

# Spowolnienie gospodarcze oczami polskich przedsiębiorców

## Spowolnienie gospodarcze oczami polskich przedsiębiorców

Redakcja:

Agnieszka Haber

Autor:

Michał Andrejczuk

Komentarz i podsumowanie:

Prof. Witold Orłowski - dyrektor Szkoły Biznesu Politechniki Warszawskiej i Członek Rady Gospodarczej przy Premierze RP oraz główny doradca ekonomiczny PwC Polska. W 2011 prof. Orłowski został powołany na stanowisko Specjalnego Doradcy Komisji Europejskiej ds. Budżetu.

Poglądy i opinie wyrażone przez autorów publikacji nie muszą odzwierciedlać stanowiska Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości.

Wydawca:

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości

ul. Pańska 81/83

00-834 Warszawa

[www.parp.gov.pl](http://www.parp.gov.pl)

© Copyright by Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości

Publikacja bezpłatna

Publikacja dostępna jest także w wersji elektronicznej na stronie Panelu Polskich Przedsiębiorstw: [www.parp.gov.pl/panel](http://www.parp.gov.pl/panel)

## Spis treści

<b>Wprowadzenie.....</b>	<b>4</b>
<b>Metodologia badania.....</b>	<b>5</b>
Sposób realizacji.....	5
Opis próby badanej .....	5
Ważenie danych .....	5
Struktura próby .....	6
Metodologia i wyniki segmentacji .....	8
Młodzi optymiści .....	9
Bierni pesymiści .....	9
Przedsiębiorczy realiści .....	9
<b>Spowolnienie gospodarcze oczami polskich przedsiębiorców - wyniki badania.....</b>	<b>10</b>
Ocena obecnej sytuacji gospodarczej .....	10
Obecna koniunktura w gospodarce i branży .....	10
Opinia o występowaniu kryzysu na świecie, w Polsce i branży .....	11
Odczuwane skutki spowolnienia gospodarczego .....	14
Zmiany w sytuacji rynkowej w ciągu ostatnich 6 miesięcy.....	14
Konkurencja w branży i działania budujące przewagę konkurencyjną.....	17
Zjawisko nieuczciwej konkurencji.....	18
Utrata płynności finansowej .....	19
Przeciwdziałanie skutkom spowolnienia gospodarczego .....	20
Działania podejmowane w celu zniwelowania wpływu spowolnienia gospodarczego....	20
Działania planowane .....	24
Plany inwestycyjne, eksportowe i rekrutacyjne .....	27
Inwestycje.....	27
Eksport.....	29
Rekrutacja pracowników .....	30
Filozofia działania w trudnych czasach .....	31
Przewidywania, co do stanu firmy i gospodarki w przyszłości .....	32
Przewidywania odnośnie do zmiany kursu Euro, poziomu Inflacji i stopy bezrobocia...	33
Przewidywania odnośnie do końca kryzysu.....	35
Czy kryzys zmieni coś w gospodarce i biznesie?.....	36
<b>Podsumowanie i wnioski - prof. Witold Orłowski .....</b>	<b>38</b>
<b>Spis rysunków.....</b>	<b>41</b>

# Wprowadzenie

W grudniu 2012 roku Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości rozpoczęła realizację pięcioletniego projektu badawczego Panel Polskich Przedsiębiorstw ([www.parp.gov.pl/panel](http://www.parp.gov.pl/panel)). Celem projektu jest bieżąca obserwacja najważniejszych zjawisk i trendów zachodzących w polskiej gospodarce oraz poznanie opinii polskiego biznesu na temat polityki gospodarczej i projektowanych regulacji prawnych.

Firmy zaproszone do projektu reprezentowane są przez ich właścicieli, prezesów, dyrektorów czy członków zarządu, dzięki czemu możliwe jest zebranie kompletnej i szczegółowej wiedzy zarówno o działaniach firmy jak i o jej planach czy perspektywach.

Na przestrzeni najbliższych pięciu lat, zaplanowano realizację dwudziestu pięciu edycji badań o bardzo różnorodnej tematyce, nawiązującej do aktualnych zjawisk i wyzwań społeczno-gospodarczych. W trakcie kolejnych edycji będziemy chcieli również poznać najsilniejsze atuty rodzimego biznesu, a więc czynniki pozwalające na skuteczne konkurowanie na lokalnych i globalnych rynkach. Panel Polskich Przedsiębiorstw nie jest jednak wyłącznie badaniem społeczno-ekonomicznym. Stanowić ma również innowacyjną formę konsultacji społecznych. Uczestniczące w Panelu firmy będą opiniowały projekty prze-

pisów prawnych i podatkowych, pod kątem wpływu na obszar ich działalności. Oceniane będą też instrumenty wspierania przedsiębiorstw ze środków europejskich i krajowych. Uczestnicy badania będą więc partnerami instytucji publicznych, którzy wnoszą wymierny wkład w poprawę jakości stanowionego prawa oraz kształtowanie polityki gospodarczej państwa.

Niniejszy raport przedstawia opinie szefów polskich firm, zebrane w ramach trzeciej edycji badania na Panelu Polskich Przedsiębiorstw, przygotowanego pod kierownictwem profesora Witolda Orłowskiego, dyrektora Szkoły Biznesu Politechniki Warszawskiej, Członka Rady Gospodarczej przy Premierze RP oraz głównego doradcę ekonomicznego PwC Polska.

Głównym celem prezentowanego badania było sprawdzenie, jak polskie firmy radzą sobie w sytuacji spowolnienia gospodarczego w kraju, wywołanego kryzysem globalnym. Czy w ogóle odczuwają jego skutki, a jeżeli tak, to w jaki sposób mu przeciwdziałają? Pytano również, jakie są przewidywania przedsiębiorców odnośnie do koniunktury w najbliższym czasie, a także czy przedsiębiorcy planują jakiegokolwiek inwestycje i jak je chcą finansować.

# Metodologia badania

## Sposób realizacji

Badanie przeprowadzono między lipcem a wrześniem 2013 roku. Respondentami byli właściciele i menedżerowie polskich firm. Dane zbierano za pomocą ankiety internetowej, tzw. metody CAWI (Computer Assisted Web Interview). Informacje z ankiety dotyczącej spowolnienia gospodarczego uzupełniono o dane z wcześniejszych kwestionariuszy:

- rekrutacyjnego - wypełnianego przy przystępowaniu do Panelu ([Kwestionariusz](#)).

- formularza wskaźnikowego - służącego pozyskaniu informacji nt. charakterystyki działalności firmy i jej wyników finansowych, ale również odnoszącego się do postrzegania bieżącej koniunktury ([Kwestionariusz](#)).

Na ankietę dotyczącą spowolnienia gospodarczego odpowiedziało łącznie blisko 600 firm.

## Opis próby badanej

Analizy przeprowadzono na danych pochodzących od 585 przedsiębiorców, którzy udzielili kompletnych i spójnych logicznie odpowiedzi na pytania zawarte we wszystkich trzech ankietach: rekrutacyjnej, wskaźnikowej oraz ankiecie zasadniczej dotyczącej spowolnienia gospodarczego.

### Ważenie danych

W trakcie analiz dane zostały przeważone, tak aby zniwelować ich niedoskonałości pod względem liczebności firm o różnej wielkości, ich geograficznego umiejscowienia (makroregion GUS) czy profilu działalności (sektor gospodarki) - tzw. ważenie stratyfikacyjne.

Ważenie analityczne danych wykonano na dwa sposoby:

**Sposób pierwszy:** Próbę liczącą 585 przypadków podzielono na trzy rozłączne podpróby, obejmujące odpowiednio: 232 mikro-przedsiębiorstwa (zatrudniające do 9 osób), 201 małych firm (10-49 pracowników) oraz 152 średnie i duże przedsiębiorstwa (zatrudniające po 50 i więcej pracowników). Każdą z tych podprób ważono oddzielnie, z zachowaniem ww. pierwotnych liczebności, biorąc pod uwagę dwa kryteria:

- makroregion GUS<sup>1</sup>, w którym zlokalizowana jest siedziba firmy, oraz

---

<sup>1</sup> Według podziału GUS na 6 makroregionów: centralny, południowy, południowo-zachodni, północno-zachodni, północny i wschodni.

- sektor gospodarki <sup>2</sup>, w którym przedsiębiorstwo prowadzi działalność.

W każdej podpróbie wyróżnionej ze względu na wielkość przedsiębiorstwa dostosowywano wagi w ten sposób, aby po przeważeniu rozkład łączny częstości w tej podpróbie był identyczny z rozkładem aktualnym za 2012 rok, pobranym z Banku Danych Lokalnych Głównego Urzędu Statystycznego ([LINK](#)):

Tabela 1 Rozkład sektorów gospodarki w makroregionach GUS

		Sektor gospodarki		RAZEM
		Wytwórczy	Usługowy	
Makroregion GUS	centralny	5,1%	18,4%	23,5%
	południowy	4,8%	15,3%	20,0%
	wschodni	3,2%	10,0%	13,2%
	północno-zachodni	4,6%	13,3%	17,9%
	południowo-zachodni	2,5%	8,5%	11,0%
	północny	3,6%	10,8%	14,4%
RAZEM		23,8%	76,2%	100,0%

Uzyskane wagi miały zakres wartości od 0,257 do 3,378, przy czym 90% wartości wag zawierało się w przedziale od 0,354 do 2,233. Przeważona za pomocą tej wagi próba była więc reprezentatywna pod względem udziału geograficznego umiejscowienia siedziby firmy (makroregion GUS) i profilu działalności (sektor gospodarki). Ten sposób ważenia użyty został do

<sup>2</sup> Wyróżniono dwa sektory: wytwórczy (rolnictwo, przemysł i budownictwo) oraz usługowy (pozostałe sekcje PKD). Podział dokładniejszy wg. 21 sekcji PKD był niemożliwy do przeprowadzenia ze względu na niedostępność danych nt. liczebności przedsiębiorstw w tak szczegółowym przecięciu, a także niewskazany, gdyż zaowocowałby skrajnie rozbieżnymi wartościami wag.

analizy rozkładu odpowiedzi firmach o różnej wielkości.

**Sposób drugi:** różnił się od opisanego wyżej pierwszego sposobu ważenia tylko tym, że przywrócono w próbie również rozkład wg. wielkości przedsiębiorstwa, charakterystyczny dla populacji wszystkich podmiotów gospodarki narodowej:

Tabela 2 Rozkład wielkości przedsiębiorstw w gospodarce

Wielkość	Udział %
mikro	95,0%
małe	4,2%
średnie	0,8%
duże	0,1%

Korekta wag sprawiła, że przeważona próba była reprezentatywna również ze względu na wielkość przedsiębiorstwa, co było pożądane przy prezentowaniu rozkładu odpowiedzi w próbie ogólnej. Efektem tego sposobu ważenia było jednak znaczące zmniejszenie efektywnej wielkości próby. Wartości uzyskanych wag wahały się od 0,0024 do 5,948, a przy wartościach wagi analitycznej tak bliskich zera, część przypadków (tu: głównie informacje o dużych i średnich przedsiębiorstwach) zostaje niemal całkiem unieważniona, co ma podobny efekt, jak pozbycie się ich z próby.

### Struktura próby

Po przeprowadzeniu opisanego wyżej ważenia struktura <sup>3</sup> wielkości firm w prezentowanych danych przedstawia się następująco:

<sup>3</sup> Wszystkie prezentowane wartości procentowe odnoszą się do danych przeważonych, mających strukturę wielkości, lokalizacji i branży firmy, odpowiadającą rozkładowi firm w polskiej gospodarce.

Tabela 3 Struktura wielkości firm w prezentowanych danych

<b>Firmy mikro (1-9 pracowników)</b>	95%
<b>Firmy małe (10-49 prac.)</b>	4%
<b>Firmy średnie (50-249 prac.)</b>	1%
<b>Firmy duże (250+ prac.)</b>	Poniżej 1%

64% próby stanowili przedsiębiorcy prowadzący indywidualną działalność gospodarczą, a 25% spółki z ograniczoną odpowiedzialnością, pozostałe formy prowadzenia działalności reprezentowane były na poziomie pojedynczych procentów. Najczęściej reprezentowanymi przez badanych przedsiębiorców profilami działalności były: handel (25%), usługi profesjonalne i administracyjne (18%) oraz przetwórstwo przemysłowe (11%). Gdyby wziąć pod uwagę lokalizację siedziby firmy, najliczniej reprezentowany był region centralny (województwa: mazowieckie i łódzkie - łącznie 24%) oraz południowy (woj. śląskie i małopolskie - 20%). Większość firm miała swoje siedziby w metropoliach liczących powyżej 500 tysięcy mieszkańców (30%) lub w średnich miastach od 100 do 500 tys. mieszkańców (23%). Długość istnienia firmy na rynku przedstawia się następująco:

Tabela 4 Długość istnienia firmy na rynku

<b>Powyżej 23 lat</b>	2%
<b>18-23 lata</b>	11%
<b>13-17 lat</b>	8%
<b>8-12 lat</b>	11%
<b>3-7 lat</b>	32%
<b>Poniżej 3 lat</b>	35%

Badani przedsiębiorcy, to w znacznej większości mężczyźni (72%), a rozkład wieku badanych wygląda następująco:

Tabela 5 Rozkład wieku badanych przedsiębiorców

<b>do 30 lat</b>	21%
<b>31-40 lat</b>	37%
<b>41-50 lat</b>	20%
<b>51-60 lat</b>	17%
<b>61-70 lat</b>	4%
<b>powyżej 70 lat</b>	0%

Większość (49%) badanych miała wykształcenie wyższe, w obszarze nauk technicznych lub ekonomicznych. Staż badanych w firmie i na obecnie zajmowanym kierowniczym stanowisku był z reguły nie krótszy niż rok i nie przekraczał 15 lat. Przedstawienie wyników badania opiera się na analizie rozkładów odpowiedzi w całej badanej populacji i porównania ich z rozkładami odpowiedzi w poszczególnych grupach firm, określonych przez ich wielkość, lokalizację, branżę, czy segmentację itp.

## Metodologia i wyniki segmentacji

W ramach analizy danych przeprowadzono również segmentację, polegającą na odnalezieniu i wyróżnieniu w badanej populacji grup przedsiębiorców, odmiennie postrzegających sytuację gospodarczą i inaczej na nią reagujących. Wyniki prowadzonych analiz wskazywały, jako najbardziej optymalny, podział badanej populacji na trzy grupy.

Skutkiem przeprowadzonej segmentacji danych było zebranie dużej ilości informacji na temat badanych firm do postaci czytelnego i łatwego do przyswojenia zestawu kontrastujących ze sobą „typów” firm i przedsiębiorców. Segmentacja ułatwia również porównania otrzymanych wyników między poszczególnymi grupami i badanie zależności między nimi.

Zmiennymi wykorzystanymi do segmentacji<sup>4</sup> były cechy firm utworzone na podstawie następujących danych:

- Opinia, czy gospodarka światowa, polska, branża i sama firma są obecnie dotknięte kryzysem
- Ocena obecnej skali kryzysu i przewidywania co do zmian sytuacji gospodarczej w przyszłości
- Postrzegany wpływ kryzysu na różne aspekty funkcjonowania firmy na rynku
- Liczba podjętych do tej pory oraz planowanych do podjęcia w przyszłości działań, mających na celu

przeciwdziałanie bądź zapobieżenie negatywnym skutkom kryzysu

- Wskaźnik aktywnej postawy w redukowaniu skutków kryzysu, zbudowany na podstawie odpowiedzi na pytania:
  1. Czy firma ma za cel: uratowanie się przed upadkiem, zachowanie obecnej pozycji na rynku, rozwój pomimo kryzysu, czy wykorzystanie kryzysu na swoją korzyść?
  2. Czy w ciągu najbliższych 6 miesięcy planowane są inwestycje w firmie?
  3. Czy w ciągu ostatnich 6 miesięcy firma zaistniała na nowym rynku zagranicznym?

W trakcie analiz przeprowadzono podział zbioru na 20 alternatywnych sposobów, a następnie wybrano taki, który przedstawiał grupy najbardziej zróżnicowane pod względem kluczowych cech. Zwracano również uwagę na to, by wyróżnione segmenty były intuicyjnie zrozumiałe, tj. aby odzwierciedlały typy ludzkie o spójnych wewnętrznie cechach, budziły skojarzenia z obserwacjami pochodzącymi z życia codziennego, a w efekcie - aby dawało się dla nich znaleźć trafne, zwarte i intuicyjne nazwy.

Na podstawie wspomnianych analiz uzyskano trzy rozłączne segmenty przedsiębiorców (całkowicie przypadkowo - o zbliżonej wielkości), które nazwano stosownie do ich, omówionych niżej, swoistych charakterystyk:

1. Młodzi optymiści

<sup>4</sup>Postużono się wielowymiarową metodą analizy skupień, wykorzystującą algorytm k-średnich.



2. Bierni pesymiści
3. Przedsiębiorczy realiści

### **Młodzi optymiści**

Przedsiębiorcy z tej grupy z reguły w ogóle nie zauważają objawów dekonstrukcji ani nie doświadczają jej skutków. Ich firmy odczuwają pozytywne skutki wzrostu popytu na oferowane produkty i usługi. Spodziewając się jeszcze lepszych wyników finansowych w przyszłości, nie podejmują oni żadnych działań zaradczych. Można powiedzieć, że kryzys praktycznie ich nie dotyczy. Jeżeli chodzi o cechy tych podmiotów, często są to mniejsze firmy, powstałe w okresie ostatnich 5 lat, czyli od początku działające w warunkach trwania globalnego kryzysu. Wśród respondentów z tej grupy stosunkowo często spotkać można osoby samozatrudnione, czy w młodym wieku.

### **Bierni pesymiści**

Zdecydowanie różnią się od beztrojskich optymistów. Postrzegają spowolnienie gospodarcze, jako głęboki i trwały stan, destrukcyjny dla ich działalności gospodarczej. Wielu przedsiębiorców z tej grupy ocenia, że ich firma stoi na krawędzi bankructwa, jednak podejmują oni jedynie nieliczne działania zaradcze, takie jak np. obniżanie marż na oferowane produkty i usługi. Przedsiębiorcy ci, jeżeli obniżają koszty działalności, to osiągają to, zwalniając pracowników i nie

planując inwestycji. Deklarowanym głównym celem „biernych malkontentów” jest ochrona firmy przed bankructwem, nie liczą już na jej rozwój, ani nie mają ambicji wykorzystania kryzysu na swoją korzyść. W tej grupie przeważają osoby starsze, z długim stażem pracy. Są to często osoby kierujące małymi i średnimi firmami z kapitałem polskim.

### **Przedsiębiorczy realiści**

Przedstawiciele tej grupy to przewidyjący menadżerowie. Dobrze zdają sobie sprawę z trwającej dekonstrukcji i zagrożeń, jakie stwarza ona dla ich biznesu, ale racjonalnie zarządzają tą sytuacją. Ograniczają koszty stałe działalności, takie jak np. koszty wynajmu, wynagrodzenia. Jednocześnie planują dalsze inwestycje i wejście na nowe rynki zagraniczne. Chcą rozwijać działalność pomimo nieraz dotkliwych dla ich firm trudności. Często starają się wykorzystać kryzys na korzyść firmy. Wśród „przedsiębiorczych realistów” zdecydowanie przeważają mężczyźni - pełniący funkcję prezesów dużych firm.

