

System pomocy publicznej dla MSP w Polsce – zapotrzebowanie małych i średnich przedsiębiorstw na pomoc publiczną

Badanie przeprowadzone na zlecenie Polskiej
Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości przez CEM
Instytut Badań Rynku i Opinii Publicznej
w roku 2004

Autorzy:

Prof. dr hab. Jan Jerschina
Szymon Beźnic
Agnieszka Janczewska-Szmuc
Elżbieta Lesińska
dr Małgorzata Marzec
Henryk Siwek
Łukasz Pytliński

Redakcja i opracowanie merytoryczne:
Dr Sławomir Pyciński

©Copyright by Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, 2005

ISBN 83-60009-01-5

Wydanie I

Nakład 1000 egzemplarzy

Projekt okładki, przygotowanie do druku, druk i oprawa:

Edit Sp. z o.o.

05-400 Otwock, ul Inwalidów Wojennych 14

SPIS TREŚCI

Rozdział 1.

CELE BADANIA	7
1.1. Cele praktyczne badania	7
1.2. Pytania badawcze w kwestionariuszu do badań ilościowych	8

Rozdział 2.

METODOLOGIA	9
2.1. Metoda badań	9
2.1.1. Badania ilościowe	9
2.1.2. Próba losowa	9
2.1.3. Próba celowa	9
2.2. Uwaga na temat ważenia danych	10
2.3. Podział regionalny	11

Rozdział 3.

POMOC PUBLICZNA W POLSCE	12
3.1. Pomoc publiczna udzielana małym i średnim przedsiębiorstwom w Polsce	13
3.1.1. Wartość i kierunki pomocy publicznej w Polsce	13
3.1.2. Procedura udzielania pomocy publicznej	14
3.1.3. Ocena efektywności udzielonej pomocy publicznej	16

Rozdział 4.

CHARAKTERYSTYKA RESPONDENTÓW	18
4.1. Obroty i ich dynamika	18
4.2. Zysk i dynamika zysku	21
4.3. Samookreślenie sytuacji rynkowej	23
4.4. Aktywność inwestycyjna firm	23
4.5. Liczba wykorzystanych źródeł inwestowania	26
4.6. Wnioski	28

Rozdział 5.

KORZYSTANIE ZE ŚRODKÓW POMOCY PUBLICZNEJ	30
5.1. Podejmowanie działań na rzecz zdobycia środków pomocy publicznej ..	30
5.2. Częstość starania się i otrzymywania różnych form pomocy publicznej ...	33
5.2.1. Programy przedakcesyjne	37
5.2.2. Programy finansowane z budżetu państwa	37
5.3. Powody odrzucenia wniosku o pomoc publiczną	38
5.4. Sposoby wykorzystania środków z pomocy publicznej	
– cele inwestycyjne firm	40
5.4.1. Profil inwestycji mikroprzedsiębiorstw	46
5.4.2. Profil inwestycji przedsiębiorstw małych	47
5.4.3. Profil inwestycji przedsiębiorstw średnich	49
5.5. Cele starań o pomoc publiczną	50
5.5.1. Zróżnicowanie celów w firmach mikro, małych i średnich	50
5.6. Szczegółowe omówienie celów pomocy publicznej	53
5.6.1. Zwiększenie zatrudnienia	53
5.6.2. Unowocześnienie lub zakup nowych urządzeń lub maszyn	55
5.6.3. Otrzymanie certyfikatów jakości	56
5.6.4. Marketing, promocja, reklama, uczestnictwo w targach	56
5.6.5. Szkolenia pracowników	58
5.6.6. Komputeryzacja i/lub zakup oprogramowania	59
5.6.7. Budowa lub remont budynków	60
5.7. Udział pomocy publicznej w budżecie	
przedsięwzięcia inwestycyjnego	61
5.8. Wpływ pomocy publicznej na pozycję rynkową firmy	62
5.9. Wnioski	63

Rozdział 6.

POWODY NIE STARANIA SIĘ O WSPARCIE Z POMOCY PUBLICZNEJ	67
6.1. Czynniki zniechęcające do starań o pomoc publiczną	67
6.2. Wiara w siłę nieformalnych działań	68
6.3. Czynniki, które mogłyby ułatwić staranie się o pomoc publiczną	69
6.4. Wnioski	70

Rozdział 7.

POZIOM POINFORMOWANIA I ŹRÓDŁA INFORMACJI

O FORMACH POMOCY PUBLICZNEJ DLA PRZEDSIĘBIORSTW	71
7.1. Poziom poinformowania o pomocy publicznej	71
7.2. Źródła informacji o pomocy publicznej	74
7.3. Ocena możliwości korzystania z pomocy publicznej	78
7.4. Postulaty poprawy procesu informowania	84
7.5. Znajomość instytucji udzielających pomocy publicznej – postulaty informacyjne	87
7.6. Znajomość instytucji lub firm udzielających informacji	88
7.7. Pożądane źródła informacji	89
7.8. Potrzeby w zakresie szkoleń	92
7.9. Wnioski	95

Rozdział 8.

ŚWIADOMOŚĆ POTRZEB FIRM – OCZEKIWANY RODZAJ WSPARCIA 97

8.1. Ważność potrzeb inwestycyjnych i w zakresie innych rodzajów pomocy publicznej w opinii badanych	97
8.2. Najważniejsza potrzeba	100
8.3. Oczekiwany poziom wsparcia – koszt realizacji najważniejszej potrzeby ..	104
8.4. Możliwości finansowania głównej potrzeby	107
8.5. Pożądane formy finansowania głównej potrzeby	110
8.6. Możliwości realizacji głównej potrzeby	113
8.7. Czas realizacji potrzeby w przypadku braku pomocy publicznej	114
8.8. Wnioski	115

Rozdział 9.

ZAMIARY KORZYSTANIA Z POMOCY PUBLICZNEJ 117 |

9.1. Zamiary starania się o pomoc publiczną	117
9.2. Formy pomocy, o które zamierzają się starać firmy w ciągu najbliższych dwóch lat	119
9.3. Zamiar starania się o pomoc – podsumowanie	122
9.4. Wnioski	124

Rozdział 10.

PODSUMOWANIE BADAŃ I REKOMENDACJE 125 |

CELE BADANIA

1.1. CELE PRAKTYCZNE BADANIA

Celem badania było określenie stopnia zapotrzebowania firm sektora MSP na pomoc ze środków publicznych i ustalenie szczegółowych preferencji przedsiębiorstw w tym zakresie.

Wynikiem przeprowadzonych badań ilościowych¹ jest ekspertyza, w której zostały zawarte opinie przedsiębiorców na temat funkcjonowania systemu pomocy publicznej w Polsce. Ekspertyza daje podstawy do szacowania zakresu i kierunków zapotrzebowania na pomoc publiczną w odniesieniu do przedsiębiorstw mikro, małych i średnich. Uwzględnia również różnice o charakterze regionalnym, branżowym (w zakresie, jaki umożliwia wielkość próby założona w projekcie) oraz wielkości i fazy rozwoju firmy.

Badano następujące obszary problemowe jakiego rodzaju wsparcia oczekują przedsiębiorcy:

- *formy pomocy* – dotacje, zwolnienia podatkowe (ulgi), ulgi inwestycyjne, dofinansowanie na zasadach preferencyjnych, preferencyjne pożyczki, kredyty, umorzenia zaległości podatkowych, gwarancje itp.;
- *przedmiot pomocy* – czy oczekują wyłącznie pomocy finansowej, czy także działań „miękkich” typu doradztwo, szkolenia, poszukiwanie i kojarzenie partnerów, przygotowanie kampanii promocyjnej itp.;
- a) jaki jest oczekiwany poziom wsparcia w projekt/jego budżet (procentowo/ilościowo) i na ile pokrywa się on z możliwościami prawnymi (odniesienie do progów w zakresie pomocy publicznej w prawodawstwie unijnym);
- b) jaki jest oczekiwany i akceptowany poziom i zakres wymagań formalnych związanych z uzyskaniem pomocy publicznej (w tym w zakresie obowiązków sprawozdawczych) – na ile firmy korzystając z pomocy publicznej skłonne są akceptować wymagania formalne, proceduralne związane z uzyskaniem tego typu pomocy (np. spełniać wymogi określone w Wytycznych dla Wnioskodawców);

¹ Badanie ilościowe poprzedziła analiza źródeł zastanych i badań jakościowe, które służyły przygotowaniu badań kwestionariusza i uściśleniu badanej materii.

- c) na co chcą przeznaczyć uzyskane środki (jakie rodzaje działań chcą finansować ze środków publicznych, czy będą to inwestycje odtworzeniowe czy rozwojowe – rodzaje: sprzęt, infrastruktura, oprogramowanie, technologie, licencje, patenty, wdrożenia czy działania miękkie typu szkolenia, doradztwo, uzyskanie certyfikatów, uczestnictwo w targach itp.);
- d) jaki jest udział pomocy publicznej w budżecie firm, w finansowaniu danego przedsięwzięcia. Czy firmy ubiegające się o uzyskanie pomocy publicznej korzystają tylko z jednego jej instrumentu, czy łączą kilka możliwości, czy realizując dane przedsięwzięcie korzystają tylko ze wsparcia na zasadach preferencyjnych, czy łączą je ze źródłami komercyjnymi;
- e) świadomość potrzeby wsparcia ze środków publicznych.

Wszystkie wymienione wyżej czynniki uwzględniały zmienne w postaci wielkości firmy (w rozbiciu na firmy mikro – do 9 zatrudnionych, małe – od 10 do 49 zatrudnionych, średnie – od 50 do 249 zatrudnionych); fazy rozwoju firmy, branży, regionu (województwo) oraz faktu korzystania lub nie z pomocy publicznej.²

1.2. PYTANIA BADAWCZE W KWESTIONARIUSZU DO BADAŃ ILOŚCIOWYCH

Badanie zakładało ocenę stopnia otwartości elastyczności systemu pomocy publicznej w stosunku do potrzeb mikroprzedsiębiorów, małych i średnich przedsiębiorców. Zdolności tego systemu do efektywnego realizowania celu, jakim jest wspomaganie rozwoju gospodarczego, tak aby uzyskać najlepszy efekt gospodarczy przy dostępnych środkach. Te założenia zostały przełożone na pytania badawcze, obejmujące następujące grupy problemów:

- 1) system pomocy publicznej i jego relacje z przedsiębiorstwami,
- 2) określenie zbiorowości MSP i ich podstawowych cech oraz kondycji i aktywności inwestycyjnej,
- 3) stopień poinformowania przedsiębiorców o formach, możliwościach i procedurach korzystania z pomocy,
- 4) świadomość potrzeb przedsiębiorców i oczekiwanego rodzaju wsparcia,
- 5) prognoza korzystania z pomocy publicznej- kierunku i zakres,
- 6) przyczyny nie korzystania z pomocy publicznej i barier utrudniających korzystanie.

² Należy zaznaczyć, że badania realizowane były w okresie tuż przed wejściem naszego kraju do Unii Europejskiej, co niewątpliwie determinuje charakter wniosków z nich płynących. Okres ten bowiem przynosił szybkie zmiany, zarówno w otoczeniu prawnym jak i gospodarczym, co wpływało w istotny sposób na modyfikacje wiedzy i świadomości grupy objętej badaniami. Warto w tym miejscu dodać, że w tej ekspertyzie nie referujemy zmian prawnych wprowadzonych przez ustawę o pomocy publicznej, która funkcjonuje od 1 lipca 2004 r. Jest oczywiste, że badani przedsiębiorcy informowali o swych zachowaniach w warunkach zdeterminowanych wcześniejszym stanem prawnym.

METODOLOGIA

2.1. METODA BADAŃ

2.1.1. BADANIA ILOŚCIOWE

Wywiady przeprowadzone zostały z dyrektorami/właścicielami firm, lub osobami, które były lub są odpowiedzialne za współpracę z instytucjami świadczącymi pomoc publiczną, lub zajmowały się problematyką pozyskiwania środków z pomocy publicznej w danym przedsiębiorstwie. Zostały one przeprowadzone przy pomocy standaryzowanego kwestionariusza wywiadu, techniką wywiadu telefonicznego. Realizacja badań ilościowych rozpoczęła się 19 maja 2004, a zakończona dnia 28 czerwca 2004.

2.1.2 PRÓBA LOSOWA

Istniejąca w Polsce struktura przedsiębiorstw, z ogromną dominacją firm mikro przy zastosowaniu reprezentatywnej proporcjonalnej próby losowej spowodowałyby konieczność przeprowadzenia większości wywiadów w przedsiębiorstwach do 9 osób zatrudnionych). Z tego względu w badaniu została zastosowana próba losowa nieproporcjonalna. W przedsiębiorstwach mikro, małych i średnich zrealizowano po 1/3 wywiadów. Przedsiębiorstwa zostały wylosowane z ogólnopolskiej bazy przedsiębiorstw Głównego Urzędu Statystycznego. Założeniem losowania był dobór przedsiębiorstw aktywnych według danych REGON. Próba obejmowała miejscowości różnej wielkości (małe, średnie i duże) w różnych regionach Polski. Do realizacji naszych założeń musieliśmy pobrać próbę 4000 przedsiębiorstw (baza wyjściowa). Następnie z otrzymanej bazy wyjściowej wylosowanych zostało 1000 przedsiębiorstw i rozpoczęto realizację wywiadów. W miejsce każdego przedsiębiorstwa, które odmówiło udziału w badaniu, lub już nie istniało, z bazy wyjściowej dobrane zostało przedsiębiorstwo o takich samych parametrach (wielkość, region itp.).

2.1.3 PRÓBA CELOWA

Aby zgromadzić wystarczającą ilość informacji o barierach ubiegania się o pomoc publiczną oraz sposobach jej wykorzystania, przeprowadzono dodatkowe wywiady w przedsiębiorstwach, które starały się o uzyskanie lub uzyskały pomoc publiczną.

Przedsiębiorstwa te zostały wylosowane z próby niewykorzystanych jeszcze adresów z bazy wyjściowej. Wywiady z tymi firmami stanowią dodatkową próbę celową.

W bazie danych znalazło się 1078 zrealizowanych wywiadów (1025 wywiadów zrealizowanych w próbie losowej plus 53 wywiady dobrane celowo, o których mowa wyżej). Na próbie losowej zrealizowanych zostało 1037 wywiadów, z czego 1025 wywiadów zostało umieszczonych w bazie danych i poddanych analizie, a 12 wywiadów odrzucono z powodu wad.

Tabela 1. Struktura zrealizowanych wywiadów

Przedsiębiorstwa	Liczba wywiadów zrealizowanych w próbie losowej	Liczba wywiadów zrealizowanych w próbie celowej
0-9 zatrudnionych	340	5
10-49 zatrudnionych	339	11
50-249 zatrudnionych	346	37
Razem	1025	53

2.2. UWAGA NA TEMAT WAŻENIA DANYCH

Ze względu na to, że próba dobrana była nieproporcjonalnie do udziału przedsiębiorstw różnej wielkości w populacji przedsiębiorstw, dane przedstawione w raporcie zostały opracowane na podstawie próby ważonej, tak aby struktura przedsiębiorstw według liczby zatrudnionych odpowiadała strukturze populacji przedsiębiorstw.

Procedura ważenia przebiegała następująco:

1. W pierwszym kroku z próby zrealizowanej wyłączono część wywiadów wykonanych z przedsiębiorstwami dobranymi w sposób celowy (w celu zapewnienia odpowiedniej liczby wywiadów z firmami, które korzystały z pomocy publicznej).
2. Zastosowano ważenie wyodrębnionej próby losowej do struktury przedsiębiorstw według wielkości. Do ważenia posłużyły dane na temat liczby zarejestrowanych przedsiębiorstw według REGON.
3. W tak zważonej próbie sprawdzono rozkład częstości korzystania i nie korzystania z pomocy publicznej w ciągu ostatnich 3 lat oraz strukturę wielkości przedsiębiorstw w grupach przedsiębiorstw korzystających i nie korzystających z pomocy publicznej.
4. Strukturę wielkości przedsiębiorstw w próbie losowej, które korzystały z pomocy publicznej nałożono na przedsiębiorstwa z dodatkowej próby celowej (zastosowano wagę).
5. Następnie wagę zmodyfikowano tak, aby po włączeniu do próby losowej dodatkowych przedsiębiorstw z próby celowej, struktury wielkości zatrudnienia wśród

przedsiębiorstw korzystających i nie korzystających z pomocy publicznej odpowiadały strukturom zaobserwowanym w próbie losowej, a także aby udział firm korzystających z pomocy publicznej po zważeniu i włączeniu dodatkowych wywiadów był taki sam jak zaobserwowany w zważonej próbie losowej (bez dodatkowych wywiadów z próby celowej).

Z uwagi na strukturę przedsiębiorstw według liczby zatrudnionych, to znaczy dominację przedsiębiorstw mikro w całej populacji małych i średnich przedsiębiorstw, wyniki, które prezentujemy na próbie ważonej dla całej próby, odzwierciedlają w istocie opinie przedsiębiorstw mikro.

2.3. PODZIAŁ REGIONALNY

W analizach zastosowano następujący podział na regiony:

1. Region północno-wschodni (kujawsko-pomorskie, podlaskie, pomorskie, warmińsko-mazurskie).
2. Region zachodni (dolnośląskie, lubuskie, opolskie, wielkopolskie, zachodniopomorskie).
3. Region centralny (lubelskie, łódzkie, mazowieckie, świętokrzyskie).
4. Region południowo-wschodni (małopolskie, podkarpackie, śląskie).

ROZDZIAŁ 3.

POMOC PUBLICZNA W POLSCE

Pomoc publiczna, w najszerszym ujęciu, jest zbiorem zinstytucjonalizowanych działań, których podmiotem jest państwo i szereg kooperujących instytucji i jednostek adresowanych do przedsiębiorców i samorządów oraz zależnych od nich instytucji. Państwo oddelegowało zadania składające się na realizowanie zadań i procesu pomocy publicznej do szeregu instytucji w oparciu o szereg aktów prawnych. Państwo przekazuje także systematycznie informacje o celach pomocy publicznej (ustanawia stałe i zmienne cele tego systemu, dostarcza środków ekonomicznych na jej realizację, oraz sprawuje przez swe agendy kontrolę nad funkcjonowaniem systemu pomocy publicznej).

Pomoc publiczna powinna być rozpatrywana z prawnego, ekonomicznego i socjologicznego punktu widzenia.

W sensie *prawno-ekonomicznym* najlepiej, jak się wydaje, ujmuje ją definicja S. Dudzika. Powiada on, że pomoc publiczna to różnego rodzaju formy *wsparcia* udzielane przedsiębiorstwom oraz gałęziom gospodarki poprzez różne instytucje (organy) państwowe. Zgodnie z Jego definicją "...pomoc publiczna polega na podejmowaniu działań lub przedsięwzięć finansowych przez organy władzy publicznej z zasobów państwowych, wspierających ekonomiczną działalność określonych przedsiębiorstw, sektorów gospodarki, regionów lub wytwarzanie określonych produktów. Dzięki pomocy publicznej wyróżnione podmioty w gospodarce mogą osiągać korzyści. Korzyść czerpana przez przedsiębiorstwo z udzielonej pomocy to bardzo ważny wyznacznik skutków pomocy państwa. Najczęściej pomoc publiczną definiuje się jako działalność powodującą równocześnie korzyści na rzecz przedsiębiorstwa oraz obciążenia po stronie państwa. W tym przypadku pomoc oznacza koszt lub utratę przychodów dla organów publicznych oraz korzyści dla podmiotu, który korzysta z pomocy. Może to oznaczać wykorzystanie funduszy publicznych do redukcji obciążeń, które przedsiębiorstwo musi w normalnych warunkach ponieść. Źródłem korzyści, jakie może osiągnąć podmiot gospodarczy, są zarówno instrumenty prawa publicznego (dotacje, zwolnienia podatkowe itp.), jak i formy działania o charakterze formalnoprawnym (kredyty, udziały państwa w kapita-

łach przedsiębiorstw itp.). Beneficjentami tego rodzaju pomocy mogą być zarówno przedsiębiorstwa państwowe, jak i prywatne.”³

3.1. POMOC PUBLICZNA UDZIELANA MAŁYM I ŚREDNIM PRZEDSIĘBIORSTWOM W POLSCE

3.1.1. WARTOŚĆ I KIERUNKI POMOCY PUBLICZNEJ W POLSCE

Głównym źródłem informacji na temat wartości i kierunków udzielonej pomocy publicznej w Polsce jest „*Raport o pomocy publicznej w Polsce udzielonej przedsiębiorcom w 2002 roku*” opracowany przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

W 2002 roku wartość udzielonej pomocy publicznej wynosiła 10.277 mln zł, co stanowi 2665,6 mln EUR⁴. W stosunku do 2001 roku odnotowano jednak spadek udzielonej pomocy publicznej o 7,9%.

