

---

# JAK W POLSCE PROWADZI SIĘ WŁASNY BIZNES?

Cała prawda o najważniejszym sektorze  
polskiej gospodarki

Nastroje gospodarcze wśród mikro- i małych firm  
w II połowie 2013 r. i I połowie 2014 r.

# Spis treści

## Wstęp

## Wprowadzenie

## Rozdział I Przewidywania vs. realia okiem przedsiębiorców

## Rozdział II Ocena sytuacji w II połowie 2013 r.

## Rozdział III Prognozy na I kwartał 2014 r.

## Rozdział IV Bariery rozwoju w 2014 r.

## Rozdział V Wykorzystywanie funduszy z UE

## Rozdział VI Wyzwania oraz praktyczne wskazówki na 2014 r.

## Metodologia i metryczka

3

4

6

12

20

28

36

40

46

# Odkrywamy prawdę

- Jak mikroprzedsiębiorcy radzą sobie z trudnościami?
- Jaką strategię działania przyjęli w 2013 r. i czy będą ją kontynuować?
- Jak oceniają swoje szanse w 2014 r. i czy będą konkurencyjni na rynku?
- Która branża straci, a która zyska w I połowie 2014 r.?
- Kto jest najaktywniejszy w wykorzystywaniu funduszy z UE?
- Zdradzamy konkretne wskazówki na poprawę konkurencyjności w 2014 r.

# Wstęp

Oddajemy w Państwa ręce raport na temat sytuacji mikro- i małych firm w II połowie 2013 r. wraz z prognozami na I połowę 2014 r. Jego podstawę stanowi badanie przeprowadzone już po raz drugi na ponad 2000 mikroprzedsiębiorcach.

Celem raportu jest przedstawienie kondycji oraz nastrojów gospodarczych, które panują w najliczniejszym sektorze polskiej gospodarki.

W raporcie omówiona została obecna sytuacja mikro- i małych firm wraz z analizą czynników, które wpłynęły na nią w 2013 r. Dokonana została ocena poziomu cen i zatrudnienia, sytuacji finansowej, odczuwanych wzrostów lub spadków popytu oraz postrzeganej przez firmy pozycji na rynku.

Wszystkie te aspekty mają decydujący wpływ na konkurencyjność tego sektora w 2014 r. Prognozy na przyszły rok uwzględniają zmiany w strategii dotyczącej cen czy zatrudnienia

oraz oczekiwań, co do poziomu sprzedaży w kraju i za granicą. Liczymy na to, że badanie pozwoli przybliżyć codzienne zmagania mikroprzedsiębiorców w prowadzeniu swojego biznesu w trudnym i zmiennym środowisku biznesowym.

W opiniach i postawach przedsiębiorców widać nadzieję oraz ogromną chęć walki z kryzysem. Wielka determinacja oraz elastyczność są cechami, które pomagają przedsiębiorcom w ciągłym dążeniu do poprawy swojej sytuacji, co jest podstawą ożywienia w gospodarce i wyjścia z kryzysu.

Mamy nadzieję, że dzięki temu raportowi przedsiębiorcy będą mogli świadomiej podejmować decyzje związane z kluczowymi obszarami swojej działalności, optymalizować swoje zasoby i zwiększać swą konkurencyjność.

*Zapraszamy do lektury.*

Organizatorzy badania:

**Firmy.net**

### Firmy.net

Portal biznesowy umożliwiający kompleksową promocję firm w internecie

[www.firmy.net](http://www.firmy.net)

Właścicielem portalu jest NNV AG



### Instytut Badań i Analiz

GRUPA Olsztyńska Szkoła Biznesu  
ul. Warszawska 105/4H  
10-701 Olsztyn  
tel. 89 542 42 70

[www.badania-rynku.pl](http://www.badania-rynku.pl)

### Badanie zrealizowane przez:

Firmy.net

### Opracowanie:

Urszula Tomczyk,  
Instytut Badań i Analiz, Grupa OSB

### Redakcja naukowa:

dr Dariusz Śledź,  
Instytut Badań i Analiz, Grupa OSB



# Analiza sytuacji MŚP

## z punktu widzenia ekonomicznego

**Dariusz Śledź,**  
Instytut Badań i Analiz, Grupa Olsztyńska Szkoła Biznesu  
[www.badania-rynku.pl](http://www.badania-rynku.pl)



### Analiza obecnej sytuacji

Mijający rok 2013 był trudnym okresem w gospodarce. Pomimo, że kryzys gospodarczy trwa już od kilku lat, jego skutki odczuwalne są najbardziej w bieżącym roku. Małe firmy napotkały **wiele problemów związanych z utrzymaniem się na rynku**, a wiele z nich zakończyło swoją działalność. Obserwując sytuację małych przedsiębiorstw, w okresie minionych dwóch kwartałów recesja charakteryzowała niemal wszystkie obszary ich działalności. W okresie tym nastąpił znaczący spadek popytu na rynku krajowym, który spowodował, że małe przedsiębiorstwa coraz częściej

stosowały **strategię przetrwania** opartą na obniżaniu poziomu cen. Obniżanie poziomu cen towarów i usług, przy jednoczesnym wzroście kosztów prowadzenia działalności, przyczyniły się natomiast do pogorszenia ich sytuacji finansowej i spadku poziomu zatrudnienia. W tej trudnej sytuacji, w jakiej znalazła się przeważająca grupa małych firm, wzrosło natężenie konkurencji, a procesy rynkowe spowodowały, że wiele firm poprawiło swoją pozycję na rynku.

*Niski poziom popytu zmusił małe firmy do obniżania poziomu cen.*

### Stabilizacja na rynkach zagranicznych

W nieco lepszym położeniu znalazły się natomiast te małe przedsiębiorstwa, których sprzedaż obejmuje **rynki zagraniczne**. Można w ich przypadku mówić o stosunkowo wysokiej konkurencyjności międzynarodowej,

ponieważ poziom ich sprzedaży na rynkach zagranicznych charakteryzował się, co prawda niewielką, jednak – tendencją wzrostu.

*Polskim firmom wiedzie się coraz lepiej na rynkach zagranicznych.*

### Niskie wykorzystanie środków z UE

Wsparcie z funduszy strukturalnych Unii Europejskiej nie wpływało dotychczas istotnie na wzmocnienie potencjału małych firm. Ich niska aktywność zarówno w obecnej (na lata 2007-2013), jak i przyszłej (2014-2020) perspektywie finansowania nie wynika jednak bezpośrednio z braku zainteresowania lub chęci przedsiębiorców. Ich **zniechęcenie udziałem w projektach** finansowanych ze środków Unii Europejskiej wynika bardziej z braku wiary w możliwość uzyskania wsparcia od instytucji

dysponującej środkami finansowymi oraz z braku dostępności do wiedzy na temat możliwości i procedur ich pozyskania. Nie bez znaczenia jest również, często przekraczający możliwości małej firmy, minimalny finansowy wkład własny.

*Fundusze z UE nie cieszyły się zainteresowaniem sektora MŚP. Wszystko wskazuje na to, że sytuacja się powtórzy w latach 2014-2020.*

### Obawy na 2014 rok

Zachodzące w 2013 r. zmiany i wydarzenia najczęściej **wpływały negatywnie** na małe przedsiębiorstwa osłabione złą koniunkturą. Zmienność otoczenia zewnętrznego tych przedsiębiorstw wywarła negatywny wpływ przede wszystkim na sektor usług, budownictwa i przemysłu. Przedsiębiorcy z obawą spoglądają

również na nadchodzący **rok 2014 i zagrożenia**, jakie mogą pojawić się w tym okresie. Największe ich problemy z utrzymaniem się na rynku w przyszłym roku związane będą przede wszystkim z rosnącymi kosztami prowadzenia działalności, ze spadkiem popytu oraz ze spowolnieniem gospodarki krajowej.



01

# PRZEWIDYWANIA VS. REALIA

okiem przedsiębiorców



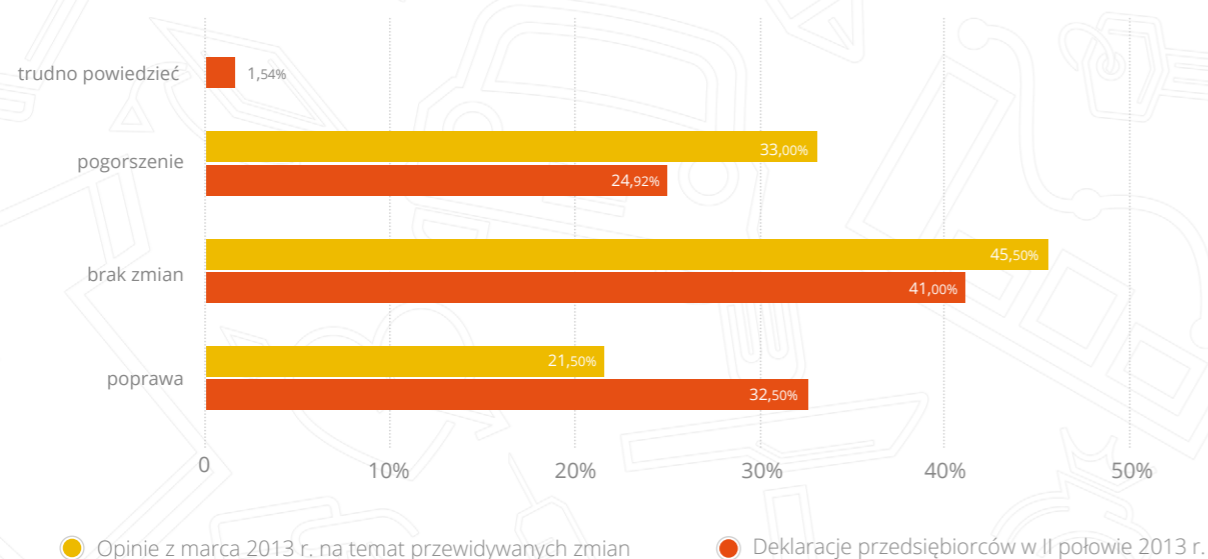
## Prognozowana przez przedsiębiorców recesja nie potwierdziła się

Pomimo przewidywanego w marcu br. pogorszenia **sytuacji ogólnej** przedsiębiorstw, w II połowie 2013 r. znacznie częściej niż prognozowano, przedsiębiorcy **odczuwali jej poprawę**. Tendencja wyraźnej poprawy sytuacji ogólnej przedsiębiorstw na rynku związana jest ze znacznie większym odsetkiem firm, których

sytuacja ogólna poprawiła się niż pogorszyła oraz ze znacznie niższym odsetkiem podmiotów, które przewidywały jej spadek niż wystąpił w omawianym okresie.

*Więcej przedsiębiorców odczuło poprawę swojej ogólnej sytuacji niż to przewidywano 6 miesięcy temu.*

**Rys. Sytuacja ogólna firm – stan przewidywany w marcu 2013 r. i ocena po upływie tego okresu.**



Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

## Małe firmy, pomimo trudności, pełne optymizmu

Źródeł pesymistycznych nastrojów występujących w marcu br. na temat przewidywanej sytuacji firm w nadchodzącym półroczu należy doszukiwać się

w stosunkowo negatywnych przewidywaniach w zakresie poziomu cen, poziomu sprzedaży i ich sytuacji finansowej. Pomimo, że w tych

właśnie obszarach nastąpiła w II i III kwartale br. większa recesja niż przewidywano, dynamika sytuacji ogólnej przedsiębiorstw przyjęła tendencję poprawy. W tym przypadku zadziałały mechanizmy charakterystyczne dla gospodarki w dobie spowolnienia gospodarczego. Zgodnie z koncepcją restrukturyzacji przedsiębiorstw w dobie kryzysu<sup>1</sup> - kryzys zmusza przedsiębiorstwa do **reorganizacji działalności, podejmowania wyzwań** oraz poszukiwania nowych sposobów dotarcia do coraz bardziej wymagającego klienta. Można zatem, z dużym prawdopodobieństwem wnioskować,

że przedsiębiorstwa przewidując w marcu br. pogorszenie sytuacji ogólnej firm w II i III kwartale br. **mobilizowały posiadany potencjał i aktywnie konkurowały** na rynku. Mobilizacja ta świadczy o wzroście natężenia konkurencji, które natomiast stanowić może siłę napędową wyjścia polskiej gospodarki z recesji.