W dalszej części raportu będziemy się odwoływać do opisanych wyżej segmentów, gdyż, scalając wiedzę pozyskaną w badaniu, stanowią one wspólny mianownik dla opisu wewnętrznej różnorodności opinii, postaw i zachowań wśród polskich przedsiębiorców.

# Spowolnienie gospodarcze oczami polskich przedsiębiorców - wyniki badania

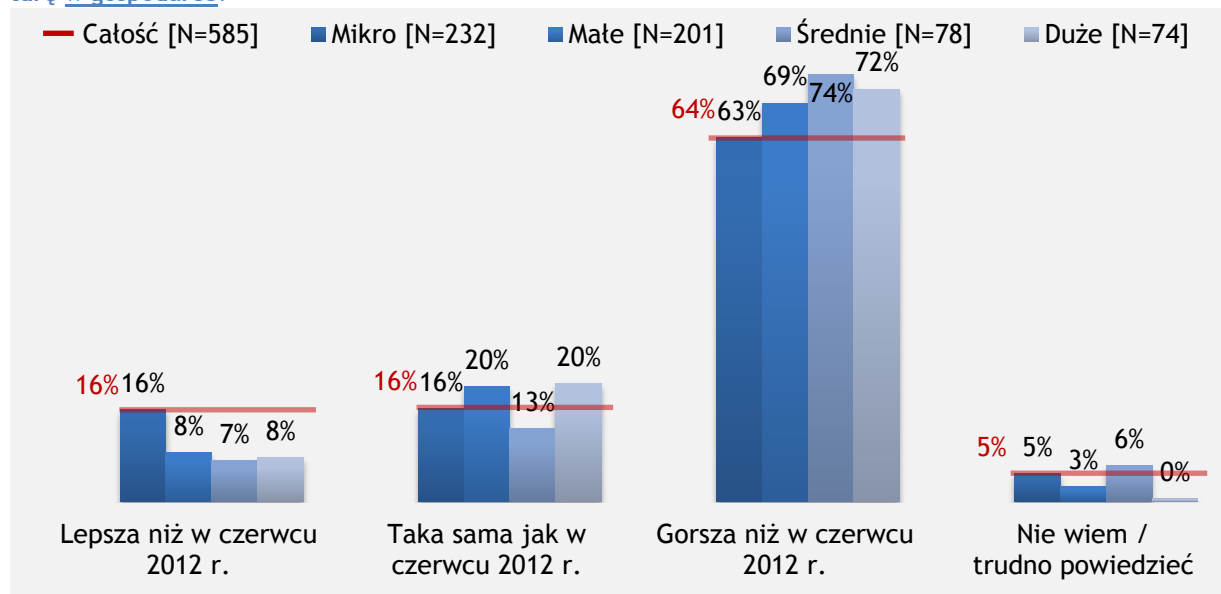
## Ocena obecnej sytuacji gospodarczej

### Obcena koniunktura w gospodarce i branży

Jak widzimy na rysunku 1 - 64% respondentów uważa, że obecna koniunktura w gospodarce jest znacznie bądź nieznacznie gorsza w porównaniu do czerwca 2012 roku. W firmach deklarujących, że w ich branżach występuje silna konkurencja taka opinia jest częstsza (70%). Podobnie, firmy zatrudniające od 50 do 249 pracowników (firmy średnie) częściej niż ogół

badanych (74% vs. 64% wśród całości badanych) określają obecny sytuację jako gorszą w porównaniu z czerwcem 2012. 16% badanych firm ocenia obecną koniunkturę, w porównaniu do czerwca 2012, jako lepszą, a opinia ta jest częstsza wśród firm deklarujących, że siła konkurencji w ich branży jest mała lub umiarkowana. Jednak nawet wśród tych firm najczęściej wskazywane było pogorszenie koniunktury (43%).

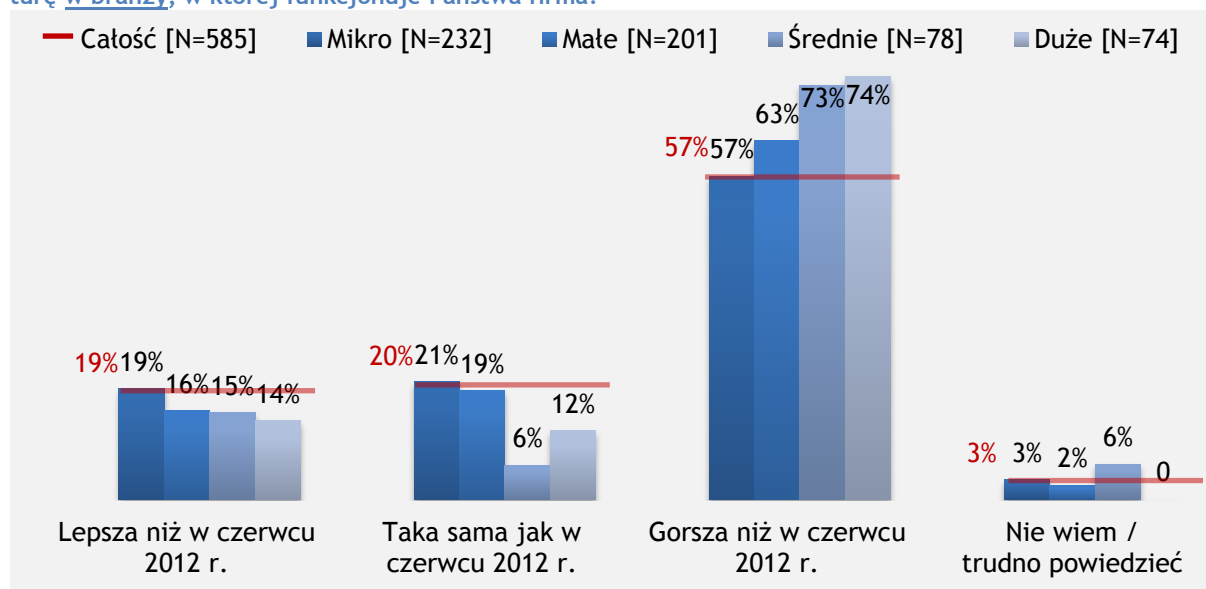
Rysunek 1 Jak, w porównaniu z sytuacją w czerwcu ubiegłego roku (2012), ocenia Pan(i) obecną koniunkturę w gospodarce?



Odnosnie do sytuacji w branży działalności firmy (rysunek 2), to większość (57%) badanych przedsiębiorców deklaruje znaczne bądź nieznaczne pogorszenie koniunktury w porównaniu z czerwcem 2012. Inaczej sytuacja się przedstawia, kiedy weźmiemy pod uwagę jedynie firmy deklarujące, że w swojej branży spotykają się raczej ze słabą lub umiarkowaną konkurencją, takie firmy częściej uważają, że sytuacja w ich branży polepszyła się w porównaniu do czerwca 2012 (42%

wskazań, przy 36% wskazań na pogorszenie sytuacji). Dodatkowo, firmy deklarujące, że ich priorytetem jest przetrwanie, częściej niż ogół badanych określa obecną sytuację w branży, jako gorszą w porównaniu do czerwca 2012 (72% vs. 57% dla całości badanych). Również przedsiębiorstwa średniej wielkości częściej (73% vs. 57% w całej próbie) oceniają obecną sytuację, jako gorszą niż w czerwcu 2012.

Rysunek 2 Jak, w porównaniu z sytuacją w czerwcu ubiegłego roku (2012), ocenia Pan(i) obecną koniunkturę w branży, w której funkcjonuje Państwa firma?

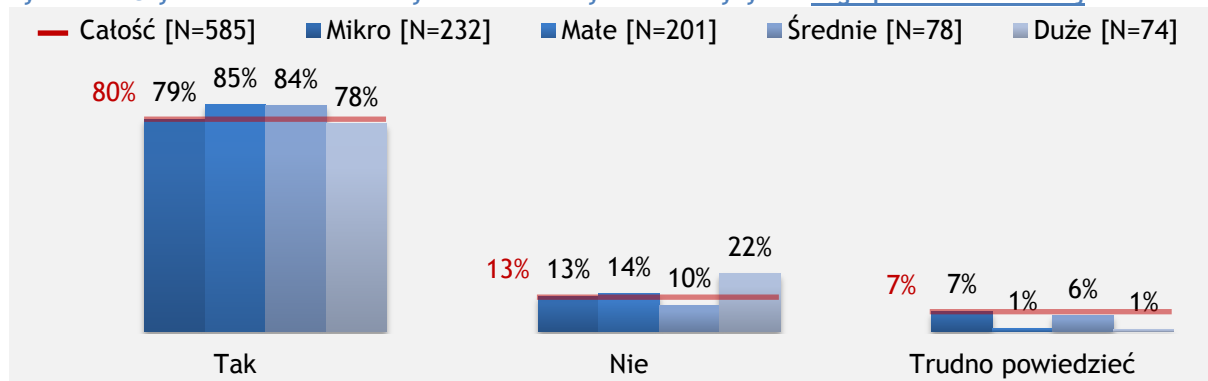


### Opinia o występowaniu kryzysu na świecie, w Polsce i branży

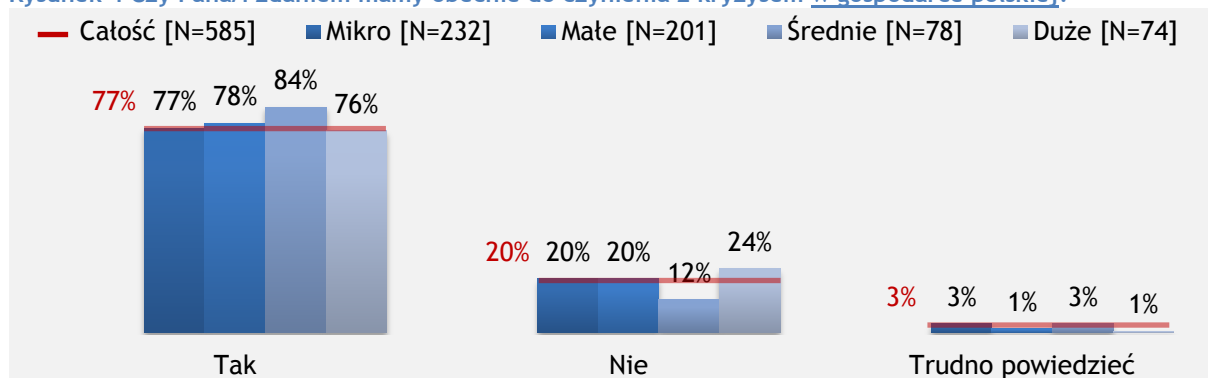
Z rysunku 3 widzimy, że 80% badanych przedsiębiorców uważa, że obecnie mamy do czynienia z kryzysem na

świecie, 77% jest zdania, że mamy kryzys w Polsce (rysunek 4), a 58% badanych widzi kryzys we własnej branży (rysunek 5).

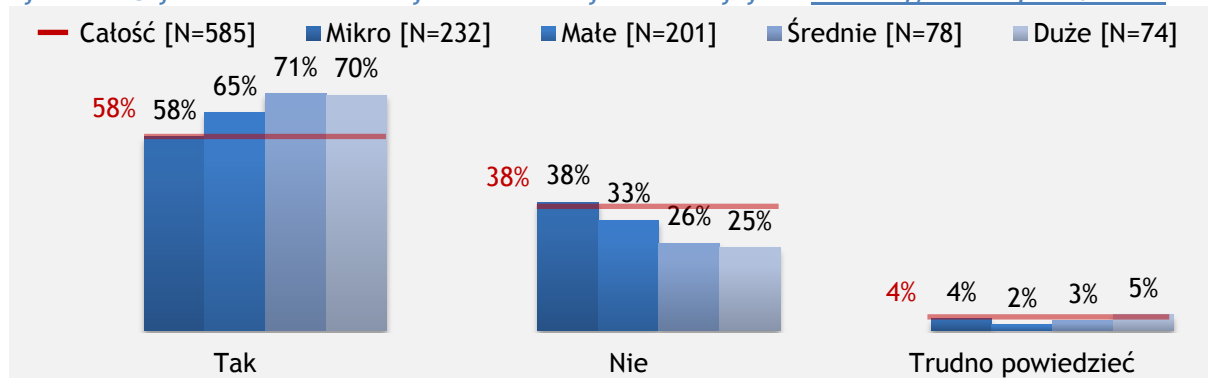
Rysunek 3 Czy Pana/i zdaniem mamy obecnie do czynienia z kryzysem w gospodarce światowej?



Rysunek 4 Czy Pana/i zdaniem mamy obecnie do czynienia z kryzysem w gospodarce polskiej?



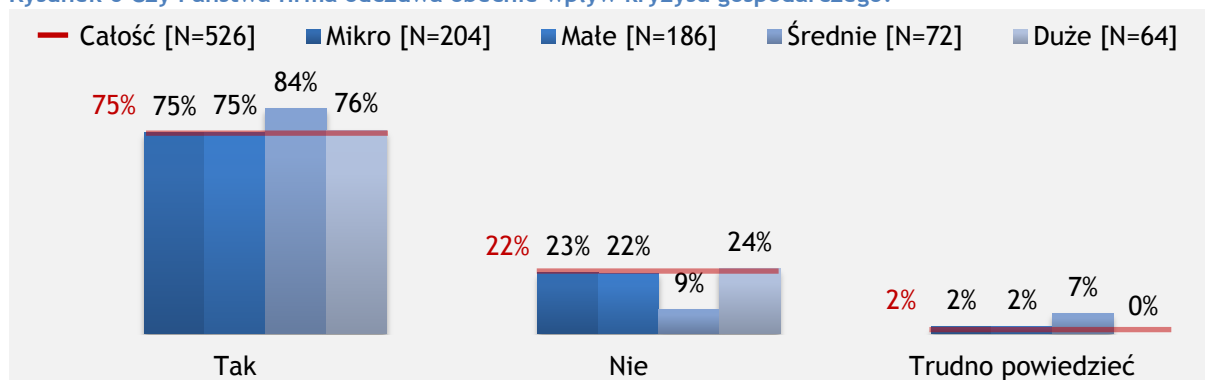
Rysunek 5 Czy Pana/i zdaniem mamy obecnie do czynienia z kryzysem w branży, w której działa firma?



Wśród przedsiębiorstw, które dostrzegają kryzys w gospodarce światowej, polskiej lub we własnej branży prawie 76% deklaruje, że odczuwa obecnie wpływ kryzysu gospodarczego we wła-

snych firmach (rysunek 6). Wyróżniają się tutaj firmy średnie, które częściej niż ogół przedsiębiorstw deklarują, że odczuwają skutki kryzysu (84% przypadków).

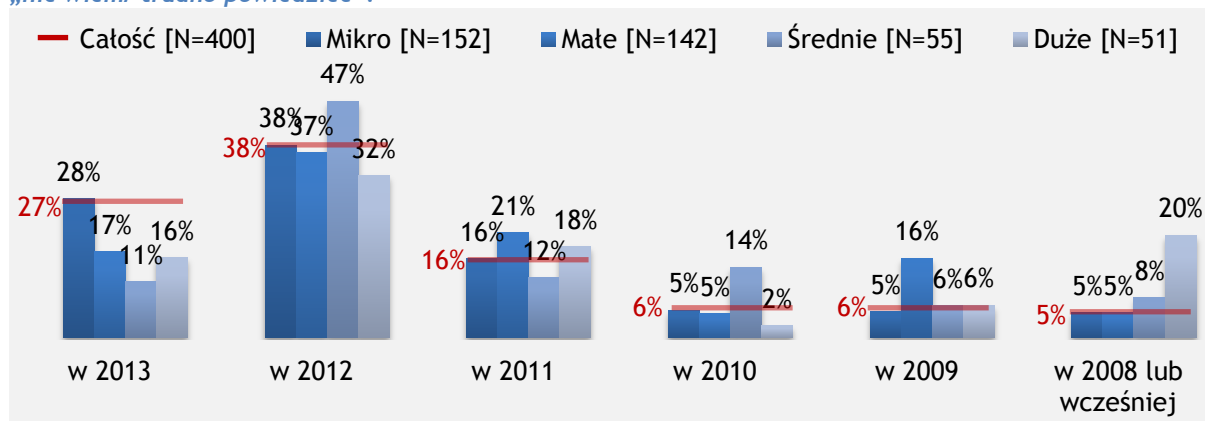
Rysunek 6 Czy Państwa firma odczuwa obecnie wpływ kryzysu gospodarczego?



Wśród przedsiębiorstw, które odczuwają wpływ kryzysu gospodarczego 27% deklaruje, że zaczęło go odczuwać w 2013 roku (rysunek 7), 38% odczuwa go od 2012 roku, prawie 16% badanych stwierdziła, że kryzys jest przez nich odczuwalny od 2011 roku. Tutaj również widać zróżnicowanie odpowiedzi w firmach różnej wielko-

ści. Firmy średnie częściej niż ogół badanych wskazywały, że zaczęły odczuwać kryzys w 2010 roku (14% vs. 6% wskazań w próbie ogólnej). Natomiast firmy duże znacznie częściej niż ogół badanych deklarowały, że kryzys w ich firmach rozpoczął się w 2008 roku (20% wskazań vs. 4% w całości badanych).

Rysunek 7 W którym roku Państwa firma zaczęła odczuwać wpływ kryzysu gospodarczego? Bez odpowiedzi „nie wiem/ trudno powiedzieć”.



Przekonania przedsiębiorców są zgodne z analizami i prognozami wynikającymi z prac zespołu Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie i PARP realizowanych w ramach projektu In-

strument Szybkiego Reagowania (ISR). Wyniki analiz wskazują, że najniższy punkt spowolnienia polska gospodarka przeszła na przełomie IV kw. 2012 r. i I kw. 2013 r.

## Odczuwane skutki spowolnienia gospodarczego

Badane firmy deklarują, że ciągu ostatnich 6 miesięcy nasiliła się konkurencja (74%), trudniej jest pozyskać nowych klientów (74%), nastąpił spadek cen i marż. Dodatkowo nastąpił

też spadek zarówno wielkości jak i wartości zamówień. Ponadto, ponad połowa firm wskazuje na opóźnienia w płatnościach ze strony kontrahentów.

Rysunek 8 Czy w ciągu ostatnich sześciu miesięcy w działalności Państwa firmy wystąpiły następujące zjawiska?