Udzielona pomoc publiczna w 2002 roku stanowi 1,52% wartości dodanej brutto w gospodarce. W przeliczeniu na jednego pracującego w gospodarce wartość pomocy publicznej wynosiła 1002,49 zł (260 EUR). Pomoc publiczna udzielona w 2002 roku przedsiębiorcom stanowiła 1,3% Produktu Krajowego Brutto wobec 1,5% w 2001 roku. Do najczęściej stosowanych instrumentów udzielania pomocy publicznej w Polsce w 2002 roku należały dotacje i ulgi podatkowe – 64,8%.

Analizując informacje syntetyczne charakteryzujące pomoc publiczną udzieloną przedsiębiorcom w latach 1998-2002 można wskazać następujące tendencje⁵:

- dominującym instrumentem udzielania pomocy publicznej są dotacje oraz zwolnienia podatkowe i funduszowe,
- kolejną najczęściej stosowaną formą pomocy było tzw. miękkie kredytowanie,
- od 2001 roku można zaobserwować powolny wzrost znaczenia poręczeń i gwarancji kredytowych,
- większą część pomocy udzielano reagując na aktualne trudności określonych gałęzi przemysłu, niż w ramach programów dotyczących prorozwojowych działań gospodarczych.

W Polsce dominuje pomoc horyzontalna, która w 2002 roku stanowiła 33,6% ogólnej pomocy udzielonej przedsiębiorcom. Wartość pomocy sektorowej udzielonej przedsiębiorcom stanowi 17,9% ogółu pomocy publicznej, z czego blisko 94% stanowi pomoc przekazywana na restrukturyzację sektora górnictwa węglowego. Pomoc regionalna stanowi tylko 4,6% ogółu pomocy, z czego blisko 65% jest udzielane w formie zwolnień z podatku dochodowego dla przedsiębiorstw prowadzących działalność na podstawie zezwolenia na terenie specjalnych stref ekonomicznych.

³ Dudzik S.: *Pomoc państwa dla przedsiębiorstw publicznych w prawie Wspólnoty Europejskiej*, Zakamycze, Kraków 2002 rok.

⁴ Przy średnim kursie 1 euro = 3,8557 PLN

⁵ Na podstawie „Raportu o pomocy...” op. cit.

W 2002 roku pomoc horyzontalna stanowiła 33,6% ogólnej kwoty wartości pomocy udzielonej w 2002 roku, z tego największa część została przekazana na restrukturyzację, następnie na szkolenia oraz pomoc doraźną.

Głównymi beneficjentami pomocy publicznej w Polsce były duże przedsiębiorstwa (50% ogółu pomocy). Natomiast biorąc pod uwagę formę prawną prowadzonej działalności największe wsparcie otrzymali przedsiębiorcy prywatni.

W Polsce pomoc publiczna jest udzielana głównie przez Urzędy i Izby Skarbowe (21,5%). Niemalże znaczenie w zakresie udzielania pomocy publicznej mają również: Ministerstwo Finansów, Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa, Ministerstwo Gospodarki oraz Zakład Ubezpieczeń Społecznych. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości jako instytucja udzielająca pomocy publicznej dla małych i średnich przedsiębiorstw *ma małe znaczenie w ogólnej wartości udzielanej pomocy publicznej Polsce – 0,2% w 2002 roku.*

W przypadku sektora małych i średnich przedsiębiorstw główne dominującą formą pomocy publicznej są subsydia kapitałowe, z których 12% trafia do tych przedsiębiorstw.

Ocena wielkości i struktury pomocy publicznej, w tym pomocy trafiającej do małych i średnich przedsiębiorstw, jest w Polsce praktycznie niemożliwa, ze względu na istnienie wielu potencjalnych źródeł takiej pomocy, dominacji instrumentów nakierowanych na ogół podmiotów gospodarczych, nie zaś na MSP, jak i braku odpowiedniej sprawozdawczości i monitoringu. Analizując kierunki pomocy dla małych i średnich przedsiębiorstw należy stwierdzić, iż podobnie jak w UE polityka wobec tych przedsiębiorstw jest podporządkowana pewnych celom określonym przez politykę rynku pracy i podnoszenie konkurencyjności polskiej gospodarki. W praktyce działania skierowane do MSP są tylko fragmentem różnych działań i środków podejmowanych w ramach polityki regionalnej, makroekonomicznej i sektorowej.

Z drugiej jednak strony, można spotkać się z opiniami, iż mimo istnienia wielu instrumentów kontroli procesu przyznawania pomocy publicznej (Izby Skarbowe, Urzędy Skarbowe, Urzędy Marszałkowskie, Izby Obrachunkowe, PARP, UOKiK) system ten obejmuje głównie *sprawność formalną* agencji dystrybuujących pomoc lub innych instytucji. System ten nie obejmuje możliwości wypowiedzania się na temat jego samego partnerów – czyli przedsiębiorców.

3.1.2. PROCEDURA UDZIELANIA POMOCY PUBLICZNEJ

Stosowanie przepisów o dopuszczalności pomocy publicznej należy podzielić na trzy etapy⁶:

1. Organ udzielający pomocy ustala, czy wsparcie, które zamierza udzielić jest w ogóle pomocą publiczną (na tym etapie bada się: przesłanki zaistnienia pomocy publicznej, przedmiotu, formy oraz przeznaczenie pomocy publicznej).

⁶ Ciszewski P.: *Pomoc publiczna...*, op. cit., s. 53 - 59

2. Procedura ustalenia zakresu stosowania przepisów o pomocy publicznej (analiza informacji uzyskanej od przedsiębiorcy oraz sprawozdawczość dotycząca udzielonej pomocy publicznej).
3. Dodatkowy etap, gdy przedsiębiorca ubiega się o uzyskanie pomocy przewyższającej 100 tys. euro (na tym etapie następuje zbadanie czy pomoc jest udzielana na cele określone szczegółowo w ustawie).

Każdy z etapów udzielania pomocy publicznej podlega nadzorowi. Organem nadzorującym przyznanie pomocy publicznej jest w Polsce Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK). Prezes UOKiK kontroluje, nadzoruje i monitoruje udzielanie pomocy publicznej. W ramach uprawnień kontrolnych Prezes UOKiK wydaje opinie co do zgodności z prawem projektów umów lub decyzji będących podstawą przyznania pomocy.

„Prezes UOKiK opiniuje następujące formy pomocy:

- dotacje,
- oddanie do korzystania mienia będącego własnością Skarbu Państwa lub jednostek samorządu terytorialnego i ich związków na warunkach korzystniejszych dla przedsiębiorstw oferowanych na rynku,
- zbycie mienia będącego własnością Skarbu Państwa lub jednostek samorządu terytorialnego i ich związków na warunkach korzystniejszych dla przedsiębiorstw oferowanych na rynku,
- pożyczka preferencyjna,
- kredyt preferencyjny,
- dopłaty do oprocentowania kredytów bankowych (dla banków oraz bezpośrednio dla przedsiębiorcy),
- pożyczki warunkowo umorzone,
- poręczenia,
- gwarancje, przyznane na podstawie umowy oraz:
- zaniechanie poboru podatku,
- umorzenie zaległości podatkowej,
- umorzenie odsetek od zaległości podatkowej,
- kontyngenty taryfowe,
- odroczenie terminu płatności podatku,
- rozłożenie na raty płatności podatku,
- rozłożenie na raty płatności zaległości podatkowej
- przyznane w drodze decyzji⁷.

Należy również zwrócić uwagę na fakt, iż w ściśle określonych przypadkach przedsiębiorca, który wcześniej otrzymał pomoc publiczną, jest zobowiązany do jej zwrotu.

⁷ Kacprzyk A., Rybińska A., Tokaj-Krzewska A., Żołnierski A.: *Pomoc publiczna. Poradnik przedsiębiorcy*, PARP, Warszawa 2003, s. 11–12.

Ważnym elementem procedury udzielania pomocy publicznej jest możliwość nałożenia kar pieniężnych za określone zachowania. Kary pieniężne nakładane są przez Prezesa UOKiK w drodze decyzji, w szczególności za zaniechanie⁸:

- 1) udzielenia informacji lub wyjaśnień dotyczących otrzymanej pomocy, pozwalających na dokonanie oceny skuteczności i efektywności udzielonej pomocy,
- 2) udzielenia informacji dotyczących otrzymanej pomocy w trzech kolejnych latach poprzedzających dzień złożenia wniosku o udzielenie pomocy, niezależnie od jej wartości,
- 3) przekazania informacji dotyczących otrzymanej pomocy zgodnych ze stanem faktycznym.

Niezbędnym etapem procedury przyznawania pomocy publicznej są obowiązki informacyjno-sprawozdawcze nakładane na przedsiębiorstwa, które otrzymały pomoc publiczną. W szczególności obowiązki te polegają na⁹:

- 1) informowaniu organów udzielających pomocy przed uzyskaniem pomocy publicznej,
- 2) przekazywaniu informacji dotyczących otrzymanej pomocy (na wniosek organu nadzorującego oraz organu udzielającego pomocy),
- 3) przedkładaniu okresowych sprawozdań z otrzymanej pomocy publicznej (inaczej mówiąc na rozliczeniu się z otrzymanej pomocy),
- 4) obowiązkowym informowaniu o skuteczności i efektywności udzielonej pomocy.

3.1.3. OCENA EFEKTYWNOŚCI UDZIELONEJ POMOCY PUBLICZNEJ

Na podstawie ustawy o pomocy publicznej, organy udzielające pomocy publicznej są zobowiązane do badania skuteczności i efektywności udzielonej pomocy publicznej. Badanie takie dokonuje się na podstawie informacji udzielonej od przedsiębiorcy, który przekazuje je w odpowiedniej formie określonej przepisami prawa.

Badaniu skuteczności i efektywności nie podlega każda pomoc udzielona w danym roku sprawozdawczym, lecz corocznie Rada Ministrów określa, która pomoc ma podlegać badaniu. Ponadto organy udzielające pomocy na podstawie odpowiednich aktów normatywnych są zobowiązane w odpowiednim terminie przekazać informacje o wynikach badania pomocy publicznej do organu nadzorującego organ udzielający pomocy.

Ocena skuteczności i efektywności polega w szczególności na wskazaniu ilości i wartości przypadków pomocy w trzech następujących grupach¹⁰:

- 1) pomoc skuteczna i efektywna,
- 2) pomoc skuteczna i nieefektywna,
- 3) pomoc nieskuteczna i nieefektywna.

⁸ Ibidem.

⁹ Ciszewski P.: *Pomoc publiczna...*, op. cit., s. 61 - 68.

¹⁰ *Raport o pomocy publicznej w Polsce udzielonej przedsiębiorcom w 2002 roku*” sporządzonego przez UOKiK.

Ministerstwo Finansów wprowadziło czwartą grupę kryteriów oceny skuteczności i efektywności udzielonej pomocy publicznej, tj.: pomoc nieskuteczna i efektywna.

Wśród organów, które były w 2002 roku zobowiązane do przedstawienia wyników badania skuteczności i efektywności udzielonej pomocy byli¹¹:

- kierownicy urzędów skarbowych,
- organy podatkowe samorządu terytorialnego,
- Minister Gospodarki, Pracy i Polityki Społecznej,
- Prezes Państwowego Funduszu Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych,
- Prezes Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska,
- Prezes Zakładu Ubezpieczeń Społecznych.

Należy jednak podkreślić, iż ze względu na brak instrumentów przymusu prawnego egzekwującego (poza karami pieniężnymi) dostarczenie wyników oceny efektywności i skuteczności pomocy publicznej, badanie pomocy jest bardzo ograniczone. W 2002 roku ocenie efektywności podlegało jedynie 99 przypadków, a spośród około 3000 jednostek samorządu terytorialnego wpłynęło zaledwie 15 formularzy. Brak jest informacji o skuteczności i efektywności pomocy przeznaczanej na rekompensaty z tytułu realizacji zadań publicznych oraz realizację nowych inwestycji, która to pomoc jest najczęściej udzielana w formach podlegających badaniu, tj. dofinansowanie oprocentowania zaciągniętych kredytów bankowych oraz preferencyjnych pożyczek inwestycyjnych.¹²

Wyniki badania skuteczności i efektywności udzielonej w 2002 roku mogą jedynie obrazować pewne tendencje, ze względu na ilość zbadanych przypadków. Szczegółowe wyniki badania są przedstawione w tabeli poniżej.

Tabela 2. Badanie efektywności i skuteczności pomocy publicznej w Polsce w 2002 roku

	Liczba przypadków	Wartość pomocy	Udział%
Skuteczna i efektywna	48	50631486	79,1
Skuteczna i nieefektywna	4	8927738	13,9
Nieskuteczna i nieefektywna	18	2777870	4,4
„Nieskuteczna i efektywna”	29	1641056	2,6
Suma	99	63978150	100

Źródło: „Raport o pomocy publicznej w Polsce udzielonej przedsiębiorcom w 2002 roku, UOKiK, sierpień 2003 r.

Spośród 99 przypadków udzielonej pomocy 2002 roku jedynie połowa z nich (48) była skuteczna i efektywna. W ujęciu wartościowym na kwotę 63,9 mln PLN pomocy było skutecznej i efektywnej 50,6 mln PLN, czyli prawie 80% ogólnej wartości pomocy.

¹¹ Ibidem.

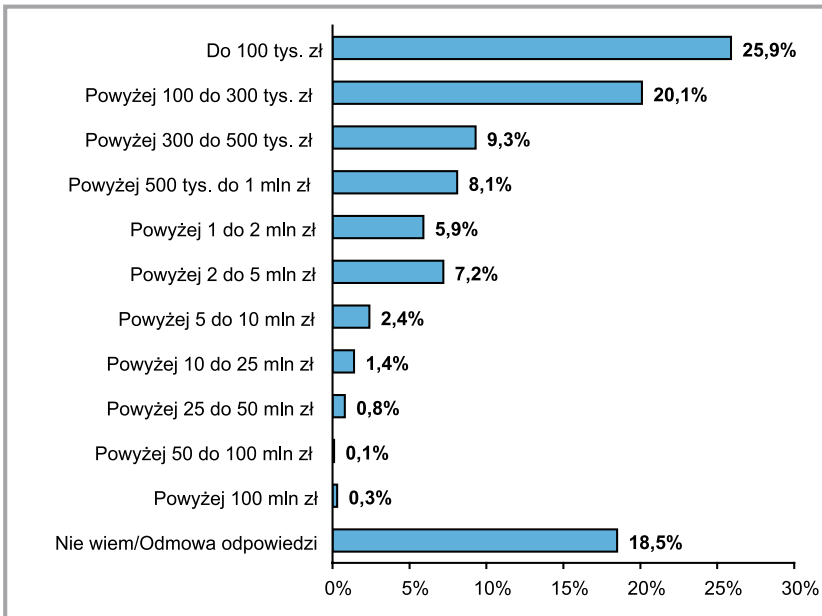
¹² Ibidem.

CHARAKTERYSTYKA RESPONDENTÓW

4.1. OBROTY I ICH DYNAMIKA

Zgodnie z wynikami badania w 2003 r. największą grupę wśród respondentów¹³ stanowiły przedsiębiorstwa o obrotach do 300 tys. zł (w sumie 46% przedsiębiorstw). Obroty od 300 tys. do 5 mln zł osiąga w sumie 30,5% przedsiębiorstw. 18,5% respondentów odmówiło odpowiedzi na te pytania.

Wykres 4.1. Obroty przedsiębiorstwa w 2003 roku



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań (N=1078), dane ważone.

¹³ Dane dotyczące kondycji przedsiębiorstw przedstawiono na próbie ważonej. Kondycję przedsiębiorstw zdefiniowano empirycznie przez następujące zmienne: obroty firmy, dynamikę obrotów, zysk, dynamikę zysku, określenie przez respondenta fazy rozwoju firmy, plany rozwojowe firmy oraz samoocena sytuacji rynkowej firmy.

Firmy mikro najczęściej deklarują obroty do 300 tys. zł (w sumie 47,9%). Z kolei firmy małe przeważnie osiągnęły obroty zawierające się w przedziale od 500 tys. do 10 mln zł (w sumie 59,2%), natomiast wśród firm średnich aż 63% przedsiębiorstw osiągnęło obrót od 2 do 50 mln zł.

Należy podkreślić, że zróżnicowanie wielkości obrotów pomiędzy poszczególnymi regionami nie jest istotne statystycznie. Na podstawie badań nie można pokusić się o wnioski, że któryś z regionów w istotny sposób skupia przedsiębiorstwa o większych lub mniejszych obrotach niż pozostałe. Należy jednakże pamiętać o tym, że wyników tych nie należy generalizować, ponieważ z innych badań i statystyk wynika, iż regiony są zróżnicowane pod względem potencjału gospodarczego i taki wynik może wynikać z doboru próby do tego konkretnego badania. Wysokość obrotów można powiązać z wielkością zatrudnienia – firmy, które charakteryzują się wyższymi obrotami, mają zwykle wyższe zatrudnienie

Branżą osiągającą zdecydowanie najwyższe obroty jest przemysł (analizie pominięto przedsiębiorstwa, które nie podały obrotów za rok 2004). Zaledwie 7% firm z tej branży osiąga obroty do 300 tys., podczas gdy dalsze 69% przekroczyło obrót 2 mln., a niemal połowa z tej grupy odnotowała obrót powyżej 10 mln. Duże obroty osiągają również firmy budowlane. 27% firm budowlanych, spośród tych które podały swoje obroty, przekroczyło w 2003 roku 10 mln. obrotu, a dalsze 40% zamknęło rok z wynikiem 2-10 mln. Szczegółowe dane są zawarte w poniższej tabeli.

Tabela 4.1. Obroty przedsiębiorstwa w roku 2003 – branża gospodarki

	Ogółem	Branża gospodarki						
		Rolnictwo	Przemysł	Budownictwo	Handel i naprawy	Usługi	Pozostała działalność usług., ommun., społ. i indyw.	Inne
Podstawa%	1 078	46	104	78	395	128	279	49
Do 100 tys. zł	25,9%	23,7%	11,9%	27,4%	17,4%	41,7%	35,0%	31,1%
Powyżej 100 do 300 tys. zł	20,1%	10,7%	9,4%	22,1%	22,3%	27,6%	18,7%	18,6%
Powyżej 300 do 500 tys. zł	9,3%	4,3%	6,6%	8,2%	10,7%	4,8%	12,1%	6,5%
Powyżej 500 tys. do 1 mln zł	8,1%	11,3%	15,9%	4,8%	8,0%	5,3%	8,6%	,2%
Powyżej 1 do 2 mln zł	5,9%	11,1%	10,5%	,7%	8,4%	7,2%	1,5%	,2%
Powyżej 2 do 5 mln zł	7,2%	19,6%	7,4%	17,5%	6,8%	,4%	4,8%	13,0%
Powyżej 5 do 10 mln zł	2,4%	,9%	5,2%	1,3%	3,0%	,4%	2,4%	,1%
Powyżej 10 do 25 mln zł	1,4%	,5%	1,1%	,8%	3,3%	,0%	,1%	,1%
Powyżej 25 do 50 mln zł	,8%	,0%	3,7%	4,2%	,2%	,1%	,1%	,0%
Powyżej 50 do 100 mln zł	,1%	,0%	,3%	,1%	,0%	,0%	,0%	,1%
Powyżej 100 mln zł	,3%	,0%	,1%	,0%	,8%	,0%	,0%	,1%
Nie wiem/Odmowa odpowiedzi	18,5%	18,0%	27,9%	12,8%	19,0%	12,4%	16,6%	30,1%

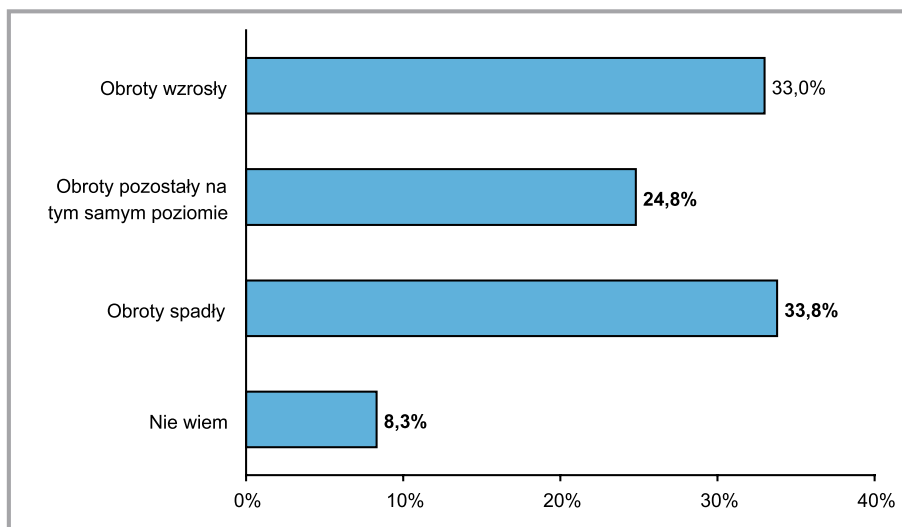
* Test liczono po połączeniu największych obrotów w jedną kategorię (powyżej 25 mln zł)

**Ponad 20% komórek ma liczebność oczekiwaną poniżej 5.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań, dane ważone.

