
Program Integracji Mikro, Małych i Średnich Przedsiębiorstw z Gospodarką Dolnego Śląska

Raport z badań ilościowych przeprowadzonych
wśród reprezentatywnej próby
przedsiębiorców sektora MŚP Dolnego Śląska
N=3210

Wrocław, maj 2010

1. Streszczenie

Niniejszy raport zawiera wyniki badania ilościowego prowadzonego w 2010 roku wśród reprezentantów mikro, małych i średnich przedsiębiorstw Dolnego Śląska. Celem badania było zidentyfikowanie barier w rozwoju, jakie napotykają przedsiębiorstwa sektora mikro, małych i średnich przedsiębiorstw zlokalizowane na terenie województwa dolnośląskiego.

Badania prowadzono w ramach umowy DG-G/887/10 z dnia 12.04.2010 zawartej pomiędzy Województwem Dolnośląskim a Sygma Sp. z o.o. jako Wykonawcą umowy. Wykonawcą badania był IMAS International Sp. z o.o. Analiza wyników objęła n=3210 podmiotów dobranych do próby metodą losowo-kwotową zgodnie z wytycznymi Zleceniodawcy. Wyniki badania ze względu na reprezentatywność próby mogą być uogólniane na MŚP Dolnego Śląska.

- MŚP na Dolnym Śląsku mają zróżnicowane doświadczenia wynikające z wielkości, specyfiki branży i doświadczenia firmy. Dominują w tej grupie przedsiębiorstwa mikro, a wśród nich firmy niezatrudniające pracowników. Powoduje to, że sytuacja, potrzeby i problemy firm najmniejszych przesłaniają statystycznie specyfikę firm małych, a zwłaszcza średnich. Wskazane jest zatem wyodrębnianie w analizach sektora MŚP grup firm dla uwypuklenia ich specyfiki.
- 2010 rok oznaczał dla 83% sektora MŚP na Dolnym Śląsku stabilność zatrudnienia. Redukcję zatrudnienia zanotowała jednak co dziesiąta firma – głównie mikro lub średnia, a 6% zatrudniło nowych pracowników. Nawet biorąc pod uwagę niewielką skalę zwolnień (w przypadku firm mikro – zwykle 1-2 osoby) oznacza to znaczące przesunięcia na rynku pracy.
- MŚP korzystają z instytucji finansowych w ograniczonym zakresie – głównie z banków (zdecydowana większość), zdecydowanie rzadziej z firm leasingowych (6%), ubezpieczeniowych (10%), doradczych (2%) czy funduszy poręczeniowych (1%).
- W deklaracjach finansowania przedsiębiorstw (zwłaszcza mikro) widoczna jest tendencja do opierania rozwoju o własne fundusze (71%) i unikania finansowania zewnętrznego. Co piąte MŚP chętnie oparłoby jednak rozwój o dotacje z funduszy unijnych (19%), niemal tyle samo o kredyty (18%), mniej chce sięgać po leasing (10%). Firmy mikro na ogół nie biorą pod uwagę dopuszczenia kapitału obcego – sprzedaży udziałów czy wejścia na giełdę. Spośród pozostałych MŚP największy odsetek planujących rozwój przez te instrumenty pojawia się w grupie firm średnich (łącznie 11%).
- Trzy czwarte MŚP planujących finansowanie dalszego rozwoju firmy odczuwa potrzeby finansowe z tym związane. Ponad połowie firm – głównie mikro - wystarczyłoby do 100 tys. zł, firmy średnie i małe swoje potrzeby zwykle określały na poziomie powyżej 200 tys. zł. Braki związane z płynnością finansową odczuwa 2/5 MŚP, przy czym kwoty pozwalające ją utrzymać lub poprawić dla większości firm lokują się poniżej 50 tys. zł.
- Niemal ¼ MŚP deklaruje wydatki na badania i rozwój, najczęściej jednak na poziomie nie wyższym niż 5% przychodów.

- W zakresie informacji na temat dofinansowania przedsiębiorstwa i funduszy unijnych pojawia się znaczna niewiedza MŚP, ale też znaczny poziom niezadowolenia.
- Niemal 1/3 MŚP - głównie firm mikro i małych - jest niezadowolona z dostępności informacji na temat funduszy unijnych. Podobnie – zwłaszcza firmy mikro i małe – przedsiębiorcy są raczej niezadowoleni z dostępności informacji o konkursach na dofinansowanie (2/5 badanych).
- Co czwarte MŚP ma zastrzeżenia do treści ogłaszanych konkursów na dofinansowanie, 8% ocenia je raczej pozytywnie, pozostali (niemal połowa firm) nie ma zdania na ten temat. Przedstawiciele firm podawali bardzo zróżnicowane oczekiwania co do treści konkursów – zarówno formalne (np. typu beneficjenta) jak treściowe (np. dla określonych branż/ określony przedmiot, jak np. szkolenia/ nieruchomości), ale niemal 4/5 nie potrafiło określić swoich oczekiwań lub ich nie miało.
- Spośród różnych kanałów informowania MŚP o konkursach na dofinansowanie największym zainteresowaniem – zwłaszcza wśród firm mikro – cieszył się newsletter rozsyłany do zainteresowanych (44%). Akceptację zyskał także pomysł ogłoszeń na stronach www ogłoszeniodawców (36%) jak też biznesowych (32%), czy doradczych (27%). Ogłoszenia o konkursach w prasie były interesujące dla 28% badanych.
- Doświadczenie większości MŚP związane z wnioskowaniem o dofinansowanie z funduszy unijnych jest niewielkie. Prawdopodobne bariery w tym obszarze to oprócz braku wiedzy przeświadczenie o skomplikowaniu procesu i konieczności korzystania z płatnych doradców być może powstrzymujące przedsiębiorców nawet przed próbą złożenia wniosku.
- 89% MŚP nie składało nigdy wniosków o dofinansowanie z funduszy unijnych. Pozostałe najczęściej składały tylko jeden wniosek (7%), rzadziej 2 (2%) lub więcej (pojedyncze firmy) i głównie w minionych 3 latach (2007-2009 - niemal 2/3 wniosków). Co dziesiąty wniosek złożono już w 2010 roku. 54% to wnioski „miękkie” – firmy mikro składają ich zdecydowanie więcej niż „twardych”, firmy średnie – odwrotnie.
- Dwa na pięć wniosków według deklaracji firm jest pozytywnie rozpatrywanych, ale nie zawsze wiąże się to z otrzymaniem oczekiwanego wsparcia – zwykle w formie dotacji (69% wnioskodawców deklarowało otrzymanie 100% wnioskowanej kwoty).
- Przygotowanie wniosku jest procesem długotrwałym (średnio zajmuje około miesiąca, na ogół jednak mniej). Sam wniosek oceniany jest jako skomplikowany i 3/5 wnioskodawców korzysta przy nich z pomocy oceniając na ogół, że była ona konieczna do jego przygotowania. Wnioskodawcy najczęściej sięgają przy tym po profesjonalnych doradców – bezpłatnych (w urzędach/ NGO - 37%) i płatnych (45%).
- MŚP wykorzystują zróżnicowane technologie komunikacji, najbardziej powszechnie telefonię komórkową. To medium może być najlepszą i najszybszą drogą dotarcia do wielu firm mikro, zwłaszcza nieposiadających telefonii stacjonarnej czy Internetu.
- Najbardziej powszechnie stosowana przez MŚP technologia komunikacji to telefonia komórkowa – wykorzystuje ją 96% tych firm. 76% korzysta do komunikowania się z Internetu (choć dostęp deklaruje 87%), niemal tyle samo (74%) z poczty mailowej. Telefon stacjonarny generalnie przegrywa z komórkowym, ale w grupach małych i średnich firm korzysta z niego niemal każde przedsiębiorstwo (mikro – jedynie 74%). Technologie VoIP stosuje 18% badanych, częściej małe (31%) czy średnie (38%) firmy.

- 87% MŚP deklaruje posiadanie dostępu do Internetu (choć nie wszyscy korzystają z niego w celach komunikacji), niemal wszystkie małe i średnie. Większość ma jednak łącza niezbyt szybkie – poniżej 2 Mb/s, co może ograniczać realne korzystanie z Internetu, tym bardziej, że większość łącz jest prawdopodobnie asymetrycznych. MŚP z Internetu korzystają w dużym stopniu „jednostronnie”, nie mają własnej witryny internetowej (60% ogółu), co ogranicza ich promocję z wykorzystaniem tego medium.
- Przedsiębiorcy ograniczając koszty związane z komunikacją raczej starają się dostosować usługi pod swoje potrzeby (24%) lub zmieniają umowy (28%)/ dostawców (27%) niż ograniczają korzystanie z usług (łącznie 38%).
- MŚP wśród potrzeb w zakresie głównych technologii komunikacji zwykle zgłaszają przede wszystkim obniżenie kosztów (stałych jak abonament i zmiennych jak połączenia). Znaczna część jednak chciałaby mieć dostęp do tych usług: do stałego łącza internetowego – 16% lub stały dostęp do Internetu – 17%, do telefonii stacjonarnej – 12%, do telefonii komórkowej (lub poprawa jej zasięgu) – 22%.
- Przeszkody i bariery firmy rozpoczynającej działalność to głównie brak środków finansowych i problemy w urzędach. MŚP funkcjonujące już na rynku w mniejszym stopniu narzeka na urzędy, bardziej na konkurencję i rynek, podatki oraz stres.
- Reprezentanci najmłodszych firm (mających do 3 lat) – głównie firmy mikro - zapytani o przeszkody jakie napotkali przy rozpoczynaniu działalności narzekali przede wszystkim na problemy finansowe (38% z nich) i przeszkody urzędowe (23%). 38% nie pamięta barier czy przeszkód z tego okresu.
- Obecna działalność MŚP wiąże się z wieloma problemami, główne to brak środków finansowych na rozwój (45%) i bieżące działania (32%), nadmierne obciążenia podatkowe (47%), skomplikowanie przepisów i ich zmiany (36%) oraz stres (35%).
- Przeszkodą w działalności wielu firm jest niewystarczający popyt (44%, wśród firm średnich – aż 57% wskazań) i walka konkurencyjna o klienta (38%). Dla ok. 1/5 firm problemem jest nieuczciwość klientów i/ lub partnerów biznesowych. Interesującym problemem okazuje się także w tym obszarze wymóg rozwoju spostrzegany przez co piątego przedsiębiorcę jako konieczność wymuszona rynkiem/ konkurencją. Zapewne stwarza to konieczność ponoszenia wydatków na nowości czy ulepszenia i nie pozwala na stabilizację firmy.
- Co czwarty przedsiębiorca wskazuje także na brak dostatecznego wsparcia ze strony samorządu, a co piąty – na brak wsparcia ze strony organizacji przedsiębiorców.
- Problemy z urzędami (ZUS/ US/ inne) nie stanowią dla większości przedsiębiorców poważnego problemu wartego wskazania. Jest to zgodne z relatywnie dobrą oceną postaw urzędów wobec firm wykazywaną w innych miejscach wywiadu. Niemniej problemy z tego obszaru wskazuje spontanicznie kilkanaście procent badanych, co oznacza, że nadal jest to źródło barier dla firm.
- MŚP - zwłaszcza najmniejsze – w dużej części działają na rynku nie sięgając po możliwość współpracy z innymi instytucjami czy urzędami, bazują na własnych kapitałach i nie sięgają po finansowania zewnętrzne. Brak związków z instytucjami reprezentującymi przedsiębiorców (jak Izby gospodarcze) lub dostarczającymi wiedzy naukowo-technicznej może być poważną przeszkodą w integracji MŚP z gospodarką w Regionie i w ich rozwoju. MŚP (zwłaszcza mikro) niezbyt chętnie zrzeszają się w

związkach przedsiębiorców, jeśli już to raczej wstępują do Izb lub stowarzyszeń branżowych. Przynależność do takiej organizacji nie daje jednak większości członków żadnego wsparcia, czy pomocy, można sądzić, że przewidywanie braku korzyści z członkostwa w niej może być jedną z barier powstrzymujących przedsiębiorców przed wstępowaniem doń. Klastery, czy konsorcja naukowo-gospodarcze, to także instytucje słabo wykorzystywane przez MŚP – zwłaszcza przez firmy mikro. Uczestniczy w nich 6% ogółu badanych przedsiębiorstw (firmy średnie i małe częściej niż mikro angażują się w podobne inicjatywy). Są jednak interesującymi przedsięwzięciami, otwartość na nie przejawia ponad połowa firm, także mikro, pozostali zaś zwłaszcza w grupie małe przedsiębiorstwa są bardzo nimi zainteresowani.

- Ponad 70% MŚP – zwłaszcza mikro - nie deklaruje współpracy z jednostkami samorządu terytorialnego. Jeśli już się z nimi kontaktują to raczej na poziomie urzędów lokalnych – miejskich lub gminnych (ponad połowa z deklarujących współpracę). Oceniają jednak te instytucje raczej jako mające neutralny (51%) lub przyjazny (43%) stosunek do przedsiębiorców. Podobne oceny – choć nieco mniej pozytywne (64% vs. 30%) – odnoszono do Urzędów Skarbowych. Oceny ZUS są bardziej negatywne – co dziesiąte MŚP zauważa wrogość tej instytucji wobec firm. Przewidywanie negatywnego stosunku instytucji publicznej wobec przedsiębiorcy może stanowić poważną barierę we wzajemnych kontaktach.
- 68% MŚP nie potrafi zwerbalizować zamierzeń w zakresie współpracy z JST, organizacjami firm czy funduszami europejskimi. Pozostali najczęściej deklarowali chęć ubiegania się o dotacje unijne (7%) lub jakiegokolwiek dotacje (4%) oraz wyrażali ogólną wolę współpracy z tymi instytucjami (9%).

2. Spis treści

1. Streszczenie	2
2. Spis treści.....	6
3. Wprowadzenie.....	7
4. Opis metodologii badania/ źródła informacji wykorzystane w badaniu	8
5. Wyniki badania	11
5.1. Informacje podstawowe.....	11
5.1.1. Charakterystyka badanych firm – wielkość obrotu/ okres obecności na rynku/ branża/ lokalizacja	11
5.1.2. Zatrudnienie - obecne i jego zmiany.....	14
5.1.3. Posiadanie dostępu do Internetu, własnej strony www	16
5.1.4. Przynależność do Izb gospodarczych lub innych instytucji samorządu gospodarczego/ organizacji firm i korzystanie z ich doradztwa/ pomocy.....	20
5.1.5. Przynależność do konsorcjów gospodarczych lub inicjatyw klastrowych	22
5.1.6. Wydatki na badania i rozwój.....	24
5.2. Współpraca z jednostkami samorządu terytorialnego/ uzyskana pomoc finansowa/ dostęp do kredytów oraz innych form wsparcia finansowego	25
5.2.1 Współpraca z jednostkami samorządu terytorialnego lub kontrolnymi.....	25
5.2.2. Współpraca z instytucjami wsparcia biznesu dla MŚP	28
5.2.3. Korzystanie z dotowanych szkoleń/ konferencji	29
5.2.4. Pomoc publiczna uzyskana w ostatnich 5 latach.....	30
5.2.5. Współpraca z instytucjami finansowymi	31
5.2.6. Finansowanie działalności firmy – obecne i przyszłe źródła finansowania.....	32
5.2.7. Korzystanie z kredytów/ leasingu	34
5.2.8. Potrzeby firmy w zakresie finansowania inwestycji/ bieżących potrzeb firmy	36
5.3. Współpraca z instytucjami dysponującymi funduszami europejskimi.....	38
5.3.1. Ocena dostępności informacji na temat funduszy europejskich	38
5.3.2. Wnioski o dofinansowanie z funduszy europejskich – składane, rozpatrzone pozytywnie.....	39
5.3.3. Korzystanie z pomocy przy składaniu wniosków	44
5.4. Dostępność i dostosowanie ogłaszanych konkursów na dofinansowanie w odniesieniu do rzeczywistych potrzeb przedsiębiorców.....	48
5.4.1. Ocena dostępności informacji o konkursach	48
5.4.2. Preferowane źródła informacji o konkursach	49
5.4.3. Adekwatność ogłaszanych konkursów do potrzeb przedsiębiorców / niezrealizowane potrzeby.....	51
5.5. Stopień z informatyzowania i wykorzystywania nowych technologii w codziennej komunikacji.....	53
5.6. Problemy i bariery zauważane przez przedsiębiorców	62
5.7. Zamierzenia w odniesieniu do najbliższej przyszłości w zakresie współpracy z jednostkami samorządowymi/ organizacjami firm lub innymi przedsiębiorstwami i funduszami europejskimi	65
6. Spis ilustracji	66
7. Spis tabel	68

3. Wprowadzenie

Zgodnie z umową nr DG-G/887/10 z dnia 12.04.2010 zawartą pomiędzy Województwem Dolnośląskim a Sygma Sp. z o.o. jako Wykonawcą umowy, Wykonawca zobowiązał się wykonać badanie i sporządzić opracowanie wyników w zakresie "Integracji małych i średnich przedsiębiorstw z gospodarką Dolnego Śląska" zwane dalej raportem. Celem badania było zidentyfikowanie barier w rozwoju, jakie napotykają przedsiębiorstwa sektora mikro, małych i średnich przedsiębiorstw zlokalizowane na terenie województwa dolnośląskiego. Przeprowadzenie badań Sygma Sp. z o.o. zleciła firmie IMAS International sp. z o.o. Instytut Badania Rynku i Opinii Społecznej z siedzibą we Wrocławiu.

Niniejszy raport zawiera wyniki opisanego wyżej badania prowadzonego w maju 2010 roku. Raport przygotowano zgodnie z wytycznymi zawartymi w załącznikach do umowy DG-G/887/10 z dnia 12.04.2010 oraz późniejszymi ustaleniami ze Zleceniodawcą. Wnioski z badań posłużyły do opracowania "Programu integracji Mikro, Małych i Średnich przedsiębiorstw z gospodarką Dolnego Śląska" (w osobnym tomie).

Badanie w szczególności obejmowało następujące obszary:

- a. Informacje podstawowe (branża, wielkość zatrudnienia, zmienność zatrudnienia, lokalizacja, dane teleadresowe, posiadanie strony www, dostęp do Internetu, okres funkcjonowania, przynależność do izb gospodarczych lub innych organizacji samorządu gospodarczego),
- b. Współpraca z jednostkami samorządu terytorialnego i instytucjami finansowymi, uzyskana pomoc publiczna, dostęp do kredytów oraz innych form wsparcia finansowego,
- c. Współpraca z instytucjami dysponującymi funduszami europejskimi (dostępność informacji o możliwości korzystania z funduszy, ilość złożonych wniosków, wysokość wnioskowanego dofinansowania, ilość wniosków rozpatrzonych pozytywnie i negatywnie, ocena poziomu skomplikowania wniosku, czas potrzebny na jego przygotowanie, możliwość samodzielnego przygotowania wniosku),
- d. Dostępność i dostosowanie ogłaszanych konkursów na dofinansowanie w odniesieniu do rzeczywistych potrzeb przedsiębiorców,
- e. Stopień z informatyzowania i wykorzystania nowych technologii w codziennej komunikacji wśród przedsiębiorstw,
 - a. Określenie potrzeb w zakresie komunikacji elektronicznej (Internet) i głosowej (telefonii stacjonarnej i komórkowej),
 - b. Koszty związane z wydatkami na usługi telekomunikacyjne (dostęp do Internetu, usługi głosowe stacjonarne, usługi komórkowe) i sposoby ich optymalizacji.

Badanie realizowano na reprezentatywnej losowo-kwotowej próbie przedsiębiorstw mikro, małych i średnich z siedzibą na Dolnym Śląsku jako ankiety on-line lub wywiady telefoniczne. Szczegółowy opis metodologii zawarto w następnym rozdziale raportu.

Raport zawiera główne wyniki badania przedstawione na wykresach lub w tabelach opatrzone komentarzem oraz szczegółowe tabele zbiorcze. W suplementach do raportu znajdują się tabele z danymi z badania (wersja elektroniczna) oraz tabele z danymi teleadresowymi firm uczestniczących w badaniu (którzy wyrazili zgodę na ich ujawnienie) – wersja drukowana.

4. Opis metodologii badania/ źródła informacji wykorzystane w badaniu

Badania prowadzono zgodnie z wytycznymi metodologicznymi zawartymi w załączniku do umowy określającymi metodę badania, wielkość i definicję próby oraz techniki dotarcia do respondentów.

Metoda badania:

Opisane badanie jest sondażem ilościowym prowadzonym według ustrukturyzowanego i standaryzowanego narzędzia badawczego zaakceptowanego przez Zleceniodawcę.

Badana populacja: przedsiębiorstwa mikro, małe i średnie mające siedzibę na Dolnym Śląsku.

W badaniu przyjęto następujące definicje wielkości:

- Mikro przedsiębiorstwo = poniżej 10 zatrudnionych i poniżej 2 mln Euro obrotu w 2009
- Małe przedsiębiorstwo = 10-49 zatrudnionych i/lub 2-10 mln Euro obrotu w 2009
- Średnie przedsiębiorstwo = 50-249 zatrudnionych i/lub 10-50 mln Euro obrotu w 2009

Wielkość próby:

Próba zakładana liczyła 3210 przedsiębiorstw. Zastosowano proporcje w próbie zgodnie z wytycznymi z umowy jak w tabeli 1.

Tabela 1. Struktura próby zakładanej (i uzyskanej)

1. W jakim powiecie zlokalizowana jest siedziba Pana(i) firmy?			Ogółem	Rodzaj firmy		
				mikro ogółem	małe ogółem	średnie ogółem
Bolesławiecki	Liczebność		72	67	4	1
	% z N w kolumnie		2,2%	2,2%	3,3%	2,7%
	Liczebność		49	46	2	1
Jaworski	% z N w kolumnie		1,5%	1,5%	1,6%	2,7%
	Liczebność		81	77	3	1
	% z N w kolumnie		2,5%	2,5%	2,4%	2,7%
Kamiennogórski	Liczebność		42	39	2	1
	% z N w kolumnie		1,3%	1,3%	1,6%	2,7%
	Liczebność		56	52	3	1
Lubański	% z N w kolumnie		1,7%	1,7%	2,4%	2,7%
	Liczebność		37	34	2	1
	% z N w kolumnie		1,2%	1,1%	1,6%	2,7%
Zgorzelecki	Liczebność		84	80	3	1
	% z N w kolumnie		2,6%	2,6%	2,4%	2,7%
	Liczebność		43	40	2	1
Złotoryjski	% z N w kolumnie		1,3%	1,3%	1,6%	2,7%
	Liczebność		122	117	4	1
	% z N w kolumnie		3,8%	3,8%	3,3%	2,7%
Głogowski	Liczebność		82	78	3	1
	% z N w kolumnie		2,6%	2,6%	2,4%	2,7%
	Liczebność		28	25	2	1
Górowski	% z N w kolumnie		,9%	,8%	1,6%	2,7%
	Liczebność		44	41	2	1
	% z N w kolumnie		1,4%	1,3%	1,6%	2,7%
Lubiński	Liczebność		95	91	3	1
	% z N w kolumnie		3,0%	3,0%	2,4%	2,7%
	Liczebność		44	41	2	1
Polkowicki	% z N w kolumnie		1,4%	1,3%	1,6%	2,7%
	Liczebność		131	126	4	1
	% z N w kolumnie		4,1%	4,1%	3,3%	2,7%
Legnica	Liczebność		106	100	5	1
	% z N w kolumnie		3,3%	3,3%	4,1%	2,7%
	Liczebność		187	180	6	1
Kłodzki	% z N w kolumnie		5,8%	5,9%	4,9%	2,7%
	Liczebność		177	167	8	2
	% z N w kolumnie		5,5%	5,5%	6,5%	5,4%
Świdnicki	Liczebność		207	198	7	2
	% z N w kolumnie					
	Liczebność					
Wałbrzyski						

Ząbkowicki	% z N w kolumnie	6,4%	6,5%	5,7%	5,4%
	Liczebność	65	61	3	1
Milicki	% z N w kolumnie	2,0%	2,0%	2,4%	2,7%
	Liczebność	32	29	2	1
Oleśnicki	% z N w kolumnie	1,0%	1,0%	1,6%	2,7%
	Liczebność	90	85	4	1
Olawski	% z N w kolumnie	2,8%	2,8%	3,3%	2,7%
	Liczebność	69	65	3	1
Strzebiński	% z N w kolumnie	2,1%	2,1%	2,4%	2,7%
	Liczebność	36	33	2	1
Średzki	% z N w kolumnie	1,1%	1,1%	1,6%	2,7%
	Liczebność	47	44	2	1
Trzebnicki	% z N w kolumnie	1,5%	1,4%	1,6%	2,7%
	Liczebność	76	72	3	1
Wołowski	% z N w kolumnie	2,4%	2,4%	2,4%	2,7%
	Liczebność	37	34	2	1
Wrocławski	% z N w kolumnie	1,2%	1,1%	1,6%	2,7%
	Liczebność	108	102	5	1
Wrocław	% z N w kolumnie	3,4%	3,3%	4,1%	2,7%
	Liczebność	963	926	30	7
Ogółem	% z N w kolumnie	30,0%	30,4%	24,4%	18,9%
	Liczebność	3210	3050	123	37
	% z N w kolumnie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Próba uzyskana pierwotnie wynosiła 3216 przedsiębiorstw. Wywiady zrealizowane ponad wyznaczone kwoty usunięto z danych do analiz (losowo usunięto z celek, w których liczba wywiadów przekraczała zakładaną liczebność). Ostateczna próba uzyskana liczyła zatem $n=3210$, a jej struktura geograficzna i wielkości firm była zgodna z próbą zakładaną opisaną w tabeli 1.1. powyżej.