*Pomimo spadku sprzedaży i poziomu cen, czy gorszej niż oczekiwano kondycji finansowej, MŚP deklaruje pozytywne nastroje w nowym roku.*

## Przyjęta strategia działania w 2013 r.

Jednym z czynników, które wpłynęły na obecną sytuację firm, jest stosowanie **strategii konkurencji cenowej, czyli obniżanie cen**, aby zatrzymać lub zdobyć klienta. Ponad połowa przedstawicieli przedsiębiorstw planowała i utrzymała w kolejnym półroczu poziom cen

oferowanych na rynku towarów i usług. Z kolei, przewidując w marcu br. przez około 1/5 przedstawicieli badanych przedsiębiorstw wzrost cen towarów i usług, osiągnęła w omawianym okresie mniej liczna grupa przedsiębiorstw.

## Małe firmy szansą dla gospodarki na wyjście z kryzysu!

Zacięta walka przedsiębiorców o lepsze jutro trwa. Nie tracą oni nadziei i pomimo trudnej sytuacji finansowej, szukają nowych rozwiązań i metod wyjścia z kryzysu. Dzięki temu ich konkurencyjność wzrasta, co stanowi ogromną szansę dla gospodarki na ożywienie i wyjście z kryzysu.

<sup>1</sup> Świerk J., Wykorzystanie strategicznej karty wyników w procesie restrukturyzacji przedsiębiorstwa w dobie kryzysu, [w:] Zachowania przedsiębiorstw w obliczu nowych wyzwań gospodarczych. Restrukturyzacja – Zarządzanie – Analiza, red. nauk. Borowiecki R., Chadam J., Kaczmarek J., s.275.

## Poziom sprzedaży w kraju i na rynkach zagranicznych

Nieoczekiwane **pogorszenie poziomu sprzedaży** wpłynęło na jeszcze większy niż prognozowano **spadek poziomu cen** oferty rynkowej przedsiębiorstw, przez co przychody ze sprzedaży towarów i usług w minionym półroczu spadały częściej niż przewidywano, a ich wzrost wystąpił w mniej licznej grupie przedsiębiorstw niż należało oczekiwać. Przyjęta przez przedsiębiorców tendencja utrzymania

poziomu cen oraz stosowania strategii konkurencji opartej na ich obniżaniu nie pozwoliła utrzymać sprzedaży na oczekiwanym poziomie. Odmienne niż przewidywali przedsiębiorcy w marcu br. ukształtowała się natomiast w II i III kwartale br. **dynamika sprzedaży na rynkach zagranicznych**, przyjmując nieznaczną tendencję wzrostu.

*Wyższe niż oczekiwano spadki w poziomie cen, przychodach czy zatrudnieniu stanowią istotne zagrożenie dla stabilności i konkurencyjności mikro- i małych firm na rynku.*

## Dalsza recesja w sytuacji finansowej

W przypadku oceny prognozy **sytuacji finansowej przedsiębiorstw**, potwierdziły się przewidywania z marca b.r. w zakresie dalszej jej recesji.

### Ewa Kargetta, Klub Urody Ewa Kargetta

*Kryzys w gospodarce i trudności w pozyskaniu dotacji (np. na rozpoczęcie działalności) spowodowały wykruszenie się konkurencji, która w swojej nieznanym zasad przedsiębiorczości, uważała, że jedynym sposobem na pozyskanie klienta jest zniżanie cen. Takie działania bardzo psuły rynek. W momencie nadejścia kryzysu, za krytycznie niskimi cenami automatycznie szła zła jakość, a tę klienci po odpowiednim czasie jednak wyczuli. Dla firm dbających o jakość czas ten był co prawda trudnym, ale jednocześnie pozwolił zdefiniować rynek. W tym momencie pozostali na nim już tylko najlepsi.*



## Stabilizacja w poziomie zatrudnienia

Odmienne niż przewidywali przedsiębiorcy, ukształtowała się natomiast dynamika zmiany poziomu zatrudnienia. Znacznie częściej

zmniejszali zatrudnienie, niż je zwiększali, jak oczekiwano. Najliczniejsza grupa utrzymała stały poziom zatrudnienia zgodnie z przewidywaniami.

### Andrzej Federowicz, TÜV AUSTRIA SERVICES GMBH Sp. z o.o. Oddział w Polsce

*Pozytywnie na naszą działalność wpływa ciągle zwiększanie się świadomości potencjalnych klientów, którzy zamiast szukać najtańszych rozwiązań, za które często przychodzi im płacić wielokrotnie, szukają rozwiązań i usług o wyższej jakości. Zajmujemy się profesjonalnymi szkoleniami z zakresu bezpieczeństwa pracy oraz szkoleniami biznesowymi. Certyfikujemy też systemy zarządzania jakością, bezpieczeństwem, czy środowiskiem. Z przyjemnością obserwujemy, że zmiany w krajowej gospodarce oraz zmiana świadomości społecznej, w końcu ukierunkowanej na jakość, wpływa znacząco na podejmowanie przez przedsiębiorców racjonalnych (również ekonomicznie) decyzji.*



## Pozycja konkurencyjna na rynku

Dominującej na rynku tendencji spadku poziomu cen i sprzedaży na rynku krajowym oraz pogarszającej się sytuacji finansowej firm towarzyszyły **pozytywne opinie przedsiębiorców na temat przewidywanej zmiany konkurencyjnej pozycji na rynku**.

Zarówno tendencją przewidywaną w marcu br. jak i osiągniętą w II i III kwartale 2013 r. była częściej poprawa pozycji w stosunku do konkurencji, niż jej pogorszenie, jednak poprawa dotyczyła nieznacznie mniejszego odsetka firm niż należało oczekiwać.





# ANALIZA BIEŻĄCEJ SYTUACJI FIRM

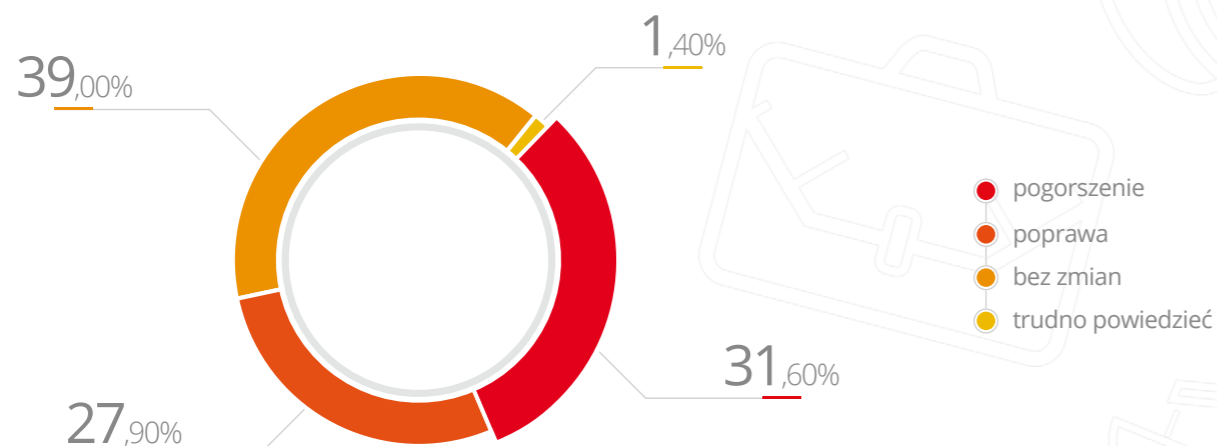
według branż w II połowie 2013 r.

## Ogólna sytuacja firm

Prognozowany czarny scenariusz nie sprawdził. Jednak **trend pogarszania się sytuacji** ogólnej mikro i małych firm **wciąż się utrzymuje**. Sytuacja ogólna najliczniejszej

grupy przedsiębiorstw nie zmieniła się (39,0%), natomiast częściej w przedsiębiorstwach nastąpiło jej pogorszenie (31,6%) niż poprawa (27,9%).

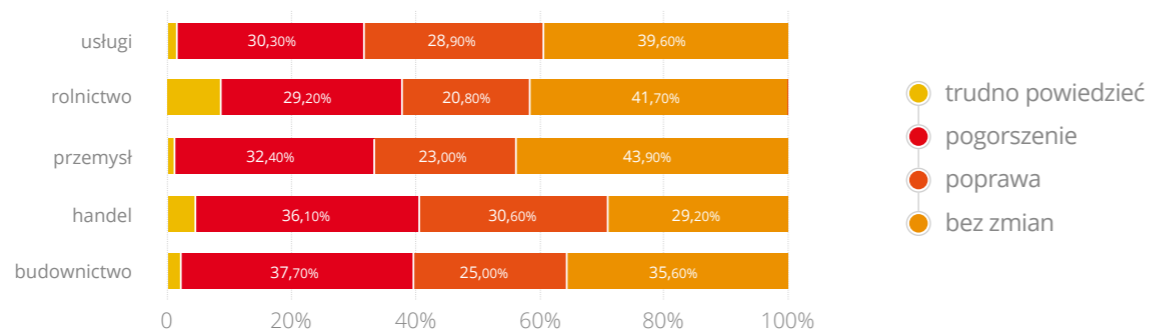
Rys. Sytuacja ogólna firm w II połowie 2013 r.



Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

Nie we wszystkich sektorach gospodarki, tendencja pogorszenia się sytuacji ogólnej firm na rynku wystąpiła z takim samym natężeniem. **Najsilniej pogorszenie się** sytuacji ogólnej odczuły sektory: **budownictwo, przemysł oraz rolnictwo** (w tym leśnictwo, łowiectwo i rybactwo). Skala zjawiska recesji była znacznie mniejsza w sektorach **usług, handlu**.

Rys. Sytuacja firm w II połowie 2013 r. według sektorów ekonomicznych.



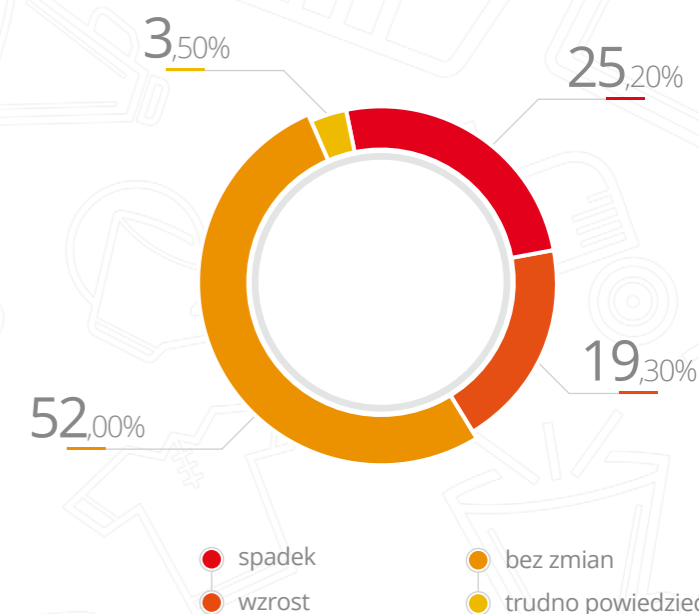
Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

## Poziom cen

Ponad połowa przedsiębiorstw (52,0%) **utrzymała poziom cen na stałym poziomie**. W przypadku pozostałych firm znacznie częściej przedsiębiorcy obniżali ich poziom (25,2%) niż decydowali się na ich podwyższenie (19,3%).

*Spadek poziomu cen oferowanych na rynku towarów i usług najsilniej wystąpił w sektorze budownictwa. Z kolei, tendencją stabilności poziomu cen charakteryzował się sektor rolnictwa, leśnictwa, łowiectwa i rybactwa.*

Rys. Poziom cen oferowanych towarów i usług w II połowie 2013 r.



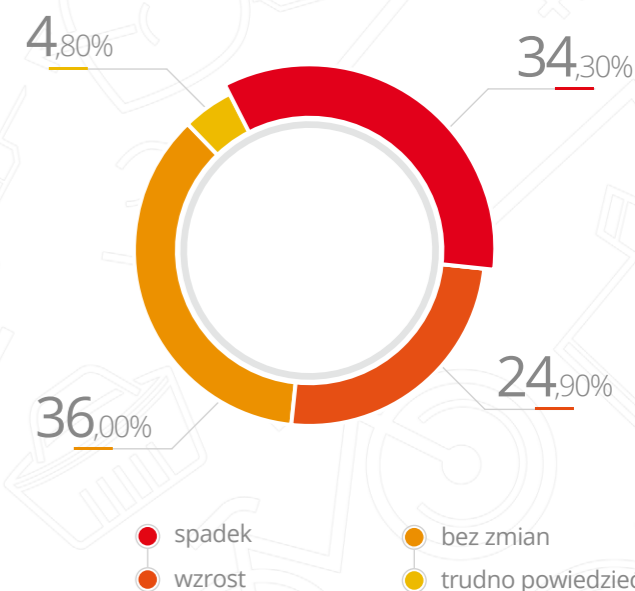
Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

## Poziom sprzedaży na rynku krajowym

Tendencja spadku poziomu sprzedaży z I połowy 2013 r. została niestety również zachowana w jego II połowie. Pomimo, iż najliczniejsza grupa przedsiębiorstw utrzymała ten poziom (36,0%), wśród pozostałych znacznie częściej odnotowany został spadek zainteresowania klientów ofertą firm (34,3%) niż wzrost (24,9%).