Wskaźnikiem informującym o kondycji przedsiębiorstw jest określenie kierunku zmiany wielkości obrotu w stosunku do roku poprzedniego. Rozwój i innowacyjność uwarunkowane być powinny wzrostem obrotu w stosunku do roku poprzedniego, tymczasem prawie taki sam odsetek przedsiębiorstw zanotował w 2003 roku spadek jak i wzrost obrotów w stosunku do roku 2002 (33,8% spadek obrotów, a 33% wzrost obrotów). Co czwarty badany przedsiębiorca twierdzi, że obroty jego firmy pozostały na tym samym poziomie. Niepokojący jest jednak fakt, że obroty co trzeciej firmy odnotowały tendencje spadkową.

Wykres 4.2. Dynamika obrotów



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań (N=1078), dane ważone.

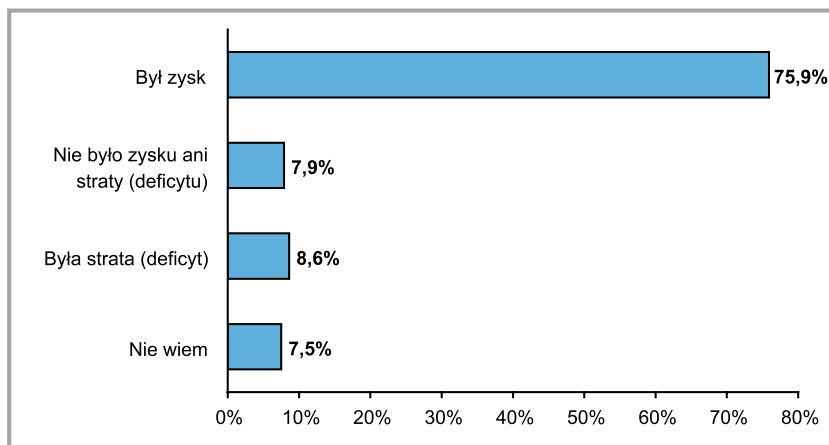
Wzrost obrotów zanotowały przede wszystkim firmy małe (43,4%) i średnie (53,1%). Brak zmiany poziomu obrotu deklarowało odpowiednio 24,9% firm mikro, 24,9% firm małych, oraz 21,5% firm średnich. Spadek obrotów częściej deklarują firmy mikro (34,3%). Wśród firm małych i średnich spadek obrotów deklarowało odpowiednio 25,2% i 20,7%. We wszystkich regionach odsetki firm, które deklarują spadek i wzrost obrotów są bardzo zbliżone.

Przedsiębiorstwa przemysłowe najczęściej deklarowały wzrost obrotów (44%), a spadek budownictwo (42,2%) i handel z naprawami (42,2%). Obroty pozostawały najczęściej na tym samym poziomie w usługach. W grupie przedsiębiorstw przemysłowych obroty spadły zaledwie w przypadku co piątej firmy, natomiast aż 44% odnotowało tendencję wzrostową. Dobra koniunktura cieszy się również branża usługowa, w której to zaledwie 14% badanych deklaruje spadek obrotów a 36% ich wzrost. Na dekoniunkturę narzekają przedsiębiorcy z branży budowlanej oraz handlowej. W branżach tych ponad 40% badanych wskazuje na spadek obrotów.

4.2. ZYSK I DYNAMIKA ZYSKU

Zdecydowana większość respondentów stwierdziła, że ich firma osiągnęła zysk w 2003 roku (75,9%), a tylko 8,6% respondentów stwierdziło, że firma przyniosła stratę. Około 8% badanych wskazuje, że rok 2003 zamknęli bilansem zerowym. Pomimo faktu, że co trzecie przedsiębiorstwo odnotowało spadek obrotów, to nie był on na tyle istotny, aby wpłynąć na kondycje finansową firmy doprowadzając do strat.

Wykres 4.3. Osiągnięcie zysku przez firmy w 2003 r.



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań (N=1078), dane ważone.

Najwięcej strat zanotowano w przedsiębiorstwach średnich oraz małych (13%). Równocześnie w przedsiębiorstwach z tych grup najczęściej jest firm, które osiągnęły zysk (78%). Można zauważyć, że mikroprzedsiębiorstwa, częściej niż pozostałe, odnotowują bilans zerowy (8,2% firm w kategorii mikroprzedsiębiorstwa wobec 2,5% firm w kategorii małe firmy i 3,7% w kategorii średnie firmy).

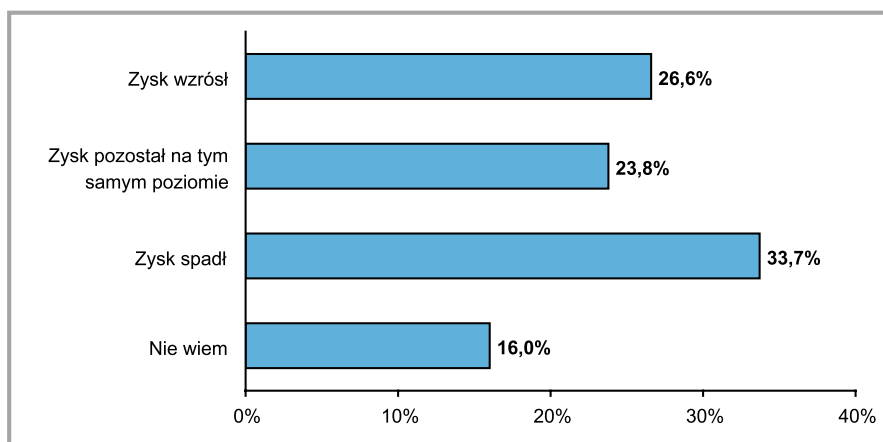
Rozkład tej zmiennej jest niezależny od lokalizacji firm w regionach. Firmy zlokalizowane w regionach Północno-wschodnim i Centralnym nieco częściej wskazują na fakt osiągnięcia zysku w 2003 roku, niż firmy zlokalizowane w regionach południowo-wschodnim i zachodnim. W regionie północno-wschodnim zysk osiągnęło 88% firm, natomiast stratę odnotowało tylko 8%. Analogiczne odsetki dla regionu centralnego wynoszą odpowiednio 86% i 11%, podczas gdy w regionie Zachodnim zysk deklaruje 79% przedsiębiorstw, a stratę aż 15%, natomiast w południowo-wschodnim odpowiednio 77% i 16%.

Różnice pomiędzy branżami są niewielkie. Trochę częściej osiągnano zysk w branżach przemysłu (82,7%) oraz w handlu i naprawach (80,2%). W innych branżach firmy deklarowały zysk na poziomie powyżej 70%. Jedyną branżą, która wyjątkowo

negatywnie przedstawia się na tle pozostałych, jest rolnictwo. W branży tej zysk bowiem zadeklarowało zaledwie 52% badanych, natomiast stratę aż 30% przedsiębiorców. Jest to wynik wyjątkowo niekorzystny biorąc pod uwagę chociażby fakt, że odsetek deklarujących stratę w żadnej z pozostałych branż nie przekracza 10%.

W 1/3 przedsiębiorstw zysk firmy spadł w 2003 roku w porównaniu do roku 2002 (33,7%), ale też spora grupa przedsiębiorstw zanotowała wzrost (26,6%). Wyniki te są zbliżone w istotny sposób do oszacowania zmiany obrotów w 2003 roku w stosunku do roku 2002. Można zauważyć, że wśród polskich MSP istnieje spora grupa przedsiębiorstw (około 25%) o dość stabilnej sytuacji – zarówno poziom zysku jak i obrotów z roku na rok pozostały niezmiennie.

Wykres 4.4. Dynamika zysku 2002/2003



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań (N=1078), dane ważone.

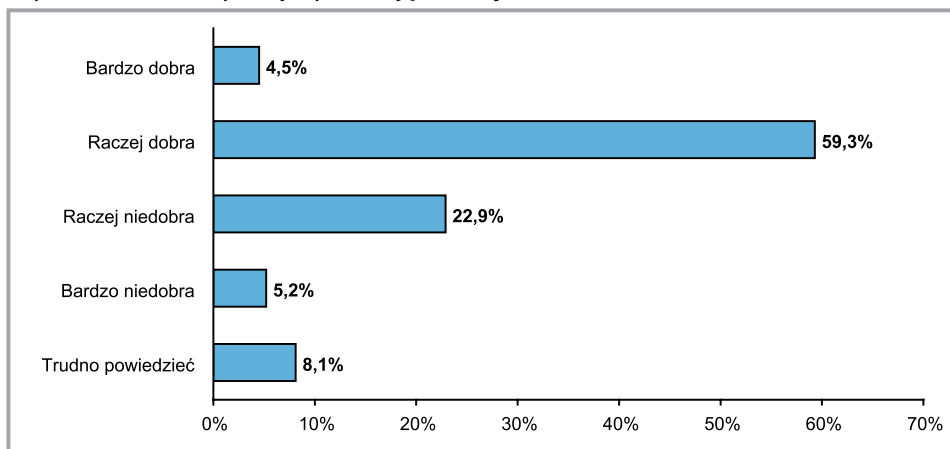
Najczęściej wzrost zysku odnotowały przedsiębiorstwa średnie (46,6%) oraz małe (43,3%). Tylko 25,7% przedsiębiorstw mikro deklarowało wzrost zysku. Natomiast ta kategoria przedsiębiorstw najczęściej deklarowała, iż jej zysk się obniżył w stosunku do roku 2002. Spadek zysku deklarowało odpowiednio 34,2% firm mikro, 23,1% firm małych oraz 24,3% średnich. Zysk na tym samym poziomie, co w roku poprzednim deklarowało 15% firm dużych, 18% małych oraz 24,1 mikro. Pozostałe firmy nie umiały określić czy nastąpił wzrost czy spadek poziomu zysków w firmie.

Wzrost zysku najczęściej deklarowały firmy przemysłowe (40,1%), budowlane (33,7%) oraz rolnicze (33,8%). Największy spadek zysku deklarowała branża handel i naprawy (41,0%), budownictwo (32,8%), pozostała działalność usługowa i komunalna (35,1%) oraz rolnictwo (33,7%). Brak zmiany dynamiki zysku najczęściej był zauważalny w usługach (33,3%) oraz przemyśle (28,9%).

4.3. SAMOOKREŚLENIE SYTUACJI RYNKOWEJ

Przedsiębiorstwa oceniają swoją sytuację rynkową najczęściej jako dobrą (odpowiedzi bardzo dobra i raczej dobra w sumie 63,8%). Jako złą i bardzo złą oceniają ją 28,1% firm, a 8,1% respondentów nie potrafi jej określić.

Wykres 4.5. Ocena sytuacji Rynkowej przedsiębiorstwa



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań (N=1078), dane ważone.

Przedsiębiorstwa mikro częściej niż inne określają swoją sytuację jako raczej lub bardzo niedobłą (28,7%). Analogiczny odsetek dla firm małych wynosi 17,6%, a firm średnich zaledwie 9,9%. Przedsiębiorstwa małe i średnie częściej określają swoją sytuację jako dobrą lub bardzo dobrą (odpowiednio 74,4% i 84%). Wśród firm mikro taką ocenę własnej sytuacji deklarowało 63,2% respondentów.

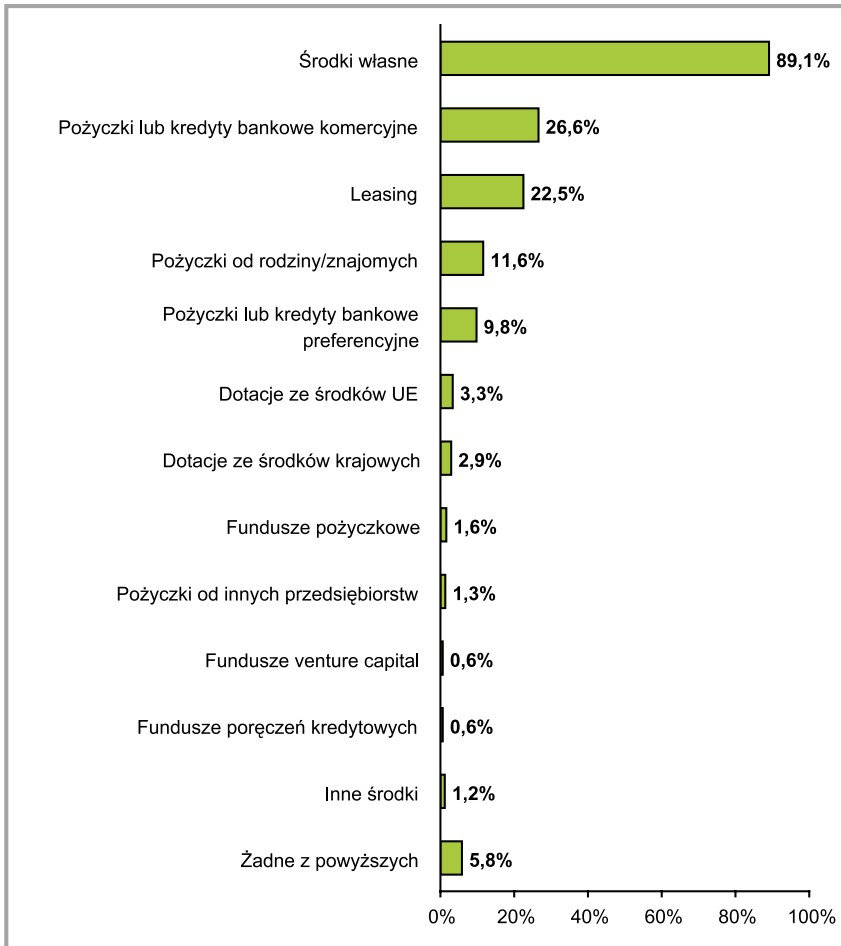
Samookreślenie sytuacji rynkowej firm w regionach nie różnicuje się w sposób istotny statystycznie. Również branża nie wpływa w istotny sposób na sytuację rynkową, choć można zauważyć, że na tle innych branż, najwyższy odsetek przedsiębiorców określających swoje położenie jako bardzo niedobre rekrutuje się z branży handlowej (7,7%) i usługowej (6,2%).

4.4. AKTYWNOŚĆ INWESTYCYJNA FIRM

Prawie 90% firm inwestowało w ciągu ostatnich trzech lat opierając się na środkach własnych. Co czwarta badana firma zdecydowała się na komercyjne pożyczki lub kredyty bankowe. Popularną formą inwestowania jest również leasing. Co dziesiąty badany przedsiębiorca przyznaje, że korzystał z pożyczek udzielanych przez znajomych lub rodzinę. Podobna liczba badanych skorzystała z preferencyjnych

pożyczek lub kredytów bankowych. Na dotację ze środków UE zdecydowało się zaledwie 3,3% przedsiębiorców a krajowych 2,9%. 5,8% przedsiębiorców wskazuje, że nie korzystała z żadnych źródeł finansowania.

Wykres 4.6. źródła finansowania inwestycji



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań (N=1078), dane ważone.

Większość badanych firm inwestowała wykorzystując środki własne. Firmy różnej wielkości wykorzystywały środki własne podobnie często: firmy mikro – 89,2%, firmy małe – 85,7%, firmy średnie – 92,0%.

Z bankowych kredytów komercyjnych korzystało 26,6% firm ogółem. Występuje duże zróżnicowanie w częstości korzystania w zależności od wielkości firmy. Wśród firm mikro 26,0% wykorzystywało kredyty komercyjne, podczas gdy wśród firm

małych odsetek ten wynosi 38,3%, a firm średnich 43,3%. We wszystkich grupach są to bardzo niskie wskaźniki wykorzystania dźwigni kredytowej.

Do finansowania inwestycji wykorzystało leasing 22,5% firm ogółem. Z leasingu jest znacznie częściej korzystały przedsiębiorstwa (małe 40,4%) i średnie (43,1%) niż firmy mikro (21,6%).

Dotacje, zarówno krajowe i ze środków UE, najczęściej są wykorzystywane do finansowania inwestycji przez firmy średnie (w 24,5 i 21,2%) . Tylko niewiele ponad 10% inwestycji firm małych było finansowane z dotacji i mniej niż 3% inwestycji firm mikro.

Z pożyczek preferencyjnych jako źródła finansowania inwestycji skorzystało 16,6% firm średnich, 10% firm małych oraz 9,7% firm mikro.

W firmach mikro częściej (11,6%) niż w przypadku firm małych (6,4%) i średnich (1,7%) wykorzystuje się pożyczki od znajomych i rodziny.

Inne formy finansowania inwestycji były stosunkowo rzadko wskazywane przez respondentów.

Popularność różnych form inwestowania jest różna w różnych branżach gospodarki. Pożyczki i kredyty komercyjne są najbardziej popularne wśród firm działających w branży przemysłu i budownictwa, a najmniej popularne w branżach rolnictwa, łowiectwa, leśnictwa, rybołówstwa i rybactwa. W tych ostatnich branżach bardziej popularne niż w innych branżach są pożyczki lub kredyty preferencyjne. Najmniej jest tu także popularny leasing.

Praktycznie wszystkie firmy rozpoczynające działalność inwestują środki własne, a 20,2% z nich korzysta z pożyczek u rodziny i znajomych. Z komercyjnych pożyczek lub kredytów korzysta zaledwie 21,1% firm rozpoczynających działalność.

Firmy wycofujące się z działalności znacznie rzadziej deklarowały niż inne firmy, iż korzystały w ciągu ostatnich trzech lat ze środków własnych (41,2% wobec 89,1% w próbie ogółem), często natomiast wykorzystywały kredyty lub pożyczki komercyjne (40,5%), pożyczki od znajomych i rodziny (40,5%) pożyczki lub kredyt preferencyjny 39,2%.

Analizując źródła finansowania inwestycji można stwierdzić, iż korzystanie ze środków własnych jest najczęstszym sposobem finansowania inwestycji i że nie różnicuje się w zależności od fazy rozwoju firmy . Tylko, jak było poprzednio wspomniane, firmy wycofujące się z rynku deklarowały, iż rzadziej wykorzystują środki własne. Nieco częściej, co oczywiste, ma miejsce wykorzystywanie środków własnych wśród firm rozpoczynających działalność niż wśród pozostałych, jeśli bierzemy pod uwagę fazę rozwoju przedsiębiorstwa. Dźwignia kredytowa rozwoju firmy pojawia się częściej w przypadku firm ekspandujących na rynku („mają ustabilizowaną pozycję i rozszerzają rynek”) niż wśród pozostałych firm w wcześniejszych fazach rozwoju. Tylko co piąte przedsiębiorstwo wśród rozpoczynających działalność korzystało z kredytów komercyjnych i niespełna co dwudzieste z kredytów preferencyjnych – ich

start zależny jest przede wszystkim od posiadania środków własnych i od pożyczek u rodziny oraz znajomych (co piąta firma). Te firmy, które otrzymały pomoc publiczną wszystkich rodzajów częściej niż pozostałe sięgają po kredyt komercyjny, ze znanych powodów, po pożyczki preferencyjne i leasing.

Mapa istotności zróżnicowania rozkładów ze względu na sześć zmiennych niezależnych odzwierciedla fakt, że środki własne we wszystkich grupach po równi są źródłem finansowania inwestycji, a korzystanie z dotacji krajowych i z UE różnicuje się istotnie, jeśli wziąć pod uwagę wszystkie zmienne niezależne, z wyjątkiem regionu. Generalnie, zmienna lokalizacji regionalnej nie różnicuje istotnie wykorzystania którejkolwiek z rodzajów źródeł inwestowania, z wyjątkiem sięgania po kredyty komercyjne (regiony północno-wschodni i południowo-wschodni nieco częściej sięgają po nie).