Maksymalny błąd losowy dla próby $n=3210$ przy poziomie ufności 95% (dla odpowiedzi rzędu 50%) wyniósł 1,74%. Wielkość błędów losowych dla poszczególnych podprób: dla firm mikro ($n=3050$) = 1,77%, dla firm małych ($n=123$) = 8,84%, dla firm średnich ($n=37$) = 16,11%.

Dobór próby i techniki dotarcia do respondentów:

W celu zapewnienia reprezentatywności wyników próba do badania została dobrana losowo z baz Eniro zgodnie z kryteriami kwotowymi odzwierciedlającymi wytyczne z umowy (jak w tabeli 1) obejmującymi:

- wielkość przedsiębiorstwa,
- lokalizację (wg powiatów).

Pierwotna liczba rekordów w bazie wynosiła 19.272. Po wyczyszczeniu bazy do losowania (usunięciu rekordów zdublowanych, z nieaktualnymi danymi oraz uzupełnieniu o reklamowane rekordy, itp.) oraz uwzględnieniu tzw. rekordów kontrolnych (zwiększających bazę zamówioną o ok. 5%), tzw. operat losowania wyniósł 19480 rekordów.

Zastosowano dwie uzupełniające się techniki dotarcia do badanych firm.

a. ankieta on-line (CAWI)

Do przedsiębiorstw posiadających wg operatu losowania adres mailowy zostało wysłane e-mailowo zaproszenie do badania ze zindywidualizowanym linkiem do kwestionariusza wywiadu zaprogramowanego jako ankieta on-line na serwerze Wykonawcy badania. Zastosowano dwukrotne przypomnienie o ankiecie (łącznie 3-krotna próba kontaktu). Przedsiębiorstwa, których reprezentant wypełnił prawidłowo ankietę zaliczano do próby uzyskanej.

b. wywiad telefoniczny wspomagany komputerowo (CATI)

Pozostałe przedsiębiorstwa – nie mające adresu mailowego w bazie lub nie odpowiadające na zaproszenia e-mailowe – objęto wywiadami telefonicznymi prowadzonymi przez ankietera (wywiad telefoniczny wspomagany komputerowo (CATI)). Ankieter prowadził wywiad wykorzystując spersonalizowane linki do tej samej ankiety on-line jaką wykorzystywano w badaniach CAWI. Stosowano zasadę podejmowania trzech prób kontaktu z wylosowanym respondentem.

Po uzyskaniu skutecznego kontaktu sprawdzano warunki wejścia do próby (wielkość i siedziba firmy), a następnie prowadzono wywiad właściwy.

Ostatecznie do próby do analiz uzyskano n=383 kwestionariusze wypełnione on-line oraz n=2827 wywiadów telefonicznych.

Kontrola jakości:

Kontrola wywiadów telefonicznych odbywała się na bieżąco przez superwizora zgodnie z procedurami kontrolnymi Wykonawcy badania. Procedury te obejmują

- pełną kontrolę przebiegu procesu zbierania danych (prowadzenie wywiadu, kontrola realizacji próby),
- obserwację stanowiska ankieterskiego,
- monitorowanie przebiegu wywiadu prowadzonego z dowolnego stanowiska,
- śledzenie treści zadawanych pytań i udzielanych odpowiedzi na ekranie komputera,
- śledzenie na bieżąco statystyk realizacyjnych.

Są one zgodne z Programem Jakości Pracy Ankietera OFBOR (w 2010 roku IMAS International ponownie uzyskał Certyfikat jakości w tym programie dla wywiadów CATI).

5. Wyniki badania

Badania ilościowe zgodnie z metodologią badań mogą dostarczać danych do analiz ilościowych, jak i jakościowych. Wyniki badania opisanego w niniejszym raporcie analizowano głównie ilościowo stosując standardowe procedury statystyczne dostępne w pakiecie statystycznym SPSS.

Wyniki główne przedstawiono na wykresach obejmujących treść pytania, wynik dla całej próby oraz dla 3 zasadniczych podprób wydzielonych na bazie wielkości firmy. Na każdym wykresie znajduje się także liczebność podstawy do analiz oraz definicja tej podstawy, wybrane analizy prowadzono bowiem dla części respondentów dobranych zgodnie z ich odpowiedziami w innych obszarach wywiadu.

Wyniki przedstawiano najczęściej w postaci odsetka odpowiedzi, nawet gdy podstawa do analiz była relatywnie mała, dla ułatwienia porównań między zdefiniowanymi grupami respondentów. Przy interpretacji wyników należy jednak sprawdzać wielkość podstawy do analiz i odpowiednio dostosowywać zakres uogólnienia wniosków.

5.1. Informacje podstawowe

5.1.1. Charakterystyka badanych firm – wielkość obrotu/ okres obecności na rynku/ branża/ lokalizacja

Wielkość obrotu

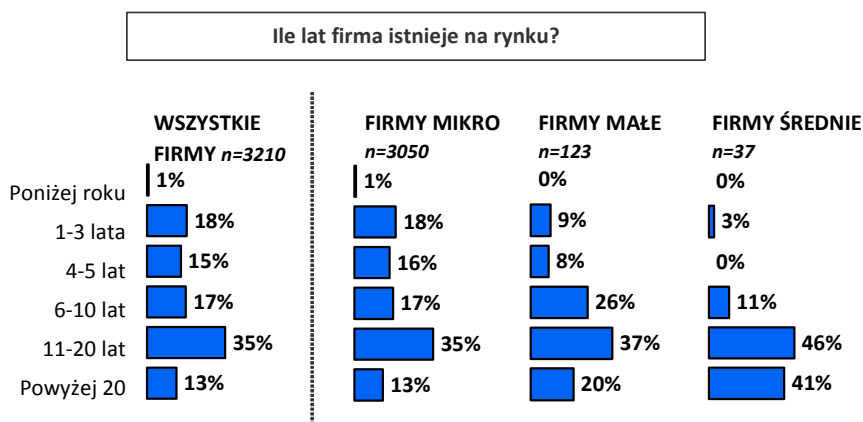
Zgodnie z definicją próby badane firmy deklarowały obrót w 2009 roku poniżej 50 mln Euro. Zdecydowana większość przedsiębiorstw (ponad 98%) uzyskała w ostatnim roku obroty rzędu co najwyżej 2 mln Euro (w tym wszystkie firmy mikro, ale też część przedsiębiorstw definiowanych jako małe lub średnie o zatrudnieniu przekraczającym definicję firmy mikro). Oznacza to, że badane firmy są relatywnie niewielkimi przedsiębiorstwami, co może mieć znaczenie dla potrzeb finansowych.

Tabela 2. Obroty firm w 2009 roku

	Ogółem	Rodzaj firmy			
		mikro ogółem	małe ogółem	średnie ogółem	
2. Proszę zaznaczyć jakie były obroty firmy w 2009 roku?	2 mln Euro i poniżej (8 mln zł i poniżej)	3160	3050	93	17
		98,4%	100,0%	75,6%	45,9%
	Powyżej 2 do 10 mln Euro (powyżej 8 mln do 40 mln zł)	44	0	30	14
		1,4%	,0%	24,4%	37,8%
	Powyżej 10 do 50 mln Euro (powyżej 40 mln do 200 mln zł)	6	0	0	6
	,2%	,0%	,0%	16,2%	
	Ogółem	3210	3050	123	37
		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Wiek firmy

Wiek firmy jest powiązany z jej wielkością. Średni wiek firm średnich to 25 lat, małych – 15 lat, mikro – 12 lat. W przedziale firm średnich zdecydowana większość ma powyżej 10 lat – łącznie aż 87%, w tym 41% nawet powyżej 20 lat. Tylko jedna firma średnia ma mniej niż 3 lata. Wśród firm małych ponad połowa ma ponad 10 lat (łącznie 57%), kolejne 26% to firmy także mające już spore doświadczenia na rynku (6-9 lat). Natomiast firmy mikro to zarówno „stare” przedsiębiorstwa – 48% ma ponad 10-letnią historię, jak też relatywnie młode firmy – łącznie 35% ma mniej niż 5 lat.



Rysunek 1. Wiek badanych MŚP

Lokalizacja firmy

Większość badanych firm zlokalizowana jest w miastach, 15% ma siedzibę na wsi, około 40% w miastach do 50 tys. mieszkańców, 47% w miastach większych (w tym 30% we Wrocławiu).

Tabela 3. Wielkość miejscowości, w której siedzibę ma firma

9. Wielkość miejscowości, w której siedzibę ma firma (siedziba na Dolnym Śląsku)			Ogółem	Rodzaj firmy		
				mikro ogółem	małe ogółem	średnie ogółem
Wieś	Liczebność		494	464	22	8
	% z N w kolumnie		15,4%	15,2%	17,9%	21,6%
Miasto do 10.000 mieszkańców	Liczebność		432	405	24	3
	% z N w kolumnie		13,5%	13,3%	19,5%	8,1%
Miasto 11-50 tys. mieszkańców	Liczebność		759	715	31	13
	% z N w kolumnie		23,6%	23,4%	25,2%	35,1%
Miasto 51-200.000 mieszkańców	Liczebność		562	540	16	6
	% z N w kolumnie		17,5%	17,7%	13,0%	16,2%
Wrocław	Liczebność		963	926	30	7
	% z N w kolumnie		30,0%	30,4%	24,4%	18,9%
Ogółem	Liczebność		3210	3050	123	37
	% z N w kolumnie		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Główna działalność firmy

Badane przedsiębiorstwa reprezentowały zróżnicowane branże jak w tabeli poniżej.

Tabela 4. Główny obszar działalności firmy

8c. Proszę zaznaczyć główną branżę, w której działa firma (branże skomasowane)			Ogółem	Rodzaj firmy		
				mikro ogółem	małe ogółem	średnie ogółem
	Przemysł	Liczebność	121	98	12	11
		% z N w kolumnie	3,8%	3,2%	9,8%	29,7%
	Budownictwo	Liczebność	300	282	15	3
		% z N w kolumnie	9,3%	9,2%	12,2%	8,1%
	Handel i naprawy	Liczebność	554	534	17	3
		% z N w kolumnie	17,3%	17,5%	13,8%	8,1%
	Transport i łączność	Liczebność	218	207	9	2
		% z N w kolumnie	6,8%	6,8%	7,3%	5,4%
	Usługi	Liczebność	2017	1929	70	18
		% z N w kolumnie	62,8%	63,2%	56,9%	48,6%
	Ogółem	Liczebność	3210	3050	123	37
		% z N w kolumnie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Przedsiębiorstwa uczestniczące w badaniu mają zróżnicowane doświadczenia wynikające z wielkości, specyfiki branży i doświadczenia firmy. Zdecydowana większość z nich głównie zajmuje się usługami (63%). Z definicji próby (przeważający udział firm mikro) większość ma obroty do 8 mln zł (98%), zatrudnia do 10 osób lub nie ma w ogóle pracowników na etatach (lub ich odpowiedników). Firmy małe i średnie stanowią zdecydowaną mniejszość w sektorze MŚP, co powoduje, że przy analizach zbiorczych łącznie z przedsiębiorstwami mikro, różnice, np. w zakresie potrzeb, znikają. Wskazane jest zatem wyodrębnianie w analizach sektora MŚP grup firm dla uwypuklenia ich specyfiki.

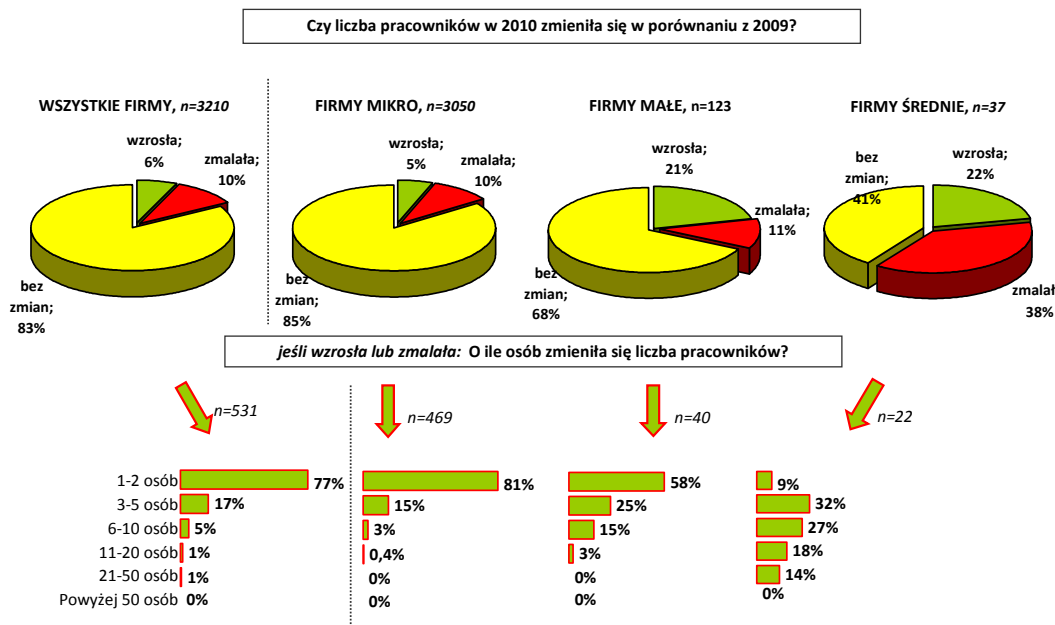
5.1.2. Zatrudnienie - obecne i jego zmiany

Zgodnie z definicją próby badane przedsiębiorstwa liczyły mniej niż 250 pracowników. Ze względu na dominację w próbie firm mikro większość z nich (52%) nie ma pracowników (co oznacza, że ponad połowa firm MŚP na Dolnym Śląsku może być zainteresowana działaniami obejmującymi tylko właścicieli), a spośród pozostałych większość (43%) ma mniej niż 10 pracowników. Firmy małe z definicji najczęściej mieszczą się w przedziale 10-49 pracowników (90% z nich), a średnie – 50-249 pracowników (około 95% tej grupy).

Tabela 5. Liczba zatrudnionych w przeliczeniu na pełne etaty

		Ogółem	Rodzaj firmy			
			mikro ogółem	małe ogółem	średnie ogółem	
3. Ile osób w przeliczeniu na pełne etaty jest zatrudnionych obecnie w przedsiębiorstwie?	1 - tylko właściciel	Liczebność	1672	1670	2	0
		% z N w kolumnie	52,1%	54,8%	1,6%	,0%
	2 - 9	Liczebność	1390	1380	10	0
		% z N w kolumnie	43,3%	45,2%	8,1%	,0%
	10 - 49	Liczebność	113	0	111	2
		% z N w kolumnie	3,5%	,0%	90,2%	5,4%
	50 - 249	Liczebność	35	0	0	35
		% z N w kolumnie	1,1%	,0%	,0%	94,6%
	Ogółem	Liczebność	3210	3050	123	37
		% z N w kolumnie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Zdecydowana większość przedsiębiorstw nie zanotowała w bieżącym roku zmian zatrudnienia (83%), 10% ogółu firm deklaruje dominację zwolnień, a 6% - zatrudnienie nowych pracowników. Firmy małe i średnie zdecydowanie częściej odnotowują zmiany zatrudnienia niż firmy mikro (nawet jeśli uwzględnić tylko te, które zatrudniają pracowników). Co ciekawe, w przeciwieństwie do pozostałych przedsiębiorstw, małe dwukrotnie częściej deklarowały wzrost zatrudnienia (21%) niż jego spadek (11%). Przeciwną tendencję wykazywały firmy średnie (wzrost – 22%, spadek – 38%) i mikro (5% wzrost, 10% spadek).



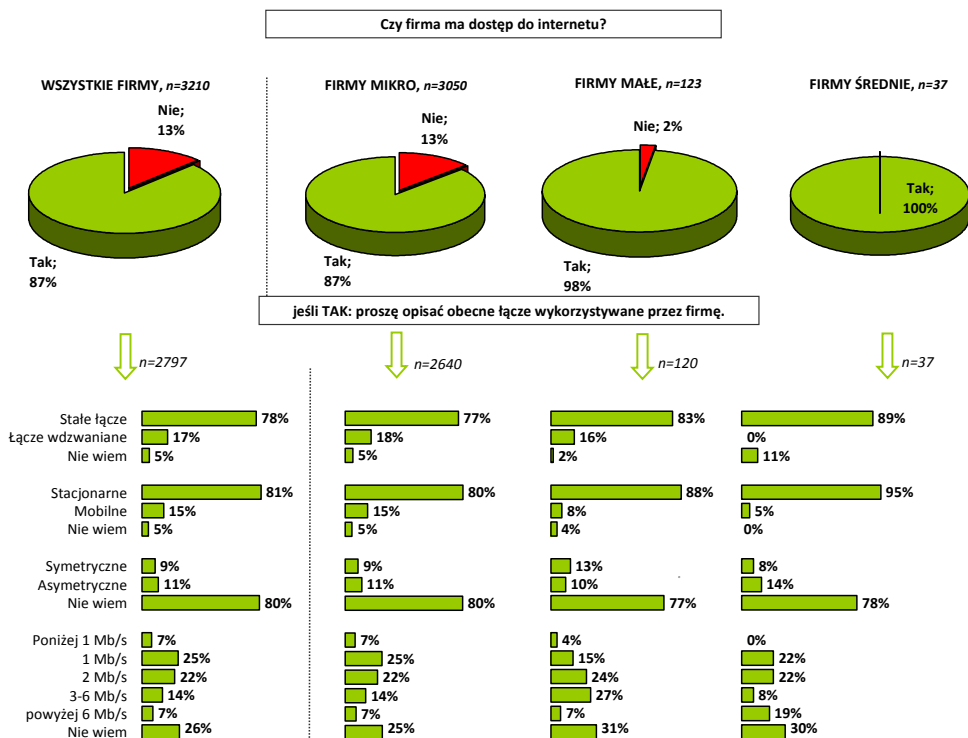
Rysunek 2. Zmiana liczby pracowników

Wielkość zmian zatrudnienia była skorelowana z wielkością przedsiębiorstwa – w przypadku firm mikro mamy do czynienia ze zmianą zatrudnienia najczęściej o 1-2 osoby (średnio 2), wśród firm małych – 1-5 osób (średnio 3), a wśród średnich – 3-50 osób (średnio 11).

2010 rok oznaczał dla ok. 83% sektora MŚP na Dolnym Śląsku stabilność zatrudnienia. Redukcję zatrudnienia zanotowała jednak co dziesiąta firma – głównie mikro lub średnia, a 6% zatrudniło nowych pracowników. Nawet biorąc pod uwagę niewielką skalę zwolnień (w przypadku firm mikro – zwykle 1-2 osoby) oznacza to znaczące przesunięcia na rynku pracy.

5.1.3. Posiadanie dostępu do Internetu, własnej strony www

Wielkość firmy różnicuje istotnie dostęp do Internetu. Zdecydowana większość badanych ma możliwość korzystania z tego medium, niemniej 13% deklaruje brak Internetu (głównie firmy mikro – 13%, ale też pojedyncze firmy małe – 2%). Firmy średnie generalnie mają dostęp do Internetu.



Rysunek 3. Dostęp do Internetu i charakterystyka łącza

Większość firm mających dostęp do Internetu korzysta z łączy stałych (78%) i stacjonarnych (81%), najczęściej w przedziale szybkości 1-2Mb/s. 14% ma łącze o szybkości 3-6Mb/s a 7% - powyżej 6Mb/s. Także 7% korzysta z dość wolnych łączy – poniżej 1Mb/s. 4/5 badanych przedstawicieli firm nie umiało stwierdzić czy mają łącze symetryczne czy asymetryczne, pozostali dzielili się niemal po równo na posiadaczy łączy symetrycznych – 9% i asymetrycznych – 11% (biorąc pod uwagę ofertę łączy symetrycznych można zakładać, że znaczna część respondentów bez wiedzy na temat typu łącza korzysta z asymetrycznego).

Większe firmy – małe i średnie - korzystają zwykle raczej z łączy stacjonarnych, a firmy średnie praktycznie nie używają łączy wdzwanianych (wszyscy podający odpowiedź deklarują łącze stałe). Te ostatnie deklarują także generalnie szybsze łącza (19% powyżej 6Mb/s).

Znaczna część badanych przedstawicieli firm wykazuje dość słabą wiedzę na temat posiadanego dostępu do Internetu, nie tylko w zakresie symetryczności łączы (tu wiedza jest znikoma), ale też ich prędkości czy typu (stałe vs. wdzwaniane).

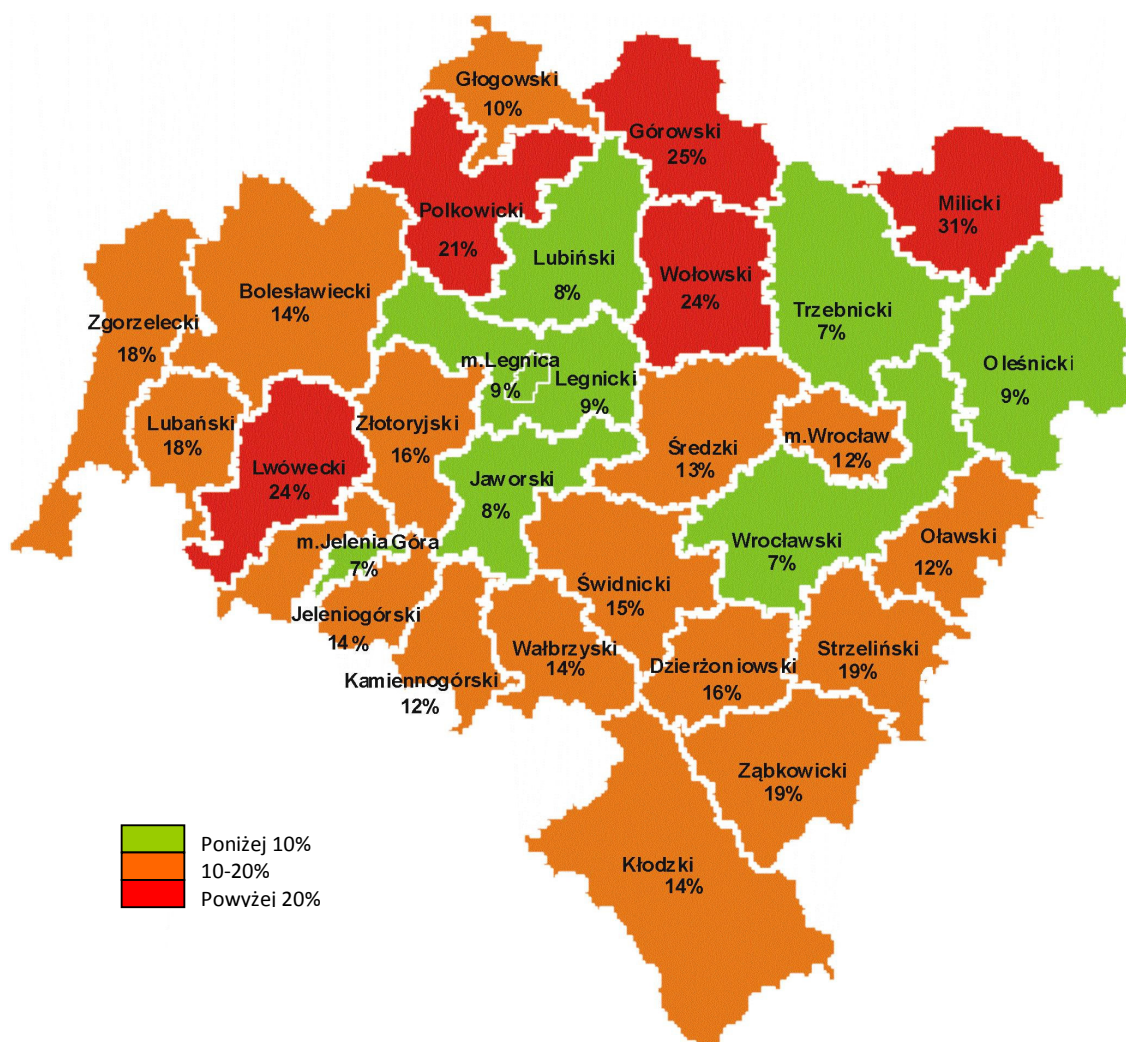
Firmy mikro zdecydowanie częściej niż pozostałe sięgają po nowsze rozwiązania – Internet mobilny, ale duży ich odsetek korzysta prawdopodobnie ze starszych rozwiązań – wdzwanianego dostępu o bardzo ograniczonej szybkości.

