – woj. mazowieckie



Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

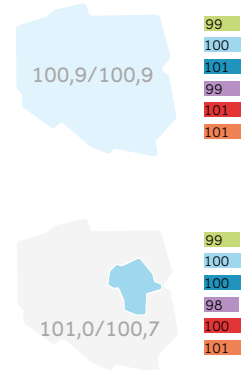
- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



DOSTĘPNOŚĆ ZEWNĘTRZNEGO FINANSOWANIA DLA MIKRO I MAŁYCH FIRM

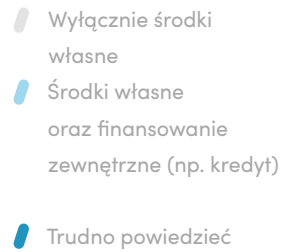
MAPA 9

Ocena dostępności zewnętrznego finansowania dla firmy – woj. mazowieckie



WYKRES 1

Źródła finansowania firmy – woj. mazowieckie (wyrażone w %)



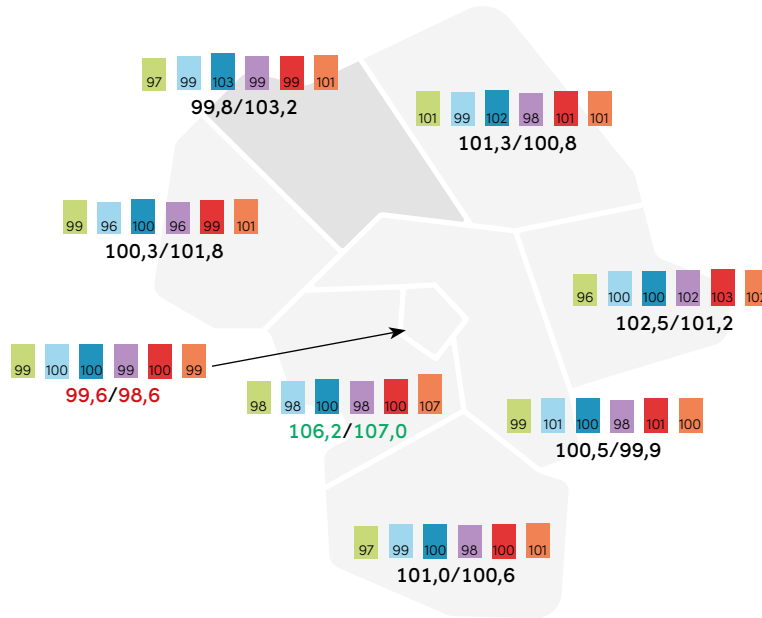
Indeks x/y w roku 2017
x – indeks za ostatnie 12 mies.
y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

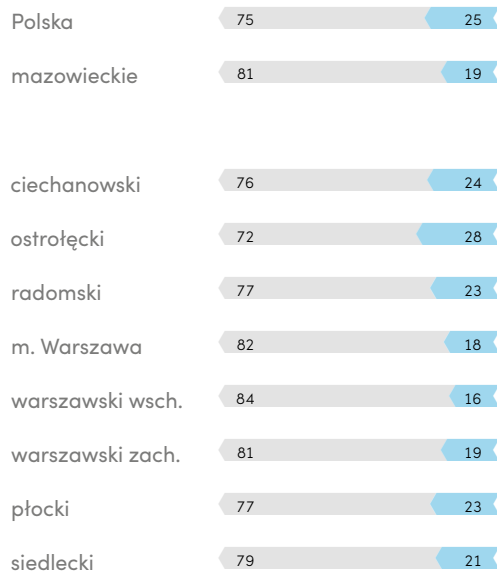
- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

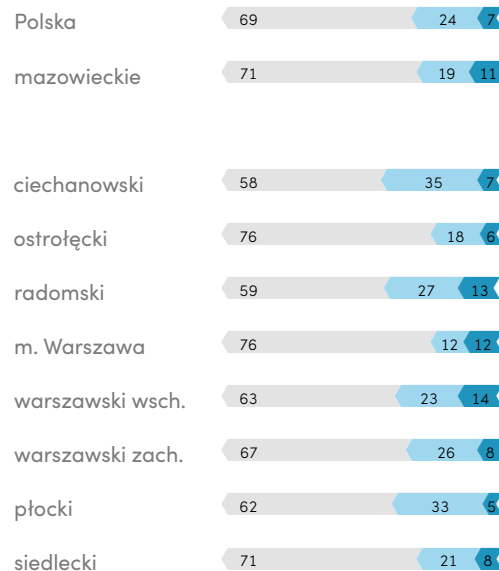
- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy





WYKRES 2

Przyczyny finansowania firmy ze środków własnych – woj. mazowieckie (wyrażone w %)

- Brak potrzeby
- Niechęć do zadłużenia
- Brak możliwości skorzystania z finansowania zewnętrznego (np. brak zdolności kredytowej)
- Tańszy koszt kapitału własnego w porównaniu z finansowaniem zewnętrznym
- Brak informacji na temat finansowania zewnętrznego
- Inne



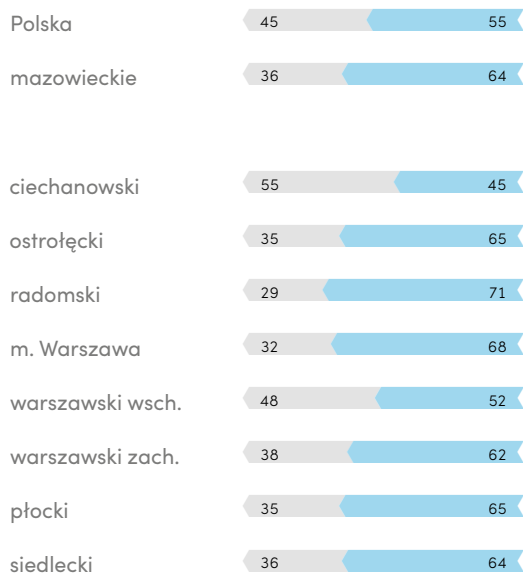
WYKRES 3

INWESTYCJE MIKRO I MAŁYCH FIRM

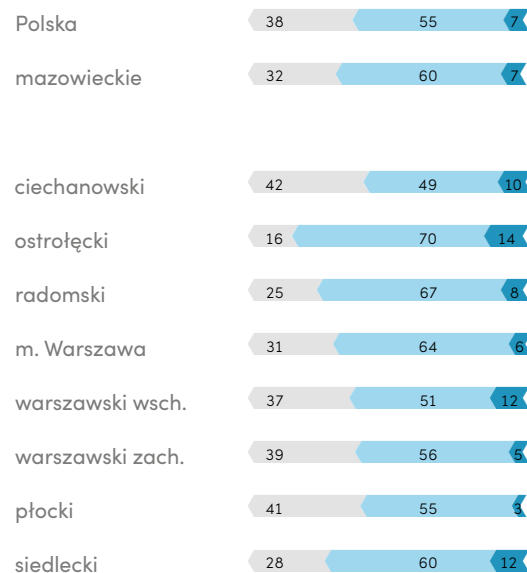
Ponoszenie przez firmy wydatków inwestycyjnych – woj. mazowieckie (wyrażone w %)

- Tak
- Nie
- Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy



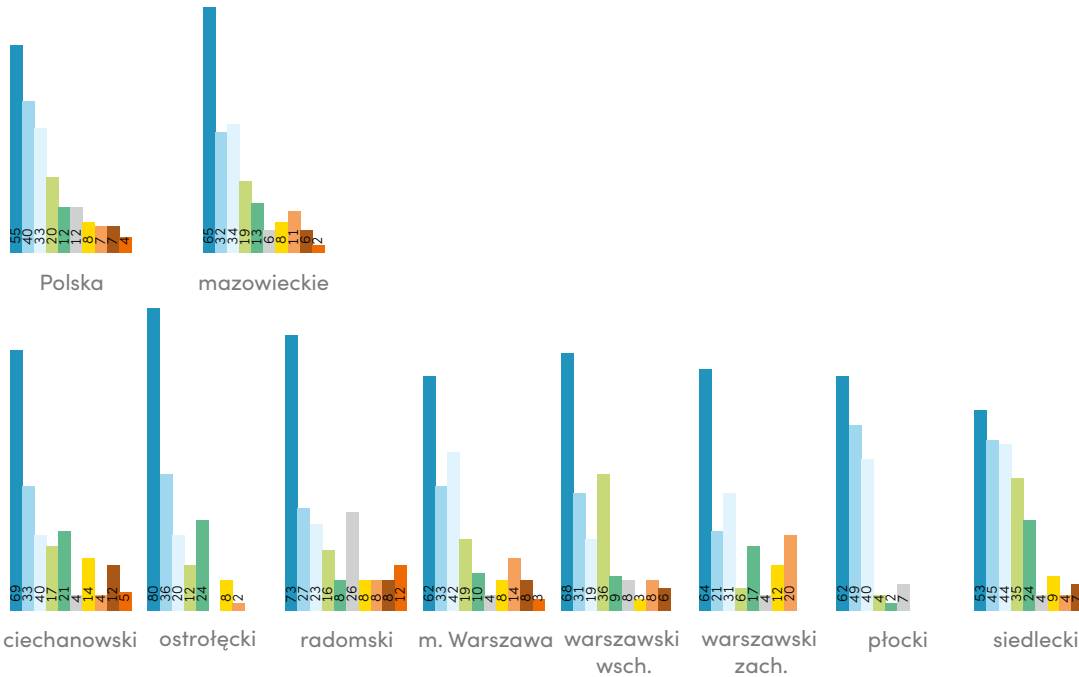


WYKRES 4

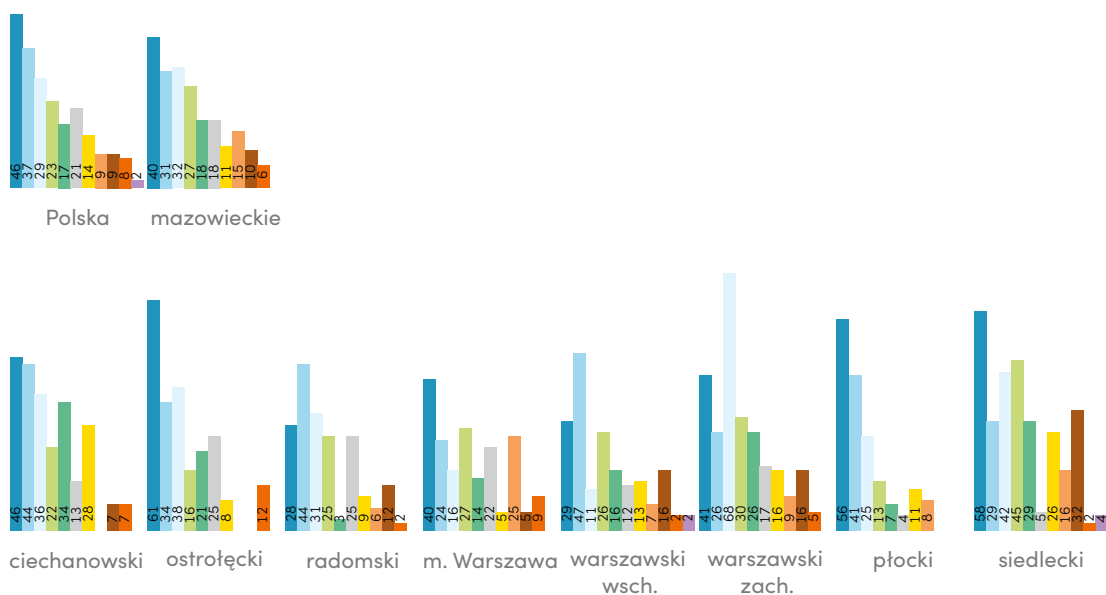
Przedmiot wydatków inwestycyjnych – woj. mazowieckie (wyrażone w %)

- Wyposażenie, narzędzia i przyrządy
- Maszyny i urządzenia
- Środki transportu
- Reklama, marketing
- Szkolenia dla pracowników
- Budynki i budowle
- Zatrudnienie nowych pracowników
- Wartości niematerialne i prawne
- Technologie (np. cyfrowe)
- Grunty
- Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy



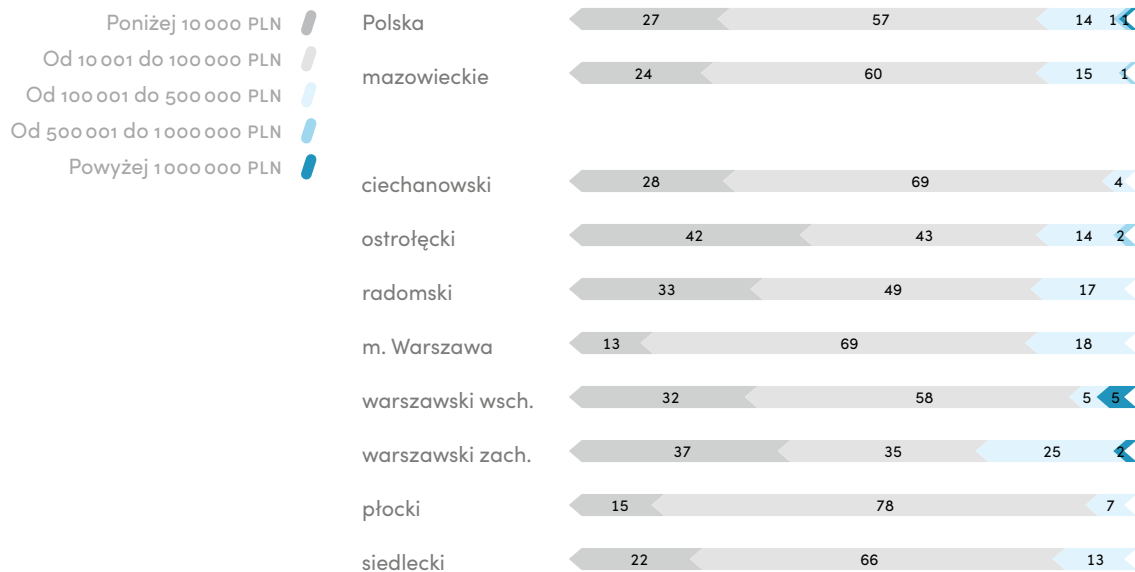
Przyszłe 12 miesięcy



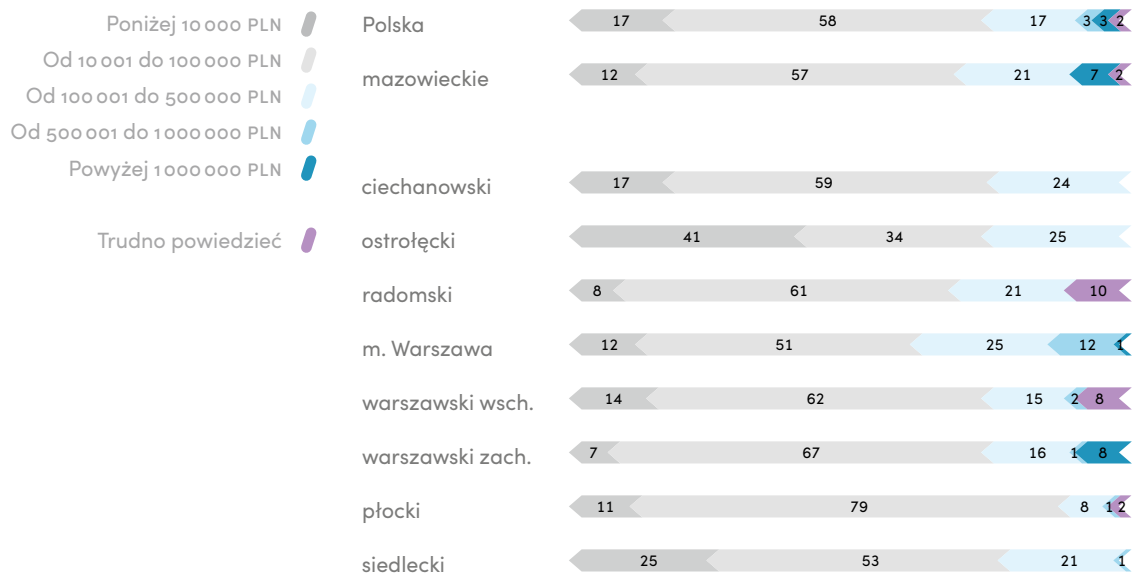


WYKRES 5

Wysokość wydatków inwestycyjnych – woj. mazowieckie
(wyrażone w %)



Przyszłe 12 miesięcy



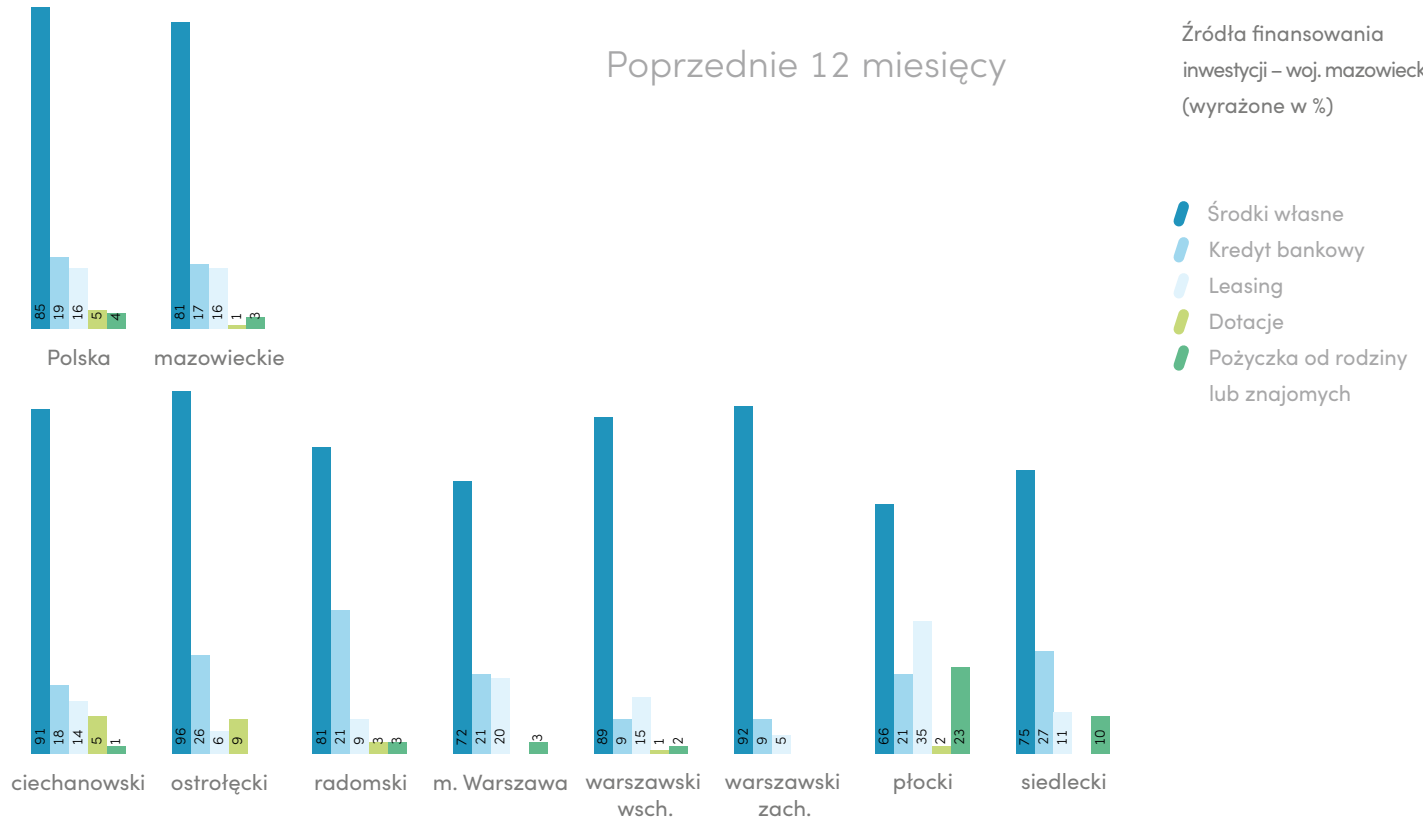


* 5 najczęściej wymienianych źródeł finansowania inwestycji

WYKRES 6

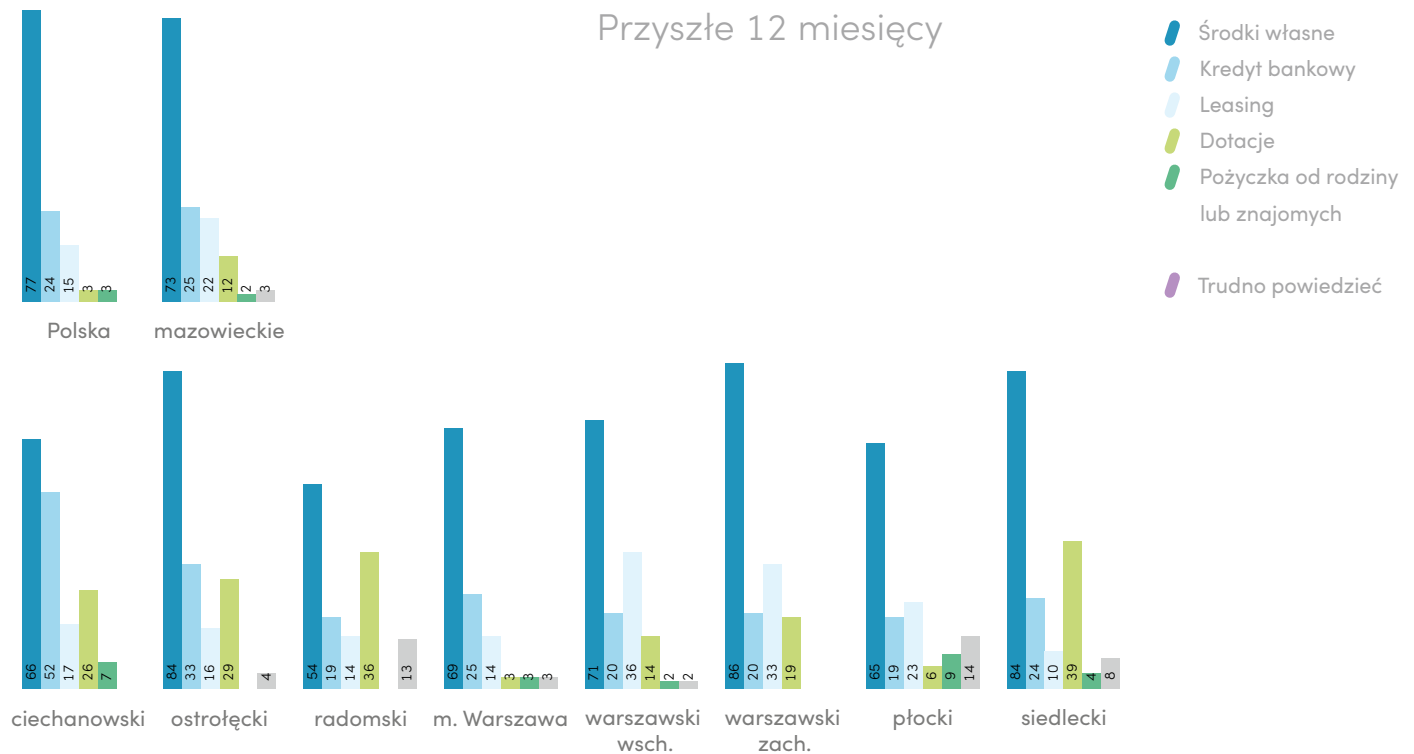
Źródła finansowania inwestycji – woj. mazowieckie (wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy



- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Leasing
- Dotacje
- Pożyczka od rodziny lub znajomych

Przyszłe 12 miesięcy



- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Leasing
- Dotacje
- Pożyczka od rodziny lub znajomych
- Trudno powiedzieć



WYKRES 7

EKSPORT MIKRO I MAŁYCH FIRM

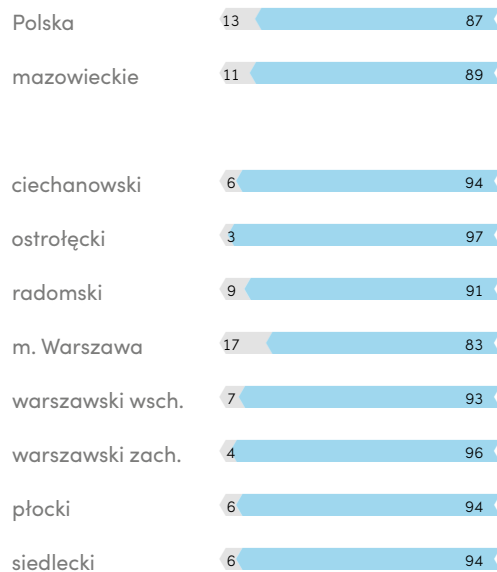
Eksport wyrobów
lub usług przez firmę
– woj. mazowieckie
(wyrażone w %)

Tak

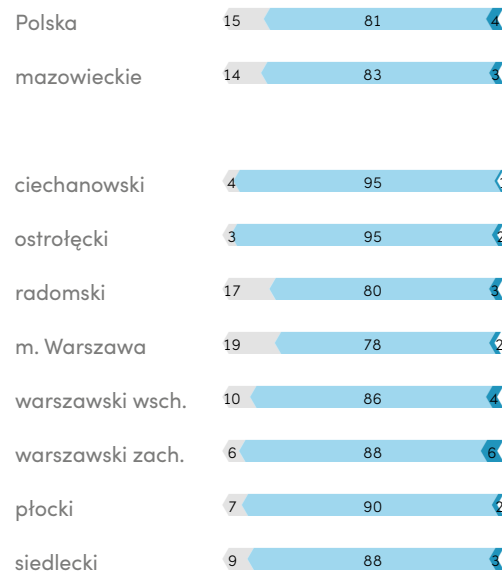
Nie

Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy



WYKRES 8

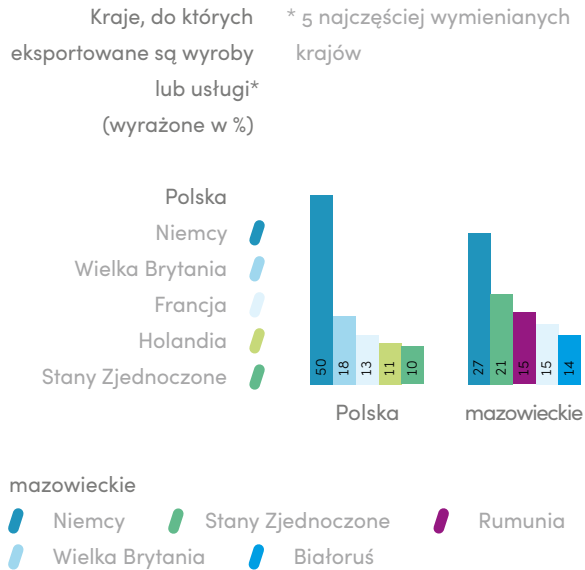
Kierunki rozwoju
działalności eksportowej
(wyrażone w %)



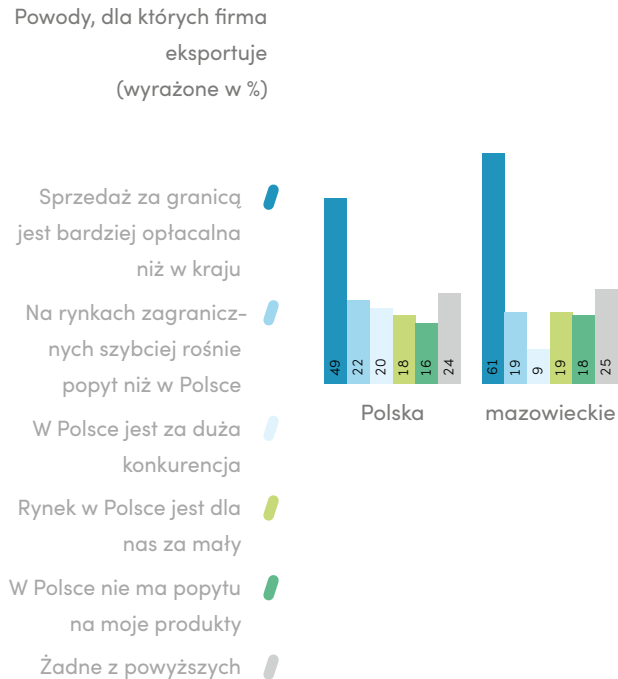
- Znalezienie nowych kontrahentów za granicą
- Zwiększenie sprzedaży na dotychczasowych rynkach zagranicznych
- Indywidualne podejście do klienta – produkcja/usługi szyte na miarę
- Nowe produkty i usługi w ofercie
- Poprawa jakości oferowanych produktów i usług
- Dotarcie na nowe rynki
- Inwestycje w innowacyjne produkty i usługi
- Nowe strategie sprzedaży
- Nowa działalność lub branża firmy
- Żadne z powyższych



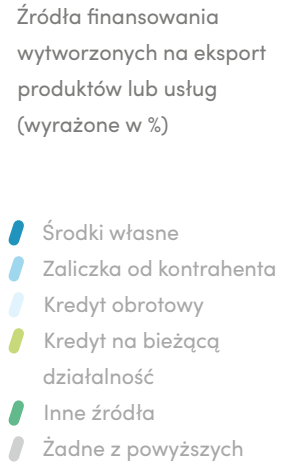
WYKRES 9



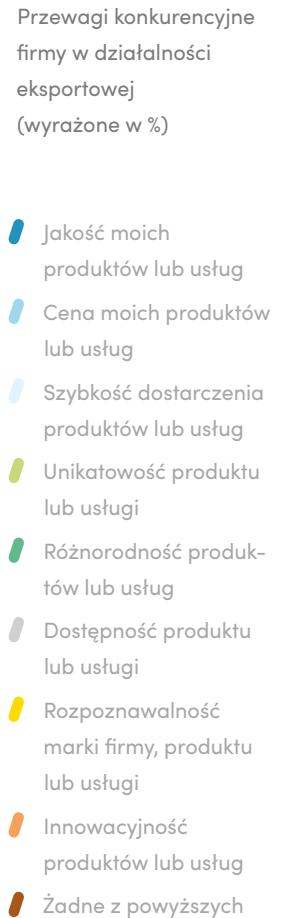
WYKRES 11



WYKRES 10



WYKRES 12





WYKRES 13

INNOWACYJNOŚĆ MIKRO I MAŁYCH FIRM

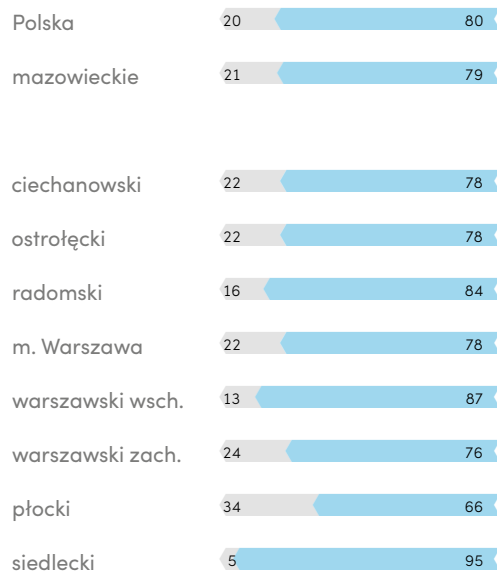
Innowacja produktowa
– woj. mazowieckie
(wyrażone w %)

Tak

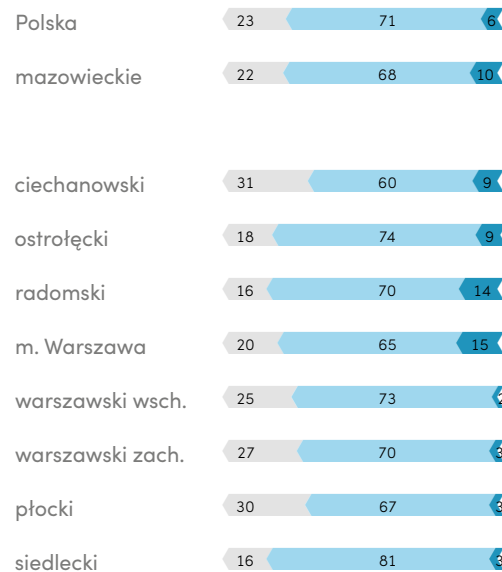
Nie

Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy



WYKRES 14

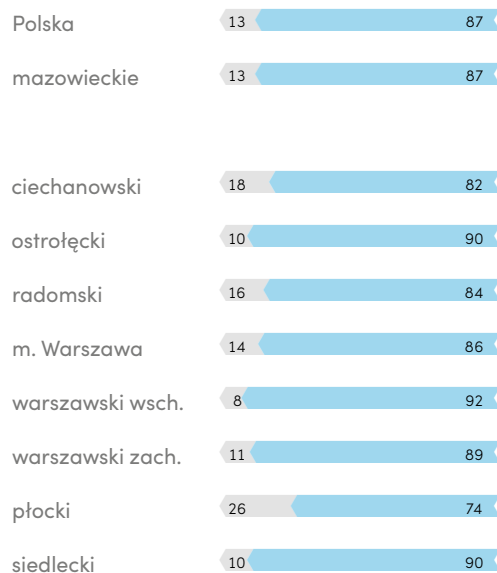
Innowacja procesowa –
woj. mazowieckie
(wyrażone w %)

Tak

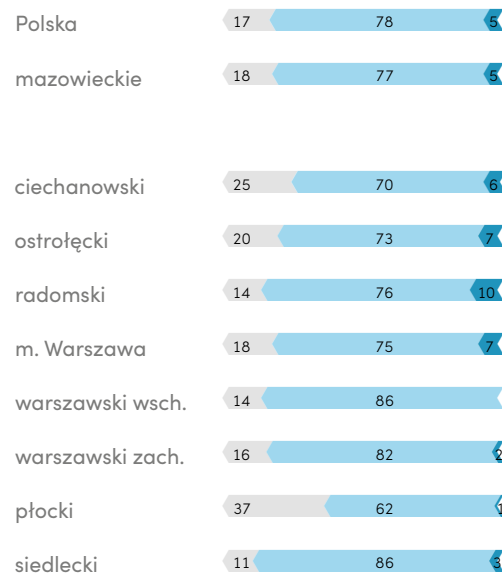
Nie

Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy

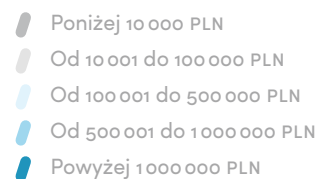
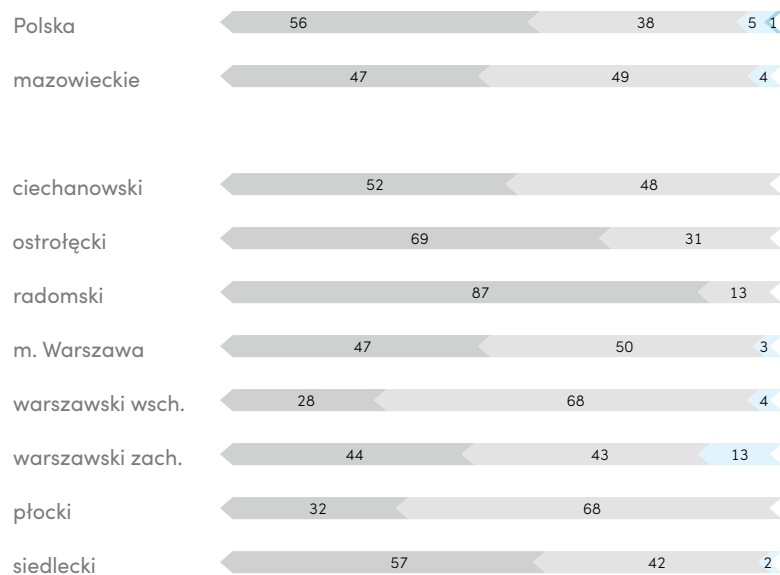




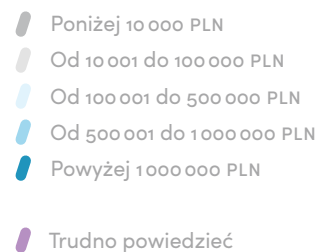
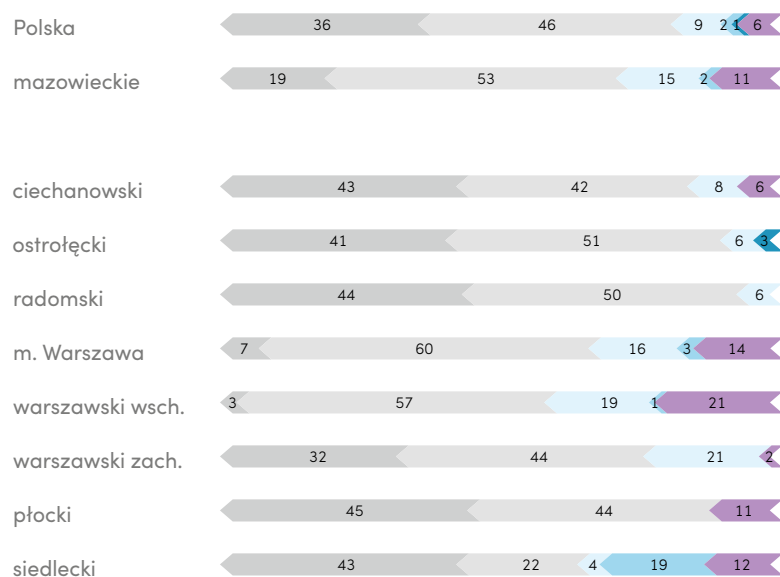
WYKRES 15

Wysokość wydatków
na innowacje
– woj. mazowieckie
(wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy



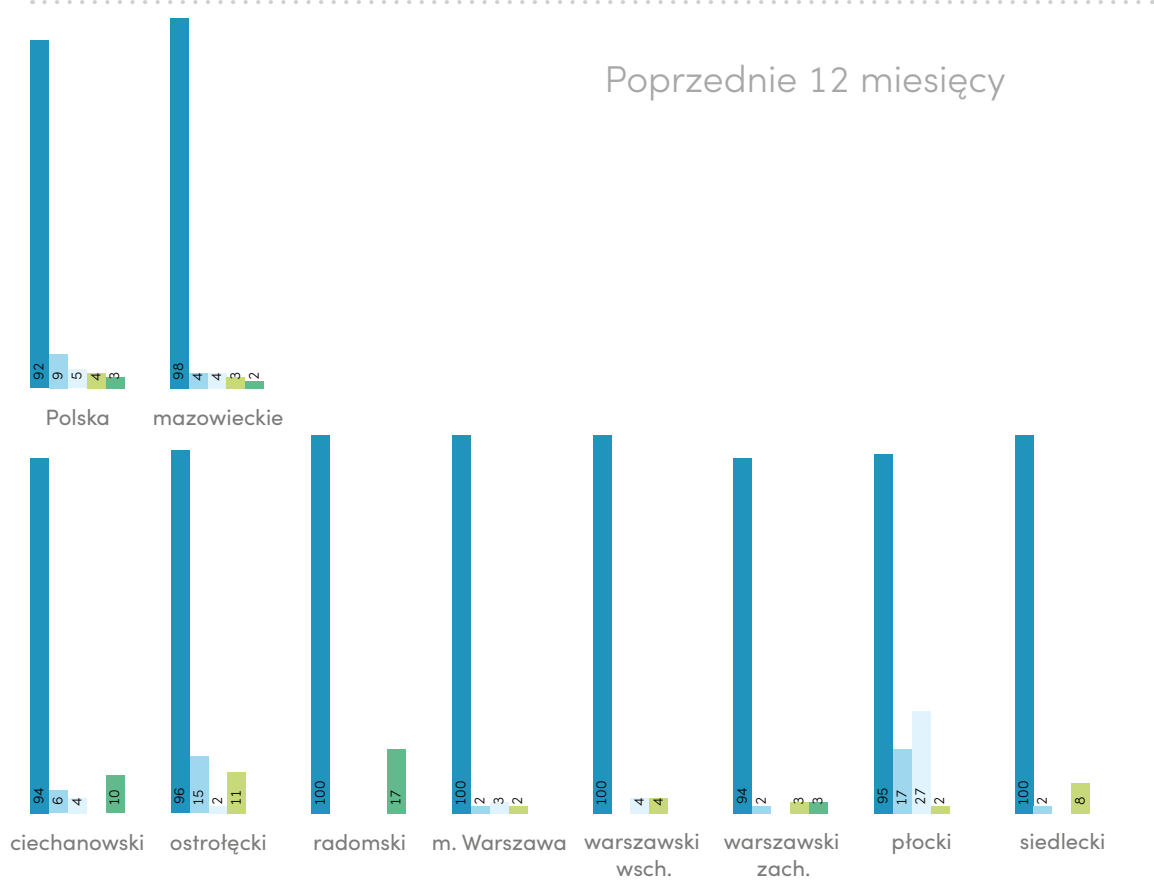


WYKRES 16

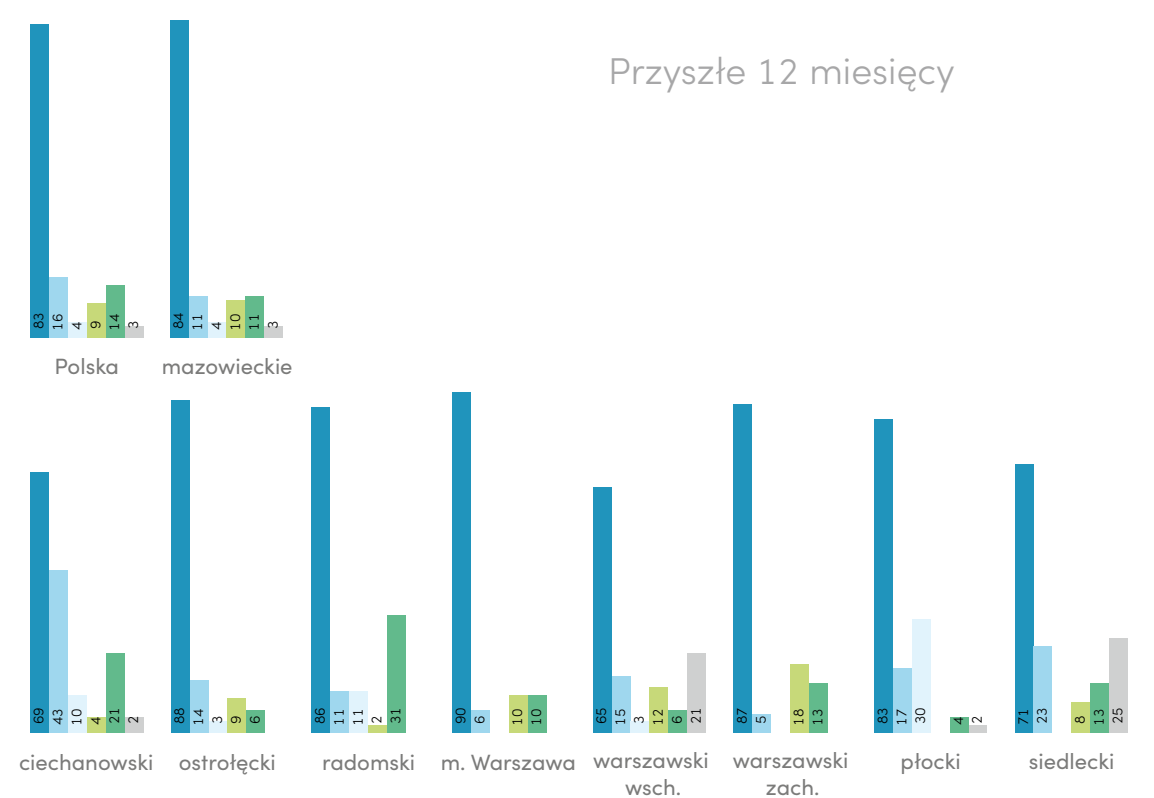
* 5 najczęściej wymienianych źródeł finansowania innowacji

Źródło finansowania innowacji – woj. mazowieckie (wyrażone w %)

- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Pożyczka od rodziny
- Leasing
- Dotacje



- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Pożyczka od rodziny
- Leasing
- Dotacje
- Trudno powiedzieć





OCENA OTOCZENIA BIZNESU PRZEZ MIKRO I MAŁE FIRMY

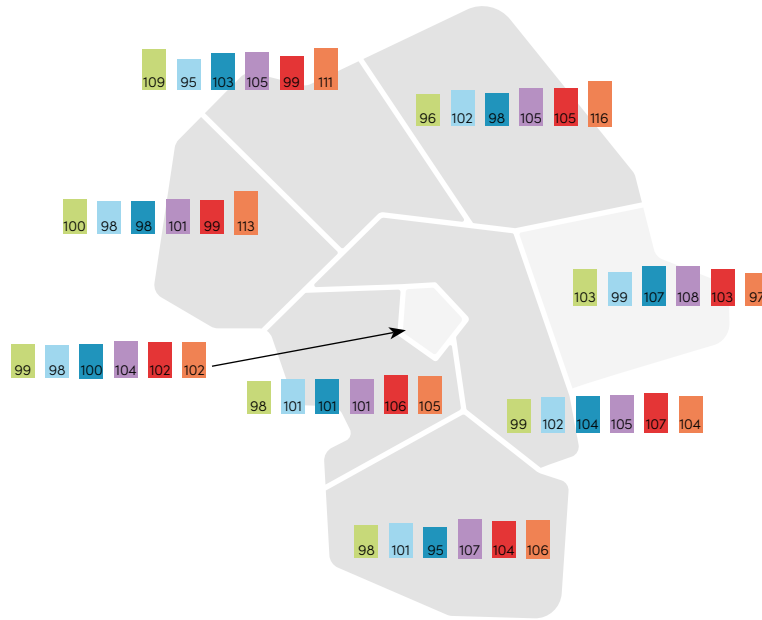
MAPA 10

Wartość indeksu z badania w 2018 roku:

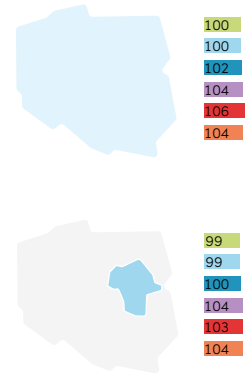
poniżej wyniku ogólnopolskiego
 powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:

indeks z 2013
 indeks z 2014
 indeks z 2015
 indeks z 2016
 indeks z 2017
 indeks z 2018



Ocena jakości usług świadczonych przedsiębiorcom przez lokalną administrację – woj. mazowieckie

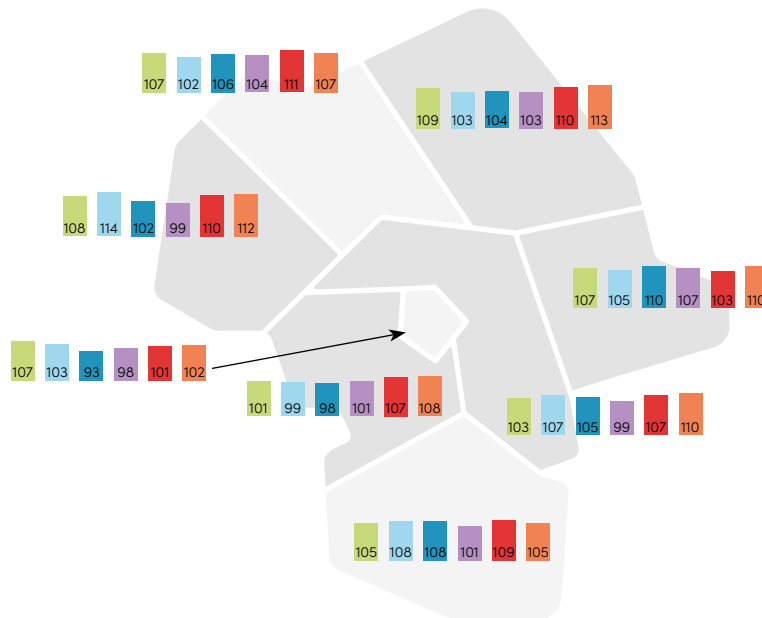


Wartość indeksu z badania w 2018 roku:

poniżej wyniku ogólnopolskiego
 powyżej wyniku ogólnopolskiego

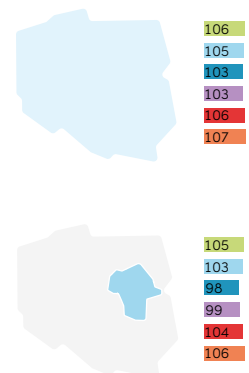
Indeksy:

indeks z 2013
 indeks z 2014
 indeks z 2015
 indeks z 2016
 indeks z 2017
 indeks z 2018



MAPA 11

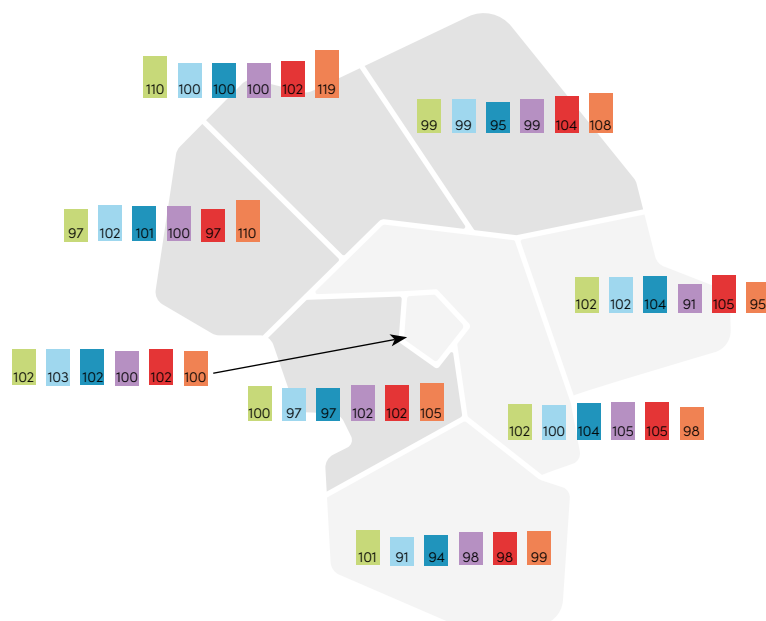
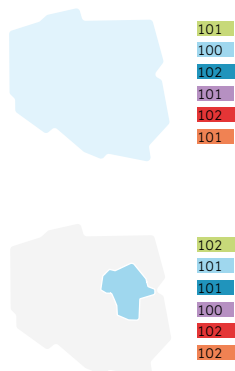
Ocena jakości usług doradczych świadczonych przez polskie banki w zakresie kredytów – woj. mazowieckie





MAPA 12

Ocena uciążliwości
kontroli działalności
gospodarczej
– woj. mazowieckie



Wartość indeksu
z badania w 2018 roku:

poniżej wyniku
ogólnopolskiego
powyżej wyniku
ogólnopolskiego

Indeksy:

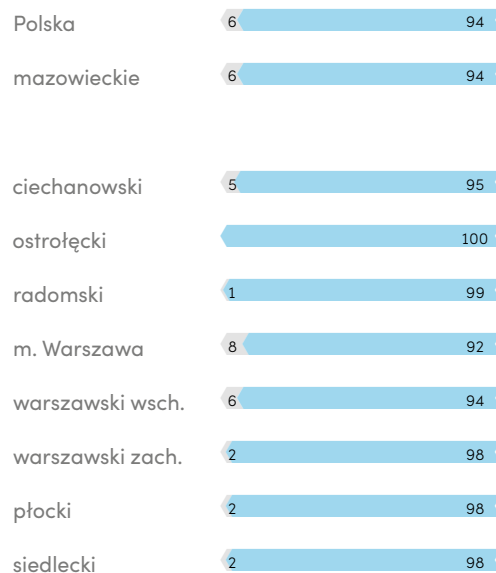
indeks z 2013
indeks z 2014
indeks z 2015
indeks z 2016
indeks z 2017
indeks z 2018

WYKRES 17

Przynależność do
organizacji biznesowych
– woj. mazowieckie
(wyrażone w %)

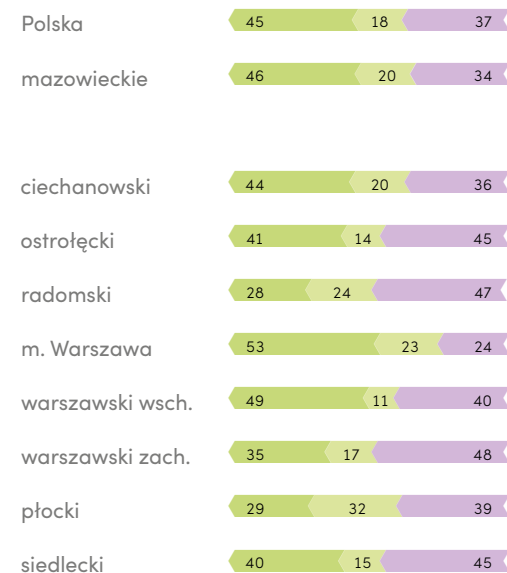
Tak
Nie

Tak, regularnie
Tak, od czasu do czasu
Nie



WYKRES 18

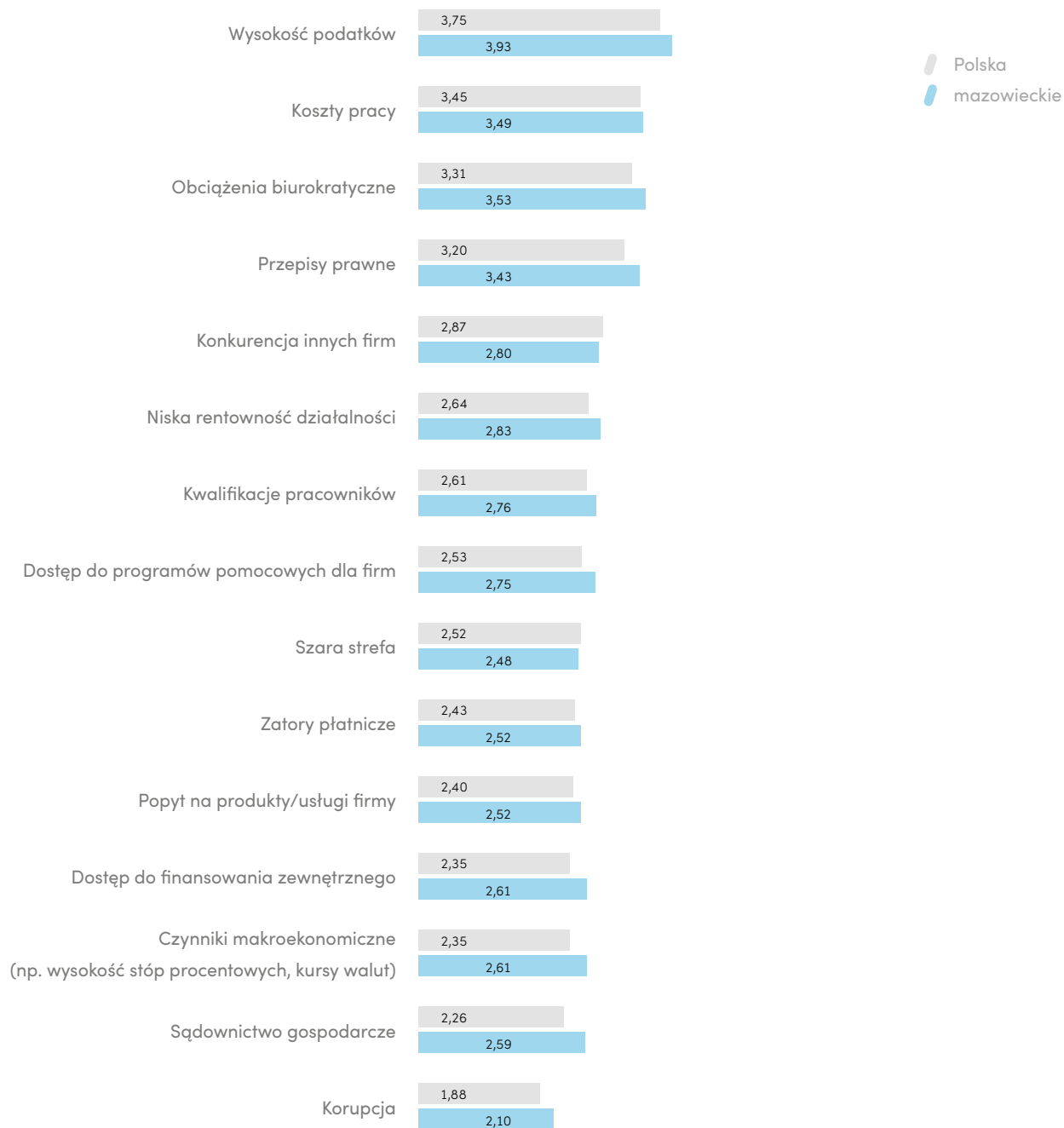
Korzystanie z usług firm zewnętrznych
– woj. mazowieckie (wyrażone w %)





WYKRES 19

Główne bariery rozwoju
firmy – woj. mazowieckie



Na wykresie zaprezentowano średnie z odpowiedzi;
od 1 „brak bariery” do 5 „bardzo ograniczająca bariera”.



województwo
opolskie

Czy to sery, czy desery,
jakość budzi zachwyt szczerzy.

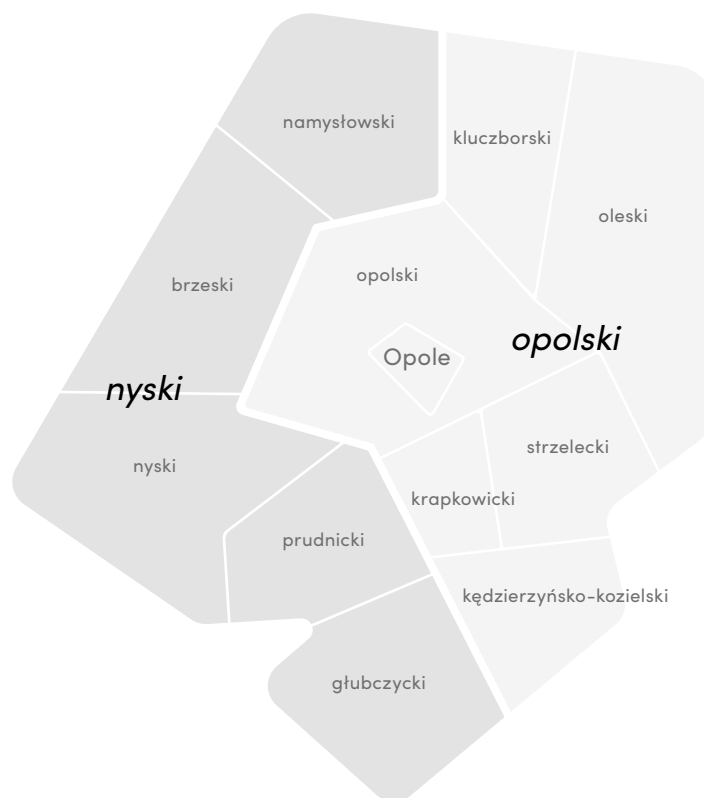




TABELA 1 Dane statystyczne

	POLSKA	OPOLSKIE	nyski	opolski
PKB na 1 mieszkańca w relacji do średniej krajowej (Polska = 100; 2016)	100,0	79,6	60,8	91,0
Dochody gmin na 1 mieszkańca (zł; 2017)	4 938	4 156	3 777	4 385
Wydatki gmin na 1 mieszkańca (zł; 2017)	4 958	4 186	3 842	4 394
Stopa bezrobocia rejestrowanego (III kwartał 2018)	5,7	6,0	8,1	5,0
Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w relacji do średniej krajowej (Polska = 100; 2017)	100	92	82	95
Nakłady inwestycyjne w przedsiębiorstwach na 1 mieszkańca (zł; 2016)	3 880	6 546	1 810	9 412
Podmioty zarejestrowane w rejestrze REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	1 121	1 016	983	1 036
Podmioty nowo zarejestrowane w rejestrze REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	94	65	67	64
Podmioty wykreślone z rejestru REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	75	61	62	60
Podmioty gospodarcze zarejestrowane w rejestrze REGON ogółem (2017), w tym:	4 309 800	100 590	36 646	63 944
0–9 pracujących (mikro)	4 128 611	96 424	35 222	61 202
10–49 pracujących (małe)	147 607	3 423	1 186	2 237
50–249 pracujących (średnie)	29 154	657	213	444
Powyżej 249 pracujących (duże)	4 428	86	25	61



OGÓLNY WSKAŹNIK KONIUNKTURY MIKRO I MAŁYCH FIRM

MAPA 1

Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

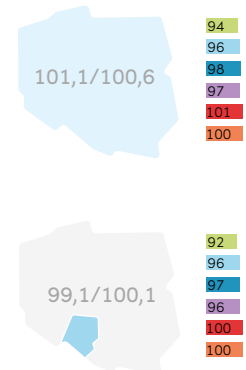
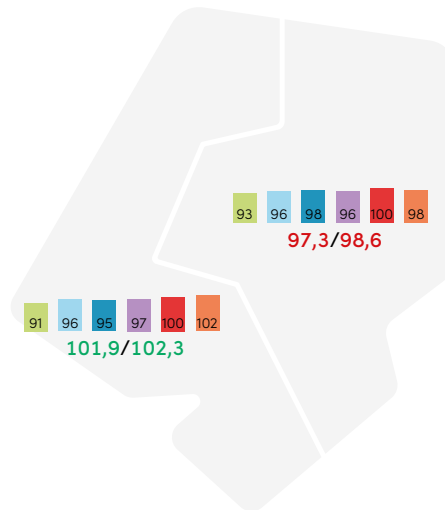
Ogólny Wskaźnik Koniunktury Mikro i Małych Firm – woj. opolskie

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



OCENA SYTUACJI GOSPODARZEJ PRZEZ MIKRO I MAŁE FIRMY

MAPA 2

Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

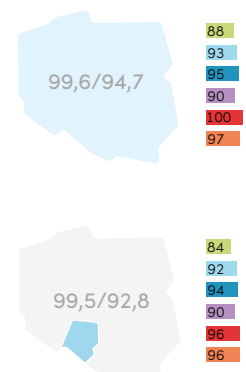
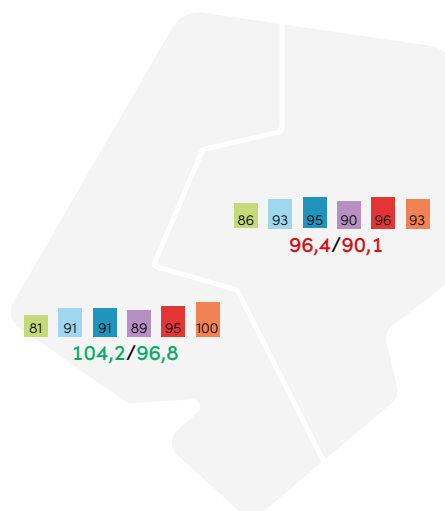
Ocena sytuacji gospodarczej – woj. opolskie

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

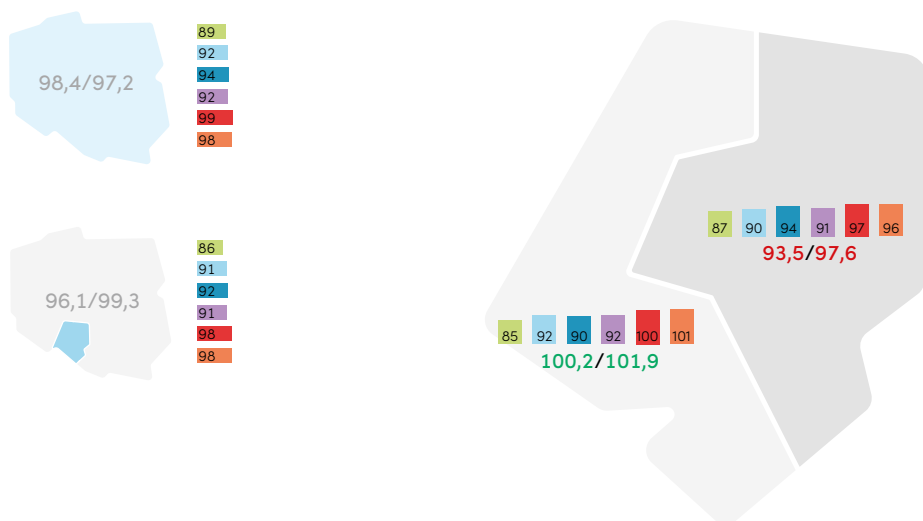
Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018





MAPA 3

Ocena sytuacji branży
– woj. opolskie

Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe

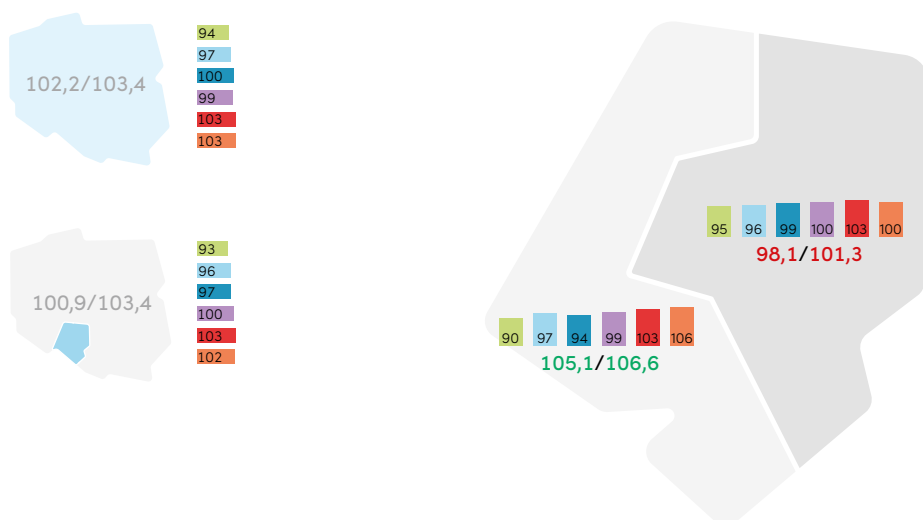
12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018

MAPA 4

Ocena sytuacji firmy
– woj. opolskie

Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



SYTUACJA FINANSOWA MIKRO I MAŁYCH FIRM

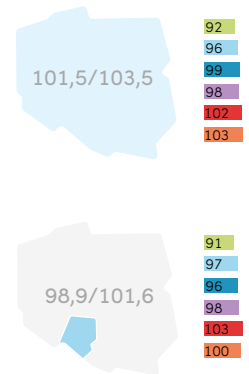
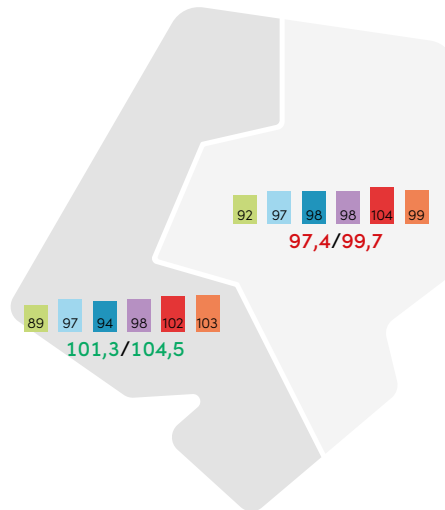
MAPA 5

Indeks % w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

Ocena przychodów firmy
 – woj. opolskie

Różnica między indeksem
 za ostatnie i przyszłe
 12 miesięcy w roku 2018:
 brak poprawy (-50-2,9)
 niewielka poprawa (3-4,9)
 poprawa (5-7,9)
 duża poprawa (8-10,9)
 b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za
 ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:
 średnia z indeksów 2013
 średnia z indeksów 2014
 średnia z indeksów 2015
 średnia z indeksów 2016
 średnia z indeksów 2017
 średnia z indeksów 2018

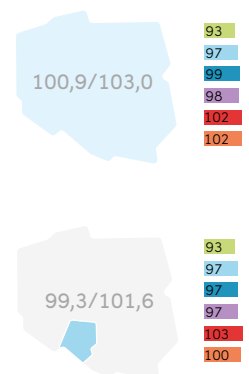
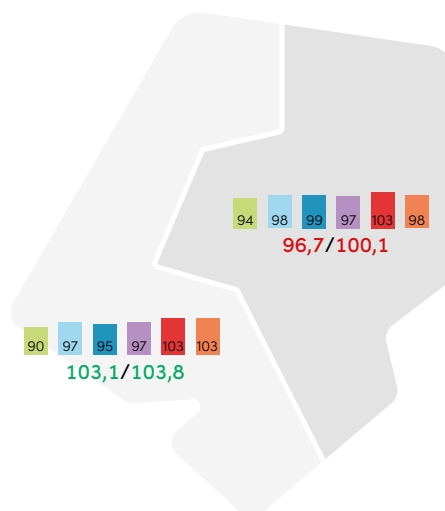


Indeks % w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

Ocena wyniku finansowego
 firmy – woj. opolskie

Różnica między indeksem
 za ostatnie i przyszłe
 12 miesięcy w roku 2018:
 brak poprawy (-50-2,9)
 niewielka poprawa (3-4,9)
 poprawa (5-7,9)
 duża poprawa (8-10,9)
 b. duża poprawa (11-50)

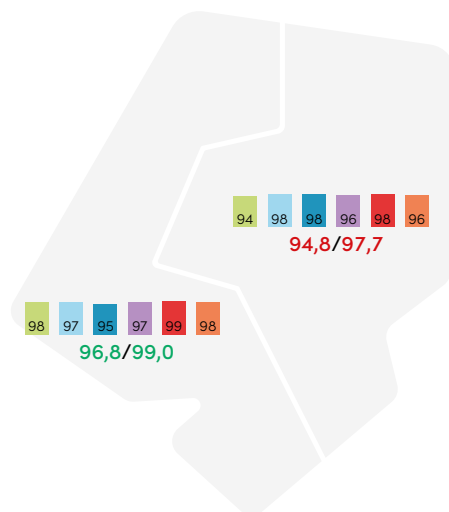
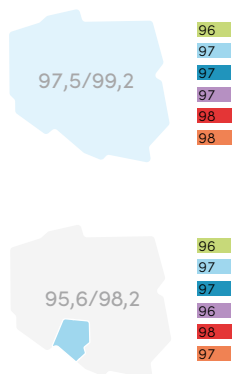
Średnia z indeksów za
 ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:
 średnia z indeksów 2013
 średnia z indeksów 2014
 średnia z indeksów 2015
 średnia z indeksów 2016
 średnia z indeksów 2017
 średnia z indeksów 2018





MAPA 7

Ocena długości oczekiwania na zapłatę za towary/ usługi – woj. opolskie



Indeks % w roku 2017
x – indeks za ostatnie 12 mies.
y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

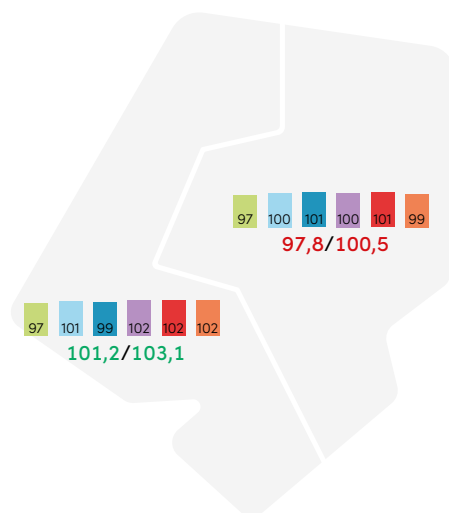
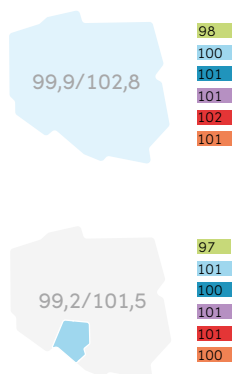
Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018