4.5. LICZBA WYKORZYSTANYCH ŹRÓDEŁ INWESTOWANIA

Część firm nie wskazała żadnego źródła inwestowania (5,8%) lub wykorzystuje jedno (46,1%), przy czym najczęściej są to środki własne. Liczba wykorzystywanych źródeł inwestycji jest związana z wielkością przedsiębiorstwa. Firmy mikro najczęściej wykorzystywały tylko jedno źródło (środki własne) lub w ogóle nie inwestowały – w sumie 52,9% przedsiębiorstw mikro. Im większa firma, tym większa liczba instrumentów finansowych wykorzystywanych do inwestowania – 17,3% firm średnich wykorzystywało co najmniej 4 źródła inwestowania, 20,7% wskazywało 3 źródła finansowania. Zbliżony odsetek firm średnich wskazywał 2 i 1 źródło finansowania – odpowiednio 25,1% i 2,54%. Wśród firm małych tylko 8,3% wykorzystywało 4 źródła finansowania, 21,3% wykorzystywało 3 źródła finansowania inwestycji, 32,4% wskazywało 2 źródła, 25,8% jedno źródło. Wśród firm mikro odsetek firm wykorzystujących 4 źródła finansowania wyniósł 5,1%, 3 źródła 13,5% a 2 i 1 źródło finansowania inwestycji odpowiednio 27,3% i 41,1%.

Brak jest przy tym zróżnicowania regionalnego. Słabą zależność można natomiast zaobserwować wykorzystując analizę branżową. Z większej liczby źródeł finansowania częściej korzystają bowiem firmy z branży budowlanej i przemysłowej.

Znacznie aktywniej zachowują się również firmy, które otrzymały pomoc publiczną. Przykładowo cztery lub trzy źródła inwestycji wskazało 49,7% procent firm, które skorzystały z pomocy publicznej i tylko 16,3% firm, które nie korzystały z pomocy publicznej. Trudno tu jednak jednoznacznie wskazać na kierunek tego związku. Z jednej strony, fakt starania się o pomoc publiczną oznaczać może większą świadomość przedsiębiorców w zakresie możliwości pozyskiwania różnych źródeł finansowania, z drugiej rozpoczęcie starań o pomoc publiczną i ich sfinalizowanie zwiększa wiedzę przedsiębiorców na temat pozyskiwania środków i korzystnie wpłynąć może na ich przysłą aktywność w tym względzie.

Najwięcej źródeł pozyskiwania środków wykazują firmy, które określają swoją pozycję jako ustabilizowaną i dążącą do rozszerzania rynku. Dla przykładu można podać, że wśród firm z tej kategorii z czterech lub więcej form finansowania korzystało 11% przedsiębiorców, natomiast wśród firm rozpoczynających swoją działalność analogiczny odsetek wyniósł zaledwie 1%, a wśród firm ograniczających działalność i utrzymujących stabilną pozycję 5%.

W przypadku znacznej części instrumentów inwestycyjnych obserwujemy zależność między pozycją rynkową przedsiębiorstwa a wykorzystywanymi sposobami inwestowania. (Analizę prowadzimy na danych **nieważonych**, ponieważ nie zmierza ona do ustalenia częstości zjawiska w populacji, ale charakteru zależności między zmiennymi).

Przedsiębiorstwa mające najlepszą sytuację rynkową częściej niż pozostałe firmy wykorzystują takie instrumenty finansowe jak: środki własne, pożyczki lub kredyty bankowe komercyjne, pożyczki lub kredyty bankowe preferencyjne, leasing, dotacje ze środków unijnych. Natomiast rzadziej niż firmy z drugiego końca skali pozycji rynkowej wykorzystują pożyczki od znajomych i rodziny.

Tabela 4.2. Częstość wykorzystania różnych instrumentów inwestycyjnych w zależności od sytuacji rynkowej firmy

	Instrumenty inwestycyjne	Skala sytuacji rynkowej firmy							Ogółem
		Rozszerza rynek, miała zysk, zysk wzrósł	Stabilna, miała zysk, zysk wzrósł	Rozszerza rynek, miała zysk	Stabilna, miała zysk	Rozszerza rynek lub zysk wzrósł	Stabilna, bez zysku	Pozostałe	
x	Środki własne	96,5%	91,2%	91,1%	86,9%	81,3%	86,8%	84,3%	89,5%
x	Pożyczki lub kredyty bankowe komercyjne	49,2%	32,0%	44,1%	34,8%	29,3%	19,8%	22,5%	36,4%
	Pożyczki lub kredyty bankowe preferencyjne	17,1%	15,2%	13,4%	8,6%	13,8%	9,4%	7,9%	12,8%
	Fundusze venture capital	1,2%		3,4%			,9%	1,1%	1,0%
	Fundusze pożyczkowe	2,7%	5,6%	4,5%	2,5%	2,4%	,9%		2,9%
x	Leasing	51,9%	24,0%	39,7%	32,8%	32,5%	17,9%	20,2%	35,0%
	Fundusze poręczeń kredytowych	1,6%	3,2%	1,7%	2,0%	,8%	,9%		1,6%
x	Dotacje ze środków UE	22,1%	7,2%	15,1%	4,5%	10,6%	3,8%	4,5%	11,4%
x	Dotacje ze środków krajowych	15,5%	15,2%	18,4%	8,6%	22,0%	7,5%	9,0%	14,1%
	Pożyczki od innych przedsiębiorstw	2,3%	1,6%	1,1%	1,5%	6,5%	3,8%	3,4%	2,6%
x	Pożyczki od rodziny/znajomych	4,7%	4,8%	3,4%	7,6%	9,8%	11,3%	13,5%	7,0%
	Inne środki	2,3%	2,4%	2,2%	2,5%	3,3%		1,1%	2,1%
	Żadne z powyższych	,8%	2,4%	4,5%	6,6%	7,3%	9,4%	10,1%	5,0%
	Ogółem	258	125	179	198	123	106	89	1078

x – zależność istotna statystycznie na poziomie $p < 0,01$

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań, dane ważone.

4.6. WNIOSKI

W 2003 r. małe i średnie firmy dwa do dwóch i pół razy częściej zaksięgowały wzrost obrotów niż ich spadek, natomiast w przypadku mikroprzedsiębiorstw tyle samo (co trzecie) księgowało wzrost obrotów, co ich spadek (także co trzecie).

Zdecydowana większość przedsiębiorców stwierdza, że w 2003 r. osiągnęli zysk – ogólnie 75,9%. Małe i średnie przedsiębiorstwa nieznacznie częściej osiągnęły zysk, w porównaniu z mikroprzedsiębiorstwami, i rzadziej poniosły stratę.

Generalnie, małe i średnie przedsiębiorstwa odnotowały wzrost zysku w 2003 r. prawie dwukrotnie częściej niż jego spadek, podczas kiedy mikroprzedsiębiorstwa wyraźnie częściej odnotowały w tym roku spadek zysku.

Samooceny przedsiębiorców, dotyczące sytuacji rynkowej ich firm, mają podobny rozkład. Mikroprzedsiębiorstwa oceniają swą sytuację jako bardzo dobrą lub dobrą dość często – łącznie 63,2%, ale małe firmy wyraźnie częściej – 74,4% i duże – 84,0%. I tutaj różnice średnich są istotne statystycznie. Z powyższymi wynikami harmonizują odpowiedzi na pytanie kontrolujące fazę rozwoju firm (subiektywne definicje badanych).

Najczęstsze strategie rozwojowe to poszerzenie rynku zbytu, poszerzenie asortymentu i poprawa jakości produktów oraz unowocześnienie urządzeń. Uderza względna rzadkość zamiarów inwestowania w organizację pracy oraz promocję, zwłaszcza jeśli jest to skonfrontowane z planami rynku i podniesienia jakości produktów. Można mówić o produktowej strategii ekspansji jako dominującej. Zapewne da się to wytłumaczyć w części skalą tych przedsiębiorstw, które w większości mieszczą się, pod względem zatrudnienia, w grupie mikroprzedsiębiorstw.

Posiadanie komputerów i w konsekwencji korzystanie z Internetu jest dobrym wskaźnikiem kondycji firmy, posiadania podstawowych warunków do wprowadzania efektywnych instrumentów zarządzania finansami, instrumentów analiz organizacji pracy, kontroli pracy, analizy sprzedaży, a także wprowadzania usprawnień w komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej (przy pomocy Internetu) oraz zdobywania z otoczenia informacji dotyczących rynku i know how – w rezultacie planowania i wprowadzania innowacji. Nie ma w ogóle komputerów 10,6% przedsiębiorstw, nie posługuje się Internetem, niestety, aż 17,4% przedsiębiorstw. Są to przede wszystkim mikroprzedsiębiorstwa – 18,1% oraz przedsiębiorstwa rozpoczynające działalność – 46,6%.

Dokładna analiza związku posiadania Internetu z kondycją badanych firm pozwala stwierdzić, że posiadanie Internetu można kojarzyć ze wzrostem obrotów z roku 2002 na 2003 i planowaniem innowacji. Nie ma to jednak bezpośredniego przełożenia na samoocenę pozycji rynkowej i deklaracje co do osiągniętego zysku. Związek pozytywny istnieje zwłaszcza w wypadku mikroprzedsiębiorstw.

W ciągu ostatnich trzech lat firmy wykorzystywały do sfinansowania inwestycji głównie środki własne – 89,1%, kredyty komercyjne – 26,6%, leasing – 22,5%, pożyczki od rodziny i znajomych – 11,6%, pożyczki lub kredyty bankowe preferencyjne – 9,8%. Wszystkie inne źródła występują z częstością poniżej 4%.

Środki własne jako podstawowe źródło finansowania inwestycji w firmie deklarują firmy niezależnie od wielkości zatrudnienia, roku powstania firmy, regionu, branży gospodarki, fazy rozwoju firmy, korzystania z pomocy publicznej. Korzystanie z dotacji krajowych i z UE różnicuje się istotnie, jeśli wziąć pod uwagę wszystkie zmienne niezależne, z wyjątkiem regionu. Generalnie, zmienna lokalizacji regionalnej nie różnicuje istotnie wykorzystania któregokolwiek z rodzajów źródeł inwestowania, z wyjątkiem sięgania po kredyty komercyjne (regiony północno-wschodni i południowo-wschodni nieco częściej sięgają po nie).

Przedsiębiorstwa *rozpoczynające* pod każdym względem miały gorszą sytuację inwestycyjną niż te, które znajdują się w dwóch wyższych fazach rozwoju i najczęściej musiały polegać wyłącznie na środkach własnych i na pomocy rodziny.

KORZYSTANIE ZE ŚRODKÓW POMOCY PUBLICZNEJ

5.1. PODEJMOWANIE DZIAŁAŃ NA RZECZ ZDOBYCIA ŚRODKÓW POMOCY PUBLICZNEJ

Działania na rzecz zdobycia środków pomocy publicznej krajowej lub unijnej podejmowało w ciągu ostatnich trzech lat 13,6% przedsiębiorstw, przy czym występuje tu bardzo duże zróżnicowanie przedsiębiorstw ze względu na liczbę zatrudnionych. Wśród przedsiębiorstw mikro wskaźnik ten wynosi 12,4%, wśród przedsiębiorstw małych już 33,6%, natomiast wśród przedsiębiorstw średnich – 58,1%.

Starania o pomoc publiczną częściej podejmowały przedsiębiorstwa działające w branży rolnictwa niż przedsiębiorstwa z innych branż gospodarki. Na drugim miejscu plasują się usługi. Najrzadziej podejmowanie takich działań deklarują przedstawiciele przedsiębiorstw działających w budownictwie.

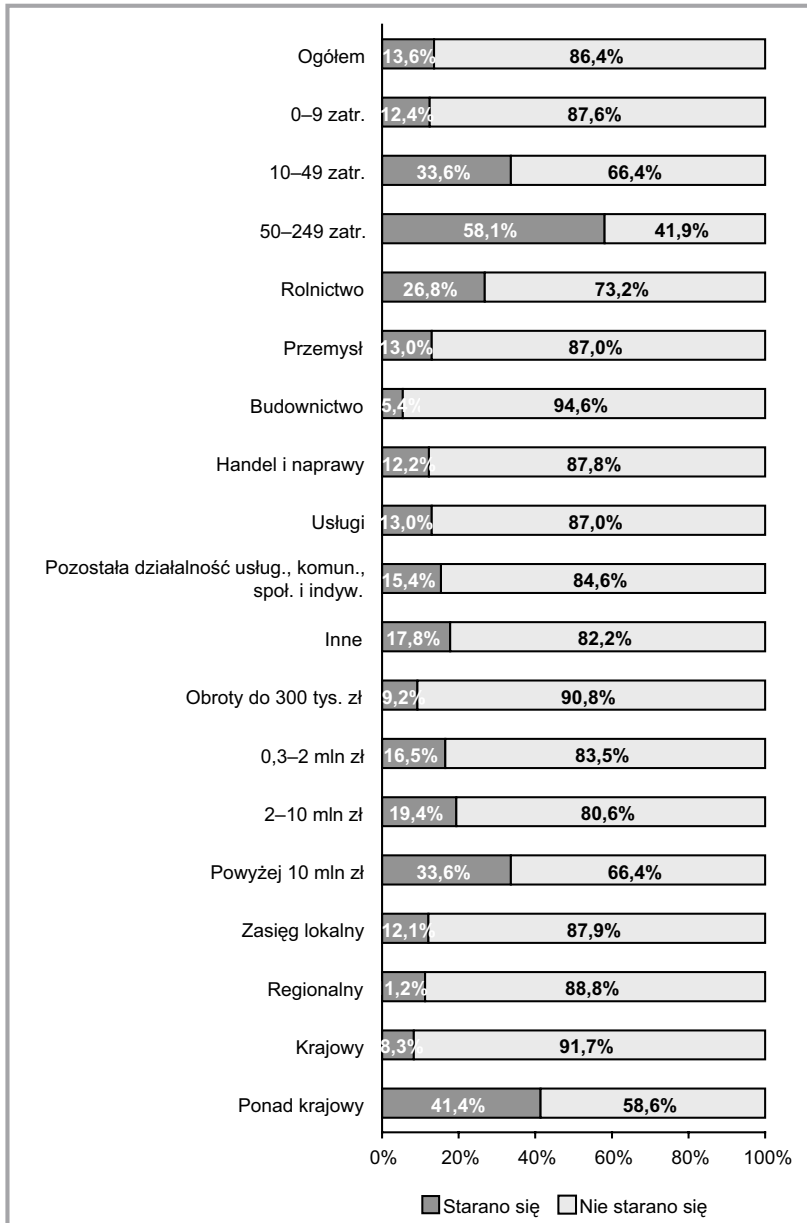
Częściej także, co jest zapewne związane z branżą gospodarki, o pomoc publiczną starały się przedsiębiorstwa mające swe siedziby na wsiach i w małych miastach (do 50 tys. mieszkańców).

Częstość podejmowania działań na rzecz uzyskania pomocy publicznej wzrasta wraz ze wzrostem obrotów firmy. Tylko 9,2% przedsiębiorstw o obrotach do 300 tys. zł podejmowało działania zmierzające do uzyskania pomocy publicznej, natomiast w grupie przedsiębiorstw o obrotach powyżej 10 mln zł udział takich firm wynosi już 33,6%.

Najczęściej działania takie podejmowały firmy o największym zasięgu działania, to jest przedsiębiorstwa działające na rynku europejskim i światowym.

Jeśli chodzi o fazę rozwoju firmy jako czynnik różnicujący, to najrzadziej podejmowały starania o pomoc publiczną firmy rozpoczynające działalność – 4,8%, a najczęściej przedsiębiorstwa o ustabilizowanej pozycji planujące rozszerzenie rynku – 18,4%.

Wykres 5.1. Starania na rzecz zdobycia pomocy publicznej



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań (N ogółem=1078), dane ważone.

Do wcześniej podanej interpretacji warto dodać w przypadku tej tabeli to, że różnice w częstości podejmowania starań w warstwach wymienionych przy pomocy kryterium wielkości firm są drastyczne. Mikroprzedsiębiorstwa starają się o pomoc

prawie trzy razy rzadziej niż małe przedsiębiorstwa i prawie pięć razy rzadziej niż średnie przedsiębiorstwa.

Tabela 5.1. Podejmowanie działań na rzecz zdobycia pomocy publicznej wg zatrudnienia i roku powstania firmy

	Ogółem	Zatrudnienie			Rok powstania firmy			
		0 - 9	10 – 49	50 – 249	1882-1989	1990-1994	1995-2004	Brak danych
Podstawa %	1078	1026	42	10	214	401	449	15
Tak	13,6%	12,4%	33,6%	58,1%	24,7%	11,9%	9,8%	15,9%
Nie	86,4%	87,6%	66,4%	41,9%	75,3%	88,1%	90,2%	84,1%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań. Dane ważone.

W uwagach wstępnych do tego rozdziału wspomniano, że przedsiębiorstwa branży rolniczej najczęściej starały się o pomoc publiczną. Pozostałe branże oscylują wokół przeciętnej, która wynosi 13,6%.

Tabela 5.2. Podejmowanie działań na rzecz zdobycia środków pomocy publicznej wg Branży gospodarki

	Ogółem	Branża gospodarki						
		Rolnictwo	Przemysł	Budownictwo	Handel i naprawy	Usługi	Pozostała działalność usług., ko-mun., społ. i indyiw.	Inne
Podstawa %	1078	46	104	78	395	128	279	49
Tak	13,6%	26,8%	13,0%	5,4%	12,2%	13,0%	15,4%	17,8%
Nie	86,4%	73,2%	87,0%	94,6%	87,8%	87,0%	84,6%	82,2%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

Przedsiębiorstwa rozpoczynające działalność kilkakrotnie rzadziej starają się o pomoc niż firmy znajdujące się w innych fazach swego rozwoju. Zwłaszcza zwraca uwagę to, że firmy rozpoczynające działalność aż prawie cztery razy rzadziej starają się o pomoc niż firmy ustabilizowane i planujące poszerzanie rynku. Przedsiębiorcy z tej grupy zwykle nie wiedzą, że mogliby się starać, albo spodziewają się, że nie mogą spełnić wymagań systemu pomocy (np. brak pieniędzy na rzecz własnego wkładu i niedostępność kredytu), ewentualnie oczekują, że selekcja do pomocy na poziomie instytucji dokonujących wyboru wniosków preferuje większe przedsiębiorstwa i wnioski o większe kwoty pomocy. Niepokojący jest fakt, że bardzo często o pomoc publiczną starają się firmy wycofujące się z rynku, pomoc publiczna działałaby jak wspomaganie procesu likwidacji firm, co nie jest jej celem. Liczba starających się o pomoc

w tej grupie jest około czterokrotnie większa niż w grupie rozpoczynających działalność. Fakt starania się o pomoc nie oznacza, że firmy wycofujące się rynku otrzymują pomoc publiczną.

Tabela 5.3. Czy podejmowano działania na rzecz zdobycia środków pomocy publicznej? – faza rozwoju firmy

	Ogółem	Faza rozwoju firmy				
		Rozpoczynamy	Utrzymujemy ustab. pozycję	Ustab. pozycja + rozsz. rynek	Ograniczamy dział.	Wycofujemy się
Podstawa %	1042	45	521	393	67	15
Tak	13,9%	4,8%	11,1%	18,4%	13,6%	20,8%
Nie	86,1%	95,2%	88,9%	81,6%	86,4%	79,2%

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań.

5.2. CZĘSTOŚĆ STARANIA SIĘ I OTRZYMYWANIA RÓŻNYCH FORM POMOCY PUBLICZNEJ

Przedsiębiorcy najczęściej podejmowali działania na rzecz zdobycia środków z dotacji w ramach przedakcesyjnych programów pomocowych Unii Europejskiej – 36,7% spośród podejmujących działania na rzecz uzyskania pomocy publicznej (5% wszystkich przedsiębiorstw). Nieco tylko mniejszą popularnością cieszyły się zwolnienia podatkowe, odroczenia płatności lub rozłożenia na raty płatności podatku bądź zaległości podatkowej wskazane przez 32,8% podejmujących działania na rzecz zdobycia pomocy (4,5% wszystkich przedsiębiorstw). Prawie co trzeci badany (30,2%) w tej grupie twierdzi, że starano się o dotacje z budżetu państwa (4,1% wszystkich przedsiębiorstw), a 28,8% starało się o pożyczki lub kredyty udzielane na warunkach korzystniejszych od oferowanych na rynku (3,9% wszystkich przedsiębiorstw). Bardzo rzadko pojawiały się w wypowiedziach badanych: odroczenie płatności z tytułu ubezpieczenia społecznego, nabycie gruntów lub budynków na uprzywilejowanych warunkach oraz dostęp do inkubatorów przedsiębiorczości.