### Zmiany w sytuacji rynkowej w ciągu ostatnich 6 miesięcy

W badaniu pytaliśmy również o ocenę zmian sytuacji rynkowej w ciągu ostatnich 6 miesięcy. Z rysunku 9 widzimy, że 42% przedsiębiorców twierdzi, że popyt na ich produkty spadł w ostatnim półroczu. Wyróżniają się tutaj firmy średnie i duże, które wskazywały na tą zmianę w odpowiednio 57% i 59% przypadków. Jeżeli chodzi o dostępność wykwalifikowanych pra-

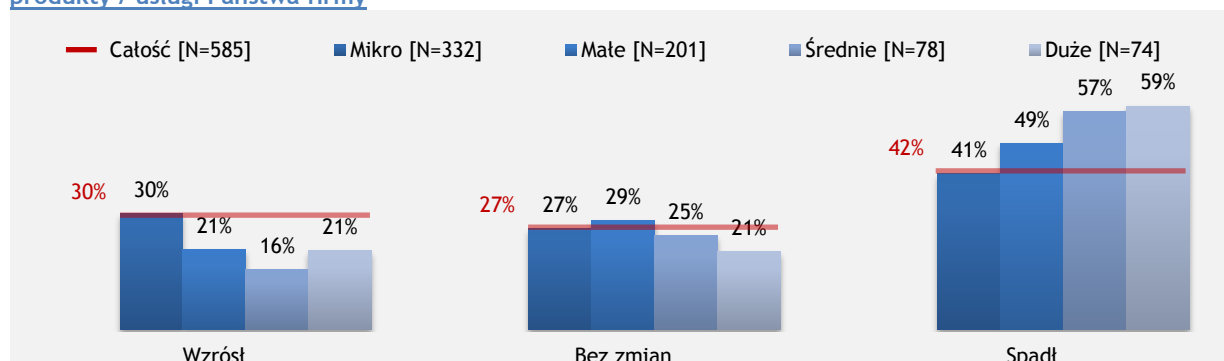
cowników (rysunek 10), to 53% firm uważa, że w ostatnim półroczu nie zauważyły żadnych zmian. Zdecydowanie wyróżniającą się grupę stanowią średnie firmy, wśród których aż 80% nie dostrzegło żadnych zmian w dostępie do wykwalifikowanych pracowników. W całości populacji prawie co piąta firma deklarowała spadek dostępności takich pracowników - najczęściej w firmach dużych i małych. Przedsiębiorcy oceniali również zmiany cen towarów, materiałów i sprzętu

potrzebnego w działalności firm. Prawie połowa badanych uważa, że ceny towarów, materiałów i sprzętu wzrosły w ostatnim półroczu (rysunek 11). Podobnie co drugi przedsiębiorca uważa, że w ostatnim półroczu wzrosły koszty zatrudnienia (rysunek 12). Ponownie, biorąc pod uwagę kategorię wielkości firm, najrzadziej wzrost kosztów zatrudnienia dostrzegały firmy średnie (36% wskazań wobec 52% dla całości populacji). Firmy oceniały

też zmiany w dostępności do kredytów lub innych form zewnętrznego finansowania. W 36% przypadków twierdziły, że pozostał on bez zmian, natomiast co czwarta firma zauważyła spadek dostępności zewnętrznego finansowania (rysunek 14). Najczęściej dotyczy to firmy duże (tylko 9% zaobserwowało spadek dostępności), gdy w pozostałych grupach firm mniej więcej co czwarty przedsiębiorca zgłaszał ten problem.

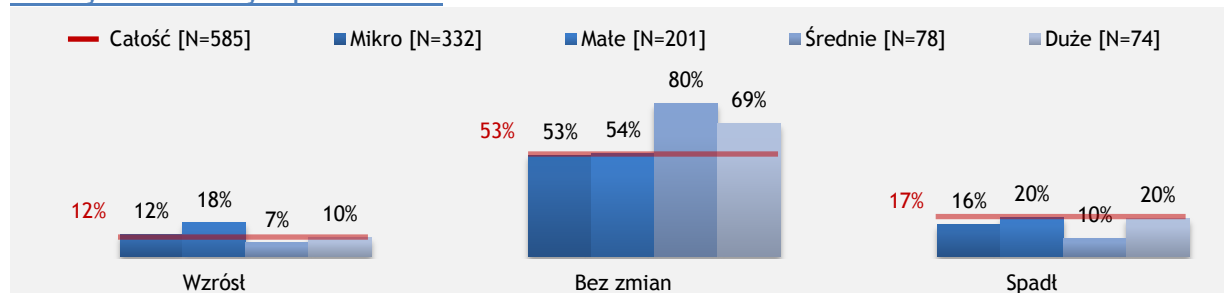
### Popyt na produkty / usługi Państwa firmy

Rysunek 9 W jaki sposób, w ciągu ostatnich sześciu miesięcy, zmieniły się poniższe parametry? - Popyt na produkty / usługi Państwa firmy



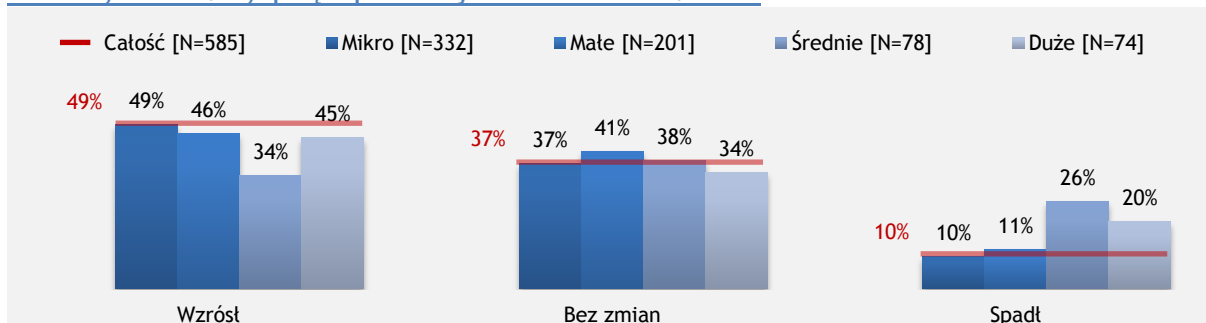
### Dostępność wykwalifikowanych pracowników:

Rysunek 10 W jaki sposób, w ciągu ostatnich sześciu miesięcy, zmieniły się poniższe parametry? - Dostępność wykwalifikowanych pracowników



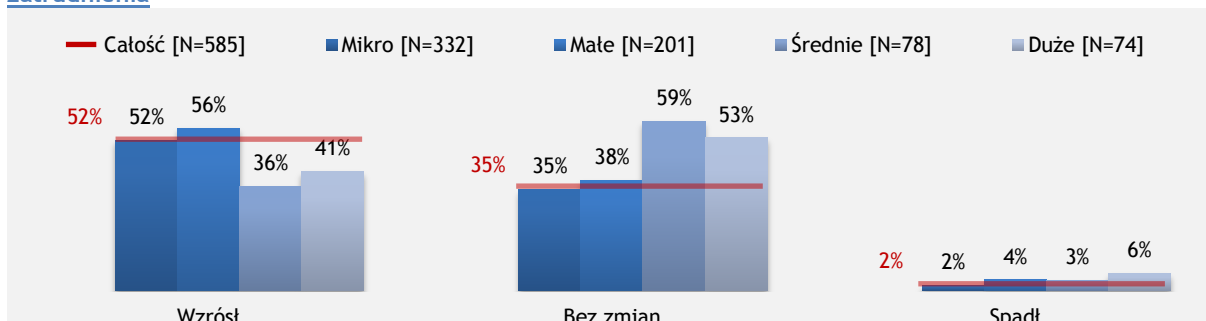
### Ceny towarów, materiałów, sprzętu potrzebnych w Państwa działalności:

Rysunek 11 W jaki sposób, w ciągu ostatnich sześciu miesięcy, zmieniły się poniższe parametry? - [Ceny towarów, materiałów, sprzętu potrzebnych w Państwa działalności](#)



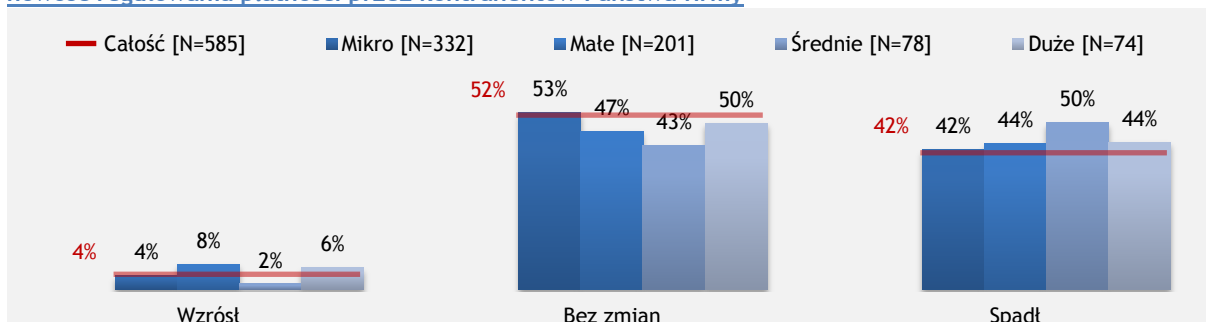
### Koszty zatrudnienia:

Rysunek 12 W jaki sposób, w ciągu ostatnich sześciu miesięcy, zmieniły się poniższe parametry? - [Koszty zatrudnienia](#)



### Terminowość regulowania płatności przez kontrahentów Państwa firmy:

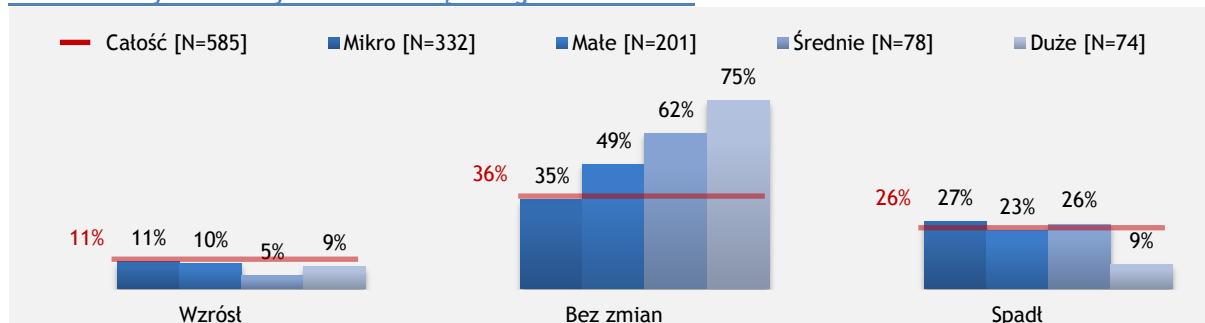
Rysunek 13 W jaki sposób, w ciągu ostatnich sześciu miesięcy, zmieniły się poniższe parametry? - [Terminowość regulowania płatności przez kontrahentów Państwa firmy](#)





## Dostępność do kredytu lub innych form zewnętrznego finansowania:

Rysunek 14 W jaki sposób, w ciągu ostatnich sześciu miesięcy, zmieniły się poniższe parametry? - Dostępność do kredytu lub innych form zewnętrznego finansowania

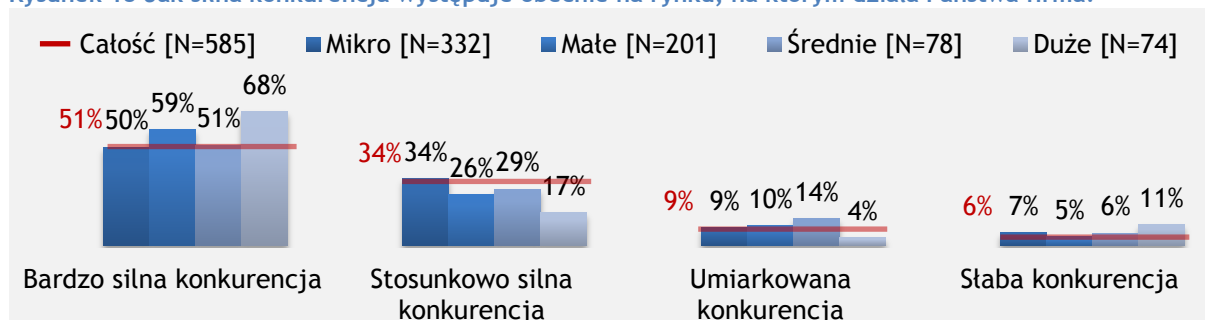


## Konkurencja w branży i działania budujące przewagę konkurencyjną

Połowa badanych deklaruje funkcjonowanie w warunkach bardzo silnej konkurencji (rysunek 15), 34% uważa, że konkurencja jest stosunkowo silna, a 15% ocenia ją, jako umiarkowaną i słabą. Firmy zatrudniające powyżej

249 pracowników częściej deklarowały, że w ich branży występuje bardzo silna konkurencja (68% vs. 51% w całości). Podobnie, wśród dużych firm jest więcej takich, które uważają, że w ich branży występuje słaba konkurencja (11% vs. 6 w całej populacji).

Rysunek 15 Jak silna konkurencja występuje obecnie na rynku, na którym działa Państwa firma?



- Bardzo silna konkurencja, tj. działa dużo podmiotów oferujących podobne produkty, w podobnych cenach
- Stosunkowo silna konkurencja, tj. pojawia się coraz więcej firm, ale nadal istnieje przestrzeń dla nowych przedsiębiorstw
- Umiarkowana konkurencja, tj. rynek jest jeszcze daleki do nasycenia, istnieje dużo przestrzeni dla nowych firm
- Słaba konkurencja, tj. rynek stanowi niszę, działają na nim tylko nieliczne, wyspecjalizowane firmy

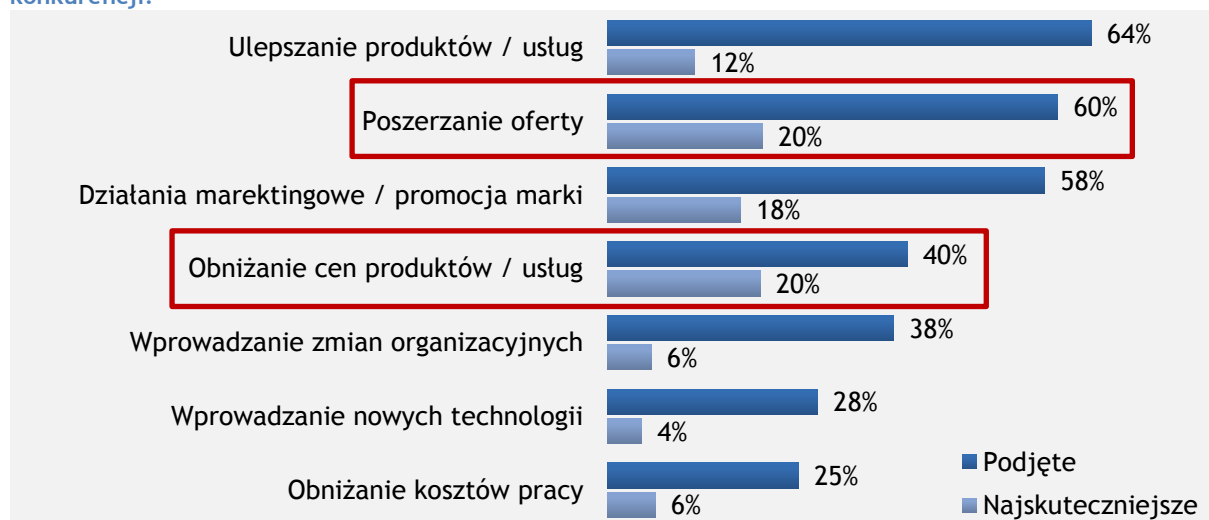
Na pytania o działania podejmowane w celu sprostania konkurencji (rysunek 16), respondenci najczęściej wskazywali na ulepszenie produktów/usług (64% wskazań), poszerzenie oferty (60% wskazań), działania marketingowe/ promocja marki (58% wskazań), a na czwartym miejscu znalazło się obniżenie cen produktów i usług (40% wskazań). Firmy z branż o

wysokiej konkurencji znacznie częściej od ogółu populacji wskazywały na podejmowanie działań marketingowych i obniżanie cen, ale również podejmowały działania zmierzające do ograniczenia kosztów pracy. Może to świadczyć o tym, że tam gdzie istnieje duża konkurencja, mamy do czynienia z wieloma podmiotami oferującymi zbliżone towary pod wzglę-

dem jakości i ceny. Wtedy obniżanie ceny (gdy istnieje wiele produktów na rynku podobnych jakościowo) oraz strategia wyróżniania się pośród innych za pomocą nowych akcji marketingowych, w krótkiej perspektywie mogą być dość skuteczne. Potwierdzają to opinie tej grupy firm, co do skuteczności poszczególnych działań mających na celu sprostanie konkurencji. Gdy w całej populacji skuteczność obniżania cen produktów i usług została doceniona przez 20% badanych, wśród firm działających w warunkach wysokiej konkurencji odsetek ten wyniósł 27. Z kolei firmy duże znacznie częściej od ogółu wprowadzały zmiany organizacyjne (73% wskazań vs. 38% dla ogółu) i ograniczały koszty pracy (43% vs. 25 w całej populacji).

Wśród ogółu badanych respondentów poszerzenie oferty i obniżenie cen produktów/ usług wskazywane były (po 20% wskazań) jako najskuteczniejsze ze wszystkich podejmowanych działań budujących pozycję konkurencyjną firmy. Kolejne 18% badanych wskazało działania marketingowe/ promocję marki. Patrząc na firmy różnej wielkości, widzimy, że wśród firm dużych poszerzenie oferty było rzadziej wskazywane, jako najskuteczniejsze (13% vs. 20% w populacji ogólnej). Natomiast za najskuteczniejsze uznawano ulepszenie już posiadanych produktów czy usług (30%) oraz wprowadzanie zmian organizacyjnych (20%).

Rysunek 16 Jakie działania podejmowała w ciągu ostatnich sześciu miesięcy Państwa firma, aby sprostać konkurencji?



### Zjawisko nieuczciwej konkurencji

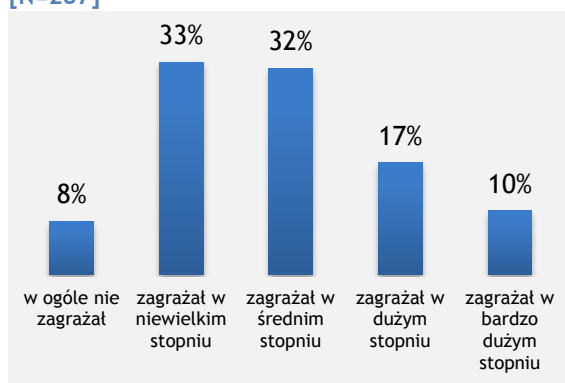
Połowa badanych firm zetknęła się, w ciągu ostatnich 3 miesięcy, z przejawami nieuczciwej konkurencji. Poziom wskazań nie różnił się znacząco ani ze względu na siłę konkurencji w

branży, ani wielkość firmy. Nieuczciwe działania konkurencji to przede wszystkim:

- Zatrudnianie pracowników na czarno (45%),

- Nieewidencjonowanie części wynagrodzeń pracowników (38%),
- Nieewidencjonowanie części sprzedaży (37%),
- Zatrudnianie pracowników nieposiadających uprawnień wymaganych do wykonywania zawodu (tania siła robocza) (38%).