MAPA 8

ZATRUDNIENIE W MIKRO I MAŁYCH FIRM

Ocena zatrudnienia w firmie – woj. opolskie



Indeks % w roku 2017
x – indeks za ostatnie 12 mies.
y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

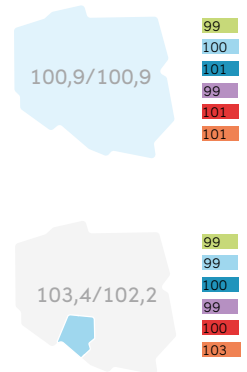
- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



DOSTĘPNOŚĆ ZEWĘTRZNEGO FINANSOWANIA DLA MIKRO I MAŁYCH FIRM

MAPA 9

Ocena dostępności zewnętrznego finansowania dla firmy – woj. opolskie



WYKRES 1

Źródła finansowania firmy – woj. opolskie (wyrażone w %)

- Wyłącznie środki własne
- Środki własne oraz finansowanie zewnętrzne (np. kredyt)
- Trudno powiedzieć

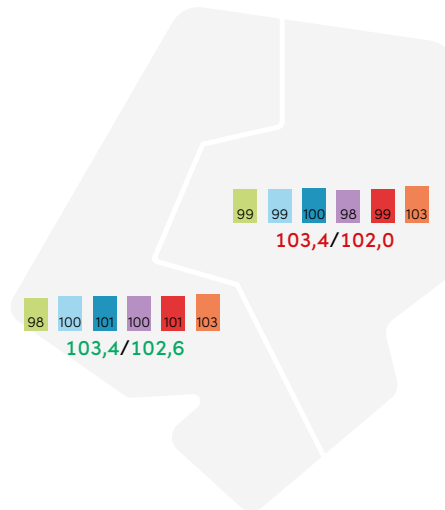
Indeks % w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

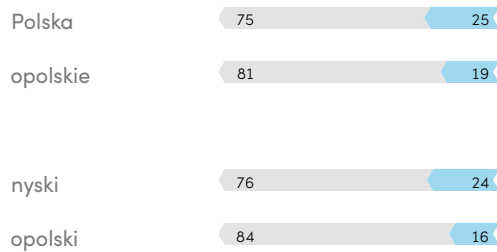
- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

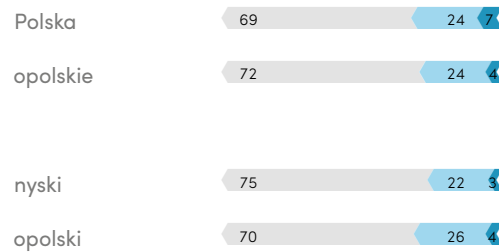
- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy

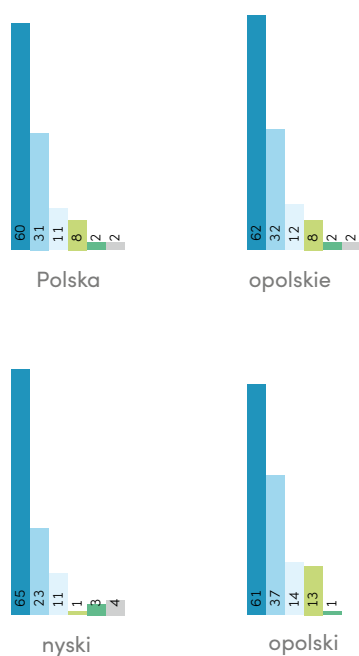




WYKRES 2

Przyczyny finansowania firmy ze środków własnych – woj. opolskie (wyrażone w %)

- Brak potrzeby
- Niechęć do zadłużenia
- Brak możliwości skorzystania z finansowania zewnętrznego (np. brak zdolności kredytowej)
- Tańszy koszt kapitału własnego w porównaniu z finansowaniem zewnętrznym
- Brak informacji na temat finansowania zewnętrznego
- Inne



WYKRES 3

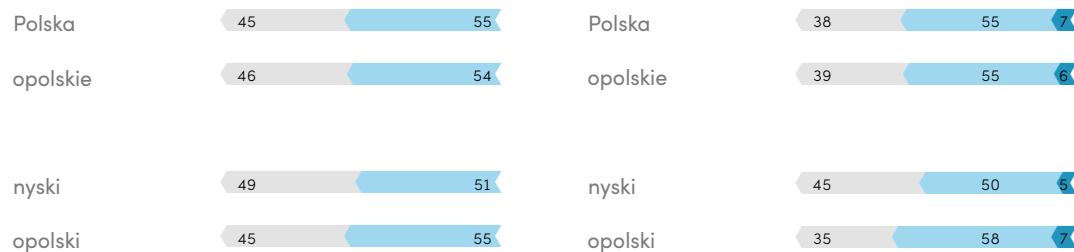
INWESTYCJE MIKRO I MAŁYCH FIRM

Ponoszenie przez firmy wydatków inwestycyjnych – woj. opolskie (wyrażone w %)

- Tak
- Nie
- Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy

Przyszłe 12 miesięcy



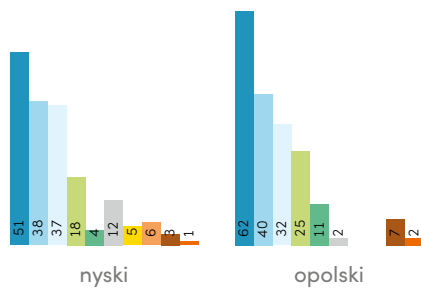
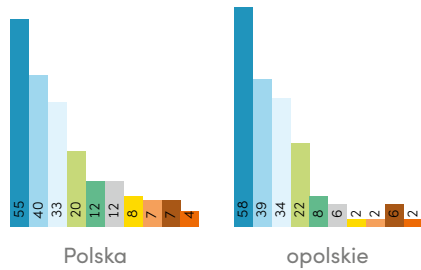


WYKRES 4

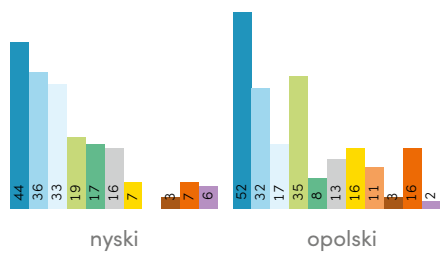
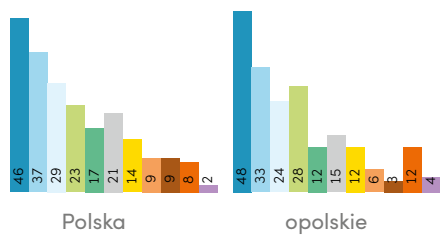
Przedmiot wydatków inwestycyjnych – woj. opolskie (wyrażone w %)

- Wyposażenie, narzędzia i przyrządy
- Maszyny i urządzenia
- Środki transportu
- Reklama, marketing
- Szkolenia dla pracowników
- Budynki i budowle
- Zatrudnienie nowych pracowników
- Wartości niematerialne i prawne
- Technologie (np. cyfrowe)
- Grunty
- Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy

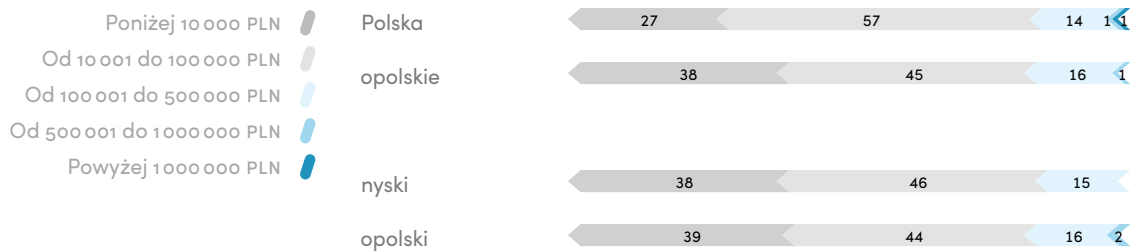




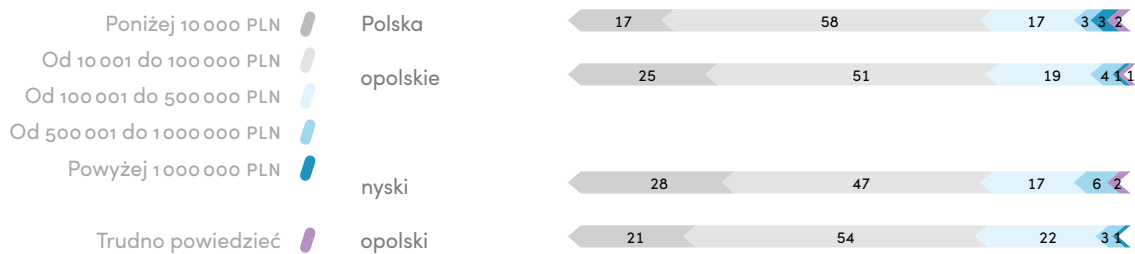
WYKRES 5

Wysokość wydatków inwestycyjnych – woj. opolskie
(wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy



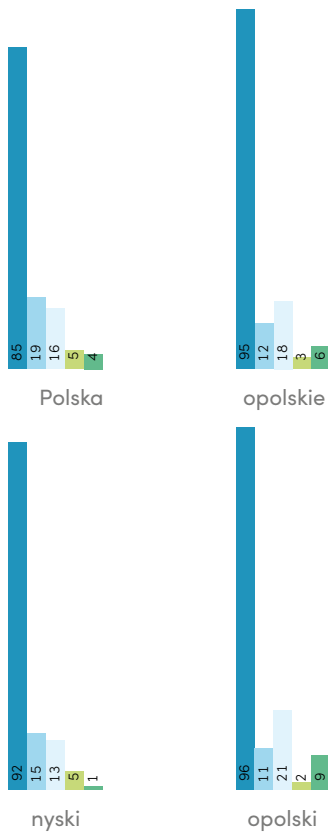
Przyszłe 12 miesięcy





* 5 najczęściej wymienianych źródeł finansowania inwestycji

Poprzednie 12 miesięcy

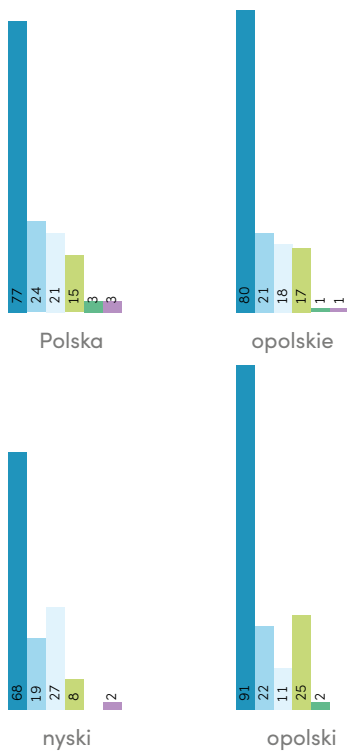


WYKRES 6

Źródła finansowania inwestycji – woj. opolskie (wyrażone w %)

- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Leasing
- Dotacje
- Pożyczka od rodziny lub znajomych

Przyszłe 12 miesięcy



- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Leasing
- Dotacje
- Pożyczka od rodziny lub znajomych
- Trudno powiedzieć



WYKRES 7

EKSPORT MIKRO I MAŁYCH FIRM

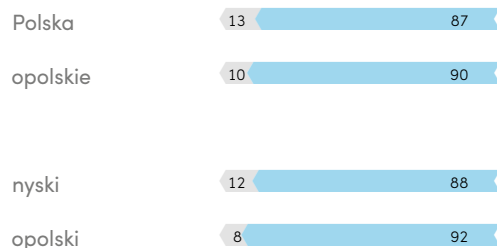
Eksport wyrobów
lub usług przez firmę
– woj. opolskie
(wyrażone w %)

Tak

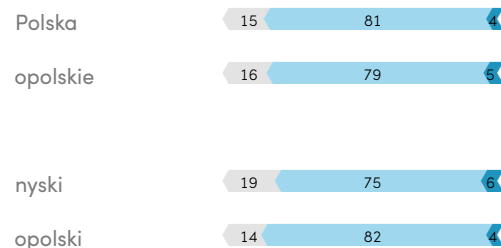
Nie

Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy

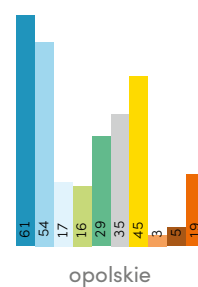
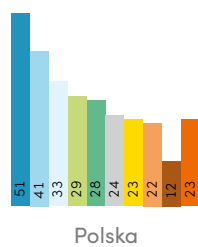


Przyszłe 12 miesięcy



WYKRES 8

Kierunki rozwoju
działalności eksportowej
(wyrażone w %)



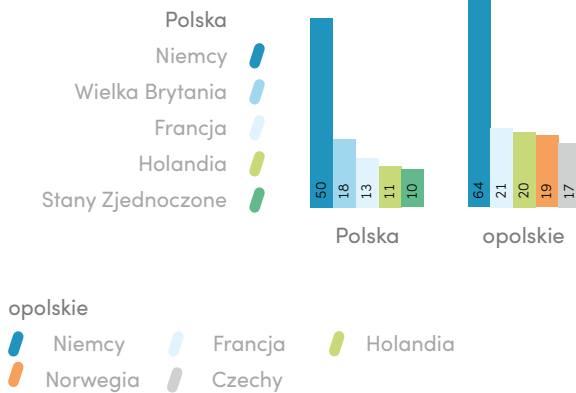
- Znalezienie nowych kontrahentów za granicą
- Zwiększenie sprzedaży na dotychczasowych rynkach zagranicznych
- Indywidualne podejście do klienta – produkcja/usługi szyte na miarę
- Nowe produkty i usługi w ofercie
- Poprawa jakości oferowanych produktów i usług
- Dotarcie na nowe rynki
- Inwestycje w innowacyjne produkty i usługi
- Nowe strategie sprzedaży
- Nowa działalność lub branża firmy
- Żadne z powyższych



WYKRES 9

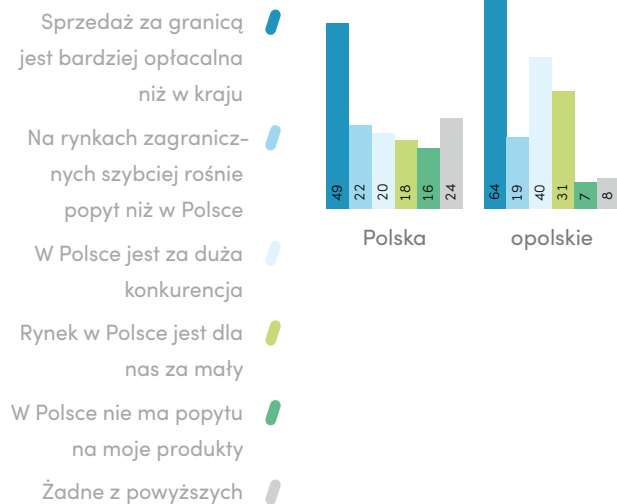
Kraje, do których eksportowane są wyroby lub usługi* (wyrażone w %)

* 5 najczęściej wymienianych krajów



WYKRES 11

Powody, dla których firma eksportuje (wyrażone w %)



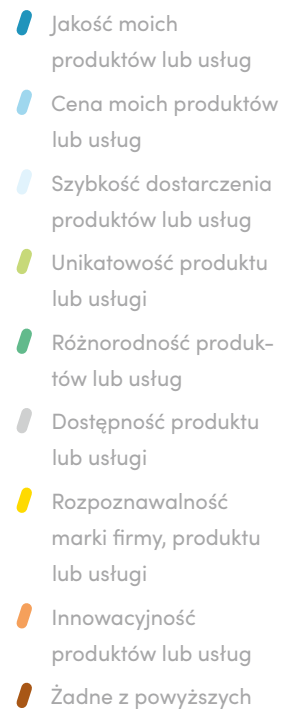
WYKRES 10

Źródła finansowania wytworzonych na eksport produktów lub usług (wyrażone w %)



WYKRES 12

Przewagi konkurencyjne firmy w działalności eksportowej (wyrażone w %)





WYKRES 13

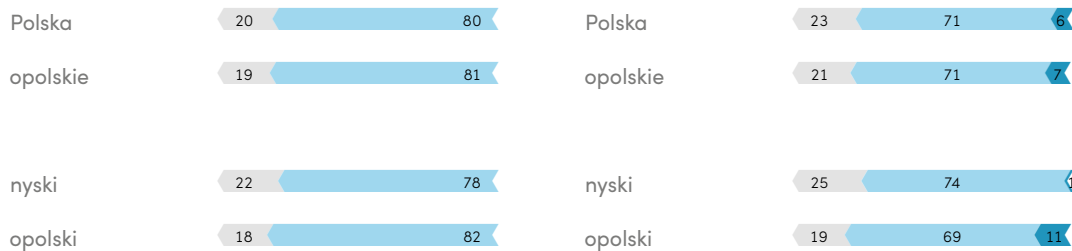
INNOWACYJNOŚĆ MIKRO I MAŁYCH FIRM

Innowacja produktowa
– woj. opolskie
(wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy

Przyszłe 12 miesięcy

Tak 
Nie 

Trudno powiedzieć 

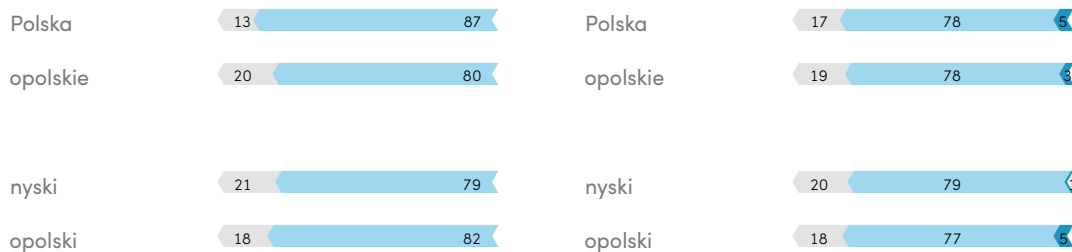
WYKRES 14

Innowacja procesowa –
woj. opolskie
(wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy

Przyszłe 12 miesięcy

Tak 
Nie 

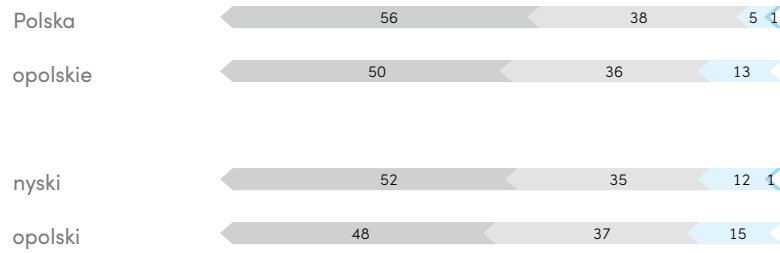
Trudno powiedzieć 



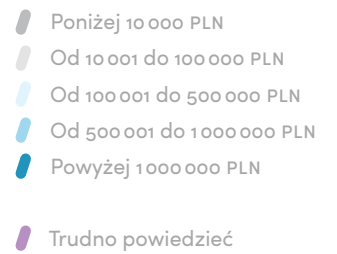
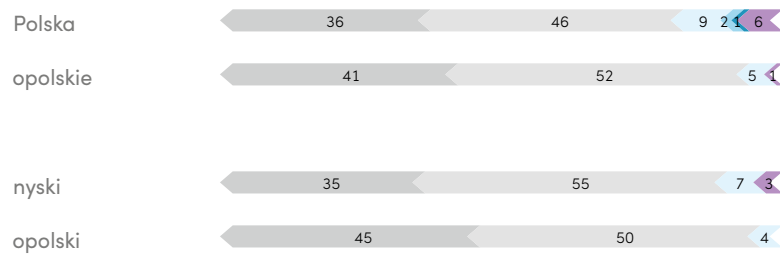
WYKRES 15

Wysokość wydatków
na innowacje
– woj. opolskie
(wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy



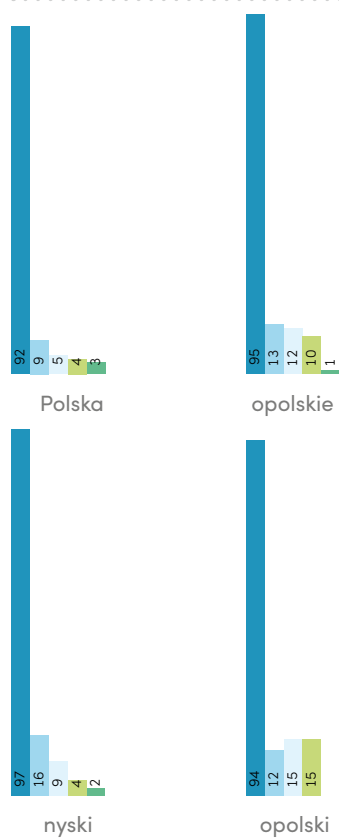


WYKRES 16

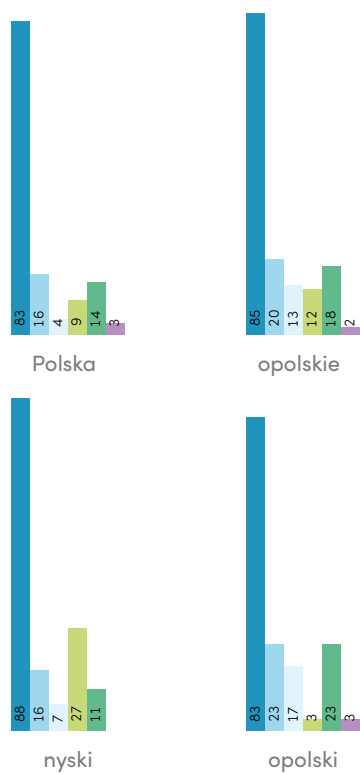
* 5 najczęściej wymienianych źródeł finansowania innowacji

Źródło finansowania innowacji – woj. opolskie (wyrażone w %)

- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Pożyczka od rodziny
- Leasing
- Dotacje



- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Pożyczka od rodziny
- Leasing
- Dotacje
- Trudno powiedzieć





OCENA OTOCZENIA BIZNESU PRZEZ MIKRO I MAŁE FIRMY

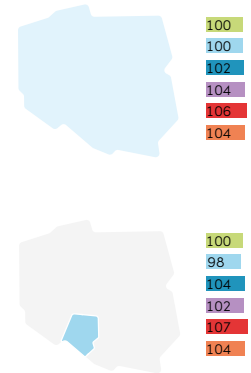
Wartość indeksu z badania w 2018 roku:
 poniżej wyniku ogólnopolskiego
 powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:
 indeks z 2013
 indeks z 2014
 indeks z 2015
 indeks z 2016
 indeks z 2017
 indeks z 2018



MAPA 10

Ocena jakości usług świadczonych przedsiębiorcom przez lokalną administrację – woj. opolskie



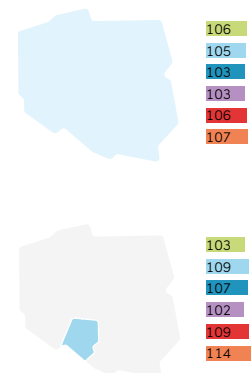
Wartość indeksu z badania w 2018 roku:
 poniżej wyniku ogólnopolskiego
 powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:
 indeks z 2013
 indeks z 2014
 indeks z 2015
 indeks z 2016
 indeks z 2017
 indeks z 2018



MAPA 11

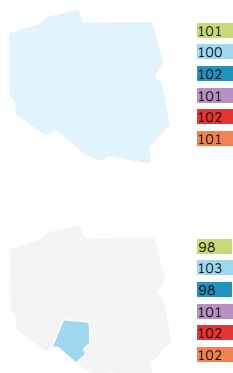
Ocena jakości usług doradczych świadczonych przez polskie banki w zakresie kredytów – woj. opolskie





MAPA 12

Ocena uciążliwości
kontroli działalności
gospodarczej
– woj. opolskie



Wartość indeksu
z badania w 2018 roku:

- poniżej wyniku ogólnopolskiego
- powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:

- indeks z 2013
- indeks z 2014
- indeks z 2015
- indeks z 2016
- indeks z 2017
- indeks z 2018

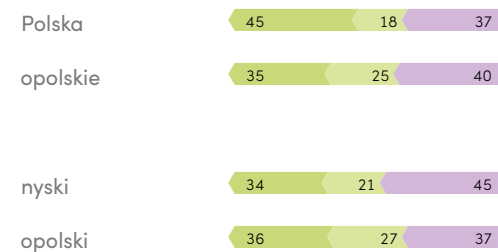
WYKRES 17

Przynależność do
organizacji biznesowych
– woj. opolskie
(wyrażone w %)



WYKRES 18

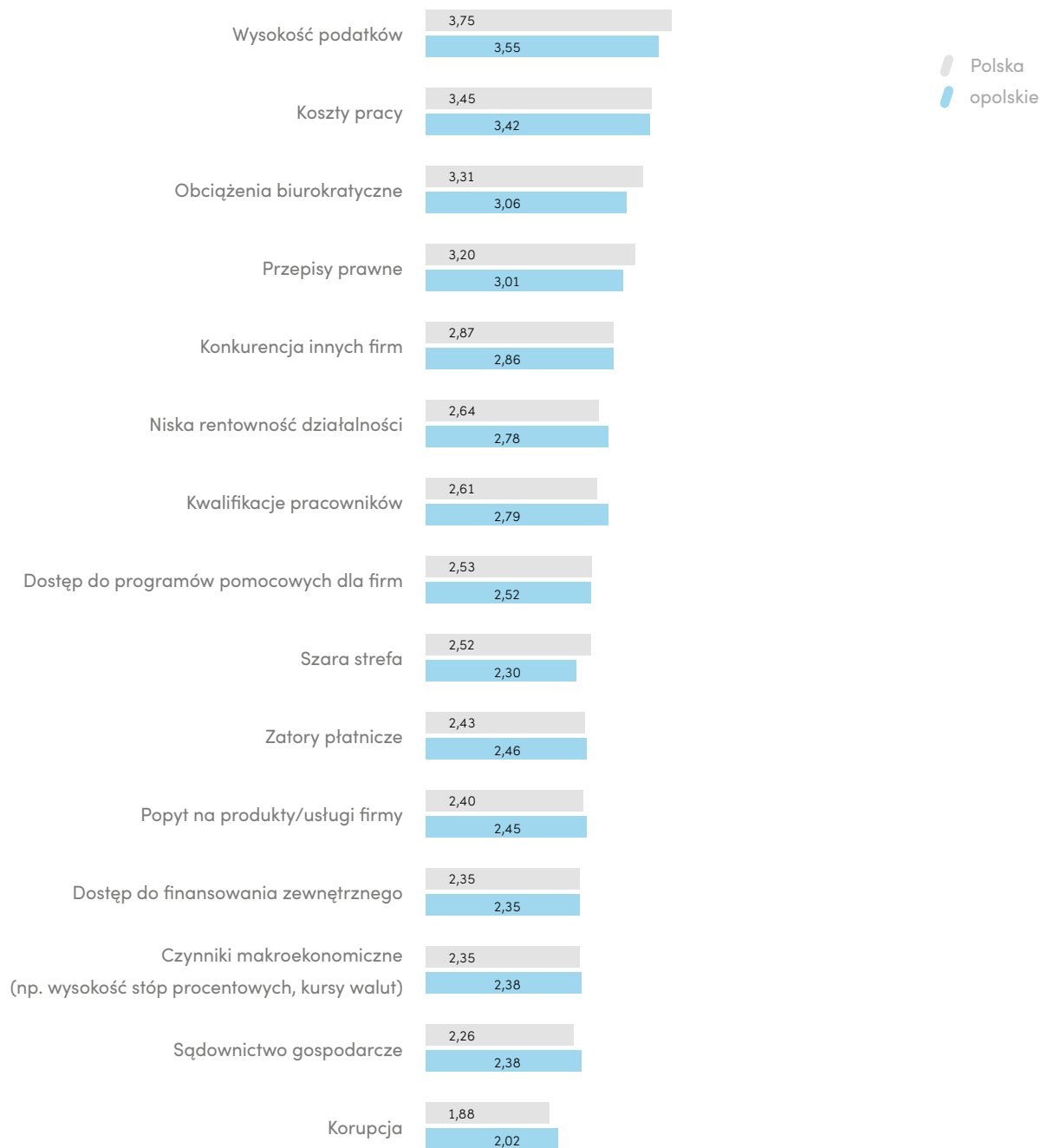
Korzystanie z usług firm zewnętrznych
– woj. opolskie (wyrażone w %)





WYKRES 19

Główne bariery rozwoju
firmy – woj. opolskie



Na wykresie zaprezentowano średnie z odpowiedzi;
od 1 „brak bariery” do 5 „bardzo ograniczająca bariera”.



województwo
podkarpackie

Owce, owce i owoce.
Hej, tkwią w halach wielkie moce!





TABELA 1 Dane statystyczne

	POLSKA	PODKARPACKIE	krośnieński	przemyski	rzeszowski	tarnobrzeski
PKB na 1 mieszkańca w relacji do średniej krajowej (Polska = 100; 2016)	100,0	70,4	57,7	52,8	87,6	74,0
Dochody gmin na 1 mieszkańca (zł; 2017)	4 938	4 445	4 351	4 456	4 794	4 152
Wydatki gmin na 1 mieszkańca (zł; 2017)	4 958	4 523	4 412	4 481	4 898	4 251
Stopa bezrobocia rejestrowanego (III kwartał 2018)	5,7	8,5	8,3	11,4	8,0	7,3
Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w relacji do średniej krajowej (Polska = 100; 2017)	100	85	79	79	90	85
Nakłady inwestycyjne w przedsiębiorstwach na 1 mieszkańca (zł; 2016)	3 880	2 601	1 665	1 326	3 222	3 510
Podmioty zarejestrowane w rejestrze REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	1 121	803	785	707	926	752
Podmioty nowo zarejestrowane w rejestrze REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	94	73	75	66	89	60
Podmioty wykreślone z rejestru REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	75	56	61	53	61	51
Podmioty gospodarcze zarejestrowane w rejestrze REGON ogółem (2017), w tym:	4 309 800	171 070	37 907	27 715	59 053	46 395
0–9 pracujących (mikro)	4 128 611	163 706	36 338	26 438	56 652	44 278
10–49 pracujących (małe)	147 607	5 907	1 253	1 034	1 937	1 683
50–249 pracujących (średnie)	29 154	1 272	281	220	393	378
Powyżej 249 pracujących (duże)	4 428	185	35	23	71	56



OGÓLNY WSKAŹNIK KONIUNKTURY MIKRO I MAŁYCH FIRM

MAPA 1

Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
 za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

brak poprawy (-50-2,9)

niewielka poprawa (3-4,9)

poprawa (5-7,9)

duża poprawa (8-10,9)

b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za
 ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

średnia z indeksów 2013

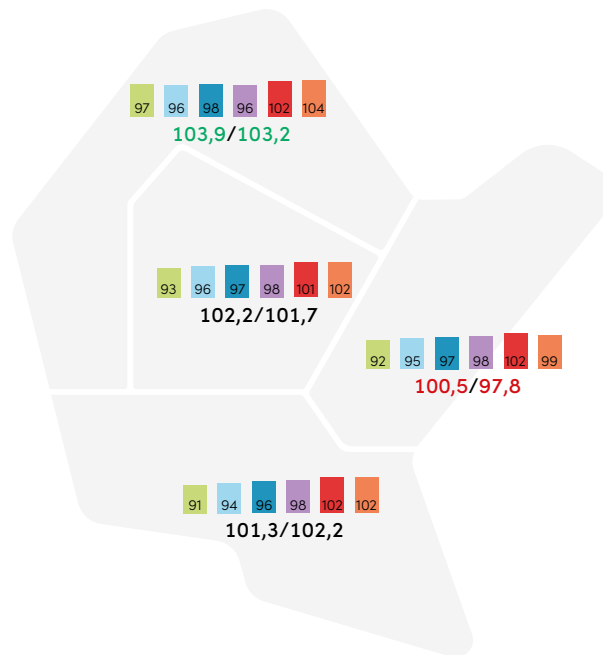
średnia z indeksów 2014

średnia z indeksów 2015

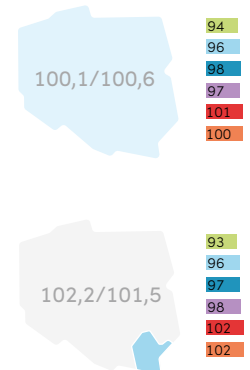
średnia z indeksów 2016

średnia z indeksów 2017

średnia z indeksów 2018



Ogólny Wskaźnik Koniunk-
 tury Mikro i Małych Firm
 – woj. podkarpackie



OCENA SYTUACJI GOSPODARCZEJ PRZEZ MIKRO I MAŁE FIRMY

MAPA 2

Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
 za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

brak poprawy (-50-2,9)

niewielka poprawa (3-4,9)

poprawa (5-7,9)

duża poprawa (8-10,9)

b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za
 ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

średnia z indeksów 2013

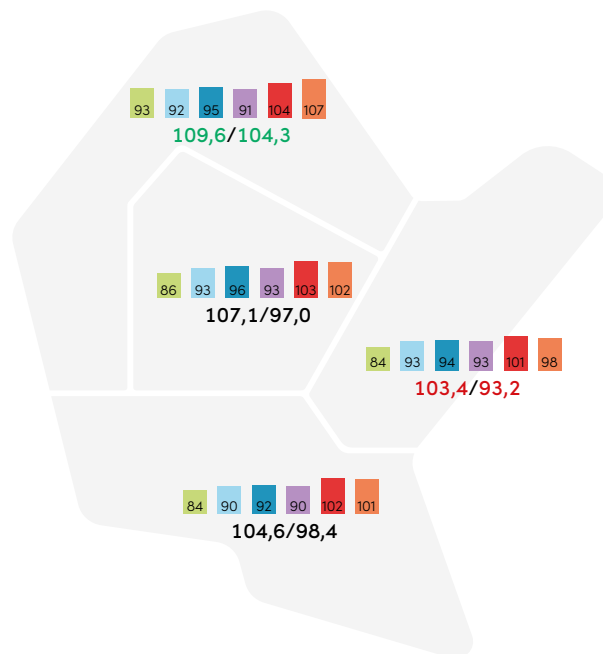
średnia z indeksów 2014

średnia z indeksów 2015

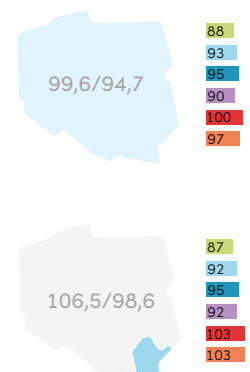
średnia z indeksów 2016

średnia z indeksów 2017

średnia z indeksów 2018



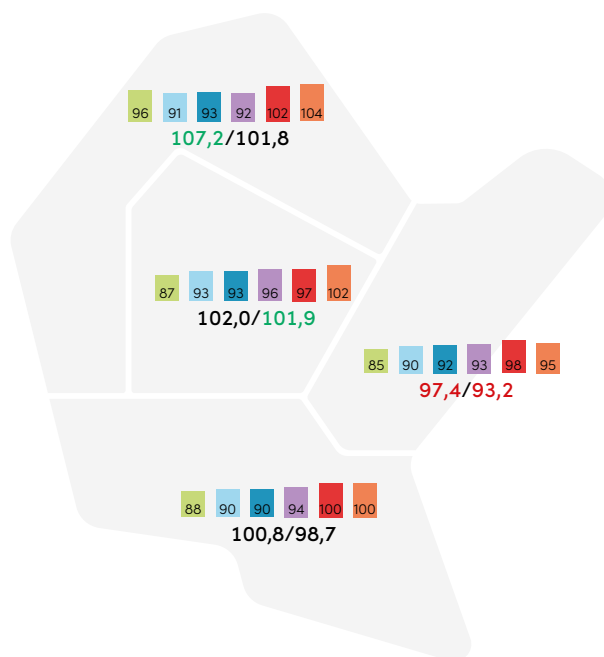
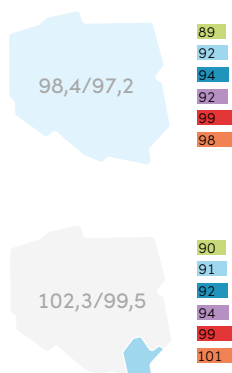
Ocena sytuacji gospo-
 darczej – woj. podkarpackie





MAPA 3

Ocena sytuacji branży
– woj. podkarpackie



Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

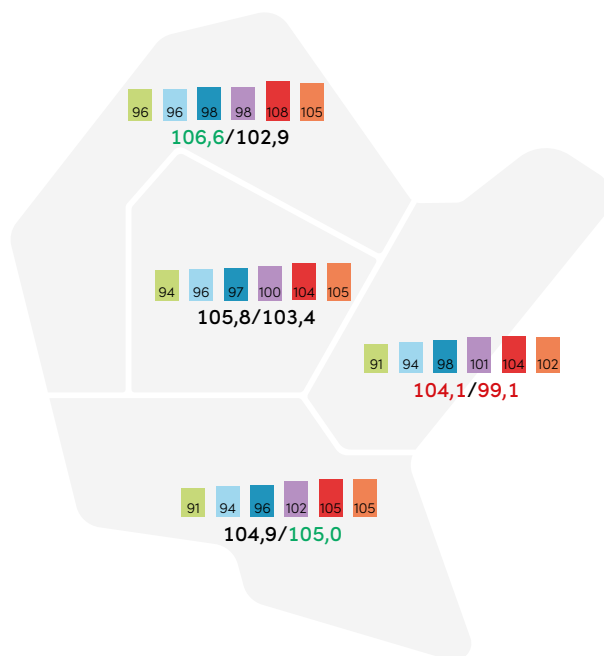
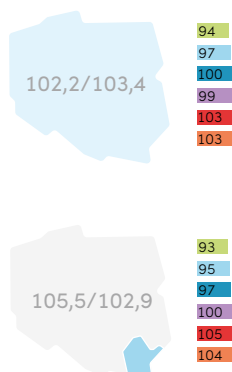
- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018

MAPA 4

Ocena sytuacji firmy
– woj. podkarpackie



Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



SYTUACJA FINANSOWA MIKRO I MAŁYCH FIRM

MAPA 5

Ocena przychodów firmy
– woj. podkarpackie

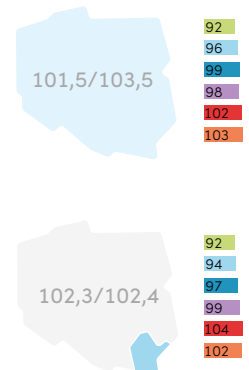
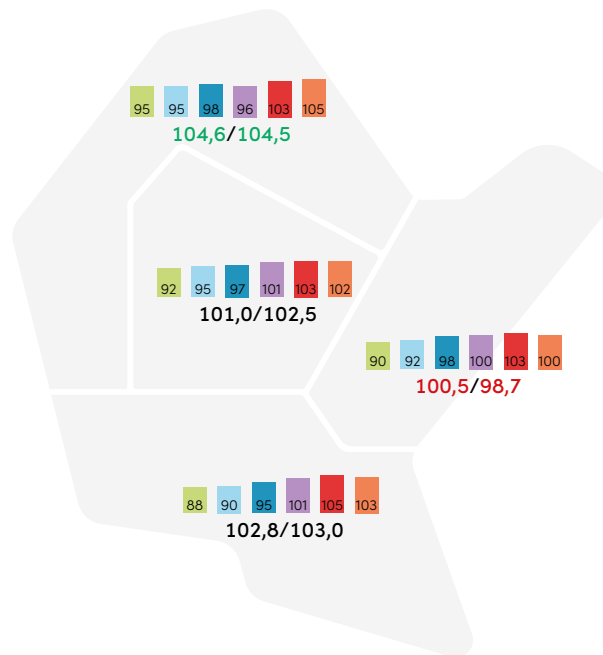
Indeks x/y w roku 2017
x – indeks za ostatnie 12 mies.
y – indeks za przeszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe
12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



MAPA 6

Ocena wyniku finansowego
firmy – woj. podkarpackie

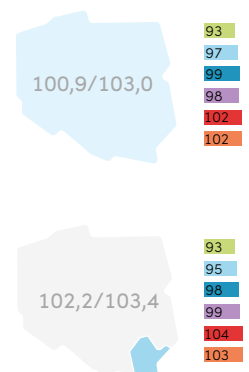
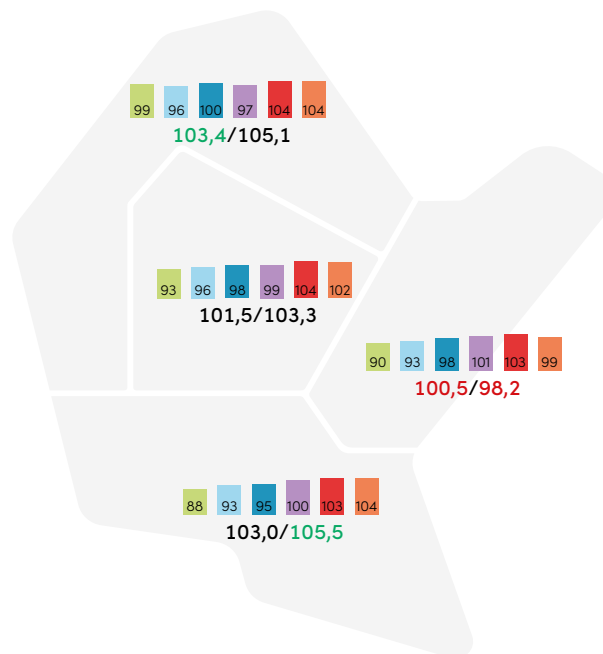
Indeks x/y w roku 2017
x – indeks za ostatnie 12 mies.
y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe
12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

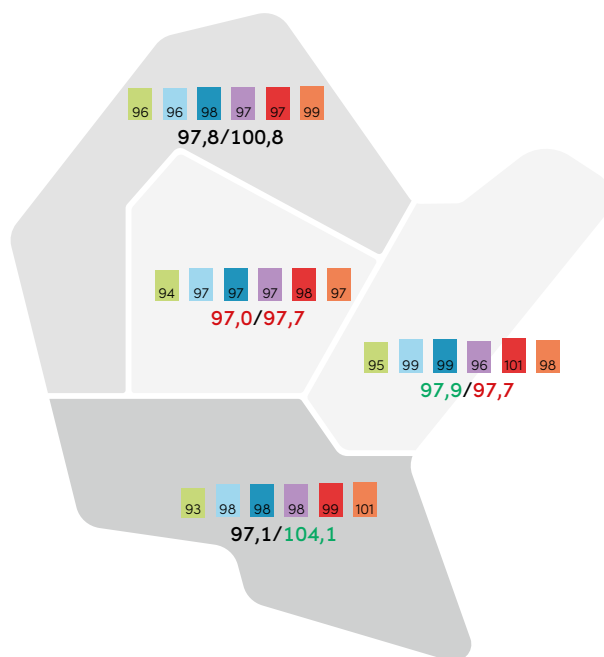
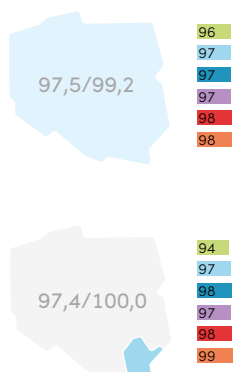
- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018





MAPA 7

Ocena długości oczekiwania na zapłatę za towary/usługi – woj. podkarpackie



Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

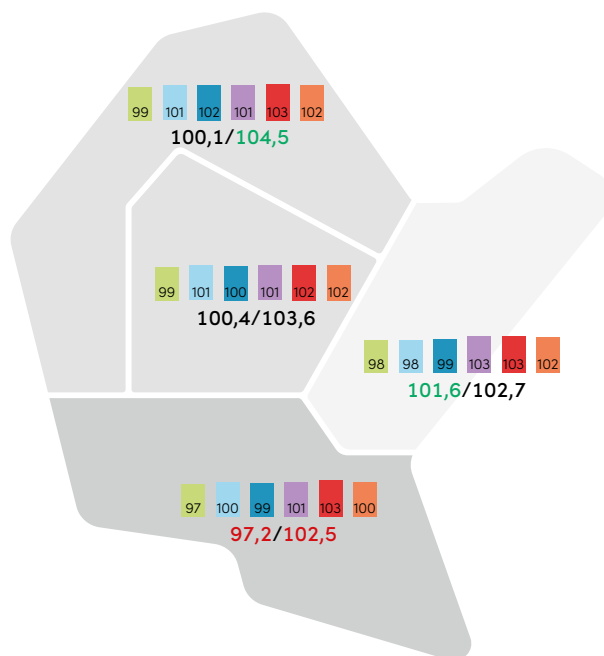
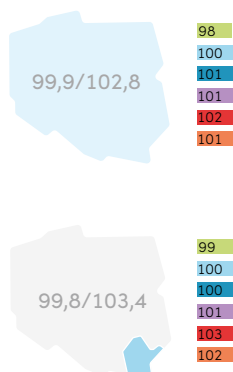
Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018

MAPA 8

ZATRUDNIENIE W MIKRO I MAŁYCH FIRM

Ocena zatrudnienia w firmie – woj. podkarpackie



Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

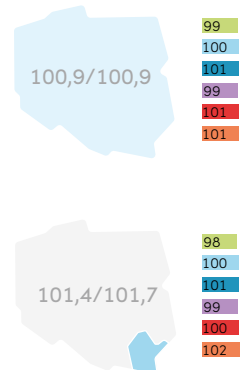
- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



DOSTĘPNOŚCI ZEWĘTRZNEGO FINANSOWANIA DLA MIKRO I MAŁYCH FIRM

MAPA 9

Ocena dostępności zewnętrznego finansowania dla firmy – woj. podkarpackie



WYKRES 1

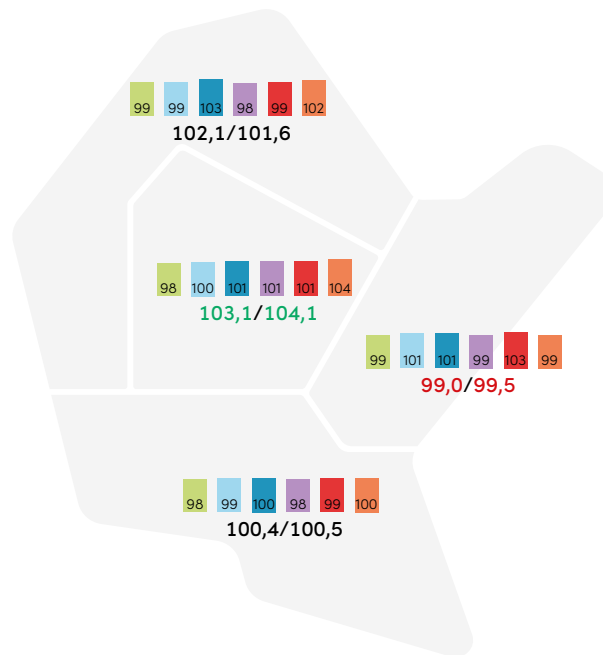
Źródła finansowania firmy – woj. podkarpackie (wyrażone w %)

- Wyłącznie środki własne
- Środki własne oraz finansowanie zewnętrzne (np. kredyt)
- Trudno powiedzieć

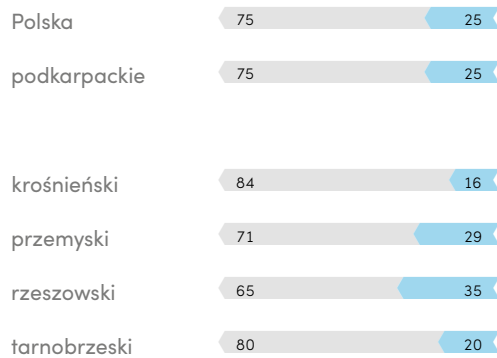
Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

- Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:
- brak poprawy (-50-2,9)
 - niewielka poprawa (3-4,9)
 - poprawa (5-7,9)
 - duża poprawa (8-10,9)
 - b. duża poprawa (11-50)

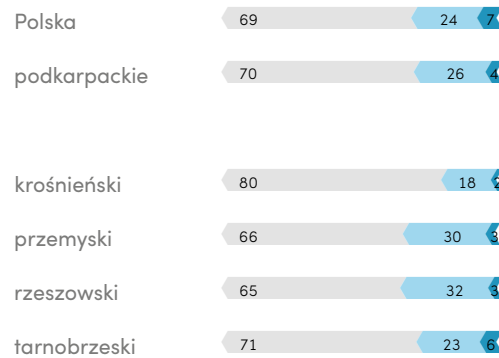
- Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:
- średnia z indeksów 2013
 - średnia z indeksów 2014
 - średnia z indeksów 2015
 - średnia z indeksów 2016
 - średnia z indeksów 2017
 - średnia z indeksów 2018



Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy

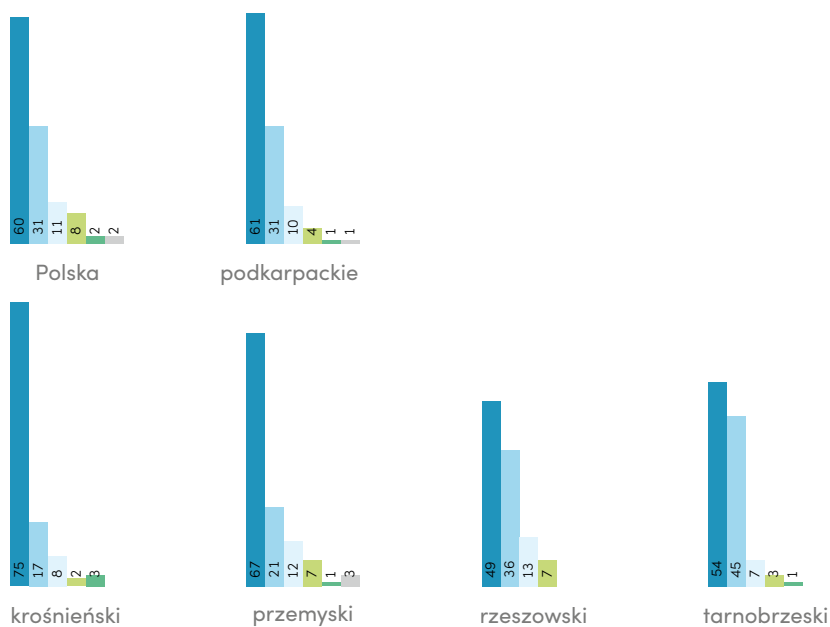




WYKRES 2

Przyczyny finansowania firmy ze środków własnych – woj. podkarpackie (wyrażone w %)

- Brak potrzeby
- Niechęć do zadłużenia
- Brak możliwości skorzystania z finansowania zewnętrznego (np. brak zdolności kredytowej)
- Tańszy koszt kapitału własnego w porównaniu z finansowaniem zewnętrznym
- Brak informacji na temat finansowania zewnętrznego
- Inne



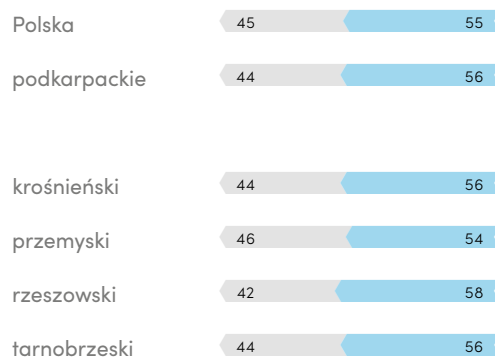
WYKRES 3

INWESTYCJE MIKRO I MAŁYCH FIRM

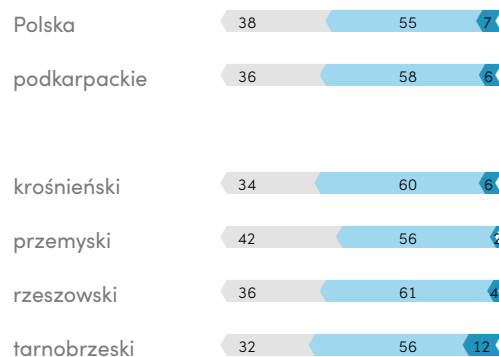
Ponoszenie przez firmy wydatków inwestycyjnych – woj. podkarpackie (wyrażone w %)

- Tak
- Nie
- Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy



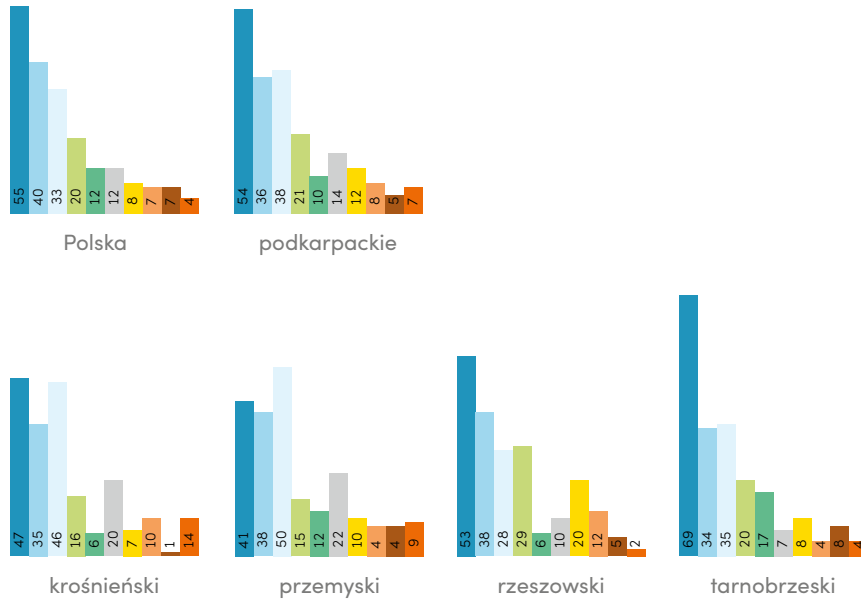


WYKRES 4

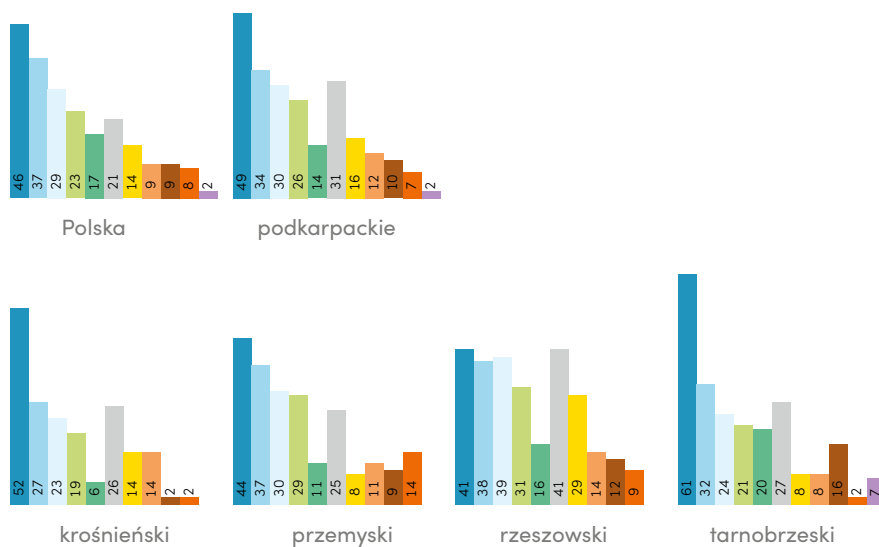
Przedmiot wydatków inwestycyjnych – woj. podkarpackie (wyrażone w %)

- Wyposażenie, narzędzia i przyrządy
- Maszyny i urządzenia
- Środki transportu
- Reklama, marketing
- Szkolenia dla pracowników
- Budynki i budowle
- Zatrudnienie nowych pracowników
- Wartości niematerialne i prawne
- Technologie (np. cyfrowe)
- Grunty
- Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy





WYKRES 5

Wysokość wydatków inwestycyjnych – woj. podkarpackie
(wyrażone w %)



Przyszłe 12 miesięcy

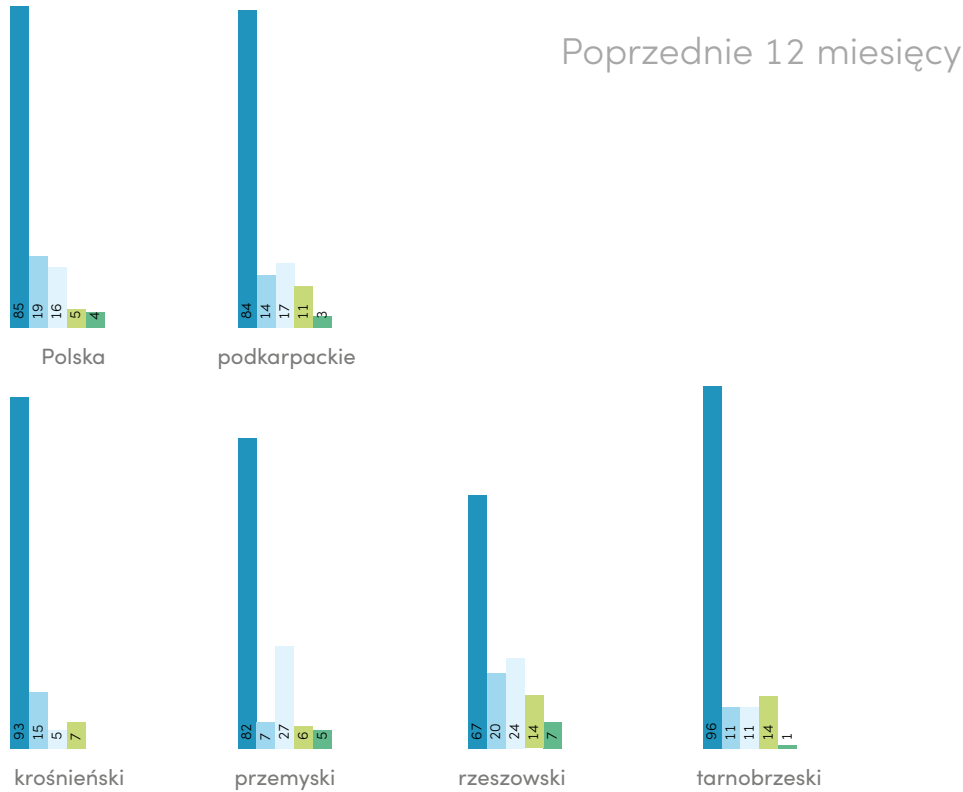




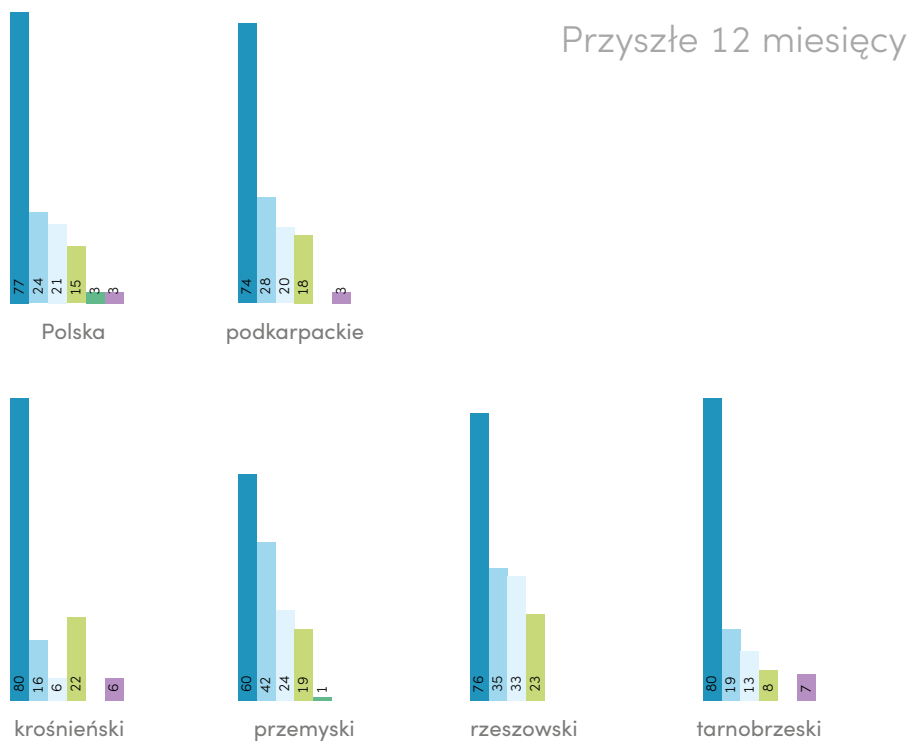
* 5 najczęściej wymienianych źródeł finansowania inwestycji

WYKRES 6

Źródła finansowania inwestycji – woj. podkarpackie (wyrażone w %)



- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Leasing
- Dotacje
- Pożyczka od rodziny lub znajomych



- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Leasing
- Dotacje
- Pożyczka od rodziny lub znajomych
- Trudno powiedzieć



WYKRES 7

EKSPORT MIKRO I MAŁYCH FIRM

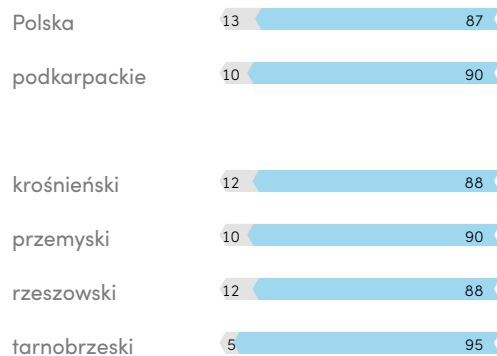
Eksport wyrobów
lub usług przez firmę
– woj. podkarpackie
(wyrażone w %)

Tak

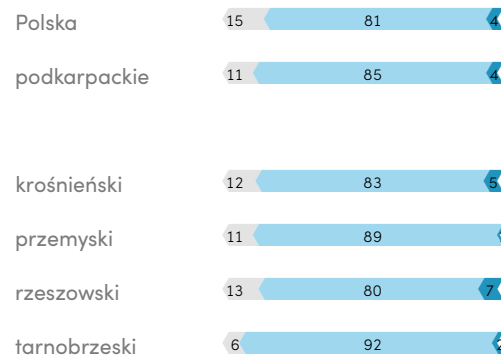
Nie

Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy



WYKRES 8

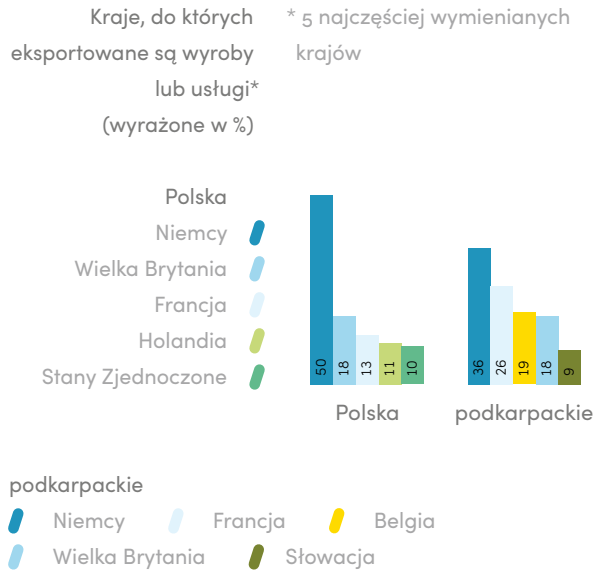
Kierunki rozwoju
działalności eksportowej
(wyrażone w %)



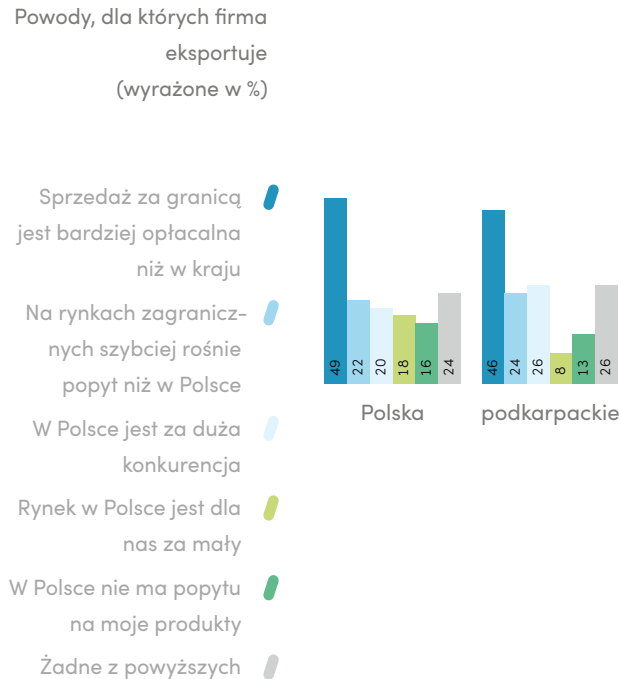
- Znalezienie nowych kontrahentów za granicą
- Zwiększenie sprzedaży na dotychczasowych rynkach zagranicznych
- Indywidualne podejście do klienta – produkcja/usługi szyte na miarę
- Nowe produkty i usługi w ofercie
- Poprawa jakości oferowanych produktów i usług
- Dotarcie na nowe rynki
- Inwestycje w innowacyjne produkty i usługi
- Nowe strategie sprzedaży
- Nowa działalność lub branża firmy
- Żadne z powyższych



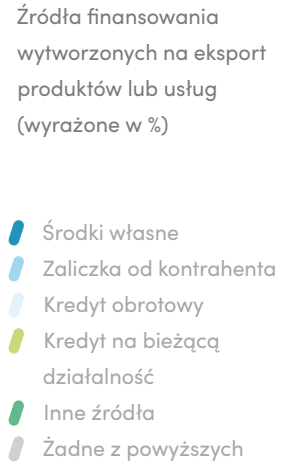
WYKRES 9



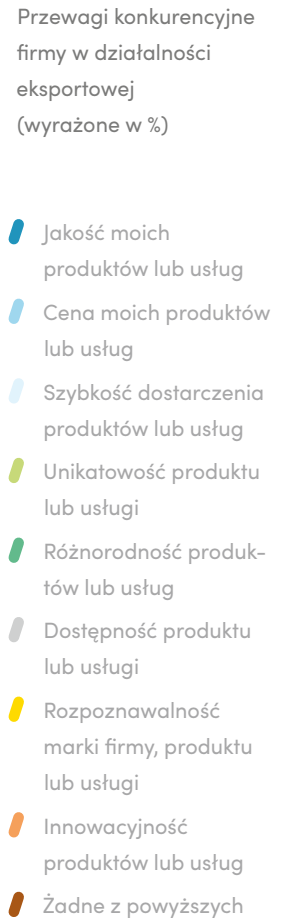
WYKRES 11



WYKRES 10



WYKRES 12





WYKRES 13

INNOWACYJNOŚĆ MIKRO I MAŁYCH FIRM

Innowacja produktowa
– woj. podkarpackie
(wyrażone w %)

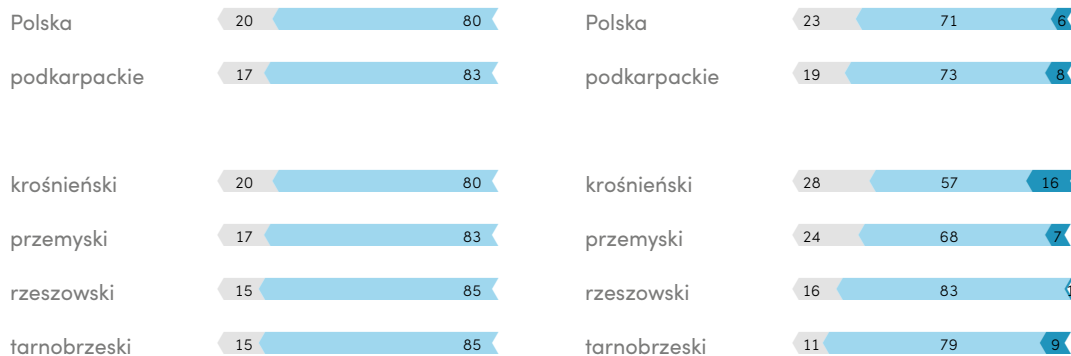
Poprzednie 12 miesięcy

Przyszłe 12 miesięcy

Tak

Nie

Trudno powiedzieć



WYKRES 14

Innowacja procesowa –
woj. podkarpackie
(wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy

Przyszłe 12 miesięcy

Tak

Nie

Trudno powiedzieć

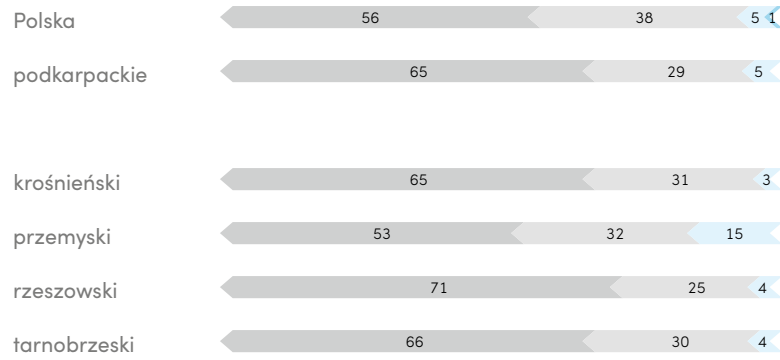




WYKRES 15

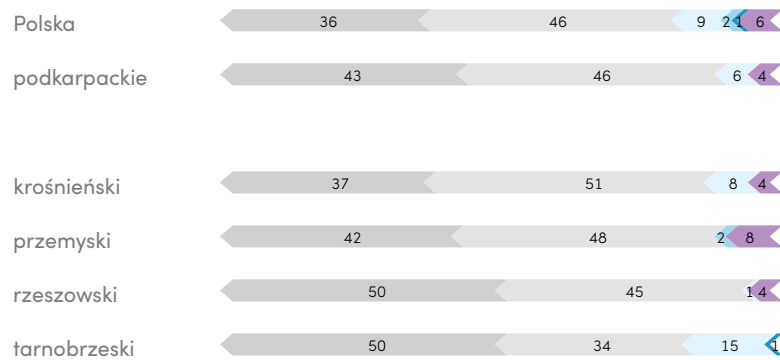
Wysokość wydatków
na innowacje
– woj. podkarpackie
(wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy



- Poniżej 10 000 PLN
- Od 10 001 do 100 000 PLN
- Od 100 001 do 500 000 PLN
- Od 500 001 do 1 000 000 PLN
- Powyżej 1 000 000 PLN

Przyszłe 12 miesięcy



- Poniżej 10 000 PLN
- Od 10 001 do 100 000 PLN
- Od 100 001 do 500 000 PLN
- Od 500 001 do 1 000 000 PLN
- Powyżej 1 000 000 PLN
- Trudno powiedzieć