Co piąte przedsiębiorstwo, które podejmowało starania na rzecz zdobycia środków pomocowych, otrzymało dotacje w ramach przedakcesyjnych programów pomocowych. Stanowi to 57,0% wśród tych, którzy się o takie dotacje starali (podstawa obliczeń – 87 osób). Skuteczność w otrzymywaniu środków z funduszy przedakcesyjnych jest znacznie większa wśród przedsiębiorstw małych (73,5%) i średnich (83,0%) niż wśród przedsiębiorstw mikro (52,9%).

Również w przypadku zwolnień podatkowych, odroczenia płatności lub rozłożenia na raty płatności podatku bądź zaległości podatkowej obserwujemy podobny odsetek przedsiębiorstw, które uzyskały tego typu pomoc – 20,4% podejmujących jakiegokolwiek działania w sprawie uzyskania pomocy publicznej. Tę pomoc uzyskało 62,3% przedsiębiorstw, które się o nią starały (podstawą obliczeń jest 129 osób). Tu także większą skuteczność mają przedsiębiorstwa małe (76,6%) i średnie (87,7%) niż przedsiębiorstwa mikro (59,8%).

Dotacje z budżetu państwa otrzymało 23,4% przedsiębiorstw działających na rzecz zdobycia pomocy publicznej. Skuteczność zdobywania tego typu pomocy publicznej jest większa niż w przypadku innych form – 77,5% starających się uzyskało tę pomoc (podstawa obliczeń – 205 osób). Podobnie jak w przypadku innych form, częściej uzyskiwały ją przedsiębiorstwa małe (88,5%) i średnie (89,1%) niż przedsiębiorstwa mikro (74,8%).

Co piąte przedsiębiorstwo (20,8%), które podejmowało starania na rzecz zdobycia środków pomocowych, otrzymało pożyczki lub kredyty udzielane na warunkach korzystniejszych od oferowanych na rynku (podstawa – 87 osób). Pomoc tego typu otrzymało 72,0% przedsiębiorstw, które się o nią starały. Wśród przedsiębiorstw mikro skuteczność wynosiła 71,4%, małych 76,7%, a średnich 80,2%.

I jeszcze jedna uwaga ogólna. Proporcje tych, którzy się starali o daną formę pomocy do tych którzy ją otrzymali (por. wyżej) sugerują, że skuteczność otrzymywania pomocy o różnych formach jest bardzo wysoka: od 52% do 80% starających otrzymuje przedmiot starań.

Należy dodać do wcześniej sformułowanych i zasadniczych wniosków jeszcze jedno spostrzeżenie. Mikroprzedsiębiorstwa starają się o zwolnienia podatkowe i ulgi nieco częściej niż małe i średnie firmy, ale jeśli chodzi o dotacje krajowe i unijne, kierunek tendencji jest odwrotny i jest ona silna. Mikroprzedsiębiorstwa starają się o dotacje o wiele rzadziej niż małe i średnie firmy.

Ogólnie można zauważyć, że im większa jest firma tym częściej stara się o pomoc publiczną z funduszy krajowych i unijnych. Ośrodki z funduszy przedakcesyjnych starało się 53,6% firm średnich, 43,3% małych i 35,2 firm mikro. Podobnie sytuacja wyglądała w przypadku starania się o dotacje ze środków krajowych – starało się o nie 52,8% firm średnich, 38,1% firm małych i 28,3% firm mikro.

Sytuacja zmienia się w przypadku zwolnień podatkowych oraz pożyczek lub kredytów udzielanych na warunkach korzystniejszych niż rynkowe. O zwolnienia podatkowe starało się 33,2% firm mikro, 31,3% firm średnich oraz 29,7% firm małych. W przypadku pożyczek i kredytów udzielonych na warunkach korzystniejszych niż rynkowe dominującą grupę znowu stanowiły firmy mikro (30,3%), a firmy małe i średnie występowały o nie z podobną częstotliwością – odpowiednio 19,9% i 18,6%.

Inne formy pomocy cieszyły się mniejszą popularnością, ale i w tym przypadku dominowały wśród starających się firmy małe i średnie.

Wykres 5.2. Formy pomocy publicznej, o które starały się przedsiębiorstwa podejmujące działania na rzecz zdobycia pomocy publicznej

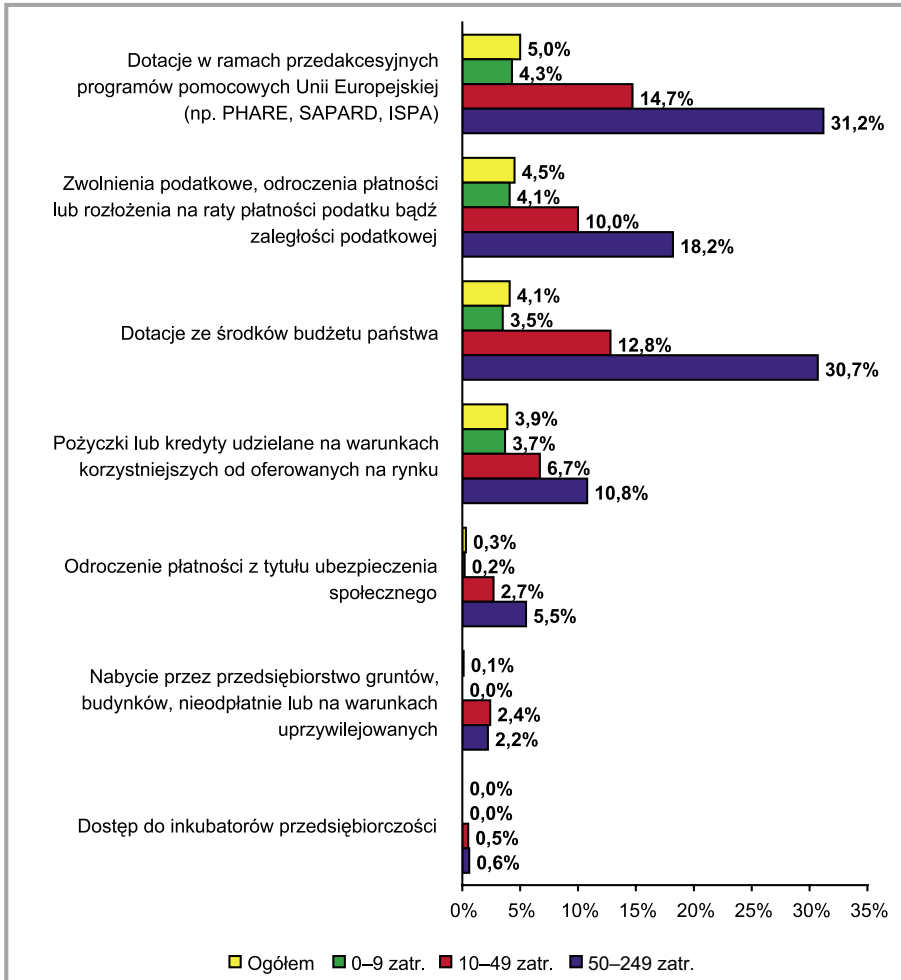


Podstpodstawa procentowania: Osoby, które przyznały, że podejmowały działania na rzecz zdobycia środków pomocy publicznej, N nieważone=410, N ważne=147.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań, dane ważone.

Związek pomiędzy wielkością zatrudnienia a formą pomocy publicznej, o którą się starało, ma miejsce w przypadku wszystkich form pomocy publicznej, z wyjątkiem starań o możliwość korzystania z inkubatorów.

Wykres 5.3. Formy pomocy publicznej, o które starały się przedsiębiorstwa



Podstapostawa procentowania: Wszyscy badani, N ogółem=1078.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań, dane ważone.

Identyfikacja ma się rzecz związków wielkości zatrudnienia a formą pomocy publicznej, o którą się starano, istotne związki mają miejsce w przypadku wszystkich form pomocy publicznej, z wyjątkiem starań o możliwość korzystania z inkubatorów. Korzystanie z jednej formy pomocy publicznej sprzyja korzystaniu z innych form pomocy. Starania o dotacje z budżetu państwa były najsilniej związane ze staraniami o inne formy pomocy niż starania o zwolnienia podatkowe, odroczenia płatności lub rozłożenia na raty płatności podatku bądź zaległości podatkowej ze staraniami o pożyczki lub kredyty preferencyjne lub starania o dotacje w ramach przedakcesyjnych programów unijnych z innymi formami pomocy (poza dotacjami z budżetu państwa).

5.2.1. PROGRAMY PRZEDAKCESYJNE

O dotacje w ramach programów przedakcesyjnych starało się 36,7% przedsiębiorstw, które podejmowały jakiegokolwiek działania na rzecz zdobycia pomocy publicznej. Stanowi to 5% wszystkich przedsiębiorstw.

Pytanie o programy, o które przedsiębiorstwa się starały, miało charakter otwarty. Przedsiębiorstwa najczęściej starały się o pomoc z funduszu PHARE, przy czym większość badanych, którzy wymienili ten fundusz, potrafiła wskazać nazwę programu. W przypadku funduszu SAPARD, z którego częściej korzystały przedsiębiorstwa mikro niż małe i średnie, najczęściej nie podawano nazwy konkretnego działania, ograniczając się tylko do nazwy funduszu. W przypadku przedsiębiorstw mikro obserwujemy mniejszą znajomość programów niż w przypadku przedsiębiorstw małych i średnich.

Tabela 5.4. Programy przedakcesyjne

O pomoc z jakich programów przedakcesyjnych się starano?	Ogółem	Zatrudnienie		
		0-9	10-49	50-249
N nieważone	190	15	48	127
Podstawa %	63	53	7	3
PHARE	9,0%	5,7%	24,3%	29,6%
PHARE z oznaczeniem edycji	1,8%	0,0%	12,4%	9,5%
PHARE z nazwą programu	33,5%	32,2%	40,4%	39,8%
ISPA	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%
SAPARD	30,8%	35,7%	1,8%	13,2%
SAPARD z nazwą programu	3,4%	3,7%	2,3%	1,7%
Inne	3,7%	3,7%	5,3%	1,7%
Nie pamiętam nazwy	0,6%	0,0%	5,2%	1,5%
Nie wiem/BO	20,7%	22,8%	11,2%	7,4%

Tylko przedsiębiorstwa, które się starały o pomoc z programów przedakcesyjnych.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań, dane ważone.

5.2.2. PROGRAMY FINANSOWANE Z BUDŻETU PAŃSTWA

O dotacje ze środków budżetu państwa starało się 30,2% przedsiębiorstw, które podejmowały jakiegokolwiek działania na rzecz zdobycia pomocy publicznej, co stanowi 4,1% wszystkich przedsiębiorstw.

Zdecydowanie najczęściej wymieniane formy dotacji z budżetu państwa dotyczyły dofinansowania zatrudnienia osób bezrobotnych lub dopiero podejmujących pracę. Ta forma pomocy jest najbardziej popularna w przedsiębiorstwach mikro (71,7%). W firmach małych i średnich było to odpowiednio 33,8% i 27,4%. W przedsiębiorstwach małych i średnich dość często wykorzystuje się pomoc związaną z zatrudnieniem osób niepełnosprawnych. Skorzystało z tej formy pomocy 18,6% firm średnich oraz 21,8% firm małych. Wśród innych form pomocy, o które starają się głównie

firmy średnie, a rzadziej małe, starano się o dofinansowanie na uzyskanie certyfikatu, dofinansowanie eksportu, kredyty preferencyjne, szkolenia, udział w targach (w tym przypadku dominowały firmy małe) .

Wynika z odpowiedzi respondentów najpopularniejszą formą pomocy czerpanej z budżetu państwa jest pomoc przeznaczona na zatrudnienie pracowników. Uderza natomiast niewielki poziom wykorzystania innych form pomocy. Oprócz ulg lub zwolnień podatkowych, z których skorzystało bowiem 5,2% przedsiębiorstw, spośród tych które korzystały z programów finansowanych z budżetu państwa, pozostałe formy pomocy nie przekroczyły wykorzystania na poziomie 2%.

5.3. POWODY ODRZUCENIA WNIOSKU O POMOC PUBLICZNĄ

Pytania dotyczące odrzucenia wniosku zadano tylko w tych przedsiębiorstwach, które miały w tym zakresie jakieś doświadczenia. Przedsiębiorstwa te stanowią 4,2% próby ważonej.

Najczęściej wymienianą instytucją, która odrzuciła wniosek badanych przedsiębiorstw, była Agencja Rozwoju i Modernizacji Rolnictwa, wymieniona przez 14,1% firm, których wnioski były odrzucone. Instytucja ta była zarazem wymieniana najczęściej przez przedsiębiorstwa mikro. Firmy małe najczęściej wymieniały instytucje gminne oraz PARP. Firmy średnie najczęściej podawały Agencję Rozwoju Regionalnego.

Tabela 5.5. Instytucja, która odrzuciła wniosek

	Ogółem	Zatrudnienie		
		0-9	10-49	50-249
N nieważone	116	14	36	66
Podstawa%	45	40	4	2
Agencja Rozwoju i Modernizacji Rolnictwa	14,1%	15,0%	11,0%	1,1%
Urząd Pracy	12,0%	12,4%	8,9%	9,1%
ZUS	11,3%	12,4%	3,1%	4,3%
Banki	11,2%	12,4%	1,9%	4,3%
Agencje Rozwoju Regionalnego	8,4%	7,6%	9,2%	25,1%
Instytucje gminne	8,1%	7,6%	14,8%	2,3%
Urząd Skarbowy	5,1%	4,8%	5,0%	10,9%
Fundusz Ochrony Środowiska	4,3%	4,8%	0,0%	1,1%
PARP –	1,6%	0,0%	14,1%	8,6%
Ministerstwa	0,6%	0,0%	3,1%	9,5%
Inne	13,8%	15,2%	3,9%	4,6%
Nie pamiętam nazwy	0,5%	0,0%	3,1%	6,1%
Nie wiem/BO	8,3%	7,6%	15,9%	5,7%

Tylko przedsiębiorstwa, którym odrzucono w przeszłości przynajmniej jeden wniosek o pomoc publiczną.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań, dane ważone.

Większość przedsiębiorców (82%) deklaruje, że zna powody odrzucenia wniosku. Nieznajomość tych powodów związana jest z wielkością firmy – im większa firma, tym częściej pojawiają się głosy o nieznanym powodzie odrzucenia wniosku. W przypadku firm średnich było to 16,4%, firm małych 12,2% a mikro 9,7%.

Badani najczęściej podają przyczyny merytoryczne (brak zabezpieczeń, niespełnienie określonych warunków itp.) jako powód odrzucenia wniosku.

Na drugim miejscu znajdują się przyczyny formalne (niepoprawnie wypełniony wniosek, niekompletne informacje itp.). Jako powód odrzucenia wniosku część przedsiębiorców podaje również wyczerpanie się puli środków.

Tabela 5.6. Przyczyna odrzucenia wniosku

	Ogółem	Zatrudnienie		
		0-9	10-49	50-249
N nieważone	116	14	36	66
Podstawa%	37	33	3	1
Przyczyny formalne	20,9%	18,4%	35,5%	52,9%
Przyczyny merytoryczne	42,4%	45,1%	19,8%	25,9%
Inne przyczyny	2,3%	,0%	26,3%	4,4%
Brak środków, wyczerpanie się puli środków	18,2%	18,4%	14,3%	23,2%
Nie wiem/BO	16,5%	18,1%	6,6%	,0%

Tylko przedsiębiorstwa, którym odrzucono w przeszłości przynajmniej jeden wniosek o pomoc publiczną.
Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań, dane ważone.

Co piąty reprezentant firmy, której wniosek został odrzucony, twierdzi, że nie otrzymał informacji o tym, że wniosek został odrzucony. Zważywszy, że najczęściej ten brak informacji dotyczy firm mikro, można wykluczyć, że niedoinformowanie może wynikać z braku przepływu informacji w firmie. Połowa firm, których wnioski odrzucono, dowiedziała się o tym listownie, natomiast co czwarty przedsiębiorca musiał pójść osobiście, aby taką informację uzyskać. Informacje telefoniczną czy pocztą elektroniczną wskazywał niewielki procent firm. W przypadku informacji telefonicznej było to odpowiednio 15,2% firm średnich oraz 10% firm małych. Na pocztę elektroniczną jako na sposób uzyskania informacji wskazało tylko 3,4% firm średnich.

Na pytanie, co badani przedsiębiorcy zmieniliby w swoich staraniach o pomoc publiczną, najczęściej padała odpowiedź, że będą się starać o inną formę pomocy, aż 38,5%. W średnich przedsiębiorstwach częściej mówiono o staranniejszym przygotowaniu wniosku pod względem formalnym.

Tabela 5.7. Zmiany w sposobie pozyskiwania środków

	Ogółem	Zatrudnienie		
		0-9	10-49	50-249
N nieważone	116	14	36	66
Podstawa %	45	40	4	2
Będę się starał(a) o inną formę pomocy	38,5%	39,9%	31,1%	22,8%
Staranniejszy przygotuję wniosek pod względem formalnym	6,5%	4,8%	14,9%	27,6%
Staranniejszy przygotuję wniosek pod względem merytorycznym	5,2%	4,8%	5,8%	13,6%
Postaram się o dodatkowe informacje	10,5%	9,7%	16,9%	13,2%
Dam wniosek do sprawdzenia w instytucji, która je przyjmuje	4,9%	4,8%	3,9%	10,0%
Skorzystam z usług PKD przy wypełnianiu wniosku	7,3%	7,6%	1,9%	13,9%
Dam do sprawdzenia wnioski u innego zewnętrznego fachowca	4,4%	4,8%	0,0%	5,7%
Inne	23,2%	24,9%	14,2%	4,1%
Nic bym nie zmienił(a)	15,7%	15,2%	17,8%	22,9%
Trudno powiedzieć	9,1%	7,6%	22,0%	14,3%

Tylko przedsiębiorstwa, którym odrzucono w przeszłości przynajmniej jeden wniosek o pomoc publiczną.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań, dane ważone.

5.4. SPOSOBY WYKORZYSTANIA ŚRODKÓW Z POMOCY PUBLICZNEJ – CELE INWESTYCYJNE FIRM

Najczęściej wskazywany cel inwestowania w ciągu trzech ostatnich lat to *komputeryzacja i zakup oprogramowania*, aż 64,5%. Zgodnie z wcześniej przedstawioną analizą można zauważyć, że priorytet inwestycyjny tego rodzaju jest odbiciem dobrego rozumienia przez przedsiębiorców ich potrzeb i rezultatem energicznego przystosowywania się do warunków gry na współczesnym rynku. Mikroprzedsiębiorstwa realizowały ten cel rzadziej niż małe firmy, małe firmy rzadziej niż średnie przedsiębiorstwa, jednakże wszystkie zrobiły w tym kierunku wiele.

Marketing, promocja, reklama, które wskazało 56,5% respondentów. I w tym przypadku mikroprzedsiębiorstwa inwestowały rzadziej niż małe firmy, a małe rzadziej niż średnie, mimo wszystko jednak zrobiły wielki wysiłek, bowiem nawet wśród mikroprzedsiębiorstw ponad połowa inwestowała w marketing.

Prawie tak samo częstym celem inwestycji były *budowa i remont budynków*. Wymieniło go 53,5% respondentów. Należałoby go rozpatrywać łącznie z *zakupem nieruchomości*, 13,3%. Przyczyny częstości stawiania sobie przez przedsiębiorców takiego celu inwestycyjnego leżą w tym, że firmy działają często w odziedziczonej po PRL infrastrukturze, która była całkowicie nieprzystosowana i za mała na to, by dostarczyć siedzib ponad 1,600,000 przedsiębiorstw działających obecnie.

Kolejny wskazywany przez respondentów cel, to *unowocześnienie lub zakup nowych urządzeń i maszyn*, 51,4%. Jeśli się weźmie pod uwagę, że o *odtworzeniu urządzeń lub maszyn* mówi z kolei 38,4%, to należy stwierdzić, że przedsiębiorcy w tym czasie zrobili bardzo znaczny wysiłek, jeśli chodzi o inwestowanie w urządzenia produkcyjne. Dodajmy, jest to cel, który jest na równi często realizowany jak komputeryzacja i oprogramowanie działalności gospodarczej – orientacja więc przedsiębiorstw na innowacje dostosowane do ich poziomu rozwoju wcale nie jest słaba i jeśli chodzi o dynamikę rozwoju nie wydajemy się pozostawać w tyle za krajami UE. I w tym wypadku mikroprzedsiębiorstwa rzadziej realizowały te cele niż małe firmy, a małe firmy rzadziej niż średnie, ale warto zauważyć że generalnie więcej przedsiębiorstw inwestowało w unowocześnienie niż w zwykłe odtworzenie, także wśród mikroprzedsiębiorstw, których 50,5% zainwestowało w nowe urządzenia.