*Najwyższe natężenie spadku poziomu sprzedaży na rynku krajowym wystąpiło w sektorach budownictwa i przemysłu.*

Rys. Poziom sprzedaży na rynku krajowym w II połowie 2013 r.



Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.



## Poziom sprzedaży na rynkach zagranicznych

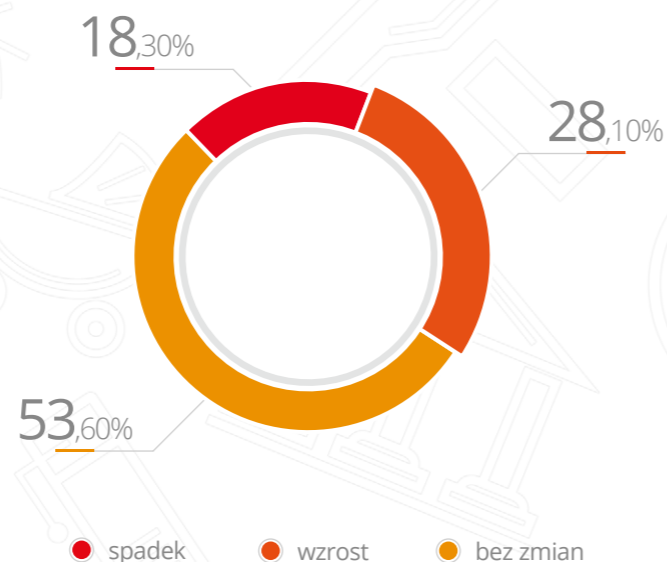
W grupie wszystkich przedsiębiorstw, których przedstawiciele uczestniczyli w badaniu – **24,6%** firm w II połowie 2013 r. **konkurowało na rynkach zagranicznych**. Jest to jeden z niewielu obszarów, w których wystąpiła nieznaczna, jednak tendencja wzrostu i poprawy rezultatów działalności przedsiębiorstw. W okresie minionego półrocza, przedsiębiorstwa najczęściej utrzymały poziom sprzedaży na rynkach zagranicznych (53,6%). Pozostałe natomiast, częściej zwiększały poziom sprzedaży (28,1%), niż odnotowały jego spadek (18,3%).

*Firmy działające w sektorach: budownictwo, przemysł, rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo i rybactwo, pomimo recesji w wielu obszarach działalności - znacznie częściej zwiększały sprzedaż na rynkach międzynarodowych, niż odnotowały jego spadek.*

## Sytuacja finansowa

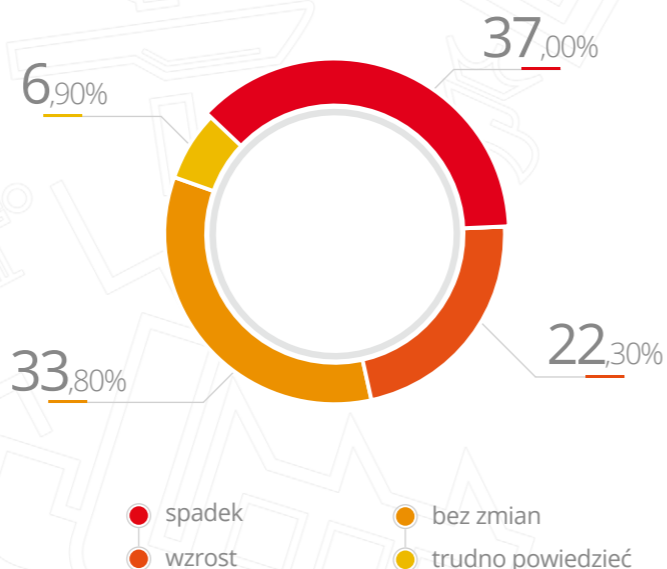
Trudności, na jakie napotykają przedsiębiorcy z utrzymaniem poziomu cen oraz poziomu sprzedaży na rynku krajowym, uznać należy za czynnik wpływający na **pogorszenie się ich sytuacji finansowej** w II i III kwartale 2013 r. Jak wynika z badań, najliczniejsza grupa przedsiębiorców odczuła pogorszenie się sytuacji finansowej firm (37,0%), nieznacznie mniej liczna utrzymała stabilność (33,8%), natomiast tylko niewiele ponad 1/5 spośród nich odnotowała poprawę (22,3%).

Rys. Poziom sprzedaży na rynkach zagranicznych w II połowie 2013 r.



Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

Rys. Sytuacja finansowa firm w II połowie 2013 r.



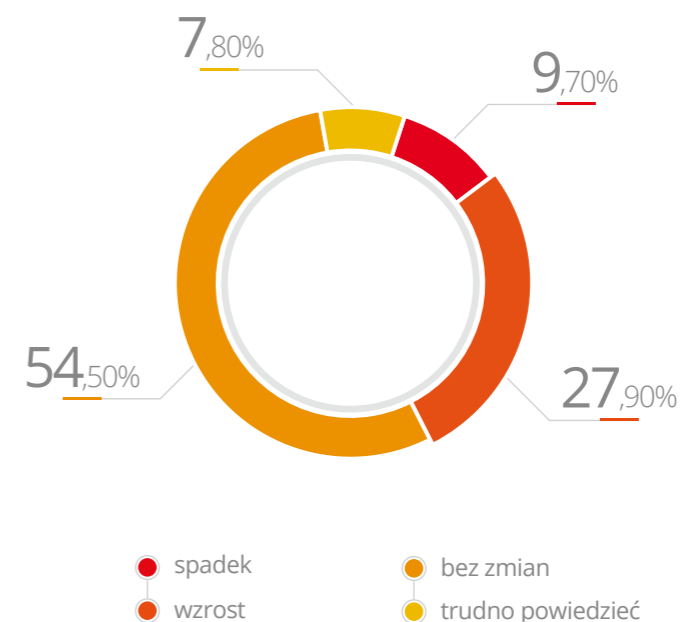
Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

## Konkurencyjność i pozycja na rynku

W II połowie br. firmy najczęściej utrzymały swoją pozycję na rynku (54,5%). Liczna grupa przedsiębiorców funkcjonując na rynku w warunkach osłabienia gospodarczego, nie posiadała wiedzy, pozwalającej dokonać oceny pozycji własnej firmy wobec konkurentów (7,8%). Z kolei 37,7% przedsiębiorstw, w wyniku rywalizacji rynkowej zmieniło swoją konkurencyjną pozycję. Dominującym trendem zmiany **była poprawa konkurencyjności**, wynikająca z przewagi firm, które poprawiły swoją pozycję (27,9%) nad tymi, w których nastąpiło jej pogorszenie (9,7%).

Sektory usług, handlu oraz rolnictwa, leśnictwa, łowiectwa i rybactwa odczuły najwyższy wzrost

Rys. Poziom sprzedaży na rynkach zagranicznych w II połowie 2013 r.



Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

konkurencyjności. Natomiast sektory: przemysł i budownictwo napotykały na wyższe, niż w innych sektorach bariery związane z bardzo wysoką na tle kraju tendencją spadku popytu na rynku krajowym oraz pogorszenia się ich sytuacji finansowej. Korzystne warunki budowania konkurencyjnej pozycji związane są natomiast ze sprzedażą na rynkach zagranicznych.

*Zamiast oczekiwanych wzrostów firmy częściej utrzymały swoją pozycję na rynku. Rezultatem tego były pojawiające się trudności popytowe i finansowe. Trend jednak pozostaje wzrostowy, co oznacza dalszą zaciętą walkę o klienta.*

## Poziom zatrudnienia

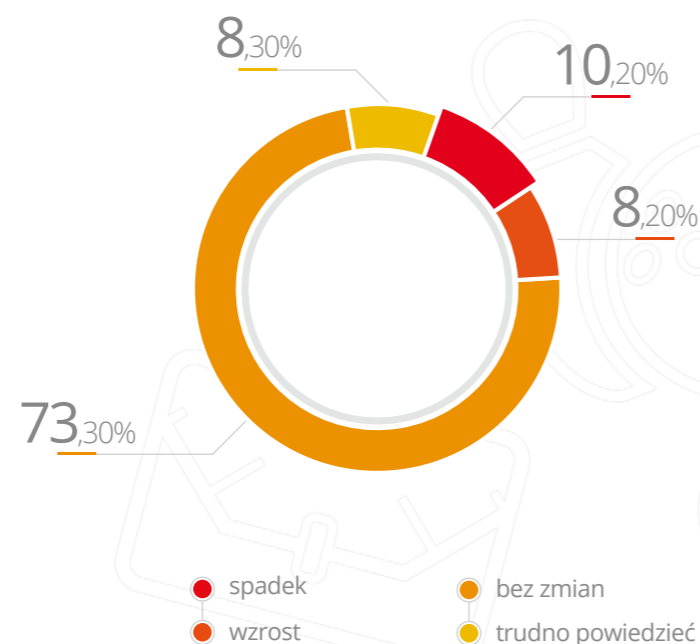
Choć najliczniejsza grupa firm **utrzymała stałą liczbę miejsc pracy (73,3%)**, jednak wśród tych, w których nastąpiła zmiana, większą grupę stanowiły przedsiębiorstwa, które zmniejszyły poziom zatrudnienia (10,2%) niż utworzyły nowe miejsca pracy (8,2%). Dodatkowym czynnikiem, który wpłynął na pogarszającą się tendencję, jest charakter sektorów, w których spadek ten został zanotowany.

Największy wpływ na tendencję spadku poziomu zatrudnienia w kraju miała polityka zatrudnienia przedsiębiorstw działających w sektorach:

- o **przemysł,**
- o **handel,**
- o **budownictwo,**

których to właściciele częściej ograniczali liczbę pracowników niż tworzyli nowe miejsca pracy.

Rys. Poziom zatrudnienia firm w II połowie 2013 r.



Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

### Małgorzata Dołęga, Biuro Turystyczne Fifi Travel Marian Fifielski

*Zauważam, że negatywnie na moją działalność wpłynęły problemy społeczne i gospodarcze związane m.in. z trudną sytuacją finansową wielu rodzin w Polsce czy znalezieniem zatrudnienia.. Oczywiście jest, że gdy brakuje pieniędzy na życie codzienne, nie myślimy o naszych potrzebach, takich jak wypoczynek i wyjazd wakacyjny, które pociągają za sobą dodatkowe koszty.*



## Podsumowanie

Okres minionego półrocza charakteryzował się **wysokim spowolnieniem rozwoju przedsiębiorstw**. Niemal we wszystkich poddanych analizie obszarach i rezultatach ich działalności wystąpiła recesja, powodująca, że ich rzeczywista konkurencyjność ulega dalszemu osłabieniu, co jest dużym zagrożeniem dla mikroprzedsiębiorstw.

Dokonując oceny sytuacji przedsiębiorstw na podstawie opinii i deklaracji ich przedstawicieli, należy również wziąć pod uwagę jeden z ważniejszych czynników wpływających na aktywność gospodarczą przedsiębiorstw – a mianowicie **sezonowość prac**. Okres II półrocza, nawet w warunkach umiarkowanego poziomu rozwoju gospodarki, w wielu jej dziedzinach powinien sprzyjać zwiększeniu zatrudnienia, sprzedaży, czy też wpłynąć na poprawę sytuacji finansowej podmiotów. W br. sytuacja przedsiębiorstw w wielu obszarach ulegała jednak dalszej, często wysokiej recesji.

Sektorami, których sytuacja okazała się w minionym półroczu najtrudniejsza, były: **budownictwo i przemysł**, natomiast trudności z funkcjonowaniem na rynku w najmniejszym stopniu dotknęły przedsiębiorstwa usługowe.