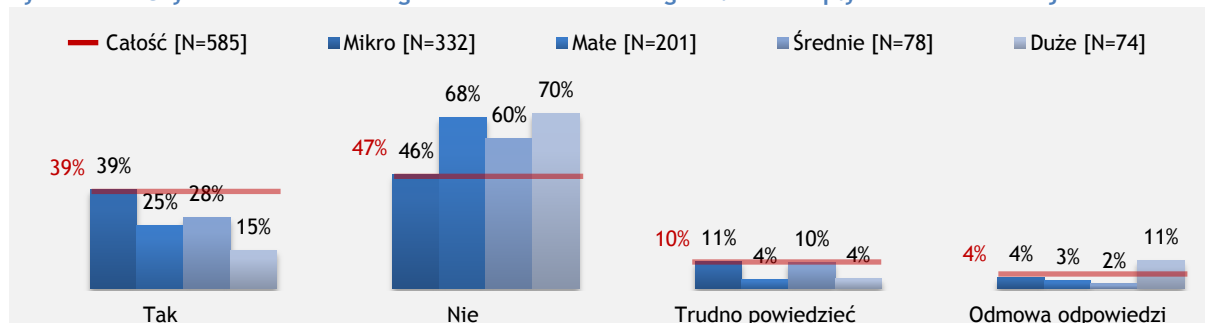
Rysunek 17 W jakim stopniu problem nieuczciwej konkurencji zagrażał, w ciągu ostatnich trzech miesięcy, interesom Państwa firmy? [N=287]



### Utrata płynności finansowej

Z rysunki 18 widzimy, że 39% badanych przedsiębiorstw groziła w ostatnim roku utrata płynności finansowej. Sytuacja ta dotyczyła znacznie częściej firm mikro (39%), pozostałe niemal dwukrotnie rzadziej wskazywały taką odpowiedź: małe 25%, średnie 28%, duże 15%.

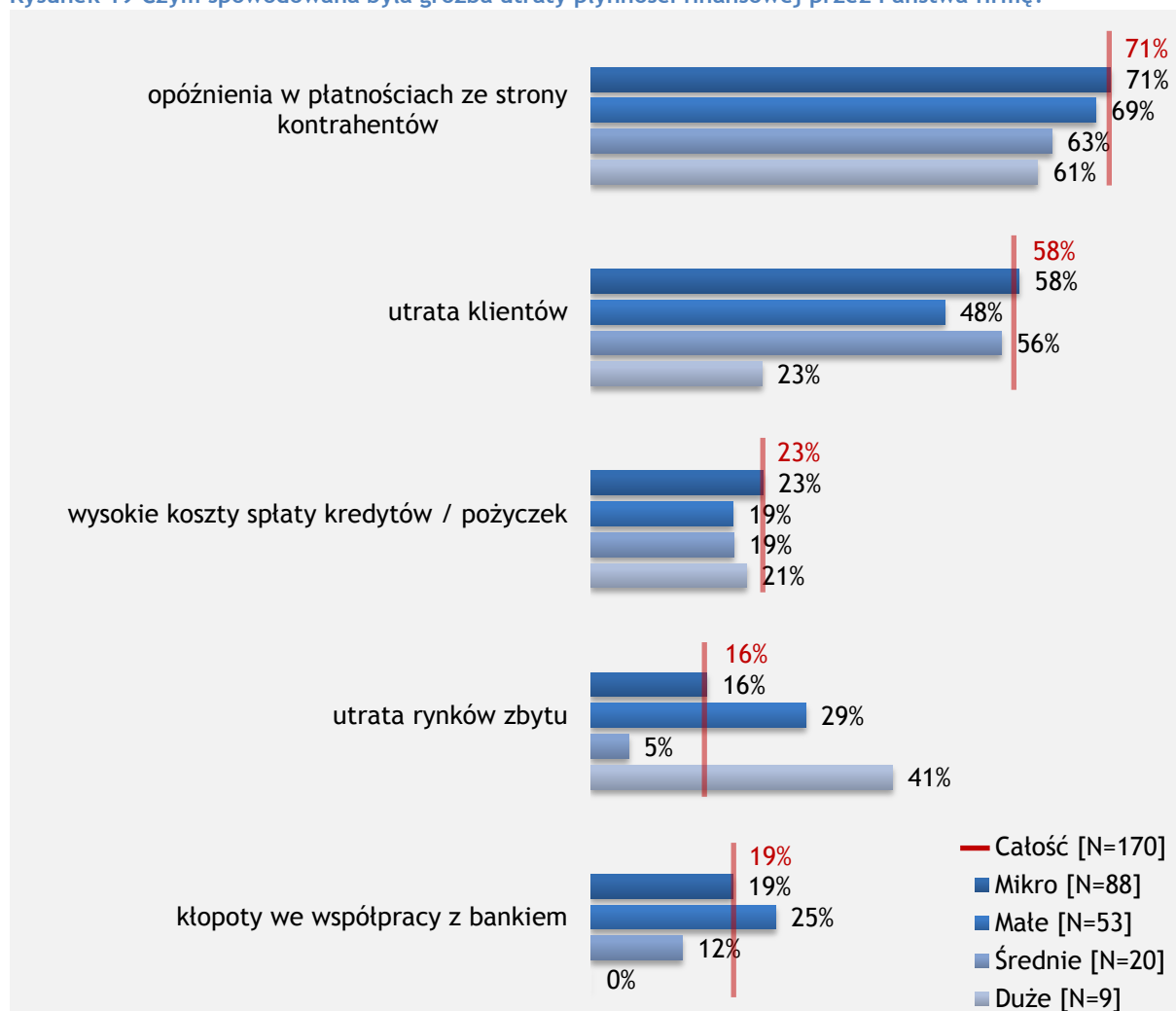
Rysunek 18 Czy w okresie ostatniego roku Państwa firmie groziła utrata płynności finansowej?



Najczęstszymi przyczynami takiego zagrożenia były opóźnienia w płatnościach ze strony kontrahentów (71% wskazań) i utrata posiadanych klientów (58%) (rysunek 19). Ten ostatni problem najrzadziej dotyczył firmy du-

że (23% wskazań). Dodatkowo, firmy duże znacznie częściej niż ogół badanych (41% vs. 16% w całości badanych) wskazywały na utratę rynków zbytu, jako ważną przyczynę groźby utraty płynności.

Rysunek 19 Czym spowodowana była groźba utraty płynności finansowej przez Państwa firmę?



## Przeciwdziałanie skutkom spowolnienia gospodarczego

### Działania podejmowane w celu zniwelowania wpływu spowolnienia gospodarczego

W badaniu prowadzono wywiady również z firmami nieodczuwającymi kryzysu. W ich przypadku pytano o działania podjęte w ciągu ostatniego półrocza. Poniższe zestawienia prezentują połączone odpowiedzi dla obu grup - odczuwających i nieodczuwających kryzysu.

W celu niwelowania skutków kryzysu gospodarczego przedsiębiorcy najczę-

ściej wprowadzali nowe działania marketingowe (71% wskazań), ograniczali koszty niezwiązane z zatrudnieniem pracowników (70% wskazań), pozyskiwali nowe rynki zbytu (69% wskazań), modyfikowali dotychczasowe produkty lub usługi (69%) i nawiązywali współpracę z innymi przedsiębiorstwami (61% wskazań) (rysunek 20). Firmy działające w branżach o bardzo silnej konkurencji częściej niż ogół badanych wskazywały, że obniżały marże (64%) lub ceny (65%) produk-

tów / usług. Analizując działania firm różnej wielkości widzimy, że przedsiębiorstwa średnie znacznie częściej od ogółu wskazywały na takie odpowiedzi jak:

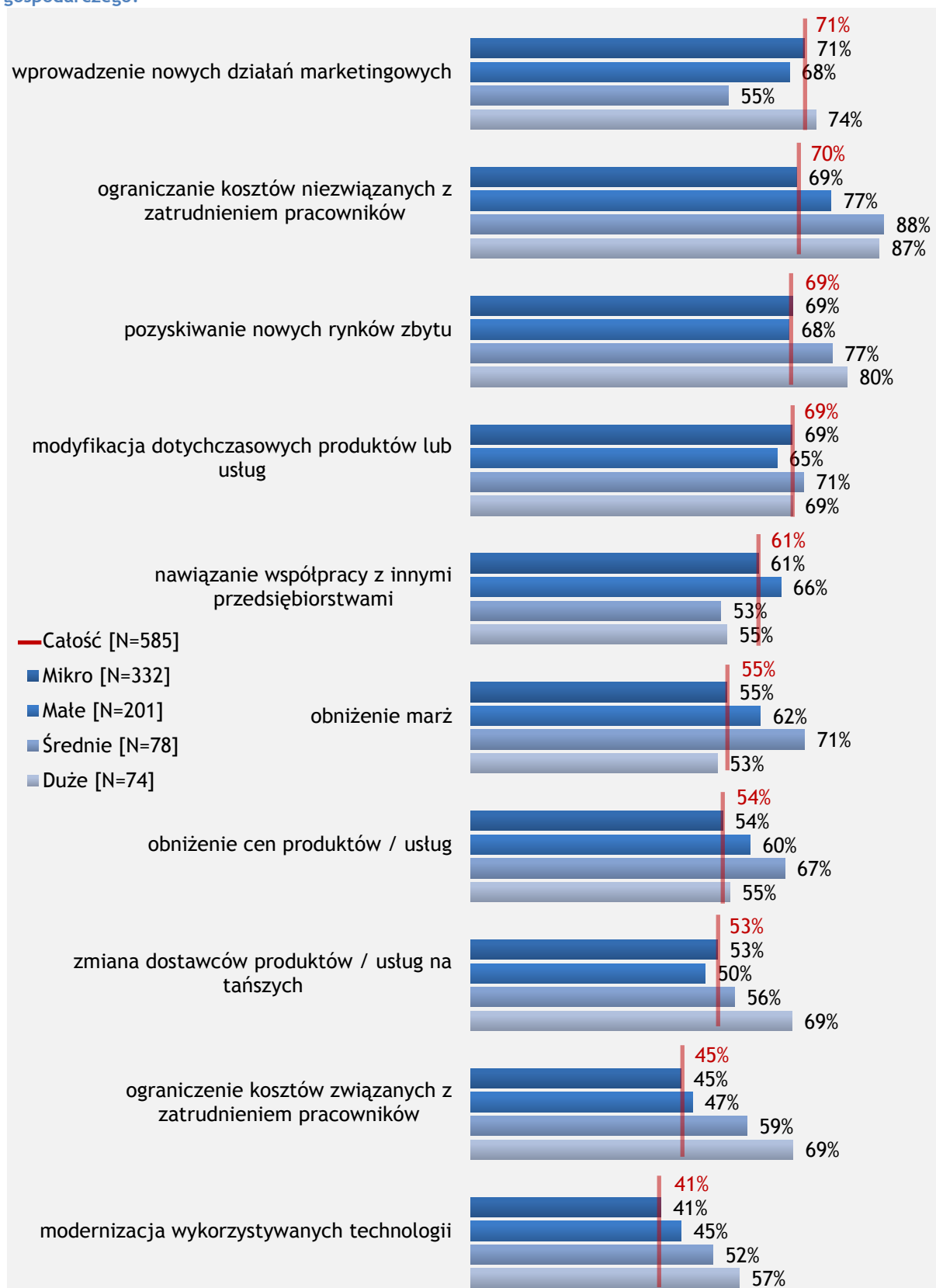
- ograniczanie kosztów niezwiązanych z zatrudnieniem pracowników (88%),
- pozyskiwanie nowych rynków zbytu (77%)
- obniżenie marż (71%),
- modyfikacja dotychczasowych produktów lub usług (71%),

- obniżenie cen produktów / usług (67%).

A firmy duże znacznie częściej niż ogół badanych podejmowały takie działania jak:

- ograniczanie kosztów niezwiązanych z zatrudnieniem pracowników (87%),
- pozyskiwanie nowych rynków zbytu (80%),
- ograniczenie kosztów związanych z zatrudnieniem pracowników (69%),
- zmiana dostawców produktów / usług na tańszych (69%).

Rysunek 20 Które z poniższych działań podjęła dotąd Państwa firma, aby przeciwdziałać wpływowi kryzysu gospodarczego?



Wśród wymienianych działań ograniczających koszty niezwiązane z za-

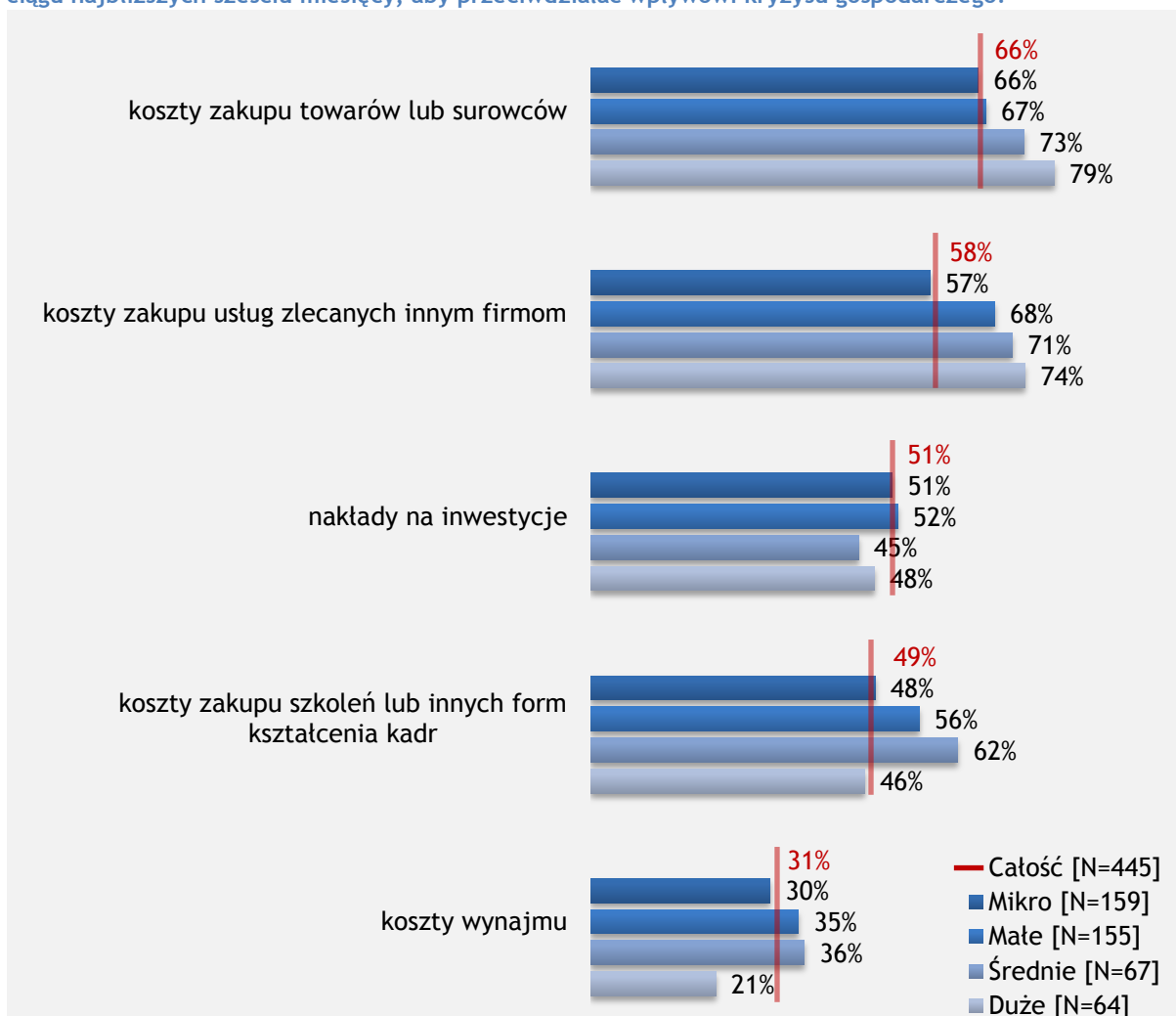
trudnieniem pracowników przedsiębiorcy wymieniali najczęściej:

- koszty zakupu towarów lub surowców (66%),
- koszty zakupu usług zleczanych innym firmom (58%),
- nakłady na inwestycje (51%),

- koszty zakupu szkoleń lub innych form kształcenia kadr (49%) (rysunek 21).

Przy czym pierwsze dwie pozycje znacznie częściej wymieniane były przez firmy średnie i duże.

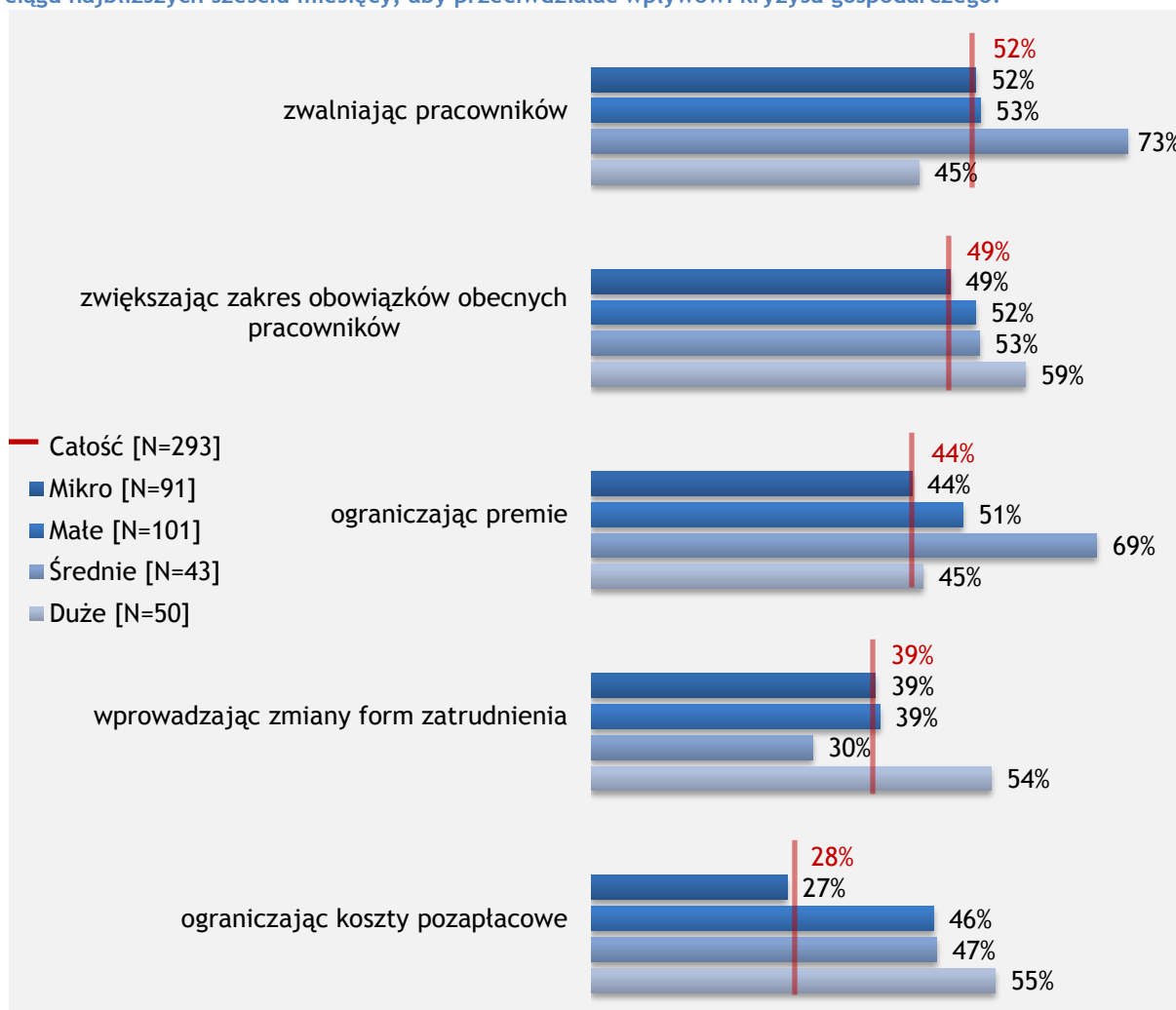
Rysunek 21 Jakie koszty niezwiązane z zatrudnieniem pracowników planuje ograniczać Państwa firma w ciągu najbliższych sześciu miesięcy, aby przeciwdziałać wpływowi kryzysu gospodarczego?