Szkolenia pracowników jako na cel inwestycji wskazywało 49,1%. W tym przypadku dystans pomiędzy mikroprzedsiębiorstwami a małymi i średnimi firmami jest bardzo znaczny. Mikroprzedsiębiorstwa prawie dwa razy rzadziej szkolą pracowników niż średnie przedsiębiorstwa, odpowiednio 47,9% do 85,3%. Potrzeby szkolenia pracowników zaznaczają się więc bardzo silnie, natomiast brak środków degraduje mikroprzedsiębiorstwa. W nieco mniejszym stopniu także sytuacja taka ma miejsce w przypadku małych przedsiębiorstw – 70,9%. Inwestowanie więc pomocy publicznej w szkolenie pracowników mikro i małych firm jest ze wszech miar pożądane i warte rekomendowania.

Na znajdowanie partnerów kooperacyjnych, handlowych i usługowych jako cel inwestycji wskazywało 36,6% respondentów. I w tym wypadku mikroprzedsiębiorstwa rzadziej inwestowały w ten cel – choć nie można powiedzieć, że rzadko – 36,6%, niż małe firmy – 49,7% i średnie przedsiębiorstwa – 46,4%. Jest to racjonalny cel inwestycji, wiadomo że im większa sieć powiązań, tym większe szanse zwiększania obrotów i większa stabilność biznesu. I w tym wypadku warto rekomendować wspieranie projektów firm poszukujących partnerów, zwłaszcza dla mikroprzedsiębiorstw i małych firm, jak też pokrywać część kosztów takich poszukiwań przez wspomniane firmy.

Wydatkowanie środków finansowych na *doradztwo podatkowe* jako na cel inwestycyjny wskazywało 34,9% (w innych systemach gospodarczych z doradztwa podatkowego nie korzysta aż tak znaczny odsetek firm). Nie ma istotnej statystycznie zależności pomiędzy wielkością przedsiębiorstwa, a koniecznością wydatkowania pieniędzy na doradztwo podatkowe. Jest to jedyny przypadek „inwestycji”, gdzie wydatki na ten cel nie są związane z wielkością przedsiębiorstwa.

Doradztwo prawne to cel inwestycyjny 28,5% respondentów. Co czwarte mikroprzedsiębiorstwo, 27,5%, prawie połowa małych przedsiębiorstw, 46,4%, i ponad połowa średnich przedsiębiorstw, 55,7%, musi inwestować w okresie trzech lat przynajmniej raz, a niejednokrotnie wiele razy, w doradztwo prawne. Należy zwrócić uwagę, że najczęściej czynią tak średnie firmy, które najczęściej mają swych radców prawnych,

a czasem całe działy obsługi prawnej. I w tym wypadku trzeba powiedzieć, że dane te odslaniają jeden z najsilniejszych czynników zwalniających rozwój gospodarczy.

Inwestycje w celu *zwiększania zatrudnienia* deklaruje 28,7% badanych. W ciągu ostatnich trzech lat, częściej niż co czwarte mikroprzedsiębiorstwo inwestowało w ten cel – 27,7%, prawie połowa małych przedsiębiorstw, 47,8%, i znacznie ponad połowa średnich przedsiębiorstw, 58,8%. Wobec danych, które nie wykazują wzrostu zatrudnienia ten cel może zaskakiwać. Zjawisko to można próbować wyjaśnić następująco. Mikroprzedsiębiorstwa, małe i średnie firmy inwestują i zwiększają zatrudnienie w znacznej części poza systemem statystycznej i fiskalnej kontroli lub o tym, że istnieje znaczny rozdźwięk pomiędzy deklaracjami a rzeczywistymi działaniami przedsiębiorstw.

Kolejną grupą celów inwestycyjnych, które można potraktować łącznie to *projektowanie nowych produktów i usług*, 23,5%, oraz bardzo bliski temu celowi – *zakup licencji i patentów*, 11,3%, a także *badania rozwojowe*, 6,0% i *doradztwo technologiczne*, 8,8%. Te działania są bliskie lub tożsame z inwestowaniem w innowacje, a zarazem są obiektywizacją produktowo-technologicznej i innowacyjnej strategii przedsiębiorstw. Pomimo tego wysiłku inwestycyjnego potrzeby tych przedsiębiorstw są większe niż zaspokajane w ramach posiadanych środków. Mikroprzedsiębiorstwa o wiele rzadziej projektują nowe produkty niż małe i średnie firmy. Podobnie jest z badaniami rozwojowymi i doradztwem technologicznym.

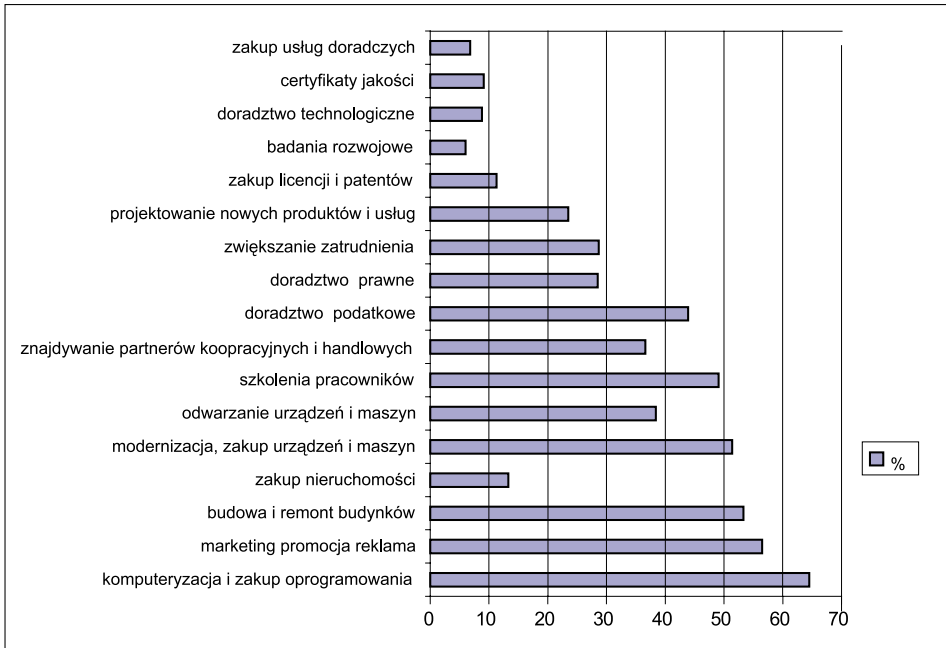
Zdobywanie *certyfikatów jakości*, między innymi ISO, to cel 9,1%. Sięga po nie prawie co dziesiąty przedsiębiorca, małe przedsiębiorstwa dwa razy częściej niż mikroprzedsiębiorstwa, a średnie pięć razy częściej (prawie co drugie z nich – 47,2%).

Zakup usług doradczych w *zakresie budowania strategii i biznes planów jest celem* 6,8% ankietowanych. Mikroprzedsiębiorstwa inwestują w tym kierunku o połowę rzadziej niż małe firmy i dwa razy rzadziej średnie. Generalnie jednak poszukiwanie tego rodzaju wsparcia zewnętrznego jest rzadkie i trudno powiedzieć określić powody tego stanu rzeczy.

Wszystkie wymienione wyżej zależności pomiędzy kierunkami inwestowania a wielkością firmy są istotne statystycznie. Tylko w przypadku doradztwa podatkowego wszystkie przedsiębiorstwa sięgają po nie równie często.

Wiek firmy dość rzadko wiąże się w sposób istotny z kierunkami inwestowania, choć w przypadku kilku celów można odnotować taką zależność. Jest tak w przypadku *remontów i budowy budynków*, najstarsze przedsiębiorstwa trochę rzadziej inwestują w tym kierunku. Muszą one także trochę częściej inwestować w *odtworzenie urządzeń lub maszyn* niż młodsze firmy. Najstarsza grupa wiekowa i średnia grupa wiekowa sięgają po *certyfikaty jakościowe* dwa razy częściej niż najmłodsza. Po doradztwo technologiczne średnia grupa wiekowa sięga nieco rzadziej niż najmłodsza i najstarsza. Średnia grupa wiekowa nieco rzadziej sięga po doradztwo podatkowe niż najmłodsza i najstarsza. Warto zauważyć, że im starsze przedsiębiorstwo, tym częściej inwestowało w szkolenia.

Wykres 5.4. Cele inwestycyjne MSP



Brak jest związku pomiędzy regionem, w którym jest umiejscowiona firma, a kierunkami inwestycji.

Natomiast w przypadku powiązania celów inwestycyjnych z branżami można zauważyć pewne związki.

Inwestycje w *budowę i remont budynków* najczęściej czyni się to w branży przemysłowej (67,4%), najrzadziej w branży budowlanej (39,2%) - wynika to prawdopodobnie ze specyfiki branży.

W przypadku projektowania *nowych produktów i usług* najczęściej inwestowano w branży przemysłowej (37,0%), a najrzadziej w branży usług (15,5%).

Odtwarzanie urządzeń i maszyn było najbardziej widoczne w budownictwie (61,9%), natomiast handlu i naprawach tego typu inwestycje spotykało się najrzadziej (29,7%).

Podobnie obserwujemy, że *unowocześnienie urządzeń* najczęściej miało miejsce w budownictwie (62,8%) i najrzadziej w handlu i naprawach (41,4%). Zastanawiające jest to zjawisko, że w latach trudności w budownictwie właśnie niewielkie przedsiębiorstwa inwestowały w ten cel. *Licencje i patenty* kupowano najczęściej w branży usługowej (25,1%) a najrzadziej w handlu i naprawach (3,4%).

W *otrzymanie certyfikatów jakości* najczęściej inwestowano w rolnictwie (20,1%), a najrzadziej w handlu i naprawach (5,4%).

Marketing i promocja to cel, który najczęściej inwestowano w przemyśle (63,6%), najmniej inwestycji tego typu było w rolnictwie (28,0%).

W przypadku *doradztwa technologicznego* najczęściej inwestowano w rolnictwie (24,2%), a najrzadziej w handlu i naprawach (2,7%).

W *prace badawcze* inwestuje się, praktycznie biorąc, tylko w branżach rolnictwa (32,7%) i przemysłu (11,3%), w pozostałych branżach są to liczebności marginalne.

Warto jeszcze uogólnić powyższe spostrzeżenia wskazując, że *przemysł* pojawił się w powyższym wyliczeniu trzykrotnie jako najczęściej inwestujący w jakiejś dziedzinie; *rolnictwo* pojawiło się w tym wyliczeniu jako inwestujące najczęściej w jakiejś dziedzinie dwukrotnie; *budownictwo* – dwukrotnie; *usługi* jednokrotnie. Natomiast *handel i naprawy* pojawia się jako najrzadziej inwestujący w różnych dziedzinach aż sześć razy, *usługi* – dwa razy, *budownictwo* – dwa razy, *rolnictwo* – raz. *Przemysł* nie pojawia się wśród najrzadziej inwestujących ani razu. Są to więc spostrzeżenia, które składają się na profile inwestowania w różnych branżach i na intensywność tych inwestycji.

Faza rozwoju przedsiębiorstw tylko w przypadku dwóch kierunków inwestowania nie powoduje istotnego statystycznie zróżnicowania. Z wyników badań wynika, że część inwestycji, jakie w ciągu ostatnich trzech lat realizowali rozpoczynający przedsiębiorcy (tak się sami określają), układa się w sposób dający się wyjaśnić ich trudnym położeniem finansowym, tj. po prostu inwestują w pewnych dziedzinach mniej niż przedsiębiorstwa bardziej zaawansowane w rozwoju. Przez takie rozumie się tutaj utrzymujące ustabilizowaną już pozycję oraz ustabilizowane i planujące poszerzenie rynku (będziemy je nazywać krótko ekspandującymi), a więc posiadające często większe przychody i odłożone na rozwój i inwestycje zasoby finansowe oraz dobrą zdolność kredytową.

Część jednak danych o inwestycjach rozpoczynających przedsiębiorstw rozkłada się inaczej, a mianowicie więcej wydają na pewne inwestycje niż firmy bardziej zaawansowane bądź wydają tyle samo. Są to następujące kierunki inwestycji:

- *projektowanie nowych produktów* (rozpoczynający inwestują wyraźnie więcej niż firmy ustabilizowane, choć mniej niż ekspandujące);
- *zakup licencji i patentów* (rozpoczynający inwestują więcej niż ustabilizowani i ekspandujący);
- *unowocześnienie lub zakup nowych urządzeń lub maszyn* (rozpoczynający inwestują tyle samo, ile ustabilizowane firmy, choć mniej niż ekspandujące);
- *doradztwo technologiczne* (rozpoczynający inwestują dwa razy więcej niż ustabilizowani i prawie tyle samo, ile ekspandujący);
- *prace badawczo rozwojowe* (rozpoczynający inwestują więcej niż ustabilizowane przedsiębiorstwa, choć mniej niż ekspandujące);
- *doradztwo w zakresie budowania strategii i biznes planów* (rozpoczynający inwestują tyle samo, ile ustabilizowani i ekspandujący);
- *marketing, promocja, reklama* (rozpoczynający inwestują wyraźnie więcej niż ustabilizowani, choć mniej niż ekspandujący).

Tabela 5.8. Cele inwestycji przedsiębiorstw w ciągu ostatnich 3 lat – faza rozwoju firmy i korzystanie z pomocy publicznej

Czy firma przeznaczała środki na następujące cele?	Faza rozwoju firmy						Czy otrzymano pomoc publiczną?	
	Rozpoczą- namy	Utrzymujemy ustalb. po- zycję	Ustalb. pozy- cja + rosz- rynek	Ograniczamy dział.	Wyciągujemy się	Otrzymano	Nie otrzymano	
N nieważone	29	433	539	45	9	348	730	
Podstawowe	45	521	393	67	15	98	980	
Zwiększenie zatrudnienia	14,7%	21,6%	44,0%	9,7%	40,7%	53,2%	26,3%	
Budowa lub remont budynków	45,6%	52,4%	59,4%	55,6%	21,4%	63,8%	52,5%	
Zakup nieruchomości	0,8%	12,3%	17,7%	13,9%	0,0%	20,1%	12,6%	
Projektowanie nowych produktów i usług	27,4%	15,2%	34,8%	23,4%	39,2%	17,5%	24,1%	
Komputeryzacja i/lub zakup oprogramowania	33,2%	59,5%	79,0%	46,6%	80,4%	51,8%	65,7%	
Odtworzenie urządzeń lub maszyn	18,5%	32,0%	49,9%	37,6%	60,1%	22,5%	40,0%	
Unowocześnienie lub zakup nowych urządzeń lub maszyn	45,9%	44,6%	64,8%	40,3%	60,7%	57,3%	50,8%	
Zakup licencji lub patentów	14,5%	10,5%	12,3%	14,1%	20,4%	8,8%	11,6%	
Otrzymanie certyfikatów jakości (np. ISO)	0,2%	7,6%	13,3%	4,9%	19,6%	6,9%	9,3%	
Marketing, promocja, reklama, uczestnictwo w targach	54,3%	44,2%	74,2%	60,6%	59,9%	54,6%	56,7%	
Doradztwo prawne	20,7%	23,5%	36,8%	37,1%	21,0%	40,7%	27,2%	
Doradztwo technologiczne	11,2%	4,5%	13,5%	18,4%	0,8%	4,5%	9,2%	
Doradztwo podatkowe	27,3%	33,1%	41,5%	27,6%	20,4%	26,3%	35,7%	
Doradztwo w zakresie budowania strategii i biznes planów	7,2%	6,0%	8,2%	9,4%	0,8%	16,3%	5,9%	
Szkolenia pracowników	28,7%	45,3%	60,0%	42,8%	40,7%	64,4%	47,6%	
Znalezienie partnerów kooperacyjnych, handlowych i usługowych	21,1%	30,3%	45,9%	51,1%	20,4%	27,8%	37,5%	
Prace badawczo rozwojowe	6,9%	2,5%	10,0%	13,6%	0,8%	8,0%	5,8%	
Oddłużenie firmy wobec Skarbu Państwa (np. ZUS, US)	7,0%	2,4%	2,9%	6,0%	0,5%	8,6%	2,6%	
Inne	6,7%	1,5%	1,7%	4,7%	,1%	8,3%	1,3%	
Żadne z powyższych	6,7%	6,6%	,8%	9,0%	,0%	3,9%	5,6%	

Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań, dane ważone.

Do minusów należy zaliczyć rzadkie inwestowanie w szkolenie, co w praktyce może oznaczać także brak inwestycji w kształcenie się właścicieli w dziedzinach ich działalności i w zarządzaniu, a także rzadsze inwestowanie w zakup komputerów i oprogramowania niż wśród ustabilizowanych i ekspandujących. Te braki zapewne wynikają z ograniczonych możliwości finansowych. Do innych słabości należy zaliczyć wyraźnie rzadsze inwestowanie w poszukiwanie partnerów kooperacyjnych, handlowych i usługowych. Pozytywną tendencją jest orientacja na projektowanie nowych produktów, unowocześnianie sposobów produkowania, sięganie po licencje i badania, doradztwo technologiczne oraz aktywny stosunek wobec rynku – wobec nabywców ich produktów i usług, inwestowanie w marketing i reklamę.

Dokładne cele inwestycyjne w zależności od fazy rozwoju firmy są zamieszczone w tabeli 5.8.

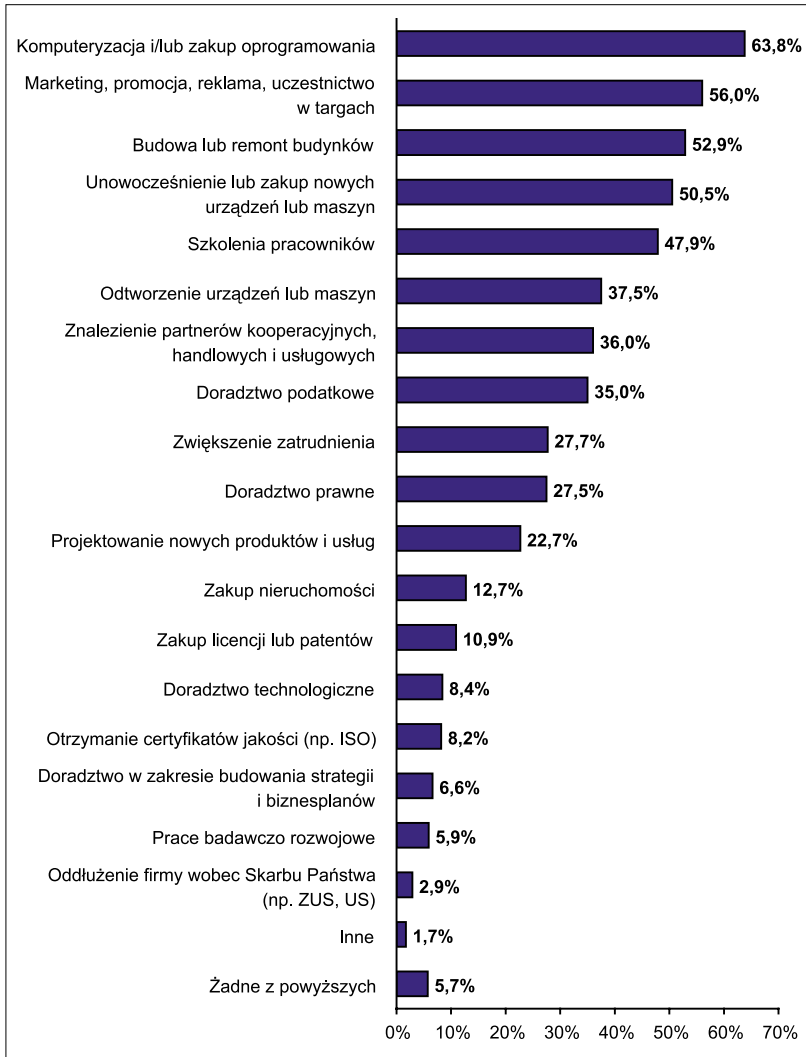
W kolejnych trzech podrozdziałach chcielibyśmy przedstawić profile celów inwestycyjnych mikroprzedsiębiorstw, małych przedsiębiorstw i sprawdzić, czy się one w jakiś zasadniczy sposób różnią. Tego rodzaju analiza może być przydatna przy programowaniu działania systemu pomocy publicznej.

5.4.1. PROFIL INWESTYCJI MIKROPRZEDSIĘBIORSTW

Przedsiębiorstwa mikro najczęściej wydawały środki z pomocy publicznej na komputeryzację i/lub zakup oprogramowania – 63,8% przedsiębiorstw. Następnym celem, ze względu na częstość wymieniania przez przedsiębiorców mikro znalazły się wydatki związane z marketingiem, promocją, reklamą i uczestnictwem w targach (56,0%). Budowa lub remont budynków była ważnym celem inwestycji dla 52,9%, unowocześnienie lub zakup nowych urządzeń lub maszyn dla 50,5%, dla szkolenia pracowników 47,9% przedsiębiorców mikro.