### Wojciech Gośliński, Firma Remontowa Wojciech Gośliński

*Na pogarszającą się koniunkturę w 2013 r. wpływ miały m.in.: zaostrzenie i niejasność przepisów podatkowych, fiskalizacja oraz budowanie przez „niezależne” media i różne środowiska obrazu Polski pogrążonej w kryzysie. Miało to wpływ na nastroje społeczne, w konsekwencji objawiające się obawą w inwestowanie, powściągliwym konsumowaniem i ograniczonym rozwijaniem się. Podmioty gospodarcze, aby utrzymać poziom zamówień z lat poprzednich, musiały wykazać się wzmożoną inicjatywą oraz inwestowaniem większych środków finansowych w rozwój czy reklamę.*







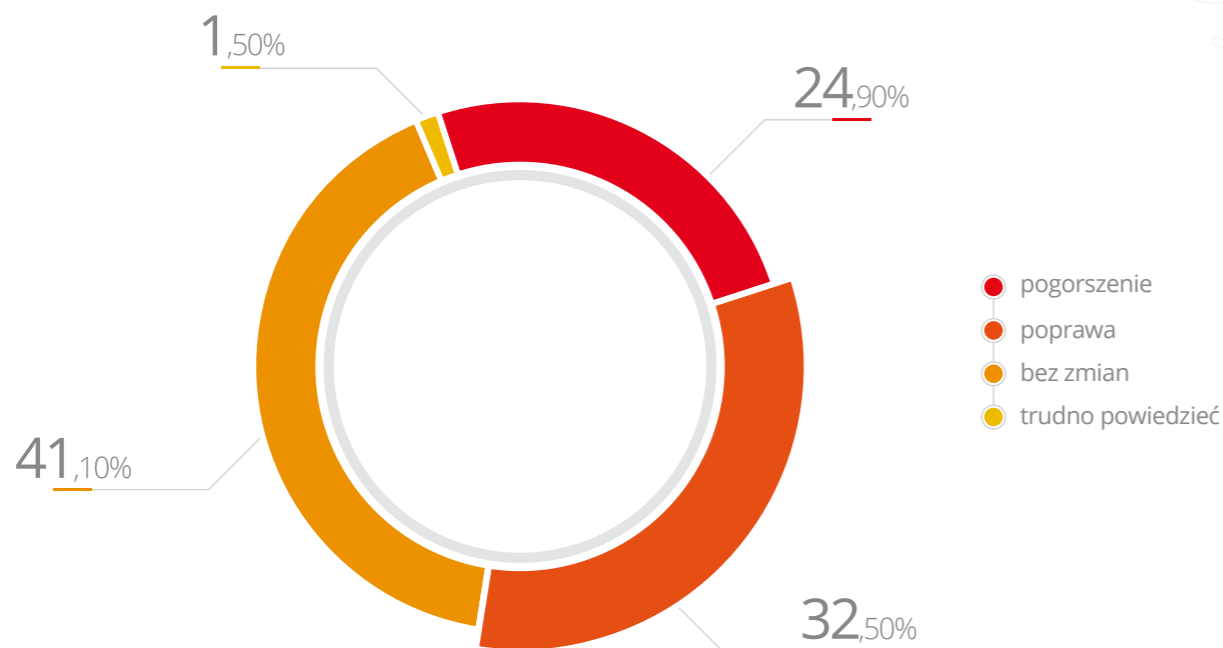
## Optymistyczne nastroje w I połowie 2014 r.

Przedsiębiorcy, pomimo trudnej sytuacji w gospodarce, z **dużym optymizmem oceniają szansę poprawy** sytuacji ogólnej firm w perspektywie nadchodzącego półrocza. Niski odsetek przedsiębiorców, którzy nie potrafili ocenić możliwości utrzymania lub zmiany sytuacji ogólnej swoich firm (1,5%) świadczy o tym, iż w większości **monitorują zmiany zachodzące na rynku**. Najlicniejsza grupa przedsiębiorców oczekuje utrzymania dotychczasowej sytuacji ogólnej firm na tym samym poziomie (41,1%).

Wśród pozostałych firm znacznie częściej przewidywana jest poprawa sytuacji ogólnej (32,5%) niż jej spadek (24,9%). W okresie nadchodzącego roku 2014 r. można zatem oczekiwać tendencji zmiany, mającej **charakter poprawy ogólnej sytuacji przedsiębiorstw**.

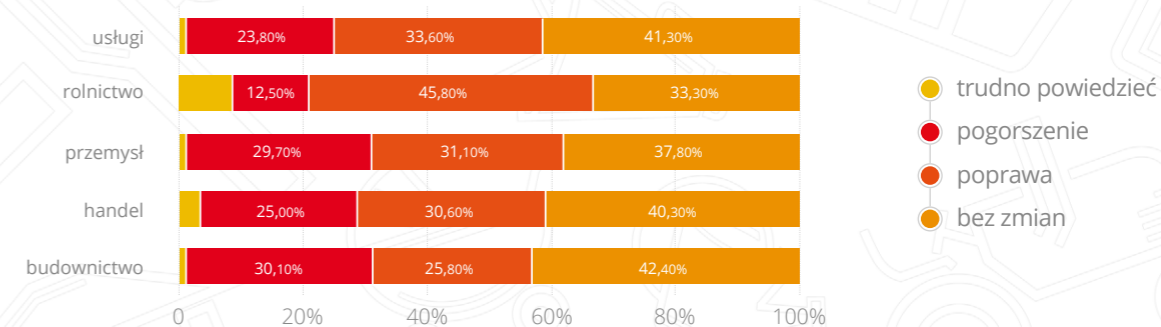
*Przedsiębiorcy prowadzący działalność w branży budowlanej jako jedyni przewidują pogorszenie sytuacji swoich firm częściej niż jej polepszenie. Wpływ na to może mieć sezonowość prac i zbliżający się okres zimowy.*

Rys. Prognozowana sytuacja ogólna firm w I połowie 2014 r.



Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

Rys. Prognozowana sytuacja ogólna firm w I połowie 2014 r. według sektorów ekonomicznych.



Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

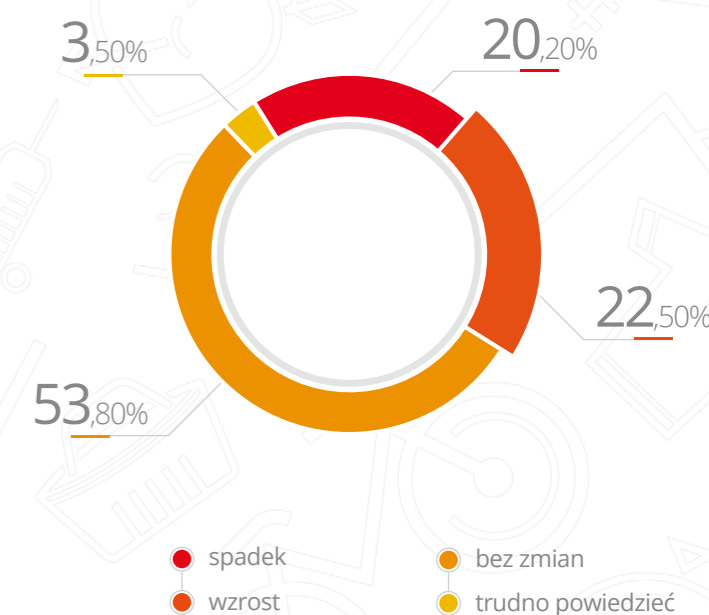
## Przewidywane wzrosty poziomu cen w I połowie 2014 r.

Opinie przedsiębiorstw na temat przewidywanej zmiany poziomu cen w I połowie 2014 r. wskazują, że będą one częściej podejmowały próbę intensyfikacji wyników finansowych poprzez **podnoszenie cen** oferowanych na rynku towarów i usług (22,5%) niż ich obniżanie (20,2%). Z kolei, ponad połowa przedsiębiorstw oczekuje, że w nadchodzącym półroczu ceny oferowanych na rynku towarów i usług pozostaną bez zmian (53,8%).

Tendencja wzrostu poziomu cen, charakterystyczna dla przedsiębiorstw ogółem, nie wystąpi jednak we wszystkich sektorach gospodarki. Trudna sytuacja, zdiagnozowana w okresie minionego półrocza nie pozwoliła przedsiębiorcom oczekiwać diametralnych zmian na rynku. Spadek cen oferowanych towarów i usług przewidywany jest w sektorach: budownictwa, przemysłu. Z kolei wzrostu poziomu cen należy oczekiwać w grupie przedsiębiorstw funkcjonujących w sektorze: rolnictwa (w tym leśnictwa, łowiectwa i rybactwa), usług i handlu.

*Aby nadrobić straty finansowe z ostatniego roku, można oczekiwać, że wiele mikro- i małych firm będzie dążyć do podnoszenia swoich cen.*

Rys. Prognozowany poziom cen w I połowie 2014 r.



Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

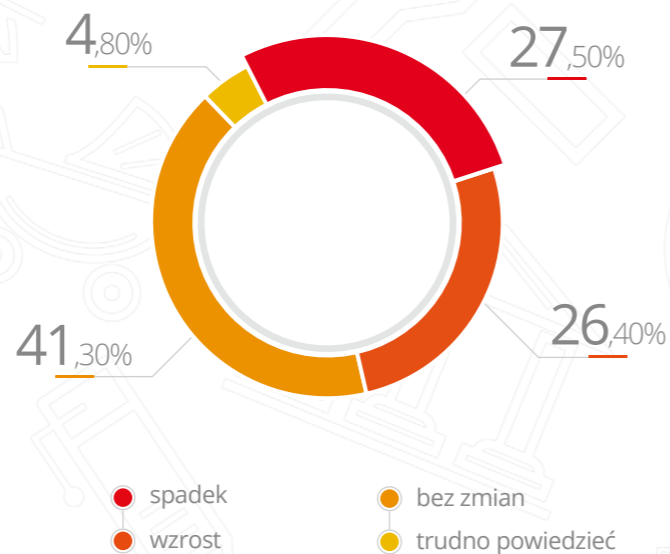


## Obawy o dalszy spadek popytu na rynku krajowym w 2014 r.

Przedsiębiorcy nie oczekują, iż sytuacja diametralnie zmieni się w porównaniu z minionym półroczem. Podobnie jak w przypadku II połowy 2013 r. – w okresie nadchodzących 6 miesięcy przewidywany jest częściej **dalszy spadek popytu** (27,5%) niż jego wzrost (26,4%). Blisko połowa przedsiębiorców ma nadzieję utrzymać dotychczasowy poziom sprzedaży na rynku krajowym (41,3%).

*Największe spadki oczekiwane są w branży budowlanej, przemysłowej czy rolnictwie, co spowodowane jest porami roku oraz złą koniunkturą. Branża usługowa spodziewa się wzrostu sprzedaży.*

Rys. Prognozowany poziom sprzedaży w I połowie 2014 r.

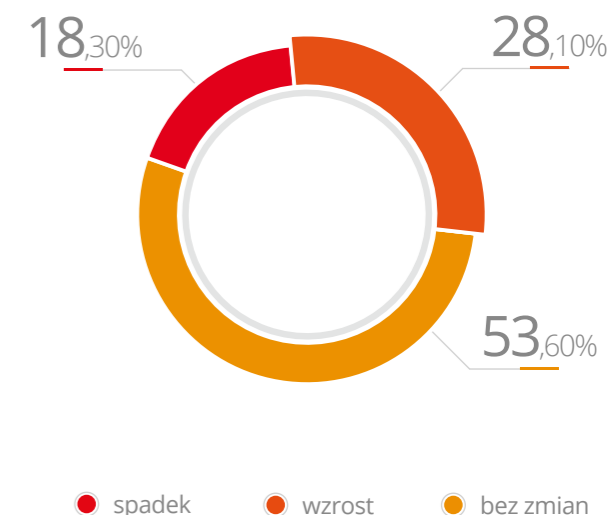


Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

## Oczekiwane wzrosty poziomu sprzedaży na rynkach zagranicznych

Sprzedaż na rynkach zagranicznych planuje w okresie nadchodzących 6 miesięcy nieco mniejszy odsetek przedsiębiorstw (33,5%) niż prowadził ją dotychczas (34,6%). Przedsiębiorcy, którzy będą rywalizować z międzynarodową konkurencją, najczęściej oczekują, że poziom sprzedaży nie ulegnie zmianie (53,6%). Z kolei, przewidywane znacznie częściej podwyższenie poziomu sprzedaży na rynkach zagranicznych (28,1%) niż jego obniżenie (18,3%), pozwala oczekiwać, że **tendencja dynamiki** zmiany poziomu międzynarodowej konkurencyjności tych przedsiębiorstw **będzie miała charakter wzrostu.**

Rys. Prognozowany poziom sprzedaży na rynku zagranicznym w I połowie 2014 r.