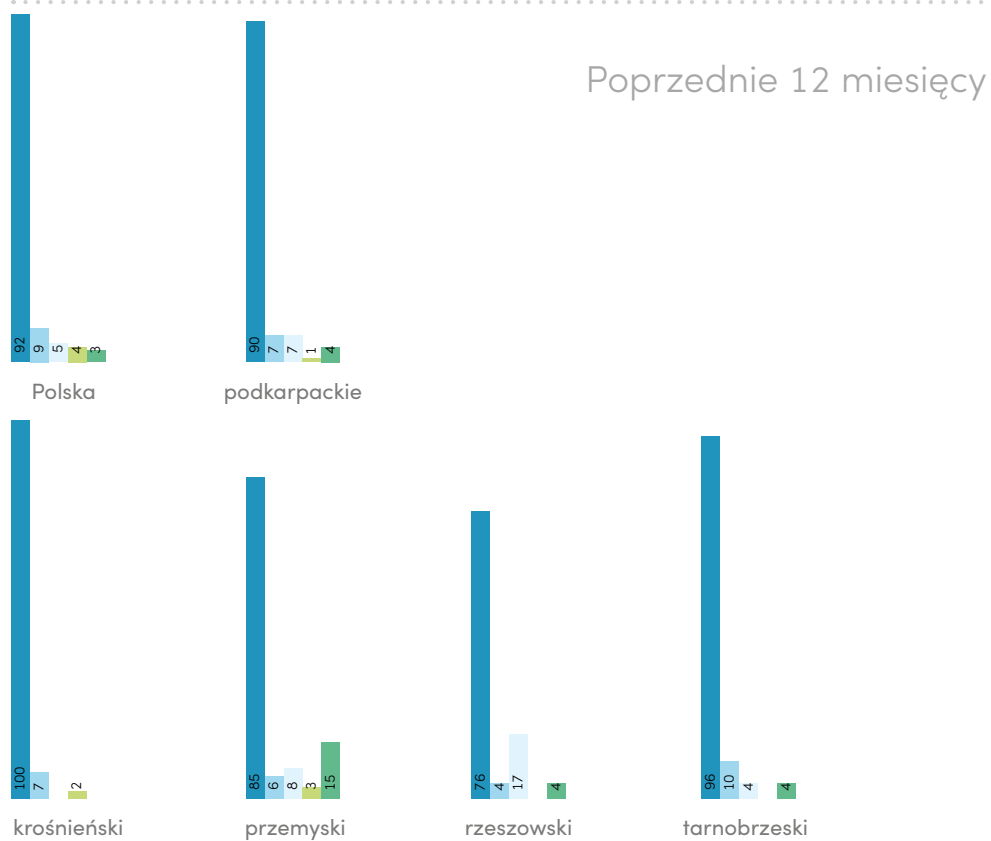


WYKRES 16

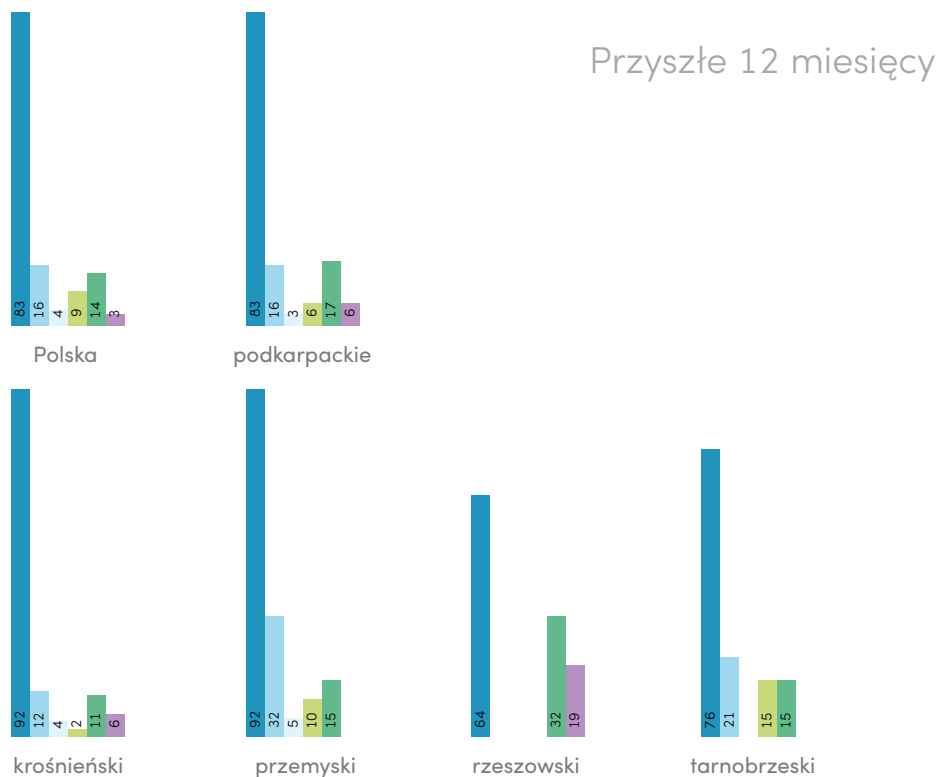
* 5 najczęściej wymienianych źródeł finansowania innowacji

Źródło finansowania innowacji – woj. podkarpackie (wyrażone w %)

- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Pożyczka od rodziny
- Leasing
- Dotacje



- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Pożyczka od rodziny
- Leasing
- Dotacje
- Trudno powiedzieć

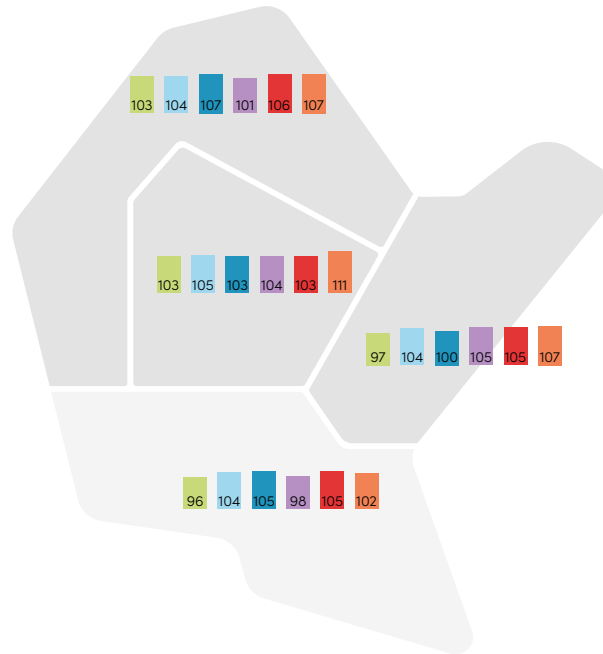




OCENA OTOCZENIA BIZNESU PRZEZ MIKRO I MAŁE FIRMY

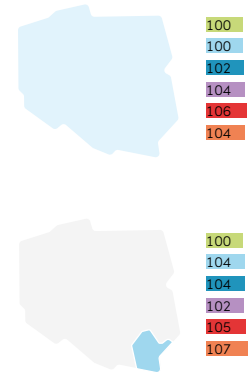
Wartość indeksu z badania w 2018 roku:
 poniżej wyniku ogólnopolskiego
 powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:
 indeks z 2013
 indeks z 2014
 indeks z 2015
 indeks z 2016
 indeks z 2017
 indeks z 2018



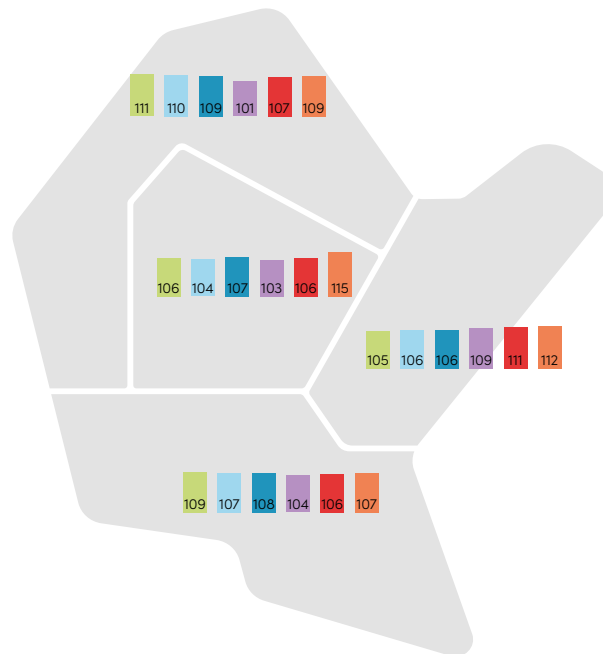
MAPA 10

Ocena jakości usług świadczonych przedsiębiorcom przez lokalną administrację – woj. podkarpackie



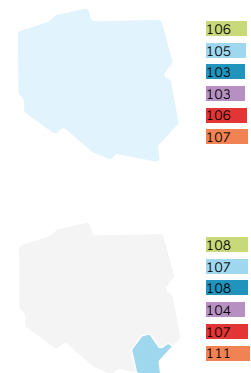
Wartość indeksu z badania w 2018 roku:
 poniżej wyniku ogólnopolskiego
 powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:
 indeks z 2013
 indeks z 2014
 indeks z 2015
 indeks z 2016
 indeks z 2017
 indeks z 2018



MAPA 11

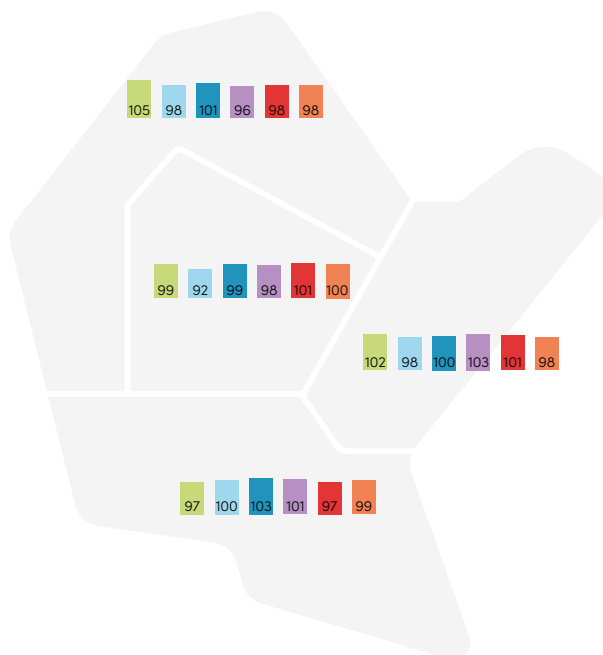
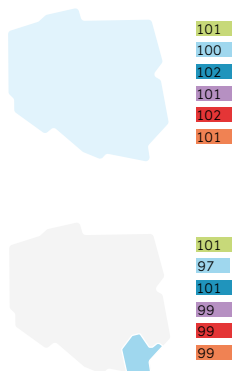
Ocena jakości usług doradczych świadczonych przez polskie banki w zakresie kredytów – woj. podkarpackie





MAPA 12

Ocena uciążliwości
kontroli działalności
gospodarczej
– woj. podkarpackie



Wartość indeksu
z badania w 2018 roku:

- poniżej wyniku ogólnopolskiego
- powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:

- indeks z 2013
- indeks z 2014
- indeks z 2015
- indeks z 2016
- indeks z 2017
- indeks z 2018

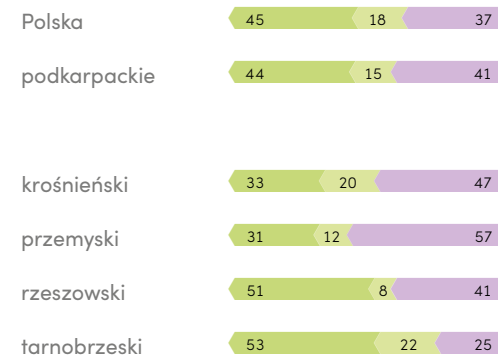
WYKRES 17

Przynależność do
organizacji biznesowych
– woj. podkarpackie
(wyrażone w %)



WYKRES 18

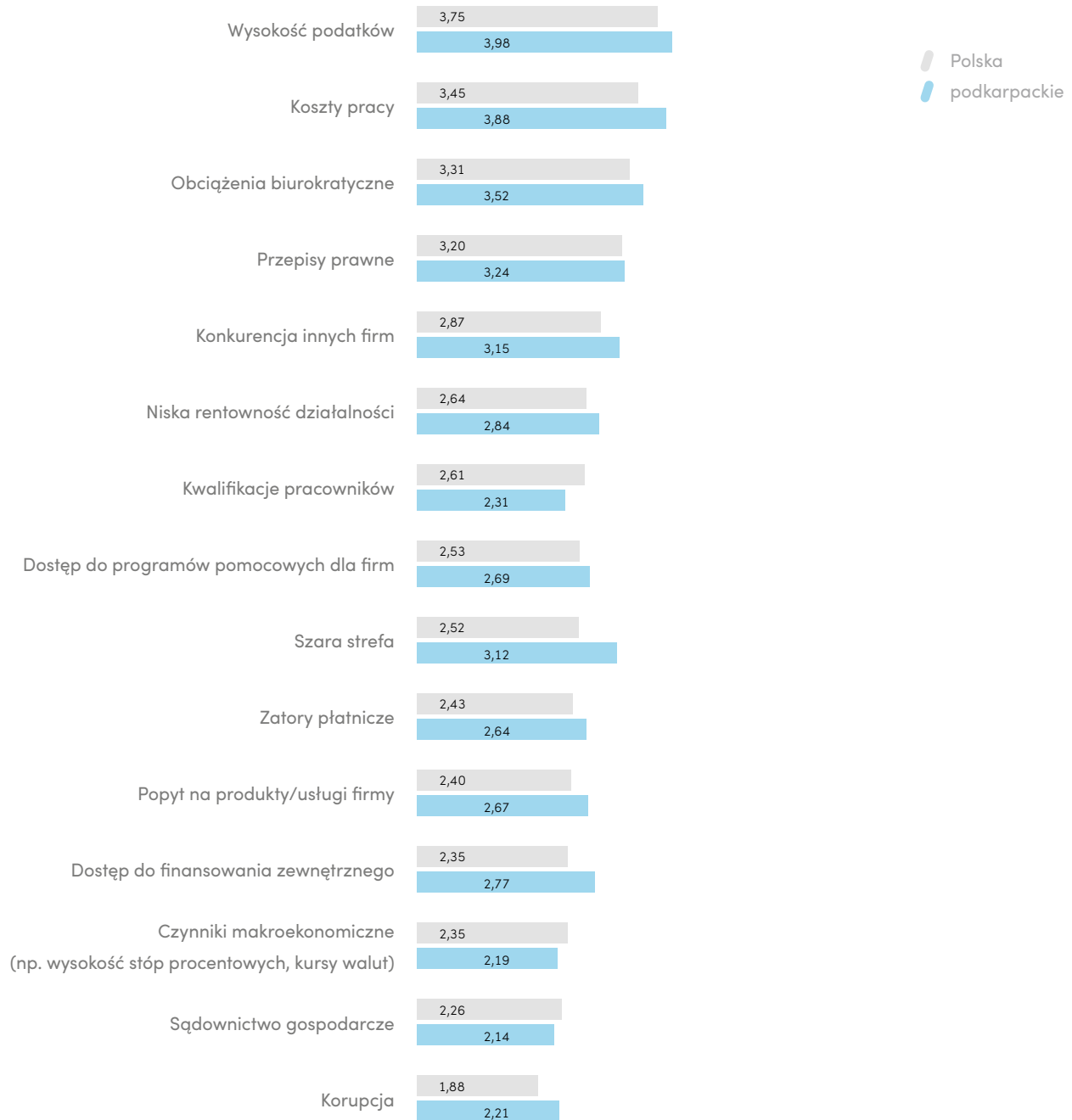
Korzystanie z usług firm zewnętrznych
– woj. podkarpackie (wyrażone w %)



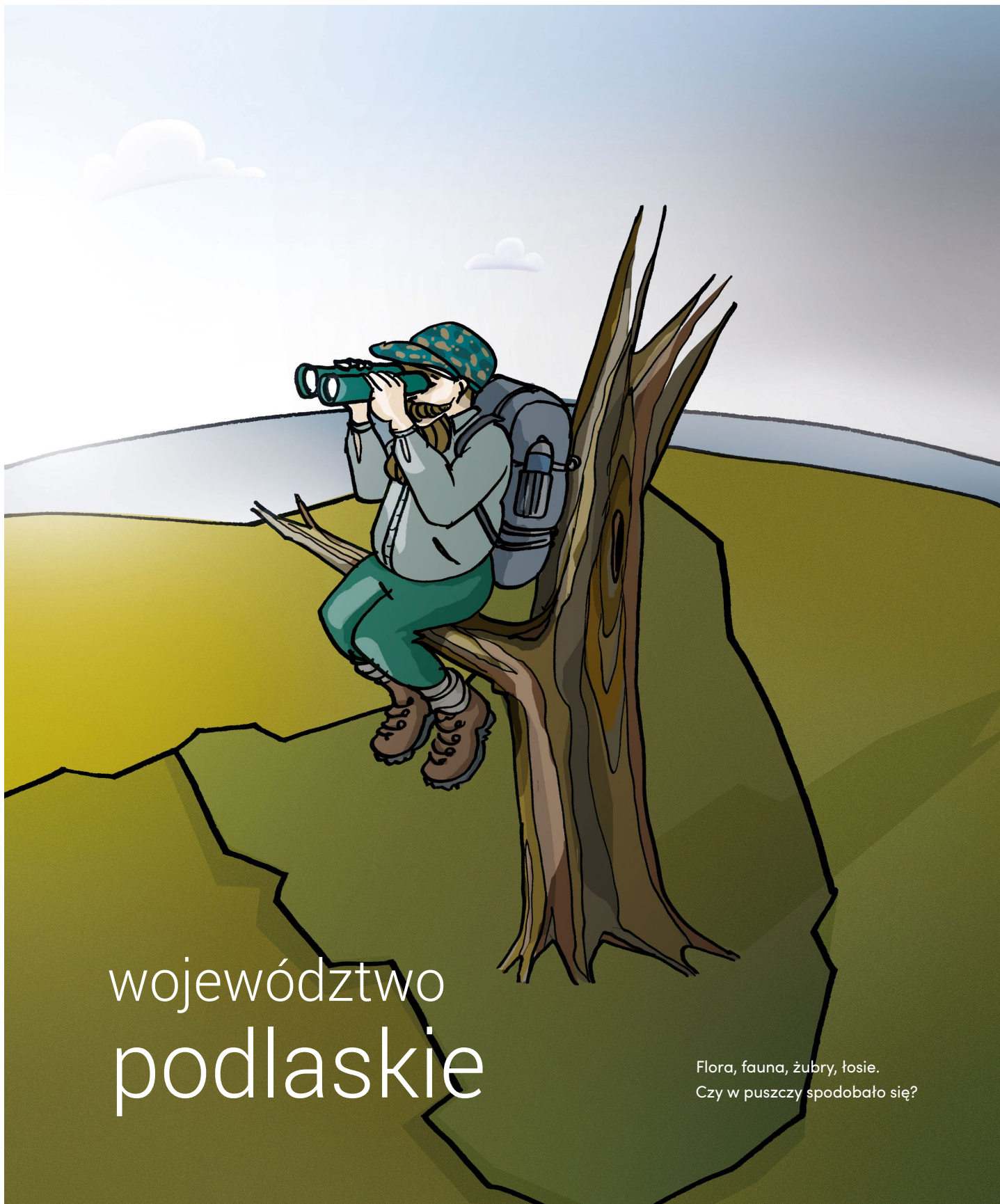


WYKRES 19

Główne bariery rozwoju
firmy – woj. podkarpackie



Na wykresie zaprezentowano średnie z odpowiedzi;
od 1 „brak bariery” do 5 „bardzo ograniczająca bariera”.



województwo podlaskie

Flora, fauna, żubry, łosie.
Czy w puszczy spodobało się?





TABELA 1 Dane statystyczne

	POLSKA	PODLASKIE	białostocki	łomżyński	suwalski
PKB na 1 mieszkańca w relacji do średniej krajowej (Polska = 100; 2016)	100,0	70,8	82,1	63,1	61,1
Dochody gmin na 1 mieszkańca (zł; 2017)	4 938	4 747	5 125	4 333	4 645
Wydatki gmin na 1 mieszkańca (zł; 2017)	4 958	4 873	5 410	4 318	4 678
Stopa bezrobocia rejestrowanego (III kwartał 2018)	5,7	7,6	7,6	7,3	8,2
Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w relacji do średniej krajowej (Polska = 100; 2017)	100	89	89	89	86
Nakłady inwestycyjne w przedsiębiorstwach na 1 mieszkańca (zł; 2016)	3 880	2 118	1 863	2 167	2 522
Podmioty zarejestrowane w rejestrze REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	1 121	854	1 021	722	735
Podmioty nowo zarejestrowane w rejestrze REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	94	72	89	55	67
Podmioty wykreślone z rejestru REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	75	59	69	48	57
Podmioty gospodarcze zarejestrowane w rejestrze REGON ogółem (2017), w tym:	4 309 800	101 202	52 336	28 784	20 082
0–9 pracujących (mikro)	4 128 611	97 310	50 334	27 630	19 346
10–49 pracujących (małe)	147 607	3 062	1 545	922	595
50–249 pracujących (średnie)	29 154	742	398	213	131
Powyżej 249 pracujących (duże)	4 428	88	59	19	10



OGÓLNY WSKAŹNIK KONIUNKTURY MIKRO I MAŁYCH FIRM

MAPA 1

Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

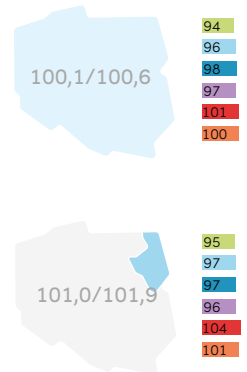
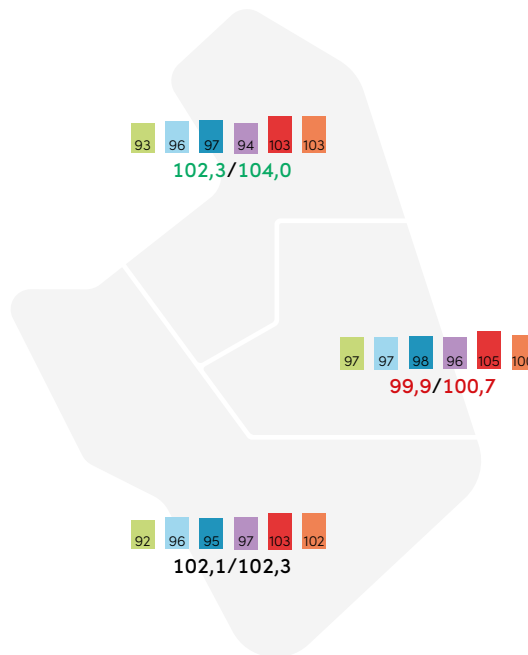
Ogólny Wskaźnik Koniunktury Mikro i Małych Firm – woj. podlaskie

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



OCENA SYTUACJI GOSPODARCZEJ PRZEZ MIKRO I MAŁE FIRMY

MAPA 2

Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

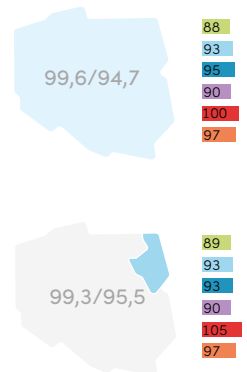
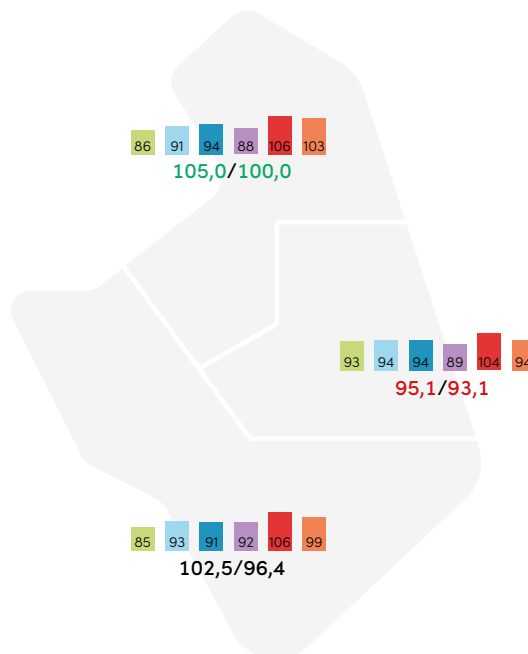
Ocena sytuacji gospodarczej – woj. podlaskie

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

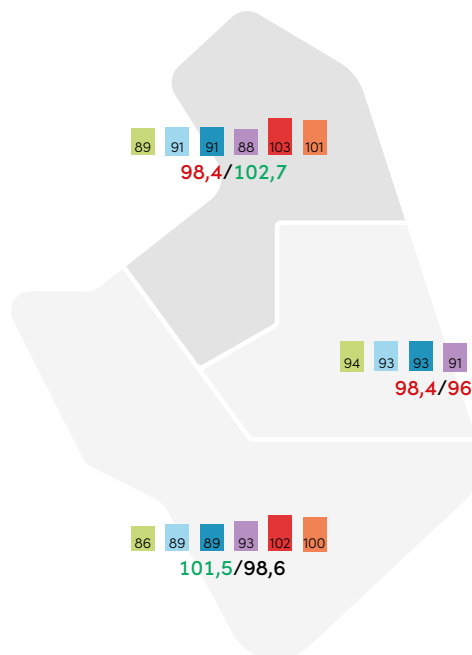
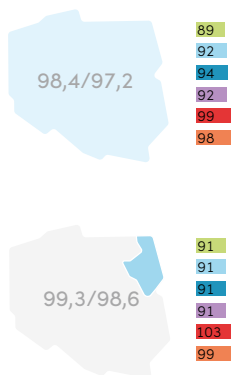
Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018





MAPA 3

Ocena sytuacji branży
– woj. podlaskie

Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe

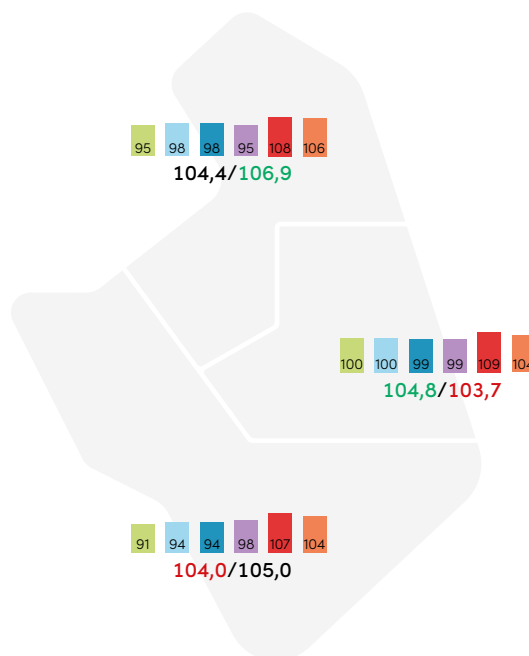
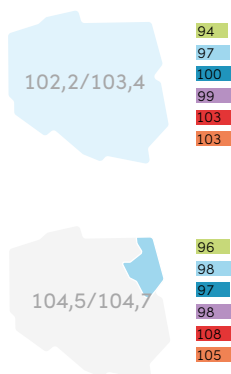
12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018

MAPA 4

Ocena sytuacji firmy
– woj. podlaskie

Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



SYTUACJA FINANSOWA MIKRO I MAŁYCH FIRM

MAPA 5

Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

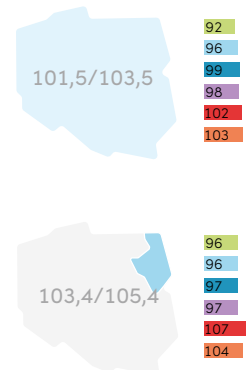
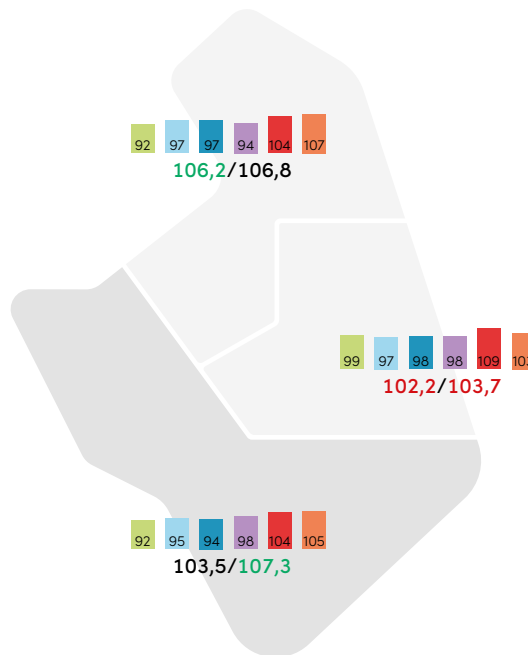
Ocena przychodów firmy
 – woj. podlaskie

Różnica między indeksem
 za ostatnie i przyszłe
 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za
 ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

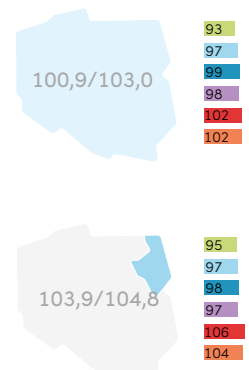
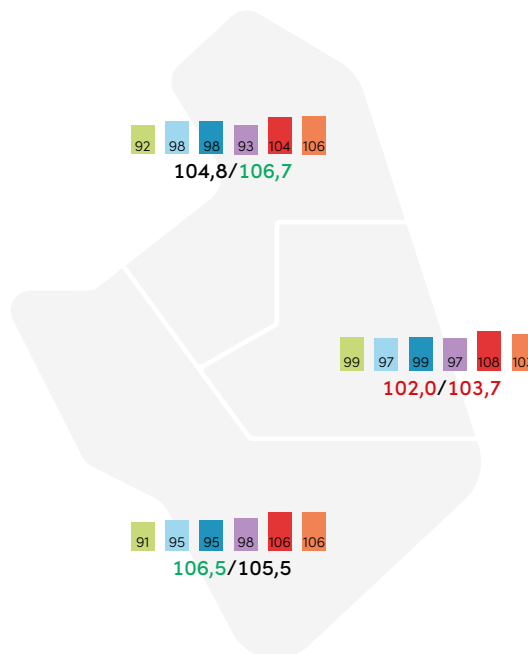
Ocena wyniku finansowego
 firmy – woj. podlaskie

Różnica między indeksem
 za ostatnie i przyszłe
 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za
 ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

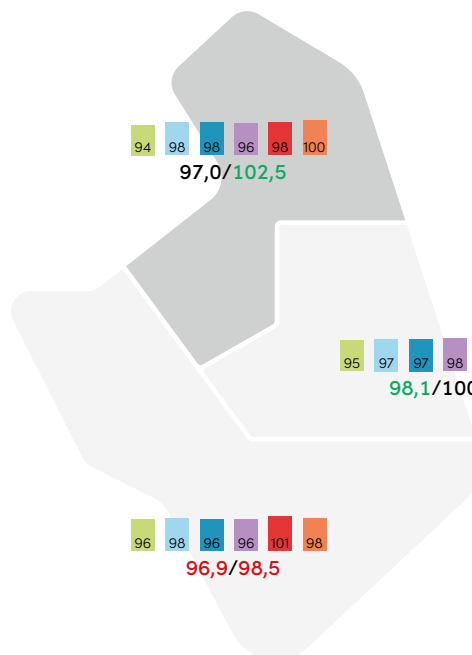
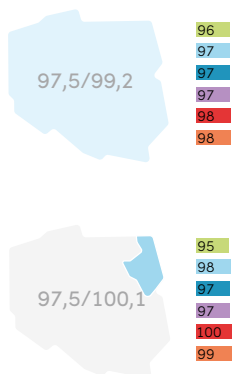
- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018





MAPA 7

Ocena długości oczekiwania na zapłatę za towary/usługi – woj. podlaskie



Indeks % w roku 2017
x – indeks za ostatnie 12 mies.
y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

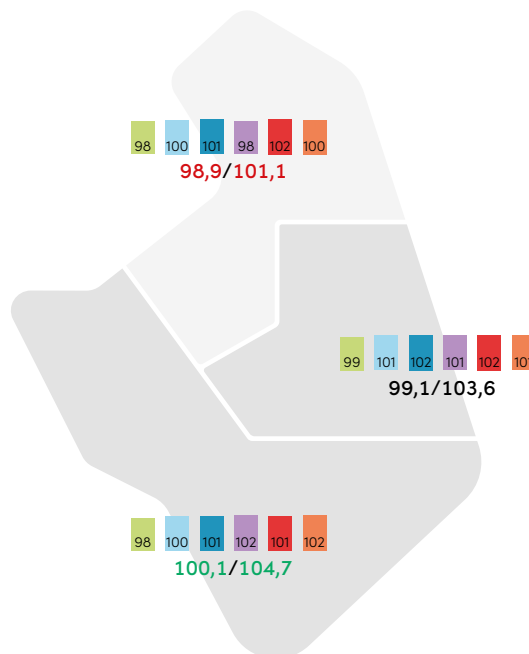
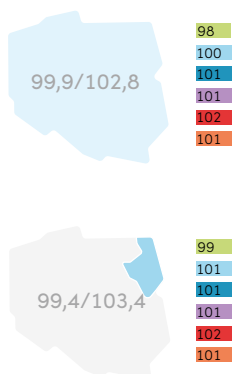
Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018

MAPA 8

ZATRUDNIENIE W MIKRO I MAŁYCH FIRM

Ocena zatrudnienia w firmie – woj. podlaskie



Indeks % w roku 2017
x – indeks za ostatnie 12 mies.
y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

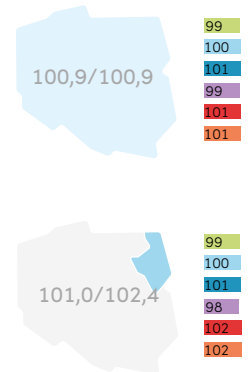
- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



DOSTĘPNOŚCI ZEWNĘTRZNEGO FINANSOWANIA DLA MIKRO I MAŁYCH FIRM

MAPA 9

Ocena dostępności zewnętrznego finansowania dla firmy – woj. podlaskie



WYKRES 1

Źródła finansowania firmy – woj. podlaskie (wyrażone w %)

- Wyłącznie środki własne
- Środki własne oraz finansowanie zewnętrzne (np. kredyt)
- Trudno powiedzieć

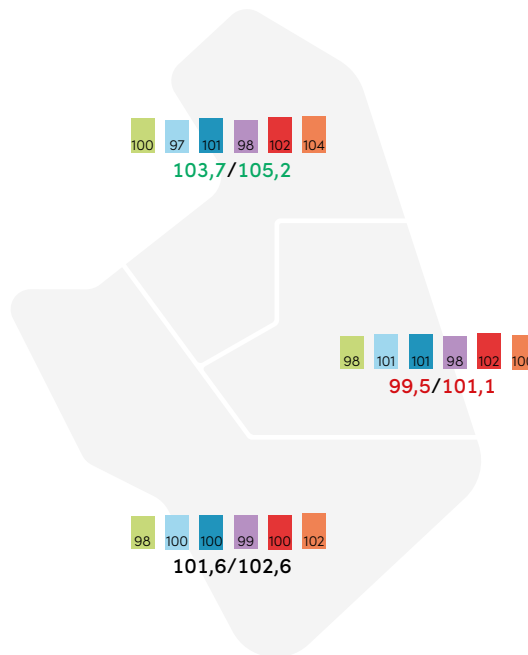
Indeks x/y w roku 2017
x – indeks za ostatnie 12 mies.
y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

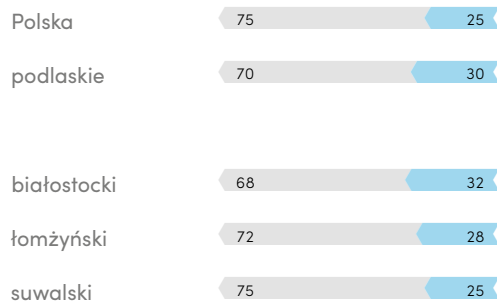
- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

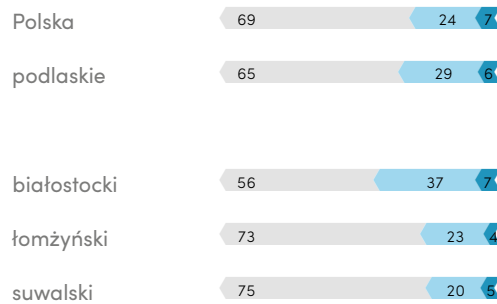
- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy

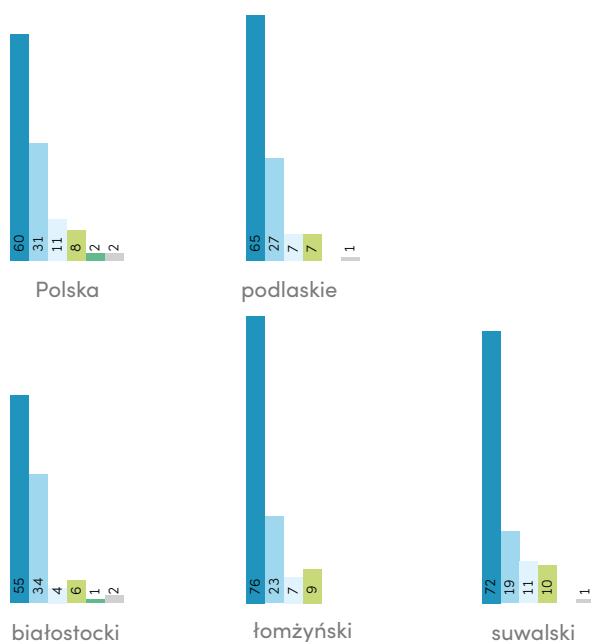




WYKRES 2

Przyczyny finansowania firmy ze środków własnych – woj. podlaskie (wyrażone w %)

- Brak potrzeby
- Niechęć do zadłużenia
- Brak możliwości skorzystania z finansowania zewnętrznego (np. brak zdolności kredytowej)
- Tańszy koszt kapitału własnego w porównaniu z finansowaniem zewnętrznym
- Brak informacji na temat finansowania zewnętrznego
- Inne



WYKRES 3

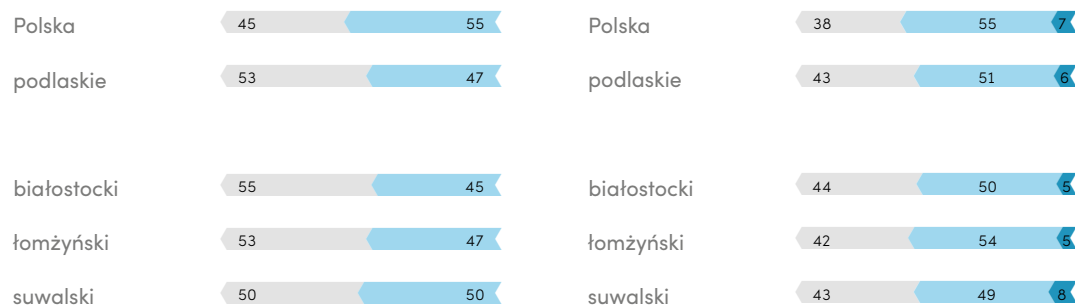
INWESTYCJE MIKRO I MAŁYCH FIRM

Ponoszenie przez firmy wydatków inwestycyjnych – woj. podlaskie (wyrażone w %)

- Tak
- Nie
- Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy

Przyszłe 12 miesięcy



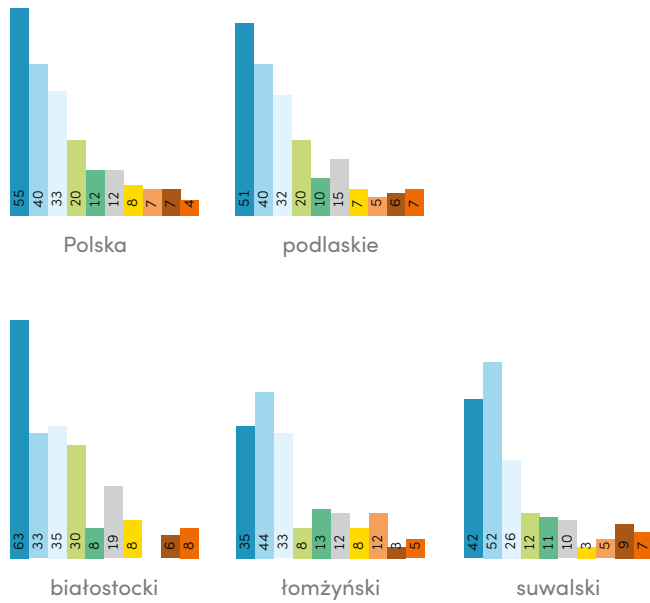


WYKRES 4

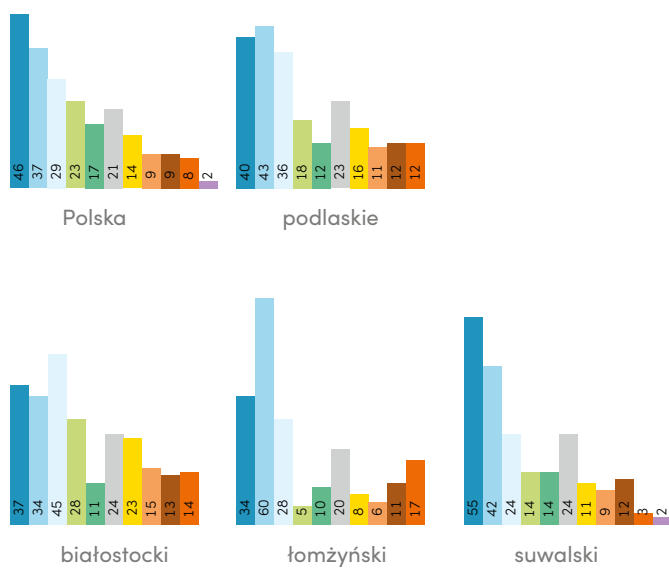
Przedmiot wydatków inwestycyjnych – woj. podlaskie (wyrażone w %)

- Wypożyczenie, narzędzia i przyrządy
- Maszyny i urządzenia
- Środki transportu
- Reklama, marketing
- Szkolenia dla pracowników
- Budynki i budowle
- Zatrudnienie nowych pracowników
- Wartości niematerialne i prawne
- Technologie (np. cyfrowe)
- Grunty
- Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy

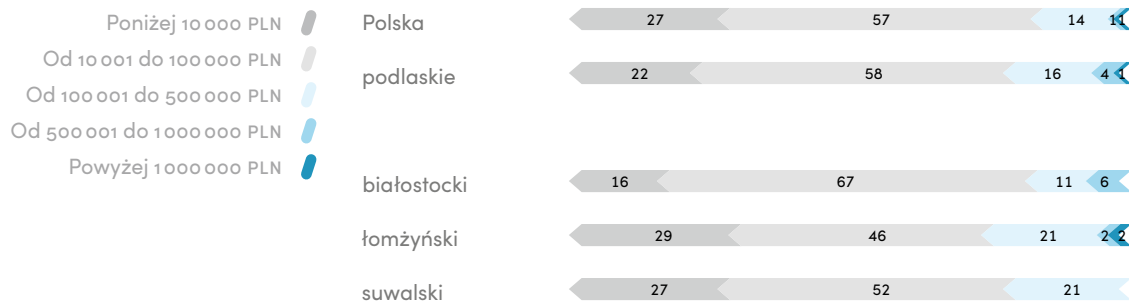




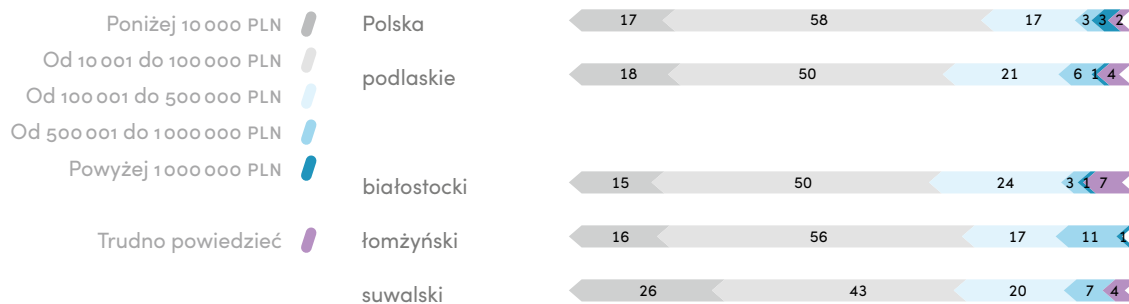
WYKRES 5

Wysokość wydatków inwestycyjnych – woj. podlaskie
(wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy

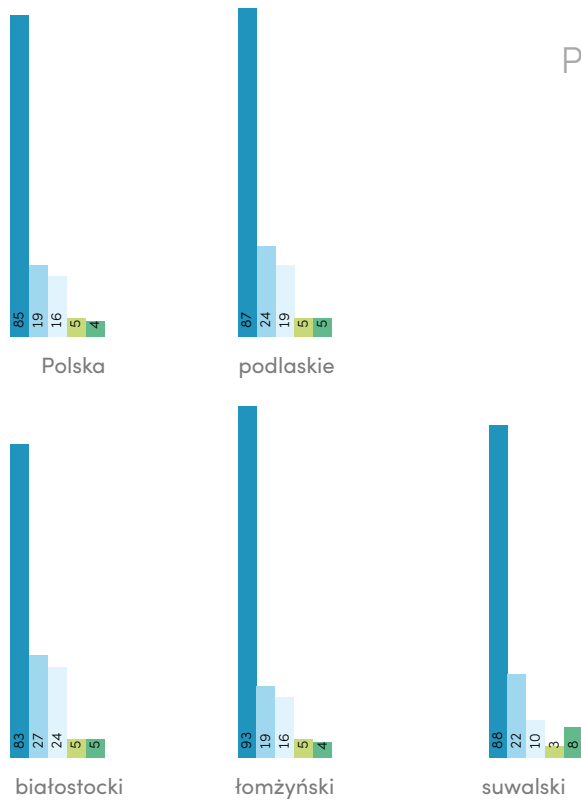




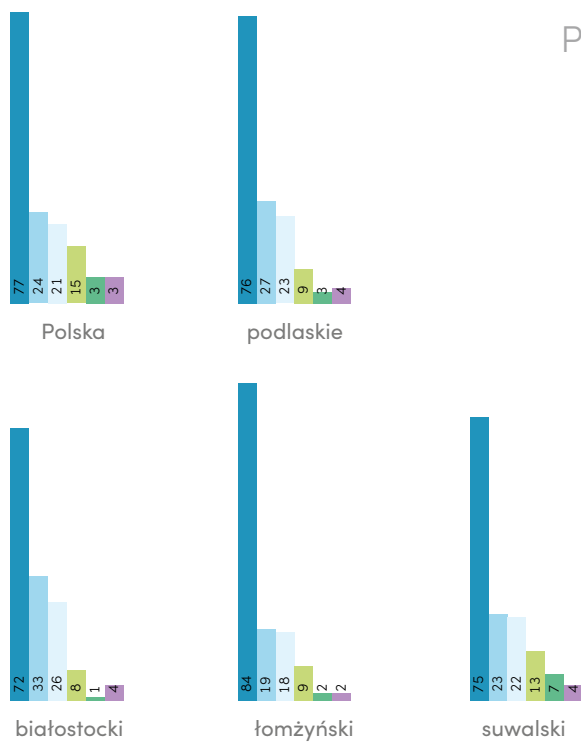
* 5 najczęściej wymienianych źródeł finansowania inwestycji

WYKRES 6

Źródła finansowania inwestycji – woj. podlaskie (wyrażone w %)



- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Leasing
- Dotacje
- Pożyczka od rodziny lub znajomych



- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Leasing
- Dotacje
- Pożyczka od rodziny lub znajomych
- Trudno powiedzieć



WYKRES 7

EKSPORT MIKRO I MAŁYCH FIRM

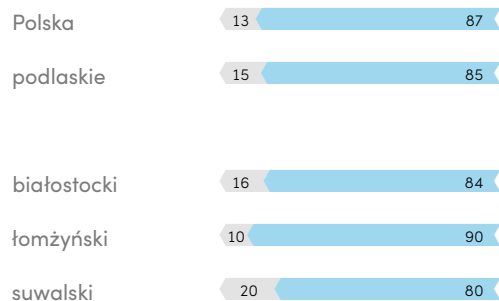
Eksport wyrobów
lub usług przez firmę
– woj. podlaskie
(wyrażone w %)

Tak

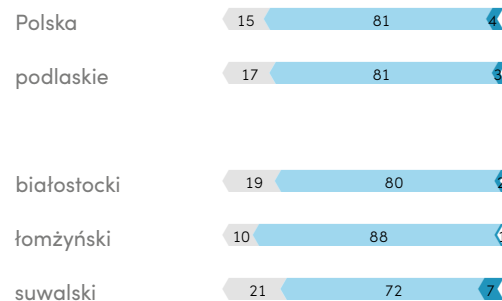
Nie

Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy

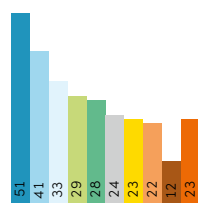


Przyszłe 12 miesięcy

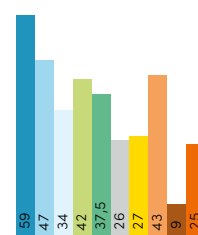


WYKRES 8

Kierunki rozwoju
działalności eksportowej
(wyrażone w %)



Polska

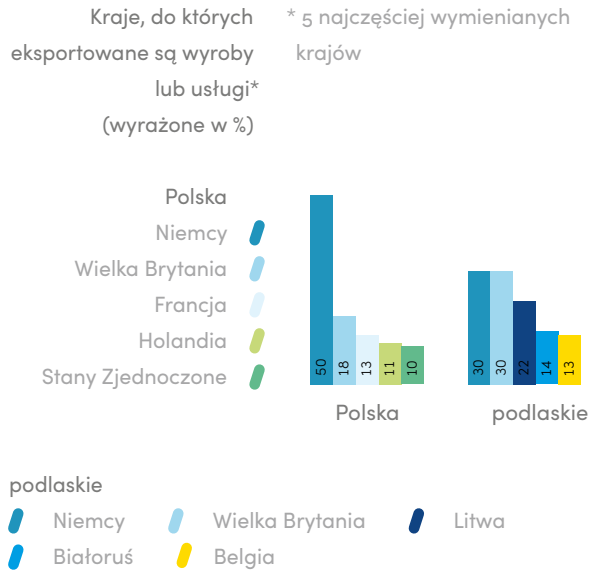


podlaskie

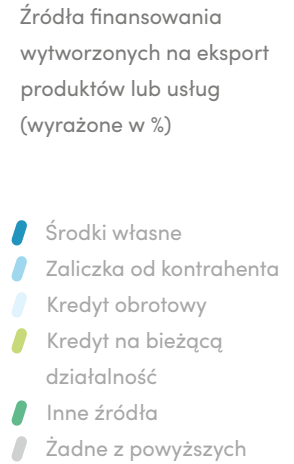
- Znalezienie nowych kontrahentów za granicą
- Zwiększenie sprzedaży na dotychczasowych rynkach zagranicznych
- Indywidualne podejście do klienta – produkcja/usługi szyte na miarę
- Nowe produkty i usługi w ofercie
- Poprawa jakości oferowanych produktów i usług
- Dotarcie na nowe rynki
- Inwestycje w innowacyjne produkty i usługi
- Nowe strategie sprzedaży
- Nowa działalność lub branża firmy
- Żadne z powyższych



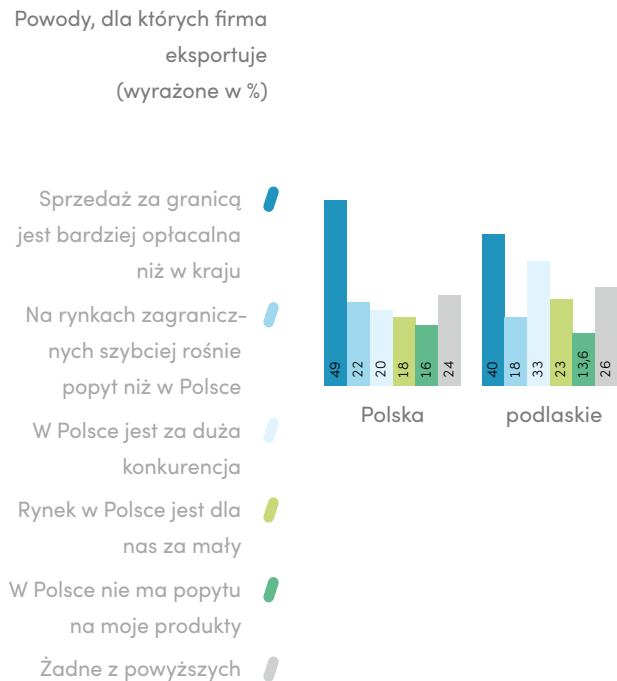
WYKRES 9



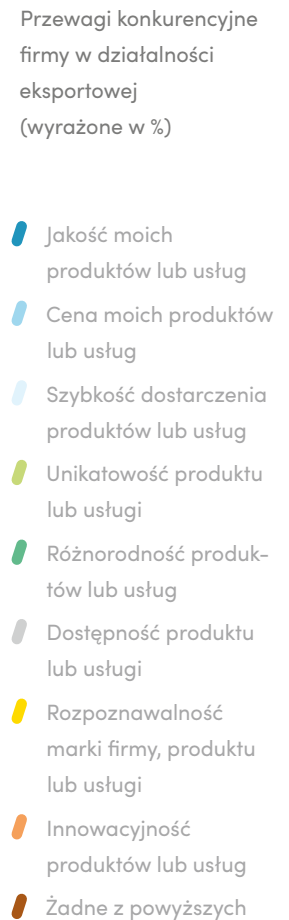
WYKRES 10



WYKRES 11



WYKRES 12





WYKRES 13

INNOWACYJNOŚĆ MIKRO I MAŁYCH FIRM

Innowacja produktowa
– woj. podlaskie
(wyrażone w %)

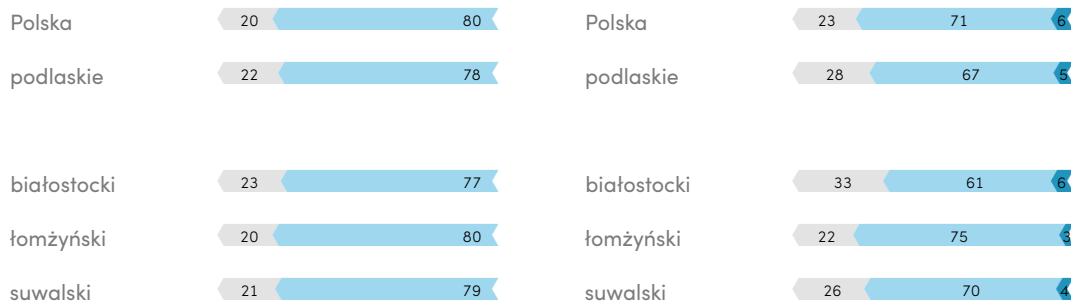
Poprzednie 12 miesięcy

Przyszłe 12 miesięcy

Tak

Nie

Trudno powiedzieć



WYKRES 14

Innowacja procesowa –
woj. podlaskie
(wyrażone w %)

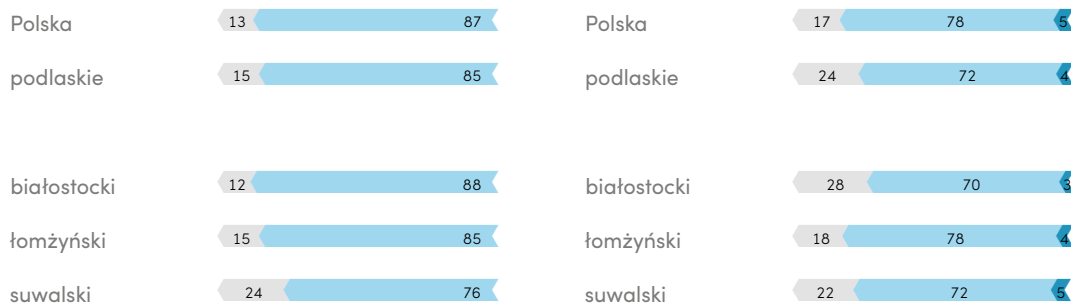
Poprzednie 12 miesięcy

Przyszłe 12 miesięcy

Tak

Nie

Trudno powiedzieć

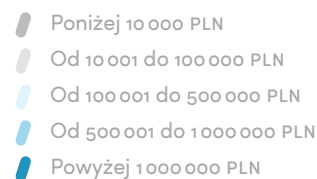
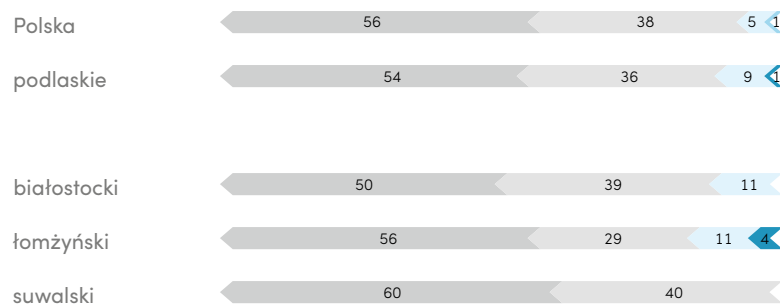




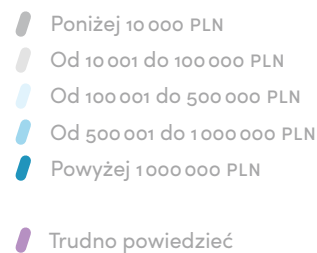
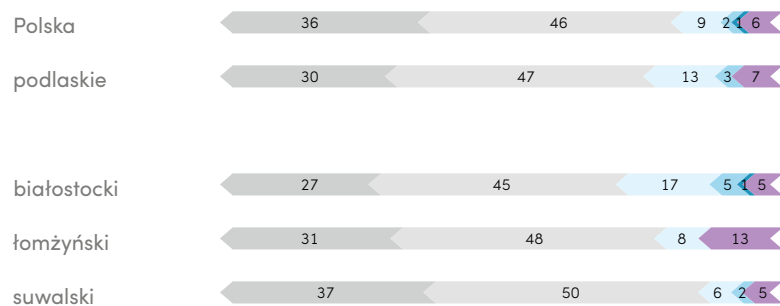
WYKRES 15

Wysokość wydatków
na innowacje
– woj. podlaskie
(wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy



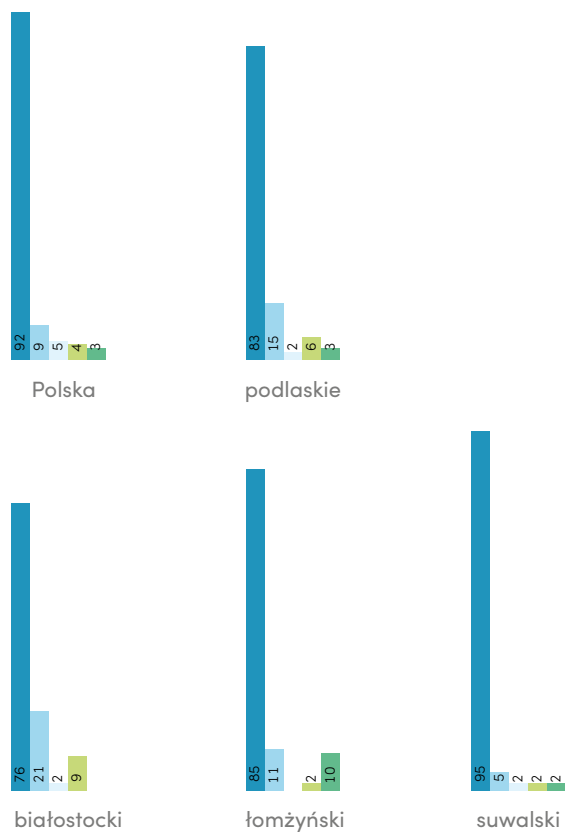


WYKRES 16

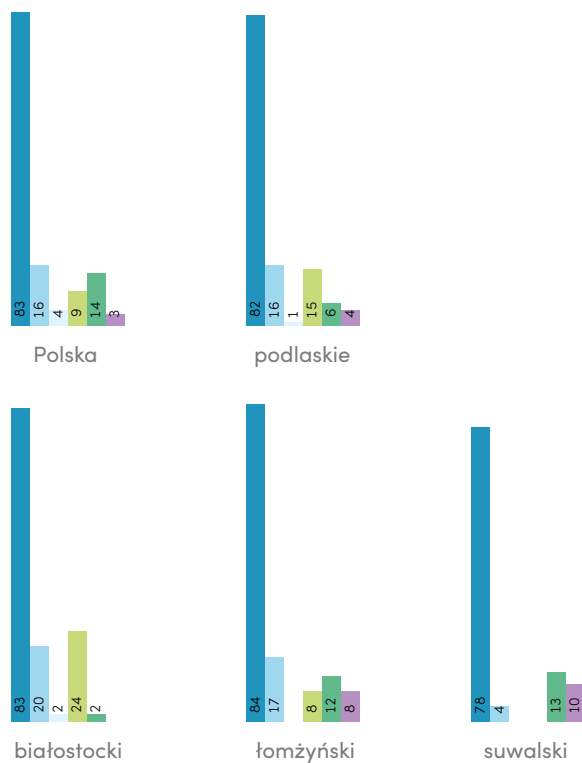
* 5 najczęściej wymienianych źródeł finansowania innowacji

Źródło finansowania innowacji – woj. podlaskie (wyrażone w %)

- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Pożyczka od rodziny
- Leasing
- Dotacje



- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Pożyczka od rodziny
- Leasing
- Dotacje
- Trudno powiedzieć

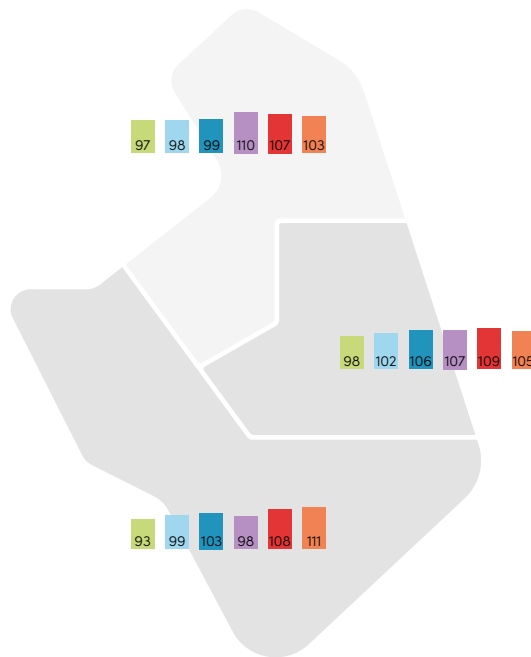




OCENA OTOCZENIA BIZNESU PRZEZ MIKRO I MAŁE FIRMY

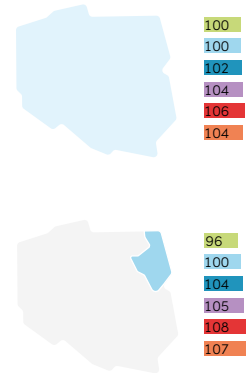
Wartość indeksu z badania w 2018 roku:
 poniżej wyniku ogólnopolskiego
 powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:
 indeks z 2013
 indeks z 2014
 indeks z 2015
 indeks z 2016
 indeks z 2017
 indeks z 2018



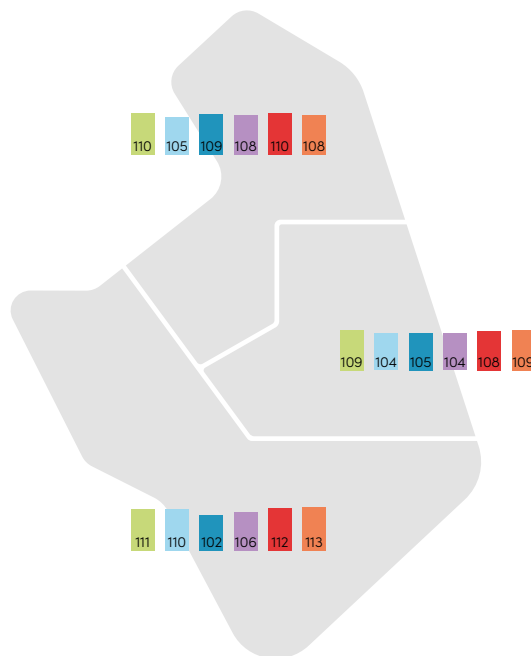
MAPA 10

Ocena jakości usług świadczonych przedsiębiorcom przez lokalną administrację – woj. podlaskie



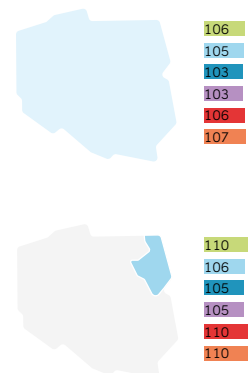
Wartość indeksu z badania w 2018 roku:
 poniżej wyniku ogólnopolskiego
 powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:
 indeks z 2013
 indeks z 2014
 indeks z 2015
 indeks z 2016
 indeks z 2017
 indeks z 2018



MAPA 11

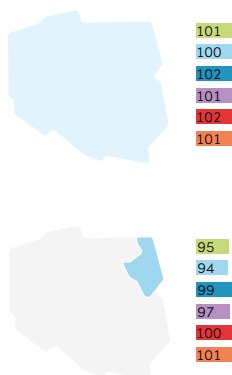
Ocena jakości usług doradczych świadczonych przez polskie banki w zakresie kredytów – woj. podlaskie





MAPA 12

Ocena uciążliwości
kontrolni działalności
gospodarczej
– woj. podlaskie



Wartość indeksu
z badania w 2018 roku:

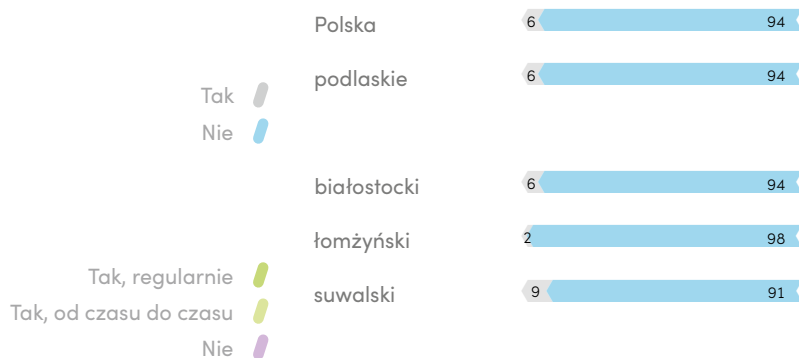
- poniżej wyniku ogólnopolskiego
- powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:

- indeks z 2013
- indeks z 2014
- indeks z 2015
- indeks z 2016
- indeks z 2017
- indeks z 2018

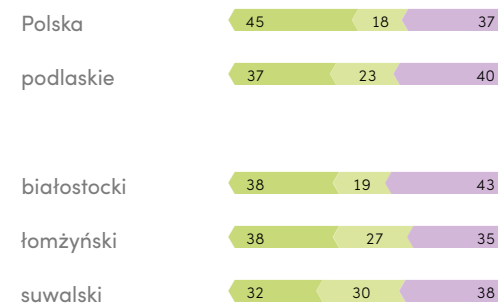
WYKRES 17

Przynależność do
organizacji biznesowych
– woj. podlaskie
(wyrażone w %)



WYKRES 18

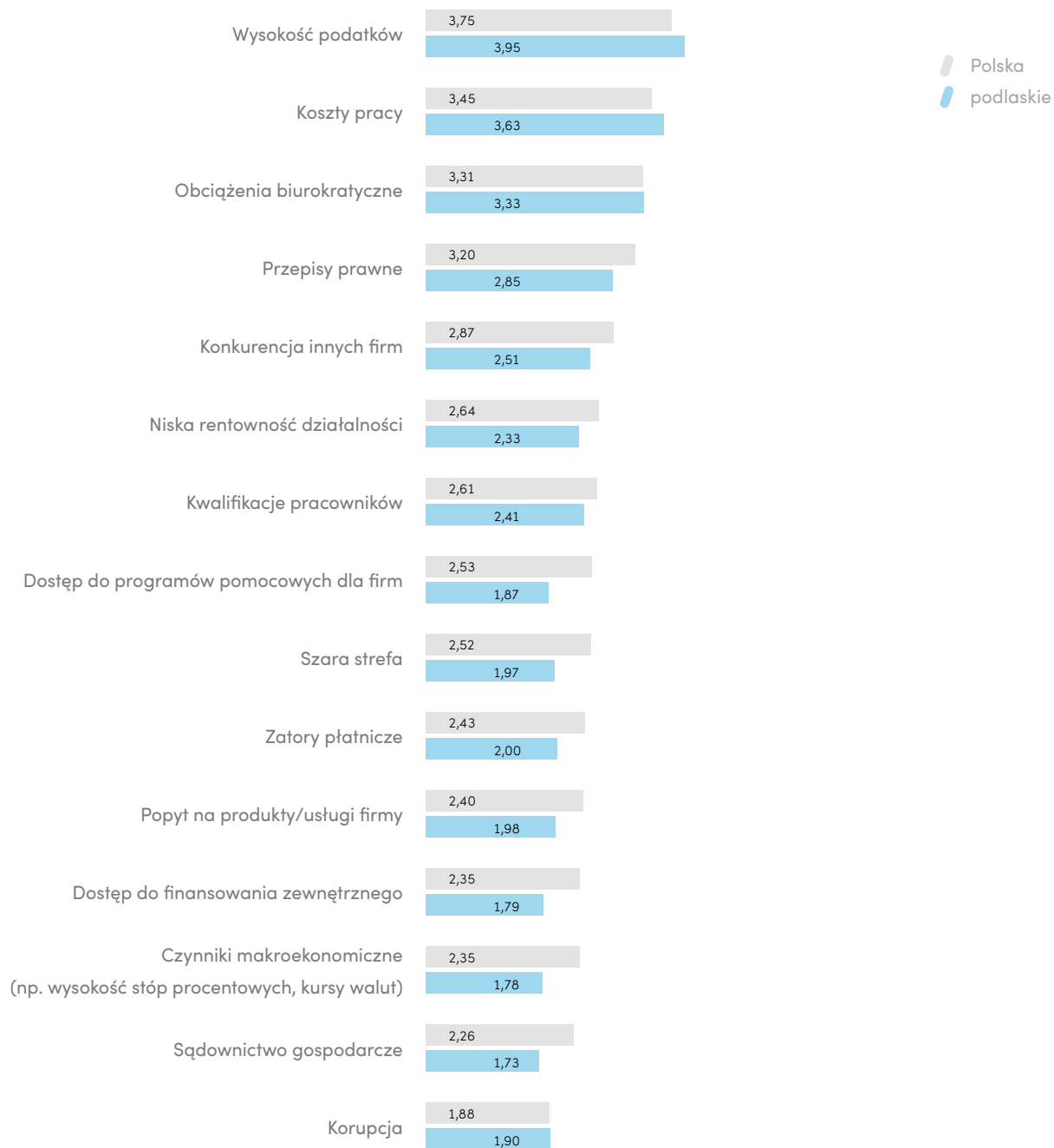
Korzystanie z usług firm zewnętrznych
– woj. podlaskie (wyrażone w %)





WYKRES 19

Główne bariery rozwoju
firmy – woj. podlaskie



Na wykresie zaprezentowano średnie z odpowiedzi;
od 1 „brak bariery” do 5 „bardzo ograniczająca bariera”.



województwo
pomorskie

Albo rybka, albo... rybka,
nawet gdy pogoda brzydka.