Natomiast do najrzadziej wymienianych celów, na które przeznaczano środki, należą: oddłużenie firmy wobec Skarbu Państwa (2,9%), prace badawczo-rozwojowe (5,9%), doradztwo w zakresie budowania strategii i biznes planów (6,5%). Niewielu przedsiębiorców z najmniejszych firm przeznaczało środki na otrzymanie certyfikatów (8,2%), zakup licencji lub patentów (10,9%) i doradztwo technologiczne (8,4%).

Wykres 5.5. Cele inwestycyjne przedsiębiorstw mikro



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań, N nieważone=345, N ważone=1026. Dane ważone.

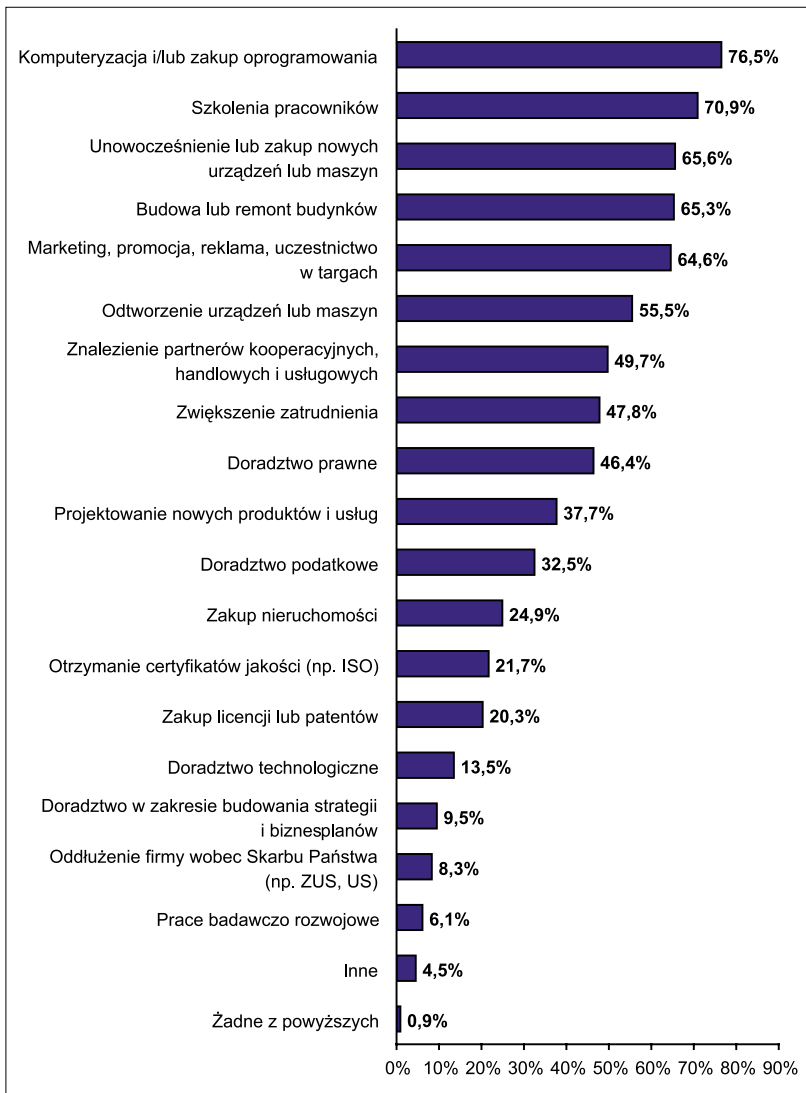
5.4.2. PROFIL INWESTYCJI PRZEDSIĘBIORSTW MAŁYCH

Przedsiębiorstwa małe częściej niż firmy mikro przeznaczały środki na wymienione niżej cele inwestycyjne. Najczęściej wskazywanym celem w tej grupie jest, podobnie jak w przypadku przedsiębiorstw mikro, komputeryzacja i zakup oprogramowania, które wymienia 76,5% przedsiębiorstw małych. Drugim istotnym celem inwestycyjnym były szkolenia pracowników, wymienione przez 70,9% firm. Na trzecim miejscu znajduje się unowocześnienie lub zakup nowych urządzeń lub maszyn

(65,6%). Niewiele mniej wymienia budowę lub remont budynków (65,3%) oraz marketing, promocję, reklamę i uczestnictwo w targach (64,6%).

Celem, na który najmniej przedsiębiorstw przeznaczają środki są prace badawczo-rozwojowe wymienione przez 6,1% badanych przedsiębiorstw. Poniżej 10% przedsiębiorstw wymienia doradztwo w zakresie budowania strategii i biznes planów (9,5%) oraz oddłużenia firmy wobec skarbu państwa (8,3%).

Wykres 5.6. Cele inwestycyjne przedsiębiorstw małych

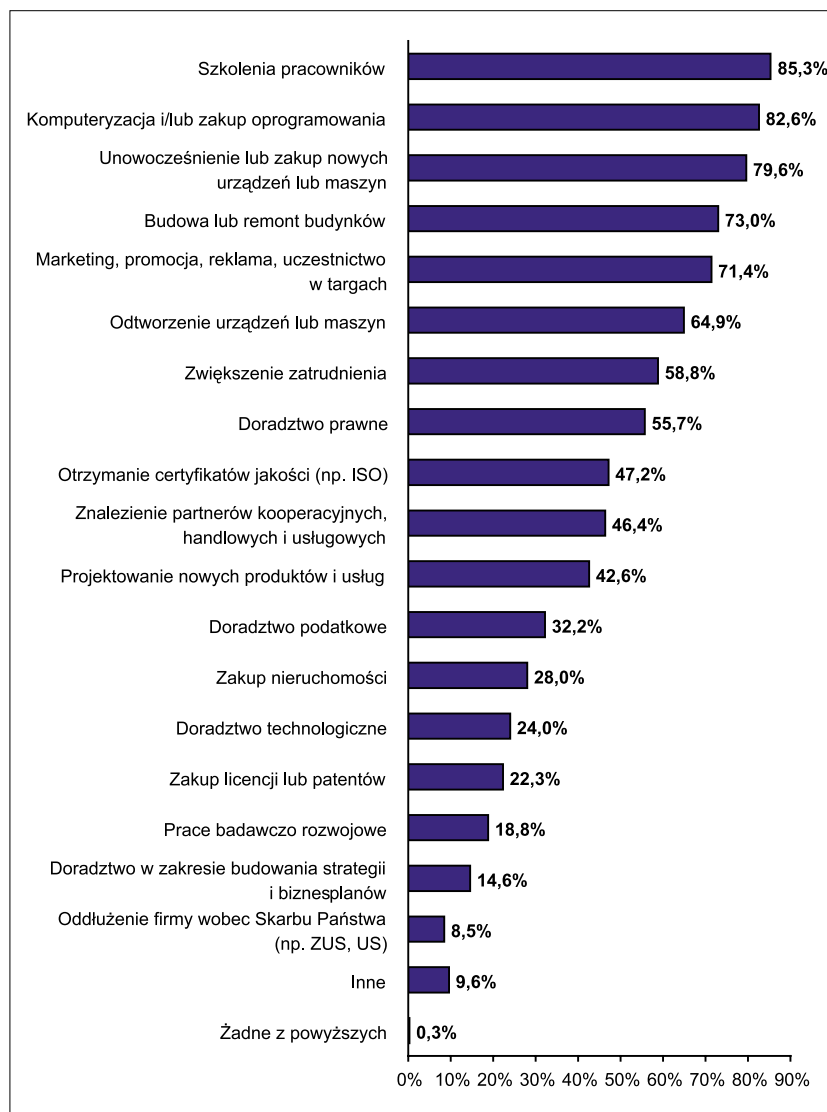


Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań, N nieważone=350, N ważne=42. Dane ważone.

5.4.3. PROFIL INWESTYCJI PRZEDSIĘBIORSTW ŚREDNICH

Przedsiębiorstwa średnie były dużo bardziej aktywne inwestycyjnie niż przedsiębiorstwa mikro i małe. Najczęściej wymienianym celem inwestycyjnym firm średnich były szkolenia, wymienione przez 85,3% przedsiębiorstw średnich. Na drugim miejscu odnotowujemy komputeryzację i zakup oprogramowania wymienione przez

Wykres 5.7. Cele inwestycyjne przedsiębiorstw średnich



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badań, N nieważone=383, N ważne=10. Dane ważne.

82,6% badanych. Kolejne ważne cele inwestycyjne to: unowocześnienie lub zakup nowych urządzeń lub maszyn (79,6%), budowa lub remont budynków (73,0%), a także marketing, promocja, reklama i uczestnictwo w targach (71,4%).

Najbardziej wymienianym celem wydatkowania środków było oddłużenie firmy wobec Skarbu Państwa – na ten cel przeznaczano środki 8,5% średnich firm.

5.5. CELE STARAŃ O POMOC PUBLICZNĄ

Kolejnym etapem badania i analizy było określenie celów się pomocy publicznej, o którą starali się przedsiębiorcy różnej wielkości. Podobnie, jak to było w przypadku wcześniej analizy, występowały znaczne różnice pomiędzy firmami różnej wielkości.

5.5.1. ZRÓŻNICOWANIE CELÓW

W FIRMACH MIKRO, MAŁYCH I ŚREDNICH

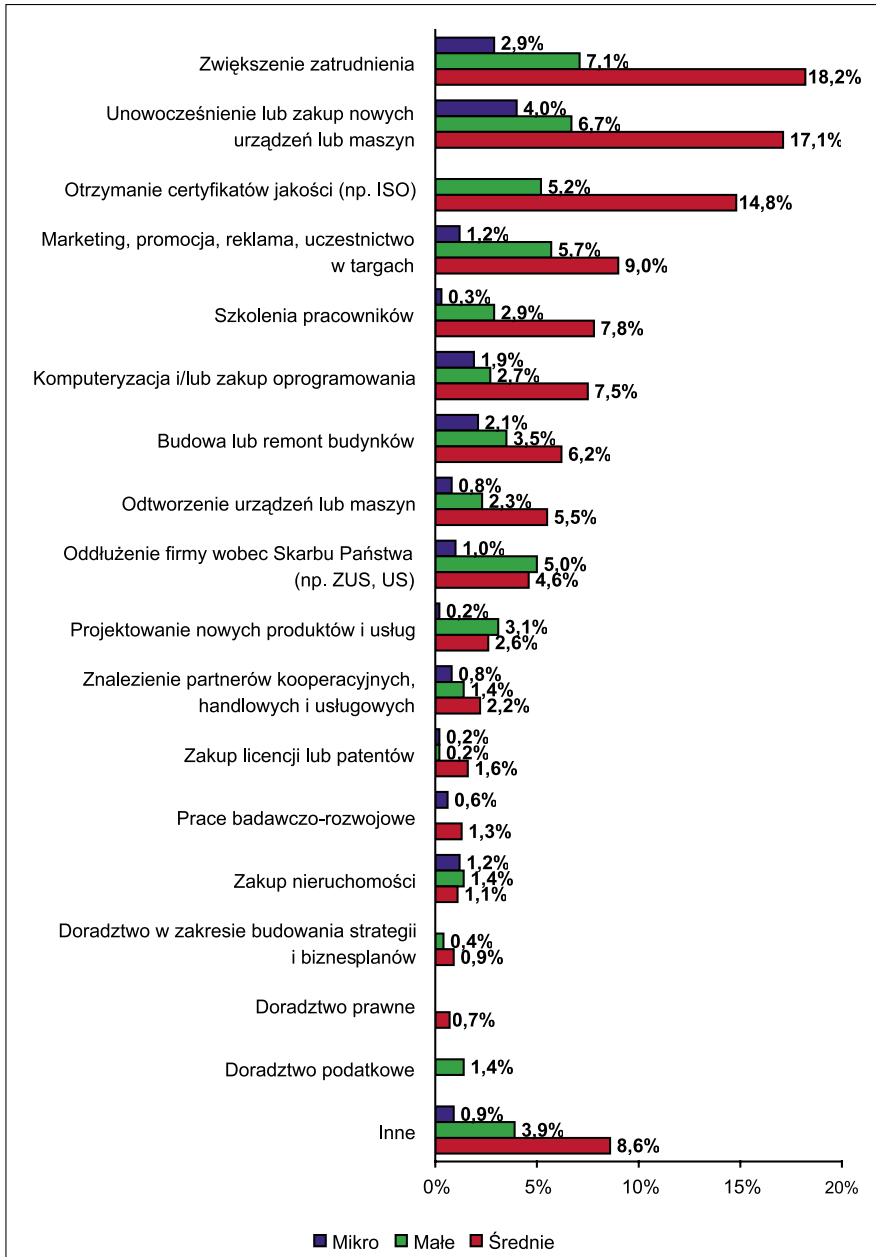
Z badań wynika, że przedsiębiorstwa średnie częściej niż firmy mikro i małe starały się o pomoc publiczną w przypadku niemal wszystkich sprawdzanych celów. Najwięcej przedsiębiorstw średnich starało się o pomoc publiczną na zwiększenie zatrudnienia – 18,2% wszystkich średnich firm. Jest to zarazem najczęściej wskazywany cel pomocy publicznej wśród przedsiębiorstw małych (7,1%). Najczęściej wskazywanym celem starań o pomoc publiczną przedsiębiorstw mikro jest unowocześnienie lub zakup nowych urządzeń lub maszyn (4,0%). Jest to także ważny cel wśród przedsiębiorstw średnich (17,1%) i małych (6,7%).

Istotne znaczenie dla przedsiębiorstw średnich ma otrzymanie certyfikatów jakości (np. ISO) – 14,8% tych przedsiębiorstw starało się o uzyskanie pomocy publicznej na ten cel. W ogóle nie występowały o pomoc na ten cel przedsiębiorstwa mikro, a wśród przedsiębiorstw małych odsetek starających się wynosi 5,2%.

Na pomoc publiczną na szkolenia pracowników starało się 7,8% średnich przedsiębiorstw, 2,9% firm małych i 0,3% firm mikro.

Częstość starań o pomoc na niektóre cele jest zróżnicowana ze względu na branżę gospodarki, w której działa przedsiębiorstwo. Przedsiębiorstwa działające w branżach rolnictwa, łowiectwa, leśnictwa, rybołówstwa i rybactwa częściej niż firmy działające w innych branżach starały się o pomoc publiczną na zwiększenie zatrudnienia. Również częściej starały się o wsparcie na remont lub budowę budynków, odtworzenie urządzeń lub maszyn oraz unowocześnienie lub zakup nowych urządzeń lub maszyn. Trzeba jednak tę uwagę traktować ostrożnie, ze względu na niewielką liczbę starających się i rozdrobnienie próby.

Wykres 5.8. Cele, w których przypadku starano się o pomoc publiczną



Podstawa procentowania: Wszystkie przedsiębiorstwa danej wielkości. N mikro nieważone=345, N mikro ważne=1026, N małe nieważone=350, N małe ważne=42, N średnie nieważone=383, N średnie ważne=10. Dane ważone.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań.

O pomoc publiczną (inwestowali: 28,7%) na *zwiększenie zatrudnienia* (starali się: 3,2%) starało się aż sześć razy więcej średnich firm niż mikroprzedsiębiorstw i dziewięć razy więcej średnich niż mikro.

W przypadku *budowy i remontów budynków* (inwestowali: 53,5%; starali się: 2,2%) mikroprzedsiębiorstwa rzadziej niż małe i średnie firmy starają się o pomoc, zależność jest istotna statystycznie, lecz częstość we wszystkich trzech warstwach firm bardzo mała. *Zakup nieruchomości* występuje marginalnie (inwestowali: 13,3%, starali się: 1,3%).

O pomoc na *projektowanie nowych produktów* (inwestowali: 23,5%) starało się 0,3% badanych, podczas gdy w strategiach przedsiębiorstw wszystkich warstw ten rodzaj inwestycji jest częsty. Można to traktować jako rezultat pewnego rodzaju zapewne niedostosowania programów do rzeczywistych kierunków inwestowania, ale przede wszystkim pokazuje to, że nawet w przypadku ważnych i rozumianych dobrze przez przedsiębiorców celów inwestycyjnych nie występują oni z wnioskami o pomoc publiczną. Wśród starających się mikroprzedsiębiorstwa stanowią nic prawie nie znaczący margines, małych i średnich firm jest bardzo mało, ale więcej, stąd zależność mimo małych rozmiarów całej frakcji jest istotna statystycznie.

Starano się o pomoc na *komputeryzację i oprogramowanie* (inwestowali: 64,5%) 2% badanych. Im mniejsze przedsiębiorstwo, tym rzadziej stara się o pomoc publiczną na ten rodzaj inwestycji, choć takie przedsiębiorstwa mają zwykle wysokie potrzeby inwestycyjne w tym zakresie.

O pomoc na *odtworzenie urządzeń* (inwestowali: 38,4%) starało się 0,9% badanych. Podobnie jak w przypadku poprzedniego celu występowała zależność, że im mniejsze przedsiębiorstwo, tym rzadziej stara się o pomoc publiczną na ten rodzaj inwestycji.

O pomoc na *unowocześnienie lub zakup nowych urządzeń lub maszyn* (inwestowali: 51,4%) starało się nieco więcej badanych, 4,2%. O ten cel starały się najczęściej przedsiębiorstwa średnie. Częstość starania o ten cel, zmniejsza się w przypadku firm małych i mikro.

O pomoc na *zakup licencji i patentów* (inwestowali: 11,3%) stara się zaledwie 0,2% przedsiębiorstw, choć dla bardzo wielu ma to poważne znaczenie, a dla rozpoczynających działalność jest to jedna z kluczowych inwestycji, określających ich strategię przetrwania i rozwoju.

O pomoc na *otrzymanie certyfikatów jakości* (inwestowali: 9,1%) starało się bardzo niewiele przedsiębiorstw, 0,3%. Ten cel jest związany z wielkością przedsiębiorstwa. Zero mikroprzedsiębiorstw stara się o tę pomoc, wśród małych 5,2%, wśród średnich 14,8%.

Pomoc na *marketing i promocję* (inwestowali: 56,5%) starało się uzyskać tylko 1,4%. Zależność od wielkości firmy jest istotna statystycznie. Częściej starały się o ten cel firmy większe.

O pomoc na *sfinansowanie doradztwa prawnego* (inwestowali: 28,5%) i *doradztwa technologicznego* (inwestowali: 8,8%) nie starała się żadna z badanych firm.

O pomoc na *sfinansowanie doradztwa podatkowego*, które było celem inwestycyjnym jednej trzeciej przedsiębiorstw badanych (inwestowali: 34,9%), starało się zaledwie 0,1%. Nie jest to jednak cel, który powinien być objęty wsparciem ze środków publicznych.

O pomoc na *opłacenie doradztwa w zakresie budowania strategii biznesowych i biznes planów* (inwestowali: 6,8%) starało się 0,0%.

O pomoc na *szkolenie pracowników* (inwestowali: 49,1%) starało się 0,5%. Dokładnie sto razy mniej. Mikroprzedsiębiorstwa, występują o nie pięć razy rzadziej niż średnie przedsiębiorstwa a małe firmy dziesięć razy rzadziej niż średnie. Nie da się tego wytłumaczyć niedostosowaniem programów, bowiem dostępne programy oferują tego rodzaju pomoc.

O pomoc w celu *znalezienia partnerów handlowych* (inwestowali: 36,6%) starało się 0,8%, czyli prawie pięćdziesiąt razy mniej firm niż jej potrzebowało. Starania nie są zależne od wielkości firm.

O pomoc na *prace badawczo rozwojowe* (inwestowali: 6,0%), które są jednym z najistotniejszych czynników wspierających rozwój innowacyjności, starało się dziesięć razy mniej firm, tj. 0,6%. Wskaźnik ten jest bardzo niski i niekorzystny z punktu widzenia potrzeb gospodarki.

Analiza nie wykazała zróżnicowania firm wg faz rozwoju firmy, branży czy też regionu.

5.6. SZCZEGÓŁOWE OMÓWIENIE CELÓW POMOCY PUBLICZNEJ

W tej części zostanie omówiony problem skuteczności pozyskiwania pomocy publicznej na dany cel, jaki procent kosztów przedsięwzięcia stanowiła pomoc publiczna oraz czy przedsiębiorstwa starały się o pożyczki i kredyty na dany cel.