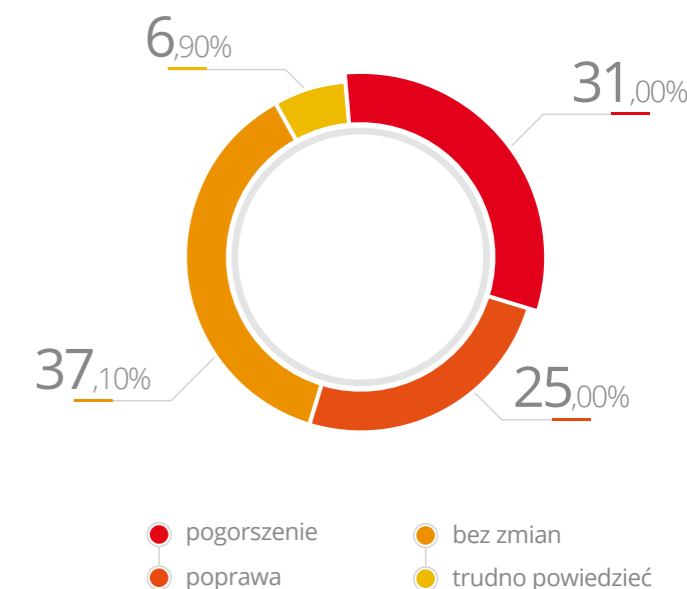


Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

## Wciąż pogarszająca się sytuacja finansowa w 2014 r.

Trudna sytuacja finansowa, z jaką zmagaly się przedsiębiorstwa w II połowie 2013 r., w okresie kolejnych 6 miesięcy **nadal będzie się pogarszała**. Tendencja ta związana jest z przewagą liczby przedsiębiorstw, w których w nadchodzącym okresie przewidywane jest pogorszenie sytuacji finansowej (31,0%) nad liczbą przedsiębiorstw, w których oczekiwana jest poprawa (25,0%). W przypadku licznej grupy przedsiębiorstw przewidywane jest utrzymanie sytuacji finansowej na dotychczasowym poziomie (37,1%).

Rys. Prognozowane zmiany sytuacji finansowej w I połowie 2014 r.



Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

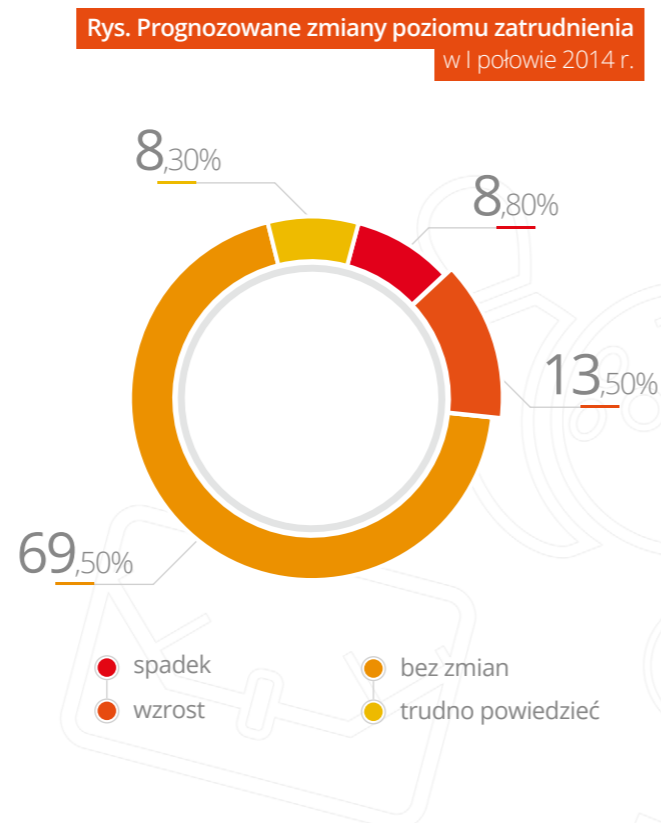
### Katarzyna Osińska, Kwiaciarnia - Bukieciarnia Katarzyna Osińska

*Z powodu kryzysu coraz więcej przeciętnych, zwykłych ludzi ogranicza i dokładnie rozważa swoje zakupy, a kwiaty nie są towarem pierwszej potrzeby... Dlatego wielu rezygnuje z zakupów w kwiaciarni, a w przypadku różnych okazji zastępuje kwiaty substytutami takimi jak np. czekoladki czy też wino lub kupuje sprzedawane w marketach - po cenach dumpingowych - kwiaty bardzo słabej jakości.*



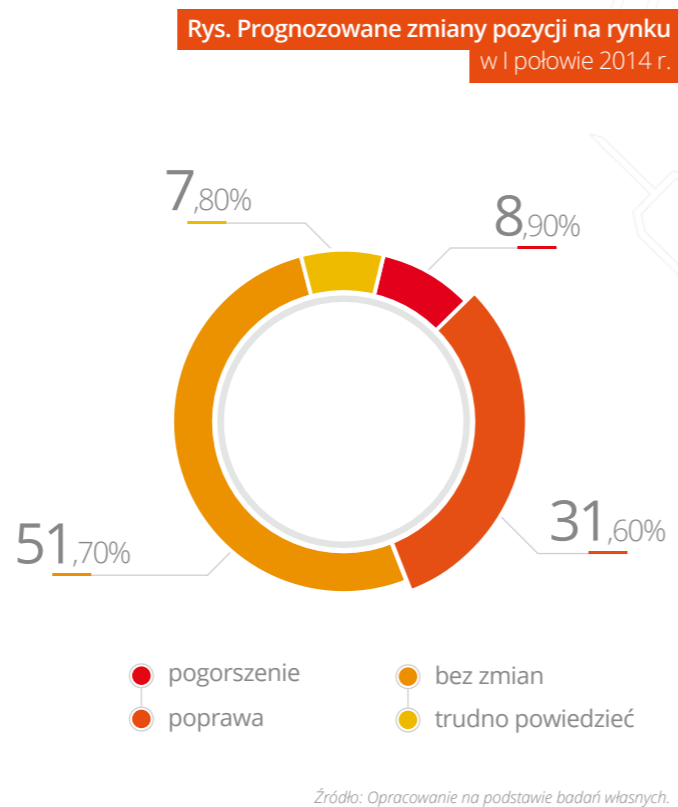
## Duża ostrożność w zwiększaniu poziomu zatrudnienia

Najliczniejszą grupę stanowią firmy, w których liczba miejsc pracy nie zmieni się w okresie najbliższych 6 miesięcy (69,5%). Pomimo trudności, jakie wystąpiły w okresie minionego półrocza z utrzymaniem dotychczasowego poziomu zatrudnienia, przedsiębiorcy znacznie częściej oczekują, że w nadchodzącym okresie nastąpi jego wzrost (13,5%), niż że konieczne będzie dalsze jego ograniczanie (8,8%). W okresie nadchodzących 6 miesięcy, tendencja przewidywanej zmiany **poziomu zatrudnienia** w przedsiębiorstwach będzie miała zatem **charakter wzrostu**.



## Wysoka konkurencja i umacnianie pozycji na rynku

Ogólne spowolnienie gospodarki, trudności, z jakimi borykają się przedsiębiorstwa, spowodowały, że **przedsiębiorstwa mobilizują swój potencjał** i rywalizują o utrzymanie lub poprawę konkurencyjnej pozycji na rynku. Najliczniejsza grupa przedsiębiorców, uwzględniając swój potencjał konkurencyjny, oczekuje w okresie nadchodzącego półrocza, że pozycja ich firm w stosunku do konkurencji nie zmieni się (51,7%). Wśród pozostałych uczestników rywalizacji rynkowej częściej przewidywana jest poprawa pozycji na rynku (31,6%) niż jej pogorszenie (8,9%). **Rezultaty konkurowania przedsiębiorstw** na rynku w najbliższym okresie będą charakteryzowały się zatem **tendencją poprawy**.



**Maciej Grabowski, Strefa Doradztwa M.M.Grabowscy S.C.**

*Zmiany stanowią szansę dla tych, którzy w tych zmianach szybko się zorientują i je wykorzystają.*



## Podsumowanie

W okresie nadchodzących 6 miesięcy nie należy oczekiwać znaczącej poprawy sytuacji w gospodarce. Pomimo, iż w I połowie 2014 roku przewidywana jest poprawa konkurencyjności przedsiębiorstw i ich sytuacji ogólnej, nastąpi dalszy spadek poziomu sprzedaży na rynku krajowym i nadal pogarszać się będzie sytuacja finansowa firm. W większości wpływ na to ma **sezonowość prac i zmiany atmosferyczne**, które oddziałują na sektory najbardziej na to narażone, jakimi są branża budowlana, przemysłowa czy rolnictwo. Zgodnie z opiniami badanych, spodziewać się można, że większe rezultaty aktywności eksportowej wystąpią w sektorach budownictwo, usługi i przemysł. Odmienne kształtują się przewidywania dla sektora handlu, gdzie trend będzie spadkowy, co wskazywałoby na zmniejszanie się popytu na oferowane towary.

Wspólną cechą prawie 70% przedsiębiorców z wszystkich sektorów jest duża ostrożność w ocenie szans na zwiększanie liczby miejsc pracy. Najczęściej oczekują oni **utrzymania stałego poziomu zatrudnienia**. Sektor usług i handlu charakteryzować się będzie trendem zwiększania liczby miejsc pracy, natomiast pozostałe – zmniejszania.

Największe trudności w funkcjonowaniu w warunkach spowolnienia gospodarczego nadal występować będą w sektorze **budownictwa i przemysłu**. Wśród wszystkich sektorów, poprawa sytuacji finansowej oczekiwana jest tylko w rolnictwie, leśnictwie, łowiectwie i rybactwie.





04

# AKTYWNOŚĆ PRZEDSIĘBIORSTW

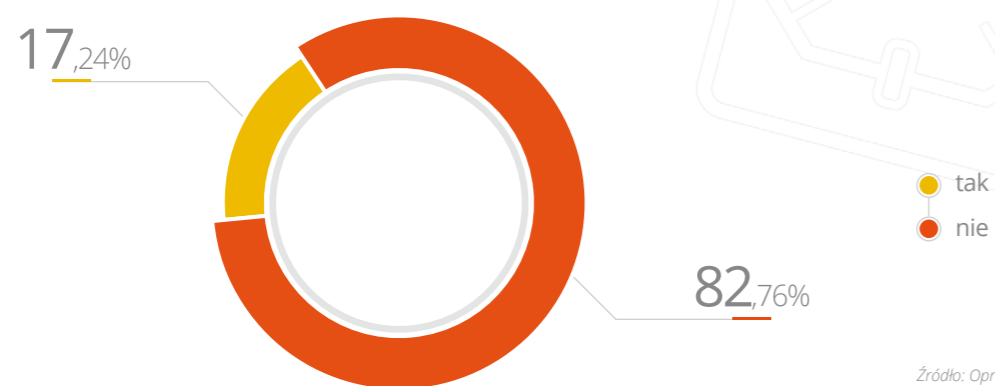
w zakresie pozyskiwania środków z Unii Europejskiej

## Niskie wykorzystanie środków strukturalnych z UE w latach 2007-2013

Wykorzystanie środków strukturalnych z Unii Europejskiej stanowi szansę finansowania rozwoju przedsiębiorstw. W latach 2007-2013 **aktywność przedsiębiorców** w pozyskiwaniu środków finansowych z tego źródła **była bardzo**

**niska**. Najliczniejsza grupa przedsiębiorców nie korzystała z dofinansowania na rozwój firm (82,76%), tylko nieliczne przedsiębiorstwa skorzystały z tej formy wsparcia (17,24%).

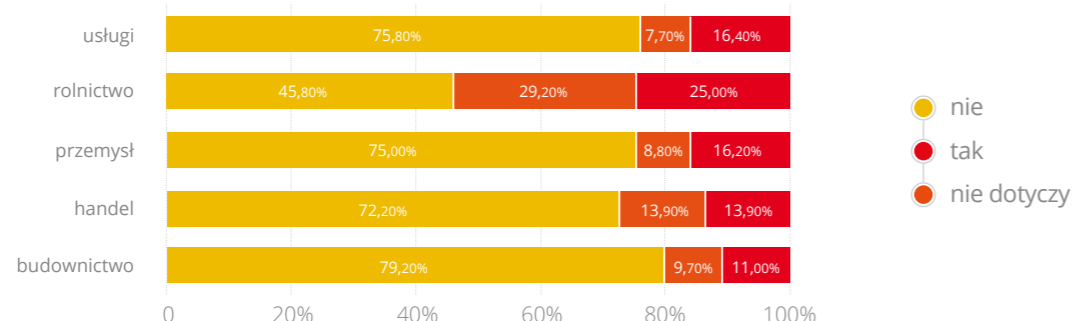
Rys. Aktywności w pozyskiwaniu środków z Unii Europejskiej w latach 2007-2013.



Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

Najwyższą aktywnością w zakresie pozyskiwania środków z Unii Europejskiej charakteryzowały się podmioty z sektora **rolnictwa, leśnictwa, łowiectwa i rybactwa** (25,0%), natomiast najniższą przedsiębiorstwa **budowlane** (11,0%).

Rys. Aktywność w pozyskiwaniu środków w Unii Europejskiej w latach 2007-2013 według sektorów.



Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

## Najczęstsze źródła pozyskiwania środków w latach 2007-2013

Źródła pozyskiwanych środków obejmowały różne programy wspierające rozwój gospodarki. Zainteresowanie przedsiębiorców pozyskaniem źródeł finansowania powiązany był ściśle z prowadzoną działalnością z racji na kryteria dostępu do większości programów pomocowych w latach 2007-2013.

Podmioty gospodarcze, działające w sektorze **rolnictwa, leśnictwa, łowiectwa i rybactwa**, najczęściej korzystały ze wsparcia w ramach Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich (8,33%), Regionalnego Programu Operacyjnego, właściwego dla danego województwa (4,17%), Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki (4,17%) oraz innych źródeł finansowania, których uczestnicy badania nie potrafili wskazać (8,33%).

W przypadku **przedsiębiorstw przemysłowych**, źródłem finansowania ich rozwoju w latach 2007-2013 był najczęściej Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka (6,76%).

Wszystkie przedsiębiorstwa, które uzyskały środki z UE, korzystały z dofinansowania projektów realizowanych w ramach **Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki** (9,11%). Ze wsparcia w ramach realizacji tego programu licznie korzystali przedstawiciele wszystkich sektorów gospodarki.

Źródłem finansowania, z którego najczęściej korzystały małe firmy, jest Program Operacyjny Kapitał Ludzki. Prawie 60% przedsiębiorców korzystających ze środków UE wybrało właśnie ten program.

Tab. Źródła finansowania wsparcia, jakie uzyskali przedsiębiorcy w latach 2007-2013.

Źródło pozyskanych środków	Sektor					Ogółem
	Budownictwo	Handel	Przemysł	Rolnictwo	Usługi	
Program Infrastruktura i Środowisko	0,00%	0,00%	0,68%	0,00%	0,07%	<b>0,10%</b>
Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka	0,85%	1,39%	6,76%	0,00%	1,36%	<b>1,69%</b>
Program Operacyjny Kapitał Ludzki	6,78%	6,94%	4,73%	4,17%	10,11%	<b>9,11%</b>
Program Pomoc Techniczna	0,00%	0,00%	0,68%	0,00%	0,14%	<b>0,15%</b>
Program Rozwoju Obszarów Wiejskich	0,00%	0,00%	0,68%	8,33%	0,75%	<b>0,72%</b>
Program Rozwój Polski Wschodniej	0,85%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	<b>0,10%</b>
Regionalny Program Operacyjny (właściwy dla danego województwa)	0,42%	1,39%	2,70%	4,17%	1,76%	<b>1,69%</b>
Inne	2,12%	4,17%	0,00%	8,33%	1,97%	<b>2,00%</b>
<b>Nie dotyczy</b>	<b>88,98%</b>	<b>86,11%</b>	<b>83,78%</b>	<b>75,00%</b>	<b>83,85%</b>	<b>84,44%</b>

Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.



## Cel wykorzystania środków pomocowych z UE w latach 2007-2013

W przypadku najliczniejszej grupy przedsiębiorców, którzy pozyskiwali środki w ramach realizacji różnych programów wspierających rozwój gospodarki, uzyskane wsparcie przyczyniło się do **założenia i rozwoju**

**działalności** gospodarczej ich firm. Pozyskane środki przedsiębiorstwa przeznaczały również na rozwój zasobów materialnych i niematerialnych, w tym zakup środków trwałych oraz podniesienie kompetencji zawodowych pracowników.

**Tab. Cele, na jakie przedsiębiorstwa przeznaczały pozyskane środki w latach 2007-2013.**

Proszę podać cel, na jaki przeznaczone zostały środki pozyskane z UE?	[%]
<b>Nie dotyczy</b>	<b>84,44%</b>
Założenie i rozwój działalności gospodarczej	8,55%
Zakup środków trwałych do przedsiębiorstwa	2,71%
Podniesienie kompetencji zawodowych pracowników	1,43%
Inne	0,97%
Wzrost zatrudnienia	0,92%
Wprowadzenie innowacyjnych rozwiązań organizacyjnych/marketingowych	0,41%
Badania i rozwój	0,31%
Wprowadzenie innowacyjnych rozwiązań procesowych w przedsiębiorstwie	0,26%

Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

### Beata Sip, Multinvest Beata Sip

Możliwość uzyskania środków finansowych z Europejskiego Funduszu Społecznego pozwoliła na otworzenie własnej działalności – biuro wyposażone na wysokim poziomie, prowadzenie intensywnych działań marketingowych, kompleksowa obsługa klientów w zakresie ubezpieczeń i narzędzi inwestycyjnych, pełna oferta kredytowo-pożyczkowa. W najbliższych miesiącach planujemy zatrudnić drugiego pracownika. W tej chwili podpisujemy umowy o współpracę z osobami wyłonionymi w procesie rekrutacji. Udział w projekcie „Kapitał na start” poszerzył możliwości rozwoju i samozatrudnienia dla mnie, jako matki powracającej na rynek pracy. Działania propagujące w mediach dostępność takich środków i pomocy merytorycznej mają wpływ na cały nasz region a także kraj.



## Przyczyny nieaplikowania o środki z UE w latach 2007-2013

Najważniejszymi przyczynami niskiej aktywności w aplikowaniu o zewnętrzne źródła finansowania rozwoju przedsiębiorstw były:

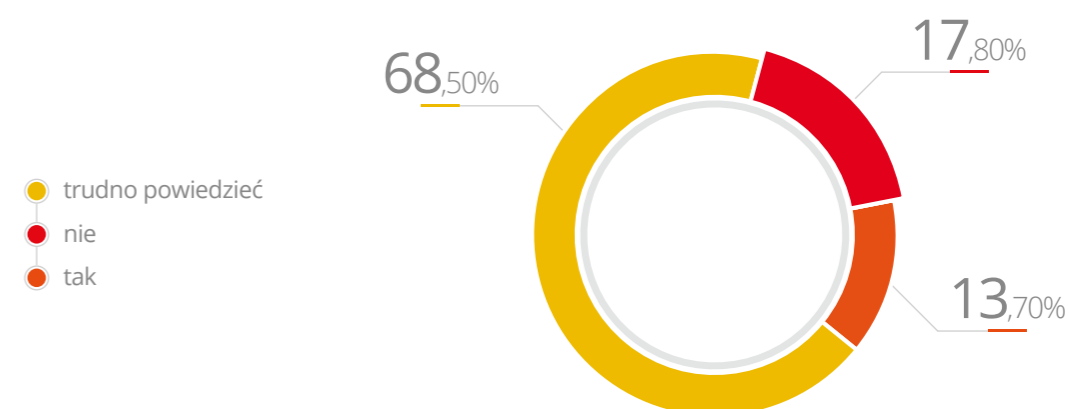
- brak potrzeby,
- brak wiary w możliwość uzyskania wsparcia od instytucji dysponującej środkami,
- bardzo słaba informacja i dostępność do wiedzy o programach unijnych,
- brak możliwości uzyskania dofinansowania dla danej branży,
- brak czasu,
- brak możliwości skorzystania,
- zbyt wysoka wymagana minimalna kwota wkładu własnego.

## Planowane wykorzystanie środków pomocowych z UE w latach 2014-2020

Trudno określić, jaka będzie aktywność przedsiębiorców w zakresie pozyskiwania środków z UE. Najliczniejsza grupa przedsiębiorców **nie potrafiła określić, czy będzie aplikować**

o uzyskanie wsparcia (68,5%). Pozostali przedsiębiorcy częściej deklarowali **brak podejmowania takich działań** (17,8%), niż gotowość skorzystania ze wsparcia (13,7%).

**Rys. Plany w zakresie aktywności w pozyskiwaniu środków z Unii Europejskiej w latach 2014-2020.**

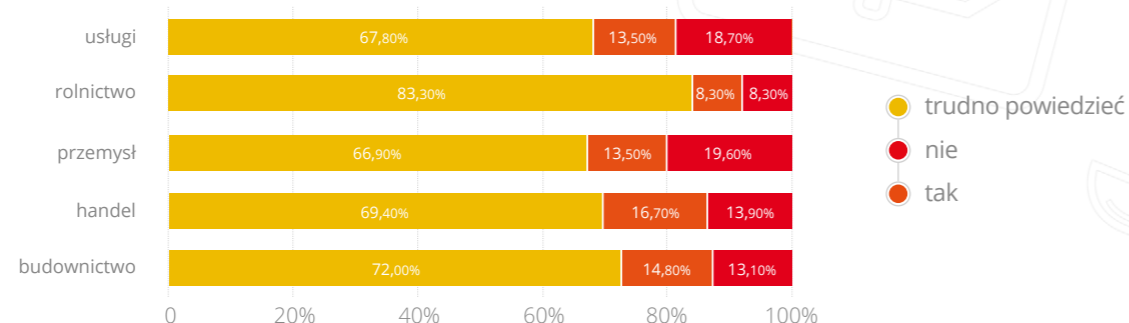


Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

Plany w zakresie podejmowania aktywności w pozyskiwaniu środków z Unii Europejskiej w latach 2014-2020 nie różnicowały istotnie przedsiębiorstw według sektorów ekonomicznych. Najczęściej przedsiębiorcy we wszystkich sektorach nie byli zdecydowani, czy będą starać się uzyskać wsparcie ze środków strukturalnych. Największy udział deklaracji wskazujących na **brak planowanej aktywności** w zakresie pozyskiwania środków wystąpił w **przemysle**, natomiast **największy udział deklaracji**

świadczących o podejmowaniu starań, aby uzyskać środki z Unii Europejskiej – w **handlu**. W przypadku podmiotów działających w rolnictwie, leśnictwie, łowiectwie i rybactwie, które charakteryzowały się wysoką na tle innych sektorów aktywnością w pozyskiwaniu środków z Unii Europejskiej w latach 2007-2013 (25,0%), plany dalszego aplikowania o wsparcie zadeklarowała obecnie znacznie mniejsza grupa (8,3%).

**Rys. Plany w zakresie aktywności w pozyskiwaniu środków z Unii Europejskiej w latach 2014-2020 według sektorów.**



Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

## Źródła pozyskiwania środków w latach 2014-2020

Źródła finansowania<sup>2</sup>, które cieszyć się będą największym zainteresowaniem przedstawicieli wszystkich sektorów gospodarki to przede wszystkim: **Program Operacyjny Innowacyjna gospodarka, Program Operacyjny Kapitał Ludzki oraz Regionalny Program Operacyjny** (właściwy dla danego województwa). Jedynie

w przypadku podmiotów działających w sektorze rolnictwa, leśnictwa, łowiectwa i rybactwa, głównie one będą pozyskiwać środki z Regionalnego Programu Operacyjnego (właściwego dla danego województwa).

## Cel wykorzystania środków pomocowych z UE w latach 2014-2020

Cele, na jakie przedsiębiorstwa planują pozyskać środki związane są przede wszystkim z modernizacją i restrukturyzacją przedsiębiorstw oraz ze zwiększeniem poziomu zatrudnienia.

Najczęściej przedsiębiorcy planują wykorzystać wsparcie na zakup środków trwałych, wdrożenie innowacji organizacyjnych, marketingowych oraz procesowych.