TABELA 1 Dane statystyczne

	POLSKA	POMORSKIE	gdański	słupski	starogardzki	trójmiejski	chojnicki
PKB na 1 mieszkańca w relacji do średniej krajowej (Polska = 100; 2016)	100,0	96,9	72,8	73,4	79,8	145,2	65,2
Dochody gmin na 1 mieszkańca (zł; 2017)	4 938	5 325	5 091	5 307	4 406	6 189	4 853
Wydatki gmin na 1 mieszkańca (zł; 2017)	4 958	5 340	5 114	5 333	4 449	6 162	4 911
Stopa bezrobocia rejestrowanego (III kwartał 2018)	5,7	4,8	5,3	6,8	6,7	2,5	7,8
Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w relacji do średniej krajowej (Polska = 100; 2017)	100	99	85	85	90	116	78
Nakłady inwestycyjne w przedsiębiorstwach na 1 mieszkańca (zł; 2016)	3 880	3 704	2 074	2 406	2 630	6 652	2 043
Podmioty zarejestrowane w rejestrze REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	1 121	1 264	1 183	1 119	927	1 700	891
Podmioty nowo zarejestrowane w rejestrze REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	94	119	132	95	79	153	85
Podmioty wykreślone z rejestru REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	75	91	99	80	68	108	70
Podmioty gospodarcze zarejestrowane w rejestrze REGON ogółem (2017), w tym:	4 309 800	293 704	68 882	37 556	40 133	126 974	20 159
0–9 pracujących (mikro)	4 128 611	282 142	66 497	36 147	38 330	121 916	19 252
10–49 pracujących (małe)	147 607	9 418	2 005	1 105	1 462	4 114	732
50–249 pracujących (średnie)	29 154	1 902	363	276	308	800	155
Powyżej 249 pracujących (duże)	4 428	242	17	28	33	144	20



OGÓLNY WSKAŹNIK KONIUNKTURY MIKRO I MAŁYCH FIRM

MAPA 1

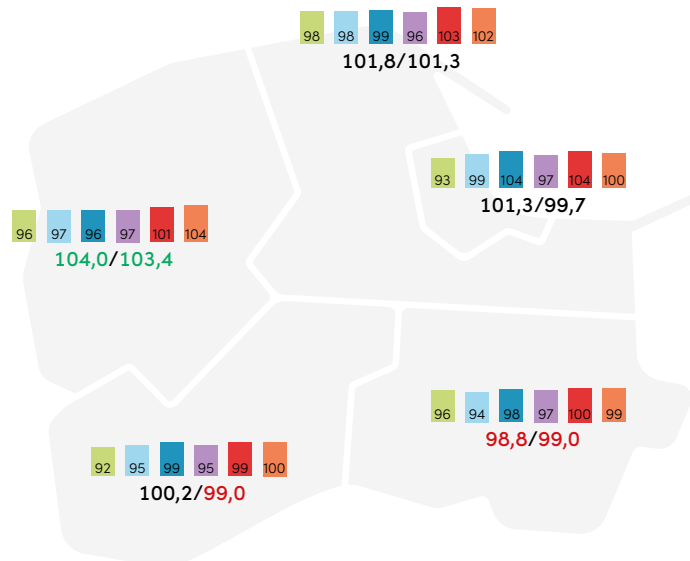
Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

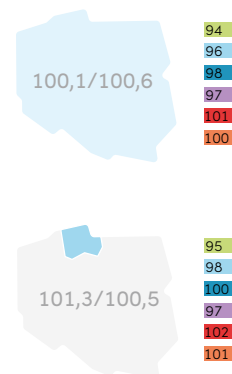
- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



Ogólny Wskaźnik Koniunktury Mikro i Małych Firm – woj. pomorskie



OCENA SYTUACJI GOSPODARCZEJ PRZEZ MIKRO I MAŁE FIRMY

MAPA 2

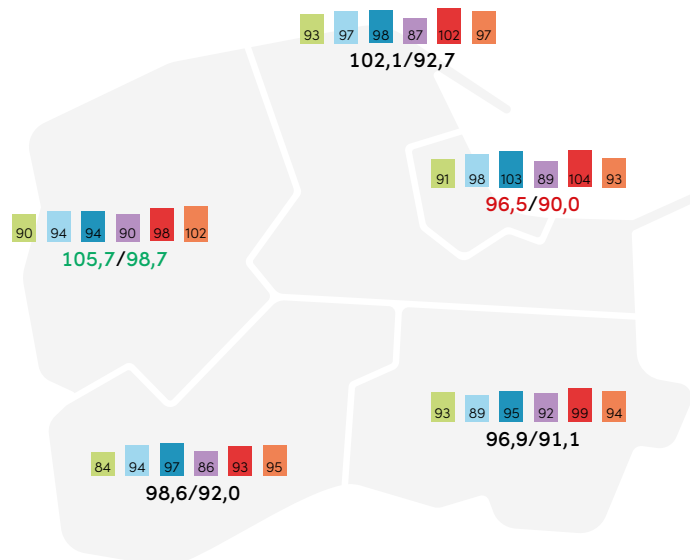
Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

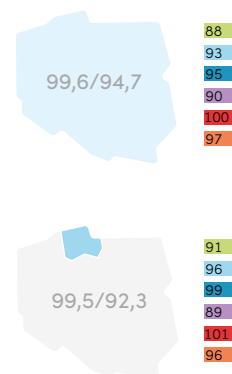
- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



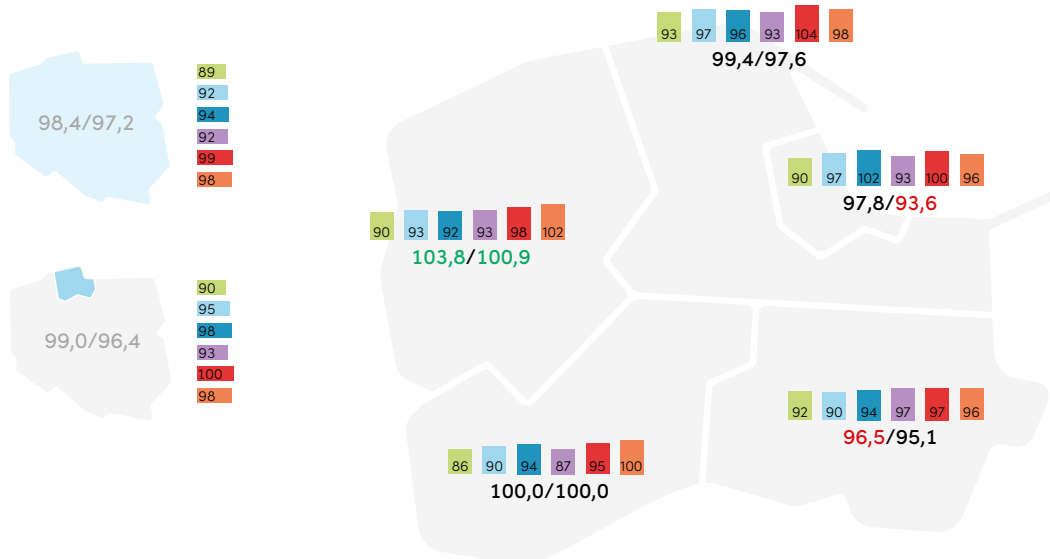
Ocena sytuacji gospodarczej – woj. pomorskie





MAPA 3

Ocena sytuacji branży
– woj. pomorskie



Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

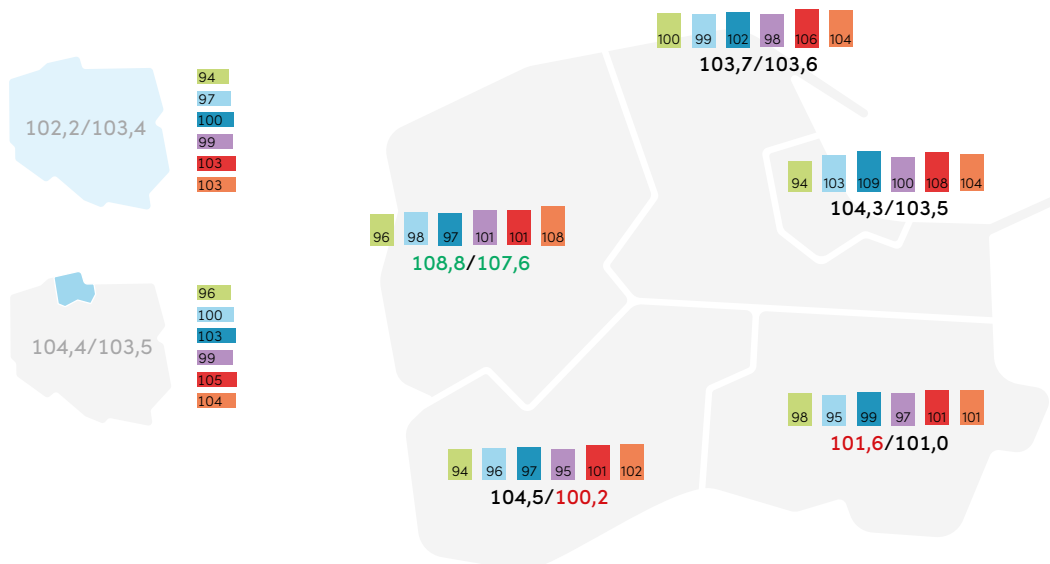
- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018

MAPA 4

Ocena sytuacji firmy
– woj. pomorskie



Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



SYTUACJA FINANSOWA MIKRO I MAŁYCH FIRM

MAPA 5

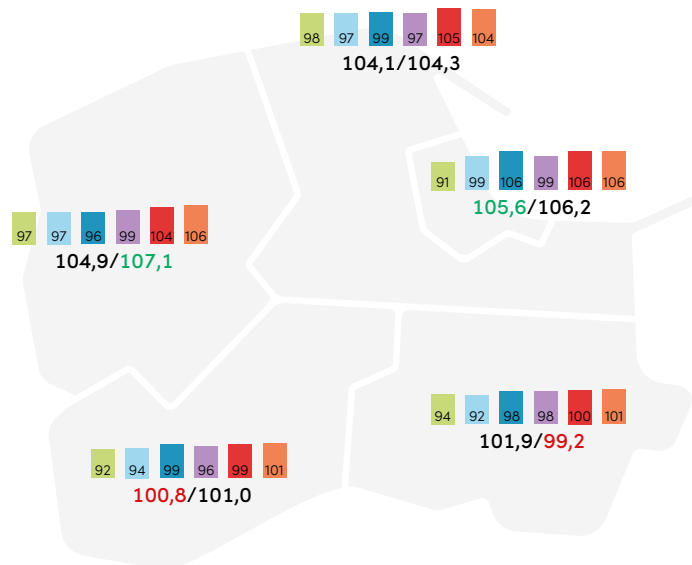
Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

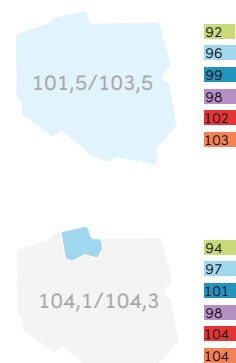
- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



Ocena przychodów firmy – woj. pomorskie



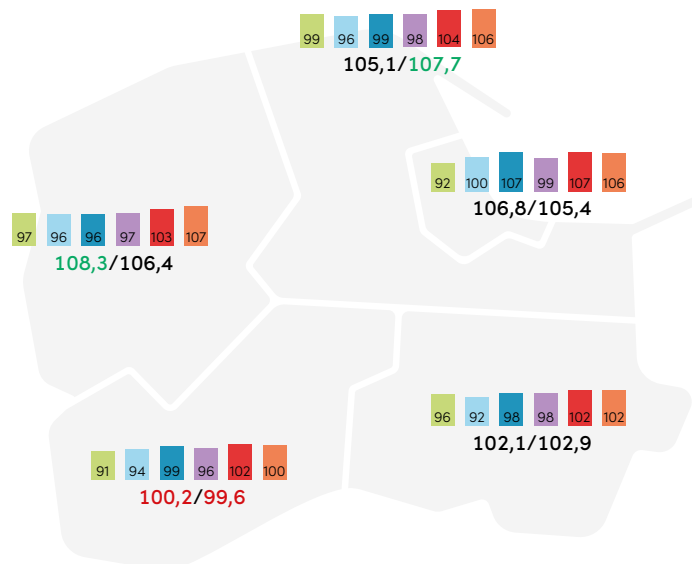
Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

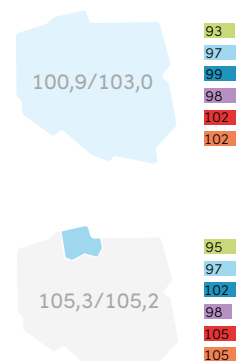
Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



MAPA 6

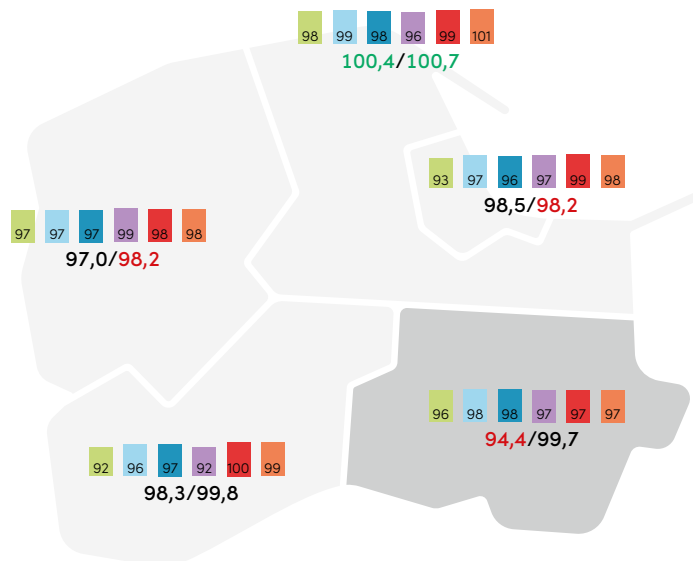
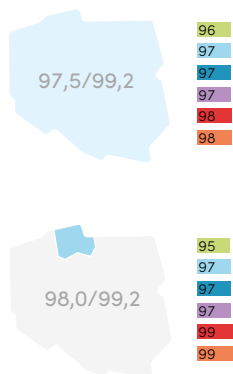
Ocena wyniku finansowego firmy – woj. pomorskie





MAPA 7

Ocena długości oczekiwania na zapłatę za towary/ usługi – woj. pomorskie



Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

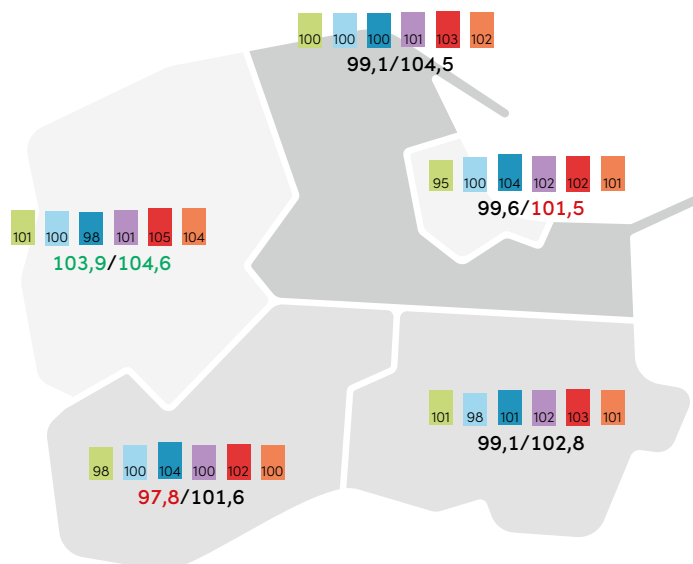
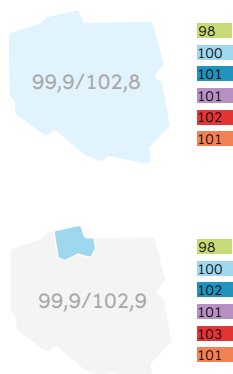
Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018

MAPA 8

ZATRUDNIENIE W MIKRO I MAŁYCH FIRM

Ocena zatrudnienia w firmie – woj. pomorskie



Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

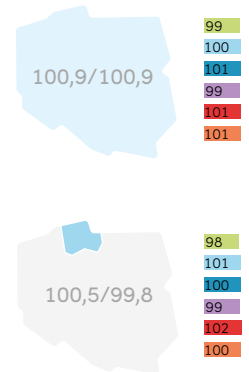
- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



DOSTĘPNOŚĆ ZEWĘTRZNEGO FINANSOWANIA DLA MIKRO I MAŁYCH FIRM

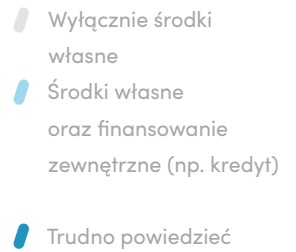
MAPA 9

Ocena dostępności zewnętrznego finansowania dla firmy – woj. pomorskie



WYKRES 1

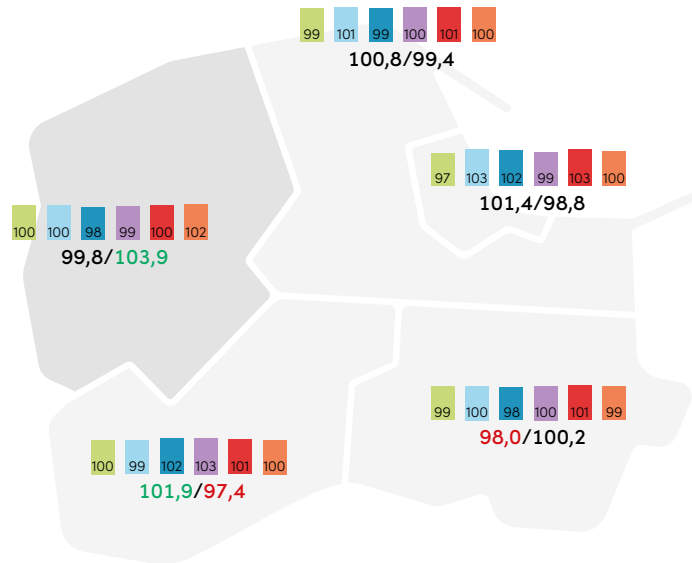
Źródła finansowania firmy – woj. pomorskie (wyrażone w %)



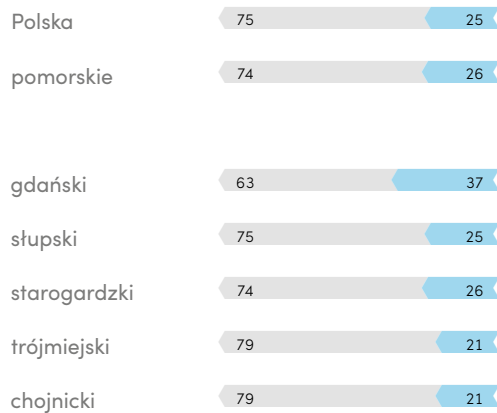
Indeks x/y w roku 2017
x – indeks za ostatnie 12 mies.
y – indeks za przysze 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przysze 12 miesięcy w roku 2018:
brak poprawy (-50-2,9)
niewielka poprawa (3-4,9)
poprawa (5-7,9)
duża poprawa (8-10,9)
b. duża poprawa (11-50)

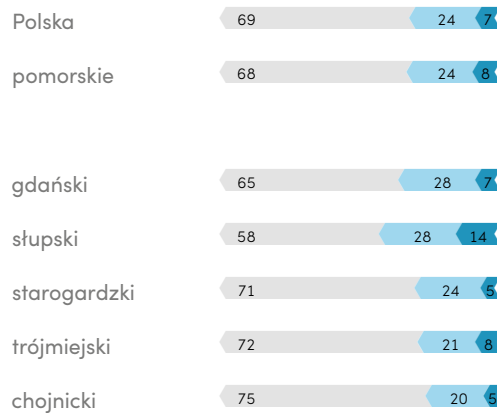
Średnia z indeksów za ostatnie i przysze 12 miesięcy:
średnia z indeksów 2013
średnia z indeksów 2014
średnia z indeksów 2015
średnia z indeksów 2016
średnia z indeksów 2017
średnia z indeksów 2018



Poprzednie 12 miesięcy



Przysze 12 miesięcy

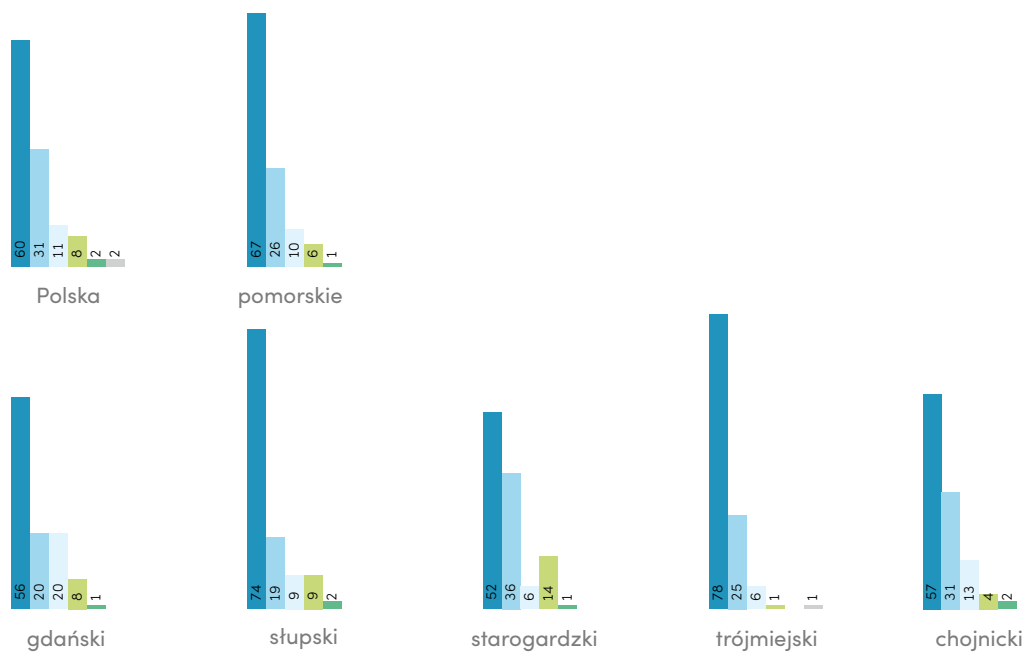




WYKRES 2

Przyczyny finansowania firmy ze środków własnych – woj. pomorskie (wyrażone w %)

- Brak potrzeby
- Niechęć do zadłużenia
- Brak możliwości skorzystania z finansowania zewnętrznego (np. brak zdolności kredytowej)
- Tańszy koszt kapitału własnego w porównaniu z finansowaniem zewnętrznym
- Brak informacji na temat finansowania zewnętrznego
- Inne



WYKRES 3

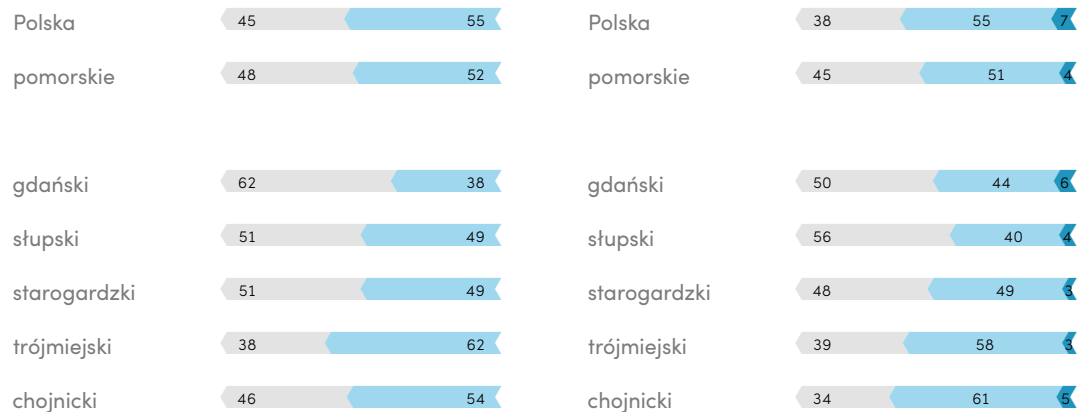
INWESTYCJE MIKRO I MAŁYCH FIRM

Ponoszenie przez firmy wydatków inwestycyjnych – woj. pomorskie (wyrażone w %)

- Tak
- Nie
- Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy

Przyszłe 12 miesięcy



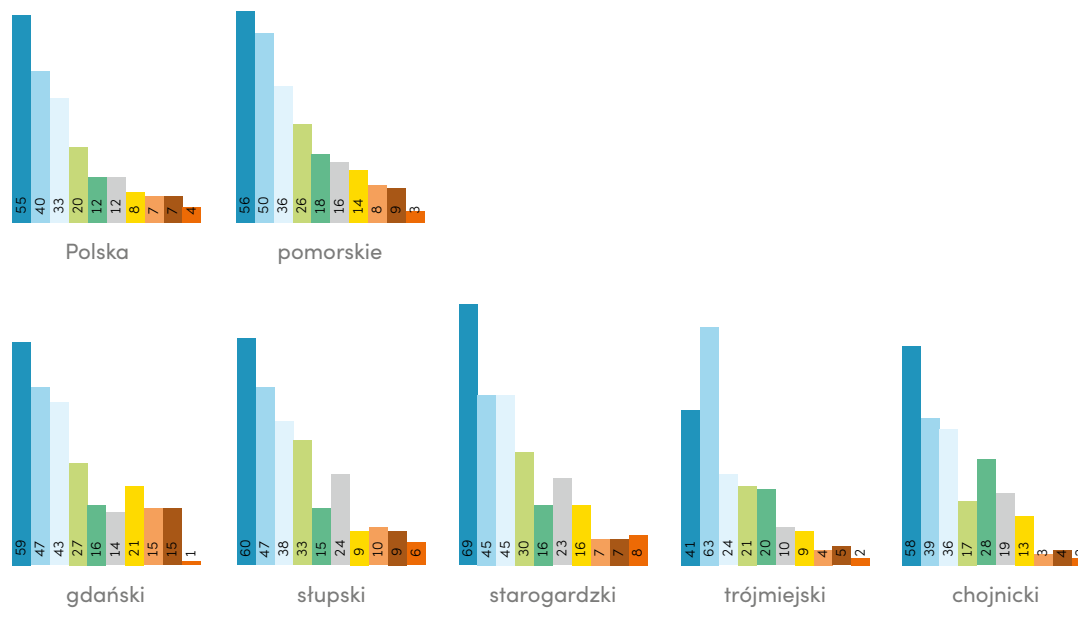


WYKRES 4

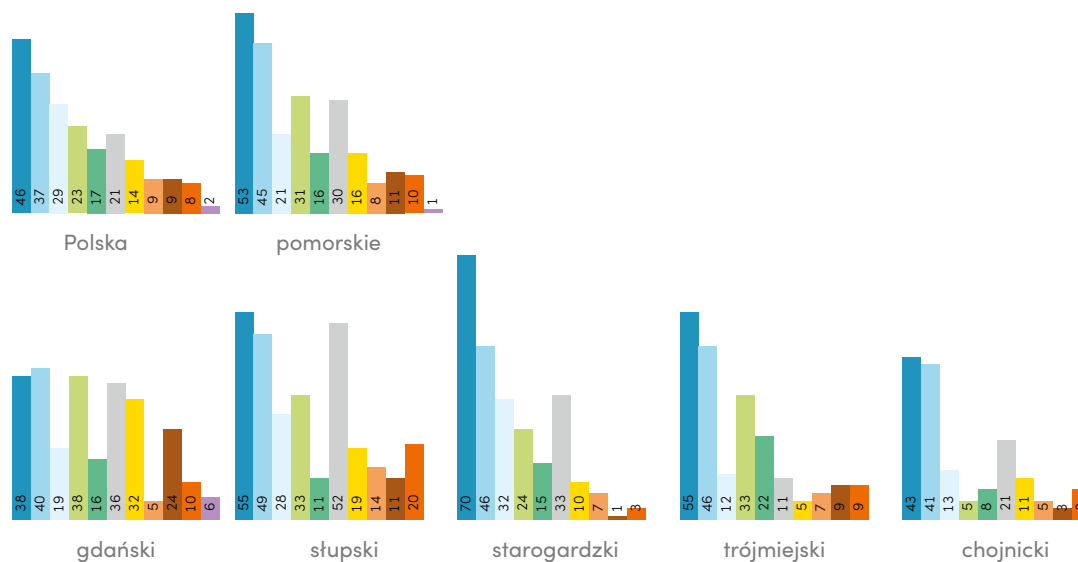
Przedmiot wydatków inwestycyjnych – woj. pomorskie (wyrażone w %)

- Wypożyczenie, narzędzia i przyrządy
- Maszyny i urządzenia
- Środki transportu
- Reklama, marketing
- Szkolenia dla pracowników
- Budynki i budowle
- Zatrudnienie nowych pracowników
- Wartości niematerialne i prawne
- Technologie (np. cyfrowe)
- Grunty
- Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy

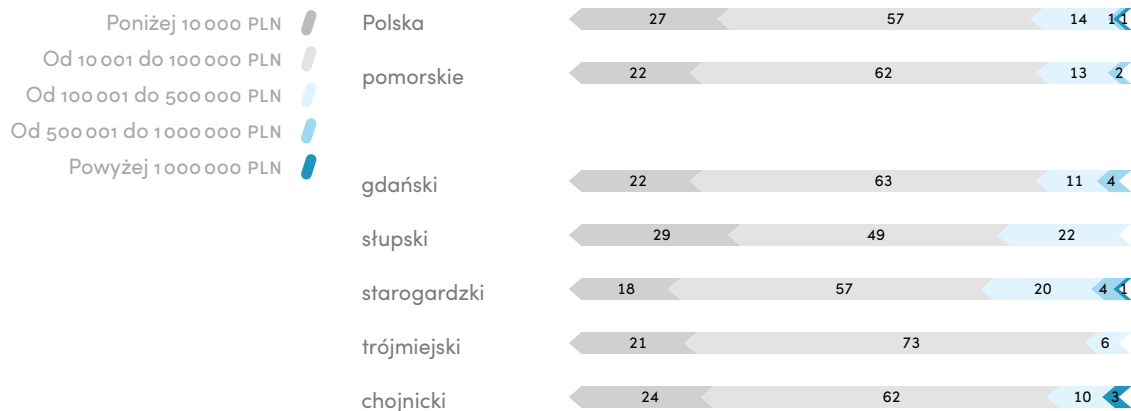




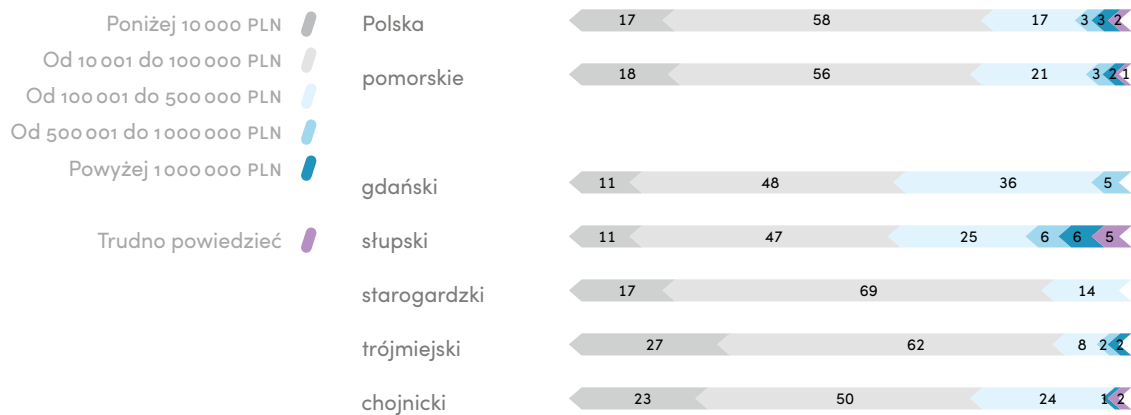
WYKRES 5

Wysokość wydatków inwestycyjnych – woj. pomorskie
(wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy

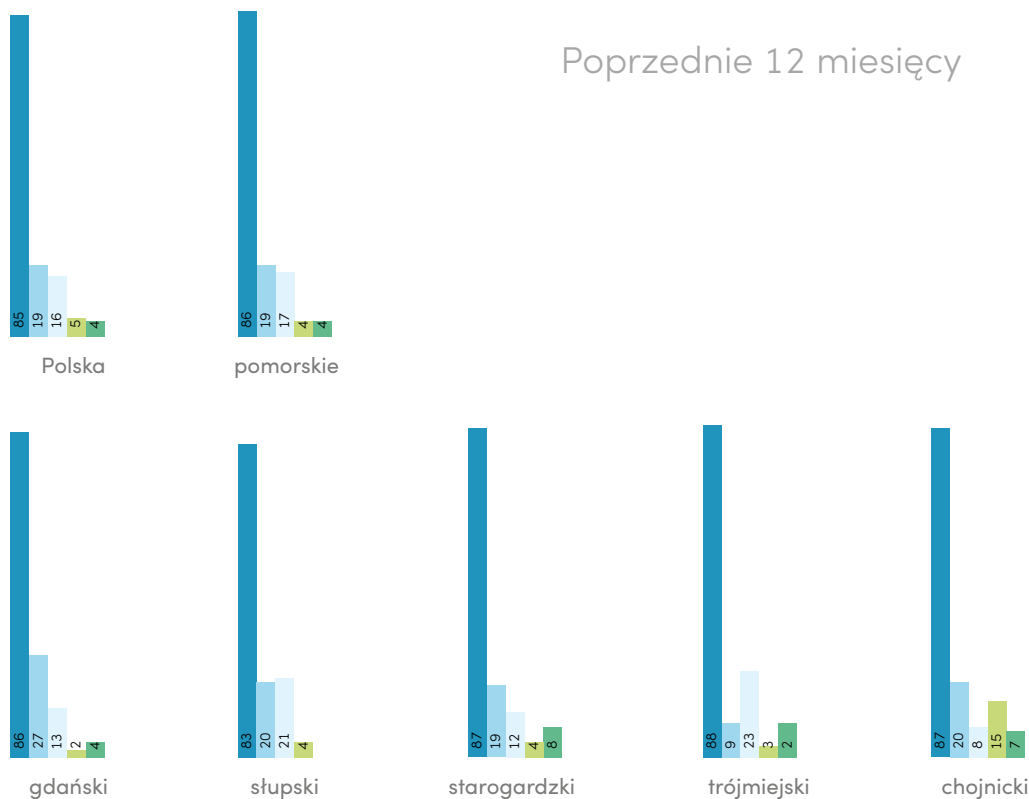




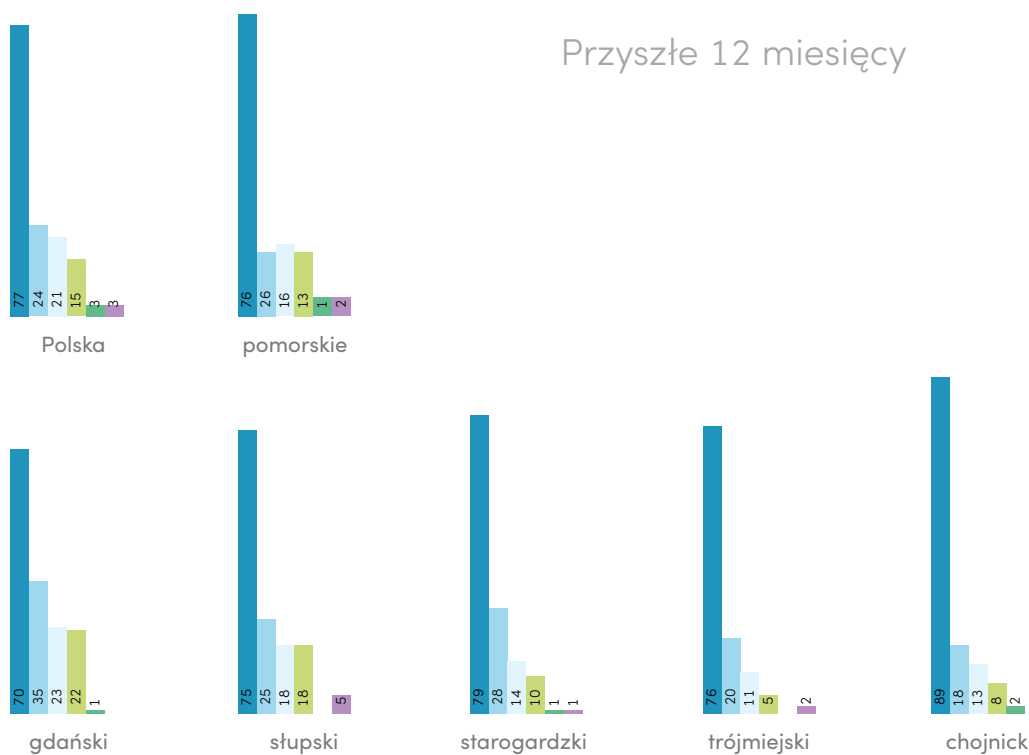
* 5 najczęściej wymienianych źródeł finansowania inwestycji

WYKRES 6

Źródła finansowania inwestycji – woj. pomorskie (wyrażone w %)



- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Leasing
- Dotacje
- Pożyczka od rodziny lub znajomych



- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Leasing
- Dotacje
- Pożyczka od rodziny lub znajomych
- Trudno powiedzieć



WYKRES 7

EKSPORT MIKRO I MAŁYCH FIRM

Eksport wyrobów
lub usług przez firmę
– woj. pomorskie
(wyrażone w %)

Tak

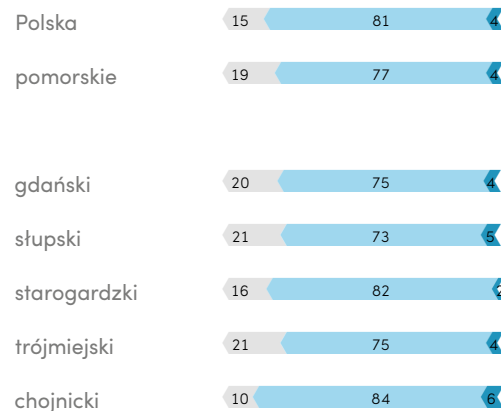
Nie

Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy

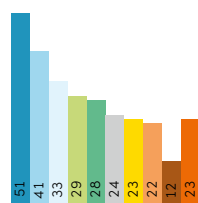


Przyszłe 12 miesięcy

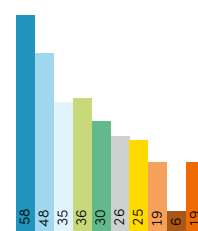


WYKRES 8

Kierunki rozwoju
działalności eksportowej
(wyrażone w %)



Polska



pomorskie

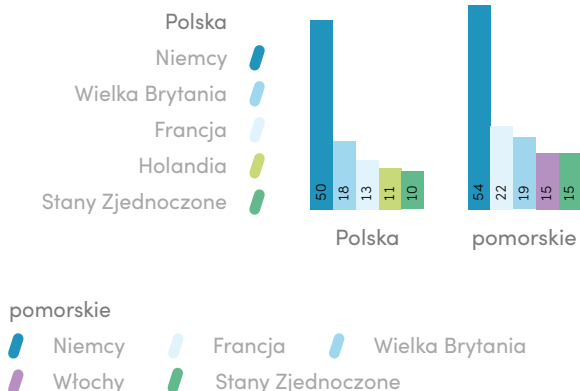
- Znalezienie nowych kontrahentów za granicą
- Zwiększenie sprzedaży na dotychczasowych rynkach zagranicznych
- Indywidualne podejście do klienta – produkcja/usługi szyte na miarę
- Nowe produkty i usługi w ofercie
- Poprawa jakości oferowanych produktów i usług
- Dotarcie na nowe rynki
- Inwestycje w innowacyjne produkty i usługi
- Nowe strategie sprzedaży
- Nowa działalność lub branża firmy
- Żadne z powyższych



WYKRES 9

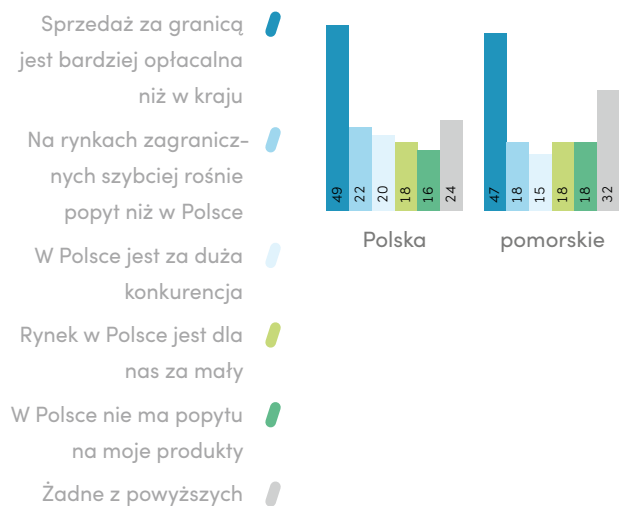
Kraje, do których eksportowane są wyroby lub usługi* (wyrażone w %)

* 5 najczęściej wymienianych krajów



WYKRES 11

Powody, dla których firma eksportuje (wyrażone w %)



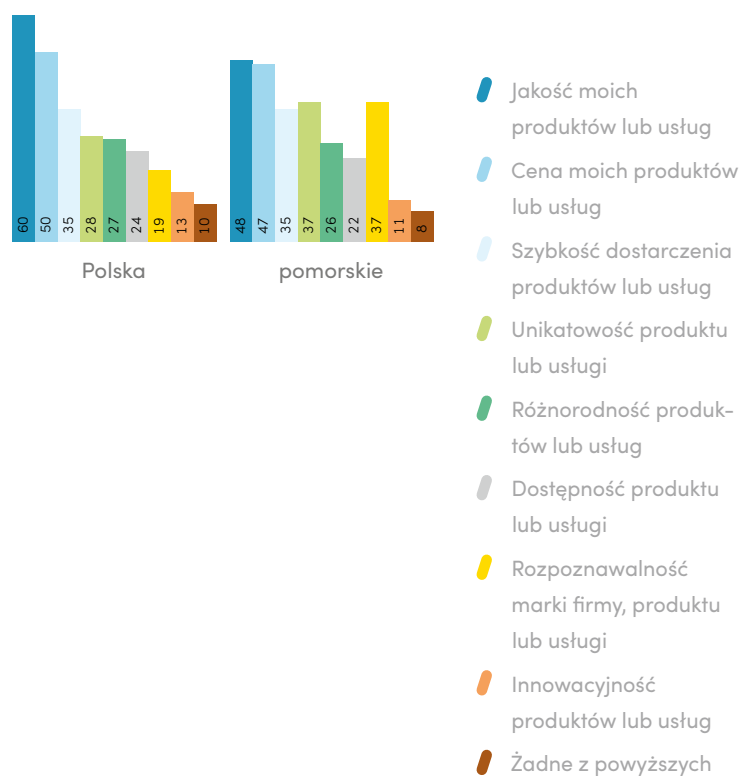
WYKRES 10

Źródła finansowania wytworzonych na eksport produktów lub usług (wyrażone w %)



WYKRES 12

Przewagi konkurencyjne firmy w działalności eksportowej (wyrażone w %)





WYKRES 13

INNOWACYJNOŚĆ MIKRO I MAŁYCH FIRM

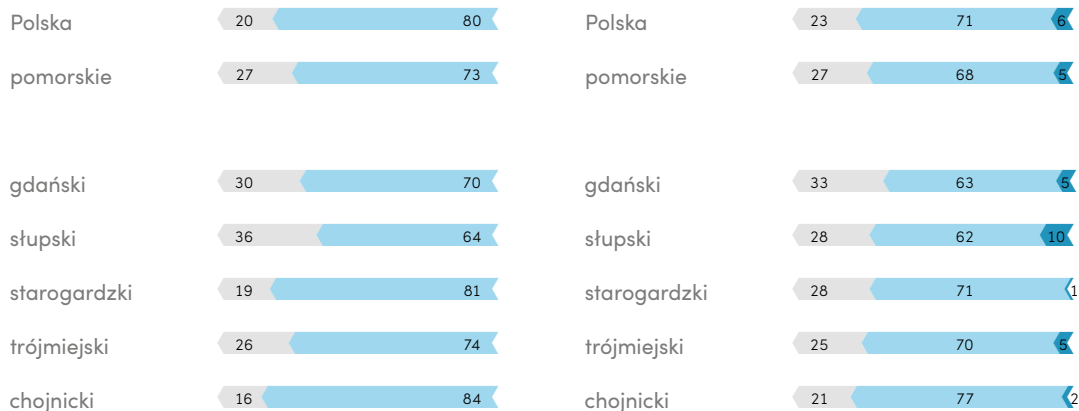
Innowacja produktowa
– woj. pomorskie
(wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy

Przyszłe 12 miesięcy

Tak 
Nie 

Trudno powiedzieć 



WYKRES 14

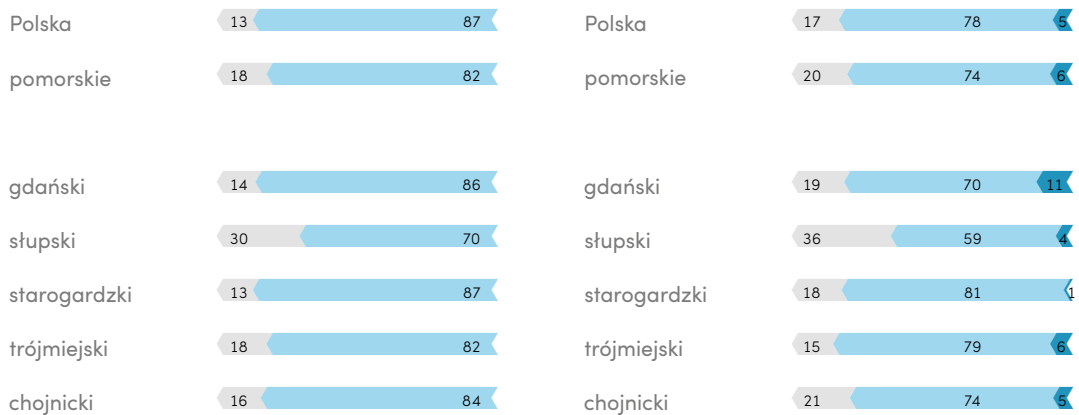
Innowacja procesowa –
woj. pomorskie
(wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy

Przyszłe 12 miesięcy

Tak 
Nie 

Trudno powiedzieć 

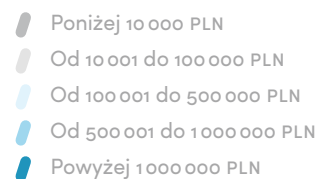
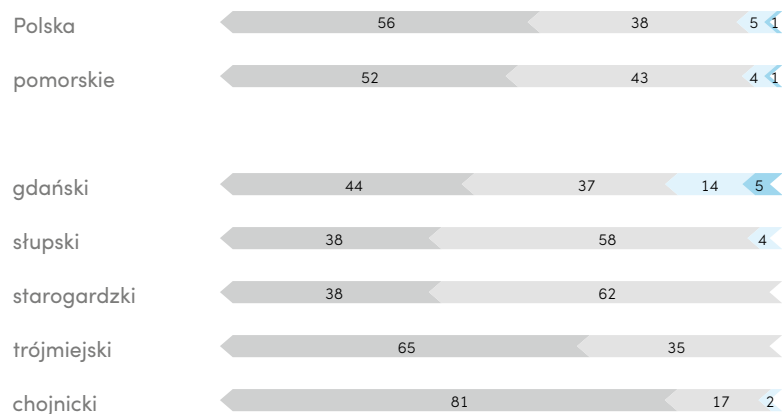




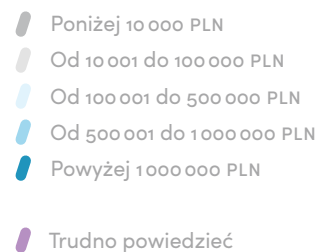
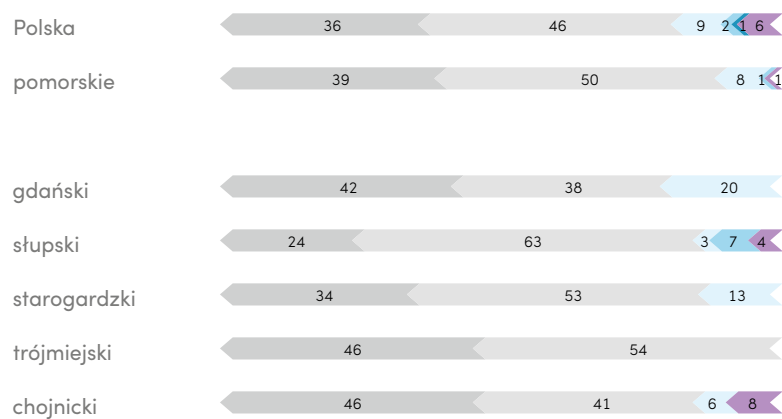
WYKRES 15

Wysokość wydatków
na innowacje
– woj. pomorskie
(wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy





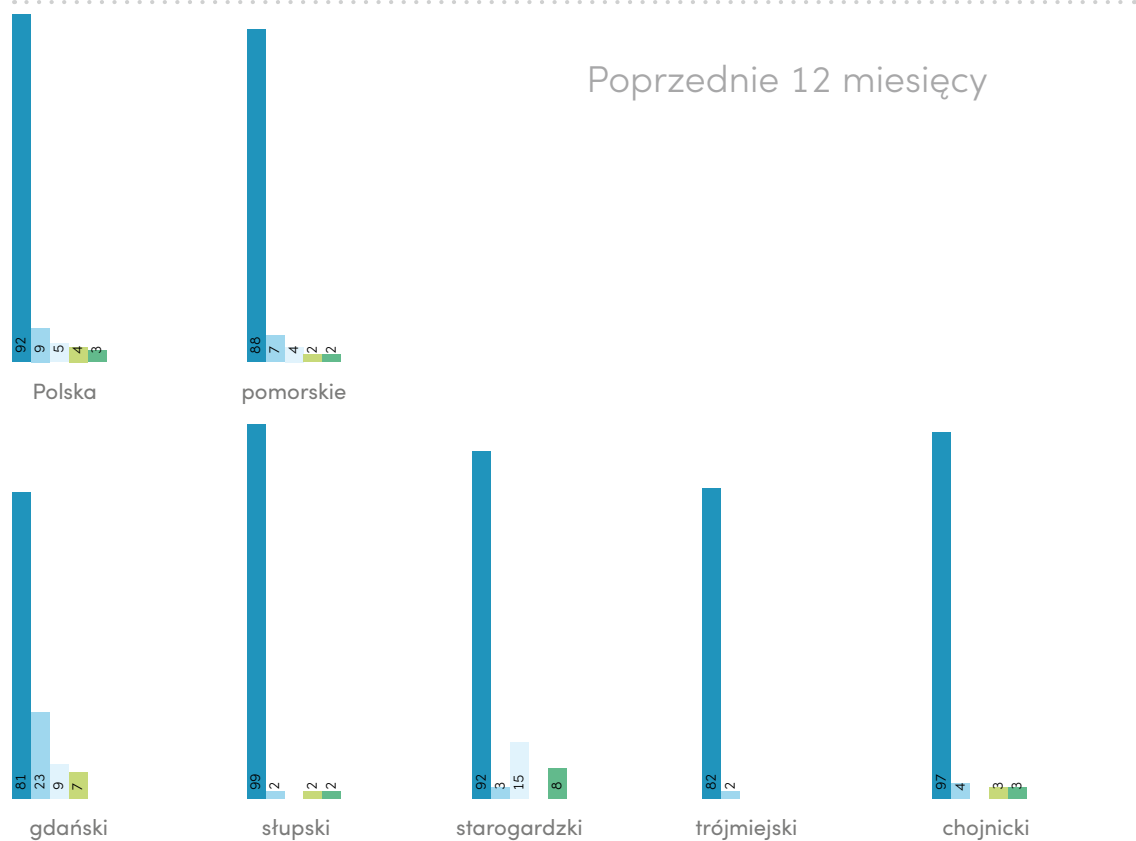
WYKRES 16

* 5 najczęściej wymienianych źródeł finansowania innowacji

Źródło finansowania innowacji – woj. pomorskie (wyrażone w %)

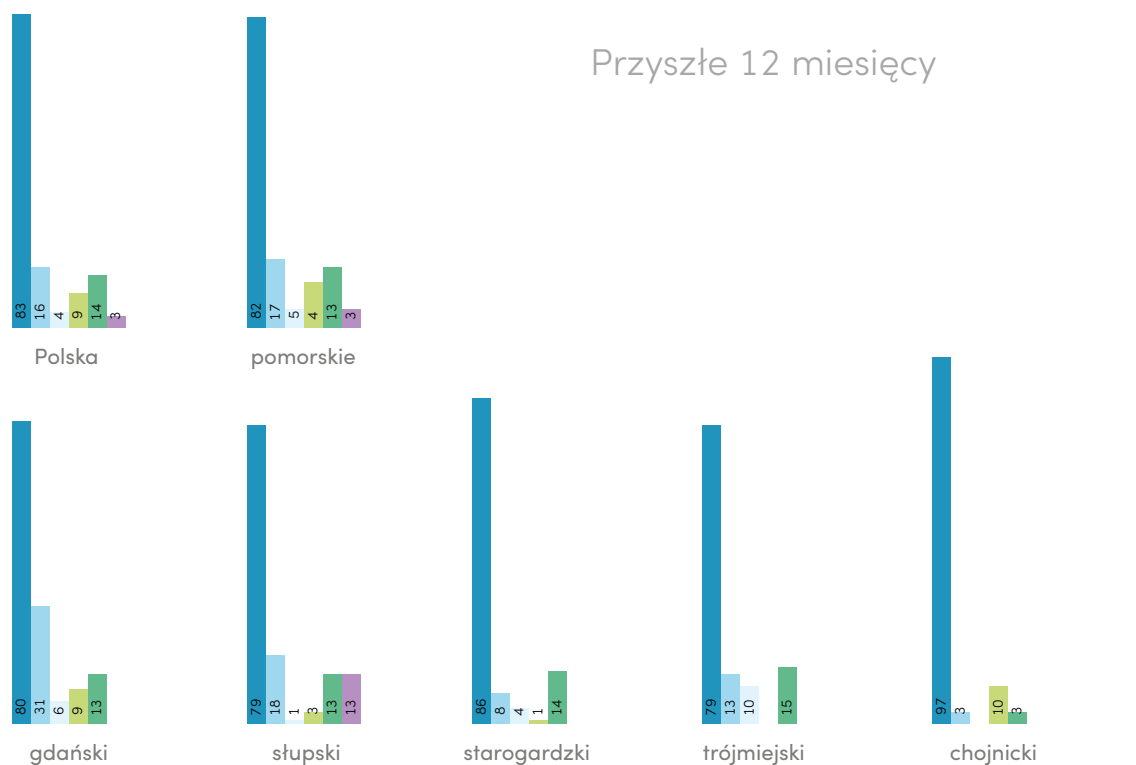
- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Pożyczka od rodziny
- Leasing
- Dotacje

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy

- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Pożyczka od rodziny
- Leasing
- Dotacje
- Trudno powiedzieć





OCENA OTOCZENIA BIZNESU PRZEZ MIKRO I MAŁE FIRMY

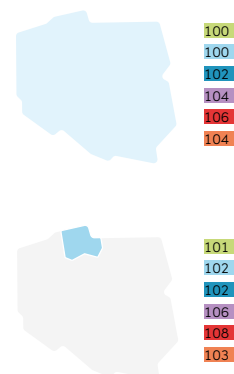
MAPA 10

Wartość indeksu z badania w 2018 roku:
 poniżej wyniku ogólnopolskiego
 powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:
 indeks z 2013
 indeks z 2014
 indeks z 2015
 indeks z 2016
 indeks z 2017
 indeks z 2018



Ocena jakości usług świadczonych przedsiębiorcom przez lokalną administrację – woj. pomorskie



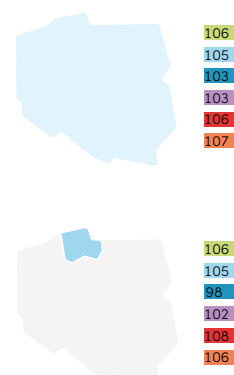
Wartość indeksu z badania w 2018 roku:
 poniżej wyniku ogólnopolskiego
 powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:
 indeks z 2013
 indeks z 2014
 indeks z 2015
 indeks z 2016
 indeks z 2017
 indeks z 2018



MAPA 11

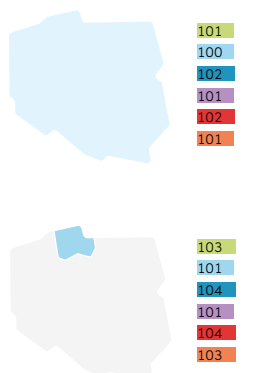
Ocena jakości usług doradczych świadczonych przez polskie banki w zakresie kredytów – woj. pomorskie





MAPA 12

Ocena uciążliwości
kontroli działalności
gospodarczej
– woj. pomorskie



Wartość indeksu
z badania w 2018 roku:

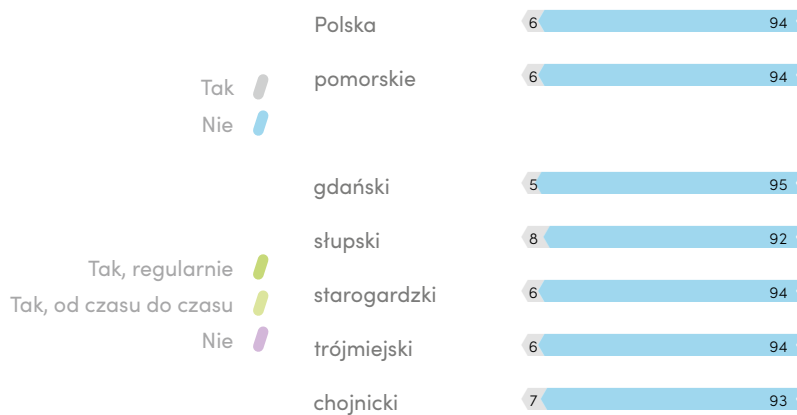
- poniżej wyniku ogólnopolskiego
- powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:

- indeks z 2013
- indeks z 2014
- indeks z 2015
- indeks z 2016
- indeks z 2017
- indeks z 2018

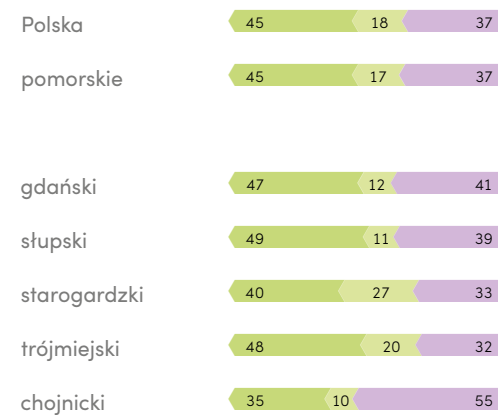
WYKRES 17

Przynależność do
organizacji biznesowych
– woj. pomorskie
(wyrażone w %)



WYKRES 18

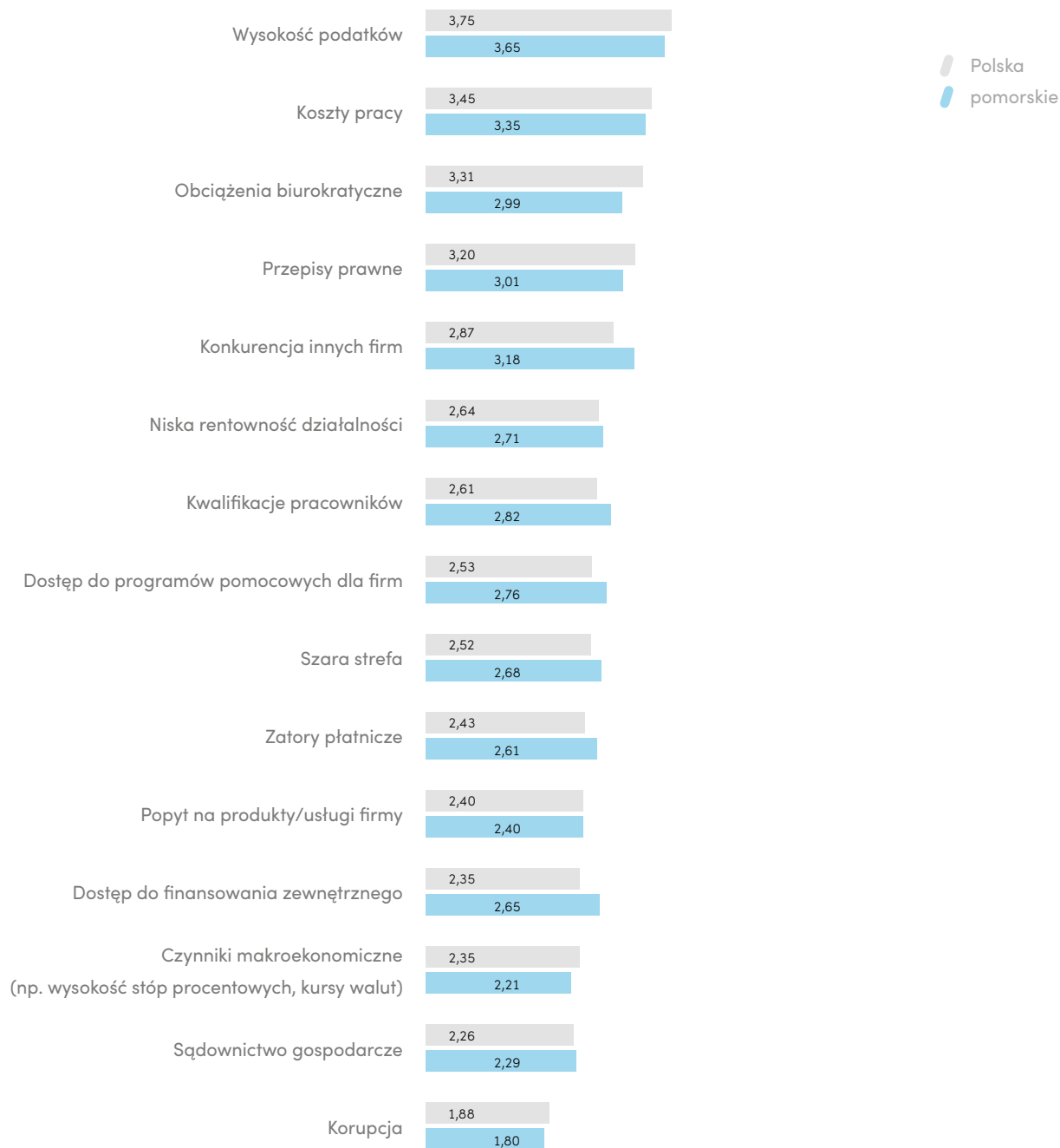
Korzystanie z usług firm zewnętrznych
– woj. pomorskie (wyrażone w %)



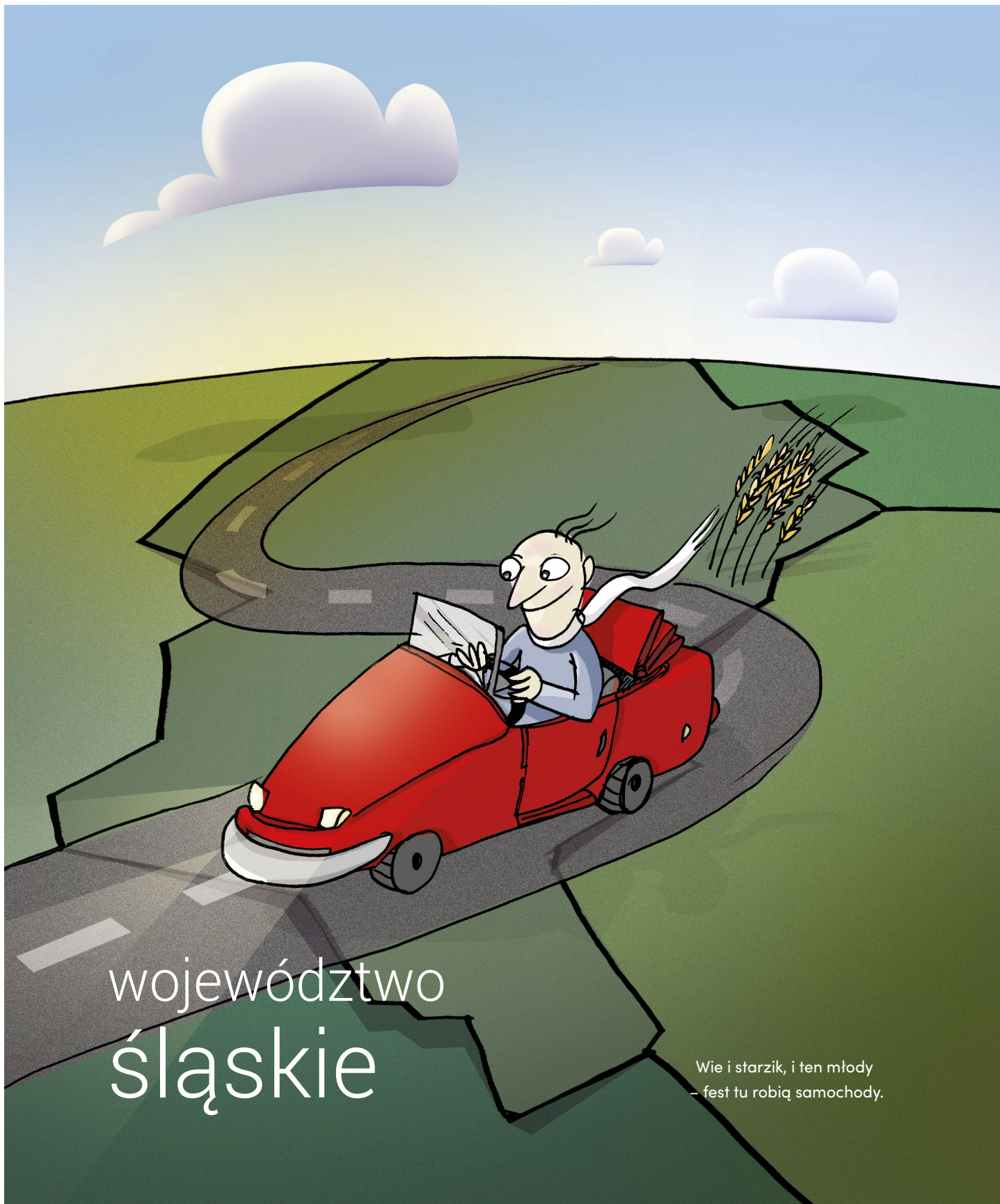


WYKRES 19

Główne bariery rozwoju
firmy – woj. pomorskie



Na wykresie zaprezentowano średnie z odpowiedzi;
od 1 „brak bariery” do 5 „bardzo ograniczająca bariera”.



województwo
śląskie

Wie i starzik, i ten młody
- fest tu robią samochody.