Firmy niemające obecnie dostępu do Internetu mają siedzibę zarówno w mieście jak na wsi – wielkość miejscowości nie wydaje się czynnikiem istotnie różnicującym dostęp do Internetu.

Tabela 6. Wielkość miejscowości, w której siedzibę ma firma

			Wielkość miejscowości				
			Ogółem	Wieś	Miasto do 50 tys. mieszkańców	Miasto 51-200.000 mieszkańców	Wrocław
10. Czy firma ma dostęp do Internetu?	Nie	Liczebność	407	68	171	54	114
		% z N w kolumnie	12,7%	13,8%	14,4%	9,6%	11,8%
	W trakcie ustanawiania	Liczebność	6	0	3	1	2
		% z N w kolumnie	,2%	,0%	,3%	,2%	,2%
	Tak	Liczebność	2797	426	1017	507	847
		% z N w kolumnie	87,1%	86,2%	85,4%	90,2%	88,0%
	Ogółem	Liczebność	3210	494	1191	562	963
		% z N w kolumnie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Relatywnie najniższy poziom dostępu do Internetu (wszystkie pow. 20% bez dostępu) deklarują firmy zlokalizowane w powiatach: lwówecki, górowski, polkowicki, milicki, wołowski. Najlepszy (wszystkie poniżej 10% firm bez dostępu) – jaworski, Jelenia Góra, Legnica, legnicki, lubiński, oleśnicki, trzebnicki, wrocławski.



Rysunek 4. % firm deklarujących brak dostępu do Internetu (opracowanie własne)

Wiek firmy ma pewne znaczenie dla dostępu do Internetu – zaledwie 8% firm poniżej 5 lat i aż 18% firm mających ponad 15 lat deklaruje brak dostępu do Internetu.

Jedynie 2/5 MŚP ma własną stronę Internetową, przy czym odsetek ten jest znacznie większy w grupie firm małych (65%) i średnich (84%). Plany utworzenia własnych stron WWW, spośród obecnie niemających jej, ma zaledwie po ok. 1/3 firm mikro i małych oraz połowa firm średnich. Firmy najstarsze (powyżej 15 lat) najczęściej deklarują brak obecnie strony www (64%) i brak planów co do jej utworzenia (71% spośród nie posiadających takiej strony).



Rysunek 5. Posiadanie własnej www firmy

Firmy w większych miastach częściej deklarują posiadanie strony internetowej niż mające siedzibę na wsi lub w mniejszym mieście (do 50 tys. mieszkańców).

Tabela 7. Posiadanie www a wielkość miejscowości, w której siedzibę ma firma

			Wielkość miejscowości				
			Ogółem	Wieś	Miasto do 50 tys. mieszkańców	Miasto 51-200.000 mieszkańców	Wrocław
4. Czy firma ma własną stronę WWW?	Tak	Liczebność	1292	178	395	241	478
		% z N w kolumnie	40,2%	36,0%	33,2%	42,9%	49,6%
	Nie	Liczebność	1918	316	796	321	485
		% z N w kolumnie	59,8%	64,0%	66,8%	57,1%	50,4%
	Ogółem	Liczebność	3210	494	1191	562	963
		% z N w kolumnie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

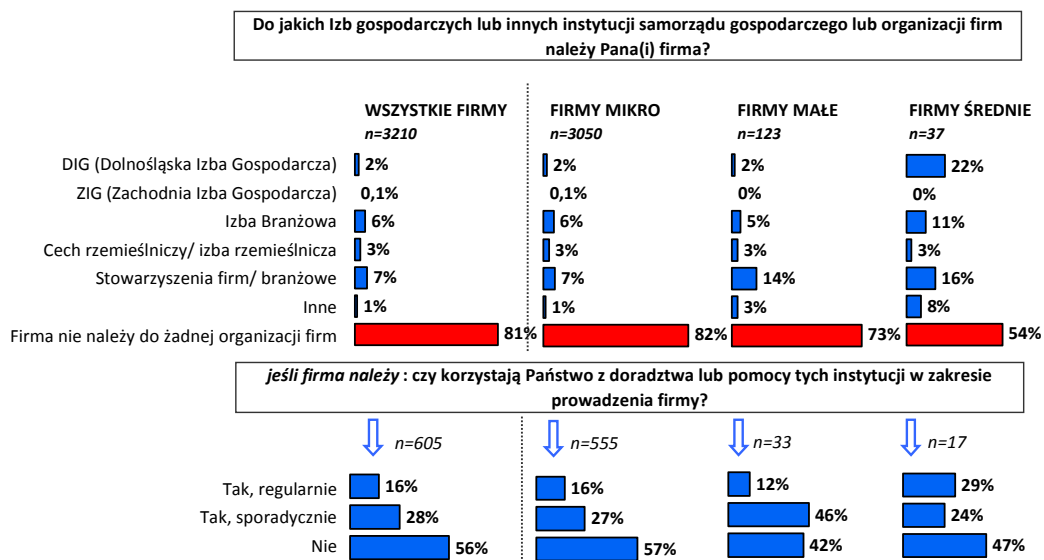
87% MŚP deklaruje posiadanie dostępu do Internetu, niemal wszystkie małe i średnie. Większość ma jednak łącza niezbyt szybkie – poniżej 2 Mb/s, co może ograniczać realne korzystanie z Internetu, tym bardziej, że większość łączy jest prawdopodobnie asymetrycznych. Zgodnie z deklaracjami część firm mających dostęp do Internetu nie korzysta z tego medium w komunikacji (por. rozdział 5.5).

MŚP z Internetu korzystają w dużym stopniu „jednostronnie”, nie mają własnej witryny internetowej, co ogranicza ich promocję z wykorzystaniem tego medium.

5.1.4. Przynależność do Izb gospodarczych lub innych instytucji samorządu gospodarczego/ organizacji firm i korzystanie z ich doradztwa/ pomocy

Zdecydowana większość badanych przedsiębiorstw nie należy do żadnej organizacji firm czy instytucji samorządu gospodarczego. Po kilka procent należy do DIG (2%), Izby branżowych (6%), cechów/ izb rzemieślniczych (3%) lub stowarzyszeń firm (7%). Praktycznie nikt nie deklaruował przynależności do kilku z tych instytucji. Przynależność do organizacji jest częstsza wśród firm większych niż mikro - zwłaszcza firm średnich. Niemal połowa z nich należy do co najmniej jednej organizacji (46%), najczęściej DIG (22%), Izby branżowych (11%) lub stowarzyszeń firm (16%).

Interesujące, że większość członków wspomnianych instytucji nie korzysta z ich doradztwa czy innego wsparcia (ponad połowa z nich), a kolejne 28% robi to sporadycznie. Oznacza to, że nie wykorzystują one szansy pomocy ze strony tych instytucji w zakresie prowadzenia firmy lub, że instytucje te nie mają takiej oferty.



Rysunek 6 Przynależność MŚP do instytucji zrzeszających przedsiębiorców

Wielkość miejscowości siedziby firmy ma pewne znaczenie dla jej przynależności do Izb gospodarczych lub podobnych instytucji. Relatywnie najmniejszy odsetek firm należących do takich organizacji jest na wsi (14%).

Tabela 8. Przynależność do organizacji przedsiębiorców a wielkość miejscowości, w której siedzibę ma firma

			Ogółem	Wielkość miejscowości			
				Wieś	Miasto do 50 tys. mieszk.	Miasto 51-200 tys. mieszk.	Wrocław
15. Do jakich Izb gospodarczych lub innych instytucji samorządu gospodarczego lub organizacji firm należy Pana(i) firma?	DIG (Dolnośląska Izba Gospodarcza)	Liczebność	73	13	34	9	17
		% z N w kolumnie	2,3%	2,6%	2,9%	1,6%	1,8%
	ZIG (Zachodnia Izba Gospodarcza)	Liczebność	2	0	1	0	1
		% z N w kolumnie	,1%	,0%	,1%	,0%	,1%
	Izba Branżowa	Liczebność	192	20	66	41	65
		% z N w kolumnie	6,0%	4,0%	5,5%	7,3%	6,7%
	Cech rzemieślniczy/ izba rzemieślnicza	Liczebność	103	12	51	17	23
		% z N w kolumnie	3,2%	2,4%	4,3%	3,0%	2,4%
	Stowarzyszenia firm/ branżowe	Liczebność	224	22	86	44	72
		% z N w kolumnie	7,0%	4,5%	7,2%	7,8%	7,5%
	Inne	Liczebność	45	5	19	11	10
		% z N w kolumnie	1,4%	1,0%	1,6%	2,0%	1,0%
	Firma nie należy do żadnej organizacji firm	Liczebność	2605	424	948	451	782
		% z N w kolumnie	81,2%	85,8%	79,6%	80,2%	81,2%
	Ogółem	Liczebność	3210	494	1191	562	963
		% z N w kolumnie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

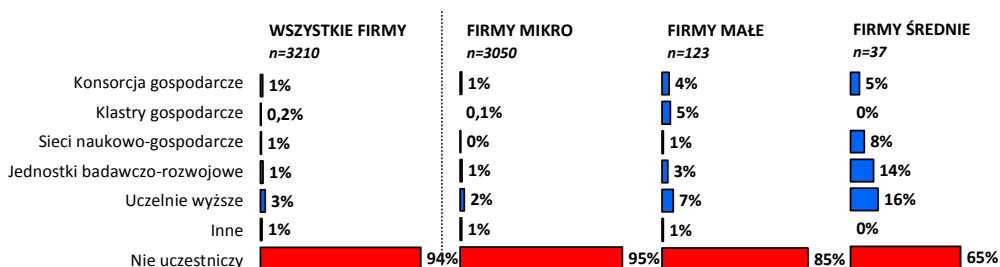
MŚP niezbyt chętnie zrzeszają się w Izbach przedsiębiorców, jeśli już to raczej wstępują do Izb lub stowarzyszeń branżowych. Przynależność do takiej organizacji nie daje jednak większości członków żadnego wsparcia, czy pomocy. Przewidywanie braku korzyści z członkostwa w nich może być jedną z barier powstrzymujących przedsiębiorców przed wstępowaniem doń.

5.1.5. Przynależność do konsorcjów gospodarczych lub inicjatyw klastrowych

Institucje współpracy firm nie są popularne wśród firm mikro – tylko 5% spośród nich uczestniczy w przedsięwzięciach klastrowych lub konsorcjach. Im firma większa, tym zaangażowanie w tym obszarze większe. Spośród małych firm deklaruje je 15%, a spośród firm średnich, aż 35% (część w więcej niż jednym przedsięwzięciu).

Relatywnie najczęściej deklarowano współpracę z uczelniami wyższymi (3% ogółu, 7% firm małych, 16% średnich) oraz jednostkami badawczo-rozwojowymi (1% ogółu, 14% firm średnich). Spośród badanych jedynie niektóre firmy małe (5%) deklarowały przynależność do klastrów gospodarczych, ale podobny odsetek wśród firm małych (4%) i średnich (5%) – do konsorcjów. Relatywnie słabo badane przedsiębiorstwa uczestniczą też w sieciach naukowo-gospodarczych (1%), niemniej także w tym obszarze firmy średnie angażują się najbardziej – należą do nich 8% badanych w tej grupie.

Czy Państwa firma uczestniczy w konsorcjach gospodarczych/ gospodarczo-naukowych/ inicjatywach klastrowych lub współpracuje z instytucjami badawczo-rozwojowymi z terenu Dolnego Śląska?



Rysunek 7. Uczestnictwo w konsorcjach lub inicjatywach klastrowych

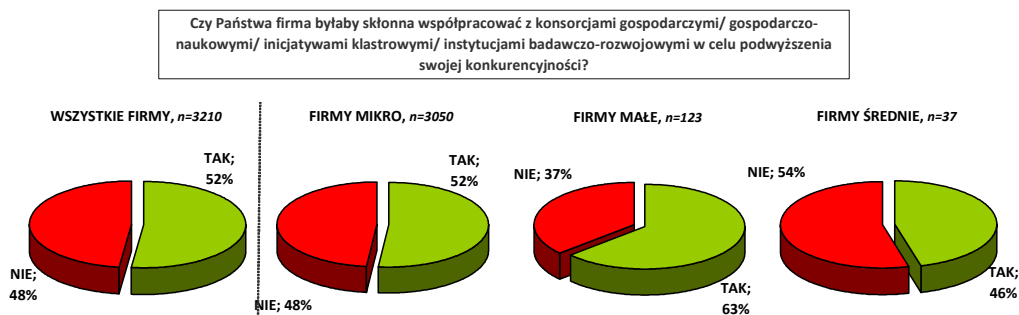
Wielkość miejscowości siedziby firmy praktycznie nie ma znaczenia dla jej przynależności do izb gospodarczych lub podobnych instytucji, ale posadowienie firmy we Wrocławiu lub innym dużym mieście wydaje się ułatwiać współpracę z uczelniami (4% firm wrocławskich, pozostałe poniżej 3%) lub jednostkami naukowo badawczymi (Wrocław – 1,9%, miasto 51-200 tys. mieszkańców – 1,6%).

Tabela 9. Uczestnictwo w konsorcjach lub inicjatywach klastrowych a wielkość miejscowości, w której siedzibę ma firma

			Wielkość miejscowości					
			Ogółem	Wieś	Miasto do 50 tys. mieszk.	Miasto 51-200 tys. mieszk.	Wrocław	
17. Czy Państwa firma uczestniczy w konsorcjach gospodarczych/ gospodarczo-naukowych/ inicjatywach klastrowych lub współpracuje z instytucjami badawczo-rozwojowymi (np. uczelniami) z terenu Dolnego Śląska?	Konsorcja gospodarcze	Liczebność	34	3	12	7	12	
		% z N w kolumnie	1,1%	,6%	1,0%	1,2%	1,2%	
	Klastry gospodarcze	Liczebność	8	2	1	0	5	
		% z N w kolumnie	,2%	,4%	,1%	,0%	,5%	
	Sieci naukowo-gospodarcze	Liczebność	17	1	6	2	8	
		% z N w kolumnie	,5%	,2%	,5%	,4%	,8%	
	Jednostki badawczo-rozwojowe	Liczebność	46	5	14	9	18	
		% z N w kolumnie	1,4%	1,0%	1,2%	1,6%	1,9%	
	Uczelnie wyższe	Liczebność	86	14	20	12	40	
		% z N w kolumnie	2,7%	2,8%	1,7%	2,1%	4,2%	
	Inne	Liczebność	29	6	10	6	7	
		% z N w kolumnie	,9%	1,2%	,8%	1,1%	,7%	
	Nie uczestniczy w żadnych		Liczebność	3023	465	1139	528	891

	konsorcjach lub inicjatywach	% z N w kolumnie	94,2%	94,1%	95,6%	94,0%	92,5%
	Inne: Szkoły (liceum, gimnazjum, podstawówka)	Liczebność	9	2	3	2	2
		% z N w kolumnie	,3%	,4%	,3%	,4%	,2%
	Ogółem	Liczebność	3210	494	1191	562	963
		% z N w kolumnie	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Firmy na Dolnym Śląsku wykazują sporą otwartość na współpracę z klastrami, konsorcjami gospodarczymi, czy instytucjami naukowo-badawczymi. 52% z nich deklaruje taką gotowość, największy odsetek wśród firm małych (63%).

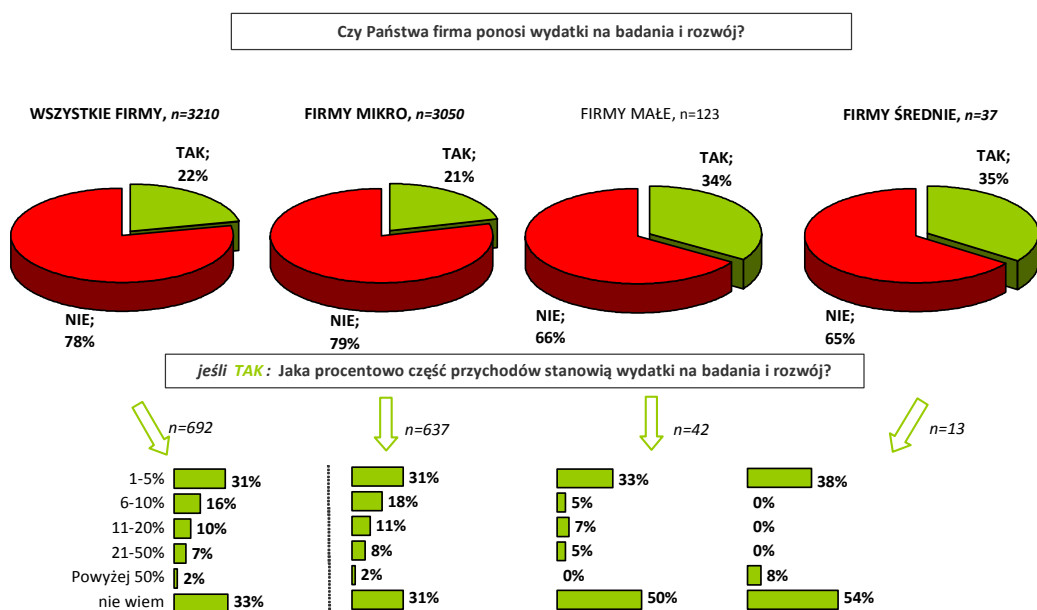


Rysunek 8. Chęć współpracy w konsorcjach lub inicjatywach klastrowych

Klasy czy konsorcja naukowo-gospodarcze to instytucje praktycznie niewykorzystywana przez najmniejsze MŚP – firmy mikro – uczestniczy w nich 6% przedsiębiorstw. Są jednak interesującymi przedsięwzięciami, otwartość na nie przejawia ponad połowa firm, także mikro. Firmy średnie i małe częściej niż mikro angażują się w podobne inicjatywy, pozostali zaś zwłaszcza w grupie małe przedsiębiorstwa są bardzo nimi zainteresowani.

5.1.6. Wydatki na badania i rozwój

Ponad 1/5 MŚP deklaruje wydawanie pieniędzy w firmie na badania i rozwój (B+R). Zwykle jednak są to wydatki nie przekraczające 5% (ten poziom wydatków deklaruują firmy: mikro – 31%, małe – 33%, średnie – 38%). Firmy mikro deklarowały wydatki na B+R o najbardziej zróżnicowanym poziomie, nawet powyżej 50% przychodów.



Rysunek 9. Wydatki na B+R

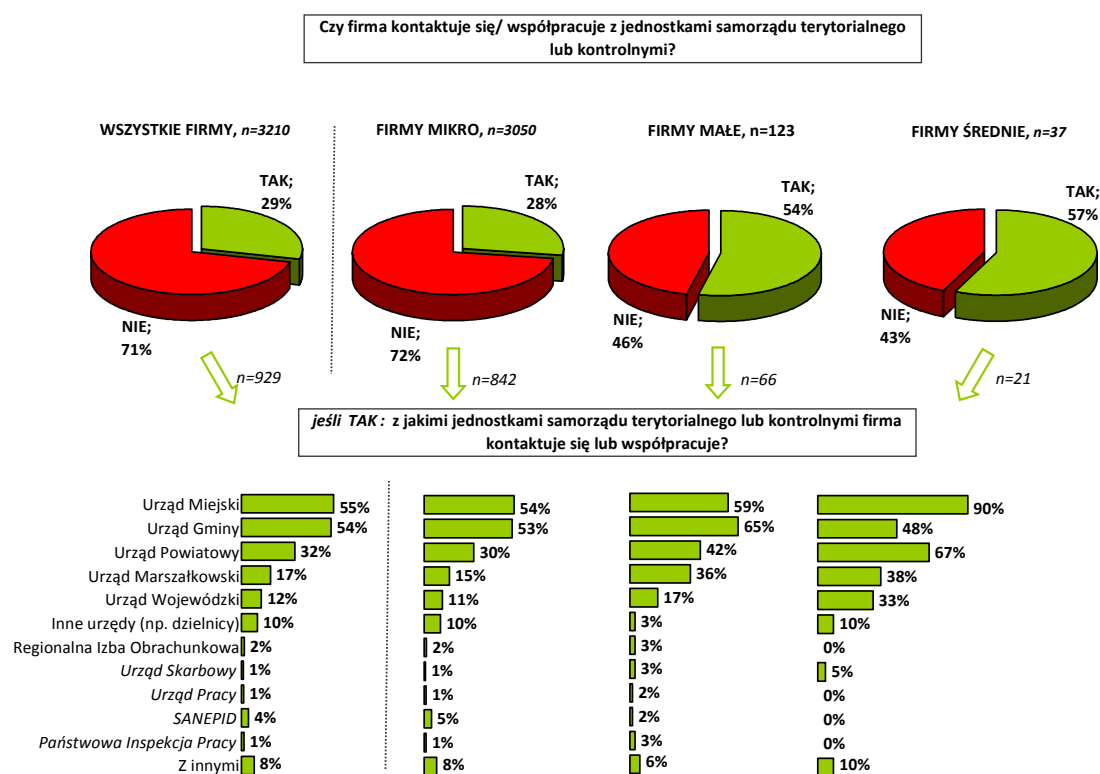
Niemal ¼ MŚP deklaruje wydatki na badania i rozwój, najczęściej jednak na poziomie nie wyższym niż 5% przychodów.

5.2. Współpraca z jednostkami samorządu terytorialnego/ uzyskana pomoc finansowa/ dostęp do kredytów oraz innych form wsparcia finansowego

5.2.1 Współpraca z jednostkami samorządu terytorialnego lub kontrolnymi

Dopytani o współpracę z jednostkami samorządowymi lub kontrolnymi reprezentanci firm mikro na ogół odpowiadali negatywnie – 72% z nich nie deklaruje takiej współpracy. Natomiast ponad połowa firm małych (54%) i średnich (57%) takie związki zauważa.

Spośród głównych jednostek samorządowych najczęściej wskazywano kontakty z urzędami miejskimi i gminnymi, zdecydowanie rzadziej z urzędem powiatowym, marszałkowskim czy wojewódzkim. Firmy średnie wyraźnie częściej kontaktują się z urzędami niż firmy mniejsze, np. niemal wszystkie (90%) współpracują z urzędem miejskim, a 2/3 powiatowym.

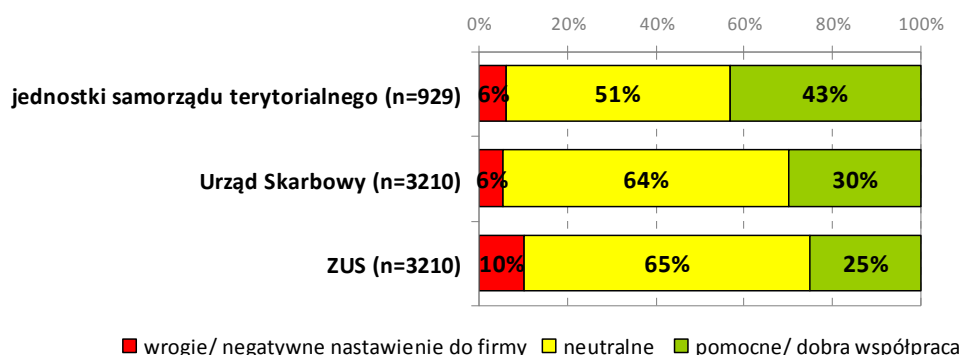


Rysunek 10. Kontakty/ współpraca z JST lub instytucjami kontrolnymi

Dopytani o ocenę współpracy/ kontaktów z wybranymi instytucjami przedsiębiorcy raczej pozytywnie oceniali zarówno jednostki samorządowe, Urzędy Skarbowe, jak i ZUS, choć te pierwsze były zdecydowanie częściej oceniane jako pomocne (43%) niż US (30%), czy ZUS (25%). Ten ostatni otrzymał też najwięcej ocen negatywnych, relatywnie najczęściej uznawany był za wrogi/ nieprzyjazny przedsiębiorcom (10%).