**Tab. Cele, na jakie przedsiębiorstwa planują przeznaczyć pozyskane środki w latach 2014-2020.**

Proszę podać cel, na jaki przeznaczone zostaną środki pozyskane z UE?	[%]
<b>Nie dotyczy</b>	<b>86,39%</b>
Zakup środków trwałych do przedsiębiorstwa	6,14%
Wprowadzenie innowacyjnych rozwiązań organizacyjnych/marketingowych	2,10%
Wzrost zatrudnienia	1,74%
Wprowadzenie innowacyjnych rozwiązań procesowych w przedsiębiorstwie	1,23%
Trudno powiedzieć	0,77%
Podniesienie kompetencji zawodowych pracowników	0,72%
Badania i rozwój	0,51%
Inne	0,31%
Zmiana kompetencji zawodowych pracowników	0,10%

Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

## Przyczyny nieaplikowania o środki z UE w latach 2014-2020

Najważniejszymi przyczynami braku planów w zakresie aplikowania o zewnętrzne źródła finansowania rozwoju przedsiębiorstw na lata 2014-2020 są:

- bardzo słaby dostęp do informacji o programach unijnych,
- brak wiary w możliwość uzyskania wsparcia od instytucji dysponującej środkami,
- brak możliwości uzyskania finansowania danej branży,
- brak środków finansowych na wymagany minimalny wkład własny,
- brak odpowiedniej pomocy (doradztwa),
- brak takiej potrzeby.

<sup>2</sup> Nazwy Programów w nadchodzącej perspektywie finansowania będą inne, jednak z uwagi na to, że obecnie nie są jeszcze znane nowe nazwy – zainteresowanie przedsiębiorców pozyskiwaniem środków na różnego rodzaju typy wsparcia poddane zostało analizie według dotychczas funkcjonujących nazw Programów.



05

# BARIERY ROZWOJU

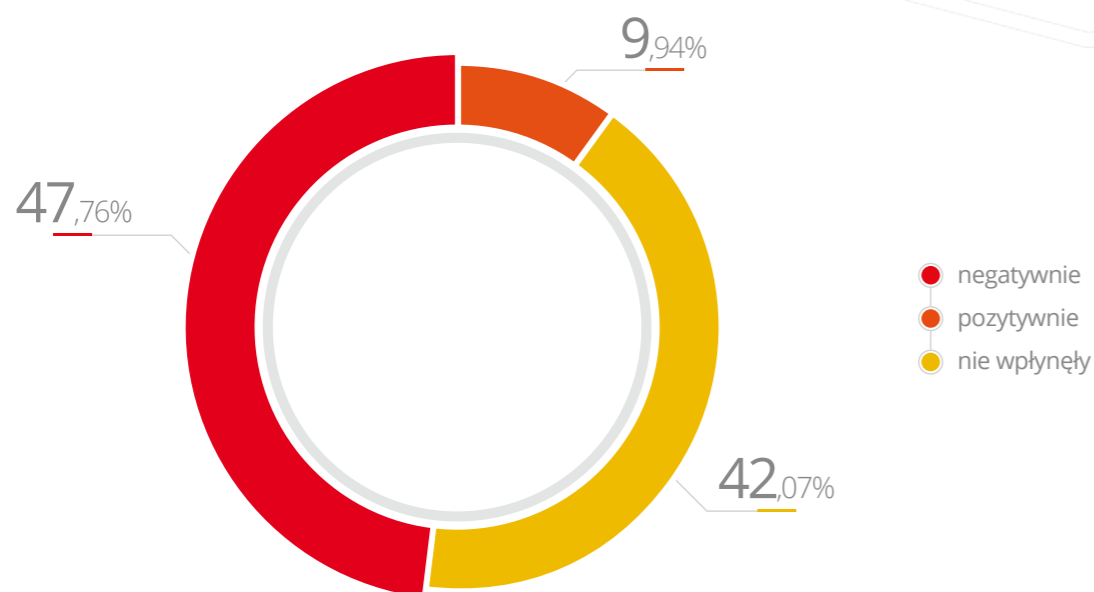
przedsiębiorstw w 2014 r.

## Trudności, jakie napotykali mikroprzedsiębiorcy w 2013 r.

Trudności, na jakie napotykają przedsiębiorstwa, w dużym stopniu związane są również z uwarunkowaniami zewnętrznymi, takimi jak np. zmiany społeczne, polityczne, gospodarcze lub minione wydarzenia. Zdaniem najliczniejszej grupy przedsiębiorców (47,76%) w 2013 r. **uwarunkowania te negatywnie wpłynęły** na prowadzoną przez nich działalność gospodarczą.

Nieznacznie mniejszy odsetek przedsiębiorców **nie odczuł wpływu zewnętrznych zmian** i wydarzeń na funkcjonowanie ich firm (42,07%). Stosunkowo nieliczna była natomiast grupa przedsiębiorstw, których potencjał umożliwia realizację celów gospodarczych nawet w zmiennym i burzliwym otoczeniu społeczno-polityczno-gospodarczym (9,94%).

Rys. Jak czynniki zewnętrzne wpłynęły na prowadzoną przez Ciebie działalność w 2013 r.?



Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

Największą wrażliwością na zmienność zewnętrznych uwarunkowań charakteryzował się w 2013 r. **sektor usług, budownictwa i przemysłu**, w których udział przedsiębiorstw odczuwających negatywne skutki zmian odczuł najwyższy odsetek firm. W najmniejszym stopniu

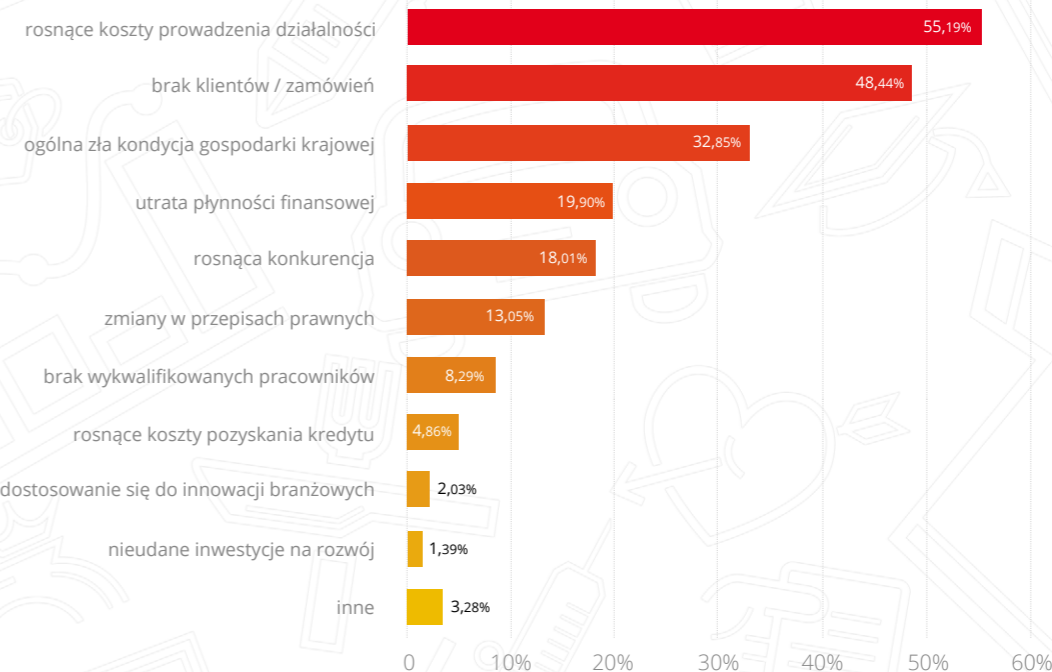
zmienność otoczenia zewnętrznego negatywnie wpłynęła na podmioty działające w sektorze rolnictwa, leśnictwa, łowiectwa i rybactwa, w którym jednocześnie zmiany te wpłynęły w dużym stopniu pozytywnie na ich działalność.

## Największe obawy przedsiębiorców w związku z prowadzeniem działalności w 2014 r.

Największe obawy przedsiębiorców w związku z prowadzeniem działalności w 2014 r. związane są najczęściej ze zdiagnozowanymi obszarami recesji (rozdz. I, II, III). Trudna sytuacja finansowa powoduje, że najważniejszym zagrożeniem są

rosnące **koszty prowadzenia działalności** (55,19%), **spadek popytu**, czyli brak klientów (48,44%) oraz **zła kondycja gospodarki** krajowej, która może negatywnie wpłynąć na działalność przedsiębiorstw (32,85%).

Rys. Co budzi Twoje największe obawy w związku z prowadzeniem własnej firmy w 2014 r.?



Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

Zachodzące w 2013 r. zmiany i wydarzenia najczęściej wpływały negatywnie na przedsiębiorstwa osłabione złą koniunkturą. Zmienność otoczenia zewnętrznego przedsiębiorstw negatywny wpływ wywarła przede wszystkim na sektor usług, budownictwa i przemysłu. Przedsiębiorcy z obawą spoglądają

również na nadchodzący rok 2014 i zagrożenia, jakie mogą w tym okresie się pojawić. Największe bariery, mogące zakłócić funkcjonowanie na rynku, związane są przede wszystkim z rosnącymi kosztami prowadzenia działalności, ze spadkiem popytu oraz ze spowolnieniem gospodarki krajowej.





06

# WYZWANIA ORAZ PRAKTYCZNE

wskazówki dla właścicieli małych firm na 2014 r.

# Strategia firm na czas kryzysu

Praktyczne porady na 2014 rok

Michał Kurczycki,  
Firmy.net



## Małe firmy w obliczu kryzysu

Trudna sytuacja na rynku zmusza firmy do weryfikowania swojego podejścia do prowadzenia biznesu, jak również sposobów jego promowania. Kryzys to z jednej strony czas redukcji wydatków, w tym na reklamę. Z drugiej jednak strony tworzy się wówczas błędne koło, bo mniej inwestycji w reklamę równa się mniejszej liczbie klientów. Jak zatem przerwać ten niekorzystny schemat, jednocześnie nie wydając fortuny na akcje promocyjne? Odpowiedzi na to pytanie należy szukać w następujących kwestiach:

*dywersyfikacji źródeł pozyskiwania klientów, dostarczaniu wartościowej treści, aktywności w social media, dostosowania do mobilnych użytkowników.* Bez zadbania o wyżej wymienione obszary, bardzo trudno będzie małym firmom budować swoją konkurencyjność na rynku. Jednak wykorzystanie ogromnego potencjału, który drzemie w nowoczesnych formach promocji internetowej, zwiększy zdecydowanie szanse na sukces każdego przedsiębiorstwa.

## Dywersyfikacja działań

Małe firmy muszą stawiać na dywersyfikację działań reklamowych, inwestując w wiele zróżnicowanych, skutecznych źródeł pozyskiwania klientów z internetu, jeśli nie chcą przegrać z konkurencją.

Strona www z pewnością jest bardzo ważnym elementem obecności w sieci, jednak jej stworzenie i utrzymanie to często wydatek, na który firmy w czasie recesji nie mogą sobie pozwolić.

Na szczęście są też inne, tańsze lub nawet darmowe alternatywy dla WWW. Jedną z nich są katalogi firm. Część z nich zawiera podstawowe dane teleadresowe i informacje o profilu działalności firmy. Inne, bardziej zaawansowane, oferują rozbudowaną prezentację firmy, łącznie ze stroną www na osobnej domenie. Jest to bardzo efektywne źródło pozyskiwania klientów z internetu, bo na prezentację firmy trafiają klienci już zainteresowani konkretną usługą czy produktem.

*Strona www i jej pozycjonowanie to nie jedyne formy reklamy. Alternatywą jest prezentacja w katalogach firm. Katalogi są dobrze pozycjonowane, co zwiększa szanse na zaistnienie wysoko w Google niższym kosztem.*

wysoko w wynikach wyszukiwania Google. Decydując się na taką formę promocji, przedsiębiorcy muszą pamiętać, że spora część

*Małe firmy muszą stawiać na dywersyfikację działań reklamowych, inwestując w wiele zróżnicowanych, tanich źródeł pozyskiwania klientów z internetu, jeśli nie chcą przegrać z konkurencją.*

odpowiedzialności za skuteczność reklamy w katalogach leży po ich stronie. Nikt bowiem nie skorzysta z usług firmy, jeśli dane będą niekompletne czy nieaktualne.

Nieodzowna jest również obecność na portalach ogłoszeniowych czy aukcyjnych, gdzie dochodzi do sprzedaży bezpośredniej. Z badania przeprowadzonego przez Firmy.net w październiku br. wynika, że małe

firmy coraz chętniej zamieszczają swoją ofertę na lokalnych portalach ogłoszeniowych, czy w porównywarkach cen. Rosnącą popularnością cieszą się również serwisy branżowe czy regionalne.

Jest to bardzo dobra informacja świadcząca o tym, że lokalne przedsiębiorstwa są coraz bardziej świadome różnorodnych źródeł pozyskiwania klientów z internetu stosunkowo niewielkim kosztem.