TABELA 1 Dane statystyczne

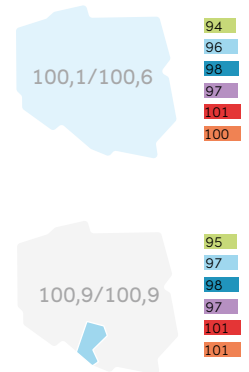
	POLSKA	ŚLĄSKIE	bielski	bytomski	częstochoowski	gliwicki	katowicki	rybnicki	sosnowiecki	tyski
PKB na 1 mieszkańca w relacji do średniej krajowej (Polska = 100; 2016)	100,0	103,6	106,2	72,0	86,3	122,8	131,4	85,5	95,0	126,6
Dochody gmin na 1 mieszkańca (zł; 2017)	4 938	4 774	4 610	4 428	4 530	5 151	5 439	4 381	4 614	4 980
Wydatki gmin na 1 mieszkańca (zł; 2017)	4 958	4 787	4 532	4 495	4 579	5 126	5 412	4 532	4 699	4 810
Stopa bezrobocia rejestrowanego (III kwartał 2018)	5,7	4,4	3,8	7,0	5,2	4,3	2,9	4,2	6,4	2,7
Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w relacji do średniej krajowej (Polska = 100; 2017)	100	99	94	90	84	104	109	104	101	90
Nakłady inwestycyjne w przedsiębiorstwach na 1 mieszkańca (zł; 2016)	3 880	4 375	3 834	1 846	2 491	6 426	3 995	3 352	5 805	7 996
Podmioty zarejestrowane w rejestrze REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	1 121	1 033	1 154	975	1 013	1 067	1 177	793	1 029	1 005
Podmioty nowo zarejestrowane w rejestrze REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	94	77	85	67	84	76	87	59	75	75
Podmioty wykreślone z rejestru REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	75	70	81	60	77	68	74	55	74	65
Podmioty gospodarcze zarejestrowane w rejestrze REGON ogółem (2017), w tym:	4 309 800	469 927	76 980	42 932	52 269	50 309	86 668	50 415	70 551	39 803
0–9 pracujących (mikro)	4 128 611	446 519	73 340	40 826	49 742	47 778	81 809	47 787	67 445	37 792
10–49 pracujących (małe)	147 607	19 217	3 040	1 777	2 105	1 994	3 927	2 156	2 547	1 671
50–249 pracujących (średnie)	29 154	3 643	515	299	372	463	779	426	490	299
Powyżej 249 pracujących (duże)	4 428	548	85	30	50	74	153	46	69	41



OGÓLNY WSKAŹNIK KONIUNKTURY MIKRO I MAŁYCH FIRM

MAPA 1

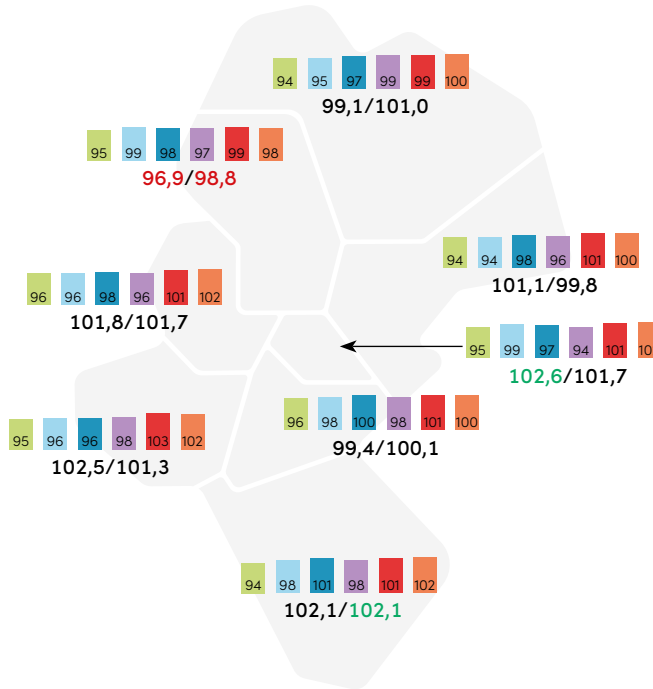
Ogólny Wskaźnik Koniunktury Mikro i Małych Firm – woj. śląskie



Indeks x/y w roku 2017
x – indeks za ostatnie 12 mies.
y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:
brak poprawy (-50-2,9)
niewielka poprawa (3-4,9)
poprawa (5-7,9)
duża poprawa (8-10,9)
b. duża poprawa (11-50)

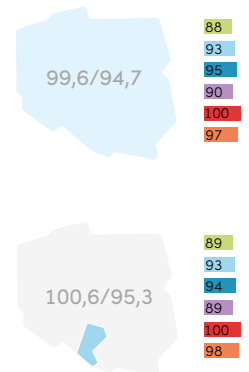
Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:
średnia z indeksów 2013
średnia z indeksów 2014
średnia z indeksów 2015
średnia z indeksów 2016
średnia z indeksów 2017
średnia z indeksów 2018



OCENA SYTUACJI GOSPODARCZEJ PRZEZ MIKRO I MAŁE FIRMY

MAPA 2

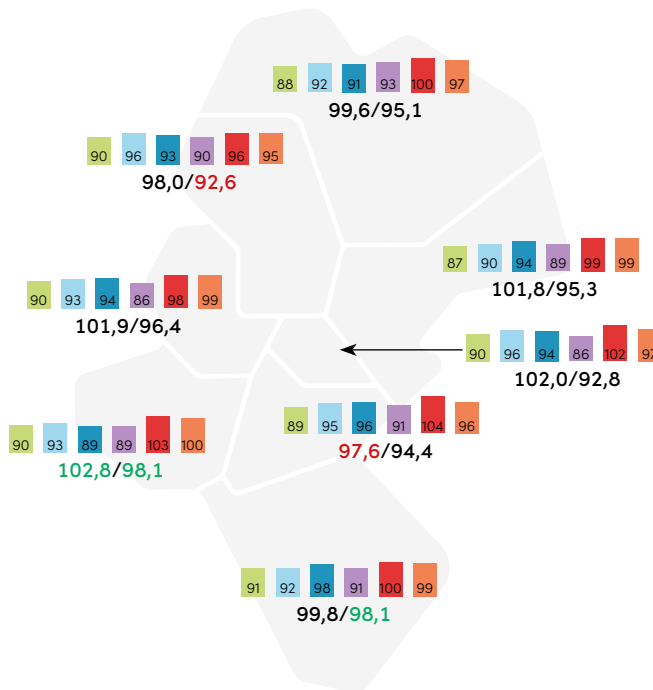
Ocena sytuacji gospodarczej – woj. śląskie



Indeks x/y w roku 2017
x – indeks za ostatnie 12 mies.
y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:
brak poprawy (-50-2,9)
niewielka poprawa (3-4,9)
poprawa (5-7,9)
duża poprawa (8-10,9)
b. duża poprawa (11-50)

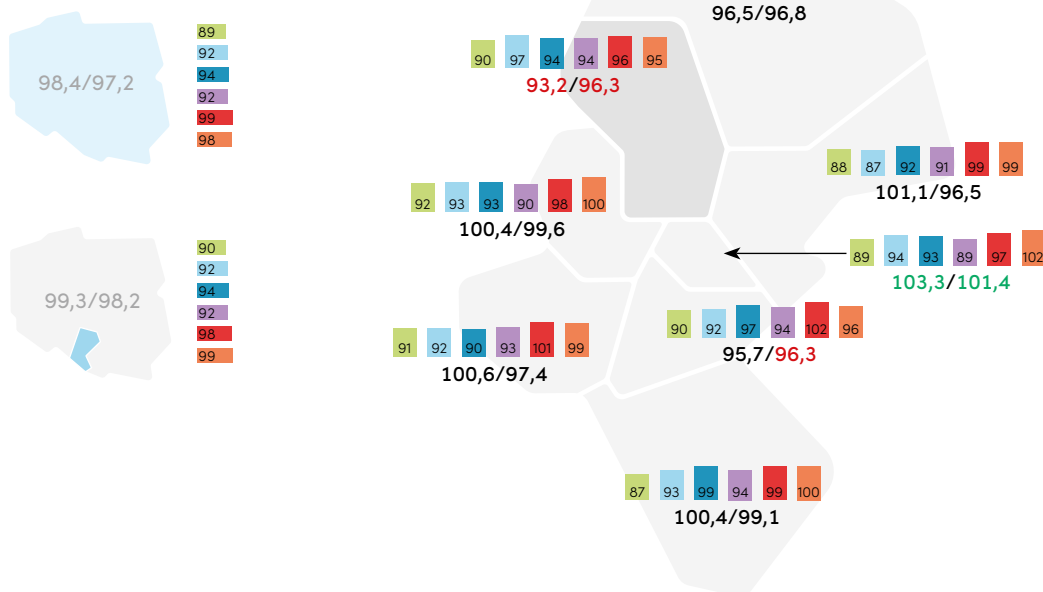
Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:
średnia z indeksów 2013
średnia z indeksów 2014
średnia z indeksów 2015
średnia z indeksów 2016
średnia z indeksów 2017
średnia z indeksów 2018





MAPA 3

Ocena sytuacji branży
– woj. śląskie



Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

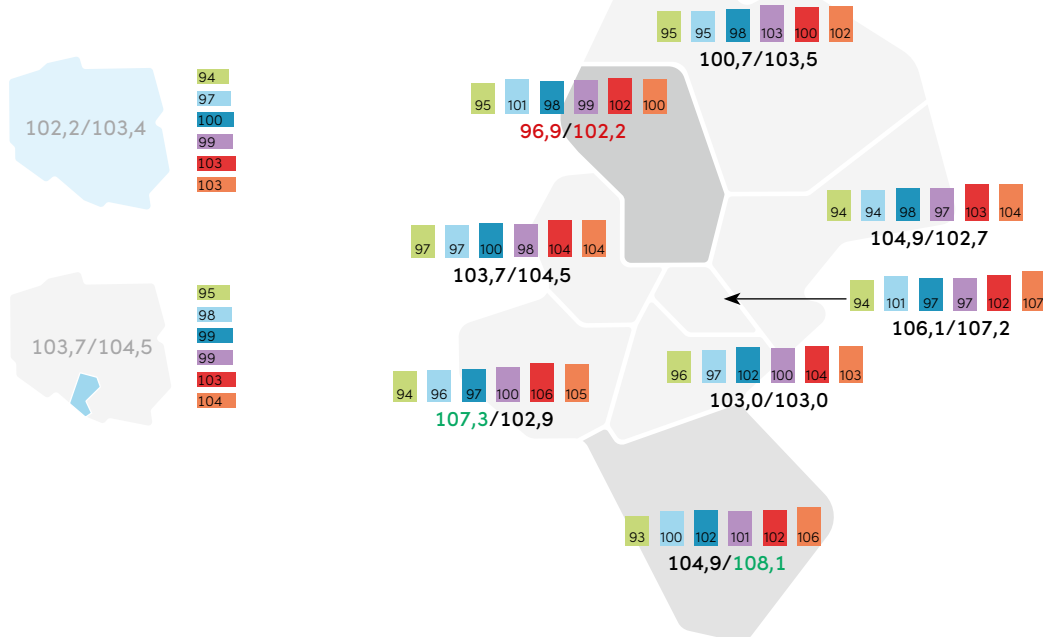
- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018

MAPA 4

Ocena sytuacji firmy
– woj. śląskie



Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



SYTUACJA FINANSOWA MIKRO I MAŁYCH FIRM

MAPA 5

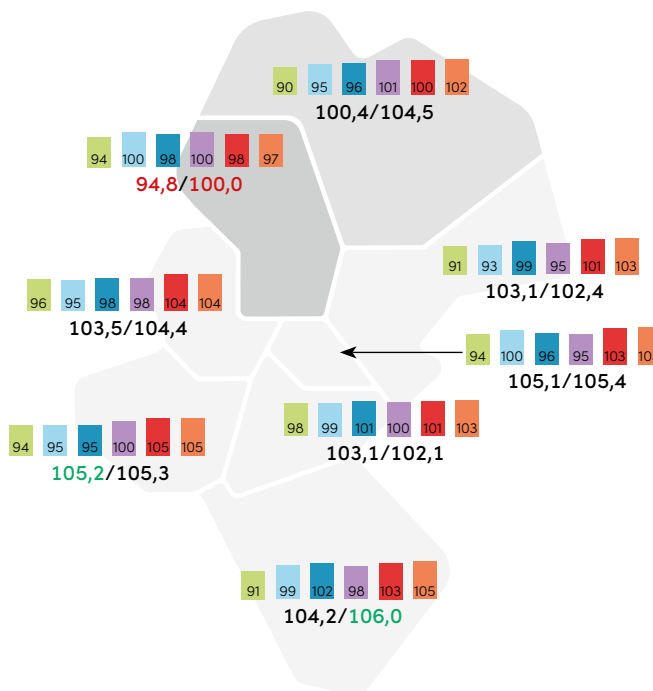
Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

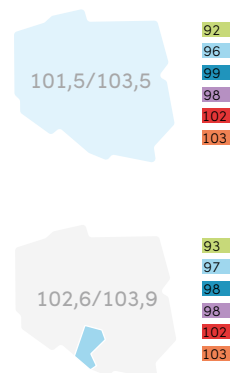
- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



Ocena przychodów firmy – woj. śląskie



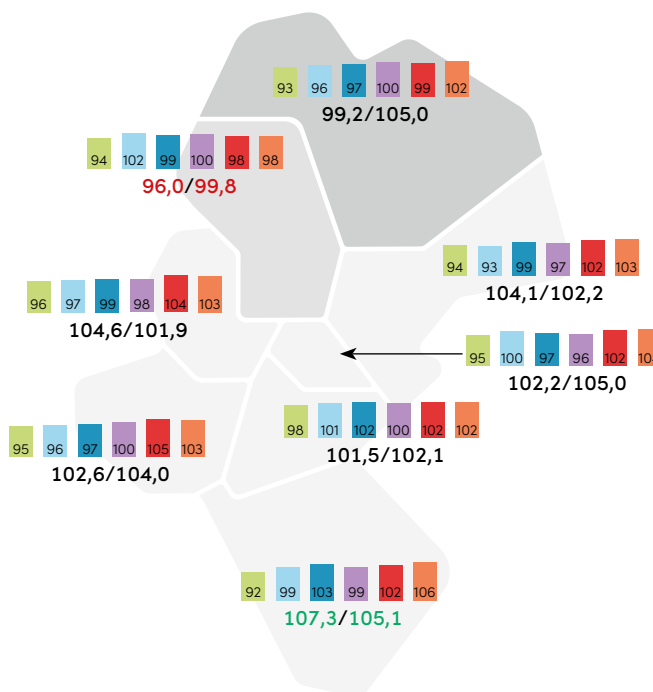
Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

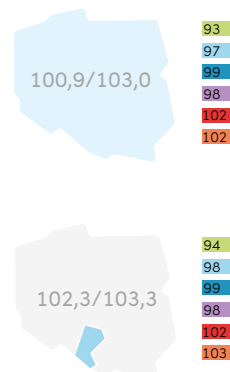
Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



MAPA 6

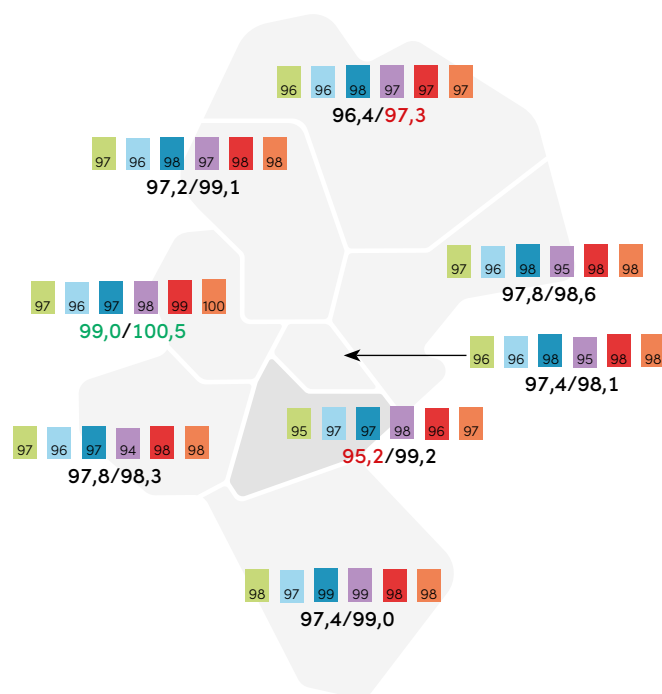
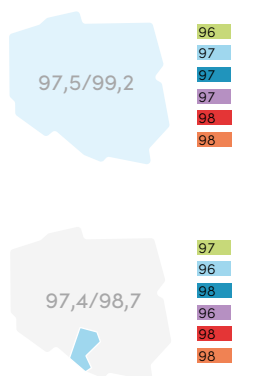
Ocena wyniku finansowego firmy – woj. śląskie





MAPA 7

Ocena długości oczekiwania na zapłatę za towary/usługi – woj. śląskie



Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

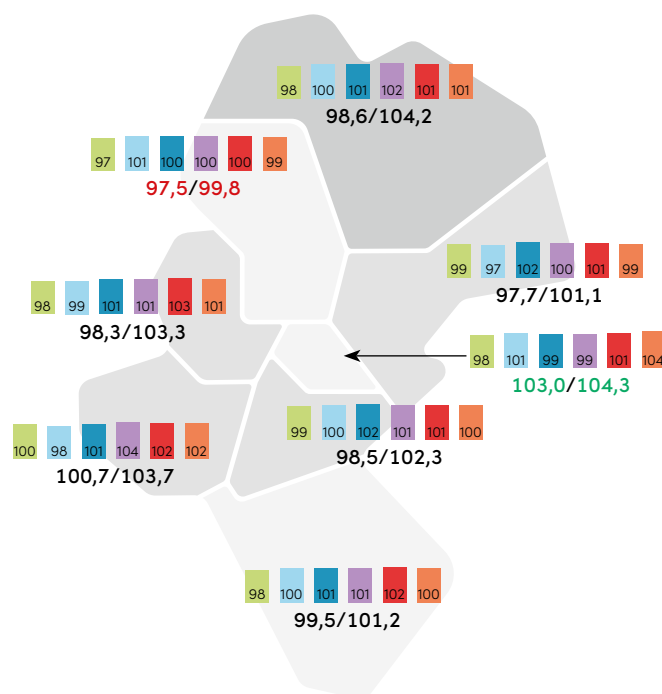
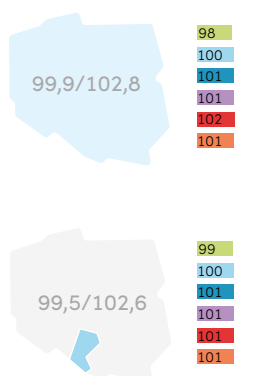
Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018

MAPA 8

ZATRUDNIENIE W MIKRO I MAŁYCH FIRM

Ocena zatrudnienia w firmie – woj. śląskie



Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

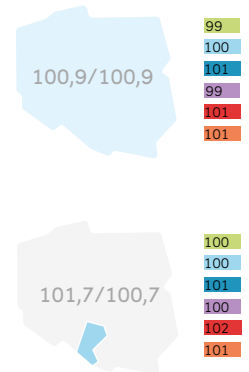
- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



DOSTĘPNOŚĆ ZEWĘTRZNEGO FINANSOWANIA DLA MIKRO I MAŁYCH FIRM

MAPA 9

Ocena dostępności zewnętrznego finansowania dla firmy – woj. śląskie



WYKRES 1

Źródła finansowania firmy – woj. śląskie (wyrażone w %)

- Wylącznie środki własne
- Środki własne oraz finansowanie zewnętrzne (np. kredyt)
- Trudno powiedzieć

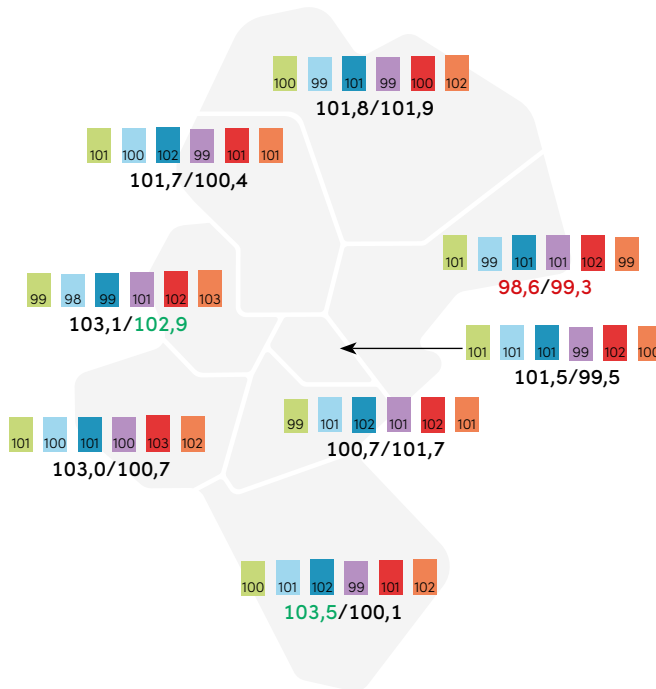
Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przysze 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przysze 12 miesięcy w roku 2018:

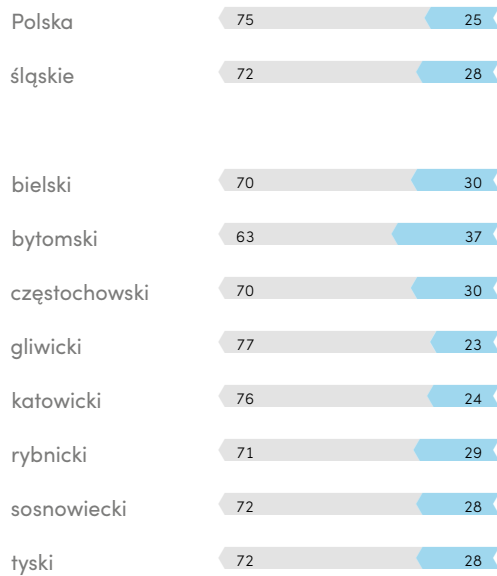
- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przysze 12 miesięcy:

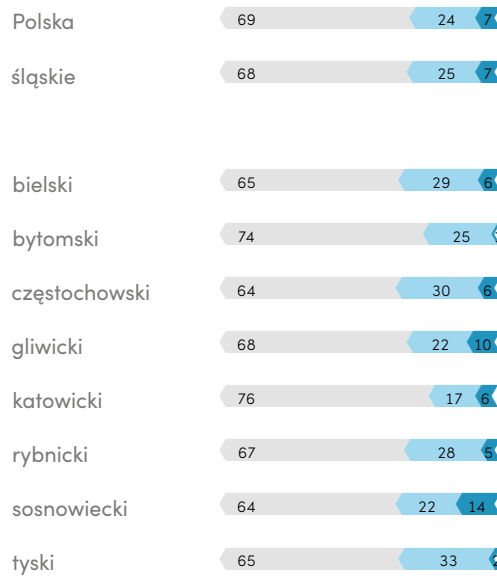
- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



Poprzednie 12 miesięcy



Przysze 12 miesięcy

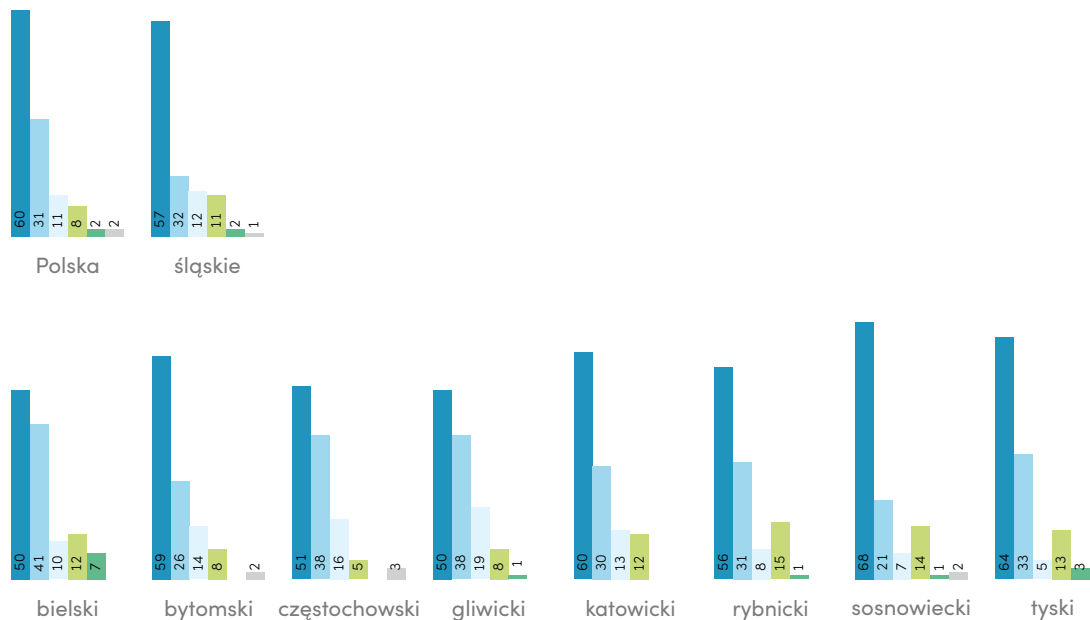




WYKRES 2

Przyczyny finansowania firmy ze środków własnych – woj. śląskie (wyrażone w %)

- Brak potrzeby
- Niechęć do zadłużenia
- Brak możliwości skorzystania z finansowania zewnętrznego (np. brak zdolności kredytowej)
- Tańszy koszt kapitału własnego w porównaniu z finansowaniem zewnętrznym
- Brak informacji na temat finansowania zewnętrznego
- Inne



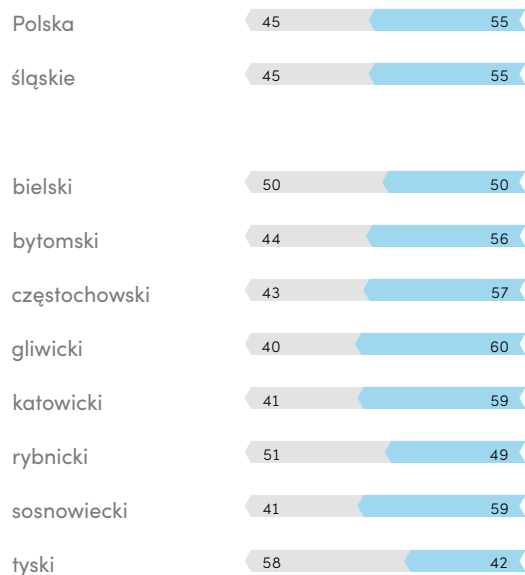
WYKRES 3

INWESTYCJE MIKRO I MAŁYCH FIRM

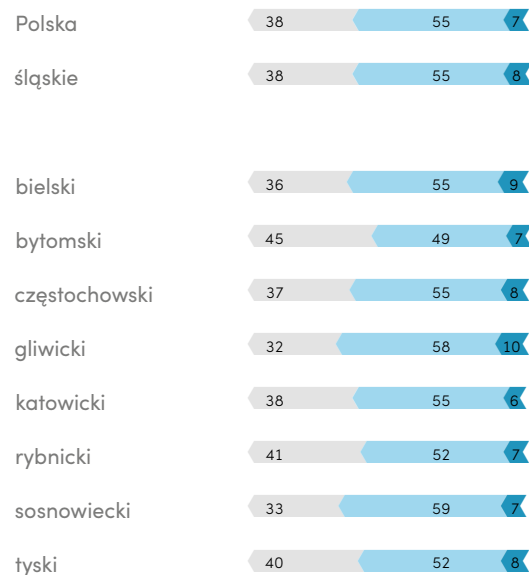
Ponoszenie przez firmy wydatków inwestycyjnych – woj. śląskie (wyrażone w %)

- Tak
- Nie
- Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy



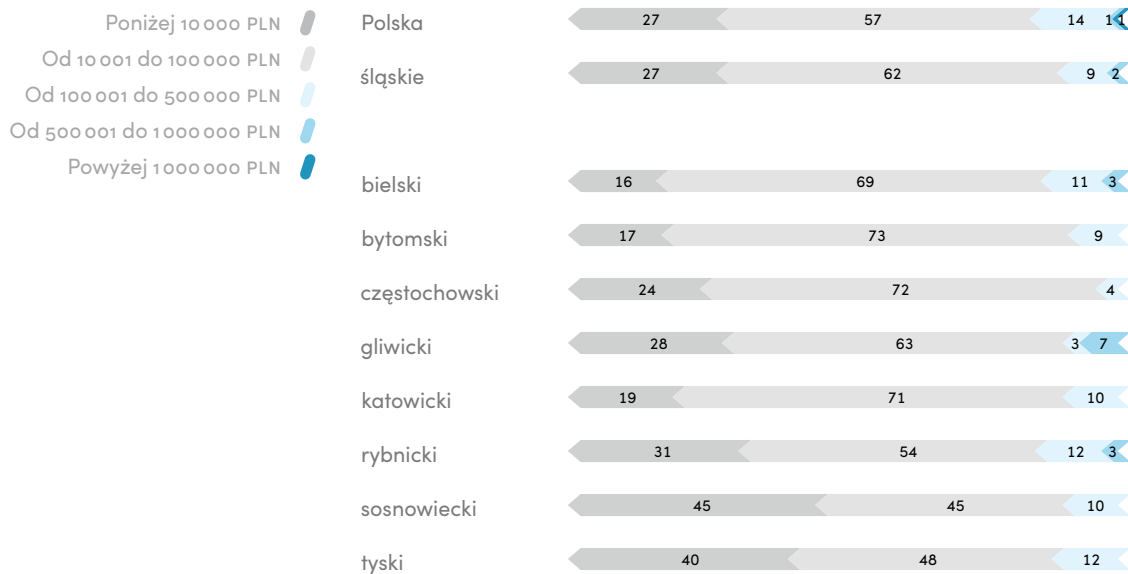
Przyszłe 12 miesięcy



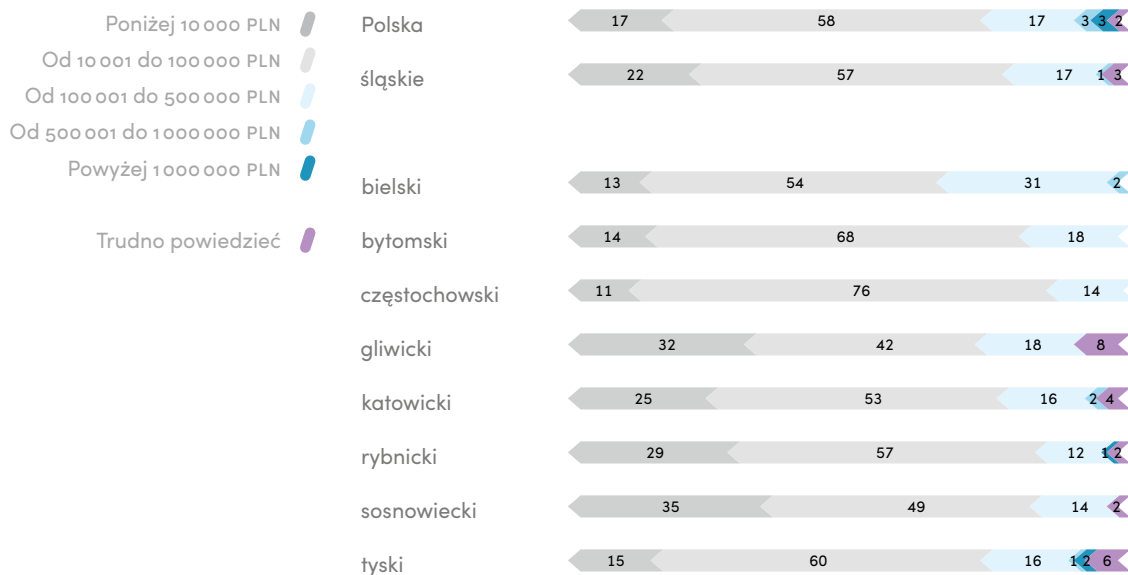


WYKRES 5

Wysokość wydatków inwestycyjnych – woj. śląskie
(wyrażone w %)



Przyszłe 12 miesięcy



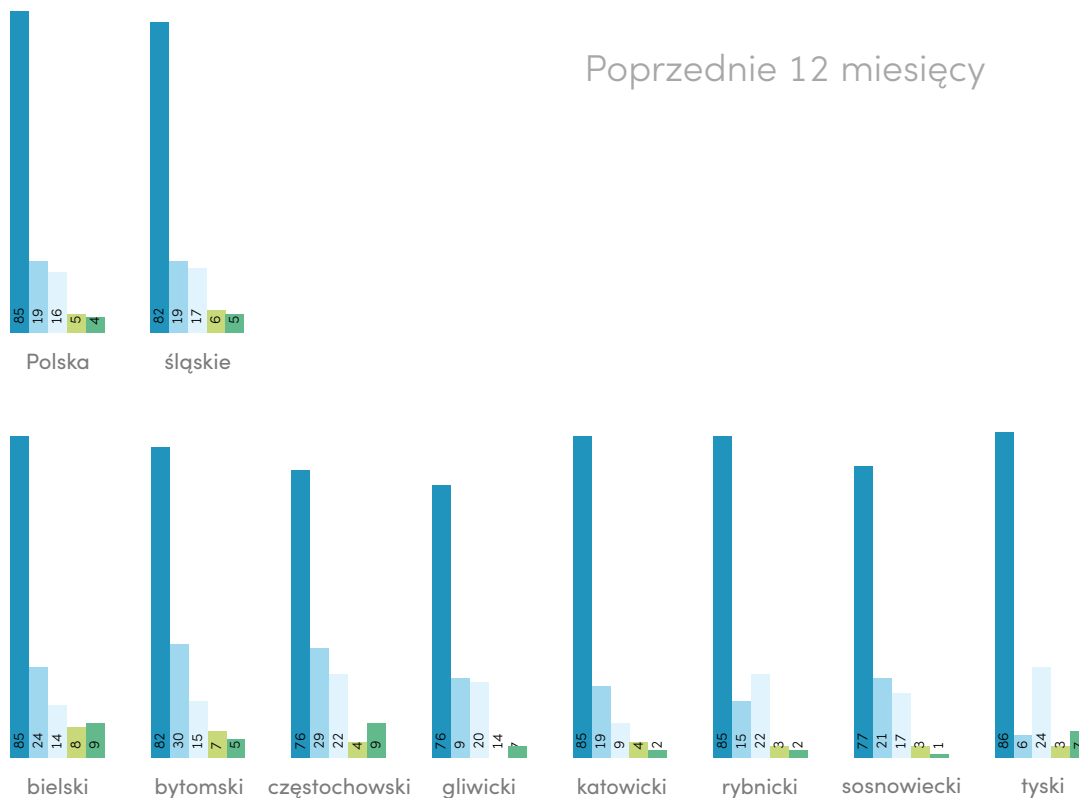


* 5 najczęściej wymienianych źródeł finansowania inwestycji

WYKRES 6

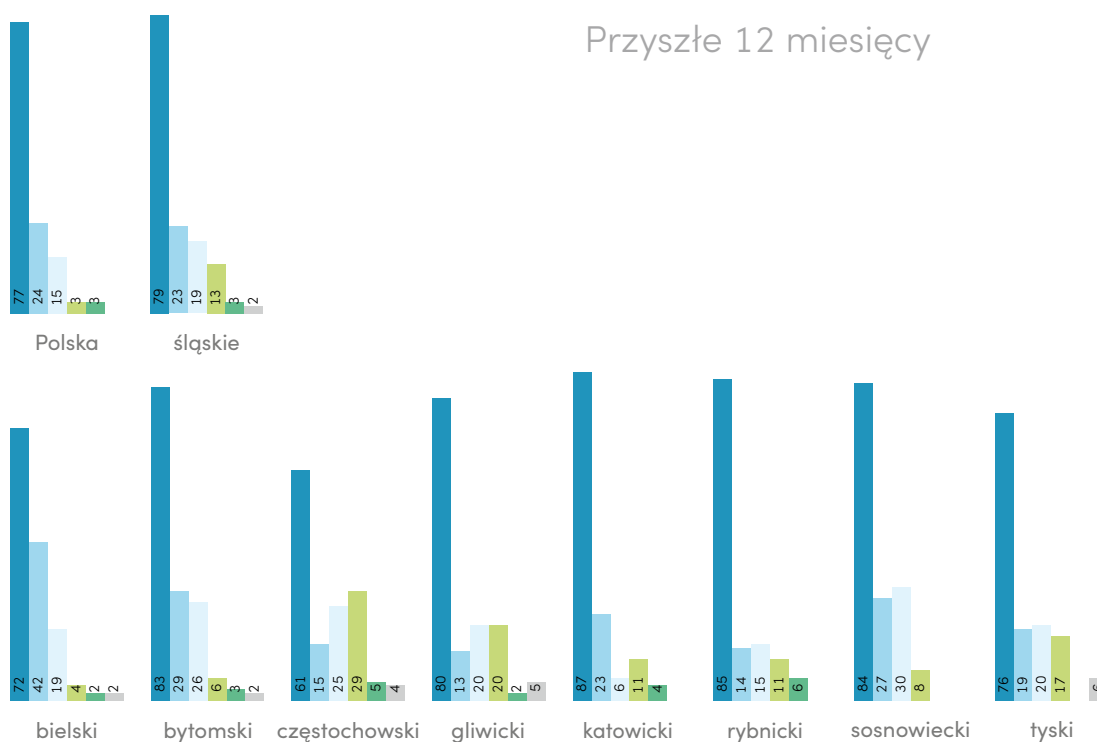
Źródła finansowania inwestycji – woj. śląskie (wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy



- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Leasing
- Dotacje
- Pożyczka od rodziny lub znajomych

Przyszłe 12 miesięcy



- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Leasing
- Dotacje
- Pożyczka od rodziny lub znajomych
- Trudno powiedzieć



WYKRES 7

EKSPORT MIKRO I MAŁYCH FIRM

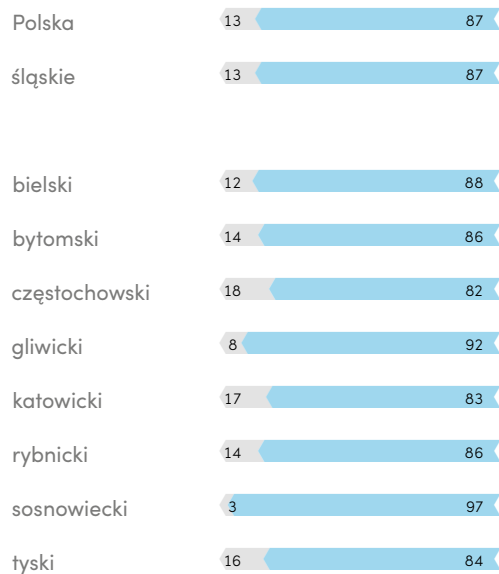
Eksport wyrobów
lub usług przez firmę
– woj. śląskie
(wyrażone w %)

Tak

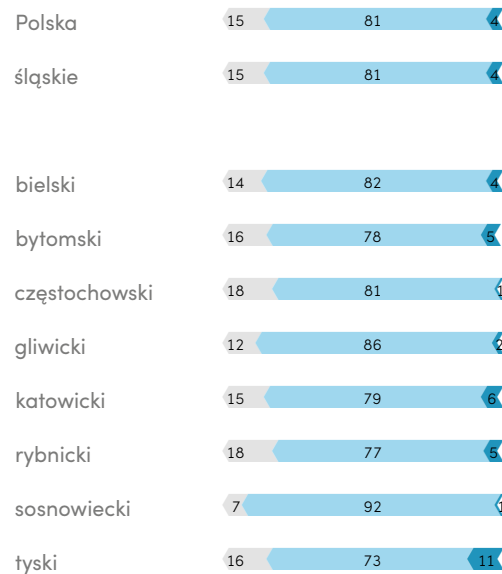
Nie

Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy



WYKRES 8

Kierunki rozwoju
działalności eksportowej
(wyrażone w %)



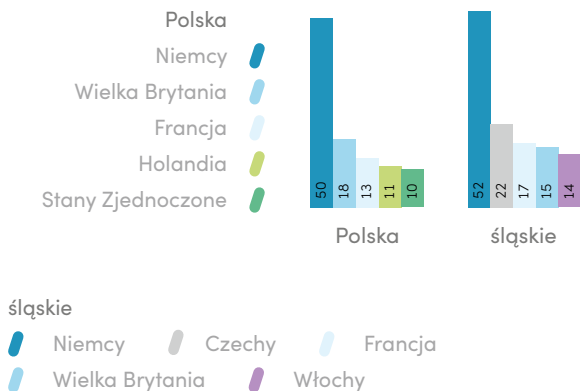
- Znalezienie nowych kontrahentów za granicą
- Zwiększenie sprzedaży na dotychczasowych rynkach zagranicznych
- Indywidualne podejście do klienta – produkcja/usługi szyte na miarę
- Nowe produkty i usługi w ofercie
- Poprawa jakości oferowanych produktów i usług
- Dotarcie na nowe rynki
- Inwestycje w innowacyjne produkty i usługi
- Nowe strategie sprzedaży
- Nowa działalność lub branża firmy
- Żadne z powyższych



WYKRES 9

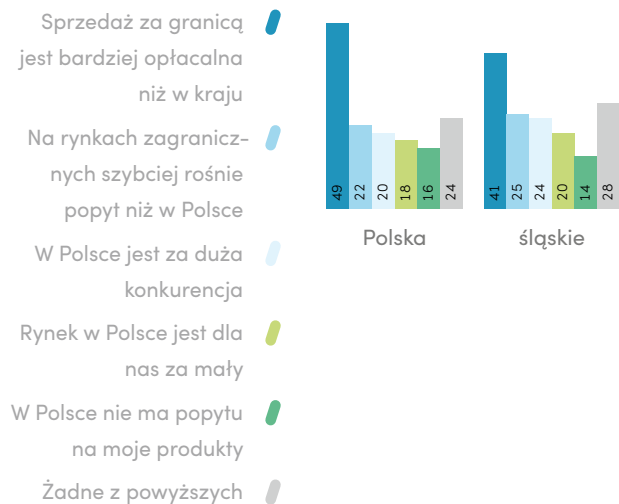
Kraje, do których eksportowane są wyroby lub usługi* (wyrażone w %)

* 5 najczęściej wymienianych krajów



WYKRES 11

Powody, dla których firma eksportuje (wyrażone w %)



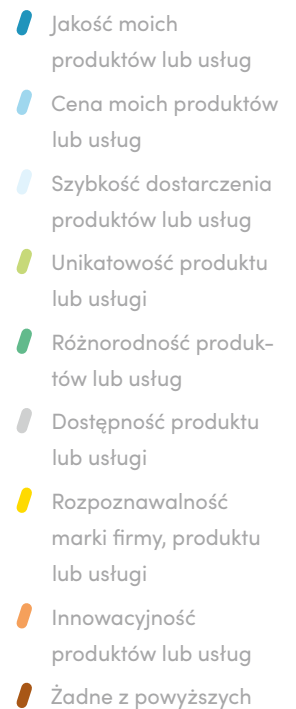
WYKRES 10

Źródła finansowania wytworzonych na eksport produktów lub usług (wyrażone w %)



WYKRES 12

Przewagi konkurencyjne firmy w działalności eksportowej (wyrażone w %)





WYKRES 13

INNOWACYJNOŚĆ MIKRO I MAŁYCH FIRM

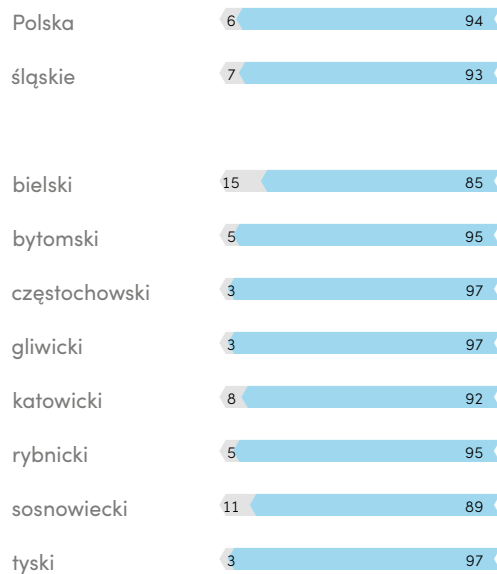
Innowacja produktowa
– woj. śląskie
(wyrażone w %)

Tak

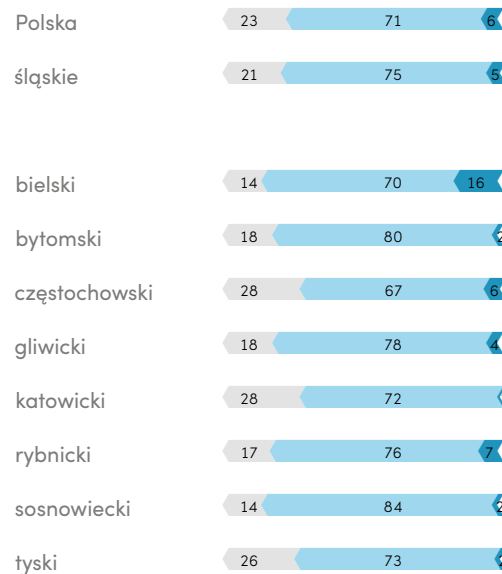
Nie

Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy



WYKRES 14

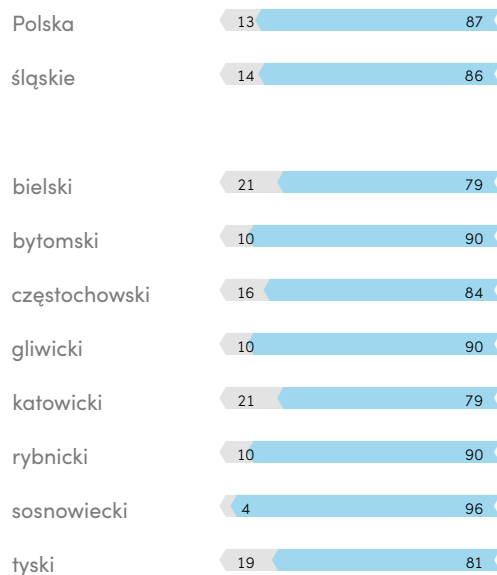
Innowacja procesowa –
woj. śląskie
(wyrażone w %)

Tak

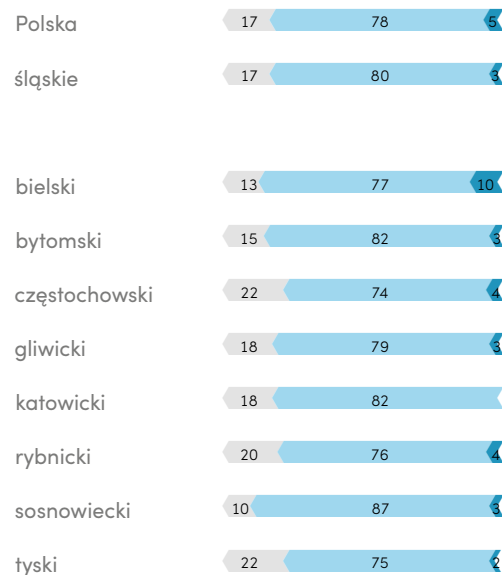
Nie

Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy

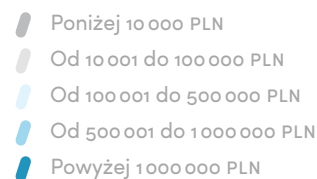
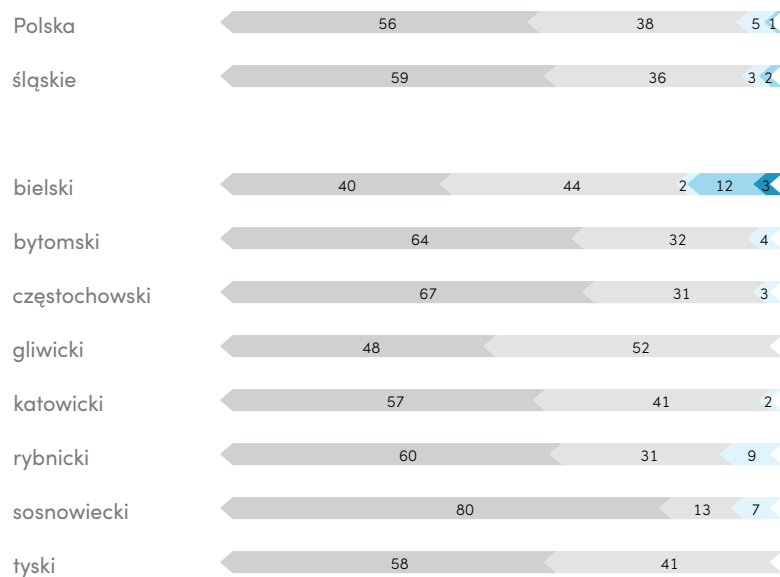




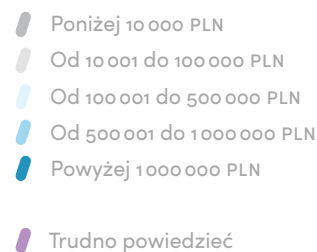
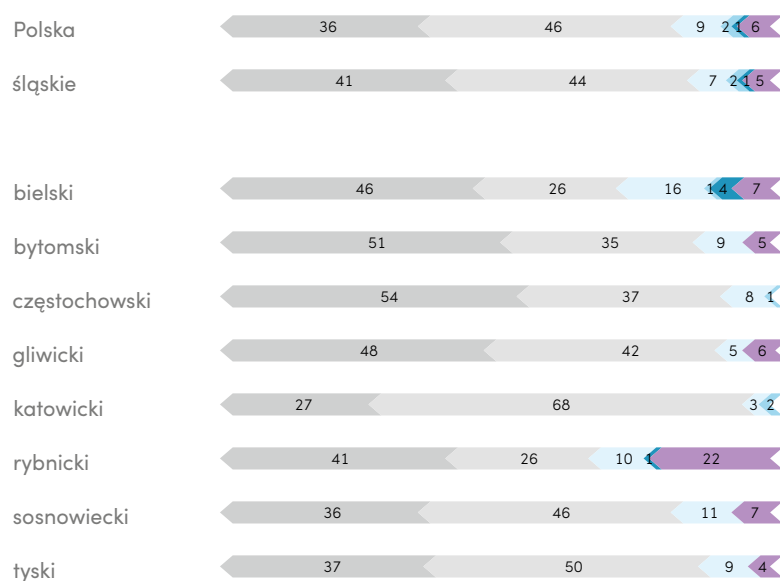
WYKRES 15

Wysokość wydatków
na innowacje
– woj. śląskie
(wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy



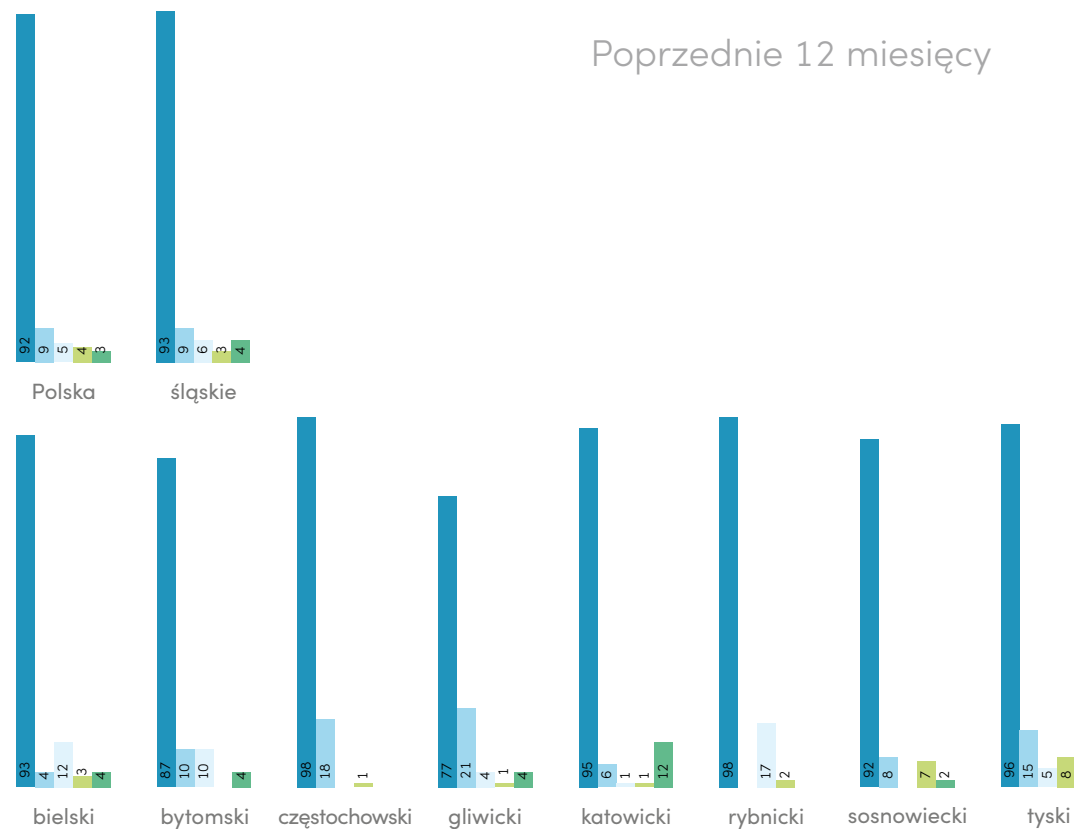


WYKRES 16

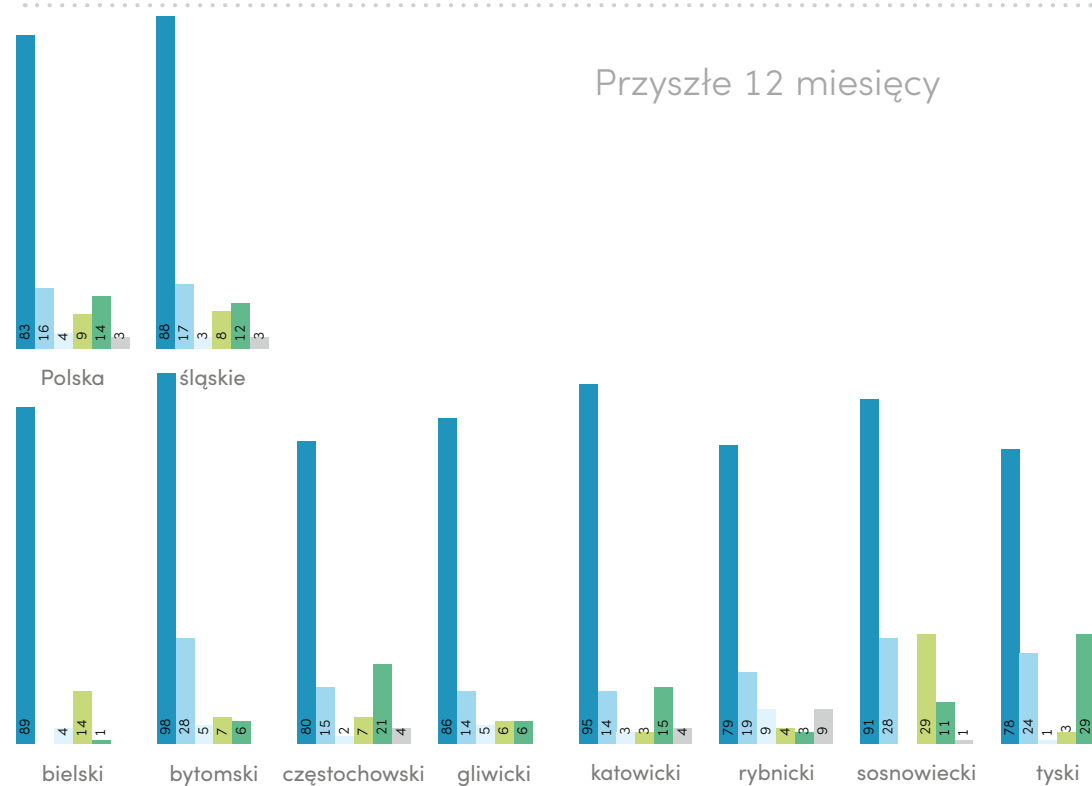
* 5 najczęściej wymienianych źródeł finansowania innowacji

Źródło finansowania innowacji – woj. śląskie (wyrażone w %)

- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Pożyczka od rodziny
- Leasing
- Dotacje



- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Pożyczka od rodziny
- Leasing
- Dotacje
- Trudno powiedzieć



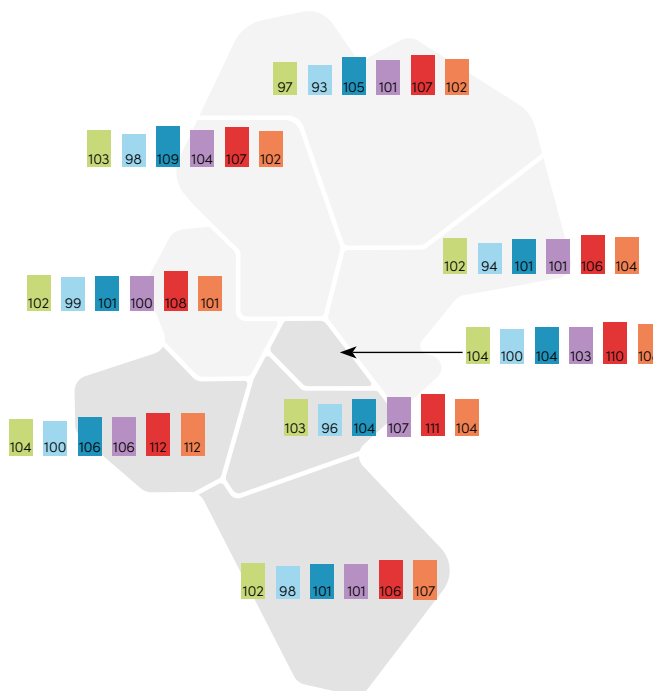


OCENA OTOCZENIA BIZNESU PRZEZ MIKRO I MAŁE FIRMY

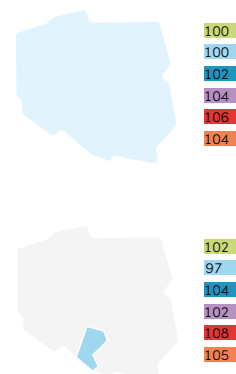
MAPA 10

Wartość indeksu z badania w 2018 roku:
 poniżej wyniku ogólnopolskiego
 powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:
 indeks z 2013
 indeks z 2014
 indeks z 2015
 indeks z 2016
 indeks z 2017
 indeks z 2018

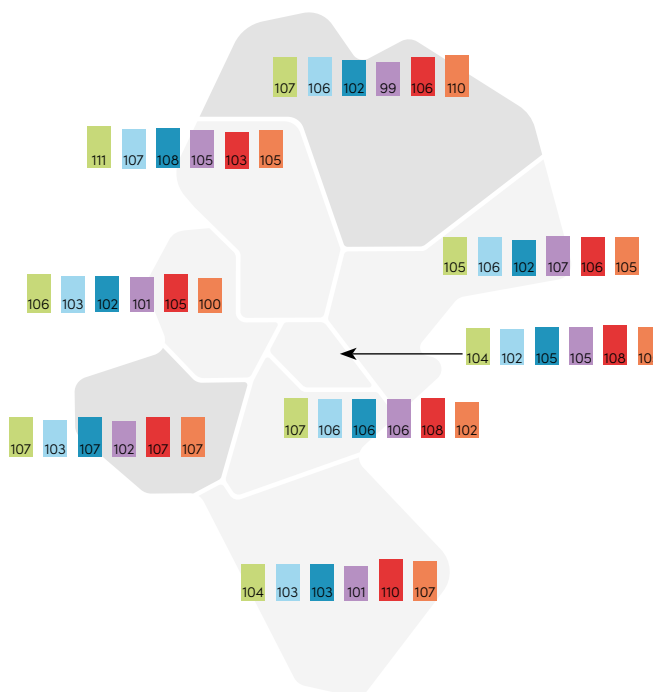


Ocena jakości usług świadczonych przedsiębiorcom przez lokalną administrację – woj. śląskie



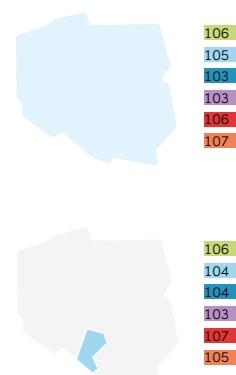
Wartość indeksu z badania w 2018 roku:
 poniżej wyniku ogólnopolskiego
 powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:
 indeks z 2013
 indeks z 2014
 indeks z 2015
 indeks z 2016
 indeks z 2017
 indeks z 2018



MAPA 11

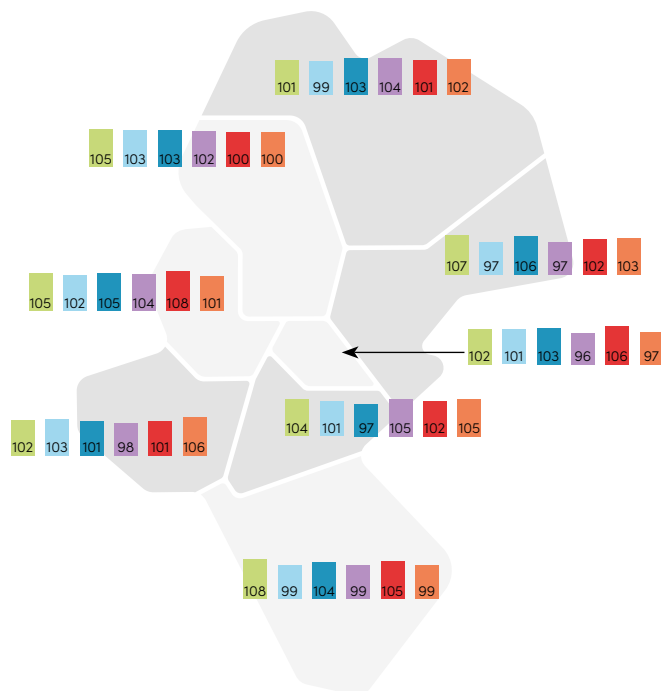
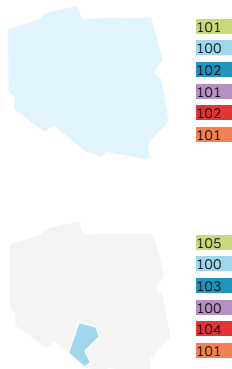
Ocena jakości usług doradczych świadczonych przez polskie banki w zakresie kredytów – woj. śląskie





MAPA 12

Ocena uciążliwości
kontroli działalności
gospodarczej
– woj. śląskie



Wartość indeksu
z badania w 2018 roku:

poniżej wyniku
ogólnopolskiego
powyżej wyniku
ogólnopolskiego

Indeksy:

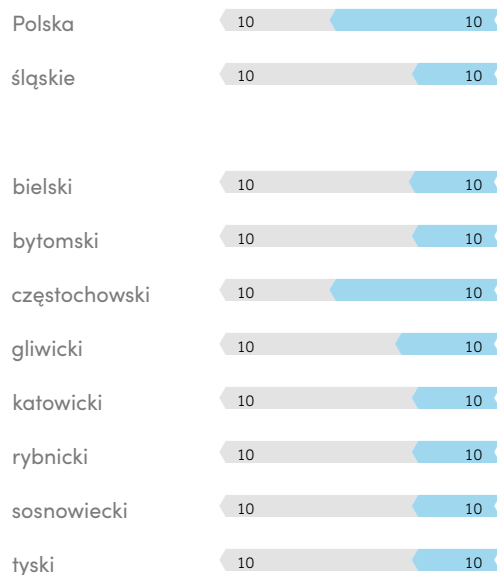
indeks z 2013
indeks z 2014
indeks z 2015
indeks z 2016
indeks z 2017
indeks z 2018

WYKRES 17

Przynależność do
organizacji biznesowych
– woj. śląskie
(wyrażone w %)

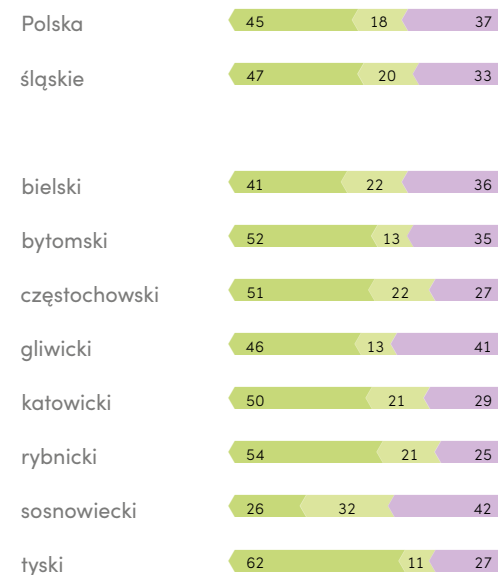
Tak
Nie

Tak, regularnie
Tak, od czasu do czasu
Nie



WYKRES 18

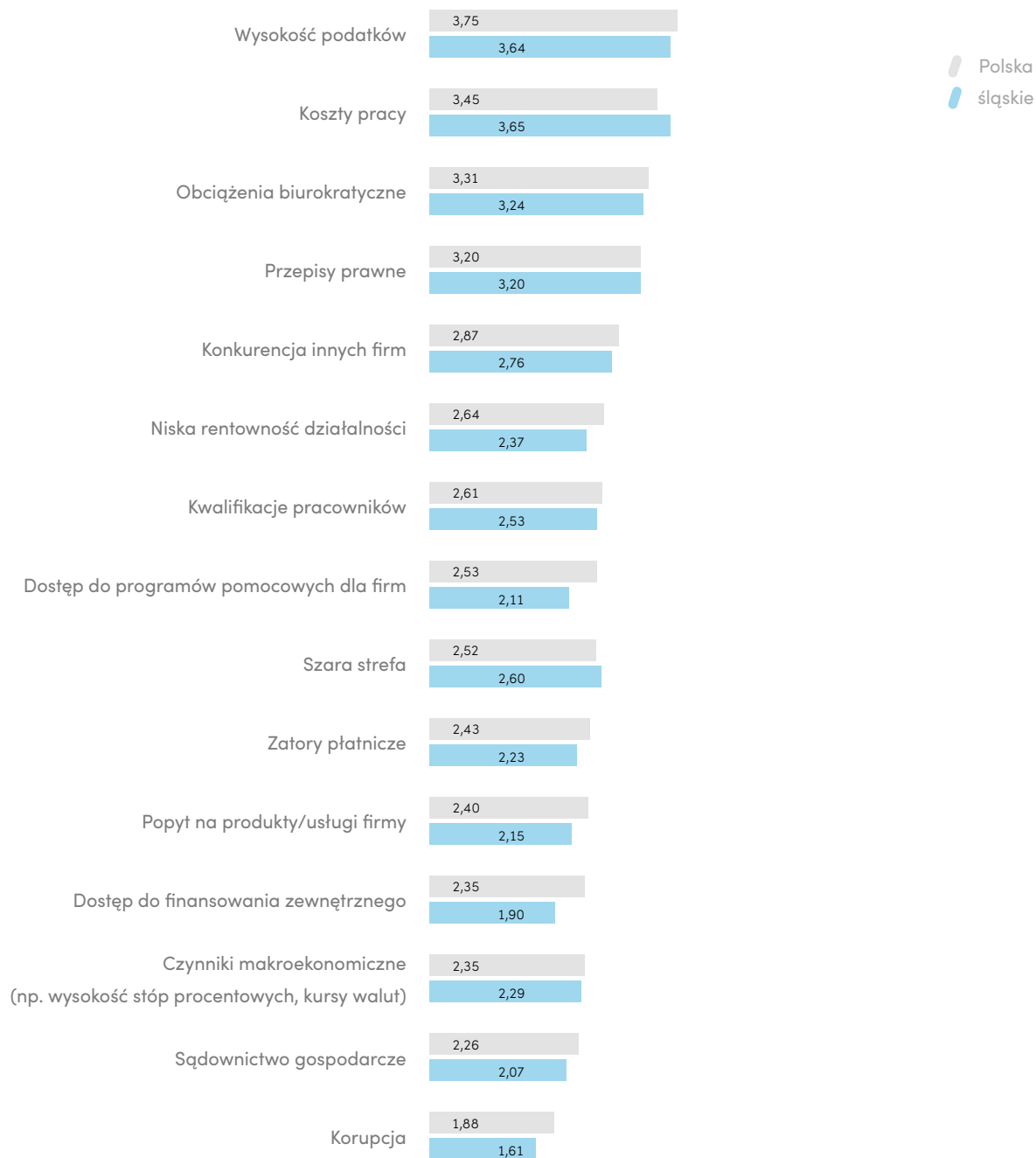
Korzystanie z usług firm zewnętrznych
– woj. śląskie (wyrażone w %)





WYKRES 19

Główne bariery rozwoju
firmy – woj. śląskie



Na wykresie zaprezentowano średnie z odpowiedzi;
od 1 „brak bariery” do 5 „bardzo ograniczająca bariera”.



województwo świętokrzyskie

Mnóstwo winnic, bujne sady,
ktoś przetworzyć nie da rady?