W analogiczny sposób warto przyrzeć się podejmowanym przez firmy działaniom związanym z zatrudnieniem pracowników (rysunek 22). Najczęściej podejmowane były takie działania jak:

- zwalnianie pracowników (52%),
- zwiększanie zakresu obowiązków obecnych pracowników (49%),
- ograniczanie premii (44%),
- wprowadzanie zmian w formach zatrudnienia (39%).

Rysunek 22 Jakie działania związane z zatrudnieniem pracowników planuje podejmować Państwa firma w ciągu najbliższych sześciu miesięcy, aby przeciwdziałać wpływowi kryzysu gospodarczego?



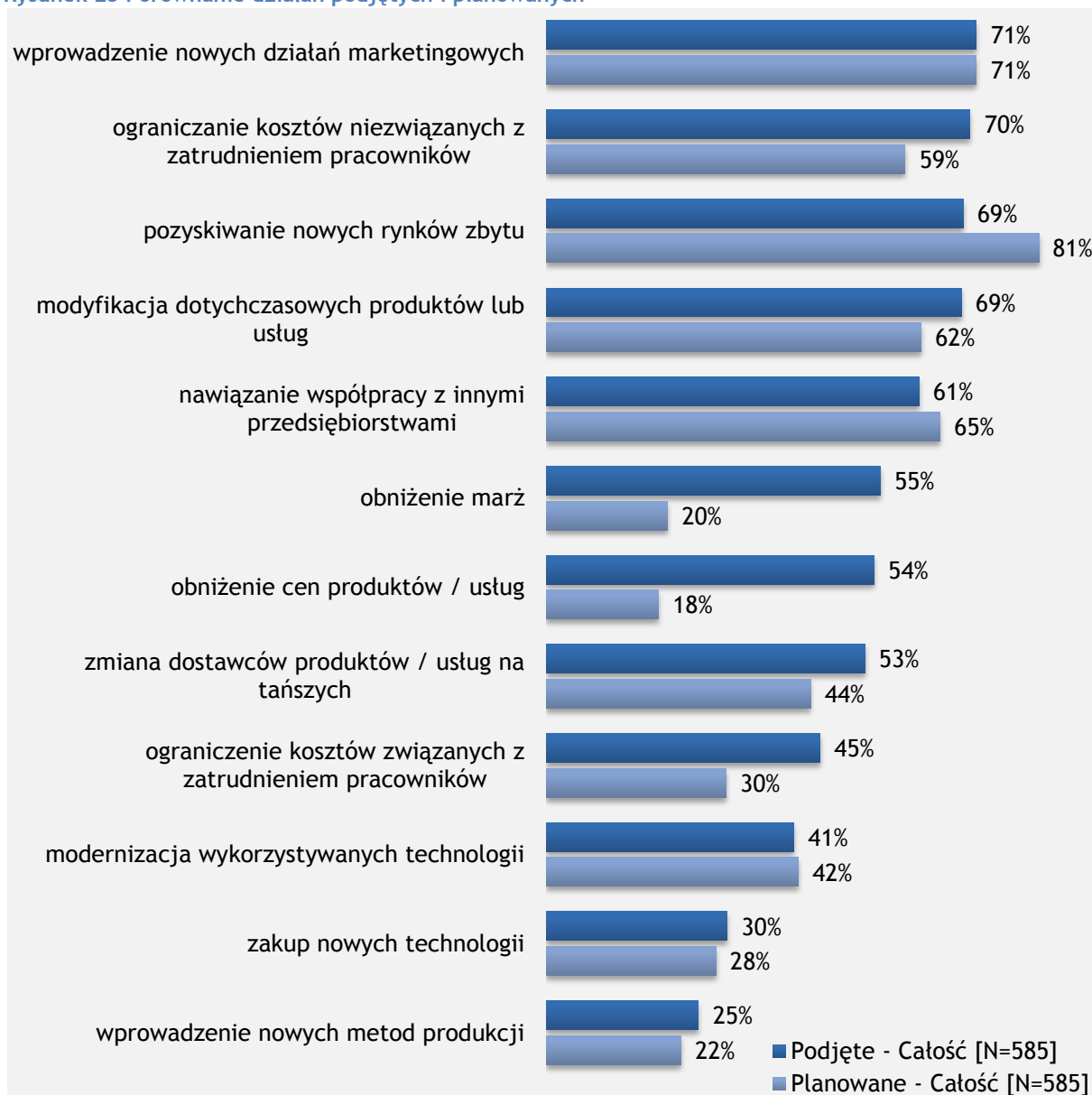
### Działania planowane

Porównaliśmy również działania podjęte przez firmy w działaniami planowanymi (rysunek 23). Najczęściej planowane działania należą do grupy zachowań aktywnych - objęcie nowych rynków zbytu (81% firm planuje to działanie), wprowadzenie nowych działań marketingowych (w planach 71% firm), nawiązanie współ-

pracy z innymi przedsiębiorcami (65%). Najbardziej planowanymi działaniami są redukcje cen czy marż, co może wskazywać, że w ramach już podjętych działań, firmy maksymalnie wykorzystają zalety takich rozwiązań i dalsze obniżanie cen zachwiałoby rentownością przedsiębiorstwa.



Rysunek 23 Porównanie działań podjętych i planowanych

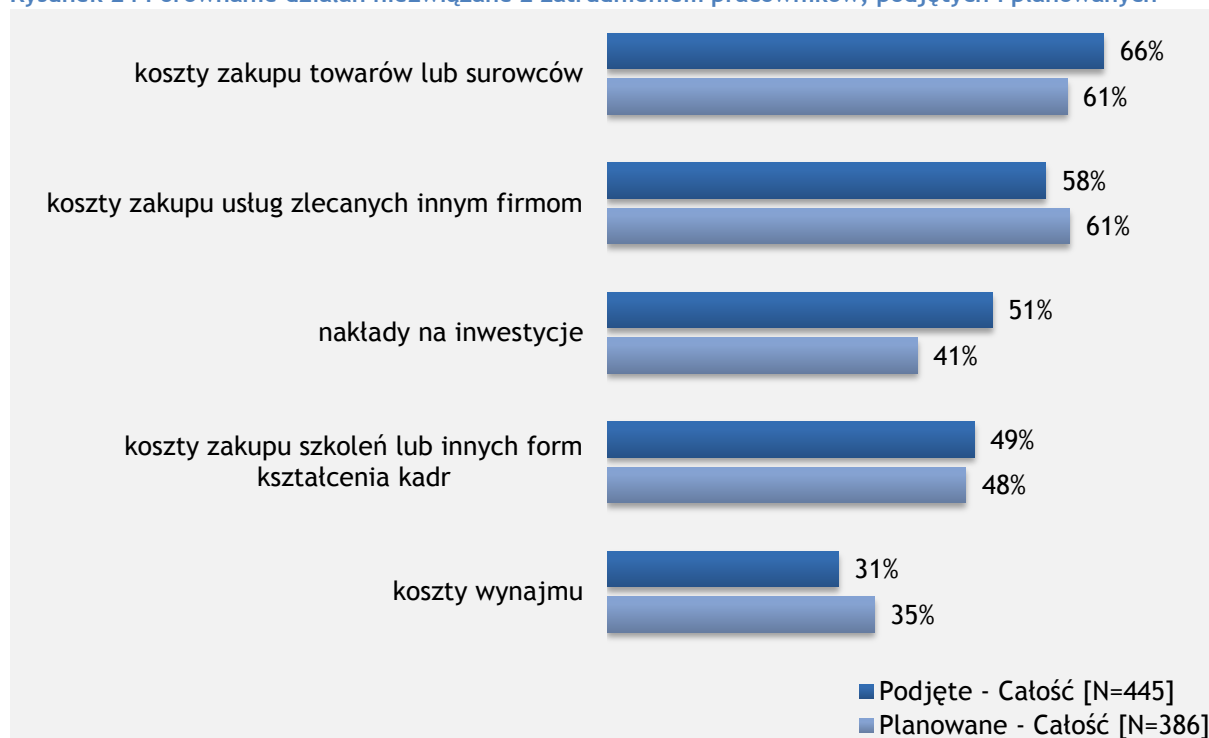


Odnośnie działań podjętych: Które z poniższych działań podjęła dotąd Państwa firma, aby przeciwdziałać wpływowi kryzysu gospodarczego? Odnośnie działań planowanych: Jakie działania planuje podejmować Państwa firma w ciągu najbliższych sześciu miesięcy, aby przeciwdziałać wpływowi kryzysu gospodarczego?

Odnośnie do planowanych działań niezwiązanych z zatrudnieniem pracowników to firmy, które w ogóle planowały

takie działania, najczęściej wskazywały redukcje kosztów surowców i usług zleczanych innym (rysunek 24).

Rysunek 24 Porównanie działań niezwiązane z zatrudnieniem pracowników, podjętych i planowanych

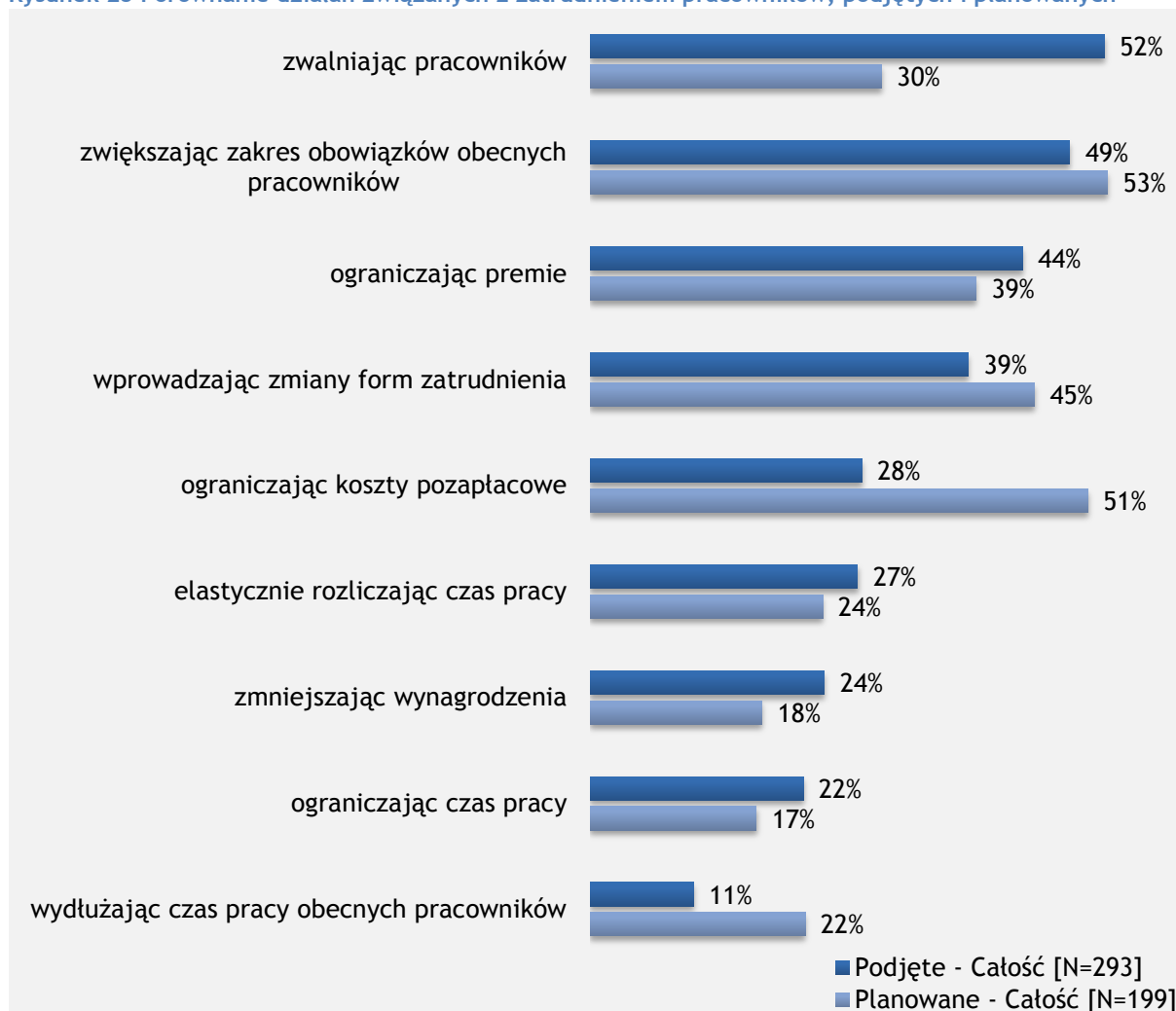


Odnosnie działań podjętych: Jakże koszty niezwiązane z zatrudnieniem pracowników planuje ograniczyć Państwa firma w ciągu najbliższych sześciu miesięcy, aby przeciwdziałać wpływowi kryzysu gospodarczego? Odnosnie działań planowanych: Jakże koszty niezwiązane z zatrudnieniem pracowników planuje ograniczyć Państwa firma w ciągu najbliższych sześciu miesięcy, aby przeciwdziałać wpływowi kryzysu gospodarczego?

Część firm planuje również redukcję kosztów związanych z zatrudnieniem pracowników. W przypadku tych przedsiębiorstw najczęściej wskazywano na plany zwiększenia zakresu obowiązków obec-

nych pracowników (53% firm planujących redukcję kosztów związanych z zatrudnieniem), zwolnienia (52%) i ograniczenie kosztów pozapłatowych (51%) (rysunek 25).

Rysunek 25 Porównanie działań związanych z zatrudnieniem pracowników, podjętych i planowanych



Odnośnie działań podjętych: Jakie działania związane z zatrudnieniem pracowników planuje podejmować Państwa firma w ciągu najbliższych sześciu miesięcy, aby przeciwdziałać wpływowi kryzysu gospodarczego? Odnośnie działań planowanych: Jakie działania związane z zatrudnieniem pracowników planuje podejmować Państwa firma w ciągu najbliższych sześciu miesięcy, aby przeciwdziałać wpływowi kryzysu gospodarczego?

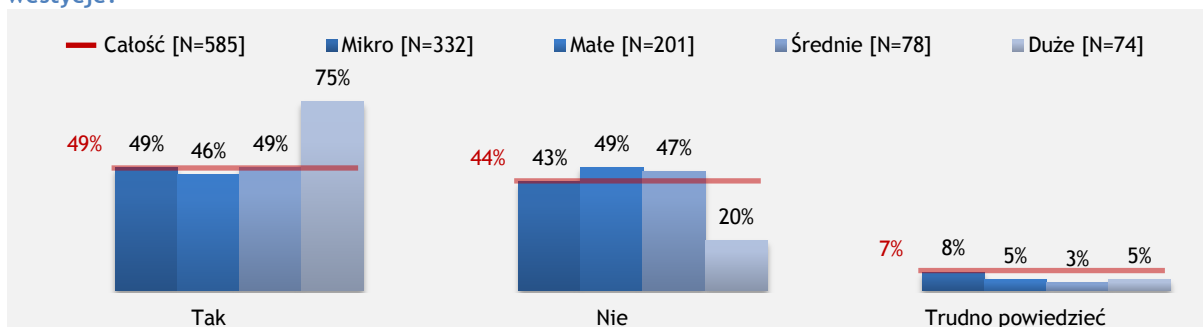
## Plany inwestycyjne, eksportowe i rekrutacyjne

### Inwestycje

Blisko połowa badanych firm planuje inwestycje w ciągu najbliższych 6 miesięcy (rysunek 26). Przy czym na-

leży zaznaczyć, że wśród firm dużych aż 75% planuje inwestycje.