Jak ocenia Pan(i) kontakty/ współpracę z jednostkami samorządu terytorialnego, Urzędem Skarbowym i ZUS?

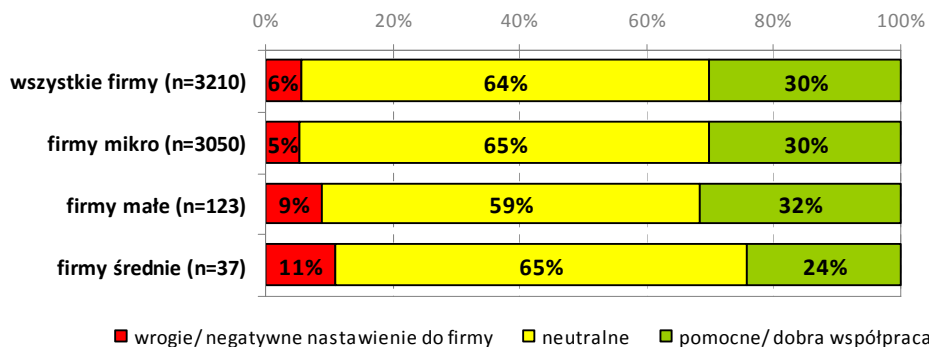
WSZYSTKIE FIRMY



Rysunek 11. Ocena kontaktów / współpracy z JST/ US/ ZUS

Firmy średnie (11%) i małe (9%) niemal dwukrotnie częściej niż mikro (5%) oceniały jako wrogi także US, co może świadczyć o ich negatywnych doświadczeniach z tym typem urzędów.

URZĄD SKARBOWY



Rysunek 12. Ocena kontaktów / współpracy z US

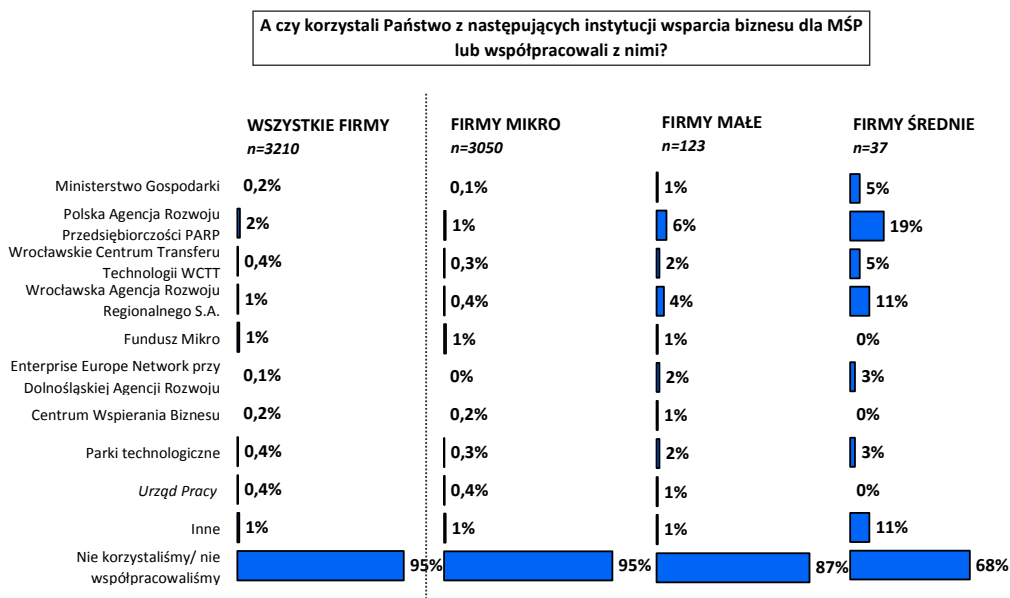
Ponad 70% MŚP – zwłaszcza mikro - nie deklaruje kontaktów czy współpracy z jednostkami samorządu terytorialnego. Jeśli już się z nimi kontaktują to raczej na poziomie urzędów lokalnych – miejskich lub gminnych (ponad połowa z deklarujących współpracę). Oceniają jednak te instytucje raczej jako mające neutralny (51%) lub przyjazny (43%) stosunek do przedsiębiorców. Podobne oceny – choć nieco mniej pozytywne (64% vs. 30%) – odnoszono do Urzędów Skarbowych. Oceny ZUS są bardziej negatywne – co dziesiąte MŚP zauważa wrogość tej instytucji wobec firm.

Przewidywanie negatywnego stosunku instytucji publicznej wobec przedsiębiorcy może stanowić poważną barierę we wzajemnych kontaktach.

5.2.2. Współpraca z instytucjami wsparcia biznesu dla MŚP

Współpraca z instytucjami wsparcia biznesu kontrolowanymi w badaniu jako główne w kraju lub na Dolnym Śląsku jest dość rzadko spotykana wśród ogółu firm MŚP w województwie. Sporadycznie występuje wśród firm mikro (5% z nich) i pojawia się na niewielką skalę wśród firm małych (13%). Jest zauważalna dopiero na poziomie firm średnich, z których co trzecia przyznaje się do takiej współpracy. Relatywnie najczęściej współpraca nawiązywana jest z PARP (6% firm małych i 19% firm średnich) i Wrocławską Agencją Rozwoju Regionalnego (odpowiednio – 4% i 11%).

Siedziba firmy w dużym mieście czy we Wrocławiu nie sprzyja istotnie częstszym kontaktom z instytucjami wsparcia biznesu, nie zanotowano różnic w poziomie współpracy z tymi instytucjami między przedsiębiorstwami wrocławskimi, a mającymi siedziby w mniejszych miastach czy na wsi.



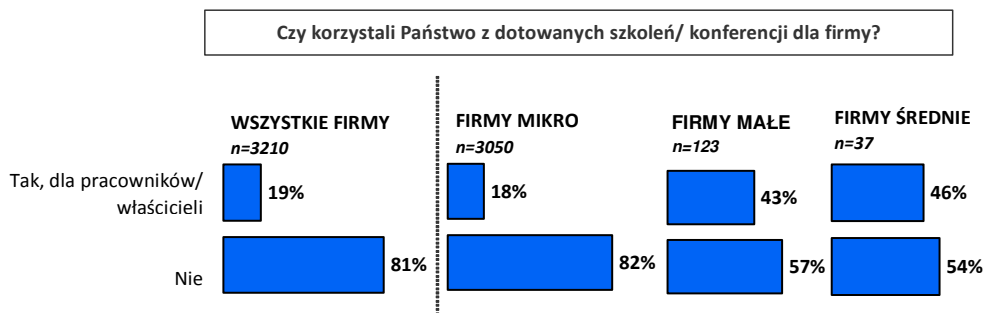
Rysunek 13. Korzystanie z instytucji wsparcia biznesu

MŚP nie tylko słabo korzystają ze wsparcia Izb czy stowarzyszeń do których należą, ale generalnie rzadko sięgają po pomoc instytucji wsparcia biznesu czy współpracę z nimi (5%). Relatywnie najbardziej intensywnie korzystają z tych instytucji średnie firmy (zwłaszcza z PARP).

5.2.3. Korzystanie z dotowanych szkoleń/ konferencji

Oferta dotowanych szkoleń zdecydowanie słabiej trafia do firm mikro niż pozostałych.

Niemniej co piąte badane przedsiębiorstwo korzystało z dotowanych szkoleń lub konferencji dla właścicieli lub pracowników. Firmy mikro zdecydowanie rzadziej sięgały po szkolenia (prawdopodobną przyczyną może być to, że wiele z nich adresowanych jest tylko do pracowników, których w większości firm mikro nie ma lub od właścicieli wymagany jest wkład własny wpłacany w środkach pieniężnych, a niekompensowany czasem pracy, albo brak czasu na szkolenie w przypadku właścicieli).



Rysunek 14. Korzystanie z dotowanych szkoleń

Wielkość miejscowości siedziby firmy nie ma większego znaczenia dla korzystania z dotowanych szkoleń, poziom deklaracji był podobny na wsiach (20%) w mniejszych miastach (19%), czy Wrocławiu (20%).

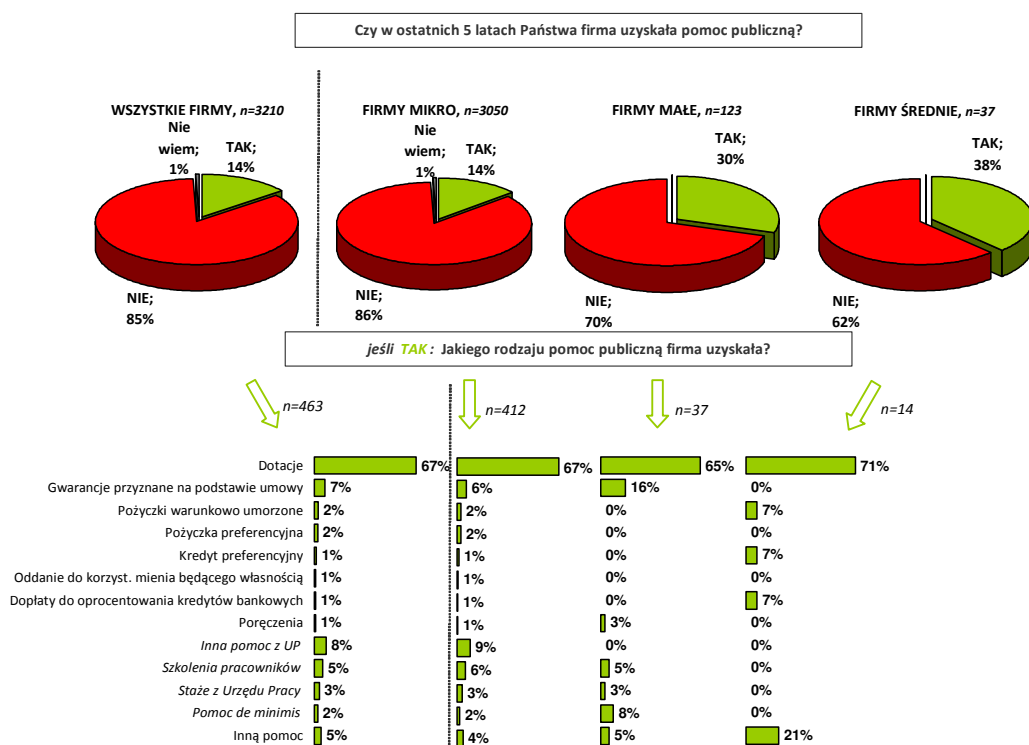
Dotowane szkolenia to niewątpliwie dobrze znana MŚP forma wsparcia – korzystało z niej niemal co piąte przedsiębiorstwo. Firmy mikro wyraźniej jednak rzadziej (18%) niż małe (43%) czy średnie (46%).

5.2.4. Pomoc publiczna uzyskana w ostatnich 5 latach

14% przedsiębiorstw deklaruje uzyskanie pomocy publicznej w ostatnich 5 latach, przy czym po pomoc tego typu sięgało 30% firm małych i 38% firm średnich (czyli ponad dwukrotnie częściej niż firmy mikro – 14%).

Najczęściej uzyskiwaną pomocą były dotacje dla firm – skorzystało z nich 2/3 beneficjentów (czyli niemal 10% ogółu przedsiębiorstw). 7% firm skorzystało z możliwości gwarancji na podstawie umowy, np. zaniechania poboru podatku, umorzenia składek itp. Zdecydowanie mniej częste są preferencyjne pożyczki i kredyty, czy dopłaty do kredytów bankowych (po 1-2% beneficjentów). Także niewielu przedsiębiorców otrzymało mienie publiczne do bezpłatnego użytkowania (1%).

Część przedsiębiorców spontanicznie wskazywała także inne obszary/ instytucje jako źródła pomocy – staże z Urzędu Pracy (3%) lub inną pomoc z UP (8%), szkolenia dotowane (5%) czy *pomoc de minimis* (2%). Urząd Pracy jako źródło pomocy był szczególnie często wskazywany przez firmy mikro (łącznie 12% wskazań).



Rysunek 15. Pomoc publiczna otrzymana w ostatnich 5 latach

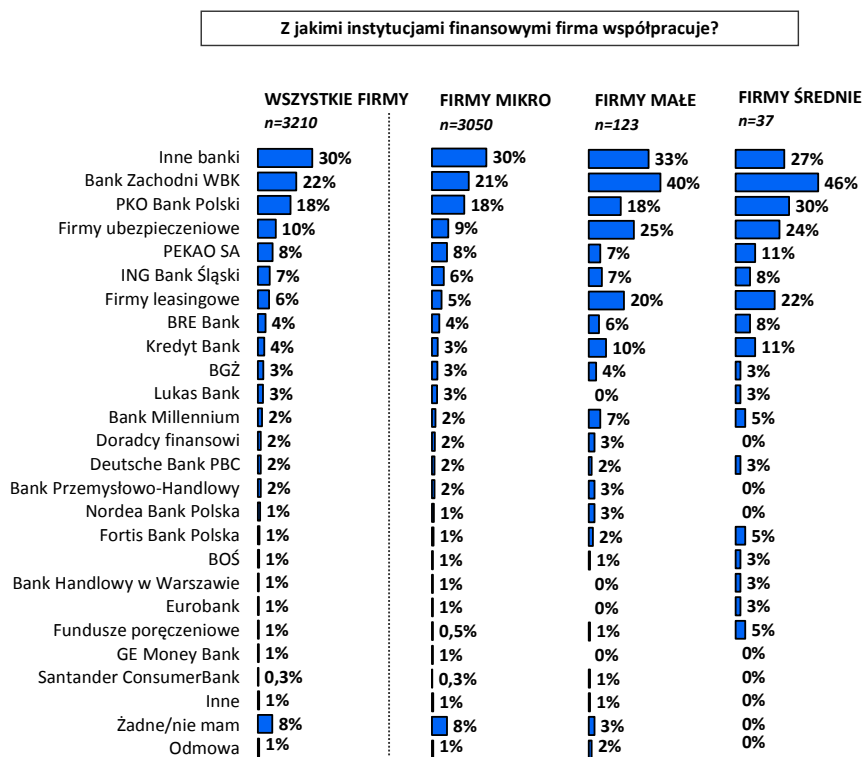
Chętniej niż po wsparcie instytucji czy organizacji, MŚP sięgają po pomoc publiczną. 14% z nich skorzystało w ostatnich 5 latach z dotacji czy innych form pomocy.

5.2.5. Współpraca z instytucjami finansowymi

8% przedsiębiorstw, głównie mikro, deklaruje brak współpracy z firmami finansowymi lub nawet brak konta. Praktycznie wszystkie pozostałe mają takie kontakty - głównie z bankami. Rzadziej deklarowano współpracę z firmami ubezpieczeniowymi (10%), leasingowymi (6%) czy doradcami finansowymi (2%) i funduszami poręczeniowymi (1%). (Relatywnie rzadkie deklaracje współpracy z firmami ubezpieczeniowymi świadczą o tym, że samo opłacanie składek z tytułu, np. OC za samochód nie jest uznawane za współpracę.)

Spośród banków kontrolowanych w badaniu zdecydowaną przewagę uzyskuje niegdyś mający lokalne dolnośląskie korzenie bank BZWBK (22% korzystających) - popularny zwłaszcza wśród firm małych (40%) i średnich (46%) - oraz PKO BP (18% ogółu).

Firmy małe i średnie znacznie częściej niż mikro współpracują z innymi firmami finansowymi niż banki, np. leasingowymi (małe – 20%, średnie – 22%), ubezpieczeniowymi (odpowiednio 24% i 25%).



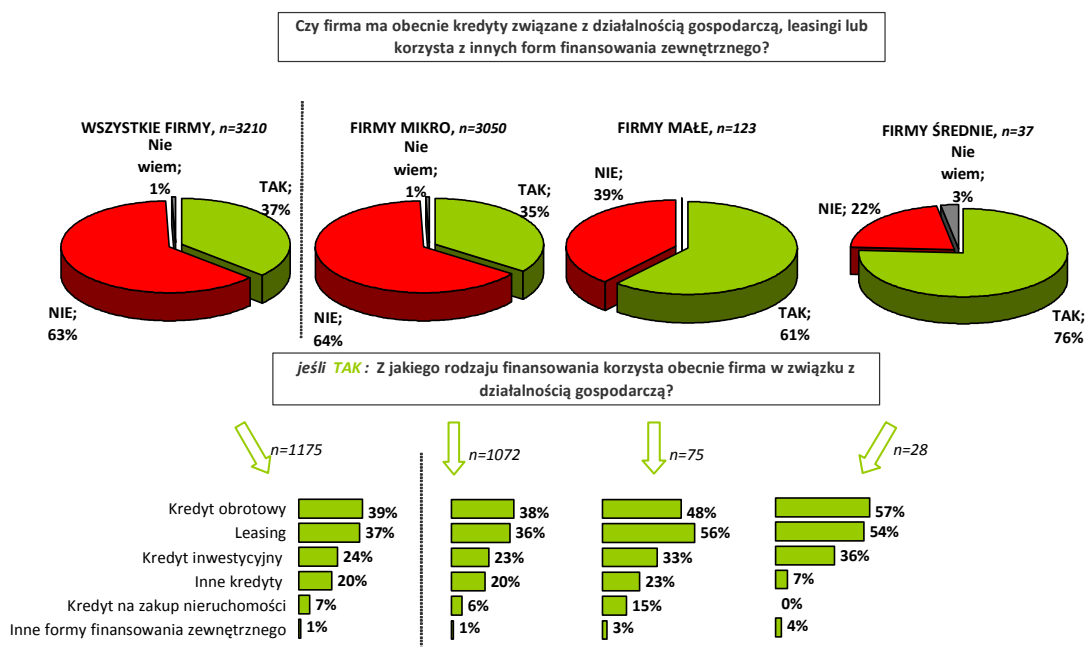
Rysunek 16. Współpraca z instytucjami finansowymi

Większość MŚP deklaruje korzystanie z banków, część także z firm leasingowych (6%) czy ubezpieczeniowych (10%). Nieliczni – z firm finansowych innego typu – doradców (2%) czy funduszy poręczeniowych (1%).

5.2.6. Finansowanie działalności firmy – obecne i przyszłe źródła finansowania

Większość przedsiębiorstw MŚP – głównie w grupie mikro - nie sięga obecnie po kapitał zewnętrzny (63%). Natomiast firmy małe i średnie zdecydowanie częściej deklarują korzystanie z finansowania zewnętrznego (małe – 61%, średnie – 76%).

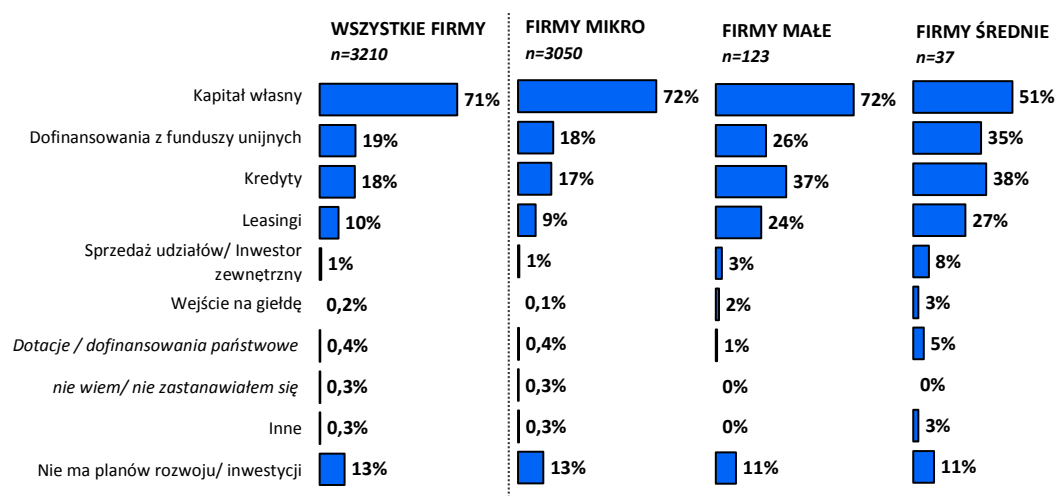
Korzystający ze źródeł zewnętrznych finansowania najczęściej deklarują posiadanie kredytów (głównie obrotowy – 39% z nich i inwestycyjny – 24%), zdecydowanie rzadziej na zakup nieruchomości (7%). Co piąta firma mikro i 23% małych deklaruje także posiadanie innych kredytów.



Rysunek 17. Posiadane obecnie kredyty lub leasingi

Plan rozwoju przedsiębiorstwa lub inwestycji deklaruje zdecydowana większość badanych przedsiębiorstw. Spójnie z odpowiedziami na temat finansowania zewnętrznego większość planuje sięgać po kapitały własne (71% ogółu badanych, firmy mikro i małe – po 72%, średnie – 54%). O kredyty oprócz rozwój zamierza 18% MŚP, o leasing – 10% (oba źródła finansowania są zdecydowanie bardziej popularne wśród firm małych i średnich). Przedsiębiorcy MŚP liczą także na dofinansowania z funduszy unijnych – aż 19% z nich, w tym około co czwarta firma mała i co trzecia średnia. Wśród tych ostatnich część (5%) liczy na ogólnie nazwane „dofinansowanie państwowe”. Kapitał inwestorów zewnętrznych dopuścić chcą zaledwie pojedyncze firmy.

W jaki sposób planują Państwo finansować dalszy rozwój firmy?



Rysunek 18. Planowane źródła finansowania rozwoju firmy

W deklaracjach finansowania przedsiębiorstw (zwłaszcza mikro) widoczna jest tendencja do opierania rozwoju o własne fundusze (71%) i unikania finansowania zewnętrznego.

Co piąte MŚP chętnie oparłoby rozwój o dotacje z funduszy unijnych (19%), niemal tyle samo o kredyty (18%), połowa rzadziej chce sięgać po leasing (10%).

Firmy mikro na ogół nie biorą pod uwagę dopuszczenia kapitału obcego – sprzedaży udziałów czy wejścia na giełdę. Spośród pozostałych MŚP największy odsetek planujących rozwój przez te instrumenty pojawia się w grupie firm średnich (łącznie 11%).

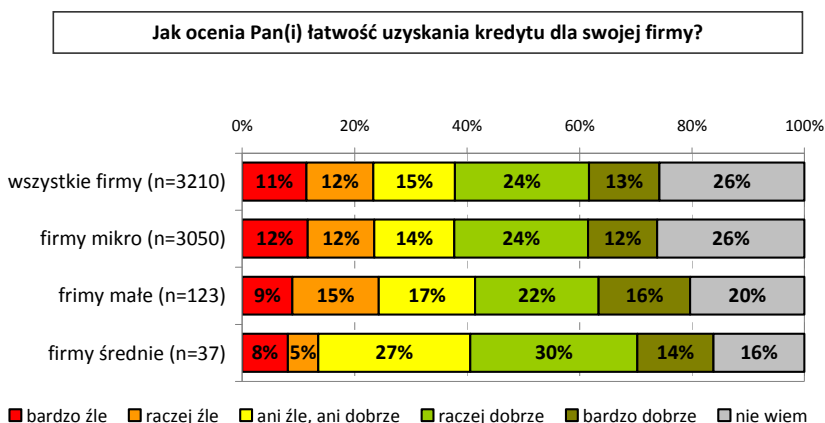
5.2.7. Korzystanie z kredytów/ leasingu

Znaczna część przedsiębiorców nie korzysta z kredytów czy leasingu, stąd wielu nie ma zdania na temat tego, na ile łatwo je uzyskać.

Doświadczenia na temat kredytów są prawdopodobnie bogatsze pozwalają bowiem wyrazić oceny trzem na czterech przedsiębiorców, leasing jest zdecydowanie słabiej znany – niemal połowa badanych nie potrafiła ocenić łatwości uzyskania go dla swojej firmy. W przypadku leasingu brak wiedzy może zwrócić poważnie przeszkadzać w rozważaniu go przy inwestycjach.