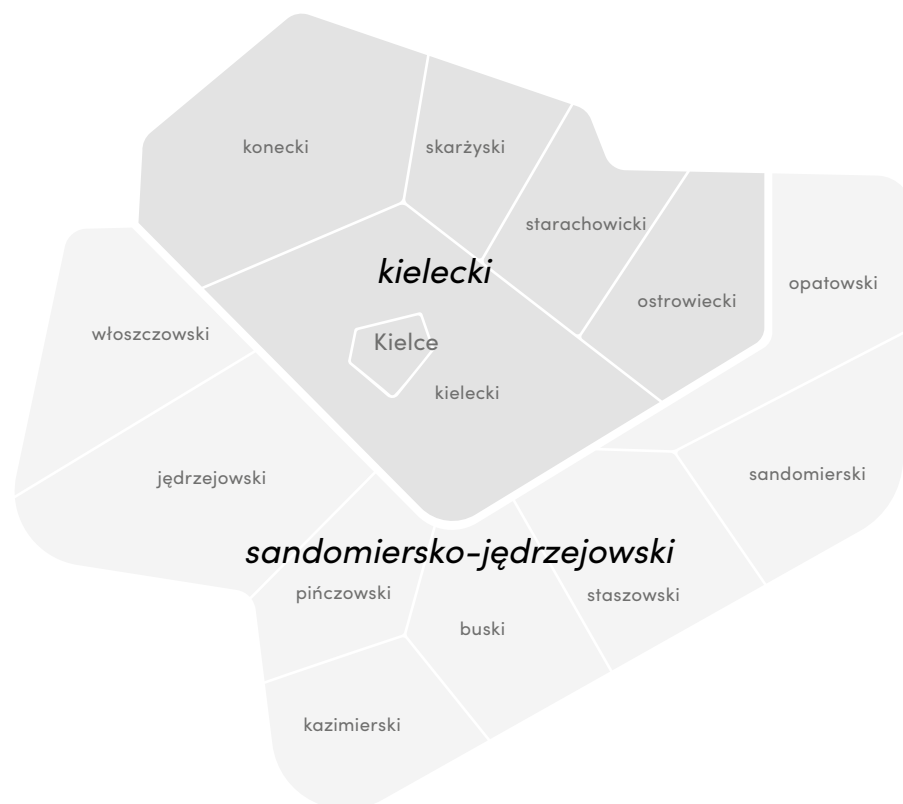




TABELA 1 Dane statystyczne

	POLSKA	ŚWIĘTOKRZYSKIE	kielecki	sandomiersko-jędrzejowski
PKB na 1 mieszkańca w relacji do średniej krajowej (Polska = 100; 2016)	100,0	71,5	78,2	61,0
Dochody gmin na 1 mieszkańca (zł; 2017)	4 938	4 312	4 507	4 004
Wydatki gmin na 1 mieszkańca (zł; 2017)	4 958	4 343	4 590	3 949
Stopa bezrobocia rejestrowanego (III kwartał 2018)	5,7	8,1	9,0	6,8
Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w relacji do średniej krajowej (Polska = 100; 2017)	100	86	87	85
Nakłady inwestycyjne w przedsiębiorstwach na 1 mieszkańca (zł; 2016)	3 880	1 624	1 966	1 083
Podmioty zarejestrowane w rejestrze REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	1 121	900	1 007	730
Podmioty nowo zarejestrowane w rejestrze REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	94	77	88	61
Podmioty wykreślone z rejestru REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	75	66	78	46
Podmioty gospodarcze zarejestrowane w rejestrze REGON ogółem (2017), w tym:	4 309 800	112 296	77 126	35 170
0–9 pracujących (mikro)	4 128 611	107 314	73 783	33 531
10–49 pracujących (małe)	147 607	4 034	2 687	1 347
50–249 pracujących (średnie)	29 154	832	570	262
Powyżej 249 pracujących (duże)	4 428	116	86	30



OGÓLNY WSKAŹNIK KONIUNKTURY MIKRO I MAŁYCH FIRM

MAPA 1

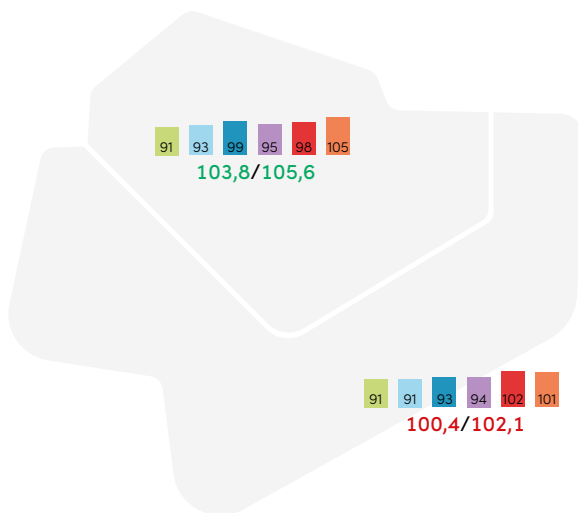
Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
 za ostatnie i przyszłe
 12 miesięcy w roku 2018:

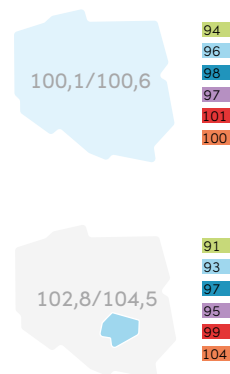
- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za
 ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



Ogólny Wskaźnik Koniunktury Mikro i Małych Firm – woj. świętokrzyskie



OCENA SYTUACJI GOSPODARCZEJ PRZEZ MIKRO I MAŁE FIRMY

MAPA 2

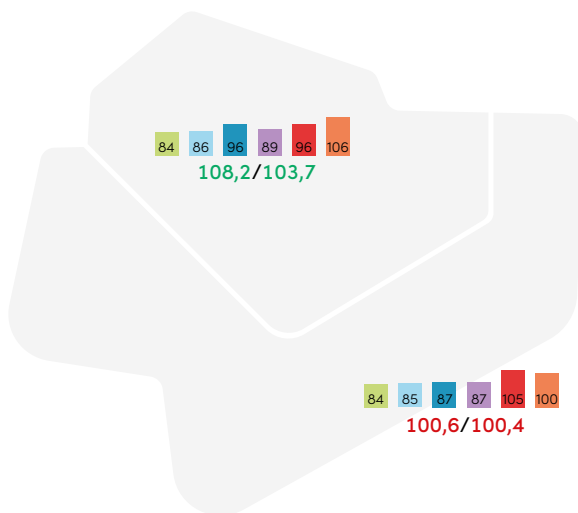
Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
 za ostatnie i przyszłe
 12 miesięcy w roku 2018:

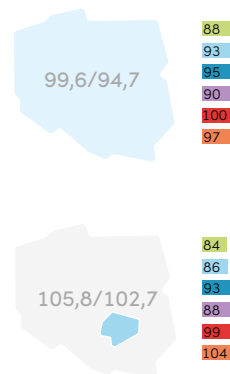
- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za
 ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



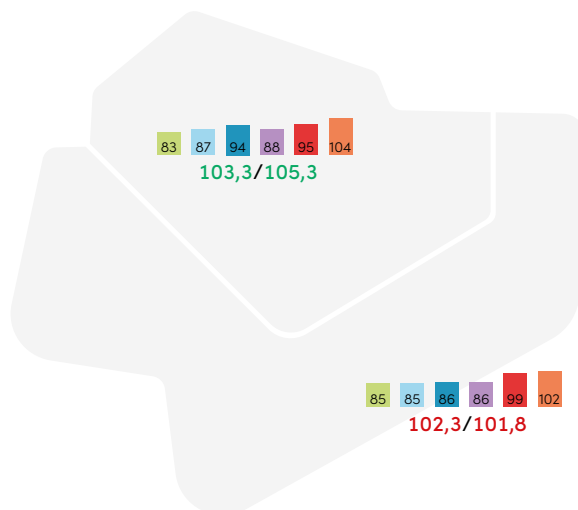
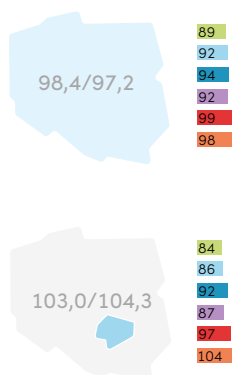
Ocena sytuacji gospodarczej – woj. świętokrzyskie





MAPA 3

Ocena sytuacji branży
– woj. świętokrzyskie



Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

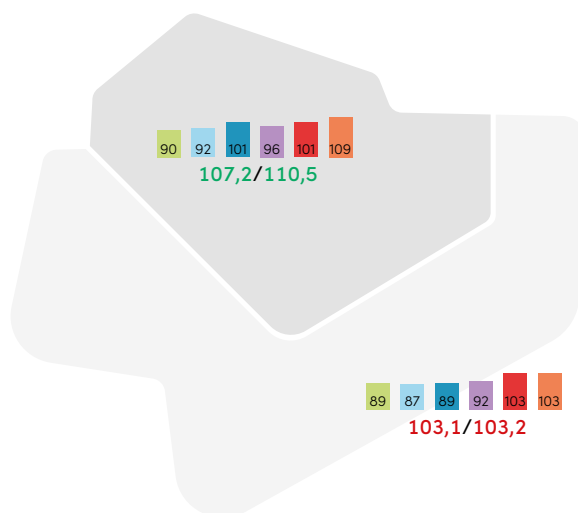
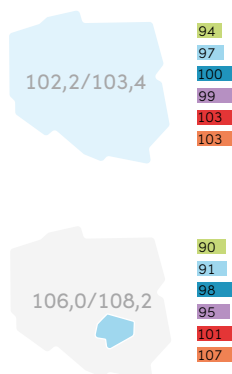
- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018

MAPA 4

Ocena sytuacji firmy
– woj. świętokrzyskie



Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



SYTUACJA FINANSOWA MIKRO I MAŁYCH FIRM

MAPA 5

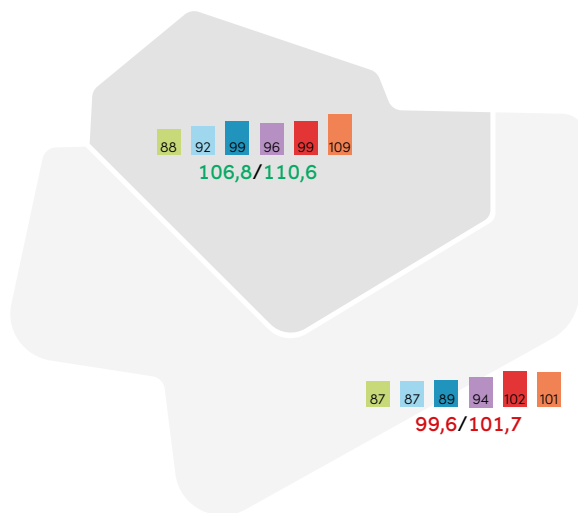
Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
 za ostatnie i przyszłe
 12 miesięcy w roku 2018:

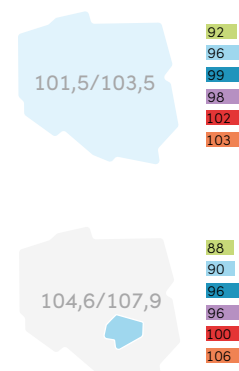
- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za
 ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



Ocena przychodów firmy
 – woj. świętokrzyskie



MAPA 6

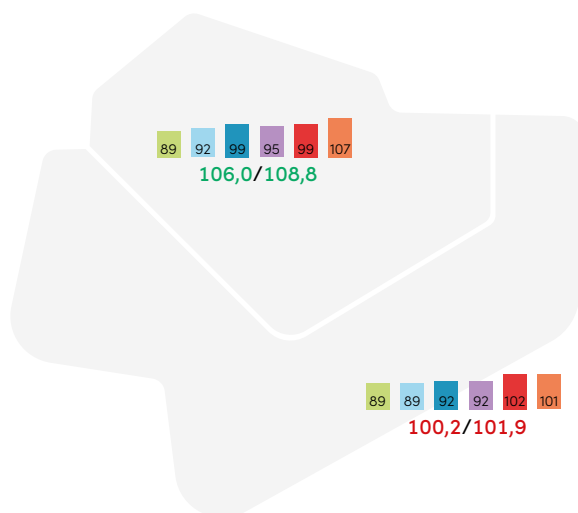
Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
 za ostatnie i przyszłe
 12 miesięcy w roku 2018:

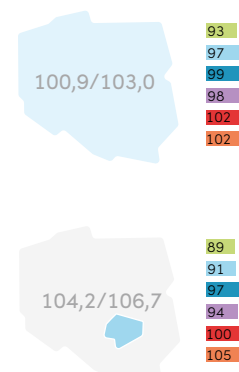
- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za ostatnie
 i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



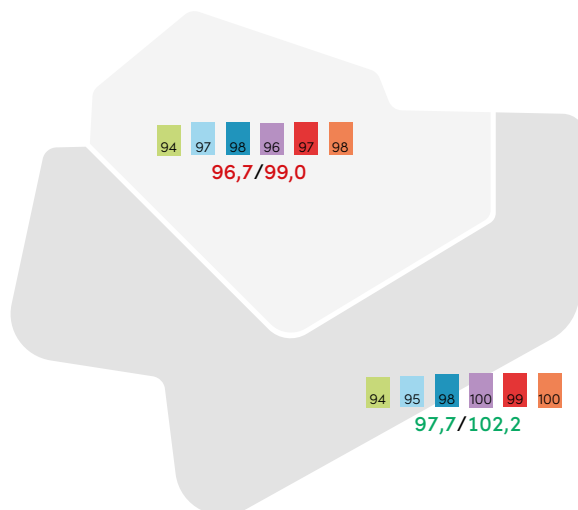
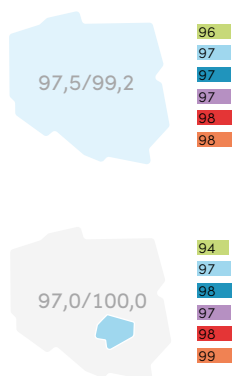
Ocena wyniku finansowego
 firmy – woj. świętokrzyskie





MAPA 7

Ocena długości oczekiwania na zapłatę za towary/usługi – woj. świętokrzyskie



Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

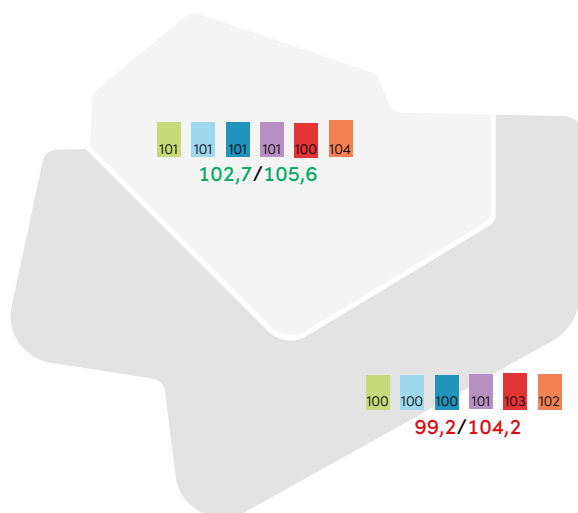
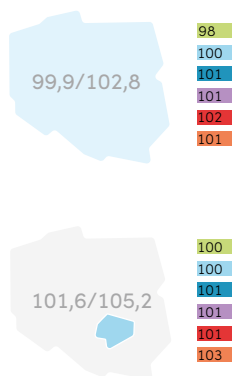
Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018

MAPA 8

ZATRUDNIENIE W MIKRO I MAŁYCH FIRM

Ocena zatrudnienia w firmie – woj. świętokrzyskie



Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe:

12 miesięcy w roku 2018

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



DOSTĘPNOŚĆ ZEWNĘTRZNEGO FINANSOWANIA DLA MIKRO I MAŁYCH FIRM

MAPA 9

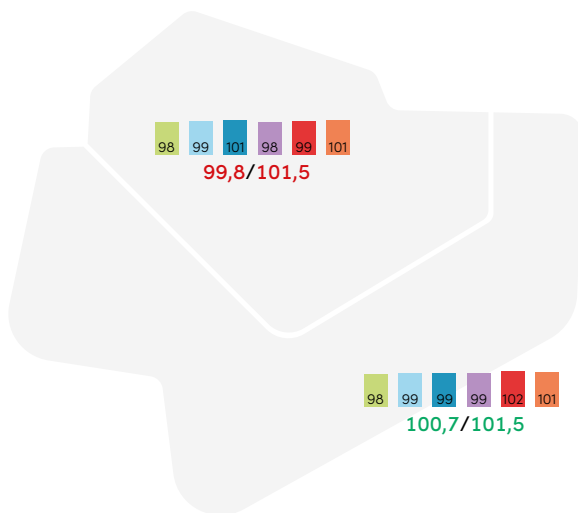
Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y - indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

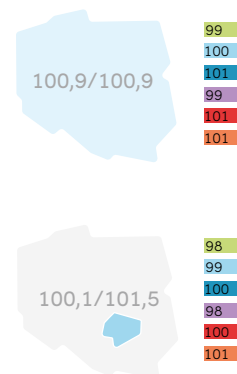
- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018

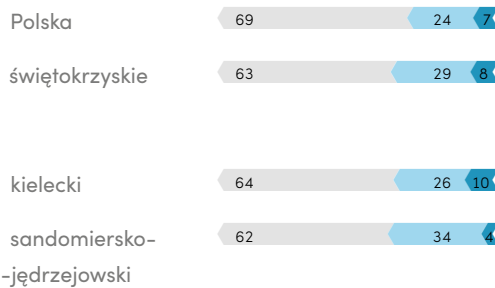
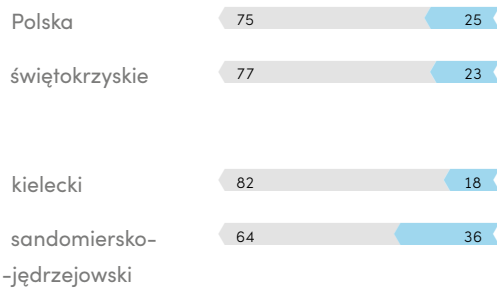


Ocena dostępności zewnętrznego finansowania dla firmy – woj. świętokrzyskie



Poprzednie 12 miesięcy

Przyszłe 12 miesięcy



WYKRES 1

Źródła finansowania firmy – woj. świętokrzyskie (wyrażone w %)

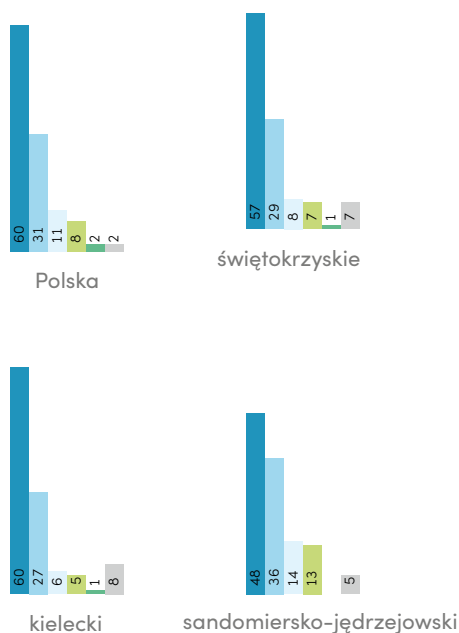
- Wyłącznie środki własne
- Środki własne oraz finansowanie zewnętrzne (np. kredyt)
- Trudno powiedzieć



WYKRES 2

Przyczyny finansowania firmy ze środków własnych – woj. świętokrzyskie (wyrażone w %):

- Brak potrzeby
- Niechęć do zadłużenia
- Brak możliwości skorzystania z finansowania zewnętrznego (np. brak zdolności kredytowej)
- Tańszy koszt kapitału własnego w porównaniu z finansowaniem zewnętrznym
- Brak informacji na temat finansowania zewnętrznego
- Inne



WYKRES 3

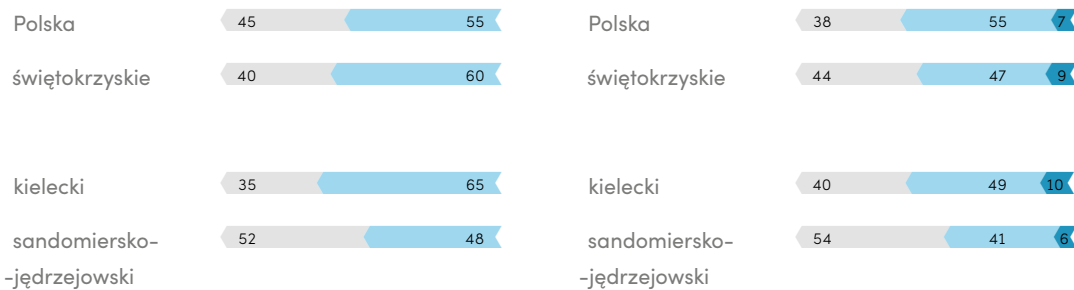
INWESTYCJE MIKRO I MAŁYCH FIRM

Ponoszenie przez firmy wydatków inwestycyjnych – woj. świętokrzyskie (wyrażone w %):

- Tak
- Nie
- Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy

Przyszłe 12 miesięcy



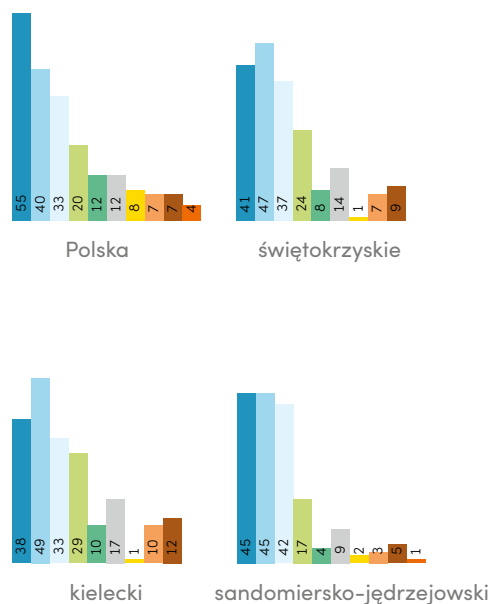


WYKRES 4

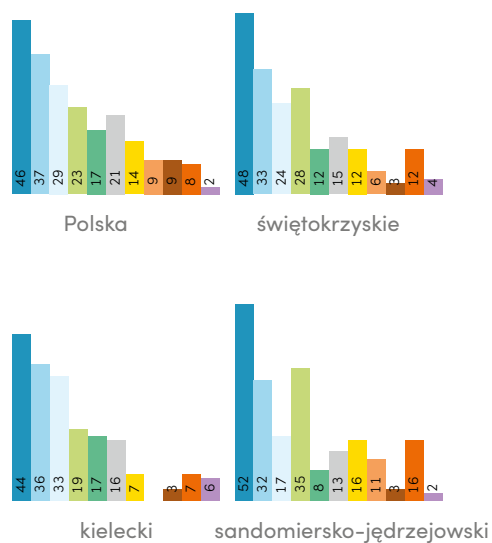
Przedmiot wydatków inwestycyjnych – woj. świętokrzyskie (wyrażone w %):

- Wyposażenie, narzędzia i przyrządy
- Maszyny i urządzenia
- Środki transportu
- Reklama, marketing
- Szkolenia dla pracowników
- Budynki i budowle
- Zatrudnienie nowych pracowników
- Wartości niematerialne i prawne
- Technologie (np. cyfrowe)
- Grunty
- Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy





WYKRES 5

Wysokość wydatków inwestycyjnych – woj. świętokrzyskie
(wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy



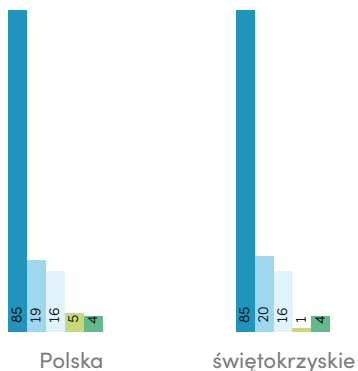


* 5 najczęściej wymienianych źródeł finansowania inwestycji

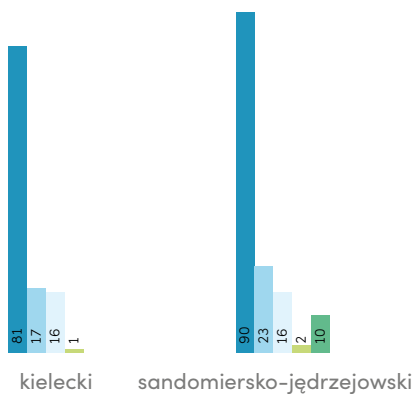
WYKRES 6

Źródła finansowania inwestycji – woj. świętokrzyskie (wyrażone w %):

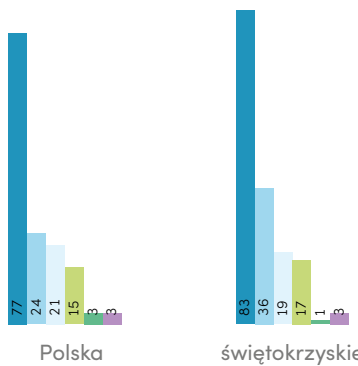
Poprzednie 12 miesięcy



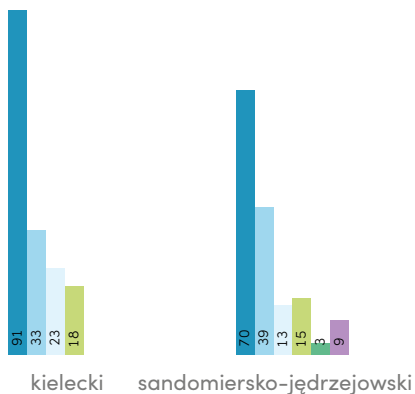
- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Leasing
- Dotacje
- Pożyczka od rodziny lub znajomych



Przyszłe 12 miesięcy



- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Leasing
- Dotacje
- Pożyczka od rodziny lub znajomych
- Trudno powiedzieć





WYKRES 7

EKSPORT MIKRO I MAŁYCH FIRM

Eksport wyrobów
lub usług przez firmę
– woj. świętokrzyskie
(wyrażone w %):

Tak

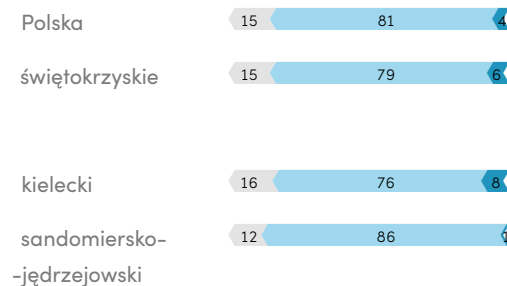
Nie

Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy



WYKRES 8

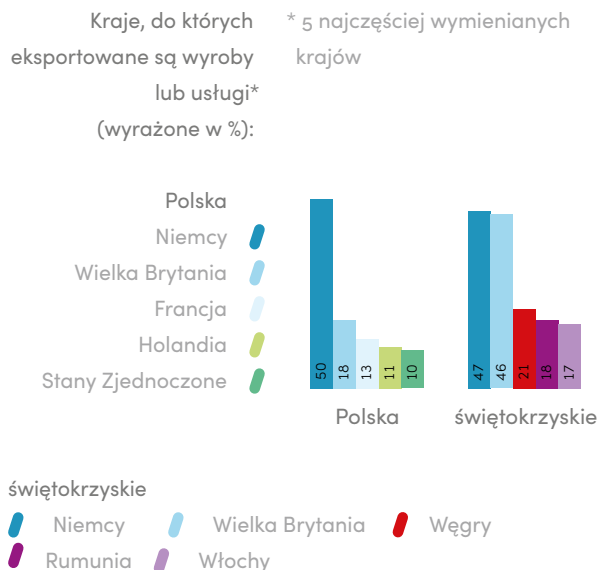
Kierunki rozwoju
działalności eksportowej
(wyrażone w %):



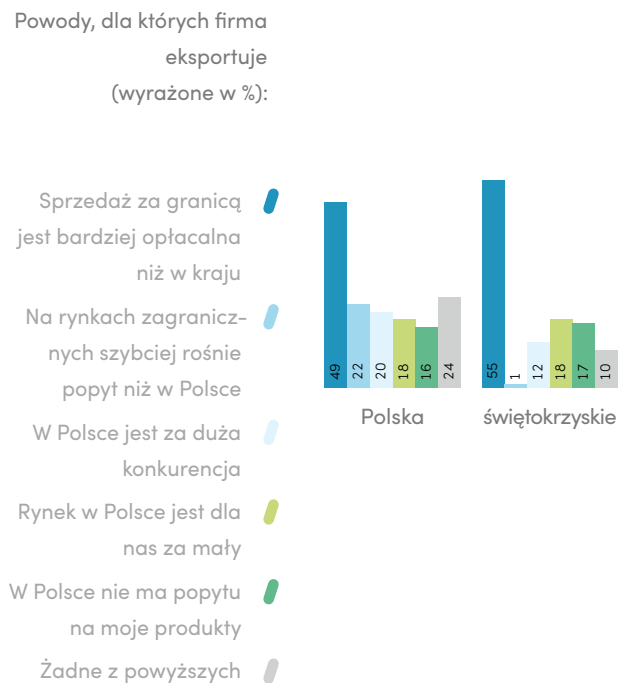
- Znalezienie nowych kontrahentów za granicą
- Zwiększenie sprzedaży na dotychczasowych rynkach zagranicznych
- Indywidualne podejście do klienta – produkcja/usługi szyte na miarę
- Nowe produkty i usługi w ofercie
- Poprawa jakości oferowanych produktów i usług
- Dotarcie na nowe rynki
- Inwestycje w innowacyjne produkty i usługi
- Nowe strategie sprzedaży
- Nowa działalność lub branża firmy
- Żadne z powyższych



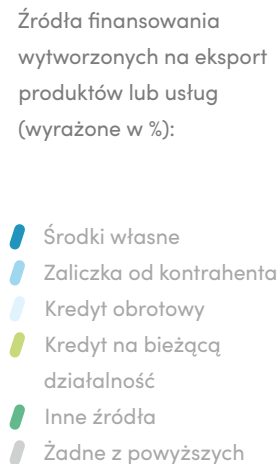
WYKRES 9



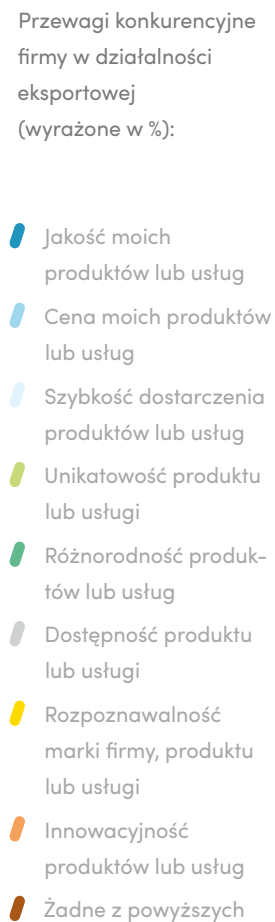
WYKRES 11



WYKRES 10



WYKRES 12





WYKRES 13

INNOWACYJNOŚĆ MIKRO I MAŁYCH FIRM

Innowacja produktowa
– woj. świętokrzyskie
(wyrażone w %):

Tak

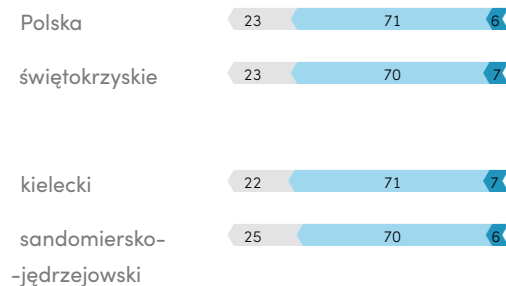
Nie

Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy



WYKRES 14

Innowacja procesowa –
woj. świętokrzyskie
(wyrażone w %):

Tak

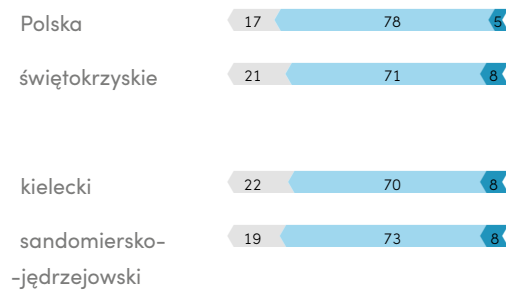
Nie

Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy

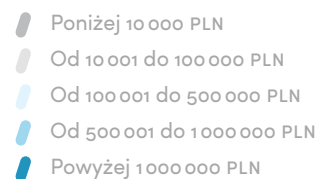
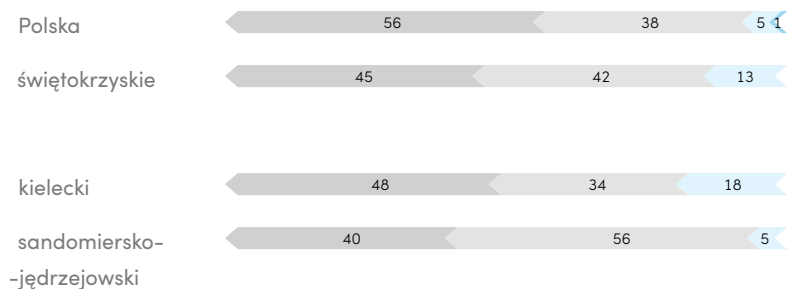




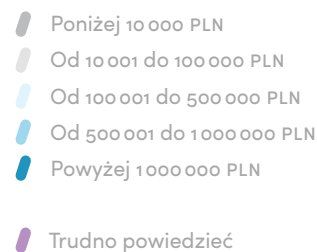
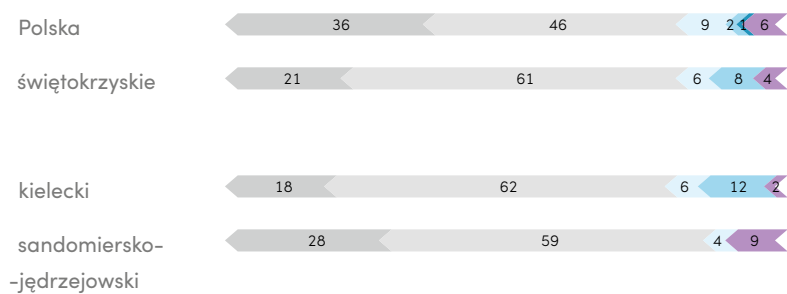
WYKRES 15

Wysokość wydatków
na innowacje
– woj. świętokrzyskie
(wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy



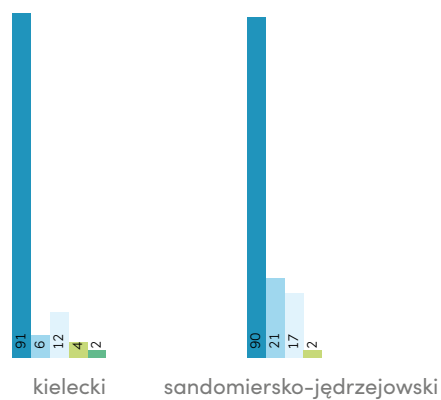
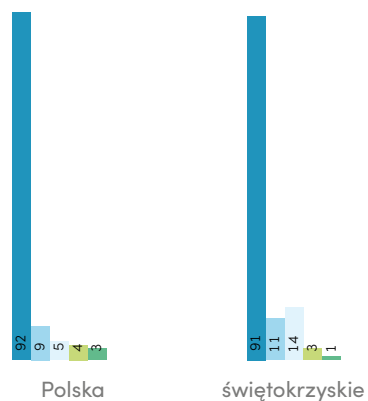


WYKRES 16

* 5 najczęściej wymienianych źródeł finansowania innowacji

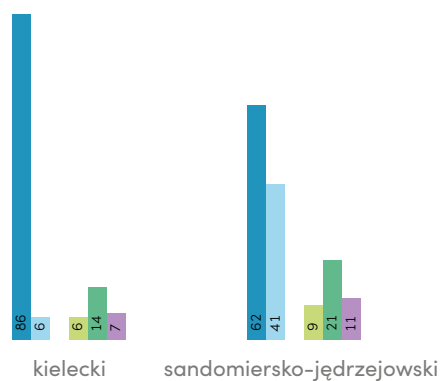
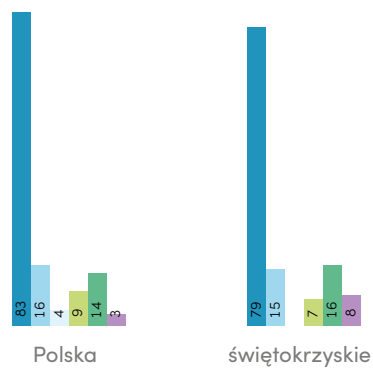
Źródło finansowania innowacji – woj. świętokrzyskie (wyrażone w %):

- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Pożyczka od rodziny
- Leasing
- Dotacje



- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Pożyczka od rodziny
- Leasing
- Dotacje

Trudno powiedzieć





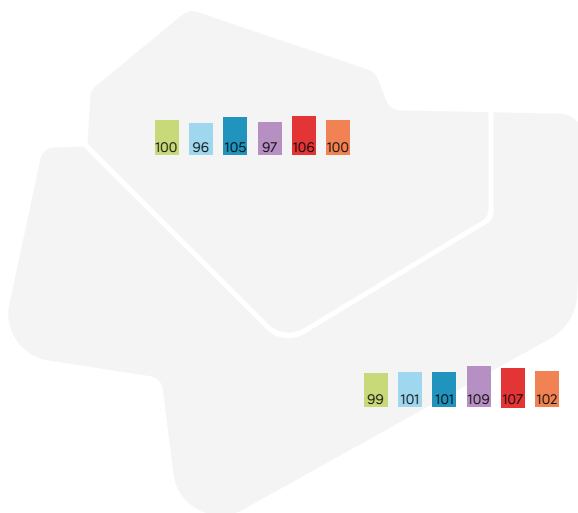
OCENA OTOCZENIA BIZNESU PRZEZ MIKRO I MAŁE FIRMY

Wartość indeksu z badania w 2018 roku:

- poniżej wyniku ogólnopolskiego
- powyżej wyniku ogólnopolskiego

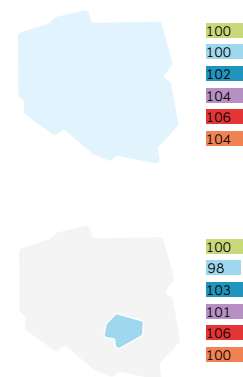
Indeksy:

- indeks z 2013
- indeks z 2014
- indeks z 2015
- indeks z 2016
- indeks z 2017
- indeks z 2018



MAPA 10

Ocena jakości usług świadczonych przedsiębiorcom przez lokalną administrację – woj. świętokrzyskie



Wartość indeksu z badania w 2018 roku:

- poniżej wyniku ogólnopolskiego
- powyżej wyniku ogólnopolskiego

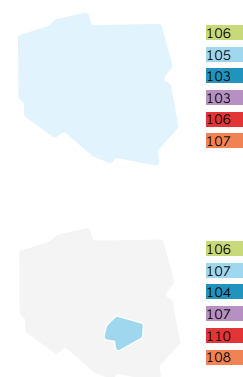
Indeksy:

- indeks z 2013
- indeks z 2014
- indeks z 2015
- indeks z 2016
- indeks z 2017
- indeks z 2018



MAPA 11

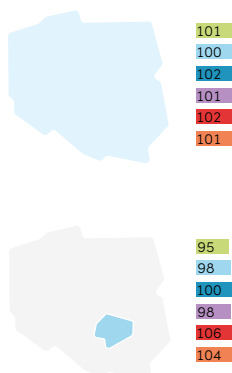
Ocena jakości usług doradczych świadczonych przez polskie banki w zakresie kredytów – woj. świętokrzyskie





MAPA 12

Ocena uciążliwości
kontroli działalności
gospodarczej
– woj. świętokrzyskie



Wartość indeksu
z badania w 2018 roku:

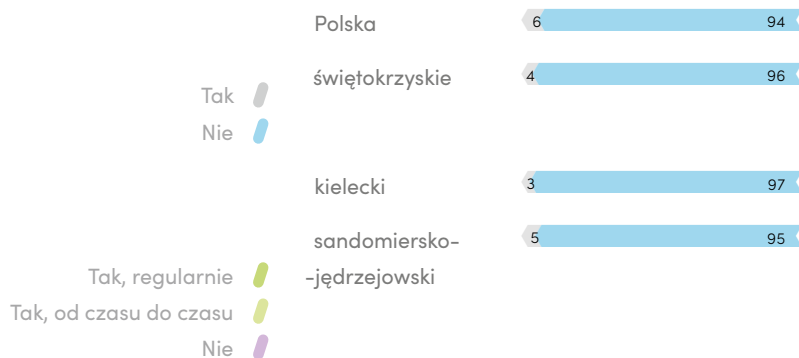
- poniżej wyniku ogólnopolskiego
- powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:

- indeks z 2013
- indeks z 2014
- indeks z 2015
- indeks z 2016
- indeks z 2017
- indeks z 2018

WYKRES 17

Przynależność do
organizacji biznesowych
– woj. świętokrzyskie
(wyrażone w %):



WYKRES 18

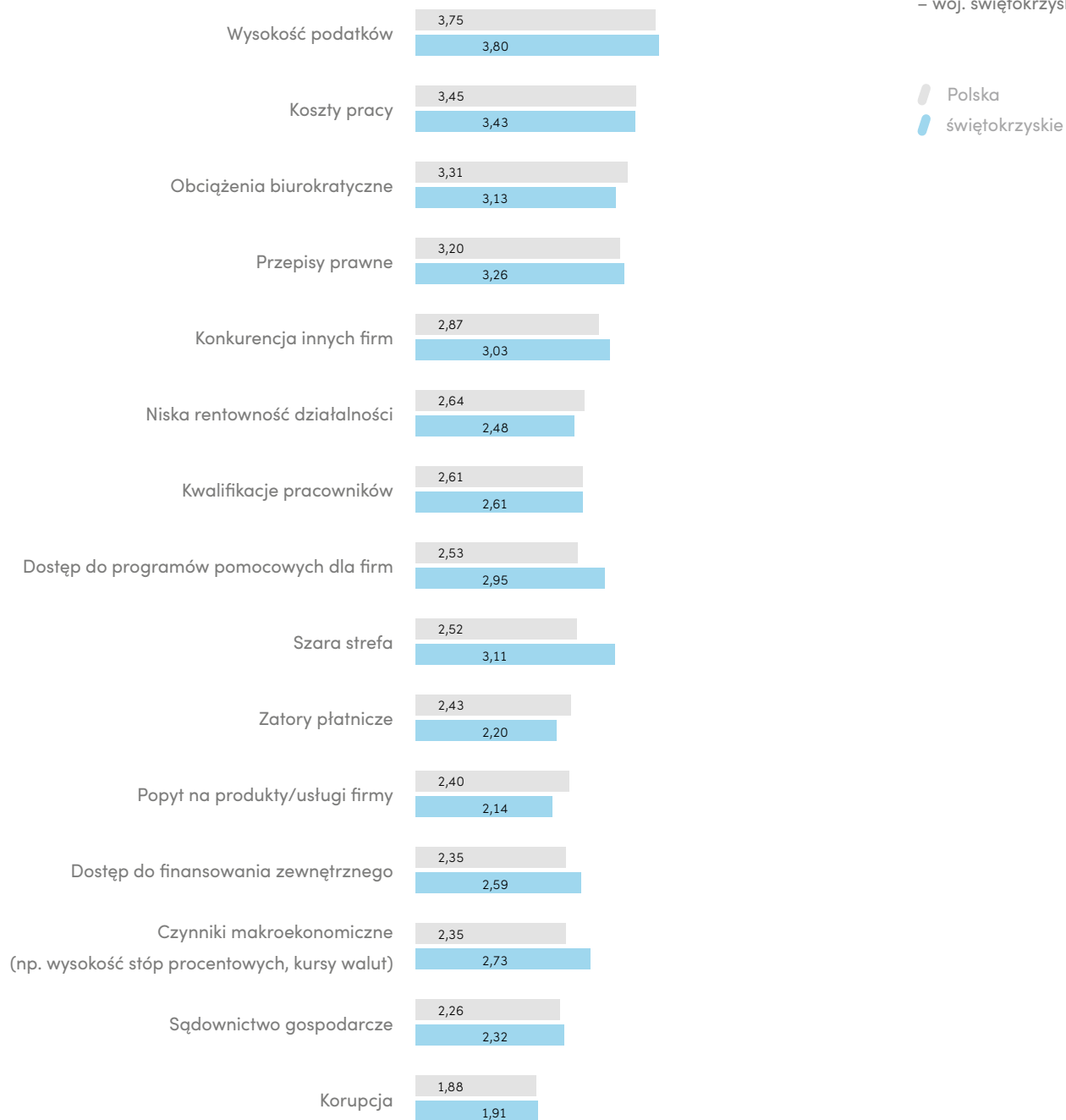
Korzystanie z usług firm zewnętrznych
– woj. świętokrzyskie (wyrażone w %)





WYKRES 19

Główne bariery
rozwoju firmy
– woj. świętokrzyskie:



Na wykresie zaprezentowano średnie z odpowiedzi;
od 1 „brak bariery” do 5 „bardzo ograniczająca bariera”.



województwo
warmińsko-mazurskie

Ach, jeziora na Mazurach
uszczęśliwią nawet gbura.





TABELA 1 Dane statystyczne

	POLSKA	WARMIŃSKO- MAZURSKIE	elbląski	elcki	olsztyński
PKB na 1 mieszkańca w relacji do średniej krajowej (Polska = 100; 2016)	100,0	71,3	68,1	58,0	80,2
Dochody gmin na 1 mieszkańca (zł; 2017)	4 938	4 684	4 580	4 252	4 976
Wydatki gmin na 1 mieszkańca (zł; 2017)	4 958	4 693	4 620	4 314	4 935
Stopa bezrobocia rejestrowanego (III kwartał 2018)	5,7	9,9	10,5	11,3	8,8
Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w relacji do średniej krajowej (Polska = 100; 2017)	100	84	81	79	89
Nakłady inwestycyjne w przedsiębiorstwach na 1 mieszkańca (zł; 2016)	3 880	2 073	1 976	1 673	2 343
Podmioty zarejestrowane w rejestrze REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	1 121	874	806	820	958
Podmioty nowo zarejestrowane w rejestrze REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	94	75	71	69	82
Podmioty wykreślone z rejestru REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	75	67	64	59	72
Podmioty gospodarcze zarejestrowane w rejestrze REGON ogółem (2017), w tym:	4 309 800	125 377	42 624	23 734	59 019
0–9 pracujących (mikro)	4 128 611	119 801	40 588	22 722	56 491
10–49 pracujących (małe)	147 607	4 477	1 630	818	2 029
50–249 pracujących (średnie)	29 154	986	364	182	440
Powyżej 249 pracujących (duże)	4 428	113	42	12	59



OGÓLNY WSKAŹNIK KONIUNKTURY MIKRO I MAŁYCH FIRM

MAPA 1

Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

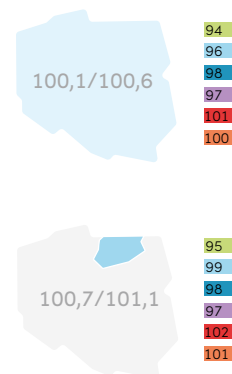
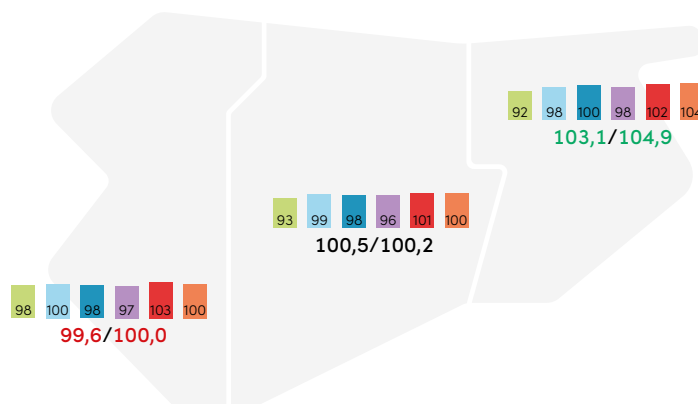
Ogólny Wskaźnik Koniunktury Mikro i Małych Firm
 – woj. warmińsko-mazurskie

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



OCENA SYTUACJI GOSPODARCZEJ PRZEZ MIKRO I MAŁE FIRMY

MAPA 2

Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

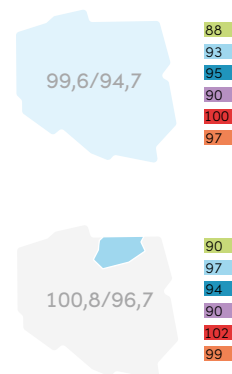
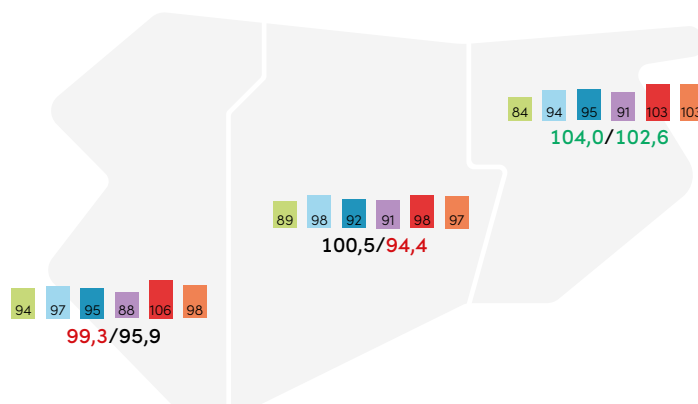
Ocena sytuacji gospodarczej
 – woj. warmińsko-mazurskie

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

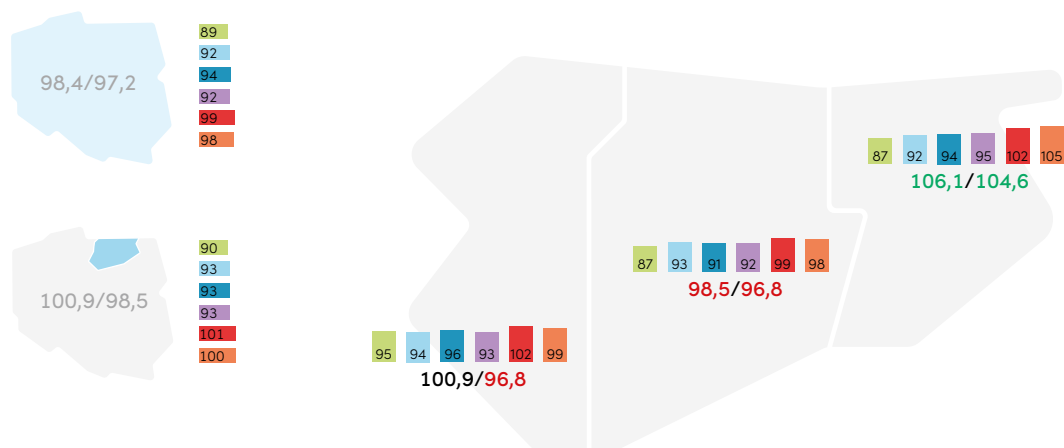
- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018





MAPA 3

Ocena sytuacji branży
– woj. warmińsko-mazurskie



Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

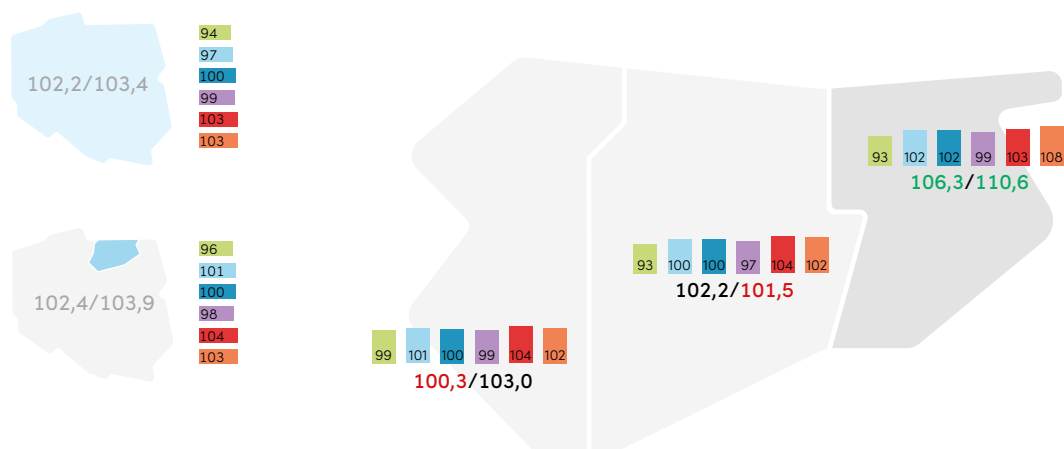
- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018

MAPA 4

Ocena sytuacji firmy
– woj. warmińsko-mazurskie



Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



SYTUACJA FINANSOWA MIKRO I MAŁYCH FIRM

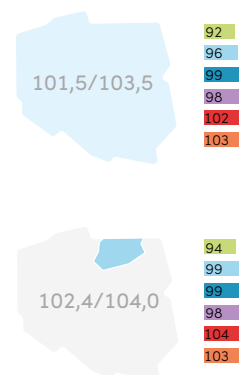
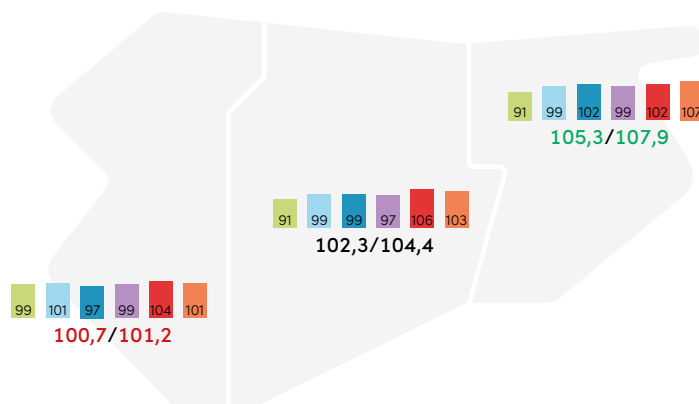
MAPA 5

Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

Ocena przychodów firmy
 – woj. warmińsko-mazurskie

Różnica między indeksem
 za ostatnie i przyszłe
 12 miesięcy w roku 2018:
 brak poprawy (-50-2,9)
 niewielka poprawa (3-4,9)
 poprawa (5-7,9)
 duża poprawa (8-10,9)
 b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za
 ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:
 średnia z indeksów 2013
 średnia z indeksów 2014
 średnia z indeksów 2015
 średnia z indeksów 2016
 średnia z indeksów 2017
 średnia z indeksów 2018



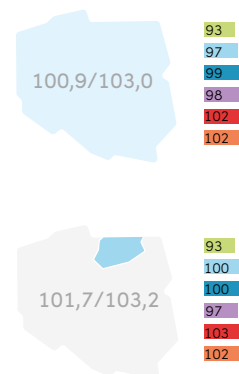
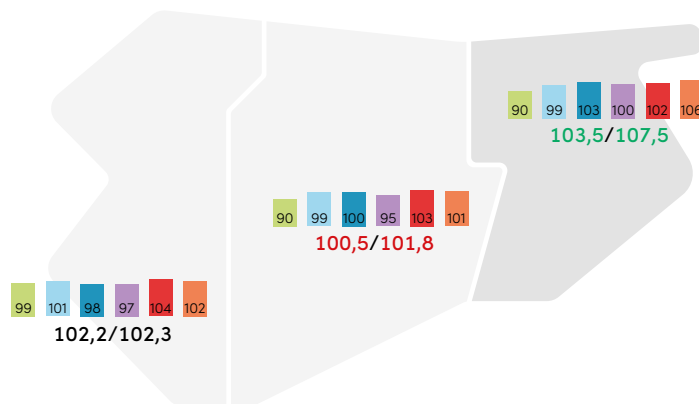
Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

MAPA 6

Ocena wyniku
 finansowego firmy
 – woj. warmińsko-mazurskie

Różnica między indeksem
 za ostatnie i przyszłe
 12 miesięcy w roku 2018:
 brak poprawy (-50-2,9)
 niewielka poprawa (3-4,9)
 poprawa (5-7,9)
 duża poprawa (8-10,9)
 b. duża poprawa (11-50)

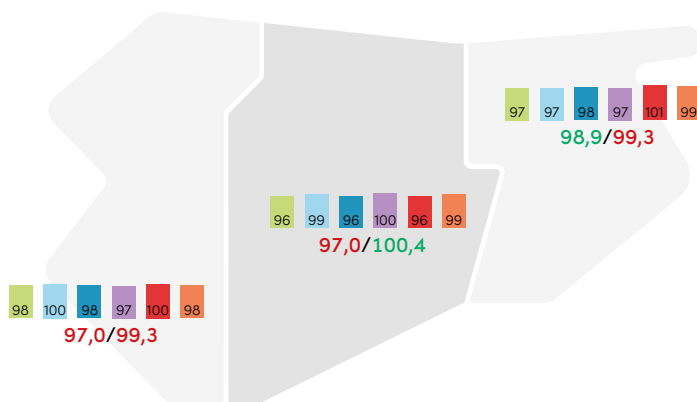
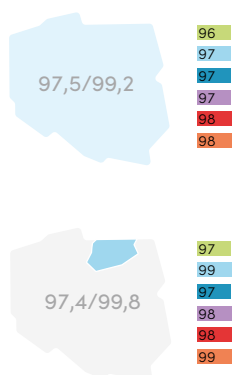
Średnia z indeksów za
 ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:
 średnia z indeksów 2013
 średnia z indeksów 2014
 średnia z indeksów 2015
 średnia z indeksów 2016
 średnia z indeksów 2017
 średnia z indeksów 2018





MAPA 7

Ocena długości
oczekiwania na zapłatę
za towary/usługi
– woj. warmińsko-mazurskie



Indeks % w roku 2017
x – indeks za ostatnie 12 mies.
y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

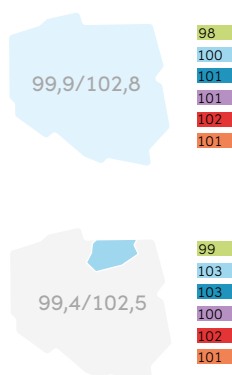
- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

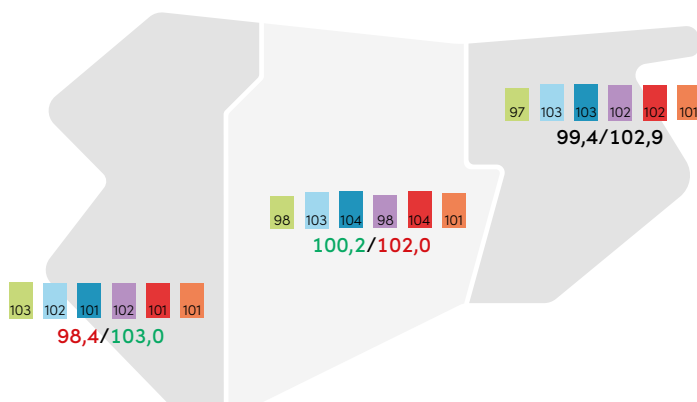
- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018

MAPA 8

Ocena zatrudnienia
w firmie
– woj. warmińsko-mazurskie



ZATRUDNIENIE W MIKRO I MAŁYCH FIRM



Indeks % w roku 2017
x – indeks za ostatnie 12 mies.
y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



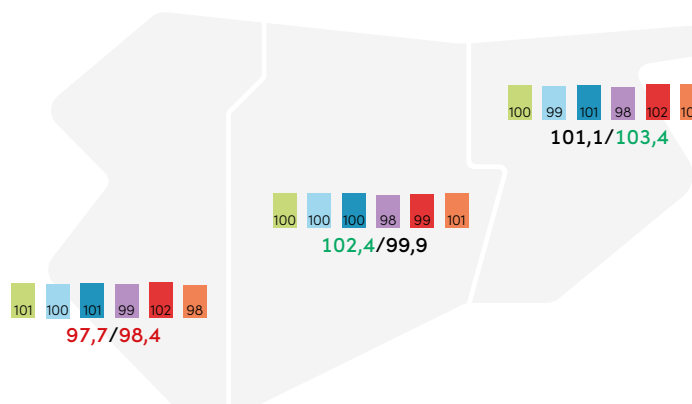
DOSTĘPNOŚCI ZEWNĘTRZNEGO FINANSOWANIA DLA MIKRO I MAŁYCH FIRM

MAPA 9

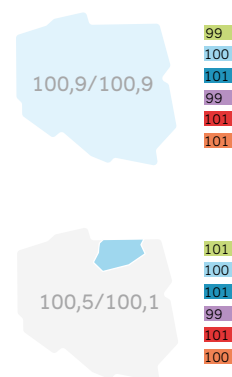
Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:
 brak poprawy (-50-2,9)
 niewielka poprawa (3-4,9)
 poprawa (5-7,9)
 duża poprawa (8-10,9)
 b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:
 średnia z indeksów 2013
 średnia z indeksów 2014
 średnia z indeksów 2015
 średnia z indeksów 2016
 średnia z indeksów 2017
 średnia z indeksów 2018

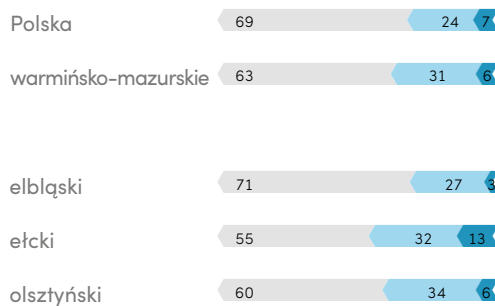
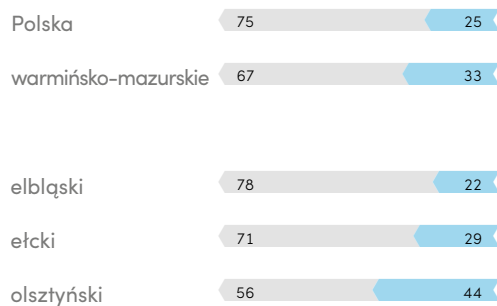


Ocena dostępności zewnętrznego finansowania dla firmy – woj. warmińsko-mazurskie



Poprzednie 12 miesięcy

Przyszłe 12 miesięcy



WYKRES 1

Źródła finansowania firmy – woj. warmińsko-mazurskie (wyrażone w %)

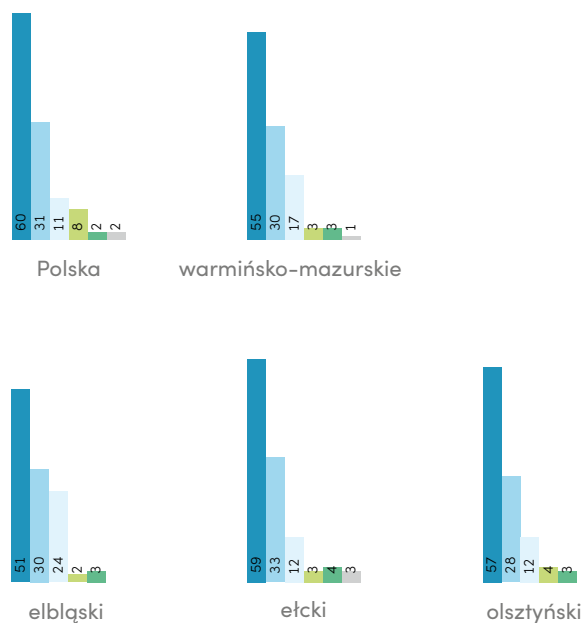
Wyłącznie środki własne
 Środki własne oraz finansowanie zewnętrzne (np. kredyt)
 Trudno powiedzieć



WYKRES 2

Przyczyny finansowania firmy ze środków własnych – woj. warmińsko-mazurskie (wyrażone w %)

- Brak potrzeby
- Niechęć do zadłużenia
- Brak możliwości skorzystania z finansowania zewnętrznego (np. brak zdolności kredytowej)
- Tańszy koszt kapitału własnego w porównaniu z finansowaniem zewnętrznym
- Brak informacji na temat finansowania zewnętrznego
- Inne



WYKRES 3

INWESTYCJE MIKRO I MAŁYCH FIRM

Ponoszenie przez firmy wydatków inwestycyjnych – woj. warmińsko-mazurskie (wyrażone w %)

- Tak
- Nie
- Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy

Przyszłe 12 miesięcy



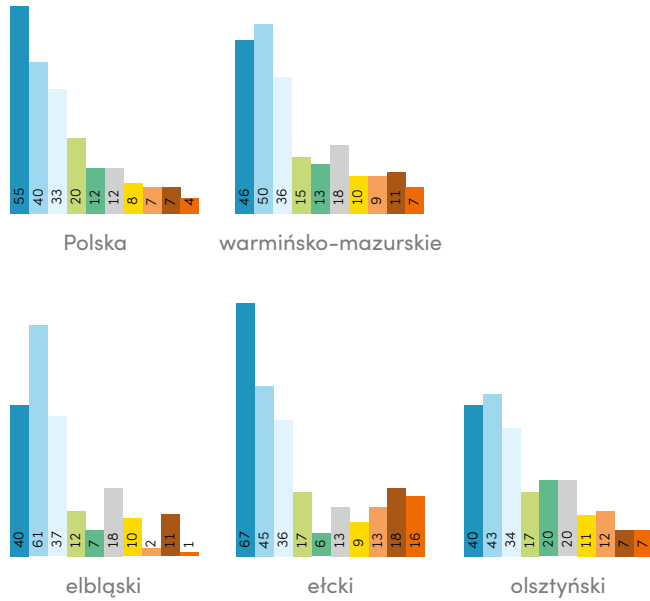


WYKRES 4

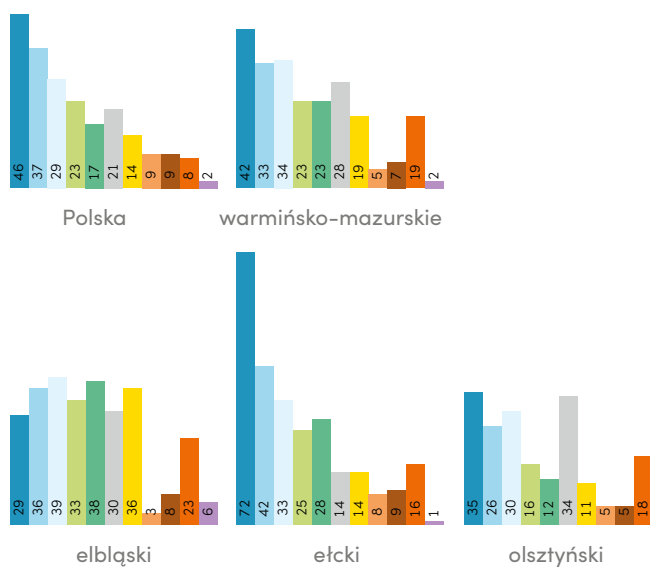
Przedmiot wydatków inwestycyjnych – woj. warmińsko-mazurskie (wyrażone w %)

- Wyposażenie, narzędzia i przyrządy
- Maszyny i urządzenia
- Środki transportu
- Reklama, marketing
- Szkolenia dla pracowników
- Budynki i budowle
- Zatrudnienie nowych pracowników
- Wartości niematerialne i prawne
- Technologie (np. cyfrowe)
- Grunty
- Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy



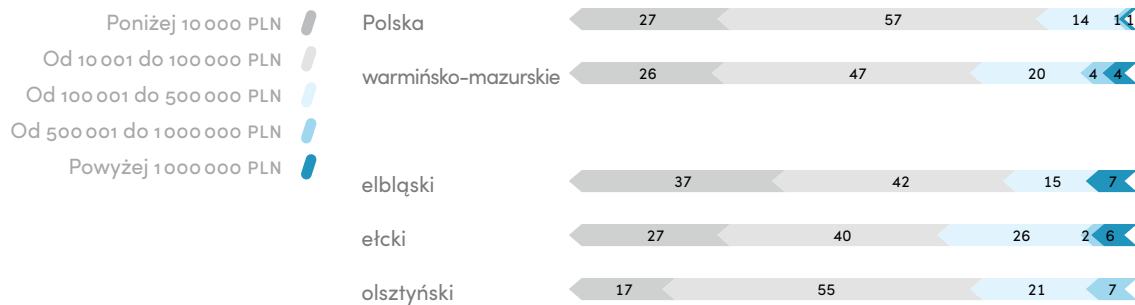
Przyszłe 12 miesięcy



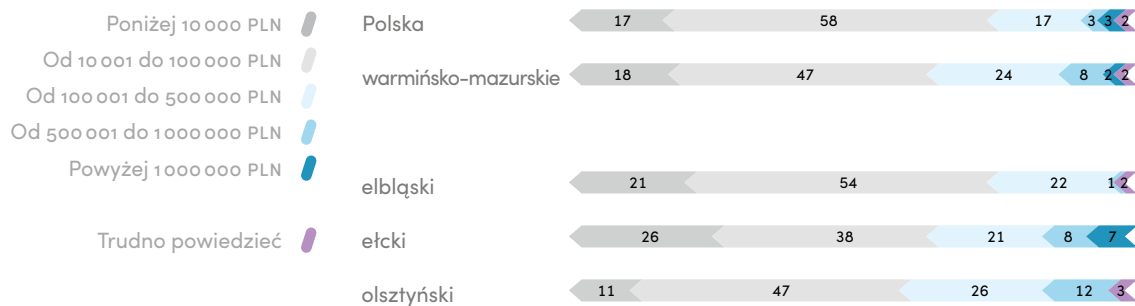


WYKRES 5

Wysokość wydatków inwestycyjnych – woj. warmińsko-mazurskie
(wyrażone w %)



Przyszłe 12 miesięcy



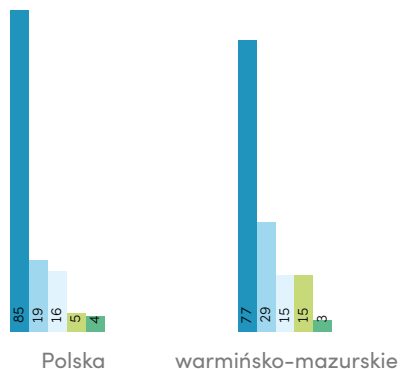


* 5 najczęściej wymienianych źródeł finansowania inwestycji

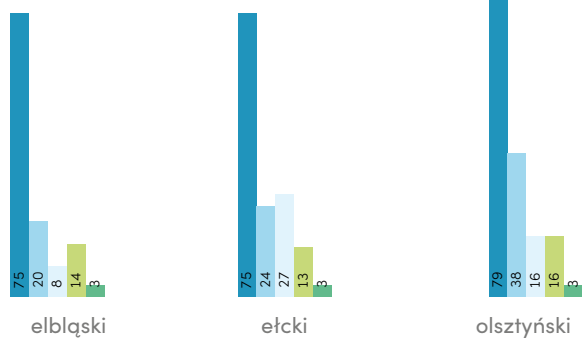
WYKRES 6

Źródła finansowania inwestycji – woj. warmińsko-mazurskie (wyrażone w %)

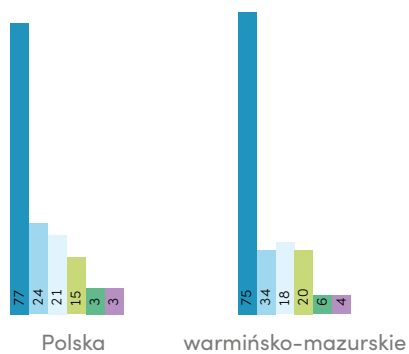
Poprzednie 12 miesięcy



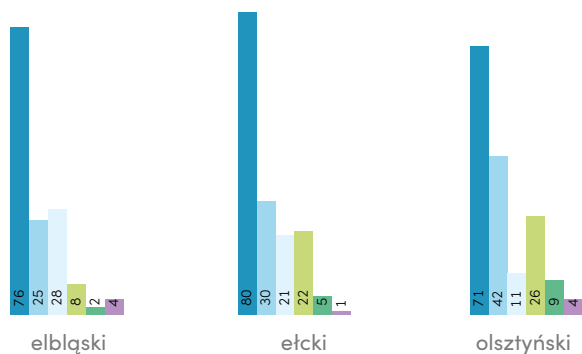
- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Leasing
- Dotacje
- Pożyczka od rodziny lub znajomych



Przyszłe 12 miesięcy



- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Leasing
- Dotacje
- Pożyczka od rodziny lub znajomych
- Trudno powiedzieć





WYKRES 7

EKSPORT MIKRO I MAŁYCH FIRM

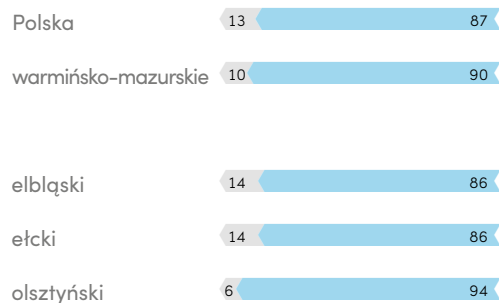
Eksport wyrobów
lub usług przez firmę
– woj. warmińsko-mazurskie
(wyrażone w %)

Tak

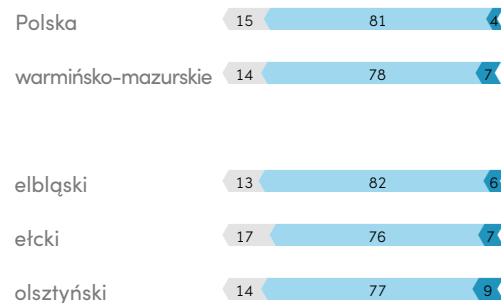
Nie

Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy

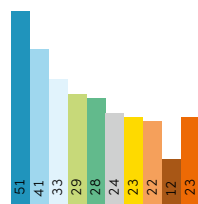


Przyszłe 12 miesięcy

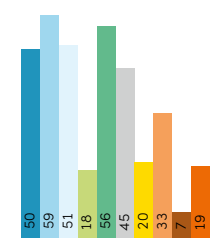


WYKRES 8

Kierunki rozwoju
działalności eksportowej
(wyrażone w %)



Polska

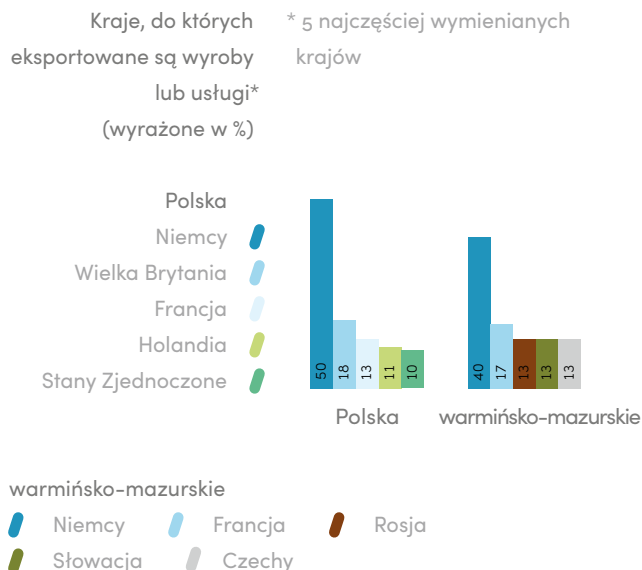


warmińsko-mazurskie

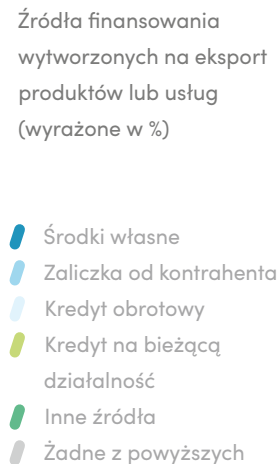
- Znalezienie nowych kontrahentów za granicą
- Zwiększenie sprzedaży na dotychczasowych rynkach zagranicznych
- Indywidualne podejście do klienta – produkcja/usługi szyte na miarę
- Nowe produkty i usługi w ofercie
- Poprawa jakości oferowanych produktów i usług
- Dotarcie na nowe rynki
- Inwestycje w innowacyjne produkty i usługi
- Nowe strategie sprzedaży
- Nowa działalność lub branża firmy
- Żadne z powyższych



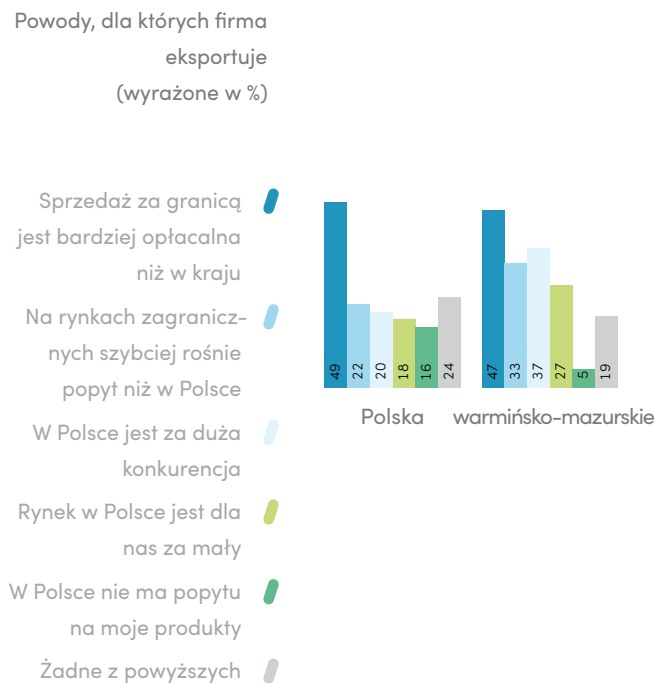
WYKRES 9



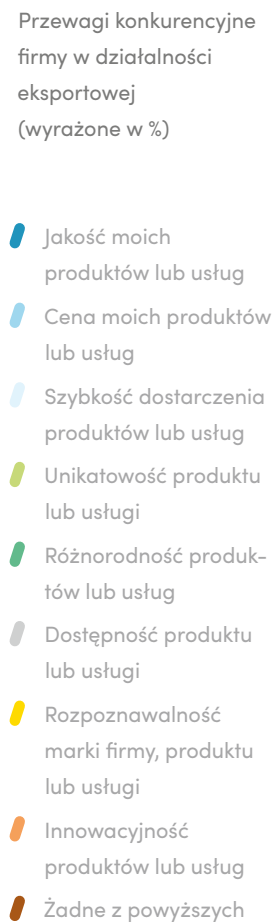
WYKRES 10



WYKRES 11



WYKRES 12





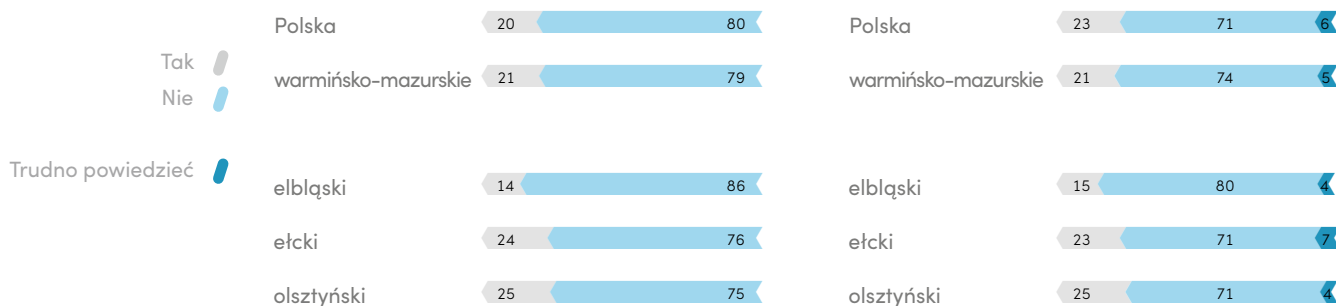
WYKRES 13

INNOWACYJNOŚĆ MIKRO I MAŁYCH FIRM

Innowacja produktowa
– woj. warmińsko-mazurskie
(wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy

Przyszłe 12 miesięcy

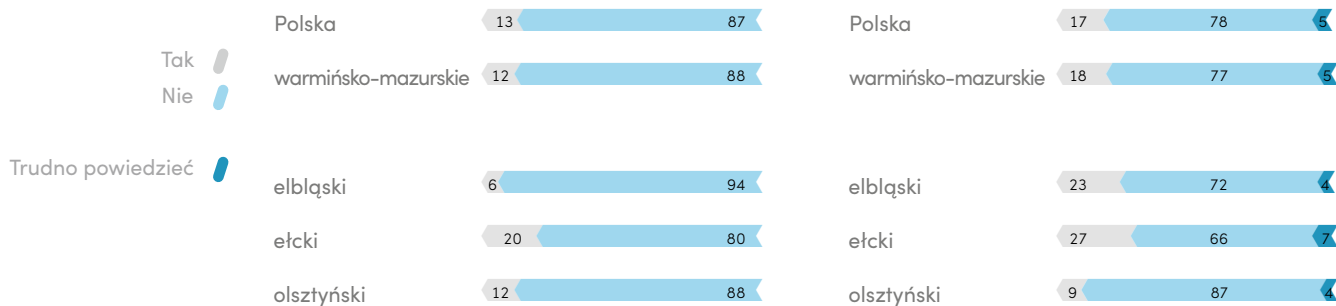


WYKRES 14

Innowacja procesowa –
woj. warmińsko-mazurskie
(wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy

Przyszłe 12 miesięcy

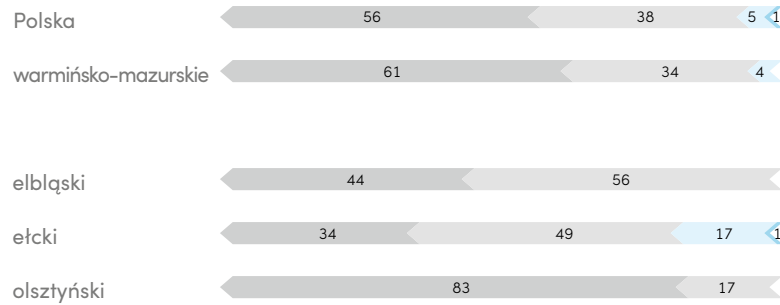




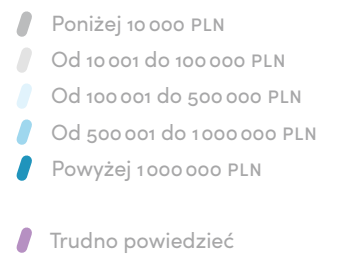
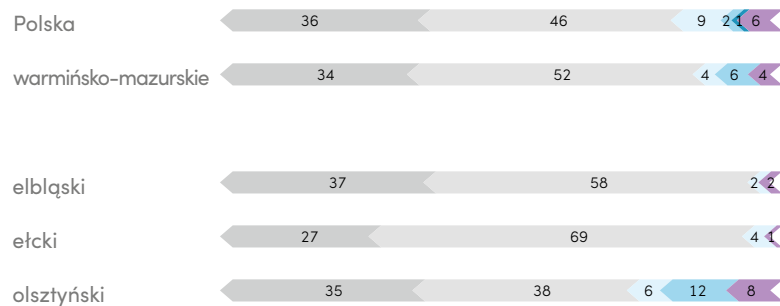
WYKRES 15

Wysokość wydatków
na innowacje
– woj. warmińsko-mazurskie
(wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy



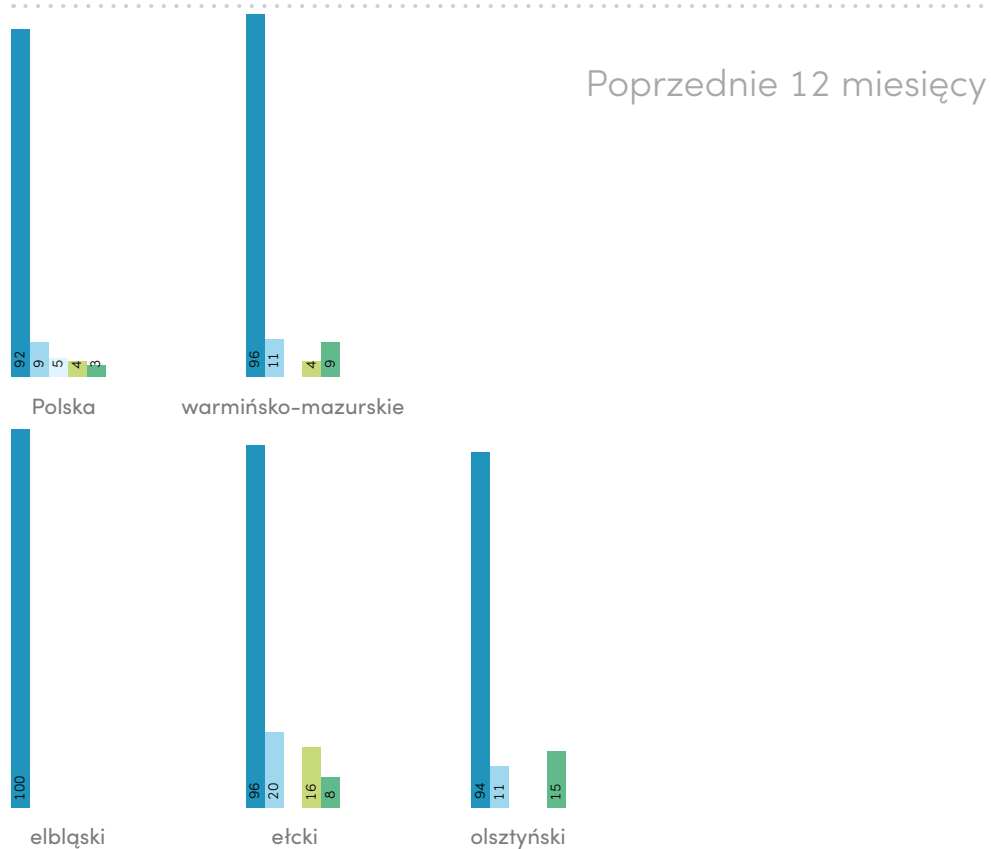


WYKRES 16

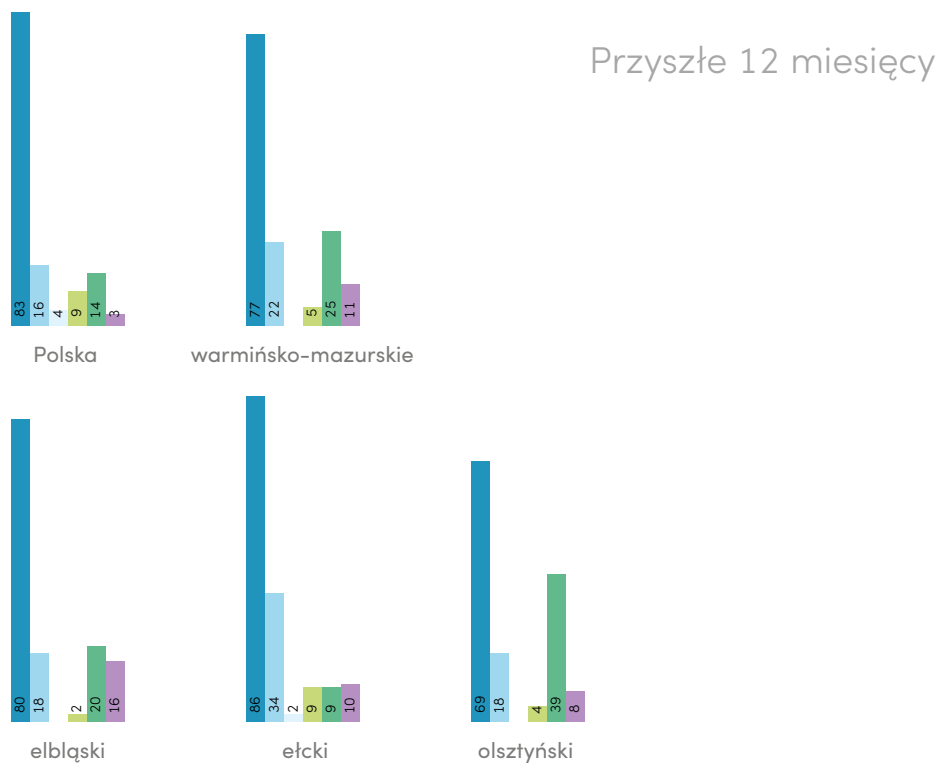
* 5 najczęściej wymienianych źródeł finansowania innowacji

Źródło finansowania innowacji – woj. warmińsko-mazurskie (wyrażone w %)

- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Pożyczka od rodziny
- Leasing
- Dotacje



- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Pożyczka od rodziny
- Leasing
- Dotacje
- Trudno powiedzieć





OCENA OTOCZENIA BIZNESU PRZEZ MIKRO I MAŁE FIRMY

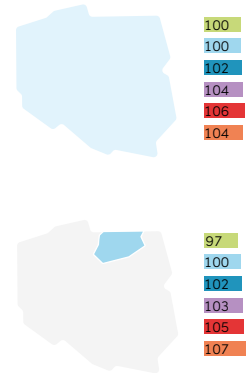
Wartość indeksu z badania w 2018 roku:
 poniżej wyniku ogólnopolskiego
 powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:
 indeks z 2013
 indeks z 2014
 indeks z 2015
 indeks z 2016
 indeks z 2017
 indeks z 2018



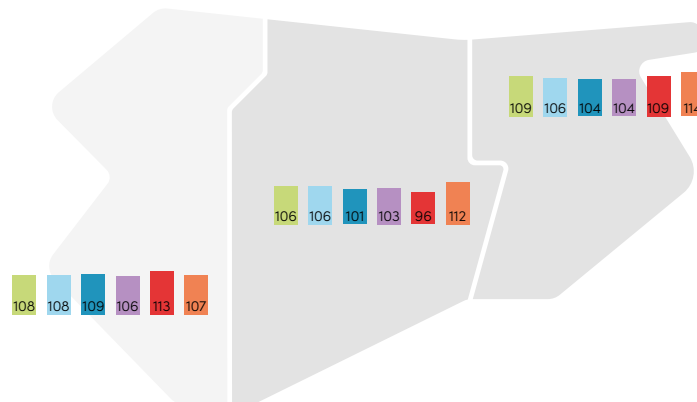
MAPA 10

Ocena jakości usług świadczonych przedsiębiorcom przez lokalną administrację – woj. warmińsko-mazurskie



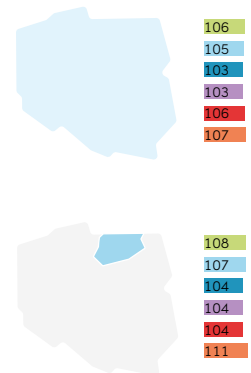
Wartość indeksu z badania w 2018 roku:
 poniżej wyniku ogólnopolskiego
 powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:
 indeks z 2013
 indeks z 2014
 indeks z 2015
 indeks z 2016
 indeks z 2017
 indeks z 2018



MAPA 11

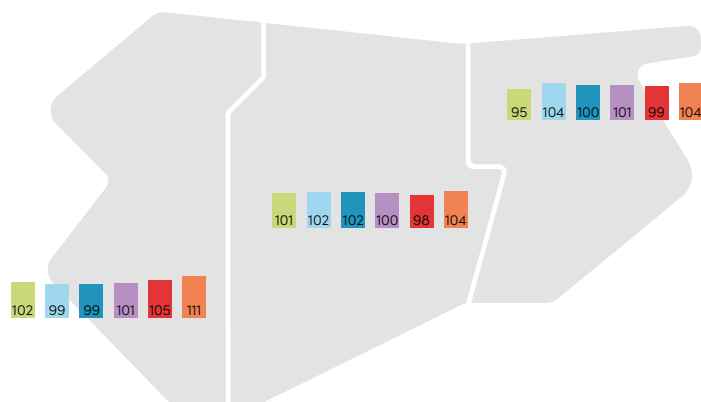
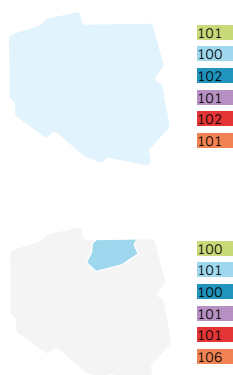
Ocena jakości usług doradczych świadczonych przez polskie banki w zakresie kredytów – woj. warmińsko-mazurskie





MAPA 12

Ocena uciążliwości
kontroli działalności
gospodarczej
– woj. warmińsko-mazurskie



Wartość indeksu
z badania w 2018 roku:

- poniżej wyniku ogólnopolskiego
- powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:

- indeks z 2013
- indeks z 2014
- indeks z 2015
- indeks z 2016
- indeks z 2017
- indeks z 2018

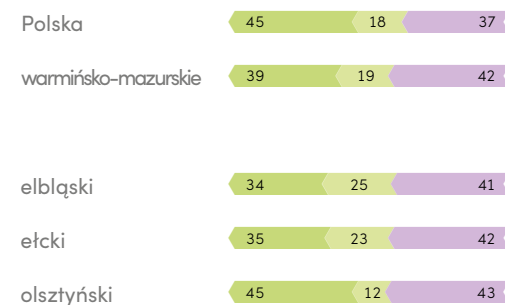
WYKRES 17

Przynależność do
organizacji biznesowych
– woj. warmińsko-mazurskie
(wyrażone w %)



WYKRES 18

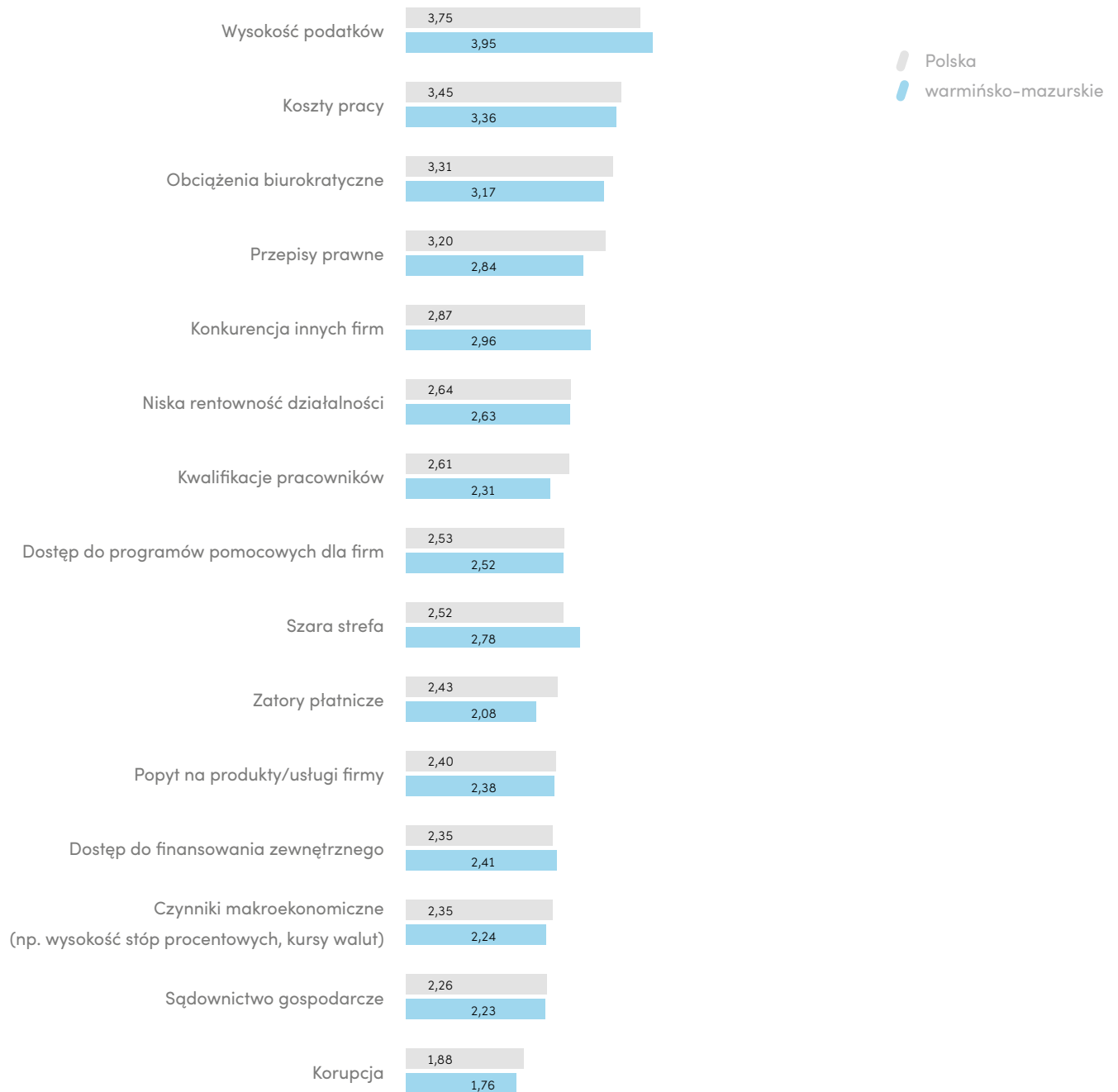
Korzystanie z usług firm zewnętrznych
– woj. warmińsko-mazurskie (wyrażone w %)





WYKRES 19

Główne bariery rozwoju firmy
– woj. warmińsko-mazurskie



Na wykresie zaprezentowano średnie z odpowiedzi;
od 1 „brak bariery” do 5 „bardzo ograniczająca bariera”.



województwo
wielkopolskie

Choć potencjał nieprzebrany,
prestż dają fortepiany.

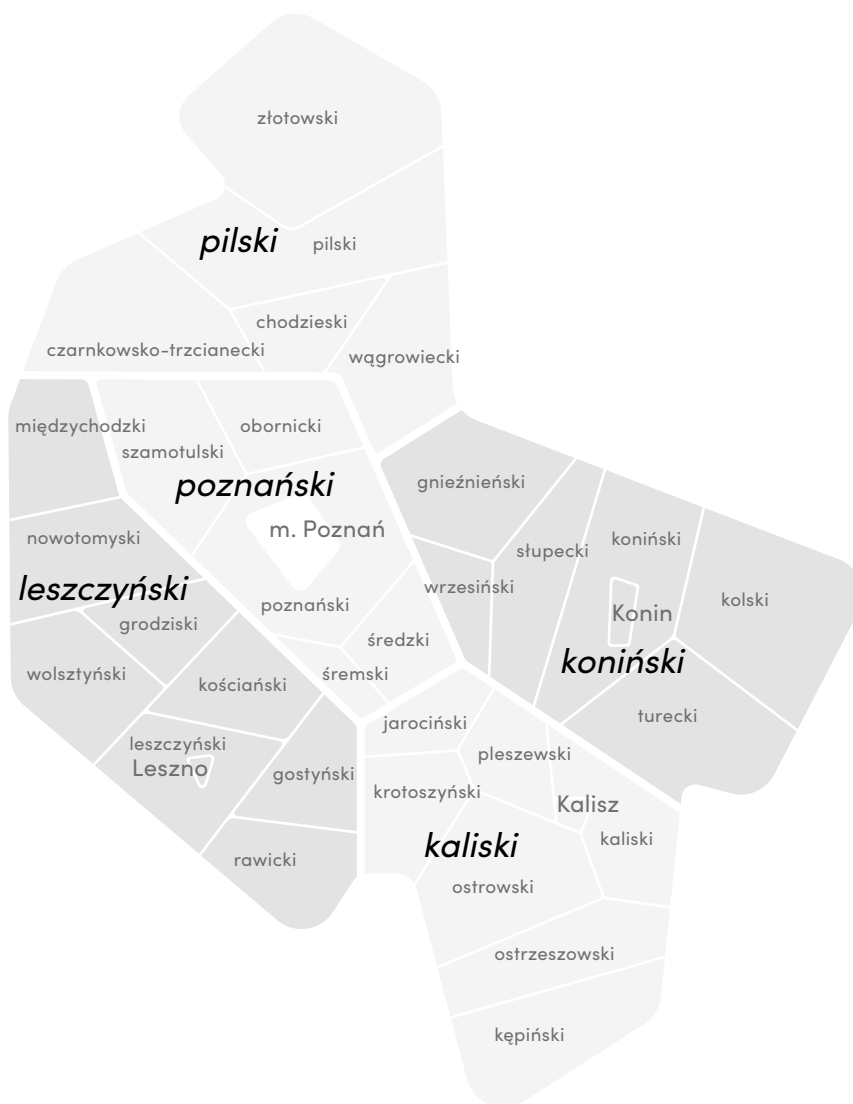




TABELA 1 Dane statystyczne

	POLSKA	WIELKOPOLSKIE	kaliski	koniński	leszczyński	piłski	poznański	m. Poznań
PKB na 1 mieszkańca w relacji do średniej krajowej (Polska = 100; 2016)	100,0	109,1	89,7	76,3	89,9	76,4	125,4	198,5
Dochody gmin na 1 mieszkańca (zł; 2017)	4 938	4 804	4 409	4 534	4 522	4 254	4 662	6 505
Wydatki gmin na 1 mieszkańca (zł; 2017)	4 958	4 865	4 525	4 610	4 675	4 393	4 824	6 206
Stopa bezrobocia rejestrowanego (III kwartał 2018)	5,7	3,2	2,9	5,8	3,3	5,4	2,2	1,2
Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w relacji do średniej krajowej (Polska = 100; 2017)	100	91	79	83	82	84	89	112
Nakłady inwestycyjne w przedsiębiorstwach na 1 mieszkańca (zł; 2016)	3 880	4 286	3 494	5 198	3 308	2 237	4 226	6 791
Podmioty zarejestrowane w rejestrze REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	1 121	1 210	976	935	1 069	878	1 331	2 090
Podmioty nowo zarejestrowane w rejestrze REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	94	100	80	86	86	81	110	159
Podmioty wykreślone z rejestru REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	75	78	66	68	71	71	83	111
Podmioty gospodarcze zarejestrowane w rejestrze REGON ogółem (2017), w tym:	4 309 800	422 094	65 485	61 593	59 514	36 191	86 763	112 548
0–9 pracujących (mikro)	4 128 611	402 747	62 490	58 998	56 281	34 338	82 978	107 662
10–49 pracujących (małe)	147 607	15 883	2 425	2 119	2 660	1 552	3 108	4 019
50–249 pracujących (średnie)	29 154	3 027	519	424	510	270	595	709
Powyżej 249 pracujących (duże)	4 428	437	51	52	63	31	82	158



OGÓLNY WSKAŹNIK KONIUNKTURY MIKRO I MAŁYCH FIRM

MAPA 1

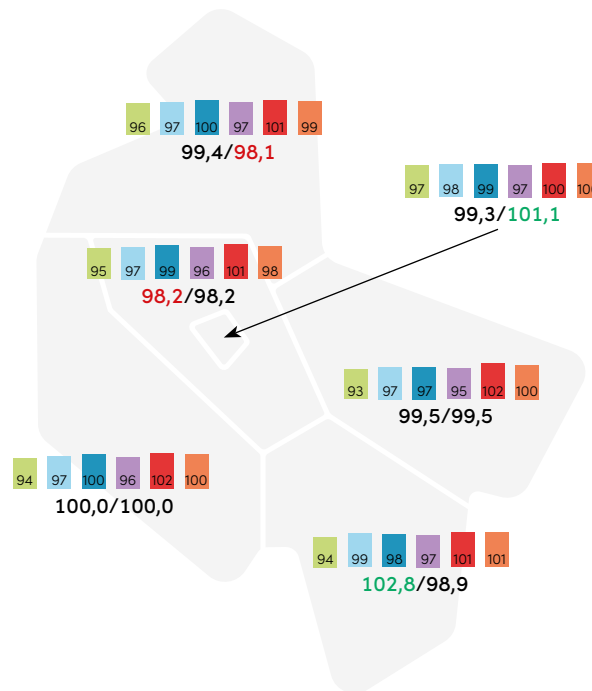
Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

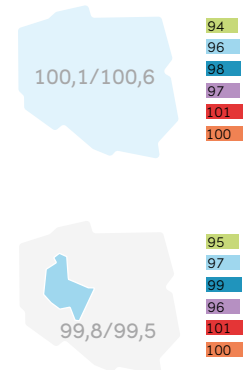
- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



Ogólny Wskaźnik Koniunktury Mikro i Małych Firm – woj. wielkopolskie



OCENA SYTUACJI GOSPODARCZEJ PRZEZ MIKRO I MAŁE FIRMY

MAPA 2

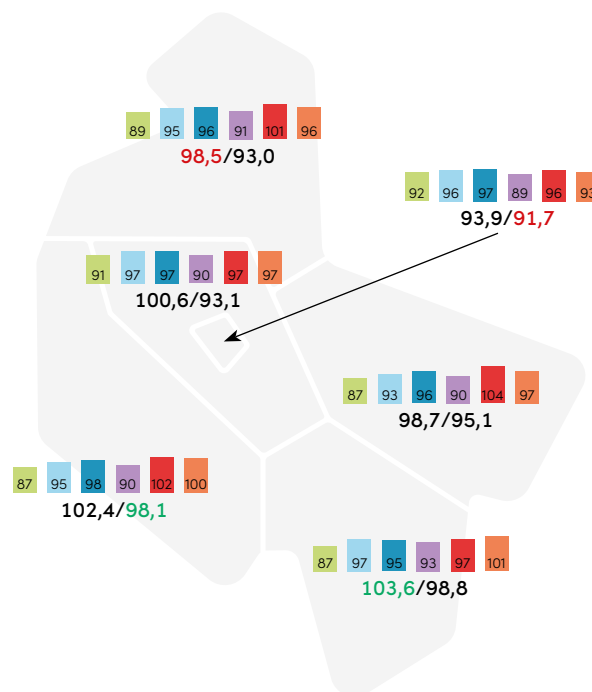
Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

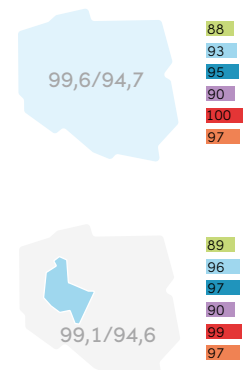
- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018

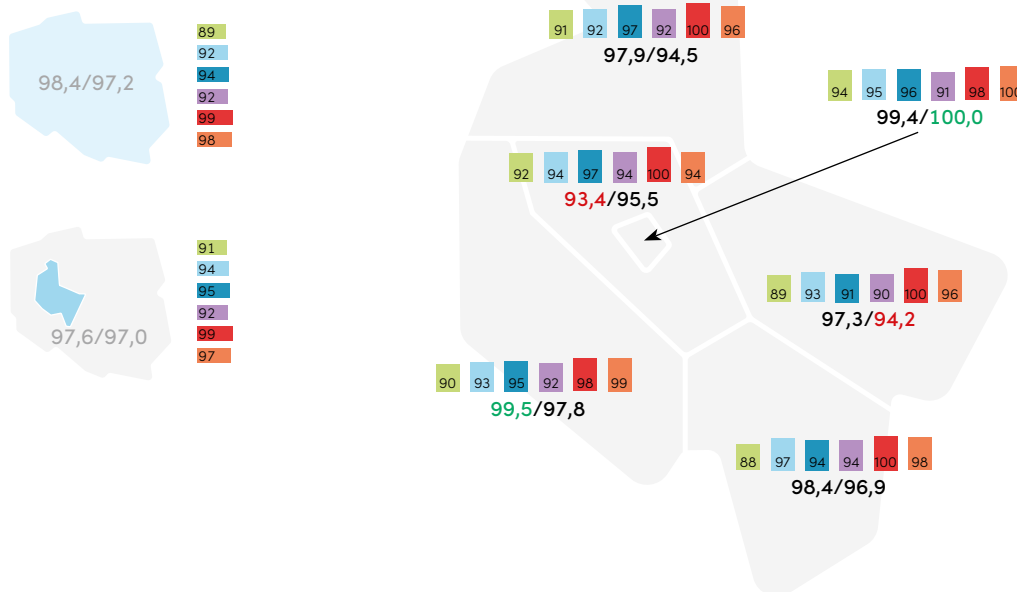


Ocena sytuacji gospodarczej – woj. wielkopolskie





MAPA 3

Ocena sytuacji branży
– woj. wielkopolskie

Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe

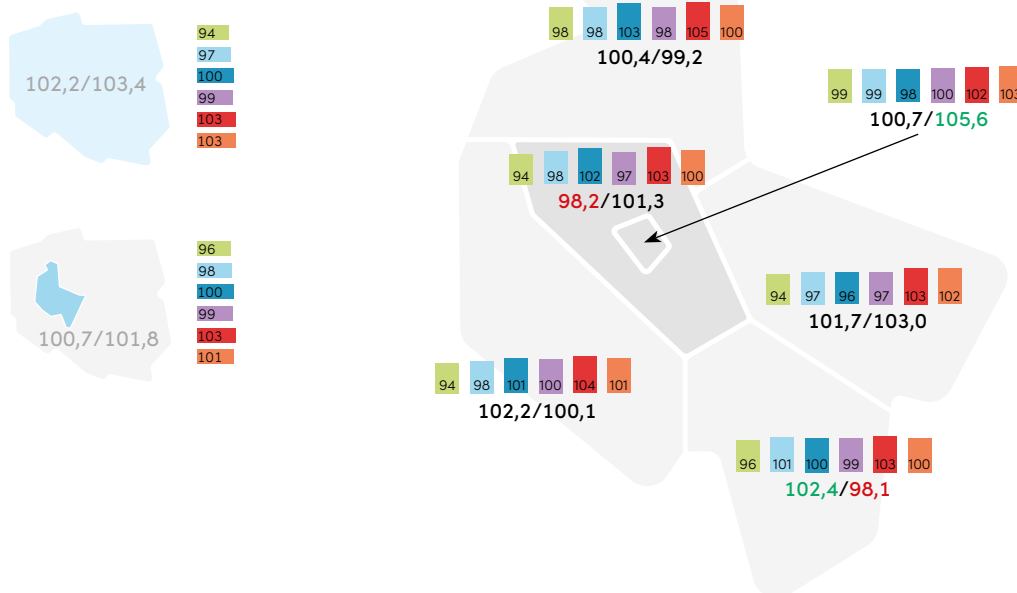
12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018

MAPA 4

Ocena sytuacji firmy
– woj. wielkopolskie

Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

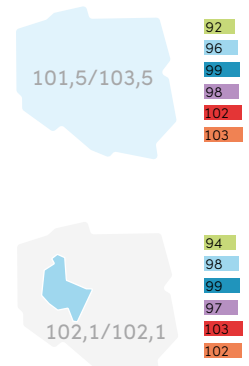
- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



SYTUACJA FINANSOWA MIKRO I MAŁYCH FIRM

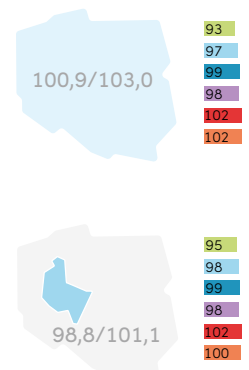
MAPA 5

Ocena przychodów firmy
– woj. wielkopolskie



MAPA 6

Ocena wyniku finansowego
firmy – woj. wielkopolskie



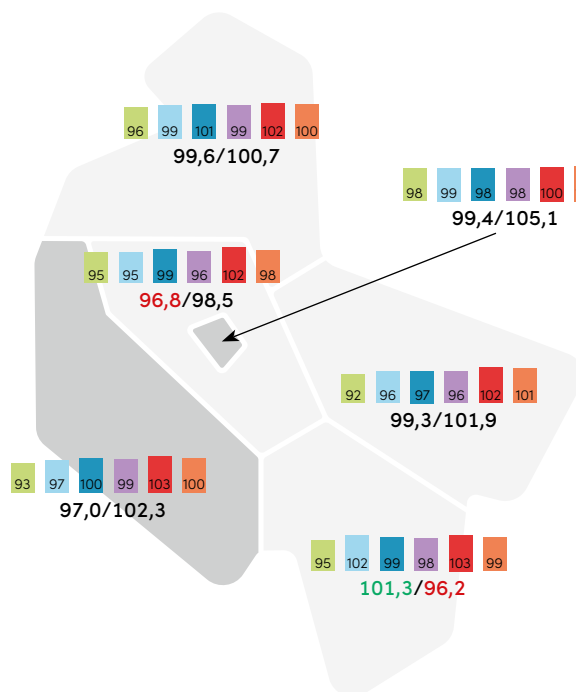
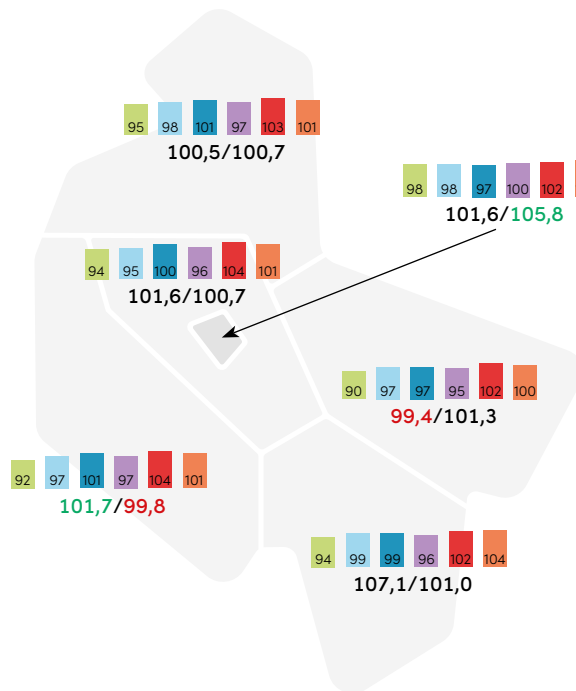
Indeks x/y w roku 2017
x – indeks za ostatnie 12 mies.
y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe
12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

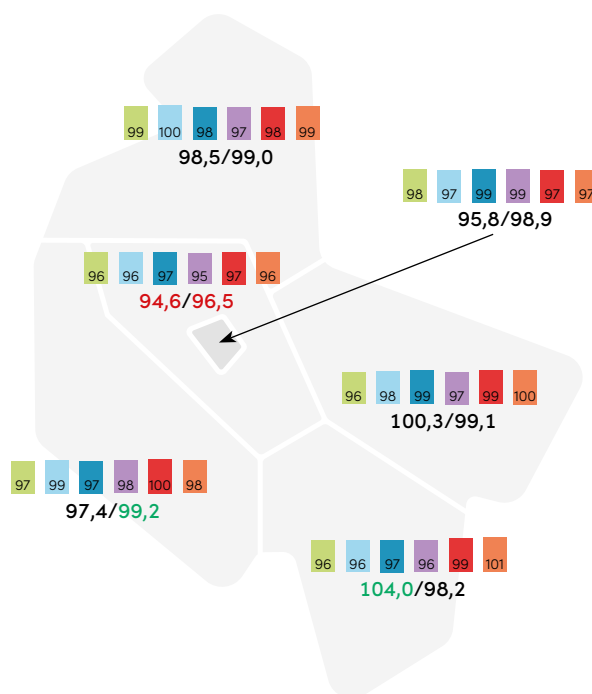
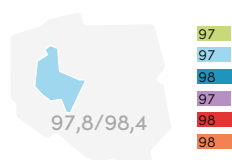
- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018





MAPA 7

Ocena długości oczekiwania na zapłatę za towary/ usługi – woj. wielkopolskie



Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

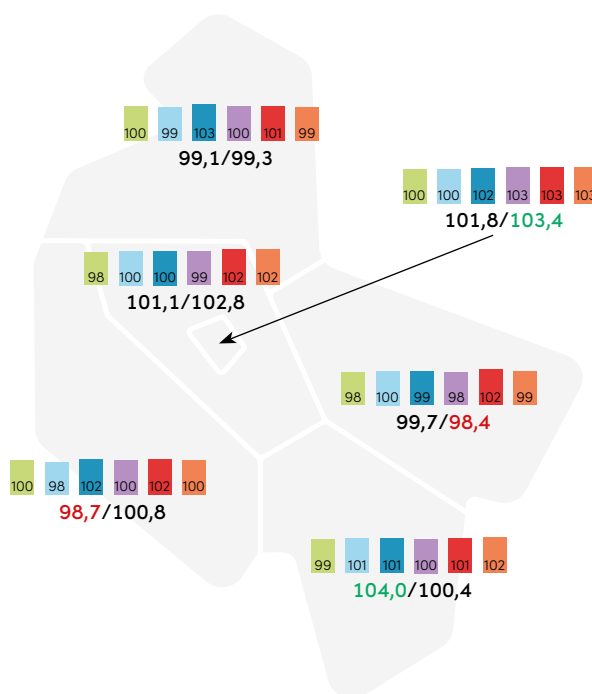
Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018

MAPA 8

ZATRUDNIENIE W MIKRO I MAŁYCH FIRM

Ocena zatrudnienia w firmie – woj. wielkopolskie



Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

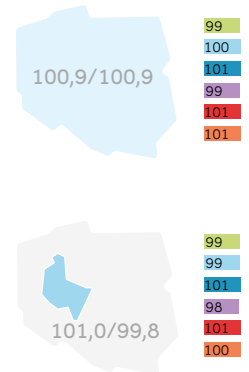
- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



DOSTĘPNOŚĆ ZEWĘTRZNEGO FINANSOWANIA DLA MIKRO I MAŁYCH FIRM

MAPA 9

Ocena dostępności zewnętrznego finansowania dla firmy – woj. wielkopolskie



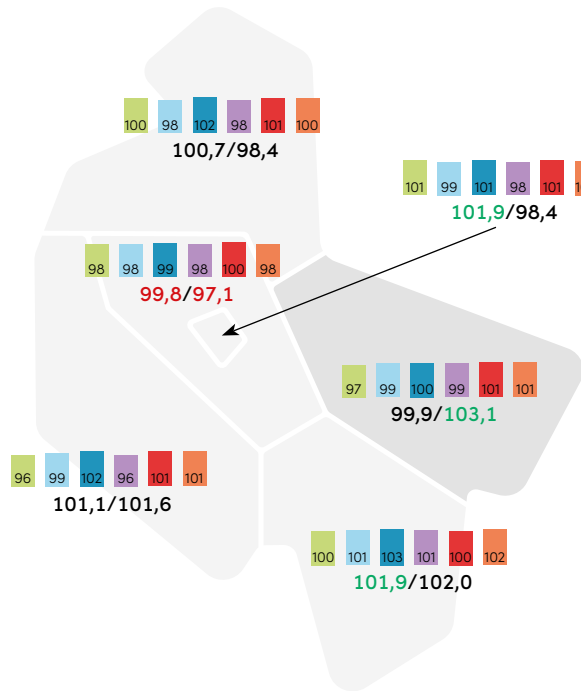
Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

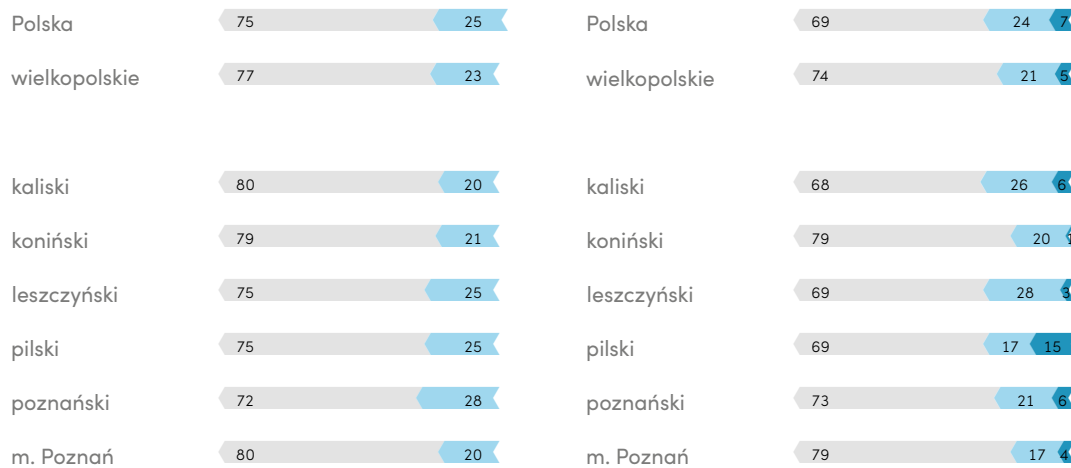
- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



WYKRES 1

Źródła finansowania firmy – woj. wielkopolskie

Poprzednie 12 miesięcy Przyszłe 12 miesięcy



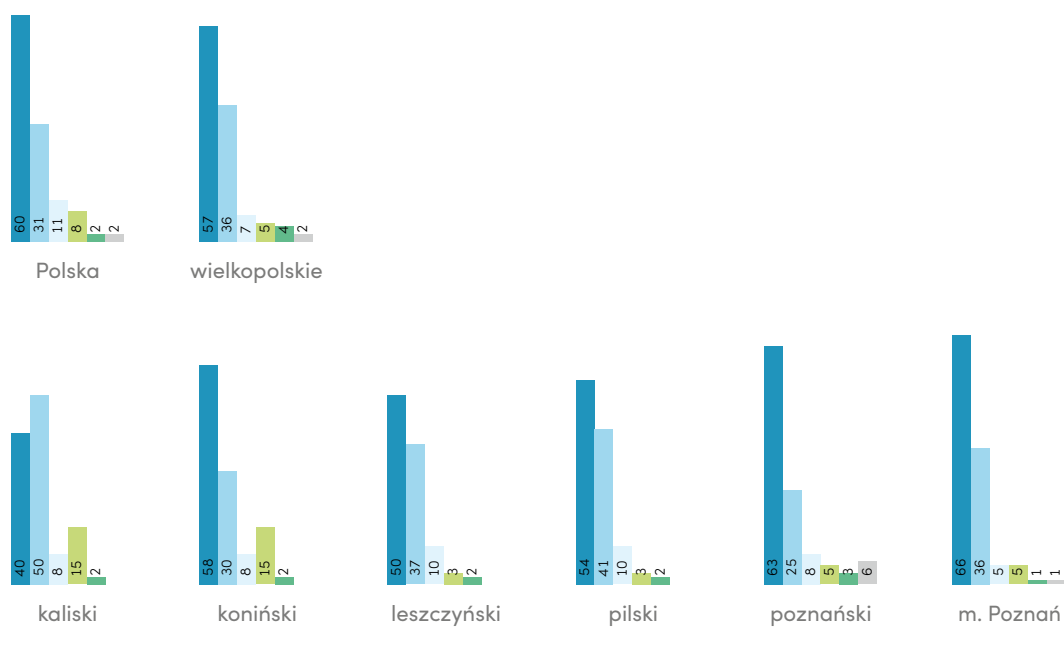
- Wyłącznie środki własne
- Środki własne oraz finansowanie zewnętrzne (np. kredyt)
- Trudno powiedzieć



WYKRES 2

Przyczyny finansowania firmy ze środków własnych – woj. wielkopolskie (wyrażone w %)

- Brak potrzeby
- Niechęć do zadłużenia
- Brak możliwości skorzystania z finansowania zewnętrznego (np. brak zdolności kredytowej)
- Tańszy koszt kapitału własnego w porównaniu z finansowaniem zewnętrznym
- Brak informacji na temat finansowania zewnętrznego
- Inne



WYKRES 3

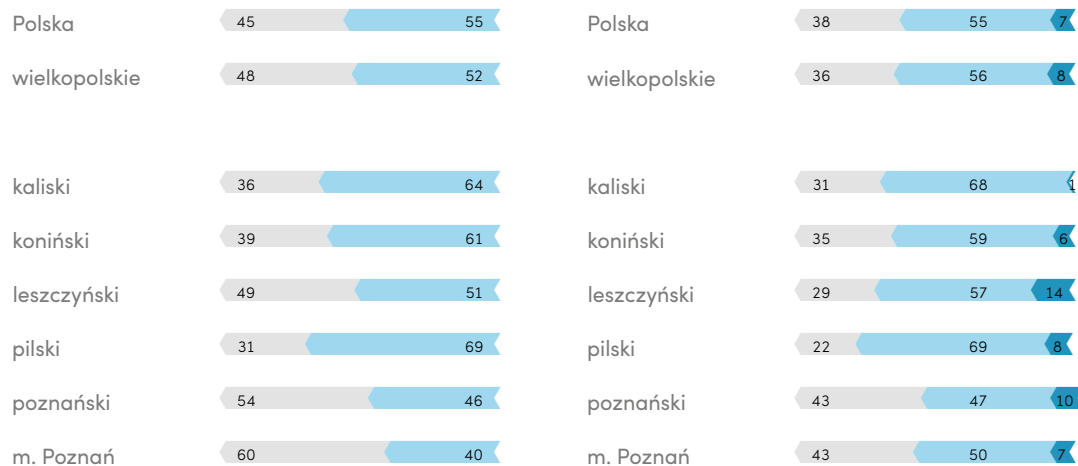
INWESTYCJE MIKRO I MAŁYCH FIRM

Ponoszenie przez firmy wydatków inwestycyjnych – woj. wielkopolskie (wyrażone w %)

- Tak
- Nie
- Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy

Przyszłe 12 miesięcy



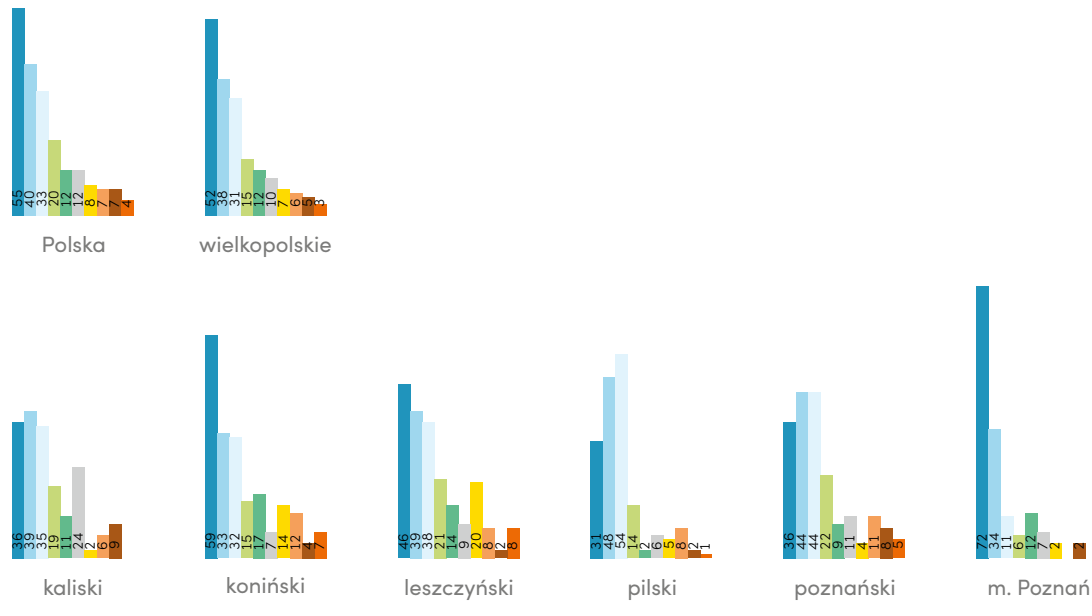


WYKRES 4

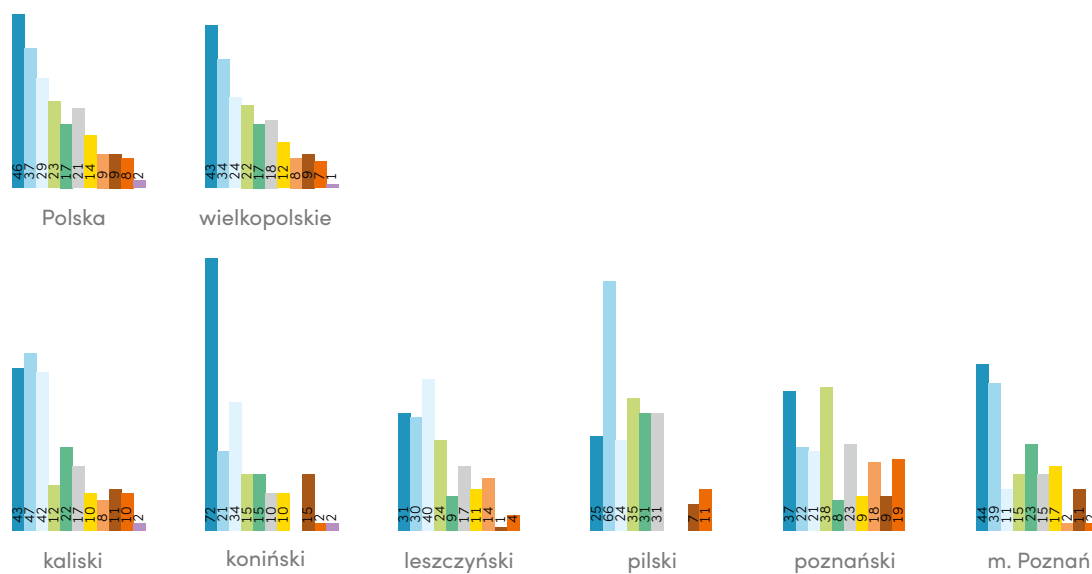
Przedmiot wydatków inwestycyjnych – woj. wielkopolskie (wyrażone w %)

- Wyposażenie, narzędzia i przyrządy
- Maszyny i urządzenia
- Środki transportu
- Reklama, marketing
- Szkolenia dla pracowników
- Budynki i budowle
- Zatrudnienie nowych pracowników
- Wartości niematerialne i prawne
- Technologie (np. cyfrowe)
- Grunty
- Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy





WYKRES 5

Wysokość wydatków inwestycyjnych – woj. wielkopolskie
(wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy

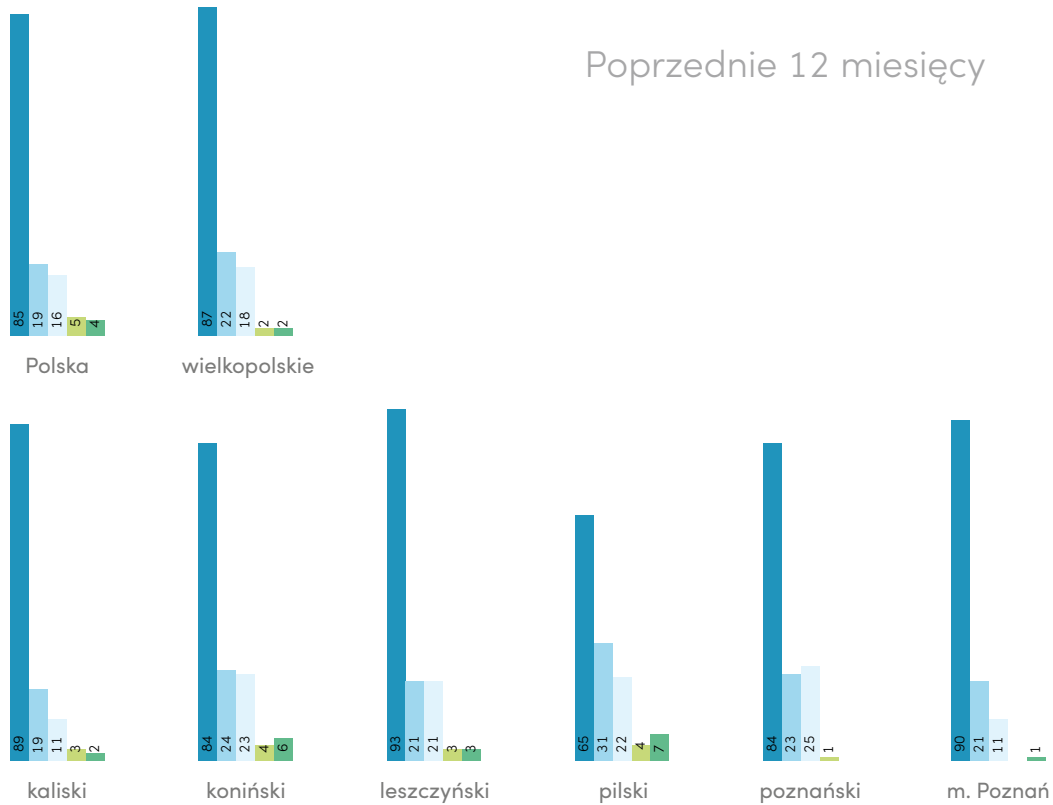




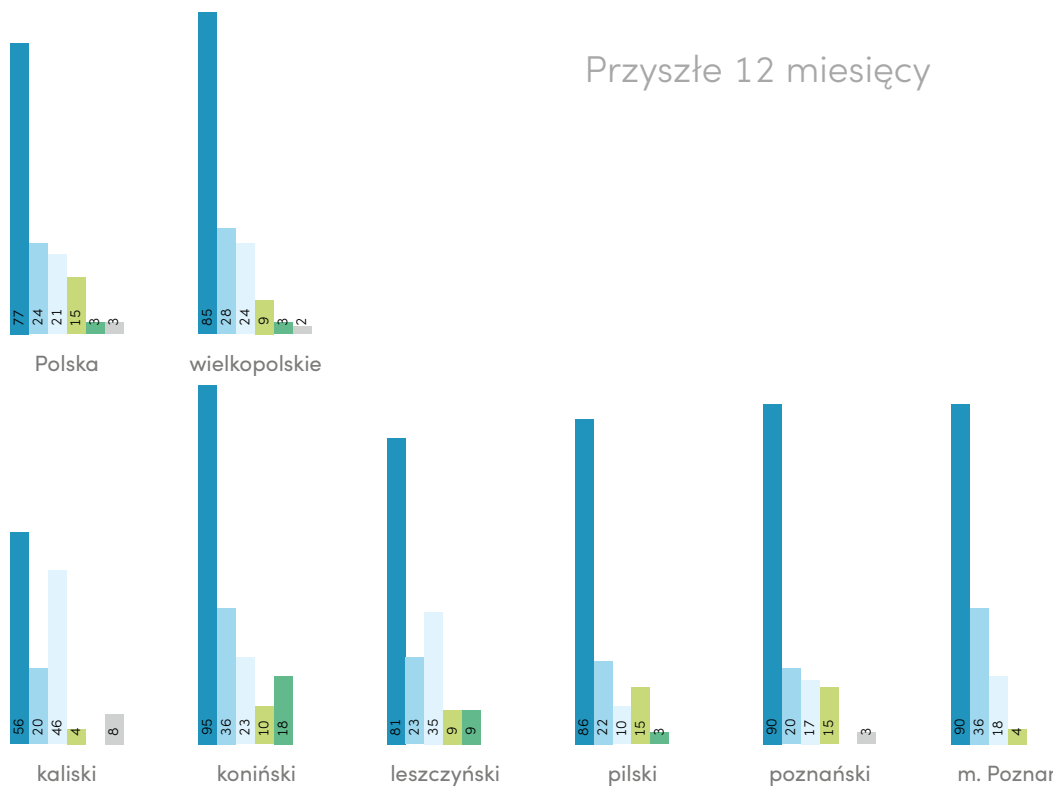
* 5 najczęściej wymienianych źródeł finansowania inwestycji

WYKRES 6

Źródła finansowania inwestycji – woj. wielkopolskie (wyrażone w %)



- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Leasing
- Dotacje
- Pożyczka od rodziny lub znajomych



- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Leasing
- Dotacje
- Pożyczka od rodziny lub znajomych
- Trudno powiedzieć



WYKRES 7

EKSPORT MIKRO I MAŁYCH FIRM

Eksport wyrobów
lub usług przez firmę
– woj. wielkopolskie
(wyrażone w %)

Tak

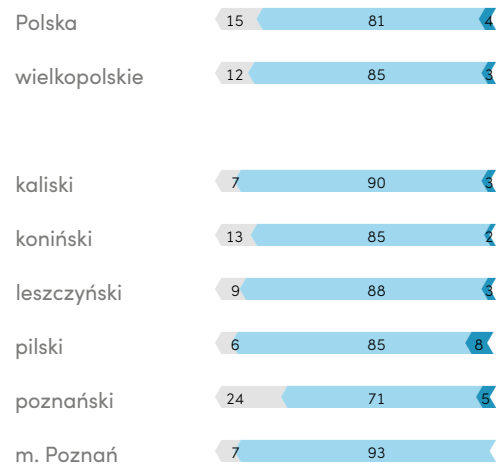
Nie

Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy

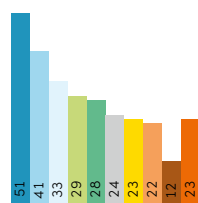


Przyszłe 12 miesięcy

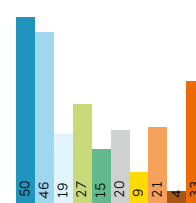


WYKRES 8

Kierunki rozwoju
działalności eksportowej
(wyrażone w %)



Polska

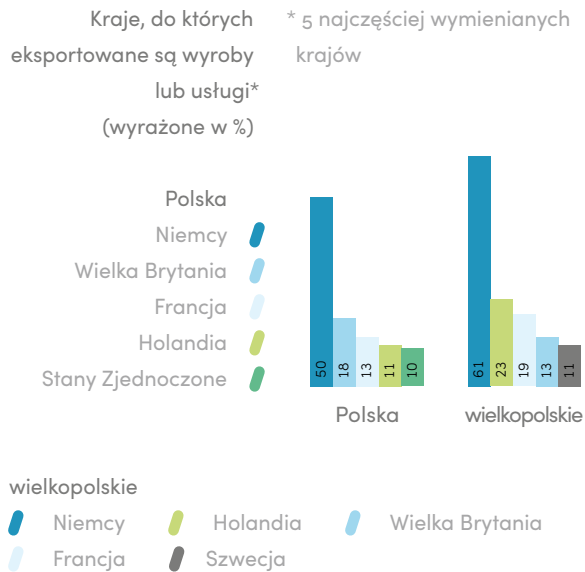


wielkopolskie

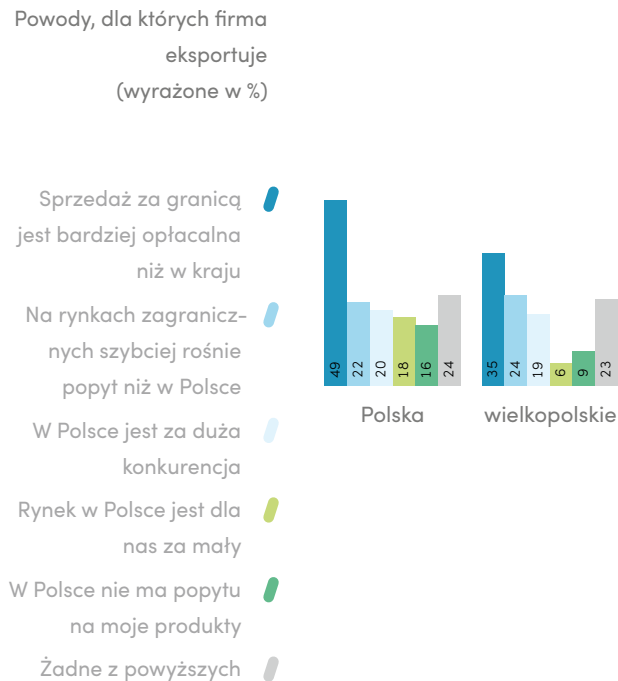
- Znalezienie nowych kontrahentów za granicą
- Zwiększenie sprzedaży na dotychczasowych rynkach zagranicznych
- Indywidualne podejście do klienta – produkcja/usługi szyte na miarę
- Nowe produkty i usługi w ofercie
- Poprawa jakości oferowanych produktów i usług
- Dotarcie na nowe rynki
- Inwestycje w innowacyjne produkty i usługi
- Nowe strategie sprzedaży
- Nowa działalność lub branża firmy
- Żadne z powyższych



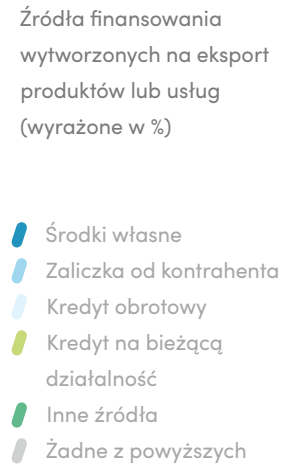
WYKRES 9



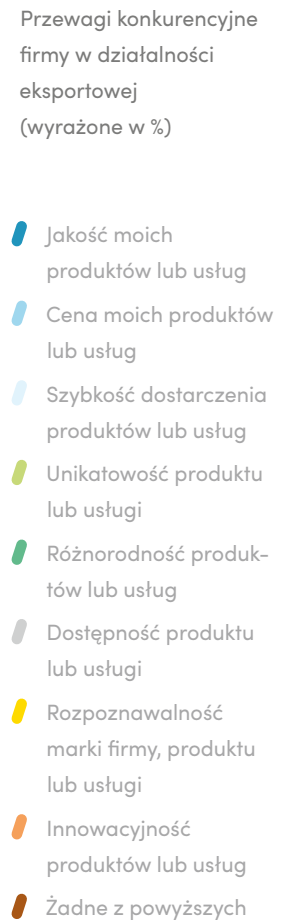
WYKRES 11



WYKRES 10



WYKRES 12





WYKRES 13

INNOWACYJNOŚĆ MIKRO I MAŁYCH FIRM

Innowacja produktowa
– woj. wielkopolskie
(wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy

Przyszłe 12 miesięcy

Tak

Nie

Trudno powiedzieć



WYKRES 14

Innowacja procesowa –
woj. wielkopolskie
(wyrażone w %)

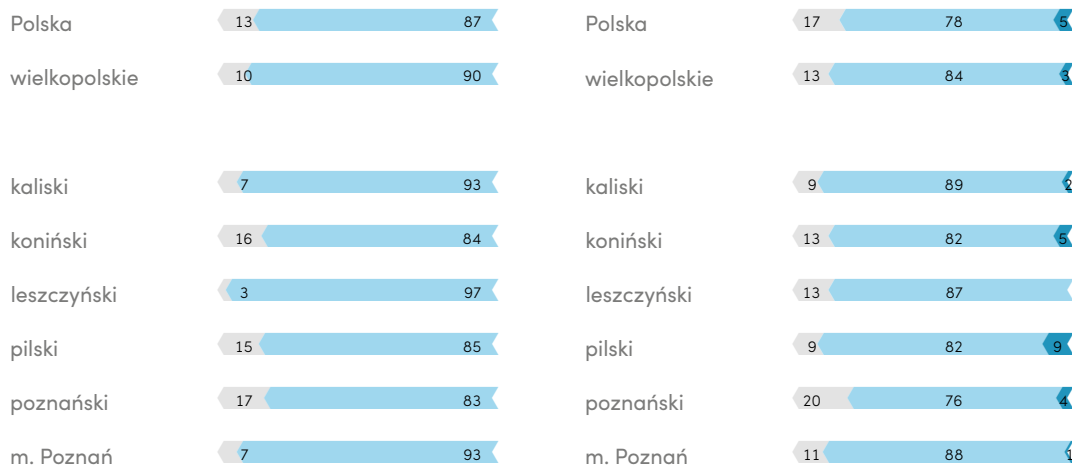
Poprzednie 12 miesięcy

Przyszłe 12 miesięcy

Tak

Nie

Trudno powiedzieć

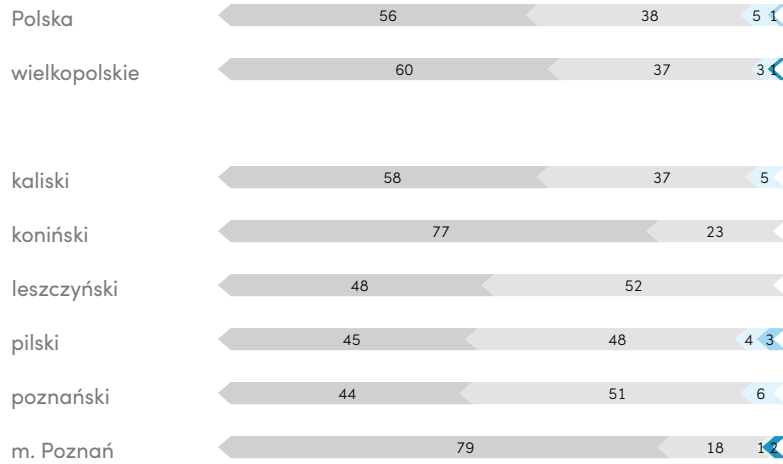




WYKRES 15

Wysokość wydatków
na innowacje
– woj. wielkopolskie
(wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy



- Poniżej 10 000 PLN
- Od 10 001 do 100 000 PLN
- Od 100 001 do 500 000 PLN
- Od 500 001 do 1 000 000 PLN
- Powyżej 1 000 000 PLN

Przyszłe 12 miesięcy



- Poniżej 10 000 PLN
- Od 10 001 do 100 000 PLN
- Od 100 001 do 500 000 PLN
- Od 500 001 do 1 000 000 PLN
- Powyżej 1 000 000 PLN
- Trudno powiedzieć



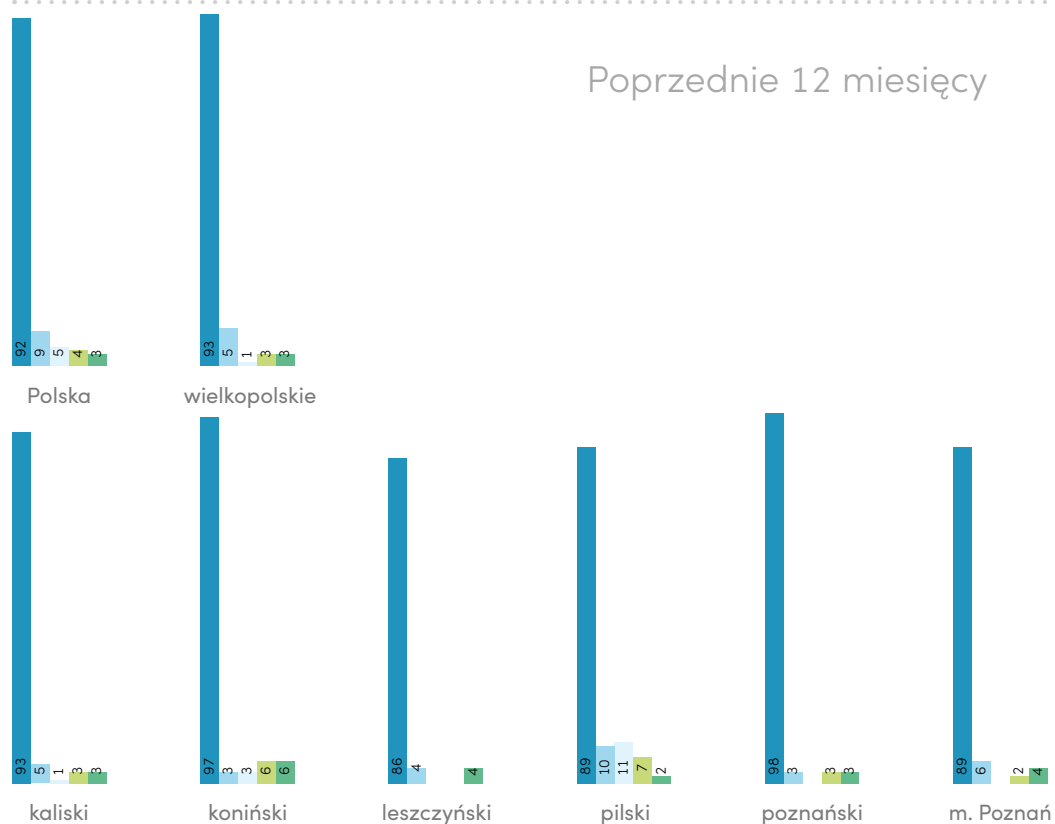
WYKRES 16

* 5 najczęściej wymienianych źródeł finansowania innowacji

Źródło finansowania innowacji – woj. wielkopolskie (wyrażone w %)

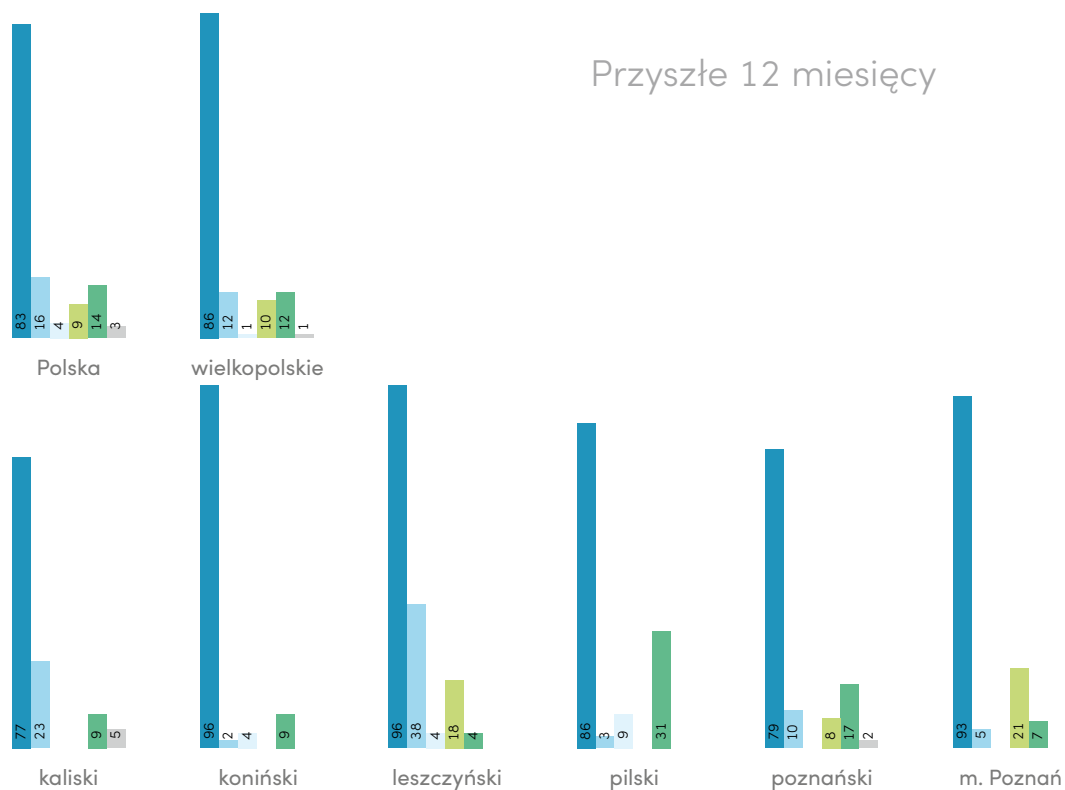
- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Pożyczka od rodziny
- Leasing
- Dotacje

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy

- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Pożyczka od rodziny
- Leasing
- Dotacje
- Trudno powiedzieć

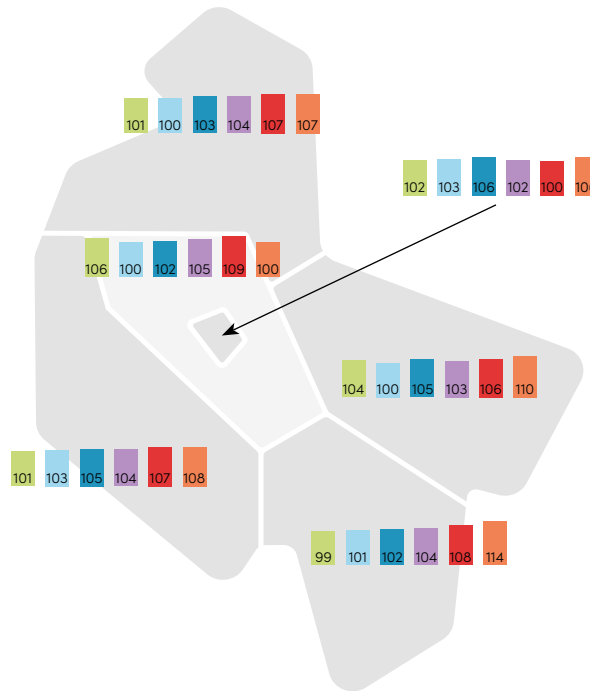




OCENA OTOCZENIA BIZNESU PRZEZ MIKRO I MAŁE FIRMY

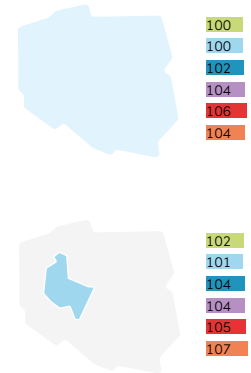
Wartość indeksu z badania w 2018 roku:
 poniżej wyniku ogólnopolskiego
 powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:
 indeks z 2013
 indeks z 2014
 indeks z 2015
 indeks z 2016
 indeks z 2017
 indeks z 2018



MAPA 10

Ocena jakości usług świadczonych przedsiębiorcom przez lokalną administrację – woj. wielkopolskie



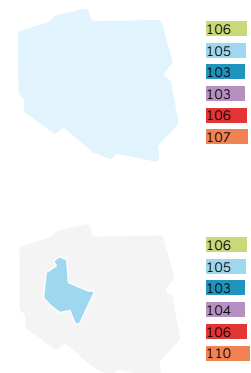
Wartość indeksu z badania w 2018 roku:
 poniżej wyniku ogólnopolskiego
 powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:
 indeks z 2013
 indeks z 2014
 indeks z 2015
 indeks z 2016
 indeks z 2017
 indeks z 2018



MAPA 11

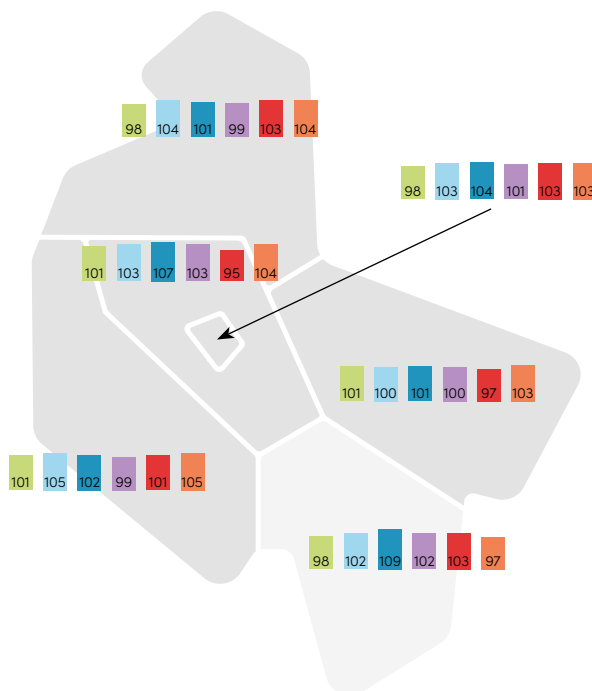
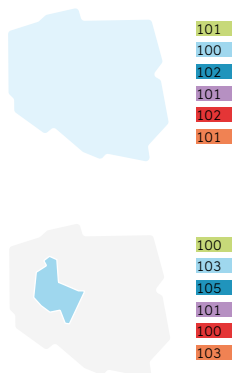
Ocena jakości usług doradczych świadczonych przez polskie banki w zakresie kredytów – woj. wielkopolskie





MAPA 12

Ocena uciążliwości
kontroli działalności
gospodarczej
– woj. wielkopolskie



Wartość indeksu
z badania w 2018 roku:

- poniżej wyniku ogólnopolskiego
- powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:

- indeks z 2013
- indeks z 2014
- indeks z 2015
- indeks z 2016
- indeks z 2017
- indeks z 2018

WYKRES 17

Przynależność do
organizacji biznesowych
– woj. wielkopolskie
(wyrażone w %)



WYKRES 18

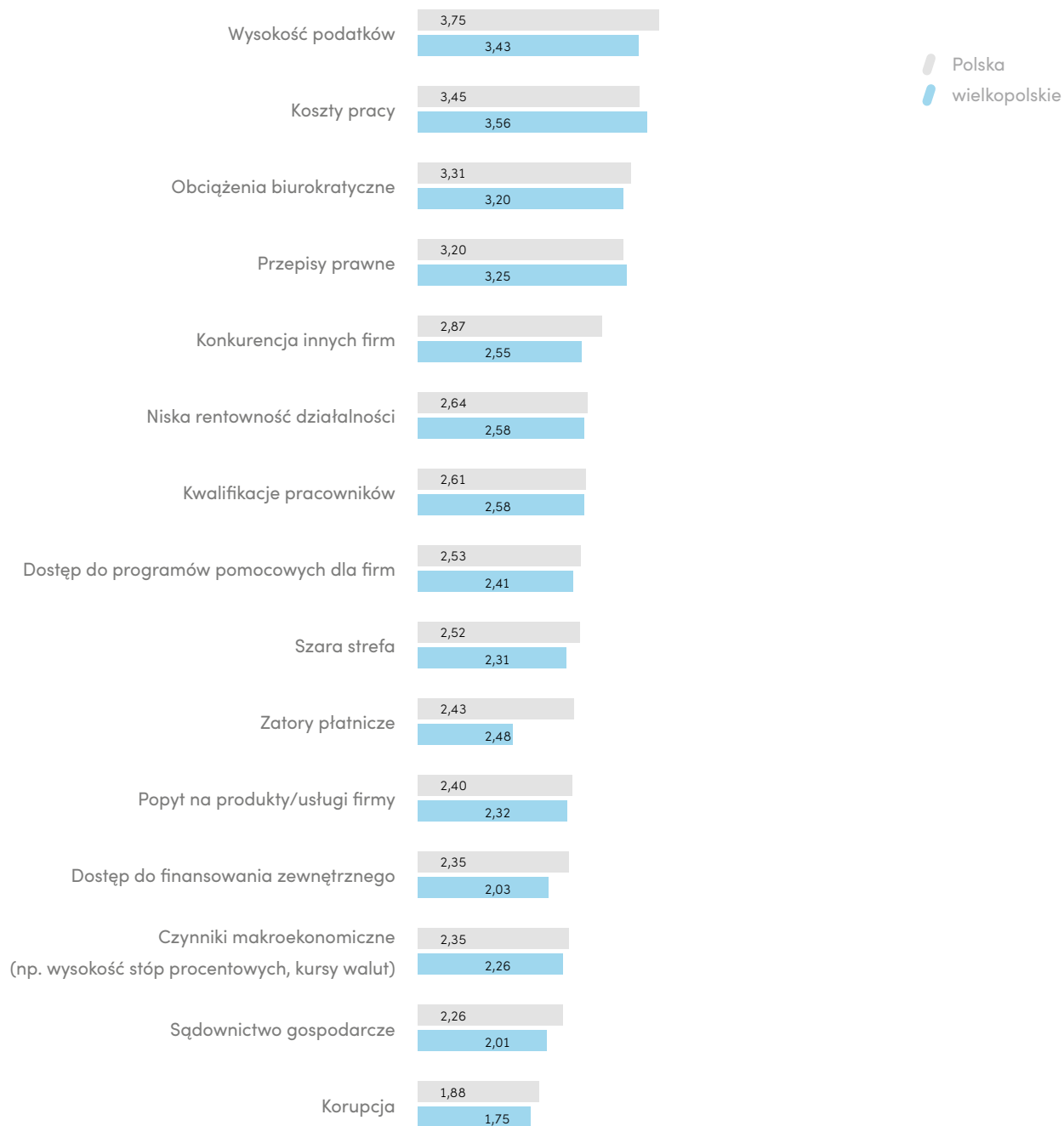
Korzystanie z usług firm zewnętrznych
– woj. wielkopolskie (wyrażone w %)





WYKRES 19

Główne bariery rozwoju
firmy – woj. wielkopolskie



Na wykresie zaprezentowano średnie z odpowiedzi;
od 1 „brak bariery” do 5 „bardzo ograniczająca bariera”.



województwo
zachodniopomorskie

Wszystko znajdą tu letnicy,
nawet tacy z zagranicy.