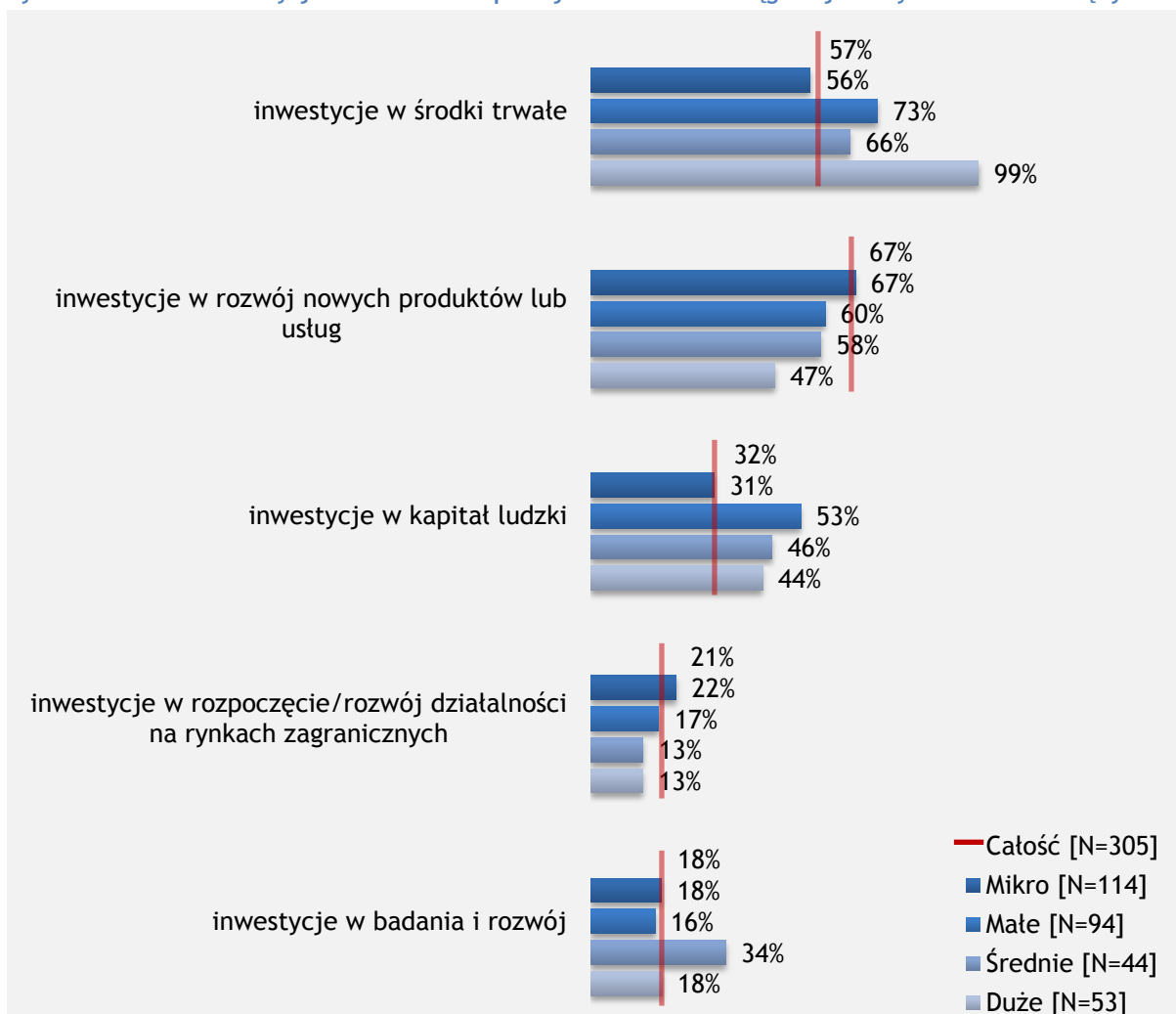
Rysunek 26 Czy w ciągu najbliższych sześciu miesięcy Państwa firma planuje realizować jakiegokolwiek inwestycje?



Najczęściej wskazywanymi celami inwestycji są inwestycje w rozwój nowych produktów lub usług (najczęściej wskazywane przez firmy mikro) oraz

inwestycje w środki trwałe (wskazywane znacznie częściej przez firmy małe, średnie i duże) (rysunek 27).

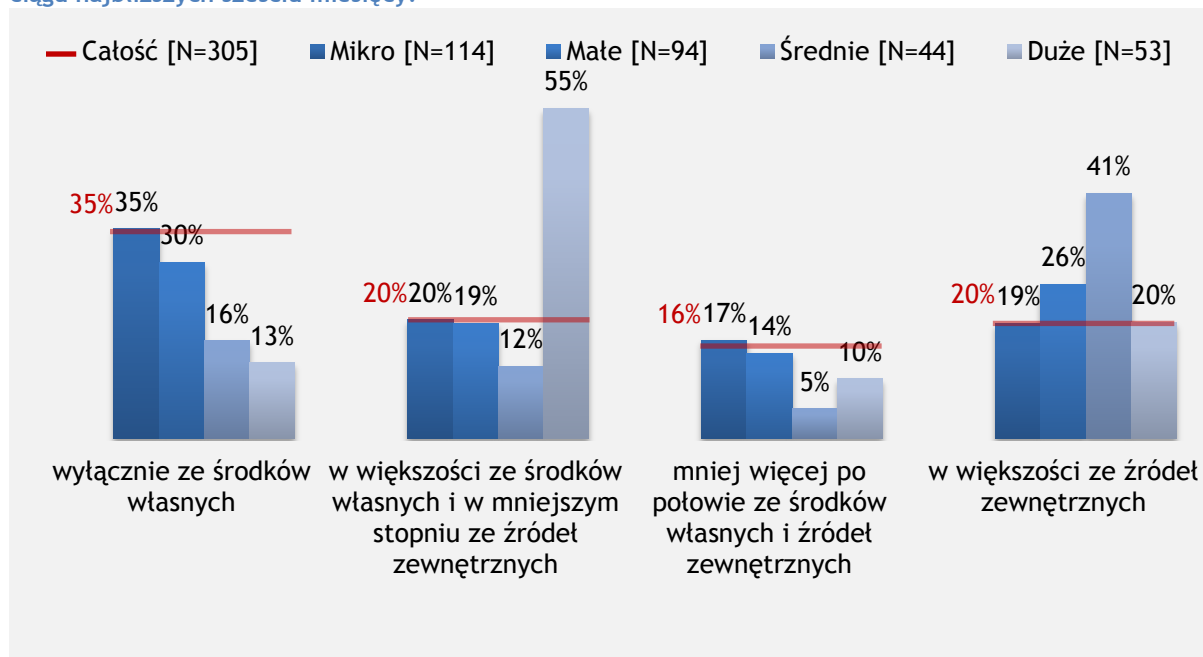
Rysunek 27 Jakie inwestycje Państwa firma planuje realizować w ciągu najbliższych sześciu miesięcy?



Jeżeli chodzi o sposób finansowania planowanych inwestycji, to 35% badanych firm planuje finansowanie wyłącznie ze środków własnych, a kolejne 20% w większości ze środków wła-

snych (rysunek 28). Duże zróżnicowanie sposobu finansowania inwestycji występuje ze względu na wielkość firm.

Rysunek 28 Z jakich środków zamierza Państwo sfinansować inwestycje, które Państwa firma planuje w ciągu najbliższych sześciu miesięcy?

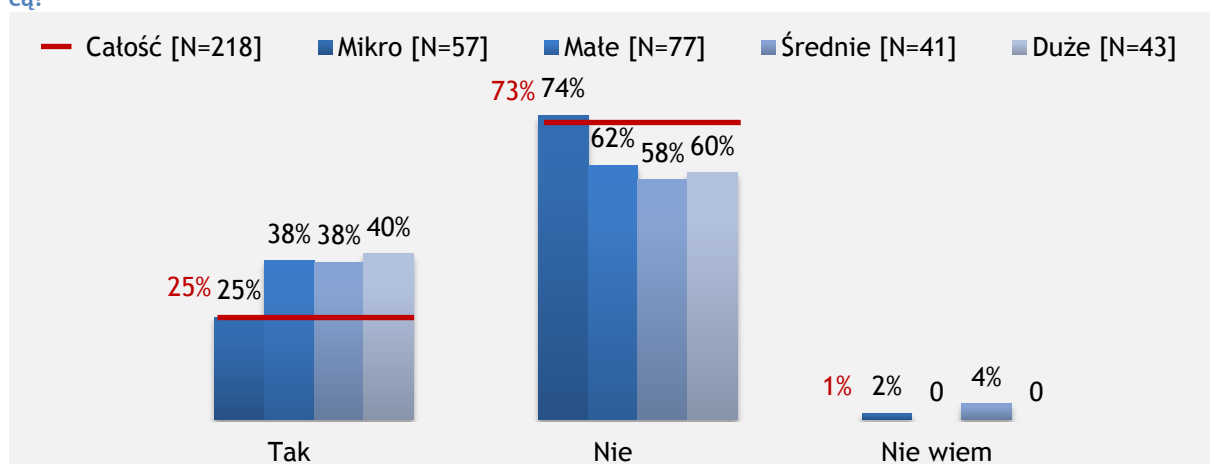


### Eksport

Jak widać na rysunku 29 - 25% badanych firm w ostatnim półroczu sprzedawało swoje produkty czy usługi za granicę. Przedsiębiorstwa małe śred-

nie i duże wskazywały eksportowały częściej, w mniej więcej 40% przypadków. Wśród firm, które w ostatnim półroczu eksportowały, 47% rozpoczęło eksport na nowy rynek.

Rysunek 29 Czy w ciągu ostatnich sześciu miesięcy Państwa firma sprzedawała towary lub usługi za granicą?

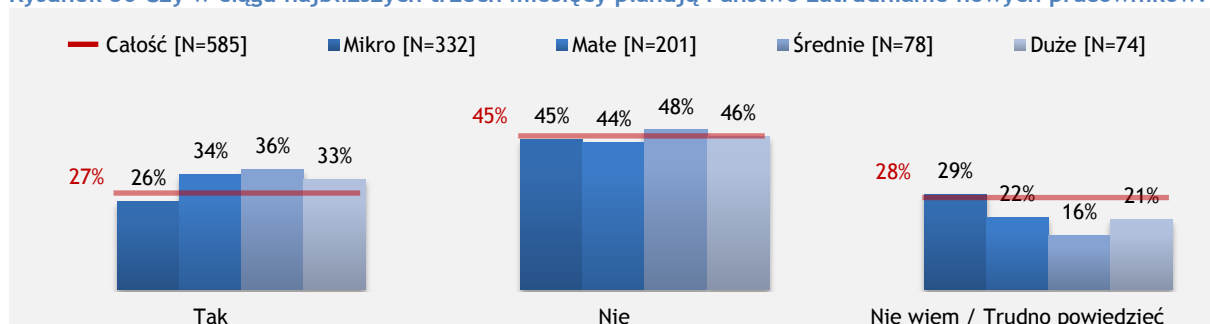


### Rekrutacja pracowników

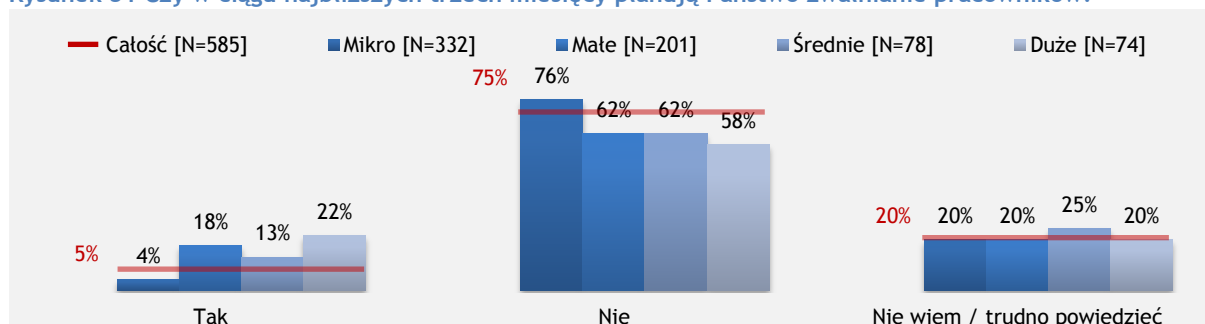
Pytaliśmy respondentów o plany związane ze zmianą liczby zatrudnionych. Nieco częściej niż co czwarta firma przewiduje zatrudnianie nowych pracowników w trakcie najbliższych 3 miesięcy (rysunek 30), natomiast tylko 5% przewiduje redukcję zatrudnienia w trakcie najbliższego kwartału (rysunek 31). Najrzadziej na takie plany

wskazywały firmy mikro (26%), natomiast częściej firmy małe, średnie czy duże (odpowiednio 34%, 36%, 33% wskazań). Firmy mikro rzadziej niż pozostałe planują redukcję zatrudnienia (4%). W przypadku firm małych/średnich czy dużych plany takie ma odpowiednio 18%, 13%, 22% przedsiębiorców.

Rysunek 30 Czy w ciągu najbliższych trzech miesięcy planują Państwo zatrudnianie nowych pracowników?



Rysunek 31 Czy w ciągu najbliższych trzech miesięcy planują Państwo zwalnianie pracowników?



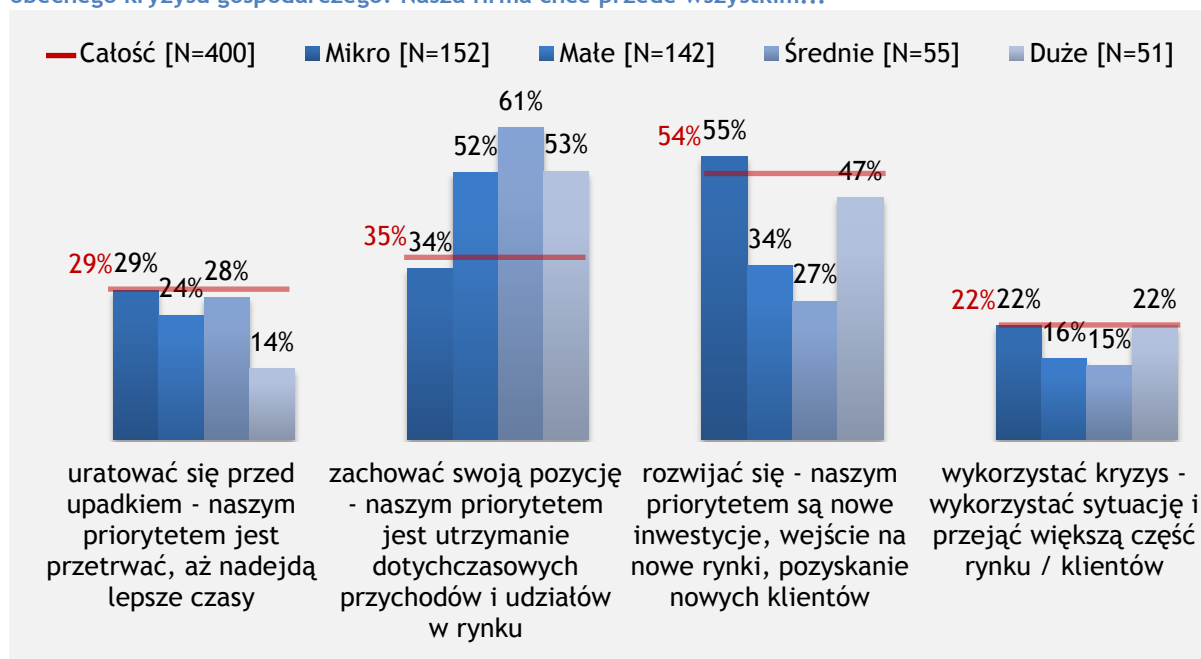
## Filozofia działania w trudnych czasach

Ponad połowa (54%) firm, które odczuwają wpływ kryzysu gospodarczego chcą przede wszystkim się rozwijać (rysunek 32). Ich priorytetem są nowe inwestycje, wejście na nowe rynki, pozyskanie nowych klientów. 34% badanych wskazała, że ich firma chce zachować swoją pozycję, ich priorytetem jest utrzymanie dotychczasowych przychodów i udziałów w rynku. 29% firm wskazało, że ich priorytetem jest uratowanie się przed upadkiem i czekają one na nadejście lepszych czasów.

Najbardziej wybieraną (22% wskazań) odpowiedzią było wykorzystanie kryzysu, wykorzystanie sytuacji i przejęcie większej części rynku lub klientów<sup>5</sup>. Warto zwrócić uwagę, że firmy, które planują wykorzystać kryzys znacząco częściej niż ogół badanych planują zatrudnianie nowych pracowników (39% wskazań przy 27% dla ogółu badanych). Dodatkowo firmy, które chcą się rozwijać nie różnią się między sobą wiekiem, ani branżą ani innymi cechami.

<sup>5</sup> W kafeterii odpowiedzi respondenci mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź.

Rysunek 32 Które z poniższych stwierdzeń, Pana/i zdaniem, najlepiej opisuje podejście Państwa firmy do obecnego kryzysu gospodarczego? Nasza firma chce przede wszystkim...



## Przewidywania, co do stanu firmy i gospodarki w przyszłości

Na pytanie czy sytuacja gospodarcza zmieni się w ciągu najbliższych 3 miesięcy<sup>6</sup> 41% badanych przedsiębiorców odpowiedziało, że nie zmieni się w gospodarce polskiej (rysunek 33), a 46% firm prognozuje brak zmiany sytuacji w ich branży (rysunek 34). Jeżeli chodzi o respondentów przewidujących poprawę lub pogorszenie koniunktury, to zarówno w odniesieniu do gospodarki Polski jak i do sytuacji w branży, taka sama liczba (około 25%) przedsiębiorców przewiduje poprawę, co pogorszenie sytuacji. Analizując odpowiedzi firm z branż o różnym natężeniu siły konkurencyjnej nie odnotowano znaczących różnic. Odmiennie natomiast sytuację oceniają firmy różnej wielkości:

- firmy średnie - niemal taka sama liczba firm przewiduje brak zmian (46%),

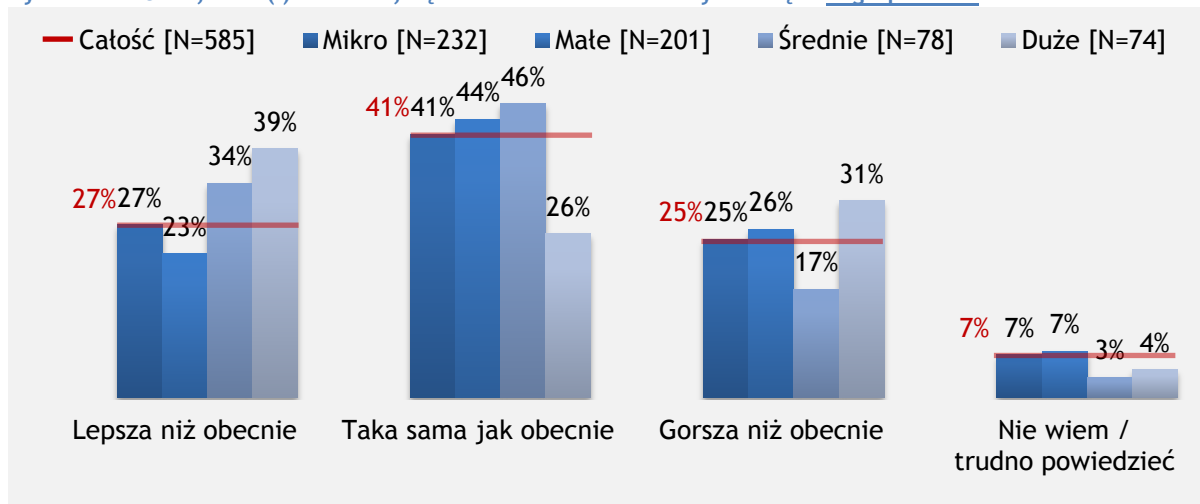
jednak odsetek przedsiębiorców przewidujących poprawę w gospodarce jest znacząco wyższy niż w całości badanych (34% wskazań, przy 27% w całej populacji). Równocześnie mniej firm średniej wielkości przewiduje pogorszenie sytuacji (17% wskazań vs. 25% w całości badanych). Firmy średnie częściej niż ogół badanych przewidują poprawę sytuacji w ich branży (33% wskazań vs. 27% w całości badanych)

- firmy duże - znacznie mniej wskazań na brak zmiany (26% wskazań vs. 41% w całej próbie), natomiast nadal podobne odsetki firm wskazują na poprawę (39%) jak i na pogorszenie sytuacji (31%).