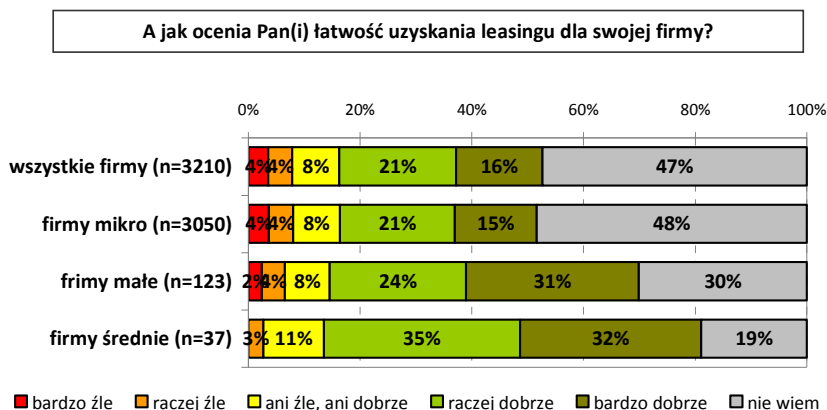
Przedsiębiorcy mieli zróżnicowane opinie na temat łatwości uzyskania kredytu dla swoich firm, 13% ogółu badanych uznało, że sytuacja w tym obszarze jest bardzo dobra, 24% - dobra, ale 11% ocenia ją bardzo źle, a kolejne 12% - raczej źle.

Relatywnie najlepiej oceniają łatwość uzyskania kredytu firmy średnie – 44% ocen pozytywnych, 13% - negatywnych.



Rysunek 19. Ocena łatwości uzyskania kredytu dla własnej firmy

Jeśli wziąć pod uwagę jedynie osoby wyrażające swoje oceny nt. uzyskania leasingu, widoczne jest przekonanie, że jest to dość łatwa do uzyskania forma finansowania (oceny „raczej dobrze” i „bardzo dobrze” stanowią łącznie 37% odpowiedzi, oceny negatywne – „bardzo źle” i „raczej źle” – 10%). Ponownie najbardziej pozytywne oceny wyrażały firmy średnie (łącznie 67% ocen pozytywnych), ale w przypadku leasingu też małe (55% ocen pozytywnych).



Rysunek 20. Ocena łatwości uzyskania leasingu dla własnej firmy

Znaczna część przedstawicieli MŚP nie ma opinii na temat łatwości uzyskania przez ich firmy kredytów (26%) czy leasingu (47%), co świadczy o małej wiedzy czy braku doświadczenia w tym obszarze. Dostępność leasingu dla MŚP wydaje się jednak w opinii pozostałych przedsiębiorców większa niż kredytu.

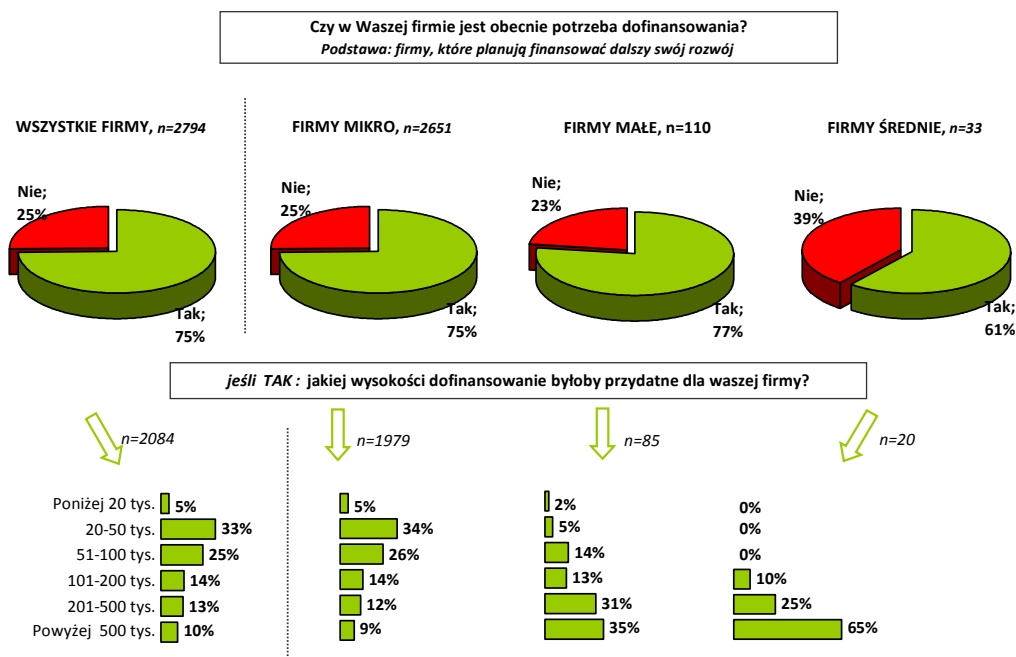
5.2.8. Potrzeby firmy w zakresie finansowania inwestycji/ bieżących potrzeb firmy

Trzy czwarte przedsiębiorstw planujących finansowanie dalszego rozwoju firmy odczuwa potrzeby finansowe z tym związane. Przy czym wielkość dodatkowego „zastrzyku” kapitałowego była określana na bardzo różnym poziomie i zależna od wielkości firmy.

„Lukę w finansach” przeznaczonych na inwestycje co trzecia firma mikro określa na 20-50 tys. zł, co czwarta na 51-100 tys. zł. Co dwudziesty z tej grupy potrzebuje zaledwie do 20 tys. zł. Pozostałym (łącznie 35%) przydałoby się dofinansowanie powyżej 100 tys. zł.

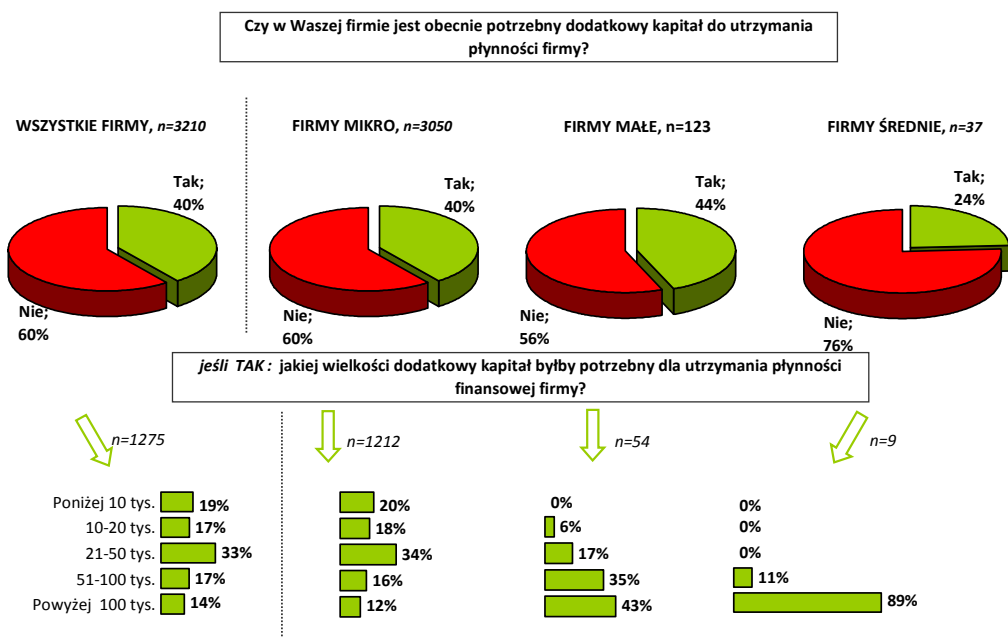
Firmy małe mają znacznie większe potrzeby – poniżej 100 tys. zł potrzebuje 21%, powyżej 200 tys. zł – aż 2/3 tych firm.

Firmy średnie wykazują zdecydowanie największe apetyty inwestycyjne – w tej grupie niemal 2/3 deklaruje potrzeby na poziomie powyżej pół miliona złotych, a co czwarta w przedziale 200-500 tys. zł.



Rysunek 21. Potrzeba dodatkowego kapitału dla finansowanie rozwoju firmy

Natomiast większość firm (60%) – zwłaszcza w grupie średnie (76%) - nie ma potrzeb związanych z utrzymaniem płynności finansowej. Pozostali potrzebowaliby dodatkowego kapitału podając zróżnicowane kwoty. Firmom średnim brakuje do utrzymania płynności ponad 100 tys. zł, małym – powyżej 50 tys zł, mikro – zwykle do 50 tys. zł (a co piątej pytanej w tej grupie nawet mniej niż 10 tys. zł).



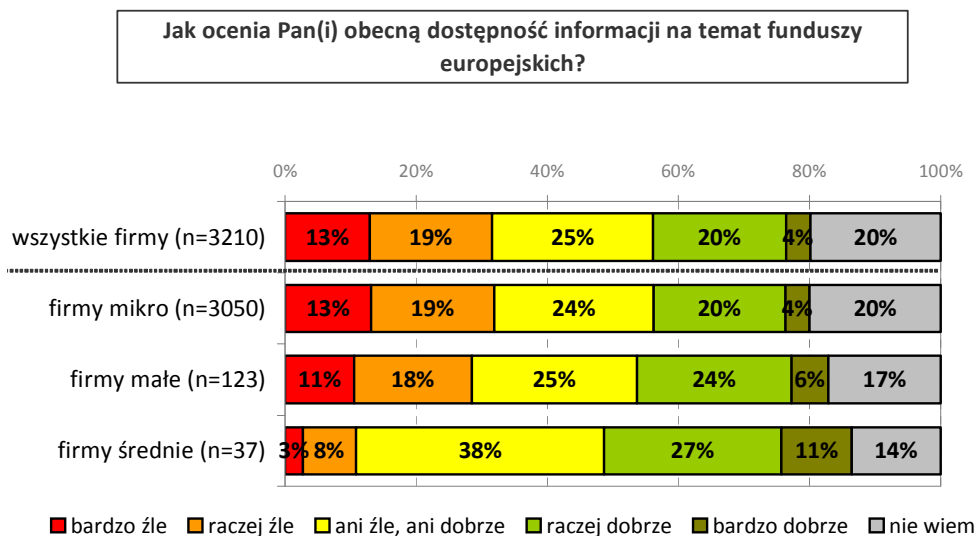
Rysunek 22. Potrzeba dodatkowego kapitału dla utrzymania płynności finansowej

Trzy czwarte MŚP planujących finansowanie dalszego rozwoju firmy odczuwa potrzeby finansowe z tym związane. Ponad połowie firm – głównie mikro - wystarczyłoby do 100 tys. zł, firmy średnie i małe swoje potrzeby zwykle określają na poziomie powyżej 200 tys. zł. Braki związane z płynnością finansową odczuwa 2/5 MŚP, przy czym kwoty pozwalające ją utrzymać lub poprawić dla większości firm lokują się poniżej 50 tys. zł.

5.3. Współpraca z instytucjami dysponującymi funduszami europejskimi

5.3.1. Ocena dostępności informacji na temat funduszy europejskich

Oceny dostępności informacji na temat funduszy europejskich sygnalizują spore niezadowolenie przedsiębiorców. Co ósmy uważa, że jest bardzo źle, co piąty - raczej źle (łącznie niezadowolonych – 32%). Pozytywnie ocenia sytuację jedna czwarta firm, przy czym tylko 4% uważa, że jest bardzo dobrze. Relatywnie najbardziej pozytywnie dostępność informacji na temat funduszy UE oceniają przedstawiciele firm średnich (to grupa firm najczęściej sięgających po dotacje – por. dane na następnych stronach). Aż 38% firm średnich daje tu oceny pozytywne, a jedynie 11% - negatywne. Osobną kwestią wartą zauważenia jest znaczna niewiedza przedsiębiorców na temat funduszy europejskich – co piąty nie potrafił ocenić, czy informacje na ich temat są łatwo czy trudno dostępne (co oznacza, że prawdopodobnie nie stykał się z nimi, np. nigdy ich nie poszukiwał).



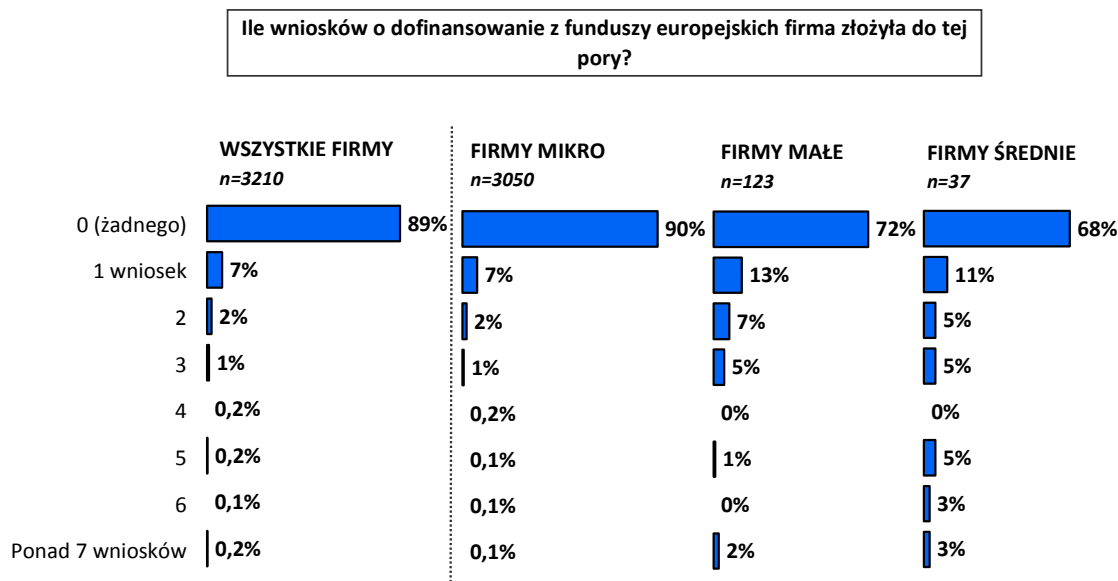
Rysunek 23. Ocena dostępności informacji na temat funduszy europejskich

Niemal 1/3 MŚP - głównie firm mikro i małych - jest niezadowolona z dostępności informacji na temat funduszy unijnych.

5.3.2. Wnioski o dofinansowanie z funduszy europejskich – składane, rozpatrzone pozytywnie

89% MŚP nie składało nigdy wniosków o dofinansowanie z funduszy unijnych. Pozostałe najczęściej składały tylko jeden wniosek (7%), rzadziej 2 (2%) lub więcej (pojedyncze firmy).

Większa liczba wniosków składana była głównie przez firmy małe i średnie.



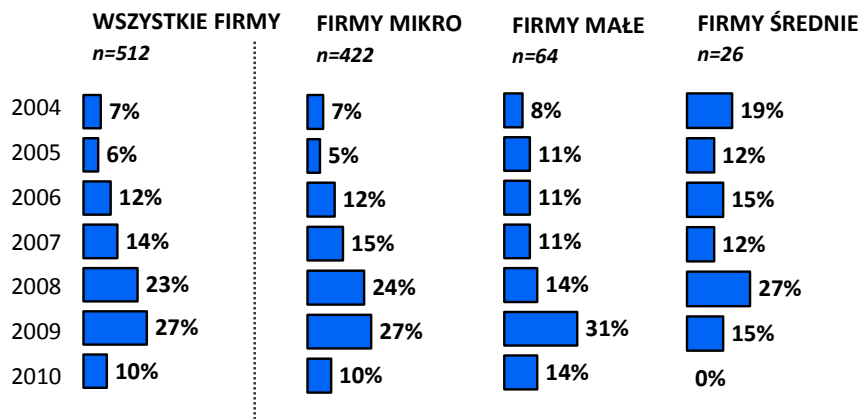
Rysunek 24. Deklarowana liczba wniosków o dofinansowanie z funduszy unijnych

W kolejnych wykresach zsumowano odpowiedzi dla wszystkich wniosków opisanych w wywiadach, podstawą jest zatem ogół wniosków złożonych przez badanych przedsiębiorców.

Relatywnie wiele wniosków złożono w ostatnich 3 latach – łącznie 60%. Co dziesiąty wniosek MŚP na Dolnym Śląsku złożono już w 2010 roku (wywiady zakończono w maju 2010, czyli realnie oznacza to, że złożono je w pierwszych 4-5 miesiącach roku). Biorąc pod uwagę wielkość firm wyraźnie widać, że małe i mikro firmy aktywizują się w ostatnich latach, zaś firmy średnie zmniejszyły w 2010 roku intensywność ubiegania się o dotacje unijne.

W którym roku składano wnioszek o dofinansowanie z funduszy europejskich?

Podstawa: wnioski złożone przez badane firmy

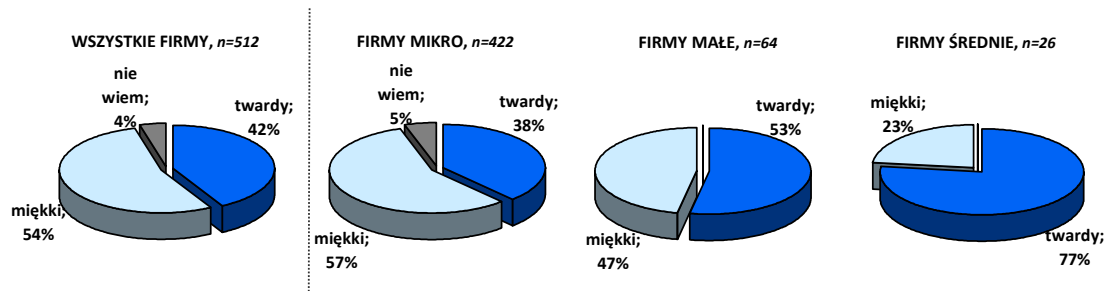


Rysunek 25. Rok złożenia wniosku

Spośród złożonych wniosków ponad połowa (54%) to wnioski „miękkie”, ale takie składały głównie firmy mikro (57%). Firmy małe i średnie zdecydowanie częściej ubiegały się o dotacje na inwestycje infrastrukturalne (małe – 53%, średnie – 77%).

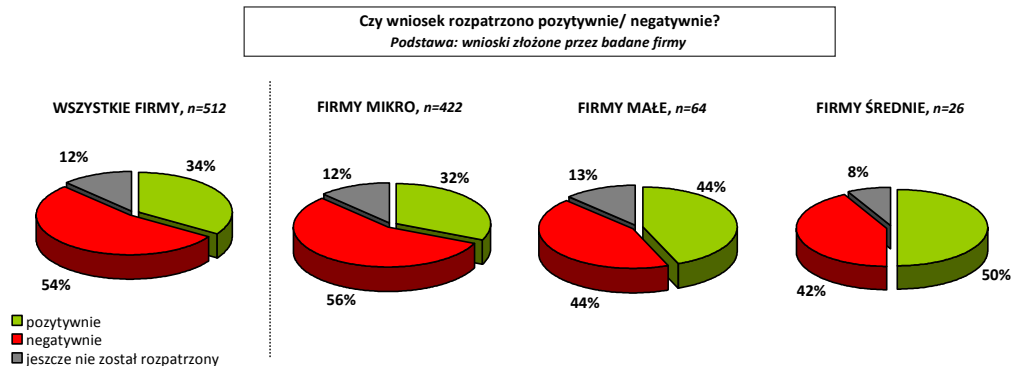
Czy to był projekt "twardy" (infrastrukturalny) czy "miękki" (np. z EFS)?

Podstawa: wnioski złożone przez badane firmy



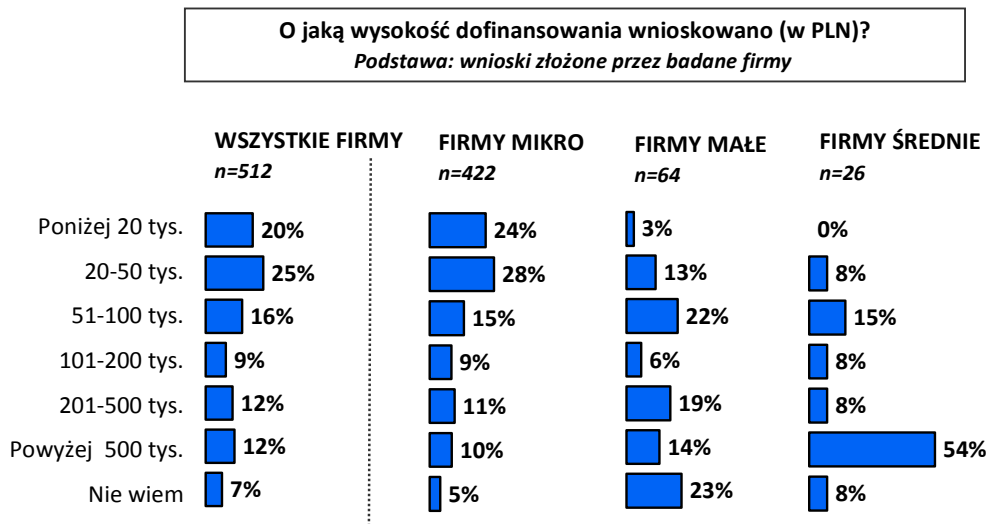
Rysunek 26. Odsetek wniosków „twardych” i „miękkich”

Skuteczność wniosków już rozpatrzonych (czyli odsetek wniosków rozpatrzonych pozytywnie do ogółu już rozpatrywanych wniosków) kształtuje się dla całości MŚP na poziomie poniżej 2/5, przy czym firmy małe deklarują większą skuteczność – na poziomie 50% (czyli spośród złożonych wniosków pozytywnie rozpatrzono 44%), a firmy średnie – nawet jeszcze wyższą (54%, spośród złożonych pozytywnie rozpatrzono 50%). Firmy mikro mają najniższą skuteczność (36%).



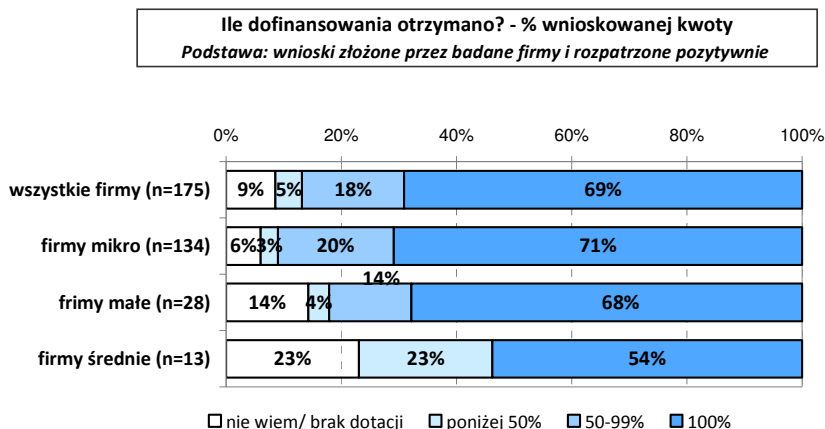
Rysunek 27. Skuteczność składanych wniosków

Znaczna część wniosków dotyczyła dotacji do 50 tys. zł (łącznie 45%), składały je głównie firmy mikro. Firmy małe wnioskowały raczej o większe kwoty (ponad 1/5 o dotację w granicach 51-100 tys. zł, a 1/3 nawet o kwoty powyżej 200 tys. zł). Ponad połowa firm średnich deklarowała wnioskowanie o kwoty powyżej 500 tys. zł. Pozostali ubiegali się o zróżnicowanej wysokości dotacje.



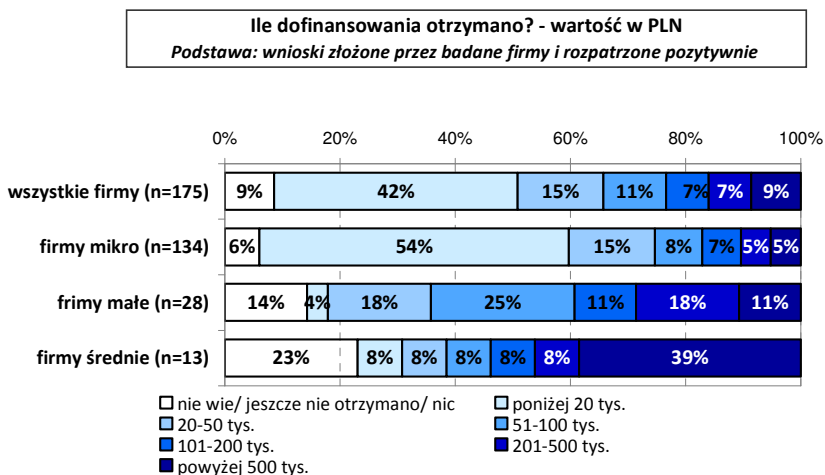
Rysunek 28. Wysokość wnioskowanej kwoty

Ostatecznie otrzymane dotacje nie zawsze są zgodne z wnioskowaną kwotą. Co prawda większość beneficjentów (69%) otrzymała 100% oczekiwanej dotacji, ale niemal co czwarty dostał tylko jej część (przy czym większość powyżej połowy wnioskowanej kwoty, a jedynie nieliczni mniej niż połowę). Część firm nie otrzymała dotacji mimo pozytywnego rozpatrzenia wniosku lub respondent nie miał o tym pełnej wiedzy.