*Nieodzowna jest również obecność na portalach ogłoszeniowych czy aukcyjnych, gdzie dochodzi do sprzedaży bezpośredniej.*

Przedsiębiorcy są wciąż mało świadomi innych, nowoczesnych narzędzi, które mogłyby im ułatwić prowadzenie i reklamę swojego biznesu. Chętnie stosują standardowe rozwiązania, takie jak www czy SEO, zapominając o tych bardziej zaawansowanych, które są szansą na optymalizację działań reklamowych w internecie. Reklama na portalach społecznościowych, zbieranie bazy klientów do kampanii e-mailingowych, śledzenie statystyk z konwersji, to luka w aktywności online małych firm.



## Social media - idealne miejsce dla small businessu

Oddzielny temat promocji firmy w sieci stanowią social media. Są one idealnym miejscem do budowania długofalowych relacji z klientem. A jak wiadomo, stali klienci, którzy ufają naszej marce,

*Social media to idealne miejsce dla małych firm do budowania relacji z klientem.*

w dobie kryzysu są na wagę złota. Tak jak jeszcze do niedawna, brak strony www budził

u użytkowników pewne podejrzenia co do profesjonalizmu danego przedsiębiorstwa, tak teraz, nieobecność profilu na Facebooku może wydawać się sporej części klientów co najmniej dziwna. Małe

przedsiębiorstwa powinny również rozważyć obecność w Google+

Lokalnie. Jest to idealne rozwiązanie dla firm oferujących lokalne produkty i usługi. Powstałe dzięki połączeniu profilu Google+ i Miejsce Google, Google+ Lokalnie daje nie tylko możliwość komunikowania z fanami. Dzięki obecności na tej platformie, firma ma szansę zaistnieć w 3 dodatkowych miejscach w sieci – wyszukiwarce Google, mapach Google oraz Google +.

*Małe przedsiębiorstwa powinny również rozważyć obecność w Google+ Lokalnie.*

## Wartościowa treść dla klientów – content marketing

Warto też rozważyć zmianę podejścia do pozyskiwania klientów, od nastawionego wyłącznie na sprzedaż na tzw. content marketing. Jego główną ideą jest docieranie do potencjalnych klientów za pomocą wartościowej treści, która jest odpowiedzią na ich problemy czy wątpliwości. Posłużmy się konkretnym przykładem. Ktoś, kto zastanawia się nad zakupieniem filtra do wody, będzie chciał najpierw poznać korzyści z posiadania takiego urządzenia. My, jako specjaliści z tej dziedziny, stworzymy odpowiedni artykuł na naszej stronie, na którą trafi zainteresowany jego treścią klient. I tak, po nitce do kłębka, w końcu dociera na stronę

z naszą ofertą. Dodatkowo, content marketing jest bardzo lubiany przez Pandę – algorytm Google,

który decyduje o tym, jakie treści będą wyświetlać się w wynikach wyszukiwania na konkretne zapytania. Dzięki takim wartościowym linkom nasza strona jest wysoko pozycjonowana i łatwiej zostanie odnaleziona przez klientów. Zakładając oczywiście, że treści na witrynie są unikalne, a nie kopiowane z innych serwisów.

*W obecnych czasach szansą na wysokie pozycje w Google oraz pozyskiwanie nowych klientów jest tworzenie wartościowej treści, która jest odpowiedzią na problemy lub wątpliwości osób poszukujących w sieci informacji.*

## Małe firmy w centrum mobilnej rewolucji

Kolejną ważną kwestią jest mobilna rewolucja, która dzieje się na naszych oczach, Coraz częściej klienci szukają produktów i usług nie w zaciszu własnego domu, przed laptopem czy komputerem stacjonarnym, ale w biegu, w drodze do pracy, podczas jazdy komunikacją miejską, w tak zwanym międzyczasie. Obecnie 95 procent telefonów w ofercie głównych operatorów to smartfony. 1/3 Polaków ma już swój smartfon, a liczba ta rośnie w szybkim tempie.

Warto więc zastanowić się nad tym, jak ułatwić mobilnym klientom korzystanie z naszych usług. Jednym z rozwiązań jest mobilna wersja strony www, tzw. RWD, czyli Responsive Web Design, która bardzo ułatwia użytkownikom nawigację na stronie z poziomu telefonu.

*Obecność w aplikacjach mobilnych to ogromna szansa dla każdej małej, lokalnej firmy, gdyż wystarczy, by uzupełniła ona najważniejsze dane, takie jak godziny otwarcia, aby po branży i lokalizacji została łatwo odnaleziona przez mobilnego użytkownika.*

Firmy.net wychodzi naprzeciw zmieniającej się rzeczywistości i oferuje użytkownikom aplikację mobilną, dzięki której w niezwykle prosty i szybki sposób, znajdą oni firmę, produkt czy usługę,

których aktualnie potrzebują. Warto zwrócić uwagę na fakt, że 70 procent wyszukiwań mobilnych prowadzi do podjęcia konkretnej akcji w ciągu godziny. Często bowiem, jeśli szukamy czegoś w telefonie, oznacza, że potrzebujemy tego właśnie w tym momencie. Jest to

ogromna szansa dla każdej małej, lokalnej firmy, gdyż wystarczy, by uzupełniła ona najważniejsze dane, takie jak godziny otwarcia, aby po branży i lokalizacji została łatwo odnaleziona przez mobilnego użytkownika.

## Kryzys jako szansa

Kryzys to duże wyzwanie dla małych, lokalnych firm, ale z drugiej strony wielka szansa, by pokazać, na co nas naprawdę stać. A dywersyfikacja działań promocyjnych w internecie ma za zadanie pokazać klientom, że nie tylko istniejemy i jakoś sobie radzimy,

ale co więcej – mimo niesprzyjającej koniunktury, prężnie działamy i ciągle się rozwijamy. A taki wizerunek firmy jest chyba marzeniem każdego przedsiębiorcy.

07

# METODOLOGIA I METRYCZKA



## Metodologia

Podstawę raportu stanowi badanie przeprowadzone w październiku 2013 r. przez Instytut Badań i Analiz, Grupa Olsztyńska Szkoła Biznesu, metodą CAWI (ang. Computer-Assisted Web Interview – wspomagany komputerowo wywiad przy pomocy strony www). Do badania zaproszone zostały wszystkie przedsiębiorstwa, których dane zamieszczone są w katalogu Firmy.net. Na zaproszenie do udziału w badaniu odpowiedziało 2016 przedsiębiorców, którzy

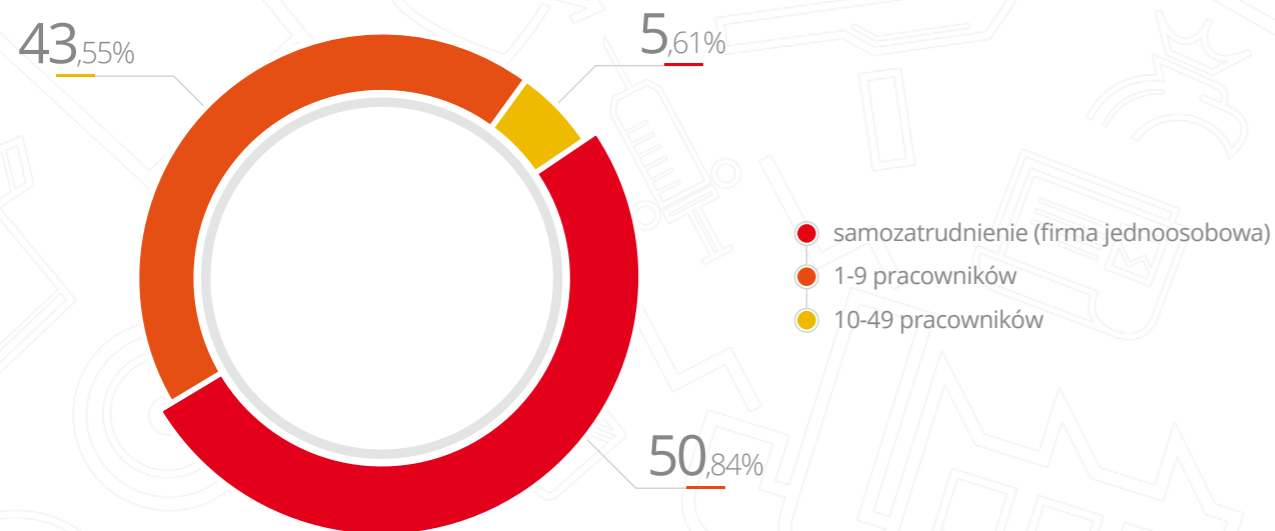
przesłali wypełnione kwestionariusze ankiet. Z uwagi na liczbę i strukturę respondentów wyniki badania mają charakter reprezentatywny.

Zaprezentowane w niniejszym opracowaniu wyniki analizy nastrojów gospodarczych są jednym z cyklicznie realizowanych badań własnych prowadzonych przez Instytut Badań i Analiz, GRUPA Olsztyńska Szkoła Biznesu we współpracy z portalem Firmy.net.

## Struktura według wielkości zatrudnienia

Podobnie jak w strukturze podmiotowej gospodarki narodowej w Polsce, w badaniu dominowały firmy jednoosobowe oraz mikroprzedsiębiorstwa zatrudniające do 9 pracowników (94,39%).

Rys. Struktura przedsiębiorstw według liczby pracowników.



Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

## Struktura według branż

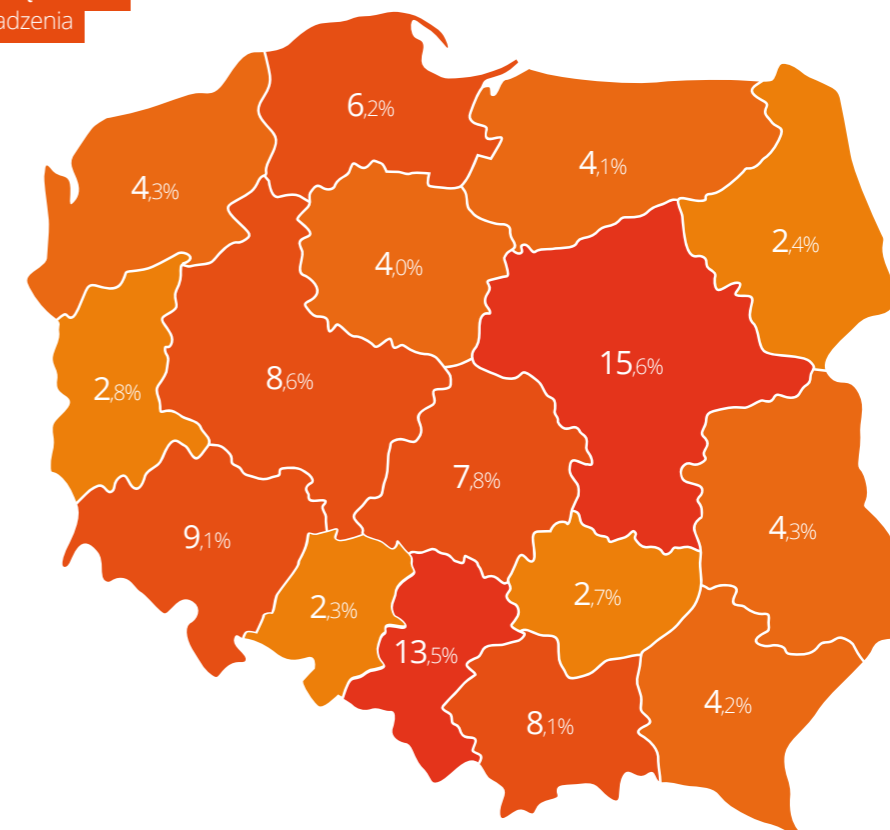
Rys. Struktura uczestniczących w badaniu przedsiębiorstw według sektorów gospodarki.



Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.

## Struktura według miejsca prowadzenia działalności

Rys. Struktura przedsiębiorstw według miejsca prowadzenia działalności.



Źródło: Opracowanie na podstawie badań własnych.



# REKLAMA W INTERNECIE

## rozwiązania dla firm z sektora MŚP

Firmy.net tworzy rozwiązania dostosowane do specyfiki oraz potrzeb małego biznesu, dostarczając firmom wartościowy ruch z internetu. Jednym z narzędzi jest prezentacja Business, profesjonalna i prosta strona www, która zoptymalizowana pod wyszukiwarki i wypożyczonowana przez portal Firmy.net, zapewnia wzrost liczby potencjalnych klientów. Prezentacja jest dostępna również w aplikacjach mobilnych na smartfony i tablety.

TESTUJ REKLAMĘ INTERNETOWĄ