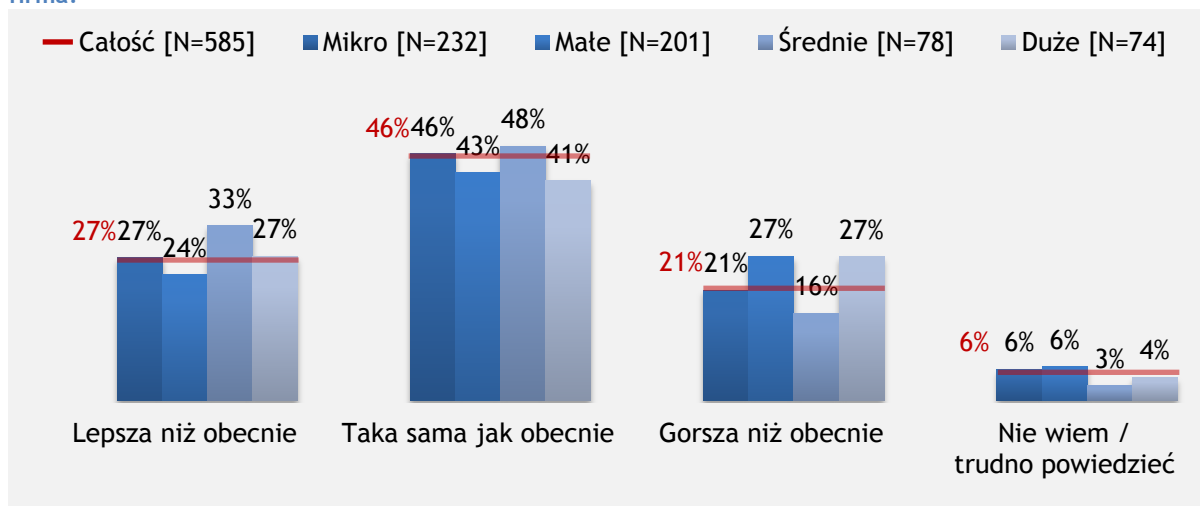
<sup>6</sup> Badanie zrealizowano między czerwcem, a wrześniem 2013 r.



Rysunek 33 Jaka, Pana(i) zdaniem, będzie koniunktura za trzy miesiące w gospodarce?



Rysunek 34 Jaka, Pana(i) zdaniem, będzie koniunktura za trzy miesiące branży, w której funkcjonuje firma?



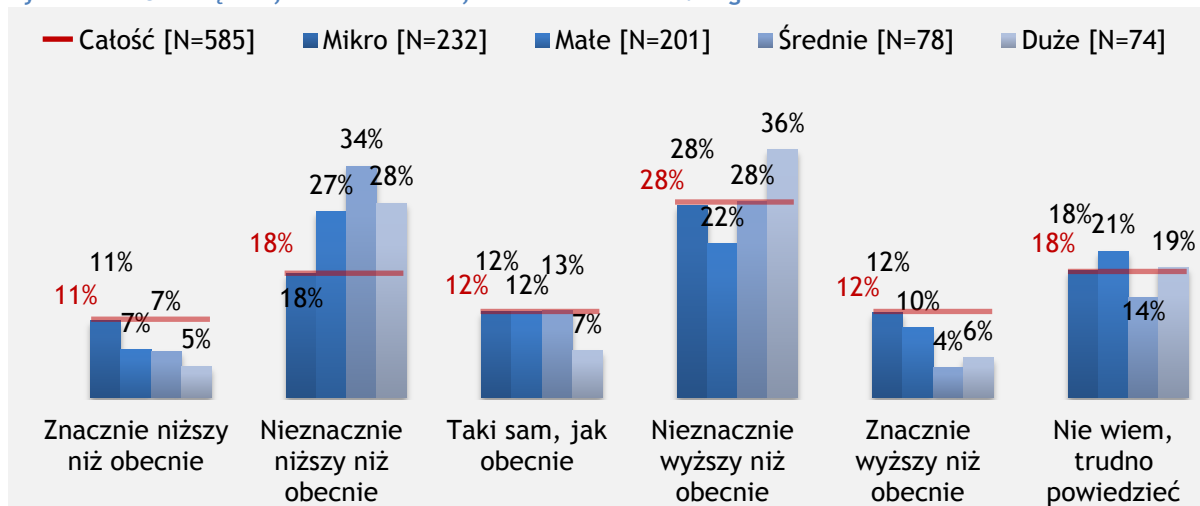
Powyższe wyniki zgadzają się z opiniami ekspertów zespołu badawczego ISR. Oceniali oni, że druga połowa 2013 r. przyniesie niewielkie ożywienie, nasili się ono w 2014., by w 2015 r. przejść w fazę wyraźnego ożywienia. Zgodnie z prognozami będziemy mieć do czynienia z wyraźną poprawą w branży handlowej - dynamika sprzedaży detalicznej wyniesie ok. 4% pod koniec 2013 r. i ok. 7% w trzecim kwartale 2014 r., na co również wskazują dane GUS z lipca br., potwierdzające korzystny trend sygnalizowany przez ekspertów ISR.

Główne źródła przyszłego wzrostu to w opinii analityków - eksport i powoli rosnąca konsumpcja.

### Przewidywania odnośnie do zmiany kursu Euro, poziomu Inflacji i stopy bezrobocia

Zdaniem 28% badanych przedsiębiorców kurs € za 3 lata będzie nieznacznie wyższy niż w chwili obecnej (rysunek 35).

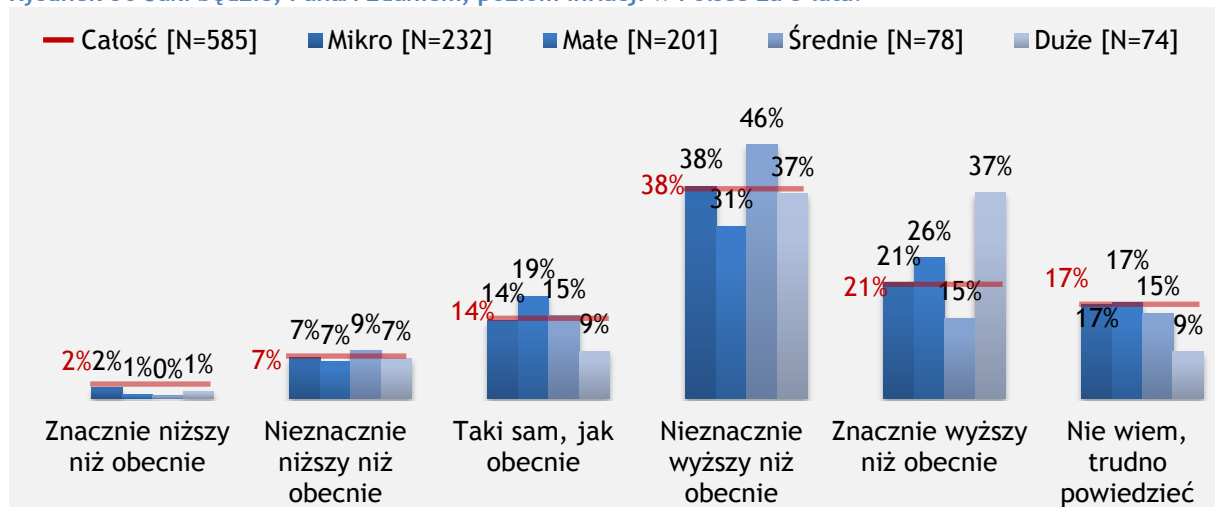
Rysunek 35 Jaki będzie, Pana/i zdaniem, kurs euro wobec złotego za 3 lata?



Podobnie w pytaniu o poziom inflacji - największa część badanych (38%) uważa, że za 3 lata będzie on nieznacznie wyższy niż obecnie. Na drugim miejscu (21% wskazań) znajduje się grupa uważająca,

że inflacja za 3 lata będzie znacznie wyższa niż obecnie. Widzimy również, że firmy duże znacznie częściej niż całość badanych uważają, że poziom inflacji będzie znacznie wyższy niż obecnie.

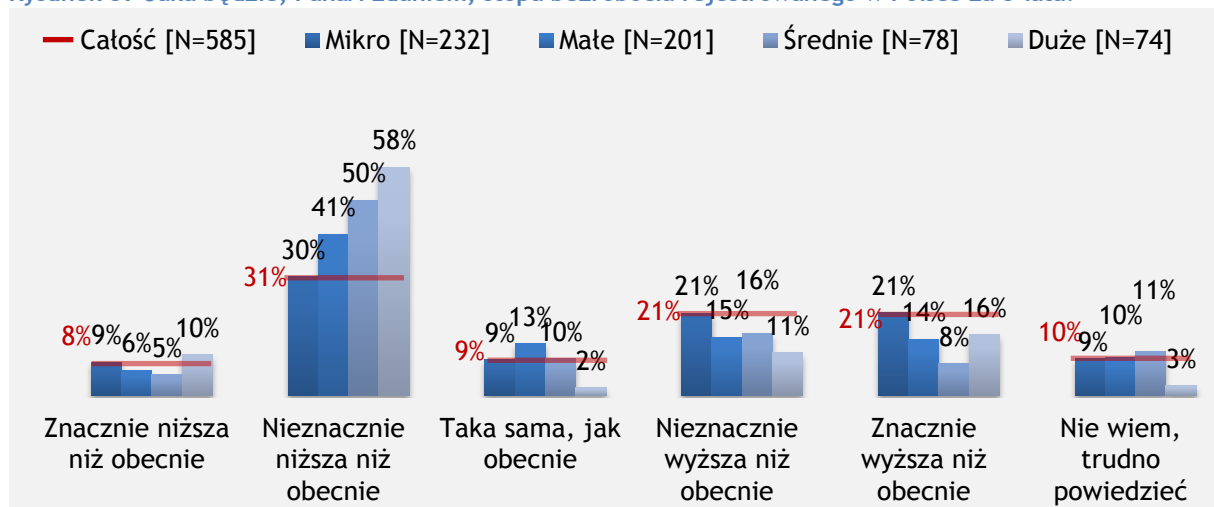
Rysunek 36 Jaki będzie, Pana/i zdaniem, poziom inflacji w Polsce za 3 lata?



Zapytaliśmy również polskie firmy jak szacują poziom stopy bezrobocia za 3 lata. Najwięcej (31%) wskazań uzyskała odpowiedź „nieznacznie niższa niż obecnie” jednak na drugim miejscu (21% wskazań) równocześnie znalazły się odpowiedzi „nieznacznie wyższa niż obecnie” i „znacznie wyższa niż obecnie”.

Firmy małe, średnie i duże wyróżniają się tu na tle całości, częściej wskazując odpowiedź „nieznacznie niższa niż obecnie”, co zobrazowane zostało na poniższym wykresie.

Rysunek 37 Jaka będzie, Pana/i zdaniem, stopa bezrobocia rejestrowanego w Polsce za 3 lata?

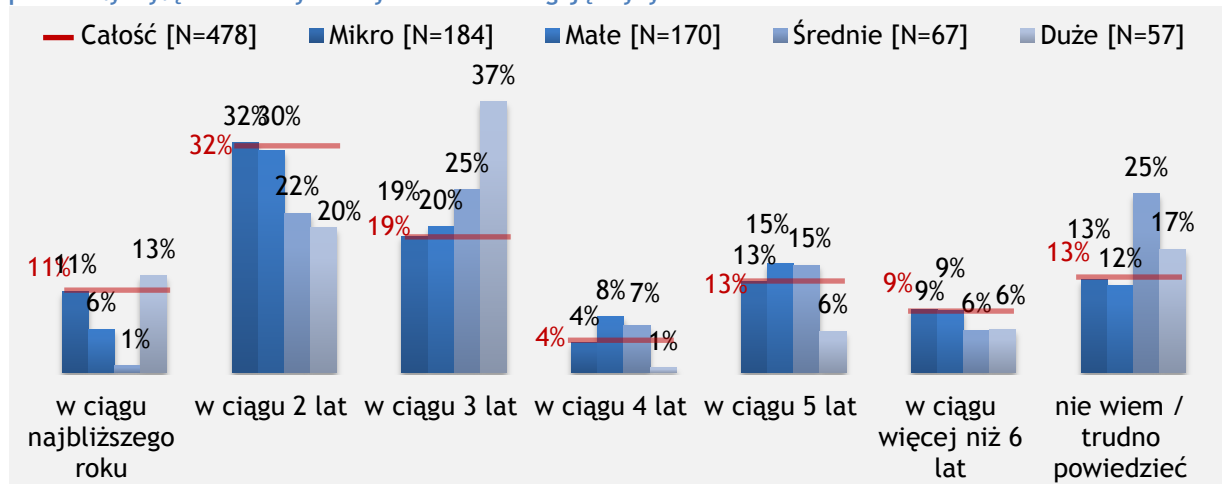


### Przewidywania odnośnie do końca kryzysu

Przedsiębiorstwa, które dostrzegają kryzys na świecie, przewidują, że skończy się on w ciągu 2 lat (32% wskazań) lub w ciągu 3 lat (19%).

Widać tutaj zróżnicowanie rozkładu odpowiedzi w zależności od wielkości przedsiębiorstwa - firmy duże znacznie częściej od ogółu badanych wskazywały odpowiedź „w ciągu 3 lat”:

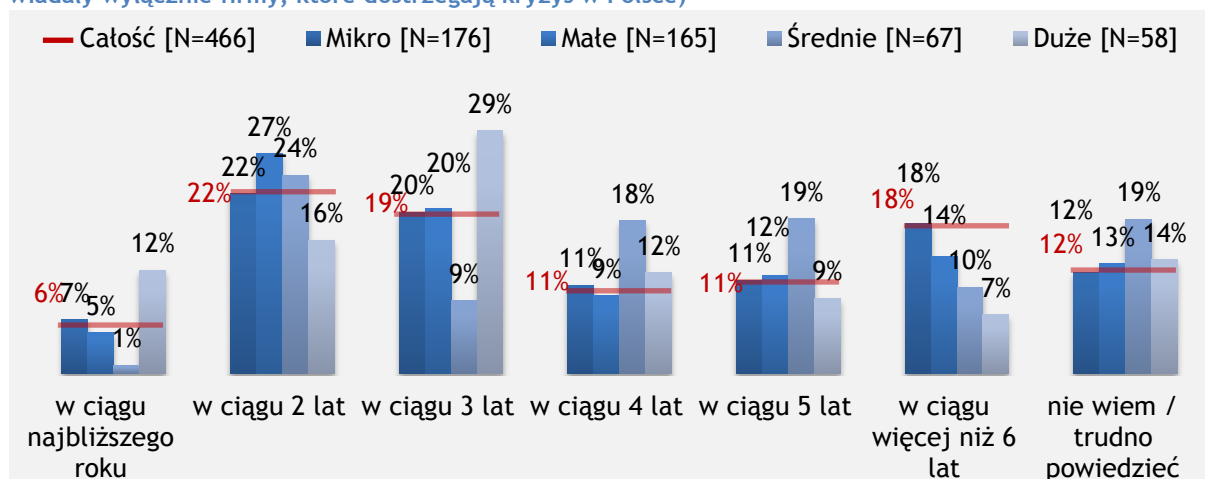
Rysunek 38 Kiedy, Pana/i zdaniem, zakończy się obecny kryzys w gospodarce światowej? (na pytanie odpowiadały wyłącznie firmy, które dostrzegają kryzys na świecie)



W odniesieniu do gospodarki polskiej firmy, które w ogóle zauważały tutaj kryzys, wskazują, podobny scenariusz - najczęściej (22% przypadków) padała odpowiedź, że kryzys skończy się w ciągu 2

lat, a na drugim miejscu, z 19% wskazań, znalazła się odpowiedź „w ciągu 3 lat”. Analogicznie jak poprzednio firmy duże oceniają, że kryzys najprawdopodobniej skończy się w ciągu 3 lat.

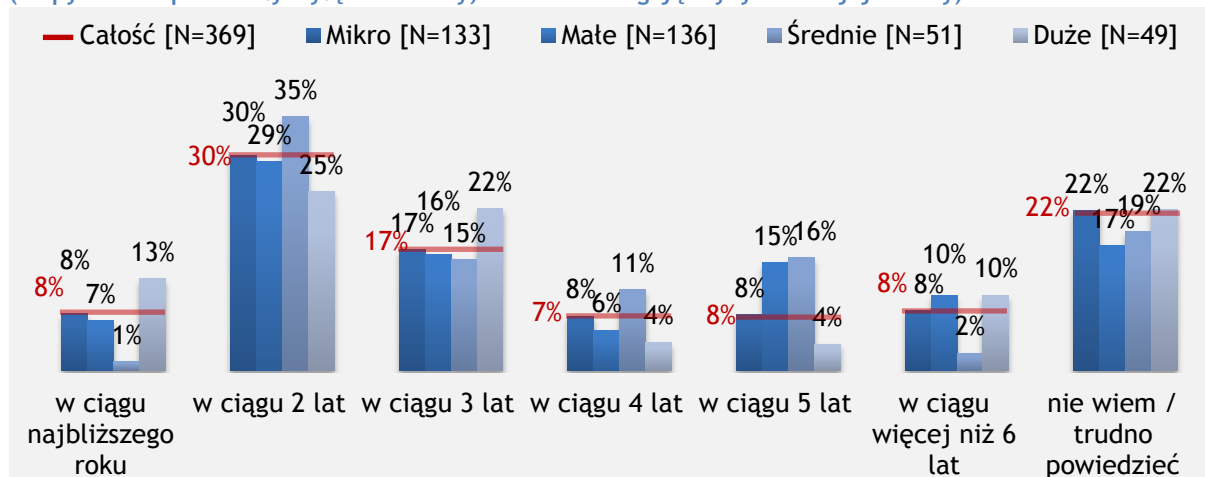
Rysunek 39 Kiedy, Pana/i zdaniem, zakończy się obecny kryzys w gospodarce polskiej? (na pytanie odpowiadały wyłącznie firmy, które dostrzegają kryzys w Polsce)



Jeżeli chodzi o sytuację we własnej branży, to również najczęściej (30% przypadków) padała odpowiedź „w ciągu 2 lat”, a odpowiedź „w ciągu 3 lat” plasowała się na drugim miejscu z 17% wskazań. Firmy duże, również podobnie jak poprzednio, częściej niż ogół badanych wskazywały odpowiedź „w ciągu 3 lat”, a to co najbardziej wyróżniało rozkład tych odpo-

wiedzi od rozkładu dla dwóch poprzednich pytań, to ilość wskazań „nie wiem/trudno powiedzieć” - 22% wszystkich badanych firm nie było w stanie oszacować kiedy skończy się kryzys w ich branży, podczas, gdy w odniesieniu do Polski czy świata odpowiedź tą wskazywało odpowiednio 12% i 13%.