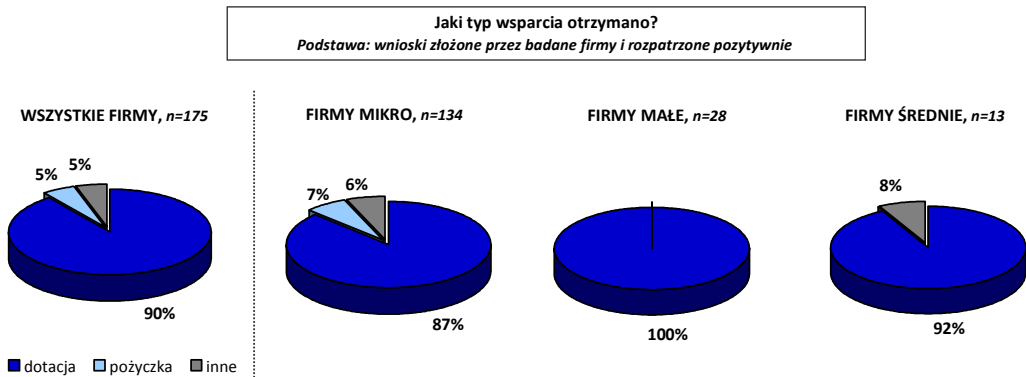
Rysunek 29. Otrzymane dofinansowanie jako % wnioskowanej kwoty

Ostatecznie otrzymane kwoty dotacji mieszczą się na ogół w granicach do 100 tys. zł dla firm mikro (77%), dla średnich przekraczają zaś ten poziom (pow. 100 tys. zł - 55% firm średnich).



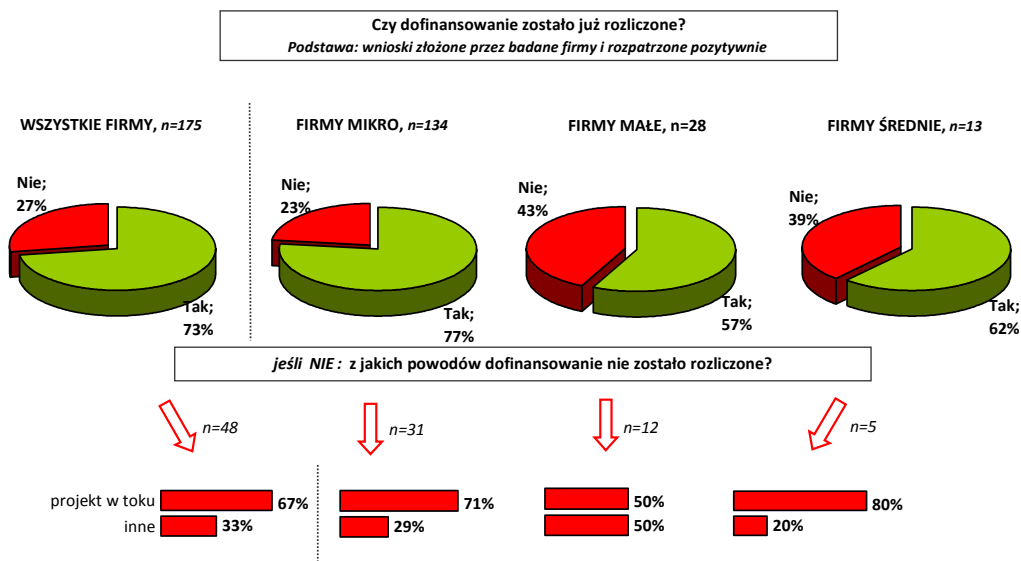
Rysunek 30. Otrzymane dofinansowanie w PLN

Zdecydowana większość beneficjentów (90%) otrzymała wsparcie w postaci dotacji, nieliczni wspominali tu o pożyczce (5% ogółu, tylko firmy mikro) lub innych formach wsparcia (5% ogółu, tylko firmy mikro i średnie).



Rysunek 31. Typ otrzymanego wsparcia

Większość wniosków rozpatrzonych pozytywnie (73%) została już według badanych rozliczona, ale ten odsetek jest zdecydowanie mniejszy wśród beneficjentów z firm małych (57%) i średnich (62%). Brak rozliczenia wniosku zwykle jest efektem aktywności projektu (jeszcze nie został zakończony).



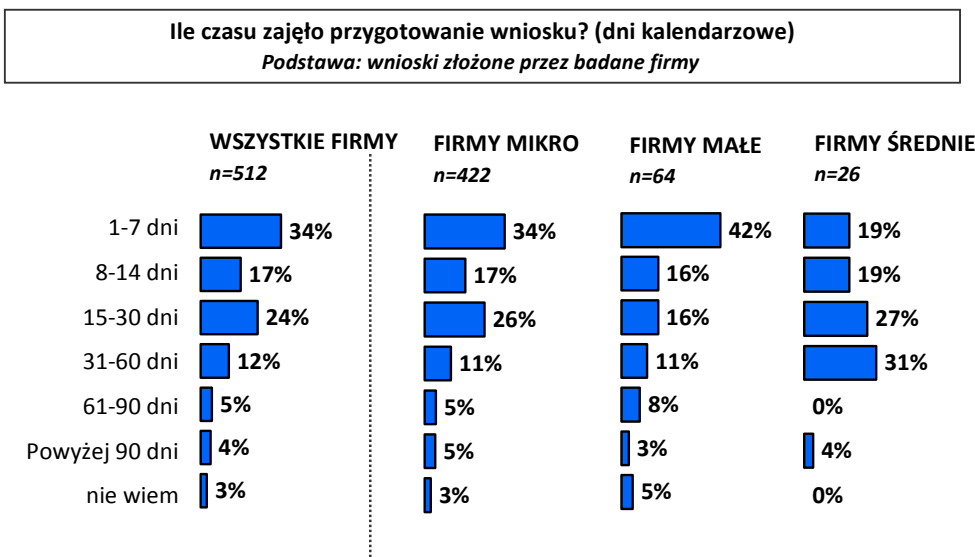
Rysunek 32. Dokonanie rozliczenia dofinansowania

89% MŚP nie składało nigdy wniosków o dofinansowanie z funduszy unijnych. Pozostałe najczęściej składały tylko jeden wniosek (7%), rzadziej 2 (2%) lub więcej (pojedyncze firmy) i głównie w minionych 3 latach (2007-2009 - niemal 2/3 wniosków). Co dziesiąty wniosek złożono już w 2010 roku. 54% to wnioski „miękkie” – firmy mikro składają ich zdecydowanie więcej niż „twardych”, firmy średnie – odwrotnie.

Dwa na pięć wniosków według deklaracji firm jest pozytywnie rozpatrywanych, ale nie zawsze wiąże się to z otrzymaniem oczekiwanego wsparcia – zwykle w formie dotacji (69% wnioskodawców deklarowało otrzymanie 100% wnioskowanej kwoty).

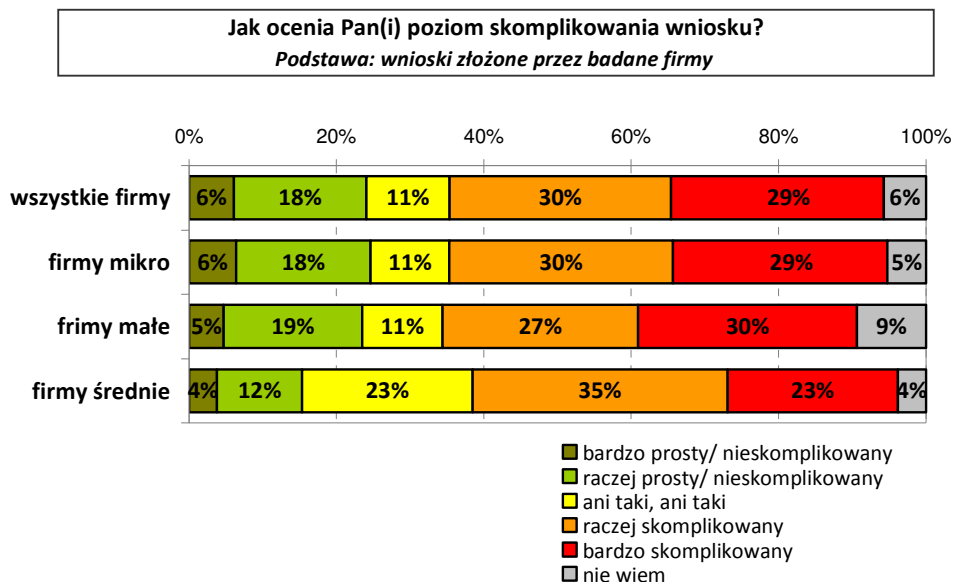
5.3.3. Korzystanie z pomocy przy składaniu wniosków

Przygotowanie wniosku zwykle jest procesem długotrwałym. Przeciętny okres przygotowania go to około miesiąca, najczęściej zajmowało to jednak do tygodnia (34% wniosków) lub 2-4 tygodnie (24%). Firmy mikro i małe deklarowały nieco krótszy czas przygotowania większości wniosków niż firmy średnie.



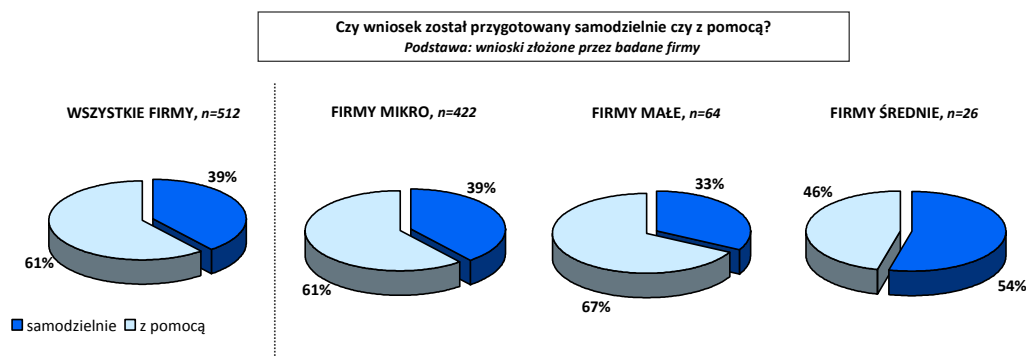
Rysunek 33. Czas poświęcony na przygotowanie wniosku

Wypełnienie wniosku prawdopodobnie jest trudne dla wnioskodawców. Niemal 3/5 wniosków zostało ocenionych jako skomplikowane (bardzo – 29%, raczej – 30%) i praktycznie w każdej grupie firm uzyskano podobne wyniki.



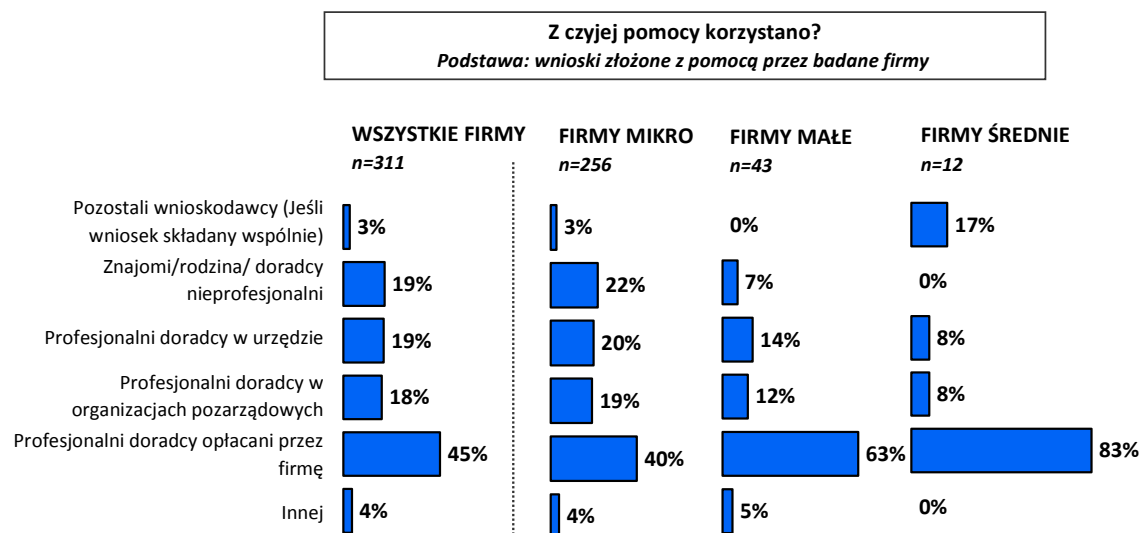
Rysunek 34. Ocena skomplikowanie wniosku

Nic dziwnego zatem, że większość wnioskodawców korzysta z pomocy przy wypełnianiu wniosków (61% wniosków przygotowano z pomocą innych, jedynie firmy średnie częściej deklarowały samodzielność w wypełnianiu wniosku – 54% – być może posiadając już odpowiednio przeszkolone służby wewnątrz przedsiębiorstwa).



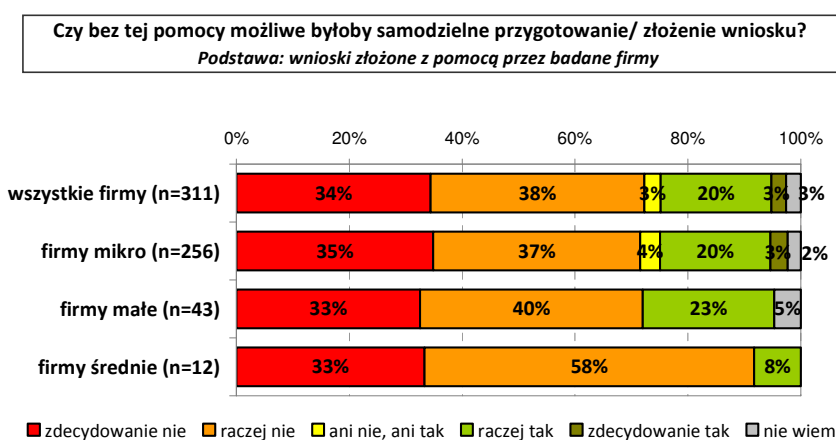
Rysunek 35. Korzystanie z pomocy przy wypełnianiu wniosku

Pomoc uzyskiwano przede wszystkim od profesjonalistów – opłacanych (45%), w urzędach (19%) lub NGO (18%). Jedynie co piąty wniosek wypełniano z pomocą rodziny lub innych nieprofesjonalistów. Korzystanie z opłacanych profesjonalistów może być jedną z przyczyn większej skuteczności wniosków firm średnich, sięgano po nich przy niemal wszystkich wnioskach przygotowywanych z pomocą w tej grupie firm (83%).



Rysunek 36. Doradcy wykorzystywani przy sporządzaniu wniosku

Firmy korzystające z pomocy innych dość zgodnie twierdzą, że bez niej wypełnienie wniosku byłoby niemożliwe (ok. ¼ firm mikro i małych, ale ponad 90% średnich).



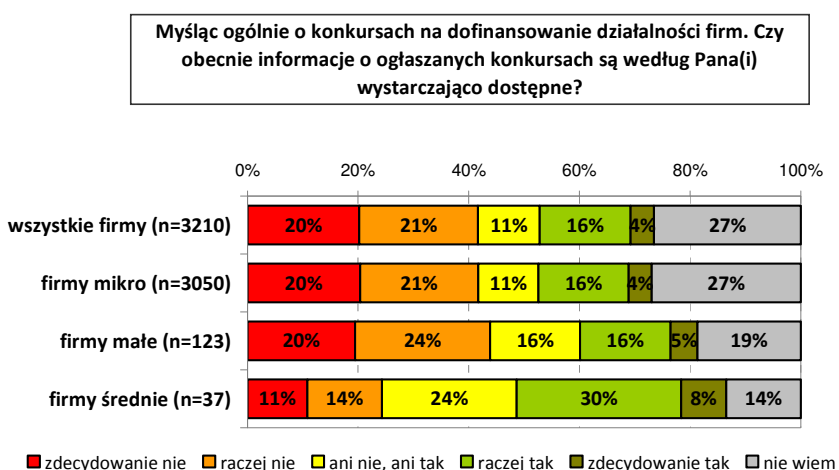
Rysunek 37. Korzystanie z pomocy przy wypełnianiu wniosku

Przygotowanie wniosku jest procesem długotrwałym (średnio zajmuje około miesiąca, na ogół jednak mniej). Sam wniosek oceniany jest jako skomplikowany i 3/5 wnioskodawców korzysta przy nich z pomocy oceniając na ogół, że była ona konieczna do jego przygotowania. Wnioskodawcy najczęściej sięgają przy tym po profesjonalnych doradców – bezpłatnych (w urzędach/ NGO - 37%) i płatnych (45%).

5.4. Dostępność i dostosowanie ogłaszanych konkursów na dofinansowanie w odniesieniu do rzeczywistych potrzeb przedsiębiorców

5.4.1. Ocena dostępności informacji o konkursach

Informacje o konkursach na dofinansowanie nie są wystarczająco dostępne według znacznej części przedsiębiorców (41% ocen negatywnych vs. 20% pozytywnych), przy czym dostępność informacji oceniają zdecydowanie najlepiej firmy średnie (38% z nich pozytywnie, jedynie 25% negatywnie). Ponad ¼ badanych przedsiębiorców nie potrafiła ocenić, na ile łatwo można uzyskać informacje o konkursach. Taka niewiedza ma zapewne przyczyny w braku doświadczeń, czy nieinteresowaniu się dotacjami, co ostatecznie może stanowić rzeczywistą barierę przy sięganiu po fundusze unijne.



Rysunek 38. Ocena dostępności informacji o konkursach na dofinansowanie firm

Podobnie jak ogólnie z dostępności informacji o funduszach unijnych MŚP – zwłaszcza firmy mikro i małe - są raczej niezadowolone z dostępności informacji o konkursach na dotacje z tych funduszy (2/5 badanych).

5.4.2. Preferowane źródła informacji o konkursach

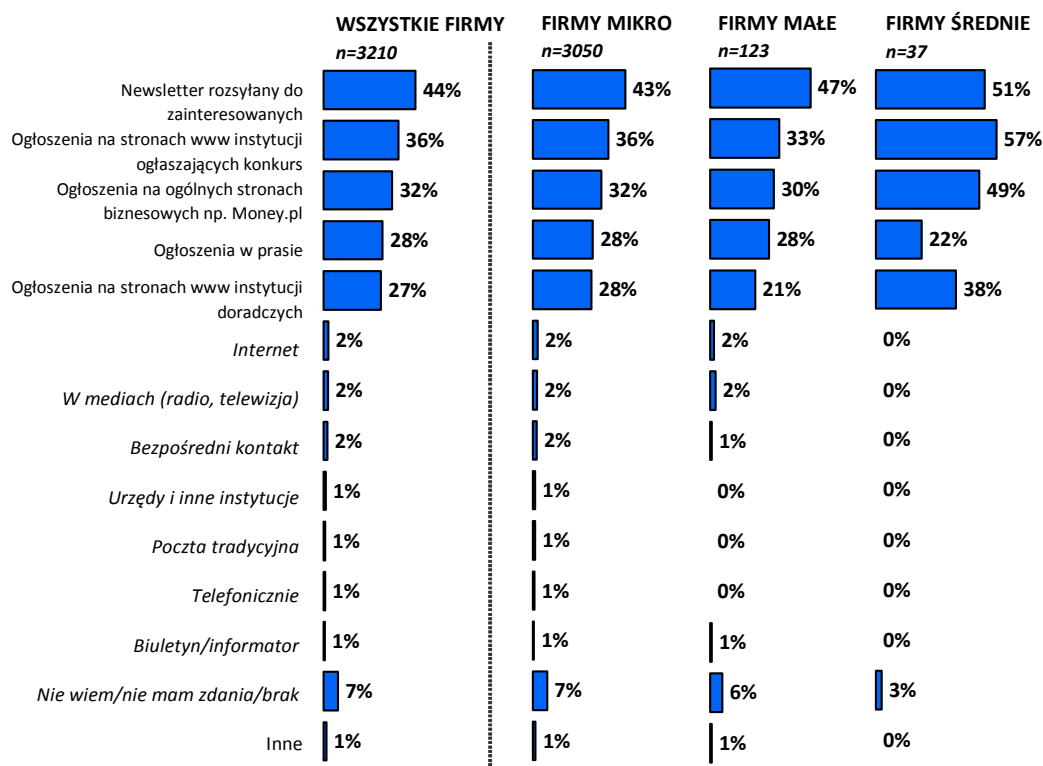
Dopytani o dobre drogi informowania o konkursach na dofinansowanie przedsiębiorcy sektora MŚP ujawnili akceptację dla ogłoszeń na stronach www ogłoszeniodawców (36%) jak też biznesowych (32%), czy doradczych (27%), ale największy odsetek wskazań dotyczył newslettera rozsyłanego do zainteresowanych (44%).

(Może to oznaczać, że otrzymywanie informacji – zwłaszcza oczekiwanych i zamówionych - jest bardziej atrakcyjne niż samodzielne poszukiwanie ich w Internecie. Prawdopodobnie część przedsiębiorców (zwłaszcza w firmach mikro o ograniczonym zatrudnieniu lub bez pracowników) nie ma czasu na samodzielne wyszukiwanie konkursów. Firmy średnie często mają do tego specjalne służby - lub przydzielają zadania w tym zakresie - i już znaczne doświadczenie, są zatem zainteresowane nawet bardziej ogłoszeniami organizacji ogłaszającej konkurs (57%) niż newsletterem (51%).)

Relatywnie niewielkim zainteresowaniem cieszyłyby się ogłoszenia o konkursach w prasie. W całości badanych 28% wskazywało tę możliwość (ten sam poziom w grupie firm mikro i małych), firmy średnie nieco rzadziej akceptowały prasę (22%).

Niektórzy badani spontanicznie wskazywali także inne drogi informowania o konkursach; ich odpowiedzi zakodowano i wyróżniono na wykresie. Wśród tych kanałów informacji pojawiały się zarówno media ogólne (Internet, radio, TV) jak też kontakty osobiste, ogłoszenia w samych urzędach, przekazywanie informacji pocztą tradycyjną lub telefonicznie, a nawet specjalne biuletyny.

Jakie źródła informacji o konkursach na dofinansowanie są według Pana(i) najlepsze?



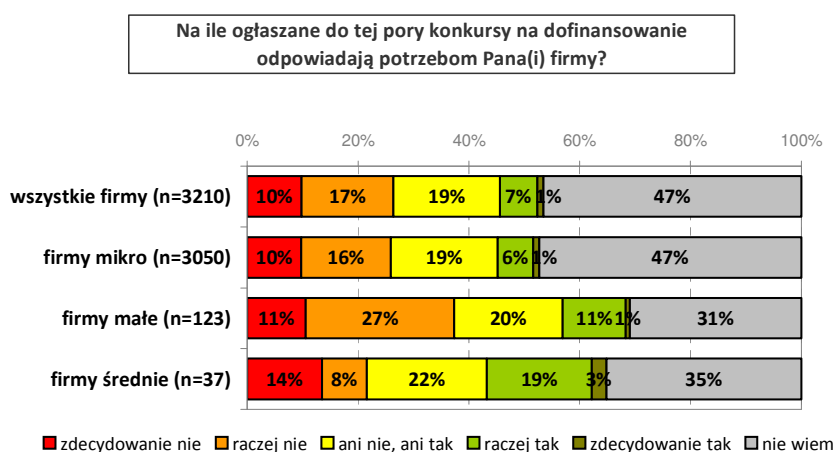
Rysunek 39. Preferowane kanały informacji o konkursach na dofinansowanie

Spośród różnych kanałów informowania MŚP o konkursach na dofinansowanie największym zainteresowaniem – zwłaszcza wśród firm mikro – cieszył się newsletter rozsyłany do zainteresowanych (44%). Akceptację zyskał także pomysł ogłoszeń na stronach www ogłoszeniodawców (36%) jak też biznesowych (32%), czy doradczych (27%). Ogłoszenia o konkursach w prasie były interesujące dla 28% badanych.