TABELA 1 Dane statystyczne

	POLSKA	ZACHODNIO- POMORSKIE	koszaliński	szczecinecko- pyrzycki	m. Szczecin	szczeński
PKB na 1 mieszkańca w relacji do średniej krajowej (Polska = 100; 2016)	100,0	83,8	81,5	60,3	117,8	78,4
Dochody gmin na 1 mieszkańca (zł; 2017)	4 938	4 921	5 139	4 289	5 333	4 975
Wydatki gmin na 1 mieszkańca (zł; 2017)	4 958	4 830	5 061	4 245	5 514	4 622
Stopa bezrobocia rejestrowanego (III kwartał 2018)	5,7	7,1	8,1	12,3	2,6	7,3
Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w relacji do średniej krajowej (Polska = 100; 2017)	100	92	85	81	105	90
Nakłady inwestycyjne w przedsiębiorstwach na 1 mieszkańca (zł; 2016)	3 880	2 412	2 136	1 482	3 034	2 898
Podmioty zarejestrowane w rejestrze REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	1 121	1 308	1 373	975	1 727	1 213
Podmioty nowo zarejestrowane w rejestrze REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	94	109	110	78	141	109
Podmioty wykreślone z rejestru REGON na 10 tys. mieszkańców (2017)	75	96	103	71	114	100
Podmioty gospodarcze zarejestrowane w rejestrze REGON ogółem (2017), w tym:	4 309 800	223 130	49 190	41 940	69 769	62 231
0–9 pracujących (mikro)	4 128 611	215 179	47 637	40 197	67 280	60 065
10–49 pracujących (małe)	147 607	6 568	1 257	1 448	2 063	1 800
50–249 pracujących (średnie)	29 154	1 246	264	272	366	344
Powyżej 249 pracujących (duże)	4 428	137	32	23	60	22



OGÓLNY WSKAŹNIK KONIUNKTURY MIKRO I MAŁYCH FIRM

MAPA 1

Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

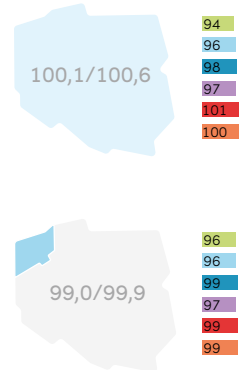
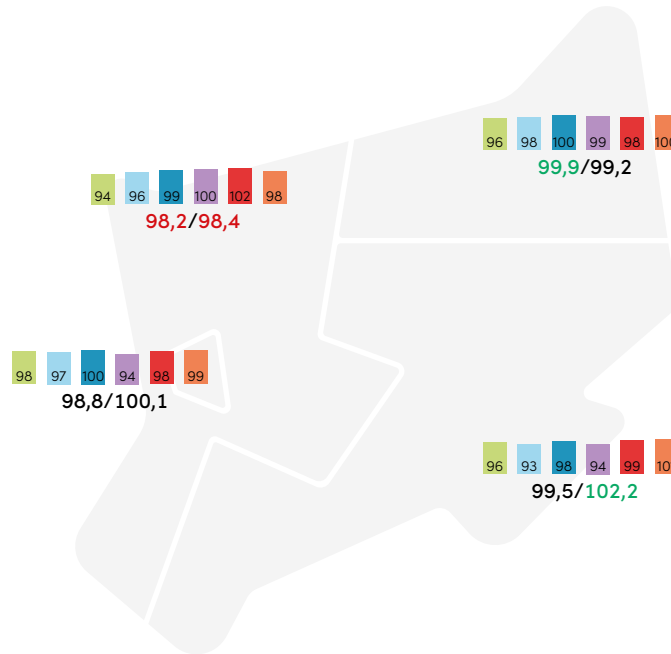
Ogólny Wskaźnik Koniunktury Mikro i Małych Firm – woj. zachodniopomorskie

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



OCENA SYTUACJI GOSPODARCZEJ PRZEZ MIKRO I MAŁE FIRMY

MAPA 2

Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

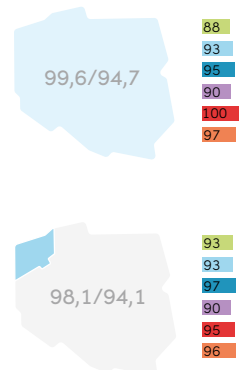
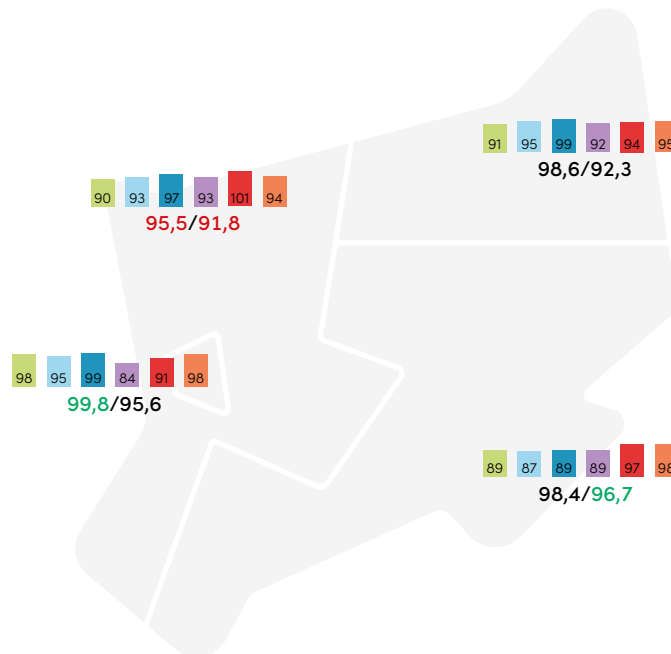
Ocena sytuacji gospodarczej – woj. zachodniopomorskie

Różnica między indeksem za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50-2,9)
- niewielka poprawa (3-4,9)
- poprawa (5-7,9)
- duża poprawa (8-10,9)
- b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

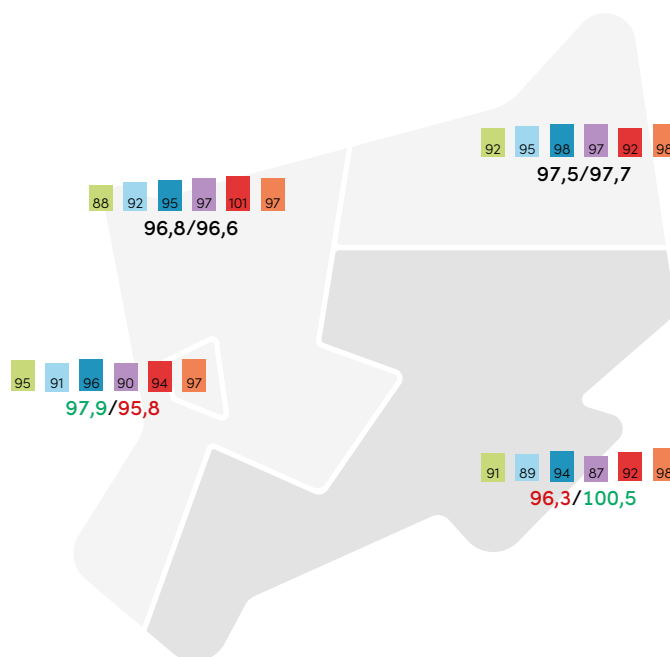
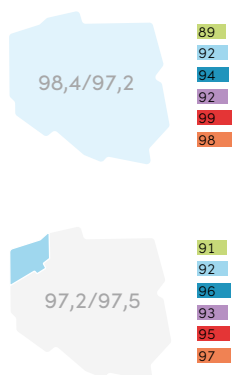
- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018





MAPA 3

Ocena sytuacji branży
– woj. zachodniopomorskie



Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

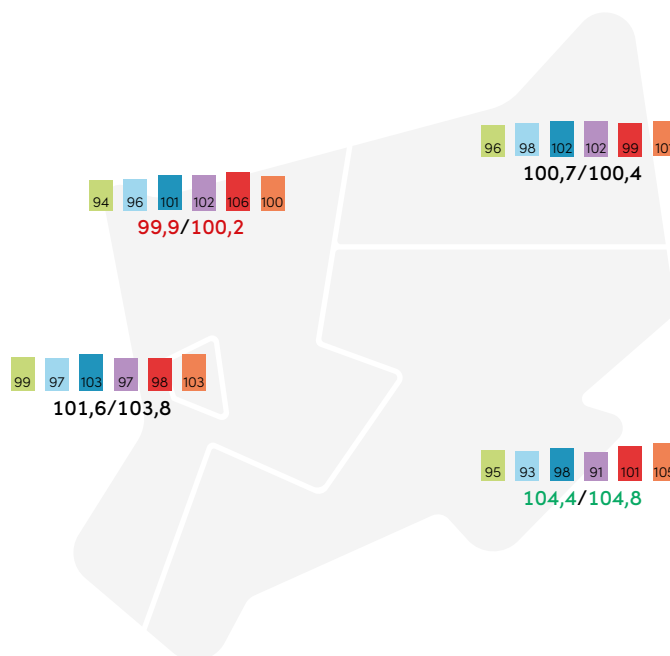
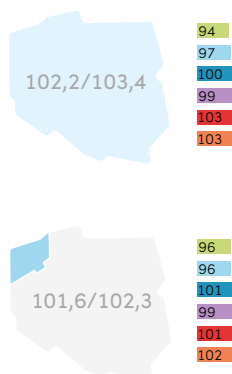
- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018

MAPA 4

Ocena sytuacji firmy
– woj. zachodniopomorskie



Indeks % w roku 2017

x – indeks za ostatnie 12 mies.

y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

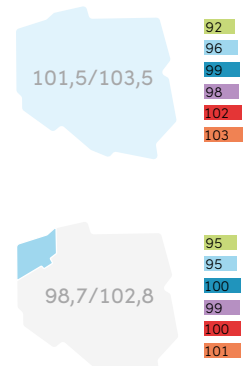
- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



SYTUACJA FINANSOWA MIKRO I MAŁYCH FIRM

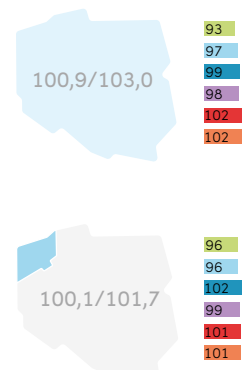
MAPA 5

Ocena przychodów firmy
– woj. zachodniopomorskie



MAPA 6

Ocena wyniku finansowego
firmy – woj. zachodniopomorskie



Indeks x/y w roku 2017
x – indeks za ostatnie 12 mies.
y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe
12 miesięcy w roku 2018:
brak poprawy (-50-2,9)

niewielka poprawa (3-4,9)

poprawa (5-7,9)

duża poprawa (8-10,9)

b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:
średnia z indeksów 2013

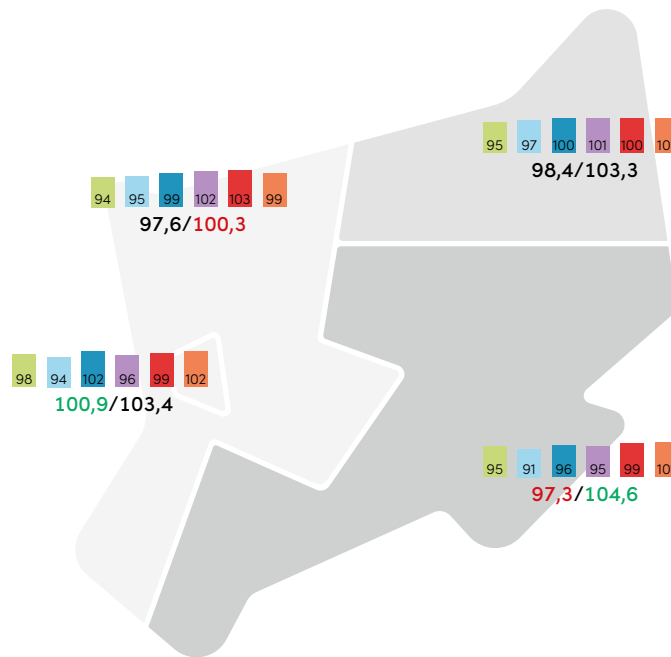
średnia z indeksów 2014

średnia z indeksów 2015

średnia z indeksów 2016

średnia z indeksów 2017

średnia z indeksów 2018



Indeks x/y w roku 2017
x – indeks za ostatnie 12 mies.
y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe
12 miesięcy w roku 2018:
brak poprawy (-50-2,9)

niewielka poprawa (3-4,9)

poprawa (5-7,9)

duża poprawa (8-10,9)

b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:
średnia z indeksów 2013

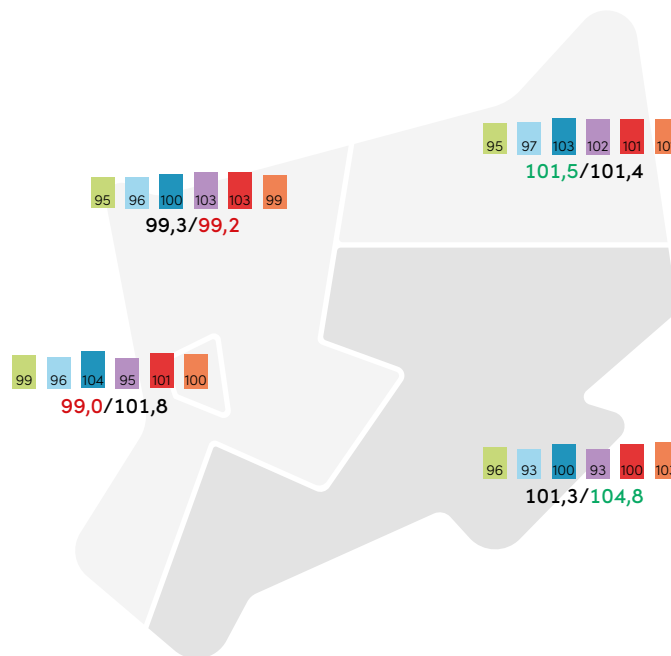
średnia z indeksów 2014

średnia z indeksów 2015

średnia z indeksów 2016

średnia z indeksów 2017

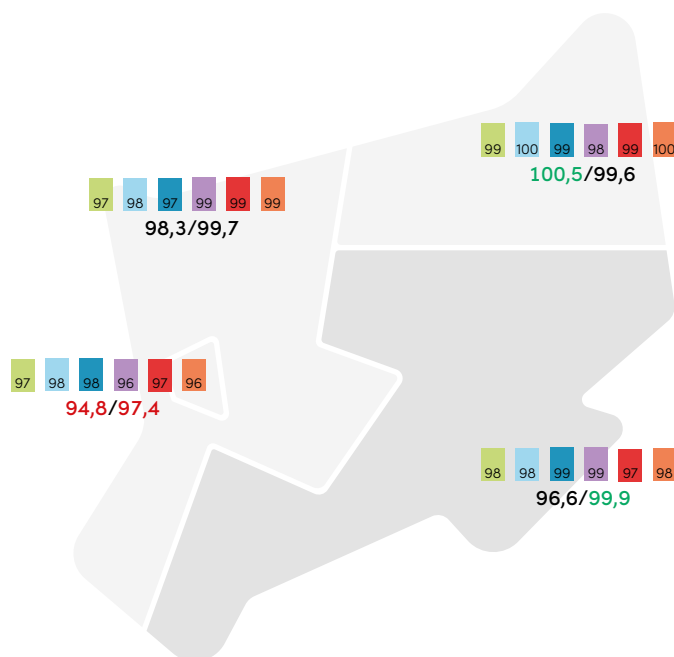
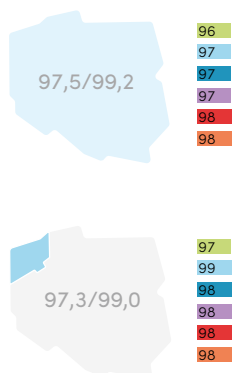
średnia z indeksów 2018





MAPA 7

Ocena długości
oczekiwania na zapłatę
za towary/usługi
– woj. zachodniopomorskie



Indeks % w roku 2017
x – indeks za ostatnie 12 mies.
y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

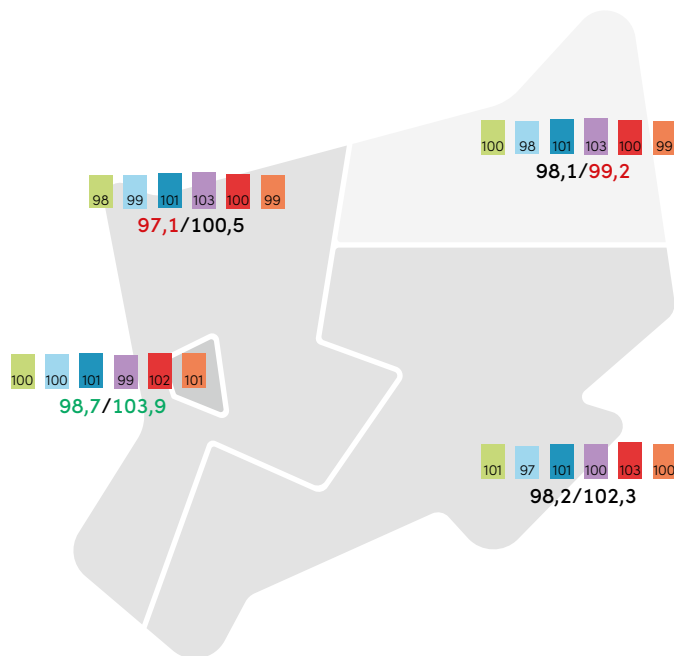
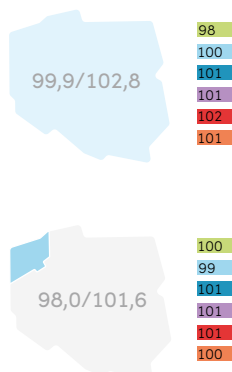
Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018

MAPA 8

ZATRUDNIENIE W MIKRO I MAŁYCH FIRM

Ocena zatrudnienia
w firmie
– woj. zachodniopomorskie



Indeks % w roku 2017
x – indeks za ostatnie 12 mies.
y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

- brak poprawy (-50–2,9)
- niewielka poprawa (3–4,9)
- poprawa (5–7,9)
- duża poprawa (8–10,9)
- b. duża poprawa (11–50)

Średnia z indeksów za
ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

- średnia z indeksów 2013
- średnia z indeksów 2014
- średnia z indeksów 2015
- średnia z indeksów 2016
- średnia z indeksów 2017
- średnia z indeksów 2018



DOSTĘPNOŚĆ ZEWNĘTRZNEGO FINANSOWANIA DLA MIKRO I MAŁYCH FIRM

MAPA 9

Indeks x/y w roku 2017
 x – indeks za ostatnie 12 mies.
 y – indeks za przyszłe 12 mies.

Różnica między indeksem
 za ostatnie i przyszłe

12 miesięcy w roku 2018:

brak poprawy (-50-2,9)

niewielka poprawa (3-4,9)

poprawa (5-7,9)

duża poprawa (8-10,9)

b. duża poprawa (11-50)

Średnia z indeksów za
 ostatnie i przyszłe 12 miesięcy:

średnia z indeksów 2013

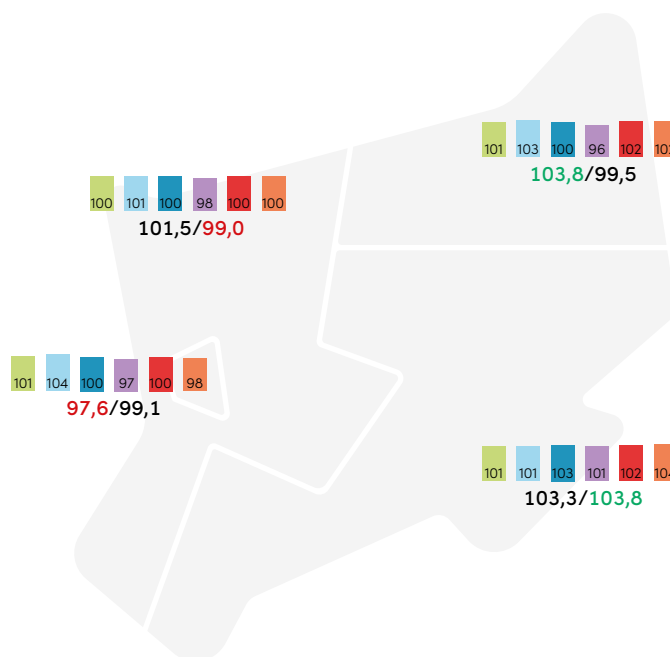
średnia z indeksów 2014

średnia z indeksów 2015

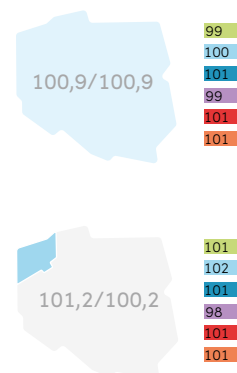
średnia z indeksów 2016

średnia z indeksów 2017

średnia z indeksów 2018



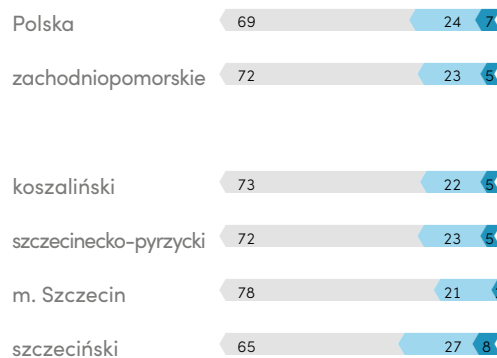
Ocena dostępności
 zewnętrznego finansowa-
 nia dla firmy
 – woj. zachodniopomorskie



Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy



WYKRES 1

Źródła finansowania firmy
 – woj. zachodniopomorskie
 (wyrażone w %)

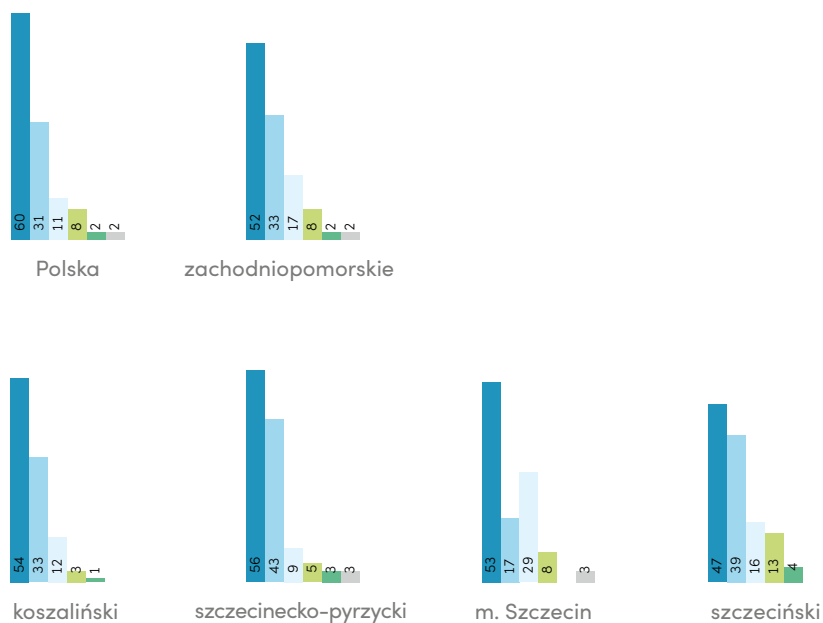
- Wyłącznie środki własne
- Środki własne oraz finansowanie zewnętrzne (np. kredyt)
- Trudno powiedzieć



WYKRES 2

Przyczyny finansowania firmy ze środków własnych – woj. zachodniopomorskie (wyrażone w %)

- Brak potrzeby
- Niechęć do zadłużenia
- Brak możliwości skorzystania z finansowania zewnętrznego (np. brak zdolności kredytowej)
- Tańszy koszt kapitału własnego w porównaniu z finansowaniem zewnętrznym
- Brak informacji na temat finansowania zewnętrznego
- Inne



WYKRES 3

INWESTYCJE MIKRO I MAŁYCH FIRM

Ponoszenie przez firmy wydatków inwestycyjnych – woj. zachodniopomorskie (wyrażone w %)

- Tak
- Nie
- Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy

Przyszłe 12 miesięcy



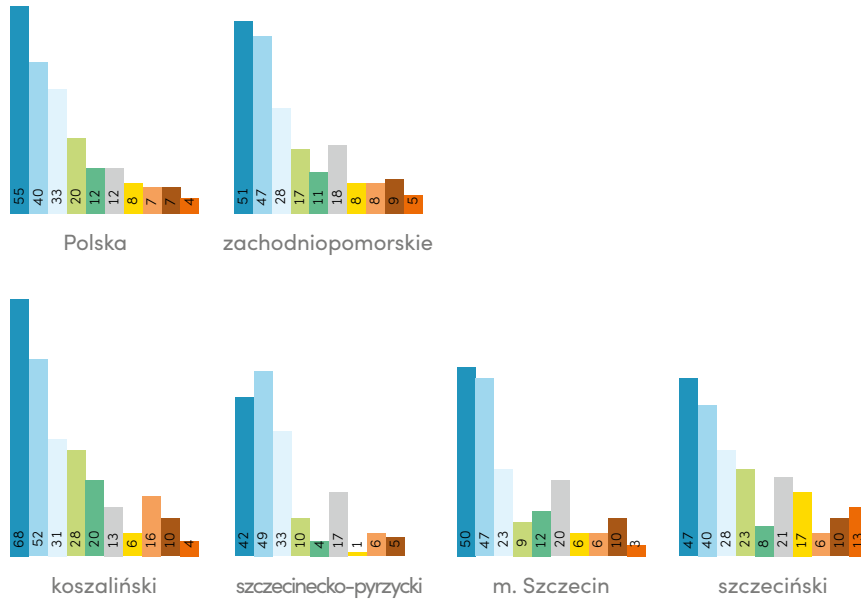


WYKRES 4

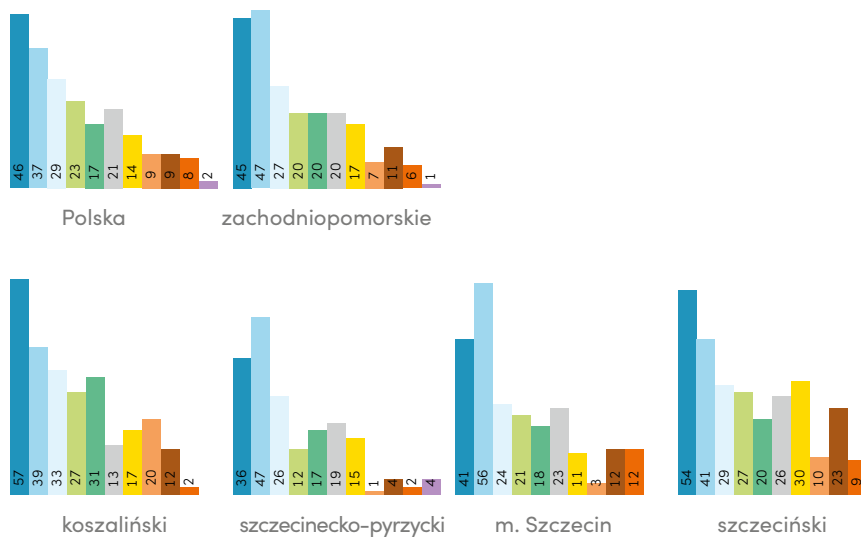
Przedmiot wydatków inwestycyjnych – woj. zachodniopomorskie (wyrażone w %)

- Wypożyczenie, narzędzia i przyrządy
- Maszyny i urządzenia
- Środki transportu
- Reklama, marketing
- Szkolenia dla pracowników
- Budynki i budowle
- Zatrudnienie nowych pracowników
- Wartości niematerialne i prawne
- Technologie (np. cyfrowe)
- Grunty
- Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy



Przyszłe 12 miesięcy





WYKRES 5

Wysokość wydatków inwestycyjnych – woj. zachodniopomorskie
(wyrażone w %)



Przyszłe 12 miesięcy

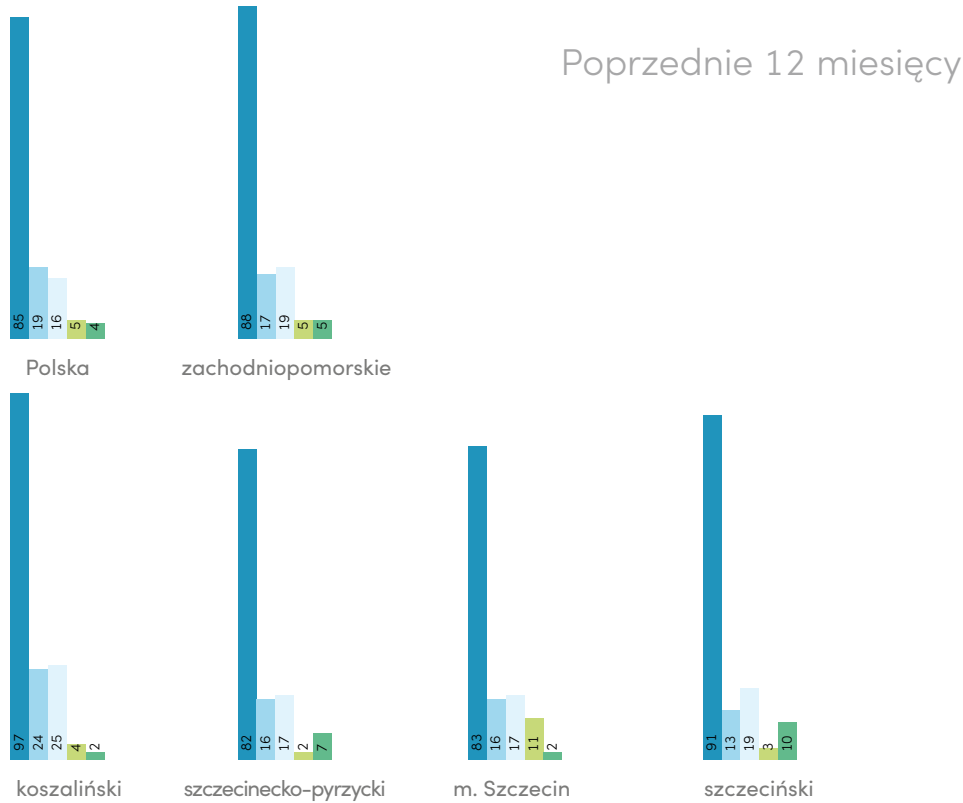




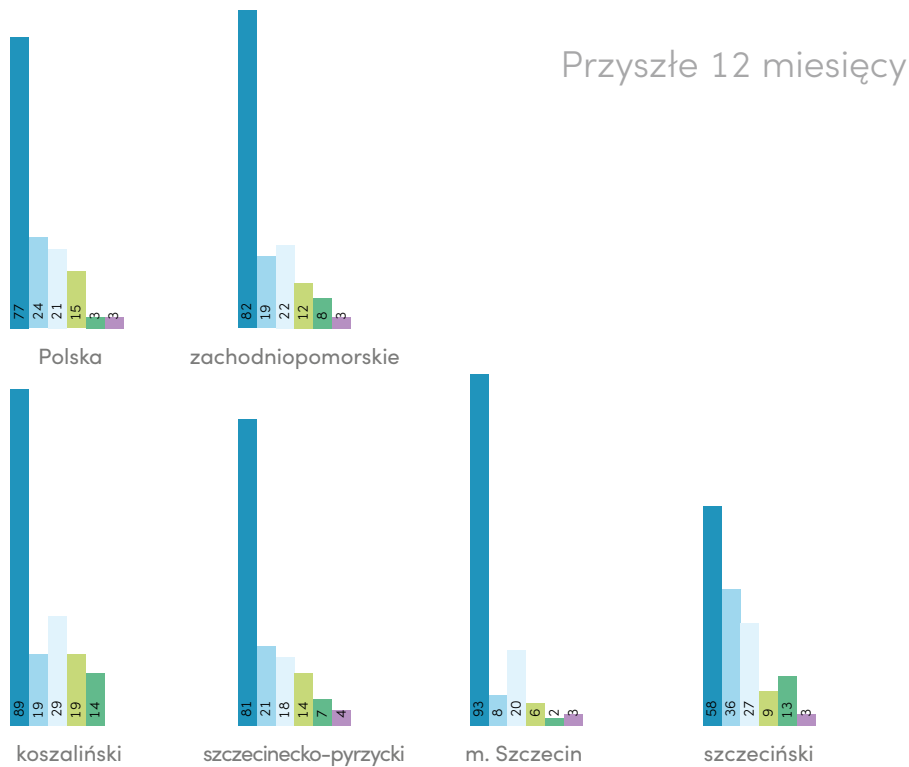
* 5 najczęściej wymienianych źródeł finansowania inwestycji

WYKRES 6

Źródła finansowania inwestycji – woj. zachodniopomorskie (wyrażone w %)



- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Leasing
- Dotacje
- Pożyczka od rodziny lub znajomych



- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Leasing
- Dotacje
- Pożyczka od rodziny lub znajomych
- Trudno powiedzieć



WYKRES 7

EKSPORT MIKRO I MAŁYCH FIRM

Eksport wyrobów lub usług
przez firmę
– woj. zachodniopomorskie
(wyrażone w %)

Tak

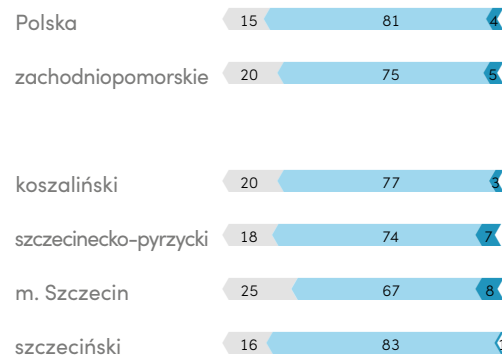
Nie

Trudno powiedzieć

Poprzednie 12 miesięcy

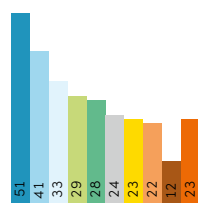


Przyszłe 12 miesięcy

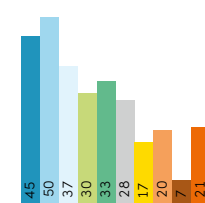


WYKRES 8

Kierunki rozwoju
działalności eksportowej
(wyrażone w %)



Polska

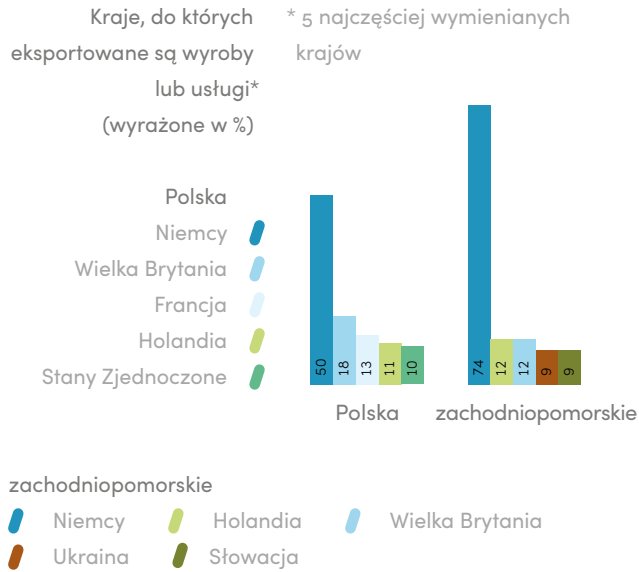


zachodniopomorskie

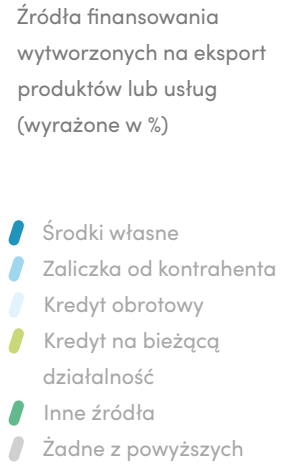
- Znalezienie nowych kontrahentów za granicą
- Zwiększenie sprzedaży na dotychczasowych rynkach zagranicznych
- Indywidualne podejście do klienta – produkcja/usługi szyte na miarę
- Nowe produkty i usługi w ofercie
- Poprawa jakości oferowanych produktów i usług
- Dotarcie na nowe rynki
- Inwestycje w innowacyjne produkty i usługi
- Nowe strategie sprzedaży
- Nowa działalność lub branża firmy
- Żadne z powyższych



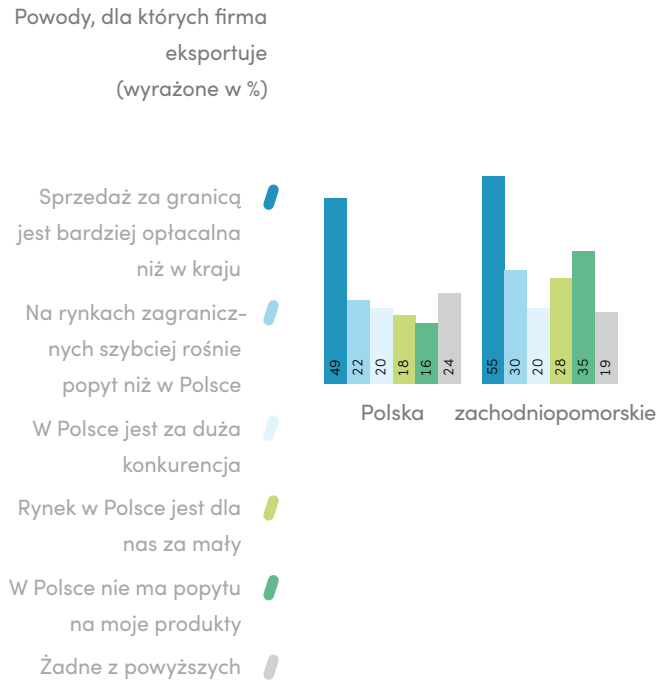
WYKRES 9



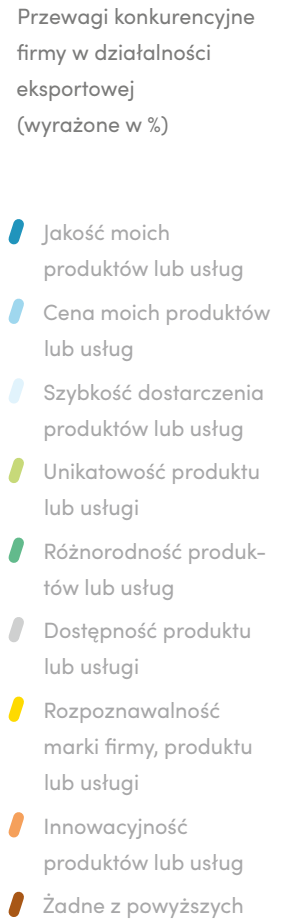
WYKRES 10



WYKRES 11



WYKRES 12





WYKRES 13

INNOWACYJNOŚĆ MIKRO I MAŁYCH FIRM

Innowacja produktowa
– woj. zachodniopomorskie
(wyrażone w %)

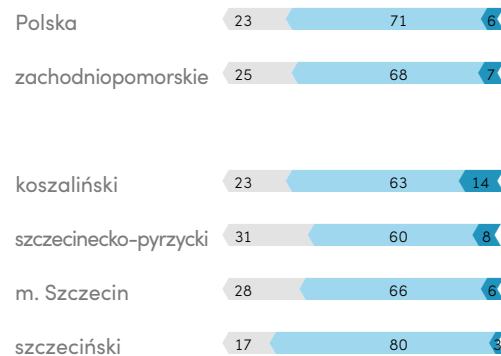
Poprzednie 12 miesięcy

Przyszłe 12 miesięcy

Tak

Nie

Trudno powiedzieć



WYKRES 14

Innowacja procesowa –
woj. zachodniopomorskie
(wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy

Przyszłe 12 miesięcy

Tak

Nie

Trudno powiedzieć

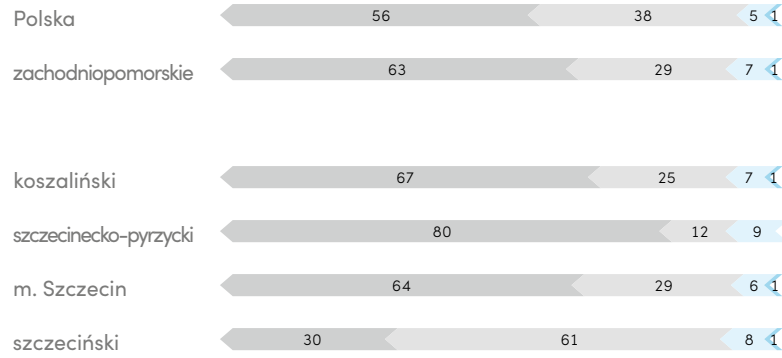




WYKRES 15

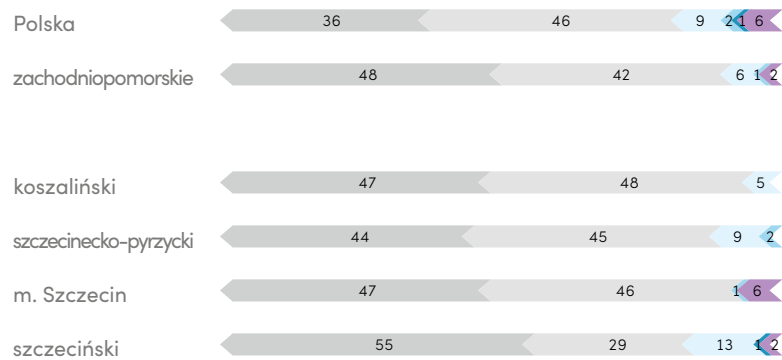
Wysokość wydatków
na innowacje
– woj. zachodniopomorskie
(wyrażone w %)

Poprzednie 12 miesięcy



- Poniżej 10 000 PLN
- Od 10 001 do 100 000 PLN
- Od 100 001 do 500 000 PLN
- Od 500 001 do 1 000 000 PLN
- Powyżej 1 000 000 PLN

Przyszłe 12 miesięcy



- Poniżej 10 000 PLN
- Od 10 001 do 100 000 PLN
- Od 100 001 do 500 000 PLN
- Od 500 001 do 1 000 000 PLN
- Powyżej 1 000 000 PLN
- Trudno powiedzieć

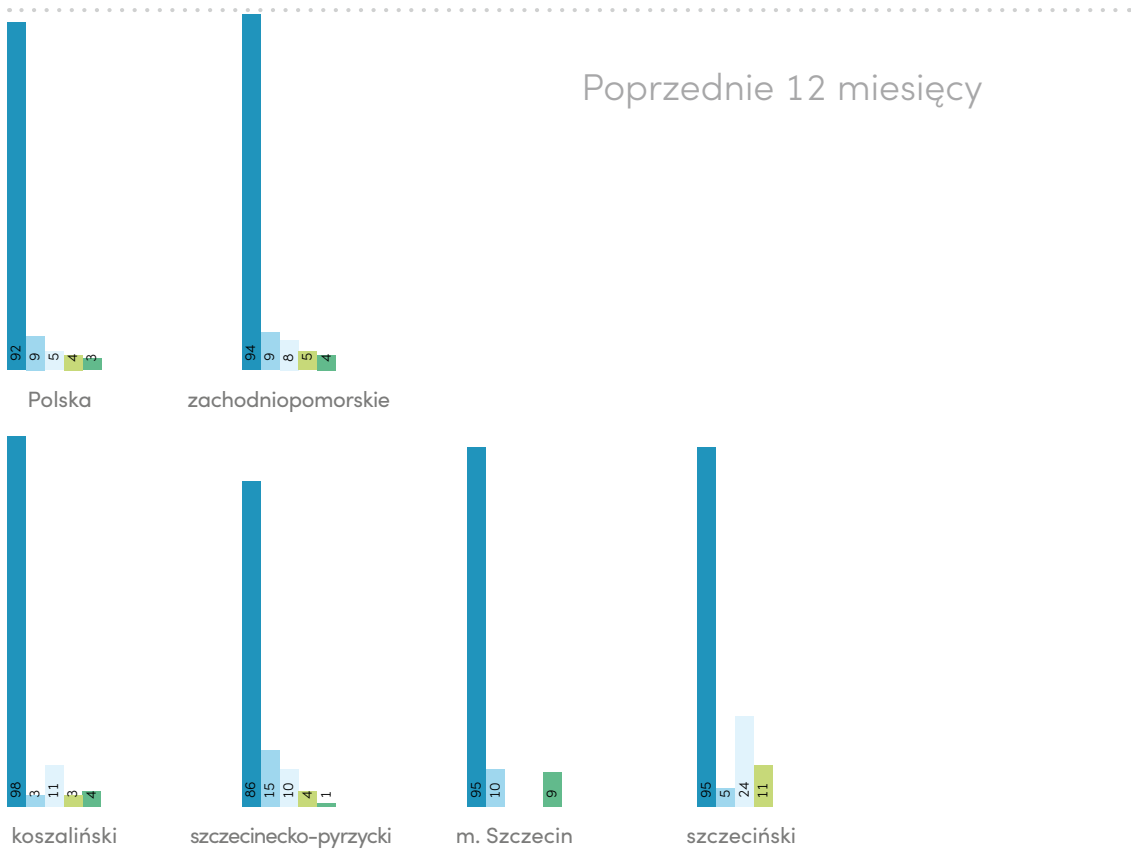


WYKRES 16

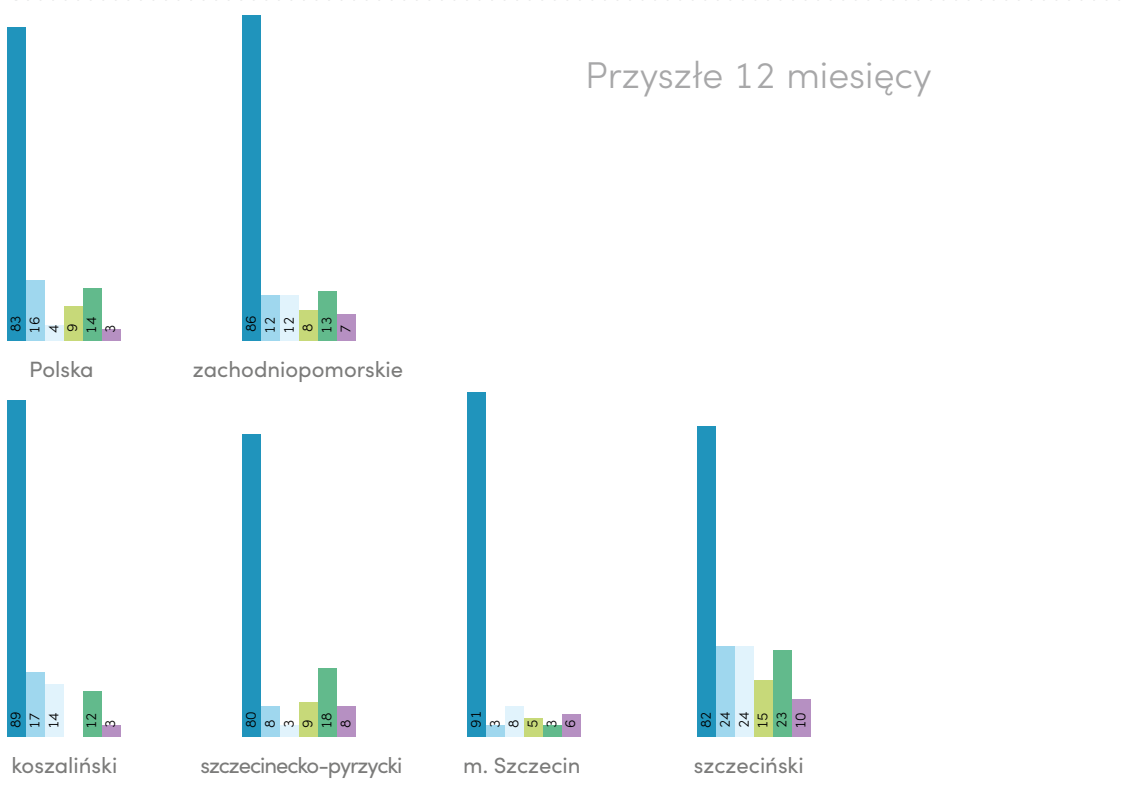
* 5 najczęściej wymienianych źródeł finansowania innowacji

Źródło finansowania innowacji – woj. zachodniopomorskie (wyrażone w %)

- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Pożyczka od rodziny
- Leasing
- Dotacje



- Środki własne
- Kredyt bankowy
- Pożyczka od rodziny
- Leasing
- Dotacje
- Trudno powiedzieć

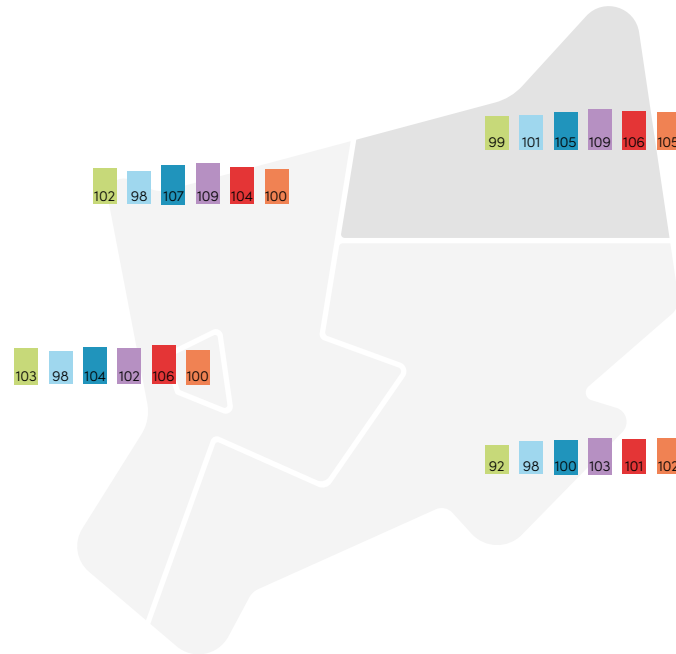




OCENA OTOCZENIA BIZNESU PRZEZ MIKRO I MAŁE FIRMY

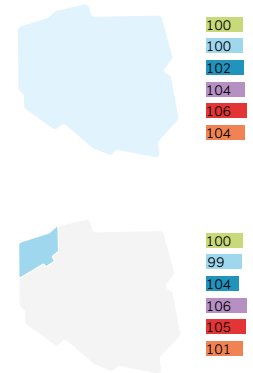
Wartość indeksu z badania w 2018 roku:
 poniżej wyniku ogólnopolskiego
 powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:
 indeks z 2013
 indeks z 2014
 indeks z 2015
 indeks z 2016
 indeks z 2017
 indeks z 2018



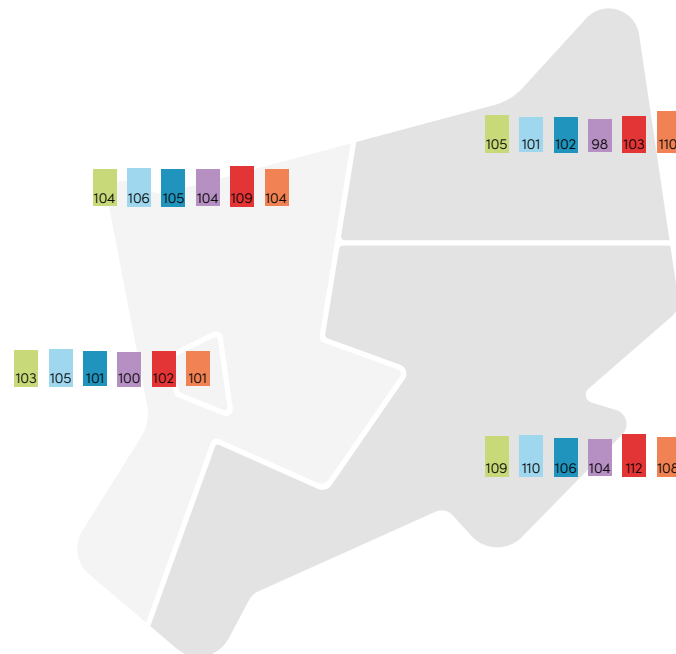
MAPA 10

Ocena jakości usług świadczonych przedsiębiorcom przez lokalną administrację – woj. zachodniopomorskie



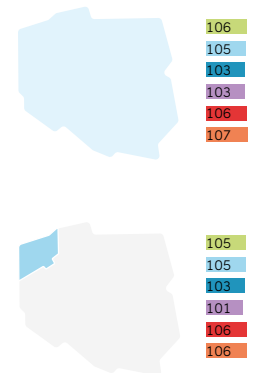
Wartość indeksu z badania w 2018 roku:
 poniżej wyniku ogólnopolskiego
 powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:
 indeks z 2013
 indeks z 2014
 indeks z 2015
 indeks z 2016
 indeks z 2017
 indeks z 2018



MAPA 11

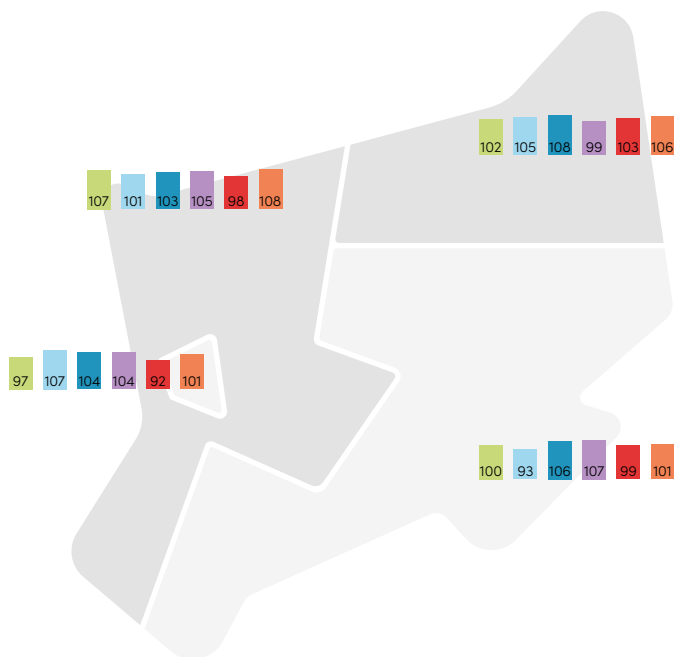
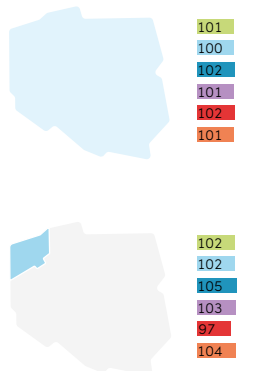
Ocena jakości usług doradczych świadczonych przez polskie banki w zakresie kredytów – woj. zachodniopomorskie





MAPA 12

Ocena uciążliwości
kontroli działalności
gospodarczej
– woj. zachodniopomorskie



Wartość indeksu
z badania w 2018 roku:

- poniżej wyniku ogólnopolskiego
- powyżej wyniku ogólnopolskiego

Indeksy:

- indeks z 2013
- indeks z 2014
- indeks z 2015
- indeks z 2016
- indeks z 2017
- indeks z 2018

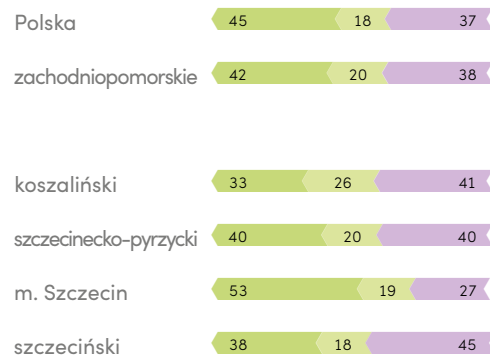
WYKRES 17

Przynależność do
organizacji biznesowych
– woj. zachodniopomorskie
(wyrażone w %)



WYKRES 18

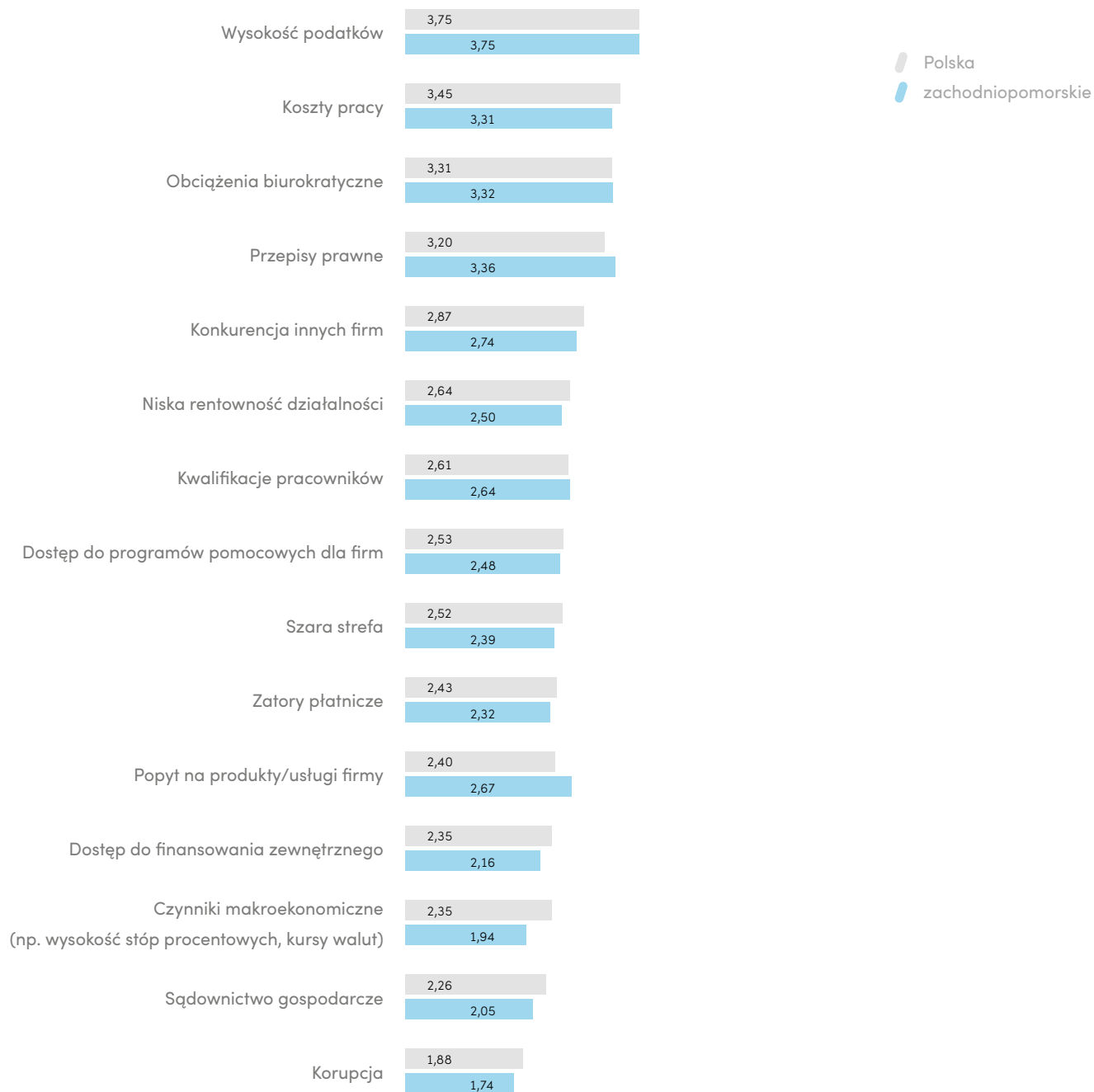
Korzystanie z usług firm zewnętrznych
– woj. zachodniopomorskie (wyrażone w %)





WYKRES 19

Główne bariery rozwoju firmy
– woj. zachodniopomorskie



Na wykresie zaprezentowano średnie z odpowiedzi;
od 1 „brak bariery” do 5 „bardzo ograniczająca bariera”.

Twoja firma może więcej.



Rozwijaj swój biznes dzięki kredytowi z gwarancją EFI COSME

Gwarancja EFI COSME zabezpiecza
aż 50% kredytu i odsetek

- ✓ 0% - gwarancja nic nie kosztuje
- ✓ wkład własny obniżony do 10% dla firm działających powyżej 3 lat
- ✓ 12,9 mln PLN lub 3 mln EUR – maksymalna wartość kredytu

 **Bank Pekao**

www.pekao.com.pl | 801 666 555 (opłata wg cennika operatora)

Niniejsza Gwarancja została udzielona w ramach programu COSME oraz Europejskiego Funduszu na rzecz Inwestycji Strategicznych („EFSI”) ustanowionego na mocy Planu Inwestycyjnego dla Europy. EFSI ma na celu wspieranie finansowania i wdrażania inwestycji produkcyjnych w Unii Europejskiej oraz zapewnienie lepszego dostępu do finansowania. Gwarancje EFI nie stanowią pomocy publicznej. Bank podejmuje decyzję o udzieleniu finansowania po dokonaniu analizy kredytowej i oceny zdolności kredytowej. Materiał nie stanowi oferty w rozumieniu Kodeksu cywilnego.

Bank Polska Kasa Opieki Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie, ul. Grzybowska 53/57, 00-950 Warszawa, wpisany do rejestru przedsiębiorców w Sądzie Rejonowym dla m.st. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, KRS: 0000014843, NIP: 526-00-06-841, REGON: 000010205, wysokość kapitału zakładowego i kapitału wpłaconego: 262 470 034 zł.

Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego



 **EUROPEAN
INVESTMENT
FUND**