Rysunek 40 Kiedy, Pana/i zdaniem, zakończy się obecny kryzys w branży, w której działa Państwa firma? (na pytanie odpowiadały wyłącznie firmy, które dostrzegają kryzys w swojej branży)



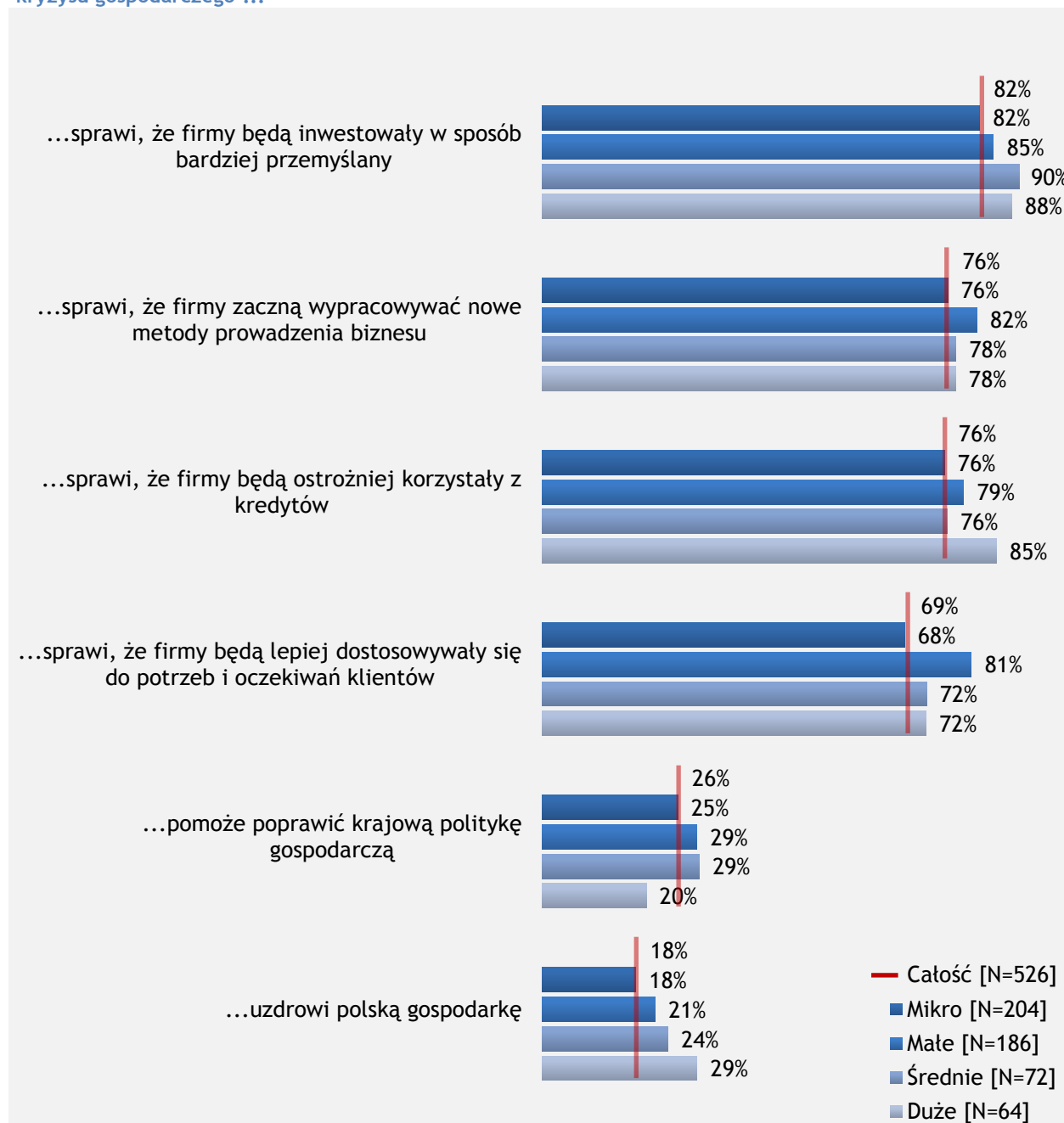
### Czy kryzys zmieni coś w gospodarce i biznesie?

82% przedsiębiorców, którzy dostrzegają kryzys w gospodarce światowej, polskiej lub we własnej branży jest zdania, że kryzys gospodarczy sprawi, iż firmy będą

inwestowały w sposób bardziej przemysłany. 76% firm jest zdania, że kryzys gospodarczy sprawi, iż przedsiębiorcy zaczną wypracowywać nowe metody prowadzenia biznesu i tyle samo uważa, że

przedsiębiorcy będą ostrożniej korzystali z kredytów.

Rysunek 41 W jakim stopniu zgadza się Pan/i z poniższymi stwierdzeniami? Zjawisko określane mianem "kryzysu gospodarczego"...



# Podsumowanie i wnioski - prof. Witold Orłowski

Połowa roku 2013 okazała się szczególnie dobrym momentem dla przeprowadzenia tego typu badania. Był to bowiem rok szczególnej sytuacji gospodarczej, wynikającej z połączenia globalnego kryzysu, europejskiej recesji i pogorszonych warunków na rynku wewnętrznym w wyniku przeprowadzenia w Polsce programu silnego ograniczenia deficytu budżetowego.

Ten rok, charakteryzujący się i wyjątkowo trudnym otoczeniem gospodarczym dla firm, zwłaszcza MŚP, i spadkiem popytu krajowego, i kłopotami ze sprzedażą za granicę, i niepewnością, co do skali spowolnienia, i niepewnością co do stabilności finansowej Polski. Był to więc znakomity test dojrzałości polskich firm, ich zdolności do analizy i oceny sytuacji, zdolności do podejmowania strategicznych działań, zdolności do adaptacji do trudnej sytuacji. Z tego punktu widzenia należy przyznać, że pytania o odczucia dotyczące kryzysu miały charakter nieco przewrotny. Nie chodziło o samą ocenę jego przebiegu, ale właśnie o to jak w trudnej sytuacji zachowują się firmy. Innymi słowy, ankieta dokonana w okresie kryzysu i spowolnienia w roku 2013 była rodzajem swoistego laboratoryjnego eksperymentu, który pokazywał dojrzałość i umiejętności działania polskich firm.

W pierwszej kolejności pytano więc o ocenę sytuacji gospodarczej. Nie chodziło tu jednak o badanie nastrojów i koniunktury (wiadomo, że nie była dobra) ale o to, na ile firmy analizują sytuację i dostępne dane, na ile czują się związane z rynkiem (polskim i globalnym), na ile zdają sobie sprawę z zagrożeń. Pytania o stan przeszły, obecny i przyszłość miały na celu uchwycenie dynamiki zmian świadomości sytuacji rynkowej, ale również stopnia pewności i zaufania we własne siły oraz zdolności dostosowawcze.

Następne pytania dotyczyły zjawisk, z którymi firmy się spotkały na rynku (spadku dynamiki zamówień, wzrostu konkurencji, ewentualnych kłopotów z finansowaniem, groźby utraty płynności) - i ponownie miały na celu przede wszystkim zorientowanie się, czy firmy umieją przeanalizować sygnały rynkowe i przełożyć je na wnioski dotyczące swojej sytuacji, prognoz zmian sytuacji, wymogów odnośnie strategii postępowania.

Kolejny szereg pytań odnosił się do rodzaju podjętych działań dostosowawczych, przy czym w centrum zainteresowania znalazł się problem: w jakich obszarach przedsiębiorstwa szukają możliwości wzrostu konkurencyjności i lepszego dostosowania do

sytuacji rynkowej? Główny wybór to: działania defensywne (głównie ograniczanie kosztów, zwłaszcza płacowych) przeciwko działaniom ofensywnym (innowacje, nowe technologie, lepsze wykorzystanie talentów, inwestycje, współpraca z innymi firmami). Ponownie, pytania dotyczyły i przeszłości i planów na przyszłość, bo chodziło tu przede wszystkim o zmiany świadomości.

Wreszcie szereg pytań dotyczył zdolności firm do głębszej analizy sytuacji - a w szczególności refleksji pozwalającej lepiej ocenić własne strategie rozwojowe (pytanie o to, kto skorzysta na kryzysie; jakie będą jego konsekwencje).

Wyniki badania okazały się trudne do jednoznacznej oceny. Być może przyczyną tego faktu był ukazujący się w wynikach podział na wyraźne trzy grupy firm, różniące się skrajnie podejściem do sytuacji - młodych optymistów, biernych pesymistów i przedsiębiorczych realistów. Zamiast jednej narracji dotyczącej sytuacji mieliśmy więc trzy narracje całkowicie odmienne - a w ślad za tym trzy całkiem różne modele zachowań.

Bez wątpienia wspólną cechą większości badanych firm okazała się specyficzna różnica w postrzeganiu sytuacji świata, Polski, branży i własnej firmy. Im bardziej odległej od firmy perspektywy dotyczyły oceny sytuacji, tym stawały się bardziej pesymistyczne. Może to świadczyć o stosunkowo dużym zaufaniu we własne siły, bowiem firmy lepszą sytuację własną (niż na świecie, w Polsce i w branży) bez

wątpienia przypisywały własnym zdolnościom do radzenia sobie w trudnych warunkach. W zderzeniu z faktem, że aż 39% firm przyznało, że bliżej lub dalej zetknęło się w ostatnim okresie z groźbą niewypłacalności (głównie z powodu zatorów płatniczych), stanowi to dość pozytywny symptom zaufania we własne siły.

W podjętych przez firmy działaniach dostosowawczych mógł pozytywnie zaskoczyć stosunkowo mały nacisk na oszczędności w zakresie kosztów pracy. Być może jest tak, że firmy jednak lepiej niż można się było spodziewać zapamiętały lekcję z lat 2001-2007, kiedy w kryzysie masowo zwalniały ludzi - a potem miały problem z ponownym zatrudnieniem odpowiednich pracowników. W podjętych działaniach przeważały programy ograniczenia kosztów pozapłacowych (w tym zwłaszcza ograniczenia kosztów zakupu towarów i usług), a także intensywne poszukiwanie nowych klientów i nowych rynków zbytu. Obniżki cen i marż były oczywiście narzędziem skutecznym, ale firmy starały się stosować je w jak najbardziej ograniczonym zakresie. Niestety, ciągle jeszcze stosunkowo niewielką rolę odgrywały działania najbardziej ofensywne - poszukiwanie innowacji, współpracy z innymi firmami, modernizacja technologiczna.

Taka mieszanka podjętych działań dostosowawczych wynikała z przyjętej generalnej strategii działania w trudnych czasach. Dla większości mikrofirm celem działania w czasie kryzysu okazał się dalszy rozwój (mimo niesprzyjającego otoczenia), a dla firm

większych zachowanie dotychczasowej pozycji na rynku. Do mniejszości należały natomiast deklaracje zachowań bardzo defensywnych (uratowania się przed upadkiem), a także bardzo ofensywnych (wykorzystania szans rozwojowych, tworzonych przez kryzys).

Warto też zauważyć, że pozytywnie mogła zaskoczyć zdolność firm do głębszej refleksji nad długookresowymi skutkami obecnego kryzysu i ich wpływem na przyszłe zachowania firm. Choć w praktyce przeważały raczej działania dostosowawcze o charakterze umiarkowanie defensywnym, wydaje się że w głębszej refleksji firmy zauważają przyszłość stojącą przed firmami innowacyjnymi i ich większą zdolność do dostosowania się do nowych warunków i do skutecznej walki konkurencyjnej. Firmy w szczególności uważają, że skutkiem kryzysu zwiększy się efektywność inwestowania i poprawią się metody prowadzenia biznesu, a także dostosowania się do potrzeb rynku. Stosunkowo smutną konkluzją jest natomiast przekonanie,

że w wyniku kryzysu firmy będą ostrożniej korzystać z kredytu - z jednej strony słuszne jest oczywiście wyciągnięcie lekcji z doświadczeń związanych z nadmiernym zadłużeniem, z drugiej jednak istota problemu nie dotyczy wcale samej skali zadłużenia, ale efektywności wykorzystania środków na inwestycje.

Reasumując, wyniki badania pokazują ciekawy obraz polskich firm: z jednej strony stosunkowo silnych i mających zaufanie do swoich zdolności dostosowawczych, a jednocześnie z drugiej strony dość konserwatywnych w podejmowanych działaniach. Z jednej strony preferujących dostosowania o charakterze umiarkowanie defensywnym, a z drugiej rozumiejących, że w przyszłości lepsze efekty dadzą działania o charakterze śmielszym i bardziej innowacyjnym. Z jednej strony ciągle jeszcze zapatrzonych w przeszłość i powielających schematy zachowań z minionych dwóch dekad, a z drugiej z coraz większym zainteresowaniem patrzących w przyszłość.



## Spis rysunków

Rysunek 1 Jak, w porównaniu z sytuacją w czerwcu ubiegłego roku (2012), ocenia Pan(i) obecną koniunkturę w gospodarce?.....	10
Rysunek 2 Jak, w porównaniu z sytuacją w czerwcu ubiegłego roku (2012), ocenia Pan(i) obecną koniunkturę w branży, w której funkcjonuje Państwa firma?.....	11
Rysunek 3 Czy Pana/i zdaniem mamy obecnie do czynienia z kryzysem w gospodarce światowej? .....	12
Rysunek 4 Czy Pana/i zdaniem mamy obecnie do czynienia z kryzysem w gospodarce polskiej? .....	12
Rysunek 5 Czy Pana/i zdaniem mamy obecnie do czynienia z kryzysem w branży, w której działa firma?.....	12
Rysunek 6 Czy Państwa firma odczuwa obecnie wpływ kryzysu gospodarczego? .....	13
Rysunek 7 W którym roku Państwa firma zaczęła odczuwać wpływ kryzysu gospodarczego? <i>Bez odpowiedzi „nie wiem/ trudno powiedzieć”</i> . .....	13
Rysunek 8 Czy w ciągu ostatnich sześciu miesięcy w działalności Państwa firmy wystąpiły następujące zjawiska? .....	14
Rysunek 9 W jaki sposób, w ciągu ostatnich sześciu miesięcy, zmieniły się poniższe parametry? - Popyt na produkty / usługi Państwa firmy .....	15
Rysunek 10 W jaki sposób, w ciągu ostatnich sześciu miesięcy, zmieniły się poniższe parametry? - Dostępność wykwalifikowanych pracowników.....	15
Rysunek 11 W jaki sposób, w ciągu ostatnich sześciu miesięcy, zmieniły się poniższe parametry? - Ceny towarów, materiałów, sprzętu potrzebnych w Państwa działalności .....	16
Rysunek 12 W jaki sposób, w ciągu ostatnich sześciu miesięcy, zmieniły się poniższe parametry? - Koszty zatrudnienia .....	16
Rysunek 13 W jaki sposób, w ciągu ostatnich sześciu miesięcy, zmieniły się poniższe parametry? - Terminowość regulowania płatności przez kontrahentów Państwa firmy.....	16
Rysunek 14 W jaki sposób, w ciągu ostatnich sześciu miesięcy, zmieniły się poniższe parametry? - Dostępność do kredytu lub innych form zewnętrznego finansowania.....	17
Rysunek 15 Jak silna konkurencja występuje obecnie na rynku, na którym działa Państwa firma?.....	17
Rysunek 16 Jakie działania podejmowała w ciągu ostatnich sześciu miesięcy Państwa firma, aby sprostać konkurencji? .....	18
Rysunek 17 W jakim stopniu problem nieuczciwej konkurencji zagrażał, w ciągu ostatnich trzech miesięcy, interesom Państwa firmy? [N=287] .....	19
Rysunek 18 Czy w okresie ostatniego roku Państwa firmie groziła utrata płynności finansowej? .....	19
Rysunek 19 Czym spowodowana była groźba utraty płynności finansowej przez Państwa firmę?.....	20
Rysunek 20 Które z poniższych działań podjęła dotąd Państwa firma, aby przeciwdziałać wpływowi kryzysu gospodarczego? .....	22
Rysunek 21 Jakie koszty niezwiązane z zatrudnieniem pracowników planuje ograniczyć Państwa firma w ciągu najbliższych sześciu miesięcy, aby przeciwdziałać wpływowi kryzysu gospodarczego? .....	23
Rysunek 22 Jakie działania związane z zatrudnieniem pracowników planuje podejmować Państwa firma w ciągu najbliższych sześciu miesięcy, aby przeciwdziałać wpływowi kryzysu gospodarczego? .....	24

Rysunek 23 Porównanie działań podjętych i planowanych .....	25
Rysunek 24 Porównanie działań niezwiązane z zatrudnieniem pracowników, podjętych i planowanych.....	26
Rysunek 25 Porównanie działań związanych z zatrudnieniem pracowników, podjętych i planowanych.....	27
Rysunek 26 Czy w ciągu najbliższych sześciu miesięcy Państwa firma planuje realizować jakiegokolwiek inwestycje? .....	28
Rysunek 27 Jakie inwestycje Państwa firma planuje realizować w ciągu najbliższych sześciu miesięcy?.....	28
Rysunek 28 Z jakich środków zamierzają Państwo sfinansować inwestycje, które Państwa firma planuje w ciągu najbliższych sześciu miesięcy?.....	29
Rysunek 29 Czy w ciągu ostatnich sześciu miesięcy Państwa firma sprzedawała towary lub usługi za granicą?.....	30
Rysunek 30 Czy w ciągu najbliższych trzech miesięcy planują Państwo zatrudnianie nowych pracowników?.....	30
Rysunek 31 Czy w ciągu najbliższych trzech miesięcy planują Państwo zwalnianie pracowników?.....	31
Rysunek 32 Które z poniższych stwierdzeń, Pana/i zdaniem, najlepiej opisuje podejście Państwa firmy do obecnego kryzysu gospodarczego? Nasza firma chce przede wszystkim... ..	32
Rysunek 33 Jaka, Pana(i) zdaniem, będzie koniunktura za trzy miesiące w gospodarce? ....	33
Rysunek 34 Jaka, Pana(i) zdaniem, będzie koniunktura za trzy miesiące branży, w której funkcjonuje firma? .....	33
Rysunek 35 Jaki będzie, Pana/i zdaniem, kurs euro wobec złotego za 3 lata?.....	34
Rysunek 36 Jaki będzie, Pana/i zdaniem, poziom inflacji w Polsce za 3 lata?.....	34
Rysunek 37 Jaka będzie, Pana/i zdaniem, stopa bezrobocia rejestrowanego w Polsce za 3 lata? .....	35
Rysunek 38 Kiedy, Pana/i zdaniem, zakończy się obecny kryzys w gospodarce światowej? (na pytanie odpowiadały wyłącznie firmy którzy które dostrzegają kryzys na świecie.....	35
Rysunek 39 Kiedy, Pana/i zdaniem, zakończy się obecny kryzys w gospodarce polskiej? (na pytanie odpowiadały wyłącznie firmy, które dostrzegają kryzys w Polsce) .....	36
Rysunek 40 Kiedy, Pana/i zdaniem, zakończy się obecny kryzys w branży, w której działa Państwa firma? (na pytanie odpowiadały wyłącznie firmy, które dostrzegają kryzys w swojej branży) .....	36
Rysunek 41 W jakim stopniu zgadza się Pan/i z poniższymi stwierdzeniami? Zjawisko określane mianem "kryzysu gospodarczego".....	37