5.4.3. Adekwatność ogłaszanych konkursów do potrzeb przedsiębiorców / niezrealizowane potrzeby

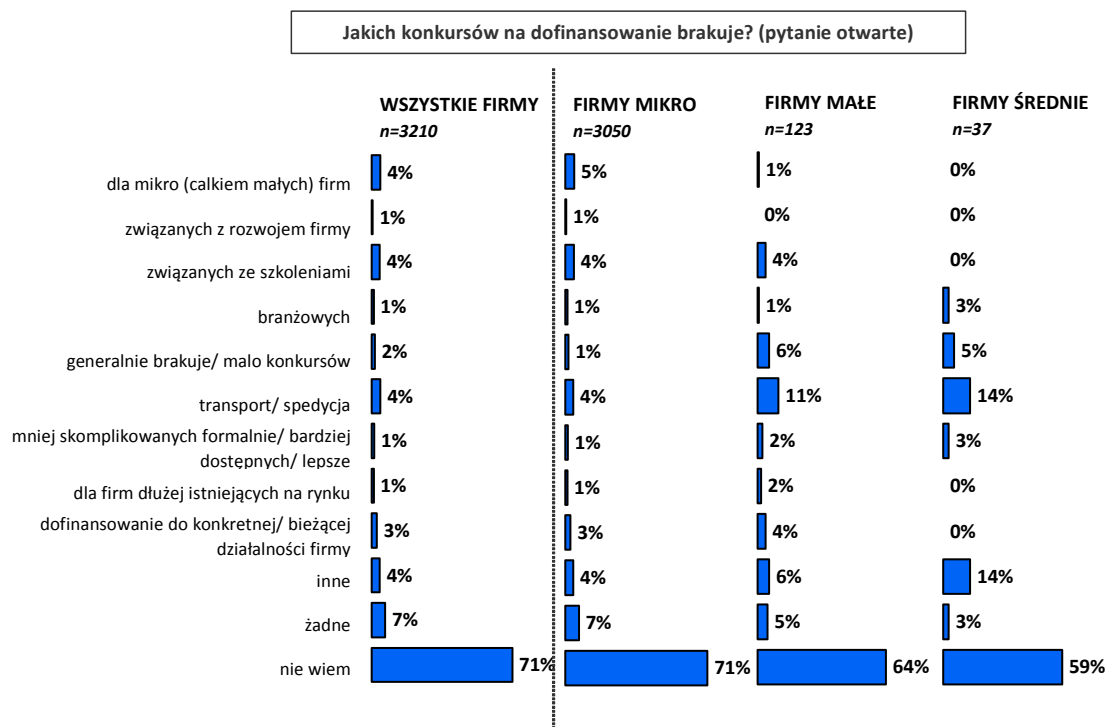
Niemal połowa przedsiębiorców (47%) nie potrafi ocenić, czy dotychczasowe konkursy na dofinansowanie były odpowiednie dla nich czy nie. Odsetek nie mających zdania jest znacznie większy w gronie firm mikro (47%) niż małych (31%) i średnich (35%).

Spośród pozostałych znaczna część ma zastrzeżenia do treści ogłaszanych konkursów (łącznie 27% badanych). Relatywnie największe niezadowolenie zanotowano wśród firm małych (38%). Firmy średnie ujawniły najbardziej zróżnicowane oceny – 22% uważa, że konkursy nie trafiają w ich potrzeby, i tyle samo, że jednak są adekwatne do potrzeb.



Rysunek 40. Ocena adekwatności ogłaszanych konkursów na dofinansowanie do potrzeb firmy

Dopytani o niezrealizowane potrzeby w zakresie konkursów na dofinansowanie badani w przeważającej części (71%) nie potrafili ich określić. Pozostali podawali bardzo zróżnicowane oczekiwania – zarówno formalne (np. typu beneficjenta) jak treściowe (np. dla określonych branż/ określony przedmiot, jak np. szkolenia/ nieruchomości). Relatywnie wiele firm we wszystkich grupach wielkości zgłaszało potrzebę wprowadzenia konkursów na dofinansowania w obszarze transport/ spedycja (4% ogółu i firm mikro, 11% firm małych i 14% firm średnich).



Rysunek 41. Deklarowane potrzeby w zakresie konkursów na dofinansowanie

Co czwarte MŚP ma zastrzeżenia do treści ogłaszanych konkursów na dofinansowanie, 8% ocenia je raczej pozytywnie, pozostali (niemal połowa firm) nie ma zdania na ten temat. Przedstawiciele firm podawali bardzo zróżnicowane oczekiwania co do treści konkursów – zarówno formalne (np. typu beneficjenta) jak treściowe (np. dla określonych branż/ określony przedmiot jak, np. szkolenia/ nieruchomości), ale niemal 4/5 nie potrafiło określić swoich oczekiwań lub ich nie miało.

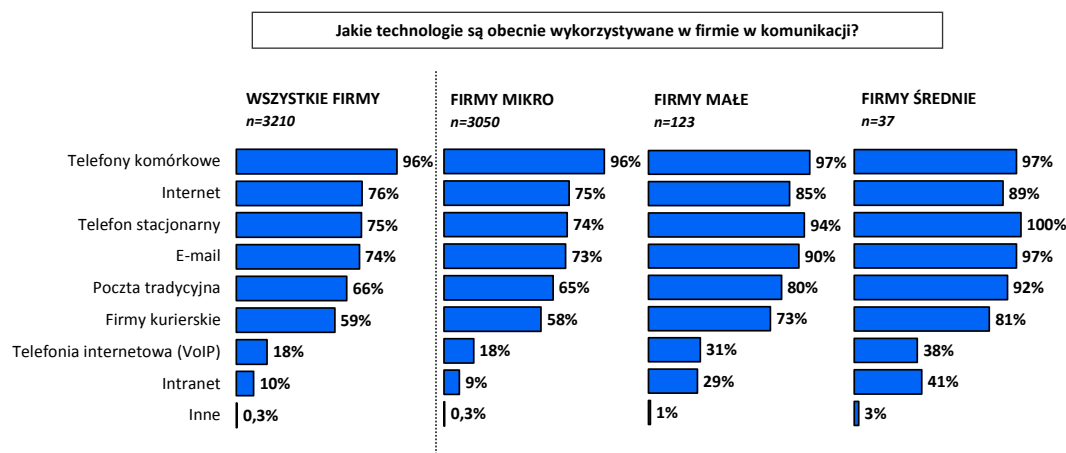
5.5. Stopień z informatyzowania i wykorzystywania nowych technologii w codziennej komunikacji

Najbardziej powszechnie stosowana technologia komunikacji to telefonia komórkowa – wykorzystuje ją 96% MŚP. Inne technologie są wykorzystywane w mniejszym stopniu, ale też powszechnie. 76% korzysta do komunikowania się z Internetu (choć dostęp deklarowało 87%), niemal tyle samo (74%) z poczty mailowej. Telefon stacjonarny generalnie przegrywa z komórkowym, ale w grupach małych i średnich firm korzysta z niego niemal każde przedsiębiorstwo (mikro – jedynie 74%).

Poczta tradycyjna i kurierzy są oczywiście wykorzystywani, ale odsetek ich klientów nie przekracza 2/3 w grupie mikro. W większych firmach popularność poczty jest znacznie większa (do 92% wśród firm średnich).

Relatywnie słabo używana jest telefonia internetowa. Technologie VoIP stosuje jedynie 18% badanych, w tym firmy mikro zdecydowanie rzadziej (18%) niż małe (31%) czy średnie (38%).

Intranet jest stosowany raczej przy większym zatrudnieniu, w firmach mikro jest dość rzadki (9%), w małych (29%) i średnich (41%) wyraźnie częstszy.

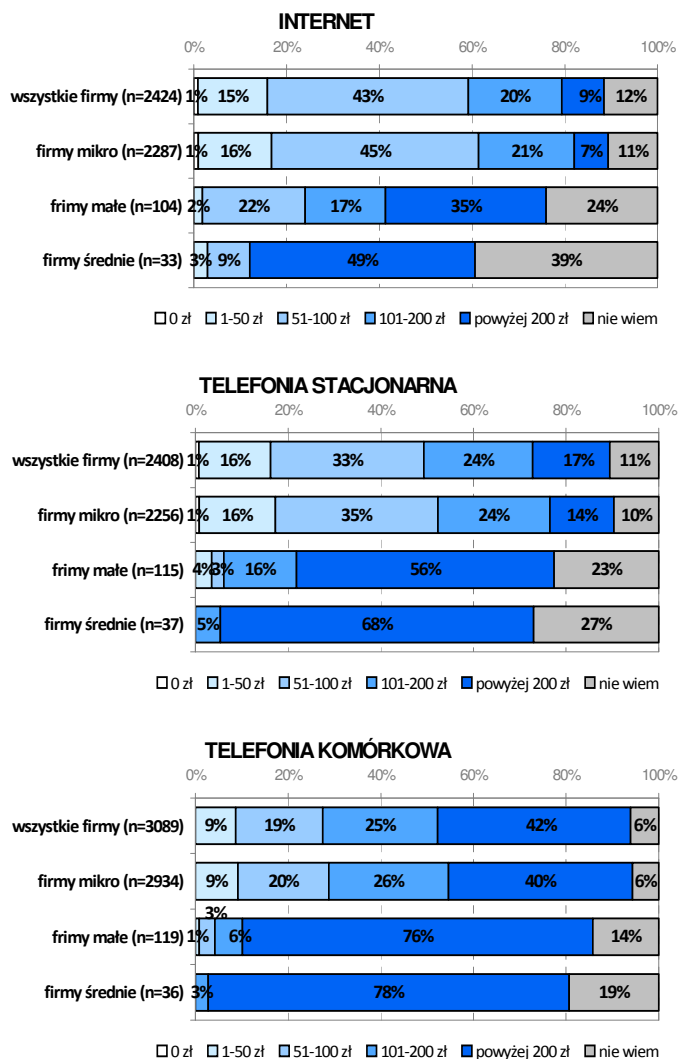


Rysunek 42. Technologie komunikacji w MŚP

Najbardziej powszechnie stosowana przez MŚP technologia komunikacji to telefonia komórkowa – wykorzystuje ją 96% tych firm. 76% korzysta do komunikowania się z Internetu (choć dostęp deklarowało 87%), niemal tyle samo (74%) z poczty mailowej. Telefon stacjonarny generalnie przegrywa z komórkowym, ale w grupach małych i średnich firm korzysta z niego niemal każde przedsiębiorstwo (mikro – jedynie 74%). Technologie VoIP stosuje 18% badanych, częściej małe (31%) czy średnie (38%) firmy.

Znacząca część przedsiębiorców, zwłaszcza w firmach średnich, nie potrafi określić wielkości wydatków na technologie komunikacyjne. Trudność sprawia szczególnie określenie kosztów Internetu. Pozostali podają zróżnicowane kwoty skorelowane z wielkością firmy.

Jakie są przeciętne wydatki miesięczne Waszej firmy, na usługi telekomunikacyjne (netto)? Podstawa: korzystający z danej technologii



Rysunek 43. Wydatki miesięczne na różne technologie komunikacji

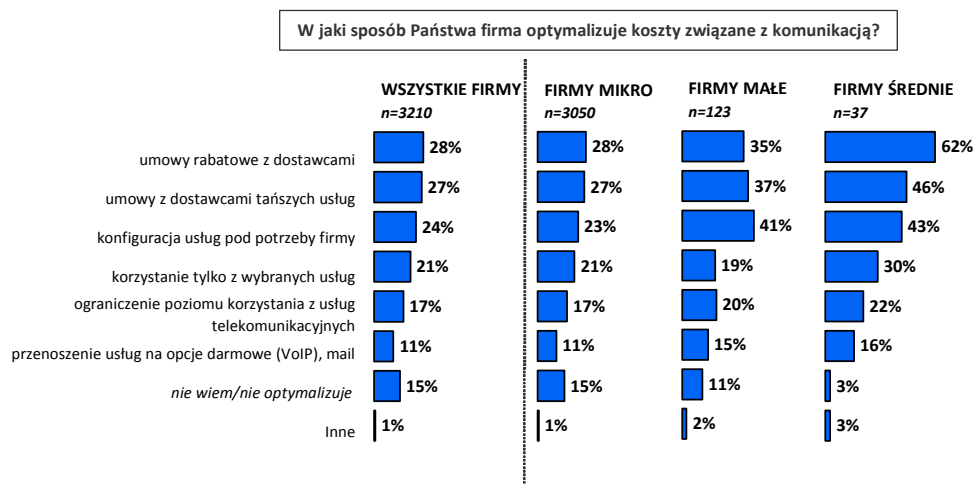
Biorąc pod uwagę trzy główne technologie służące do komunikacji MŚP relatywnie najmniej wydają na Internet (średnia miesięcznych wydatków netto dla ogółu firm 155 zł), najwięcej na telefony komórkowe (średnio miesięcznie 379 zł). Wydatki rosną wraz z wielkością firmy – firmy mikro deklarują wydatki 8-13 razy mniejsze niż firmy średnie.

Suma przeciętnych wydatków (dla firmy stosującej wszystkie technologie) może stanowić już poważny koszt – dla firm mikro to ok. 650 zł, ale dla firm średnich – powyżej 6000 zł.

Średnia wydatków w zł na wybrane technologie (dla firm korzystających z danej technologii i podających poziom wydatków)	Ogółem	Rodzaj firmy		
		mikro ogółem	małe ogółem	średnie ogółem
Jakie są przeciętne wydatki miesięczne (netto) Waszej firmy, na Internet	155	136	424	1057
Jakie są przeciętne wydatki miesięczne (netto) Waszej firmy, na usługi telefonii stacjonarnej (bez Internetu)	221	174	663	2356
Jakie są przeciętne wydatki miesięczne (netto) Waszej firmy, na usługi telefonii komórkowej (bez Internetu)	379	326	1176	2690
<i>Hipotetyczne wydatki łączne przeciętnej firmy (suma wydatków średnich)</i>	755	636	2263	6103

Tabela 10. Średnie wydatki miesięczne na wybrane technologie komunikacji

Dopytani o sposoby optymalizacji kosztów komunikacji w firmie badani na ogół wskazywali co najmniej jedną z technik wymienionych na liście odpowiedzi (można było wskazać kilka dlatego odsetki na wykresie nie sumują się do 100%). Przy czym firmy średnie i małe częściej stosują równolegle wiele sposobów, firmy mikro na ogół ograniczają się do jednej tylko techniki. 15% ogółu firm (głównie jednak mikro i małe, tylko jedna średnia) deklaruje brak dokonywania jakichkolwiek zabiegów mających ograniczyć koszty komunikacji.



Rysunek 44. Sposoby optymalizacji kosztów komunikacji w firmie

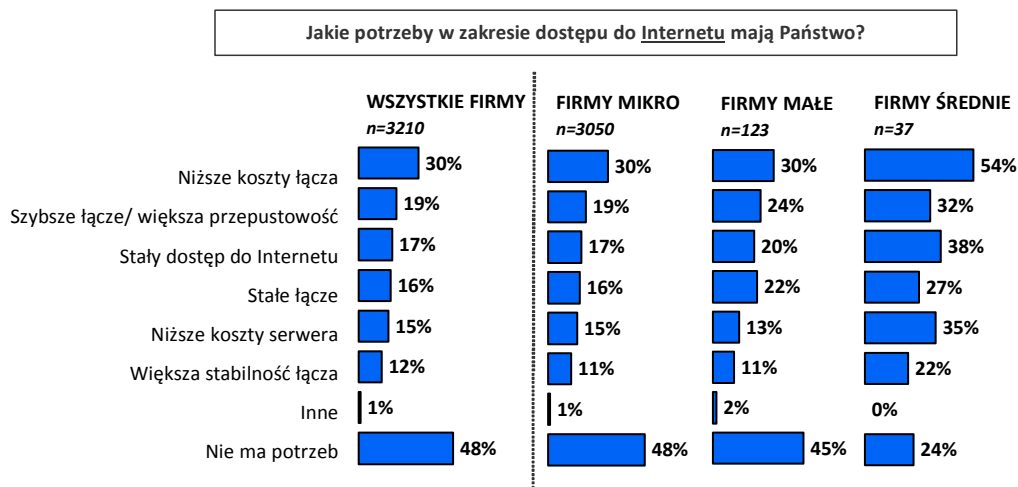
Przedsiębiorcy ograniczając koszty raczej starają się dostosować usługi pod swoje potrzeby lub zmieniają umowy/ dostawców niż ograniczają korzystanie z usług. Widoczne jest to szczególnie w firmach średnich mających prawdopodobnie mocniejszą pozycję wobec dostawców usług telekomunikacyjnych (np. niemal 2/3 zawiera np. umowy rabatowe z dostawcami).

Relatywnie najslabiej wykorzystywaną możliwością ograniczania kosztów jest przenoszenie usług na opcje darmowe, np. na mail czy VoIP (w ogóle firm - 11%, w każdej grupie firm najmniejszy odsetek wskazań). Przyczyną słabego wykorzystywania darmowych możliwości komunikacji mogą być ograniczenia prawne (np. nieważność dokumentów przesyłanych mailem) lub niezajomość/ brak zaufania do technologii takich jak telefonia internetowa.

Przedsiębiorcy ograniczając koszty raczej starają się dostosować usługi pod swoje potrzeby (24%) lub zmieniają umowy (28%)/ dostawców (27%) niż ograniczają korzystanie z usług (łącznie 38%).

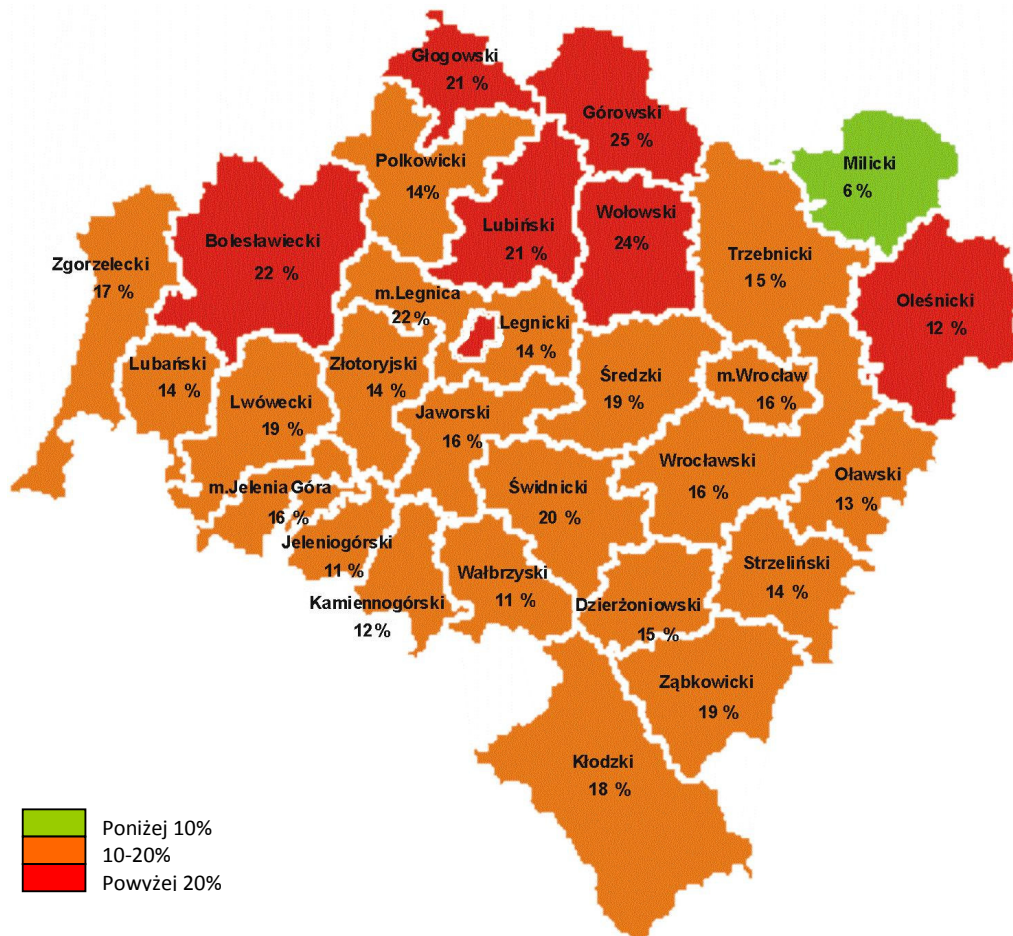
Niemal połowa badanych (48%) nie zgłasza niezaspokojonych potrzeb w dostępie do Internetu. Ten odsetek jest podobny w gronie firm mikro (48%) i małych (45%), ale dwukrotnie większy niż wśród firm średnich (24%). Oznacza to, że te ostatnie mają lepszy wgląd we własne potrzeby lub, że ich potrzeby w zakresie Internetu są większe.

Spośród problemów określonych w pytaniu najczęściej wskazywano niższe koszty łącza (30% ogółu, aż 54% firm średnich). Inne potrzeby dotyczyły jakości łącza (stałe, szybsze, bardziej stabilne) czy samego dostępu do Internetu (17%). Część firm zgłaszała także problem z wysokimi kosztami serwera.



Rysunek 45. Potrzeby MŚP w zakresie dostępu do Internetu

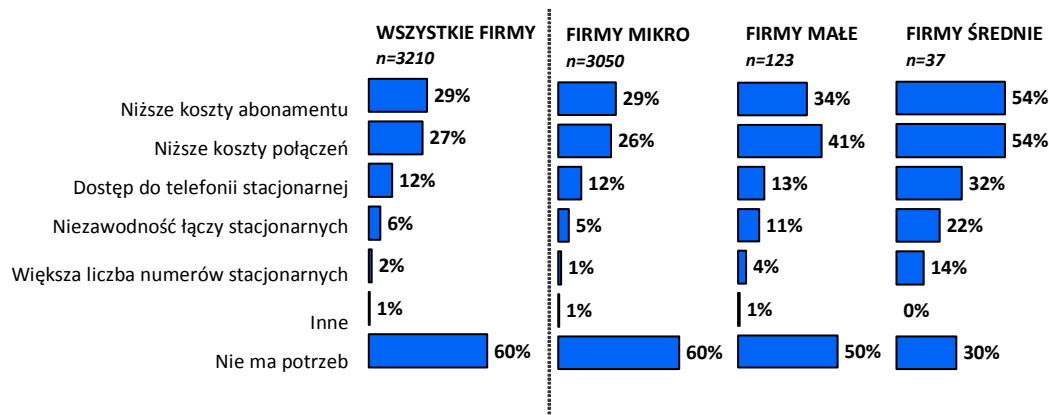
Zgłaszający potrzebę stałego łącza



Rysunek 46. Zgłaszający potrzebę dostępu do stałego łącza (opracowanie własne)

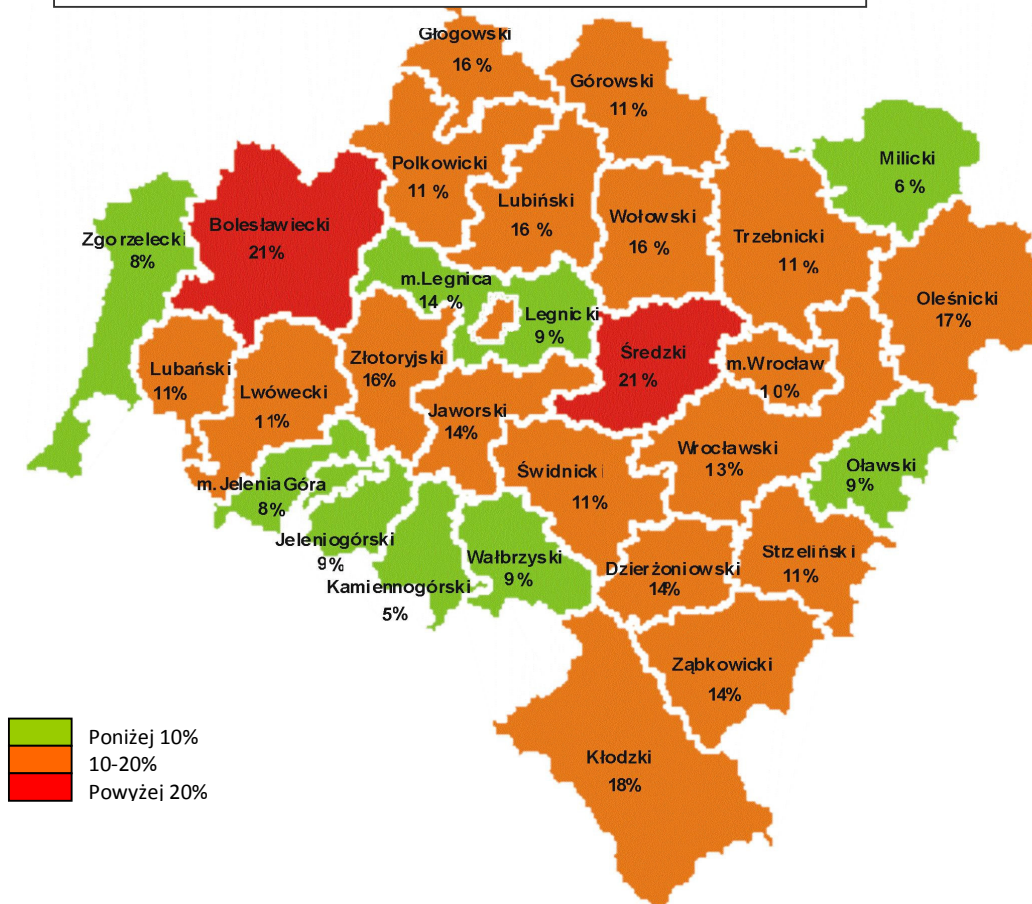
Aż 3 na 5 badanych deklarowało zupełne zaspokojenie potrzeb w zakresie telefonii stacjonarnej. Zgłoszenia od pozostałych w zasadzie ograniczają się do obniżania kosztów – połączeń (27%) i abonamentu (29%). Tak tradycyjna technologia raczej powinna być dostępna, ale zdumiewająco duży odsetek przedsiębiorców (12%) zgłasza problem z dostępem do niej. Generalnie nie było różnic w tym zakresie między miejscowościami o różnej wielkości, natomiast różnice pojawiły się między badanymi powiatami. Relatywnie duże odsetki odpowiedzi wskazujących na potrzebę posiadania dostępu do telefonii stacjonarnej zanotowano w powiatach: bolesławiecki (21%), średzki (21%).

Jakie potrzeby w zakresie telefonii stacjonarnej mają Państwo?



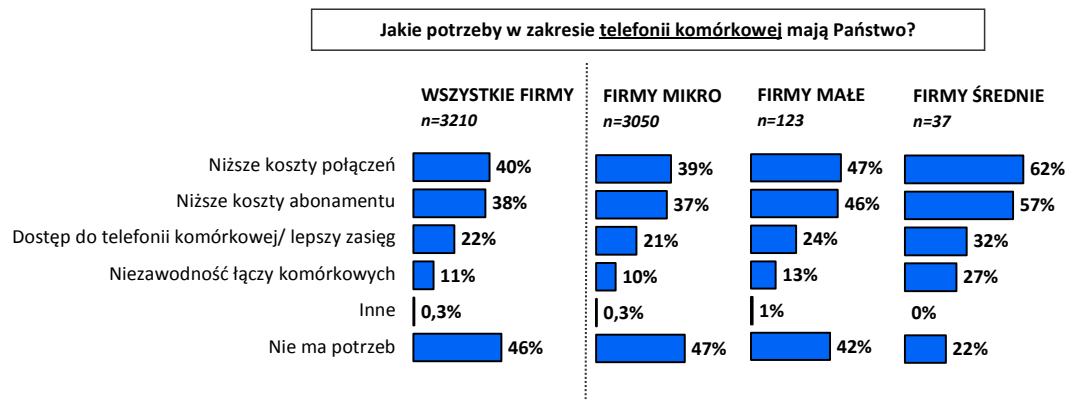
Rysunek 47. Potrzeby MŚP w zakresie telefonii stacjonarnej

Zgłaszający potrzebę dostępu do telefonii stacjonarnej



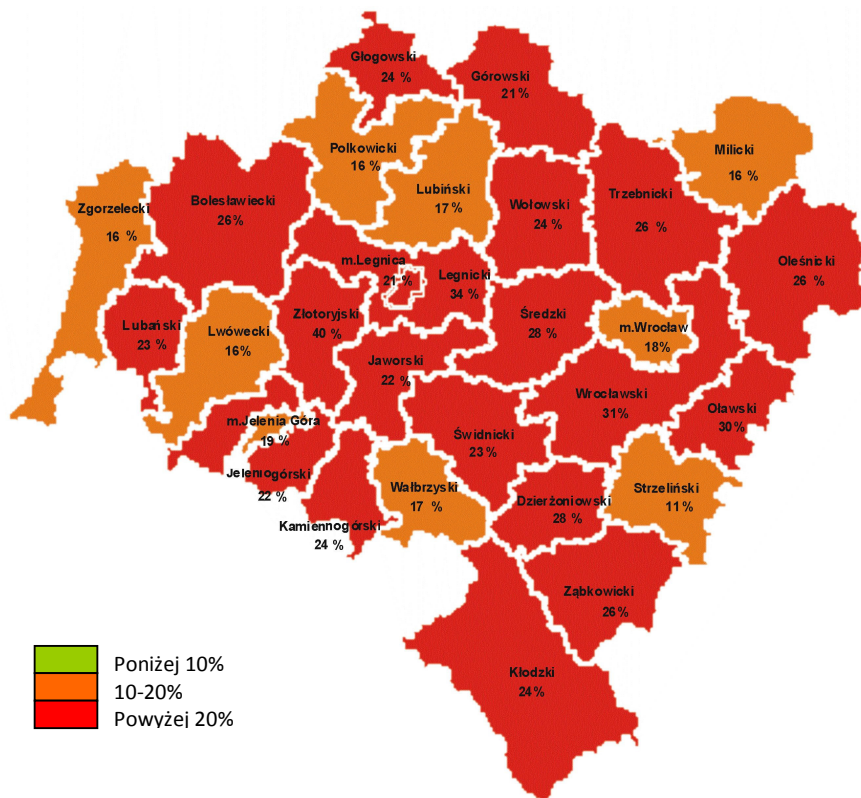
Rysunek 48. MŚP zgłaszające potrzebę dostępu do telefonii stacjonarnej w powiatach (opracowanie własne)

W zakresie telefonii komórkowej przedsiębiorcy także oczekują głównie obniżenia kosztów połączeń (40%) i abonamentu (38%), co piąty badany ma obecnie problem z zasięgiem lub dostępem do telefonii mobilnej. 46% firm nie zgłasza żadnych potrzeb co do telefonii komórkowej.



Rysunek 49. Potrzeby MŚP w zakresie telefonii komórkowej

Zgłaszający potrzebę dostępu do telefonii komórkowej/ lepszego zasięgu



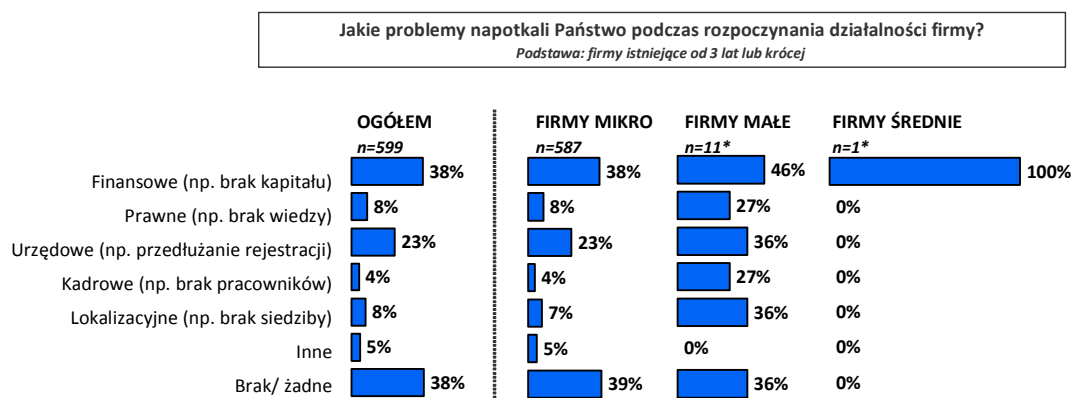
Rysunek 50. Zgłaszający potrzebę dostępu do telefonii komórkowej/ lepszego zasięgu (opracowanie własne)

MŚP wśród potrzeb w zakresie głównych technologii komunikacji zwykle zgłaszają przede wszystkim obniżenie kosztów (stałych jak abonament i zmiennych jak połączenia). Znaczna część jednak chciałaby mieć dostęp do tych usług: do stałego łącza internetowego – 16% lub stały dostęp do Internetu – 17%, do telefonii stacjonarnej – 12%, do telefonii komórkowej (lub poprawa jej zasięgu) – 22%.

5.6. Problemy i bariery zauważane przez przedsiębiorców

Przedsiębiorców działających od niedawna na rynku, tj. od maksimum 3 lat (mających jeszcze dość aktualne doświadczenia z okresu powstawania firmy) dopytano o problemy, jakie napotkali przy **rozpoczynaniu działalności**. Większość pytanych to firmy mikro (98%), w grupie firm o tak krótkim okresie działalności znalazła się tylko jedna firma średnia i 11 firm małych (2%). Ze względu na możliwość porównywania danych między grupami wyniki przedstawiono w postaci % odpowiedzi, należy jednak pamiętać o małej podstawie do analiz w przypadku firm małych i średnich.

Reprezentanci najmniejszych firm – mikro - (często właściciele) narzekali głównie na problemy finansowe (38% z nich) i przeszkody urzędowe (23%). Przedsiębiorcy mieli wskazać z podobną częstością wszystkie przeszkody wymienione w pytaniu – najczęściej jednak także finansowe (46%). Przedstawiciel pytanej firmy średniej wskazał jedynie na przeszkody natury finansowej.



**) mimo małej podstawy wyniki przedstawiono dla porównania w %*

Rysunek 51. Problemy napotykanne przy rozwoju działalności firmy

Reprezentanci najmłodszych firm (mających do 3 lat) – głównie firmy mikro - zapytani o przeszkody jakie napotkali przy rozpoczynaniu działalności narzekali przede wszystkim na problemy finansowe (38% z nich) i przeszkody urzędowe (23%). 38% nie pamięta barier czy przeszkód z tego okresu.

Sprawdzono także, jakie problemy wszystkie badane firmy zauważają obecnie – w bieżącej działalności. Ich wypowiedzi zebrano w kategorii nadrzędne i zliczono.

Jedynie 6% przedsiębiorców (głównie wśród firm mikro) nie widzi żadnych problemów czy zagrożeń.

Biorąc pod uwagę częstość zgłaszanych problemów można wskazać kilka głównych obszarów istotnych dla przedsiębiorców sektora MŚP:

– środki finansowe

Problemem są środki na bieżącą działalność – zgłasza ten problem 1/3 firm, ale większym – środki na rozwój firmy (45%).

– prawo

Częste zmiany przepisów i ich skomplikowanie wskazywało jako poważny problem dla firmy ok. 1/3 badanych, w firmach małych i średnich - niemal połowa.

– konkurencja i rynek

Przeszkodą w działalności wielu firm jest niewystarczający popyt (44%) i walka konkurencyjna o klienta (38%, wśród firm średnich – aż 57% wskazań). Dla ok. 1/5 firm problemem jest nieuczciwość klientów i/ lub partnerów biznesowych.

Interesującym problemem okazuje się także w tym obszarze wymóg rozwoju spostrzegany przez co piątego przedsiębiorcę jako konieczność wymuszona rynkiem/ konkurencją. Zapewne stwarza to konieczność ponoszenia wydatków na nowości czy ulepszenia i nie pozwala na stabilizację firmy.

– wsparcie

Co czwarty przedsiębiorca wskazuje także na brak dostatecznego wsparcia ze strony samorządu, a co piąty – na brak wsparcia ze strony organizacji przedsiębiorców.

– urzędy/ podatki

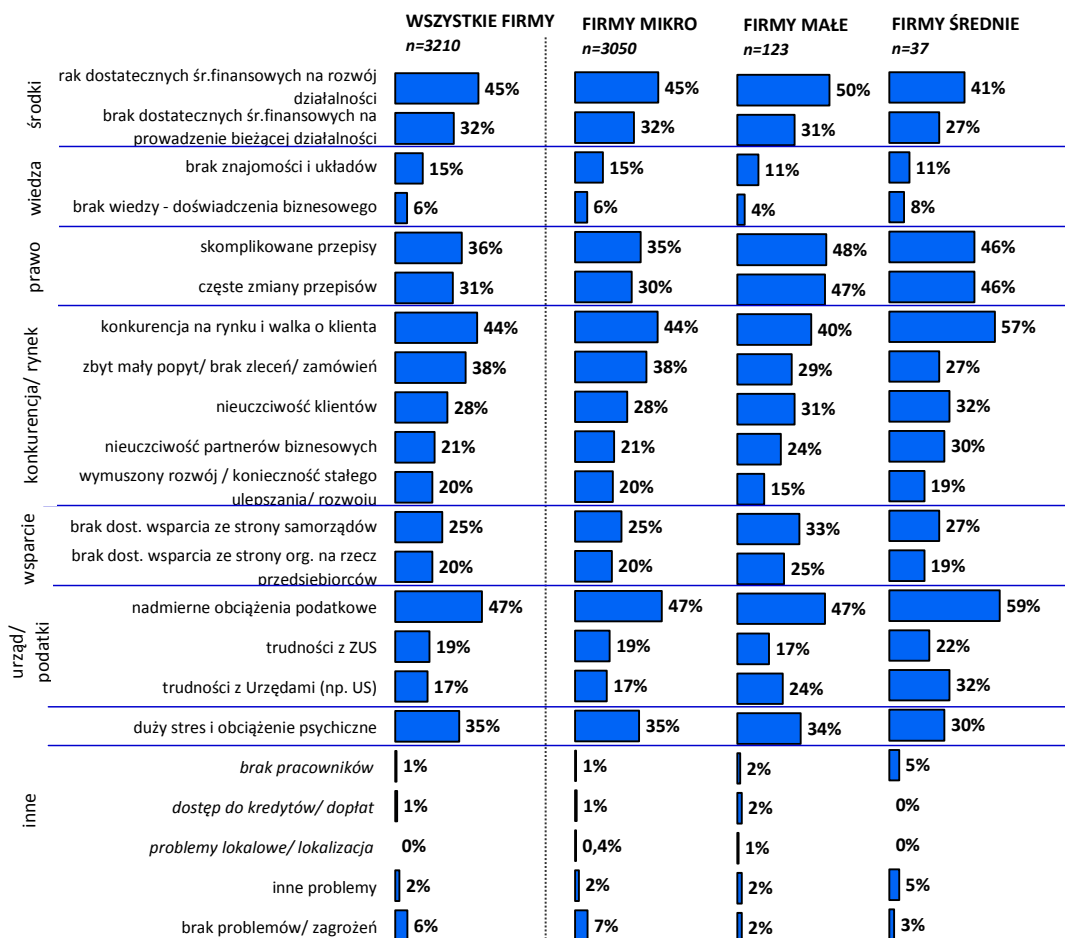
Co ciekawe, problemy z urzędami (ZUS/ US/ inne) nie stanowią dla większości przedsiębiorców poważnego problemu wartego wskazania. Jest to zgodne z relatywnie dobrą oceną postaw urzędów wobec firm wykazywaną w innych miejscach wywiadu. Niemniej problemy z tego obszaru wskazuje spontanicznie kilkanaście procent badanych, co oznacza, że nadal jest to źródło barier dla firm.

Oczywistym problemem są - zwykle wskazywane w podobnych pytaniach - nadmierne obciążenia podatkowe (wymieniane przez 47% badanych, ale aż 59% firm średnich).

- stres

Ponad 1/3 przedsiębiorców narzeka także na stres i obciążenia psychiczne.

Jakie problemy obecnie uważa Pan(i) za najważniejsze bariery w prowadzeniu działalności firmy?



Rysunek 52. Problemy napotymane przez MŚP w bieżącej działalności firmy

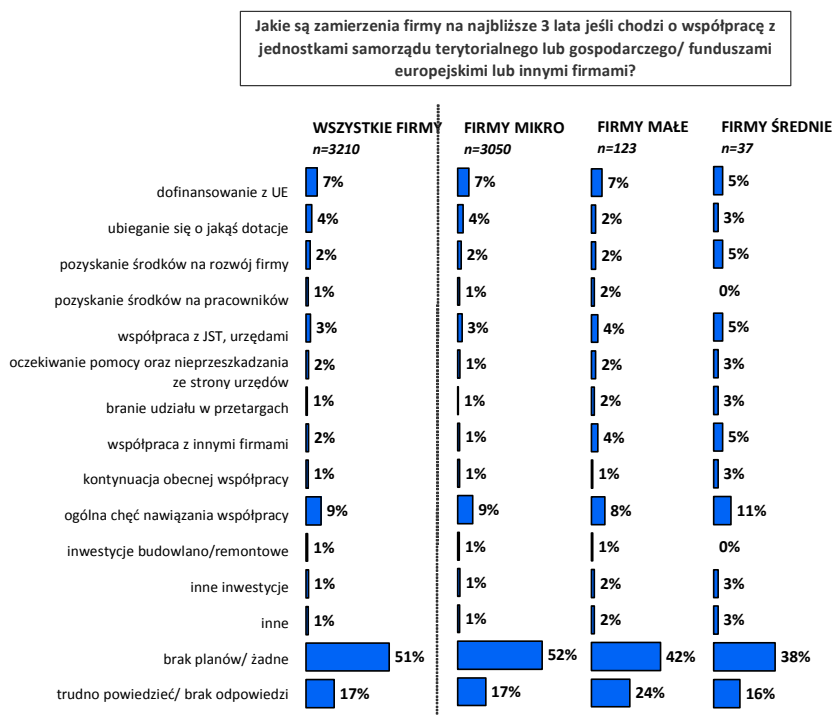
Obecna działalność MŚP wiąże się z wieloma problemami, główne to brak środków finansowych na rozwój (45%) i bieżące działania (32%), konkurencja na rynku (44%) i brak popytu (38%), nadmierne obciążenia podatkowe (47%), skomplikowanie przepisów (36%) oraz stres (35%).

5.7. Zamierzenia w odniesieniu do najbliższej przyszłości w zakresie współpracy z jednostkami samorządowymi/ organizacjami firm lub innymi przedsiębiorstwami i funduszami europejskimi

Na koniec wywiadu zadano także otwarte pytanie na temat zamierzeń firmy w wybranych obszarach współpracy. Pytanie okazało się dość trudne dla badanych, większość z nich nie wskazała żadnych konkretnych zamierzeń czy planów lub nie umiała odpowiedzieć (łącznie 68%).

Pozostali wymieniali chęć ubiegania się o dodatkowe środki dla firmy lub pracowników wskazując konkretnie dotacje unijne (7%) lub ogólnie pozyskiwanie środków (łącznie 3%) czy ubieganie się o dotacje (4%). 3% deklarowało chęć współpracy z JST lub ogólniej – urzędami, 1% na chęć udziału w przetargach.

Znaczna część firm (9% ogółu badanych) wyrażała chęć nawiązania współpracy z podmiotami wskazanymi w pytaniu, co może oznaczać gotowość do otrzymania zaproszenia do współpracy lub otwartość na informacje na jej temat.



Rysunek 53. Zamierzenia MŚP w zakresie współpracy z JST/ JOB lub innymi firmami

68% MŚP nie potrafi zwerbalizować zamierzeń w zakresie współpracy z JST, organizacjami firm czy funduszami europejskimi. Pozostali najczęściej deklarowali chęć ubiegania się o dotacje unijne (7%) lub jakiegokolwiek dotacje (4%) oraz wyrażali ogólną wolę współpracy z tymi instytucjami (9%).

6. Spis ilustracji

Rysunek 1. Wiek badanych MŚP	12
Rysunek 2. Zmiana liczby pracowników	15
Rysunek 3. Dostęp do Internetu i charakterystyka łączna	16
Rysunek 4. % firm deklarujących brak dostępu do Internetu (opracowanie własne).....	18
Rysunek 5. Posiadanie własnej www firmy	19
Rysunek 6 Przynależność MŚP do instytucji zrzeszających przedsiębiorców	20
Rysunek 7. Uczestnictwo w konsorcjach lub inicjatywach klastrowych	22
Rysunek 8. Chęć współpracy w konsorcjach lub inicjatywach klastrowych.....	23
Rysunek 9. Wydatki na B+R	24
Rysunek 10. Kontakty/ współpraca z JST lub instytucjami kontrolnymi	25
Rysunek 11. Ocena kontaktów / współpracy z JST/ US/ ZUS.....	26
Rysunek 12. Ocena kontaktów / współpracy z US.....	26
Rysunek 13. Korzystanie z instytucji wsparcia biznesu	28
Rysunek 14. Korzystanie z dotowanych szkoleń	29
Rysunek 15. Pomoc publiczna otrzymana w ostatnich 5 latach	30
Rysunek 16. Współpraca z instytucjami finansowymi	31
Rysunek 17. Posiadane obecnie kredyty lub leasingi.....	32
Rysunek 18. Planowane źródła finansowania rozwoju firmy	33
Rysunek 19. Ocena łatwości uzyskania kredytu dla własnej firmy	34
Rysunek 20. Ocena łatwości uzyskania leasingu dla własnej firmy.....	35
Rysunek 21. Potrzeba dodatkowego kapitału dla finansowanie rozwoju firmy	36
Rysunek 22. Potrzeba dodatkowego kapitału dla utrzymania płynności finansowej	37
Rysunek 23. Ocena dostępności informacji na temat funduszy europejskich	38
Rysunek 24. Deklarowana liczba wniosków o dofinansowanie z funduszy unijnych	39
Rysunek 25. Rok złożenia wniosku.....	40
Rysunek 26. Odsetek wniosków „twardych” i „miękkich”	40
Rysunek 27. Skuteczność składanych wniosków	41
Rysunek 28. Wysokość wnioskowanej kwoty	41
Rysunek 29. Otrzymane dofinansowanie jako % wnioskowanej kwoty	42
Rysunek 30. Otrzymane dofinansowanie w PLN	42
Rysunek 31. Typ otrzymanego wsparcia.....	43
Rysunek 32. Dokonanie rozliczenia dofinansowania	43
Rysunek 33. Czas poświęcony na przygotowanie wniosku.....	44
Rysunek 34. Ocena skomplikowanie wniosku	45
Rysunek 35. Korzystanie z pomocy przy wypełnianiu wniosku	45
Rysunek 36. Doradcy wykorzystywani przy sporządzaniu wniosku.....	46
Rysunek 37. Korzystanie z pomocy przy wypełnianiu wniosku.....	46
Rysunek 38. Ocena dostępności informacji o konkursach na dofinansowanie firm.....	48
Rysunek 39. Preferowane kanały informacji o konkursach na dofinansowanie	50
Rysunek 40. Ocena adekwatności ogłaszanych konkursów na dofinansowanie do potrzeb firmy	51
Rysunek 41. Deklarowane potrzeby w zakresie konkursów na dofinansowanie	52

<i>Rysunek 42. Technologie komunikacji w MŚP</i>	<i>53</i>
<i>Rysunek 43. Wydatki miesięczne na różne technologie komunikacji</i>	<i>54</i>
<i>Rysunek 44. Sposoby optymalizacji kosztów komunikacji w firmie</i>	<i>55</i>
<i>Rysunek 45. Potrzeby MŚP w zakresie dostępu do Internetu</i>	<i>57</i>
<i>Rysunek 46. Zgłaszający potrzebę dostępu do stałego łącza (opracowanie własne)</i>	<i>58</i>
<i>Rysunek 47. Potrzeby MŚP w zakresie telefonii stacjonarnej</i>	<i>59</i>
<i>Rysunek 48. MŚP zgłaszające potrzebę dostępu do telefonii stacjonarnej w powiatach (opracowanie własne)</i>	<i>59</i>
<i>Rysunek 49. Potrzeby MŚP w zakresie telefonii komórkowej</i>	<i>60</i>
<i>Rysunek 50. Zgłaszający potrzebę dostępu do telefonii komórkowej/ lepszego zasięgu (opracowanie własne)</i>	<i>61</i>
<i>Rysunek 51. Problemy napotymane przy rozwoju działalności firmy</i>	<i>62</i>
<i>Rysunek 52. Problemy napotymane przez MŚP w bieżącej działalności firmy</i>	<i>64</i>
<i>Rysunek 53. Zamierzenia MŚP w zakresie współpracy z JST/ JOB lub innymi firmami</i>	<i>65</i>

7. Spis tabel

Tabela 1. Struktura próby zakładanej (i uzyskanej).....	8
Tabela 2. Obroty firm w 2009 roku.....	11
Tabela 3. Wielkość miejscowości, w której siedzibę ma firma.....	12
Tabela 4. Główny obszar działalności firmy.....	13
Tabela 5. Liczba zatrudnionych w przeliczeniu na pełne etaty	14
Tabela 6. Wielkość miejscowości, w której siedzibę ma firma.....	17
Tabela 7. Posiadanie www a wielkość miejscowości, w której siedzibę ma firma.....	19
Tabela 8. Przynależność do organizacji przedsiębiorców a wielkość miejscowości, w której siedzibę ma firma.....	21
Tabela 9. Uczestnictwo w konsorcjach lub inicjatywach klastrowych a wielkość miejscowości, w której siedzibę ma firma.....	22
Tabela 10. Średnie wydatki miesięczne na wybrane technologie komunikacji	55