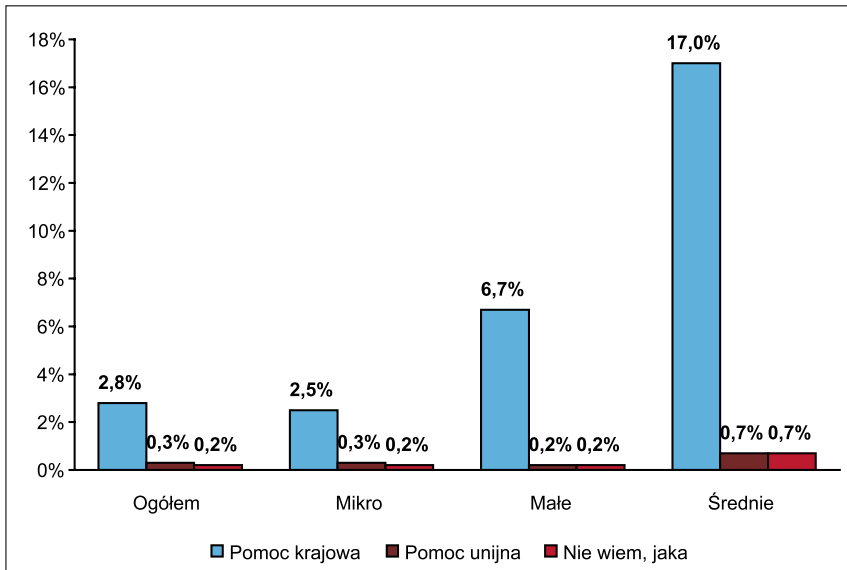
Z uwagi na to, że obliczenia poniższe oparte są na niewielkiej liczbie badanych, wyniki te należy traktować jako orientacyjne (rzeczywista liczba osób, na której opierają się poniższe obliczenia jest w przypadku firm małych i średnich większa niż wskazana w wierszu „Podstawa%”, co wynika z procedury ważenia, niemniej jednak jest to najczęściej tylko kilkanaście lub kilkadziesiąt osób; w przypadku firm mikro rzeczywista podstawa obliczeń jest mniejsza).

5.6.1. ZWIĘKSZENIE ZATRUDNIENIA

Na ten cel przeznaczano środki 28,8% przedsiębiorstw ogółem, 27% przedsiębiorstw mikro, 47,8% przedsiębiorstw małych i 58,8% przedsiębiorstw średnich. Natomiast o pomoc publiczną na ten cel starało się 3,2% przedsiębiorstw ogółem, 2,9% przedsiębiorstw mikro, 7,1% przedsiębiorstw małych i 18,2% przedsiębiorstw średnich.

W zdecydowanej większości przedsiębiorstw pomoc, o którą starano się na zwiększenie zatrudnienia to pomoc publiczna krajowa. Sporadycznie pojawiały się odpowiedzi, że starano się o pomoc unijną lub brak znajomości źródła pomocy.

Wykres 5.9. Rodzaj pomocy, o którą się starano na zwiększenie zatrudnienia



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, N ogółem=1078, dane ważone.

W większości badane firmy starały się raz do trzech razy o pomoc publiczną na zwiększenie zatrudnienia, choć znaczna część respondentów nie umiała wskazać liczby. Sporadycznie pojawiały się odpowiedzi wskazujące na 20-30 razy.

Z analizy wynika, że firmy mikro najczęściej występowały o pomoc na zwiększenie zatrudnienia tylko jeden raz. Częstotliwość starań wzrasta wraz z wielkością firmy.

Firmy starające się o pomoc najczęściej ją uzyskiwały, przy czym większą skuteczność w uzyskiwaniu pomocy publicznej obserwujemy wśród firm średnich niż wśród firm małych i mikro. Wielu badanych nie umiało powiedzieć, jaki procent kosztów przedsięwzięcia stanowiła pomoc publiczna. W większości przypadków nie przekraczała ona jednak 50% kosztów przedsięwzięcia. Tylko 15,8% otrzymało więcej niż 50%.

Mniejszą popularnością, jako forma pomocy na zwiększanie zatrudnienia cieszył się kredyt i pożyczki (starano się o nie 1,8% firm) Nie znalazło się w grupie starających się żadne przedsiębiorstwo mikro. Wśród starających się 13,6% stanowiły firmy małe, 11,9% firmy średnie. Generalnie im większe przedsiębiorstwo tym częściej deklaruje, że nie potrzebuje się starać o pożyczkę na ten cel.

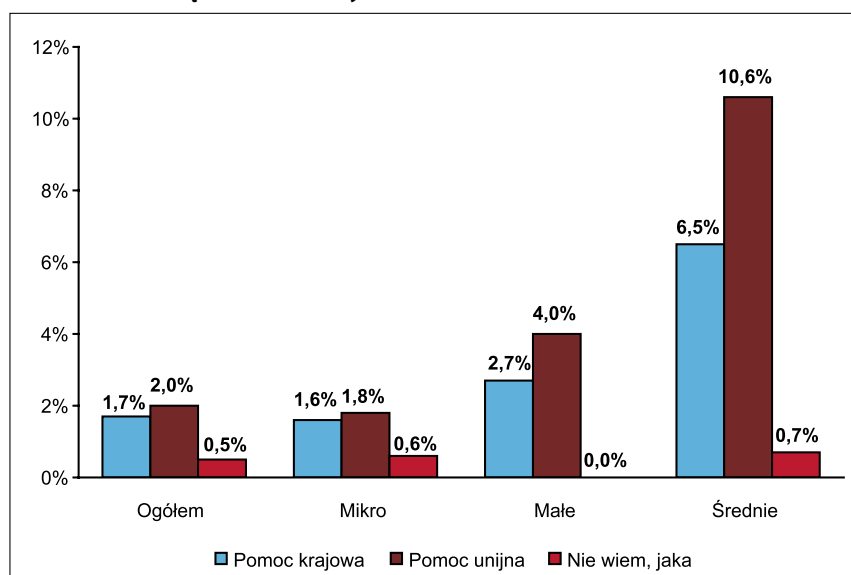
5.6.2. UNOWOCZEŚNIENIE

LUB ZAKUP NOWYCH URZĄDZEŃ LUB MASZYN

Na inwestycje w unowocześnienie i zakup nowych urządzeń lub maszyn przeznaczają środki 51,4% przedsiębiorstw ogółem, 50,5% przedsiębiorstw mikro, 65,6% przedsiębiorstw małych i 79,6% przedsiębiorstw średnich. Natomiast o pomoc publiczną na ten cel starało się 4,2% przedsiębiorstw ogółem, 4,0% przedsiębiorstw mikro, 6,7% przedsiębiorstw małych i 17,1% przedsiębiorstw średnich.

Na ten typ inwestycji najczęściej starano się pozyskać środki z dotacji Unii Europejskiej.

Wykres 5.10. Rodzaj pomocy, o którą się starano na unowocześnienie lub zakup nowych urządzeń lub maszyn



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, N ogółem=1078, dane ważone.

Przedsiębiorstwa, które starały się o tę pomoc, występowały o nią 1-2 razy. Około jedna piąta firm, które się starały, tej pomocy nie uzyskała. W większości przypadków, oprócz pomocy publicznej, przedsiębiorstwa starały się także o pożyczkę lub kredyt na ten cel.

Większość przedsiębiorstw podejmujących starania otrzymywała wsparcie, korzystało z niego tylko raz. Im większa firma tym częściej otrzymywała pomoc, ale nawet w średnich firmach dwukrotnie otrzymało ją tylko 15,6%.

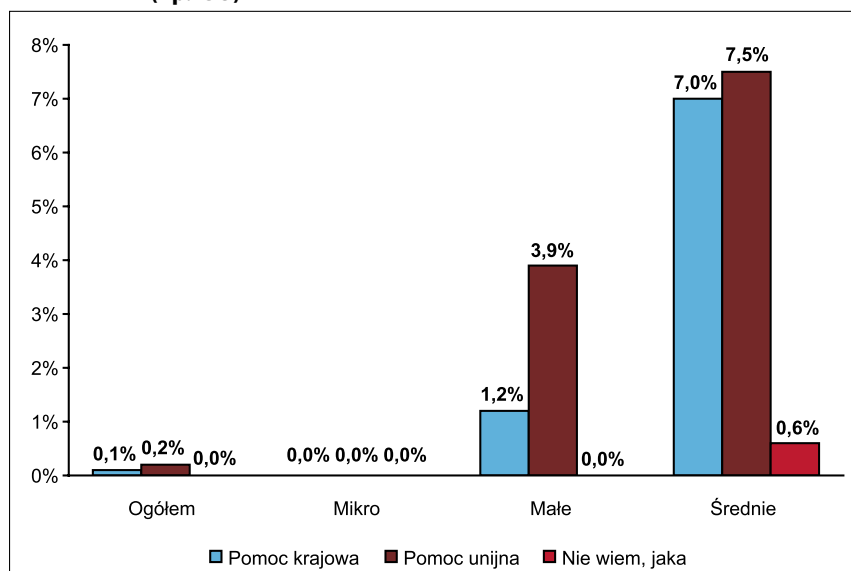
Ponad 50%, spośród tych którzy otrzymali pomoc na ten cel, otrzymało ponad 50% wartości inwestycji. W tym wypadku mikroprzedsiębiorstwa wydają się być w pozycji korzystnej, one właśnie częściej otrzymywały ponad 50% wartości inwestycji.

5.6.3. OTRZYMANIE CERTYFIKATÓW JAKOŚCI

Na ten cel przeznaczają środki 9,1% przedsiębiorstw ogółem, 8,2% przedsiębiorstw mikro, 21,7% przedsiębiorstw małych i 47,2% przedsiębiorstw średnich. Natomiast o pomoc publiczną na ten cel starało się 0,3% przedsiębiorstw ogółem, 0,0% przedsiębiorstw mikro, 5,2% przedsiębiorstw małych i 14,8% przedsiębiorstw średnich.

Częściej starano się o tego typu pomoc ze środków unijnych, choć w przypadku przedsiębiorstw średnich często wymieniano również pomoc publiczną krajową.

Wykres 5.11. Rodzaj pomocy, o którą się starano na otrzymanie certyfikatów jakości (np. ISO)



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, N ogółem=1078, dane ważone.

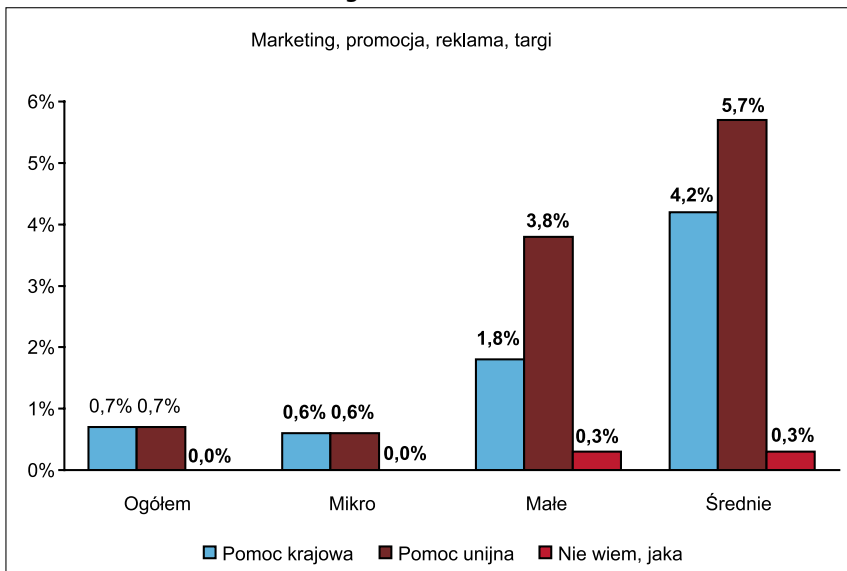
Wśród firm starających się o pomoc na uzyskanie certyfikatu 96,4% firm małych i 72,3% starało się jeden raz. Jednorazowo pomoc taką otrzymało 87% firm małych i 68,8% firm średnich. Im większa była firma tym częściej występowała o środki na ten cel. Rzadko starano się o kredyt czy pożyczkę na sfinansowanie certyfikatu. Ponad połowa ubiegających się o pomoc na uzyskanie certyfikatu do otrzymania dotacje 50% kosztów tej inwestycji, a część przedsiębiorców więcej.

5.6.4. MARKETING, PROMOCJA, REKLAMA, UCZESTNICTWO W TARGACH

Na ten cel przeznaczają środki 56,5% przedsiębiorstw ogółem, 56,0% przedsiębiorstw mikro, 64,6% przedsiębiorstw małych i 71,4% przedsiębiorstw średnich. Natomiast o pomoc publiczną na ten cel starało się 1,4% przedsiębiorstw ogółem,

1,2% przedsiębiorstw mikro, 5,7% przedsiębiorstw małych i 9,0% przedsiębiorstw średnich. Najczęściej starano się o tego typu pomoc ze środków unijnych.

Wykres 5.12. Rodzaj pomocy, o którą się starano na marketing, promocję, reklamę, uczestnictwo w targach



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, N ogółem=1078, dane ważone.

Większość przedsiębiorstw(96,6%) starała się o pomoc publiczną na marketing, promocję, reklamę i uczestnictwo w targach raz i większość (90,1%) raz ją otrzymała. Najczęściej nie starano się o kredyt ani pożyczkę na ten cel.

Sytuacja tak kształtowała się różnie w zależności od wielkości firmy. Wśród firm mikro 100% deklarowało, że starało się o pomoc publiczną na ten 1 raz i wszystkie firmy, które starały się o taką pomoc ją otrzymała. Wśród firm małych i średnich występowało większe zróżnicowanie w częstotliwości starania się o środki na marketing, promocję, reklamę i uczestnictwo w targach.

Wśród firm małych 60,8% respondentów podało, że starało się o taką pomoc 1 raz, a 17% deklarowało 2-3 krotne staranie się dofinansowanie. 18,0% firm małych deklarowało, że starało się o pomoc publiczną 4 razy. Tylko 10,4%firm małych, które starały się o pomoc publiczną na ten cel deklaruje, iż jej nie uzyskała

Jednorazowe staranie o pomoc publiczną na ten cel deklarowało 43,9% firm średnich. Podejmowanie takich starań 2-3 razy deklarowało 26,9% firm średnich, czterokrotnie 9,8% badanych. 13,3% firm średnich deklarowało, że starało się o pomoc na ten cel 5 i więcej razy. Wśród firm średnich tylko 8,5% badanych deklarowało, że nie otrzymało pomocy na ten cel.

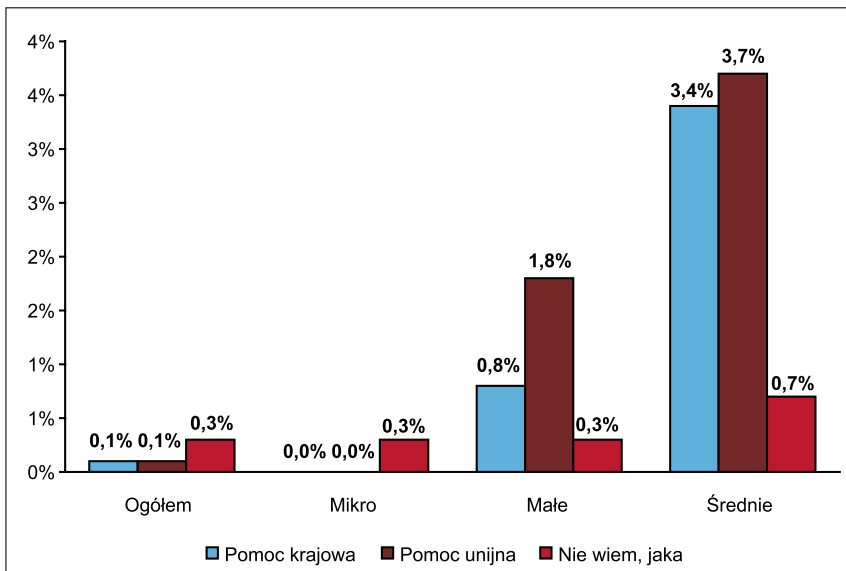
Choć podstawa procentowania jest niewielka, można postawić hipotezę, że mikro-przedsiębiorstwa i małe firmy łącznie chętnie się starały i otrzymywały pomoc na marketing i reklamę.

Zdecydowana większość firm otrzymała pomoc o wartości do 30% kosztów inwestycji. Prawie nigdy nie starano się wspierać takich inwestycji kredytem lub pożyczką.

5.6.5. SZKOLENIA PRACOWNIKÓW

Na ten cel przeznaczano środki 49,1% przedsiębiorstw ogółem, 47,9% przedsiębiorstw mikro, 70,9% przedsiębiorstw małych i 85,3% przedsiębiorstw średnich. Natomiast o pomoc publiczną na ten cel starało się 0,5% przedsiębiorstw ogółem, 0,3% przedsiębiorstw mikro, 2,9% przedsiębiorstw małych i 7,8% przedsiębiorstw średnich. Nieco częściej starano się o tego typu pomoc ze środków unijnych.

Wykres 5.13. Rodzaj pomocy, o którą się starano na szkolenia pracowników



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, N ogółem=1078, dane ważone.

O środki na szkolenia z starało się przynajmniej raz 56,3% firm małych, natomiast podejmowanie starań o pomoc dwa i więcej razy deklaruje 36,6% firm. Wszystkie firmy w tej grupie deklarują, iż taką pomoc otrzymały.

Wśród firm średnich 54,1% starało się o pomoc 1 raz, a 20,7% deklorowało podjęcie takich starań 2 i więcej razy. 7,1% firm starających się o pomoc na szkolenia jej nie otrzymało.

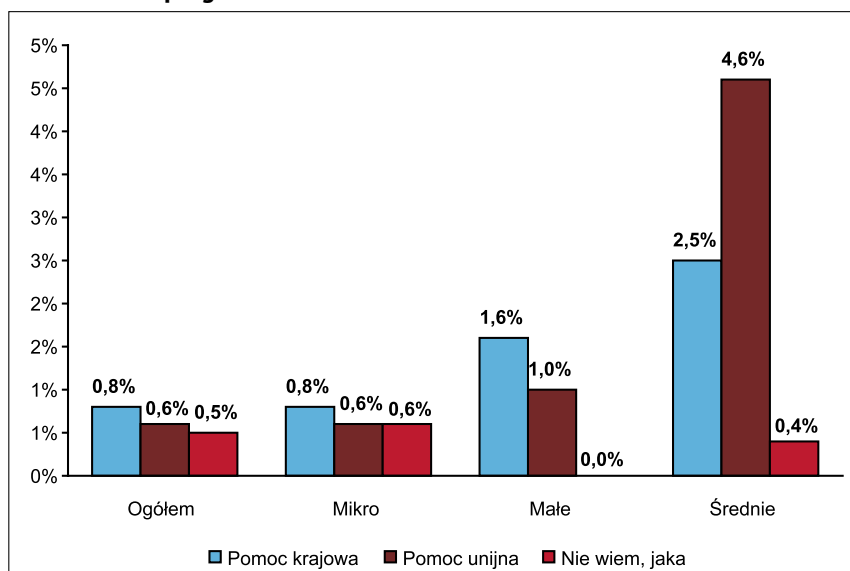
Zdecydowana większość firm otrzymała środki pokrywające ponad 50% wartości tego rodzaju inwestycji.

5.6.6. KOMPUTERYZACJA I/LUB ZAKUP OPROGRAMOWANIA

Na ten cel przeznaczają środki 64,5% przedsiębiorstw ogółem, 63,8% przedsiębiorstw mikro, 76,5% przedsiębiorstw małych i 82,6% przedsiębiorstw średnich. Natomiast o pomoc publiczną na ten cel starało się 2% przedsiębiorstw ogółem, 1,9% przedsiębiorstw mikro, 2,7% przedsiębiorstw małych i 7,5% przedsiębiorstw średnich.

Przedsiębiorstwa średnie częściej starały się o tego typu pomoc ze środków unijnych, natomiast przedsiębiorstwa małe ze środków krajowych.

Wykres 5.14. Rodzaj pomocy, o którą się starano na komputeryzację i zakup oprogramowania



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, N ogółem=1078, dane ważone.

Większość firm starało się o środki na ten cel jeden raz. O wsparcie na ten cel starało się 90,2% firm mikro (80,4% jeden raz), 82% firm małych (60% jeden raz) oraz 85,9% firm średnich (73,5% jeden raz). Większość firm, które starały się o to wsparcie otrzymało pomoc jednokrotnie.

Pomoc otrzymana stanowiła najczęściej ponad połowę kosztów inwestycji, co jest zjawiskiem korzystnym, zwłaszcza jeśli rzeczywiście trafia ona w takiej wysokości do mikroprzedsiębiorstw i małych przedsiębiorstw.

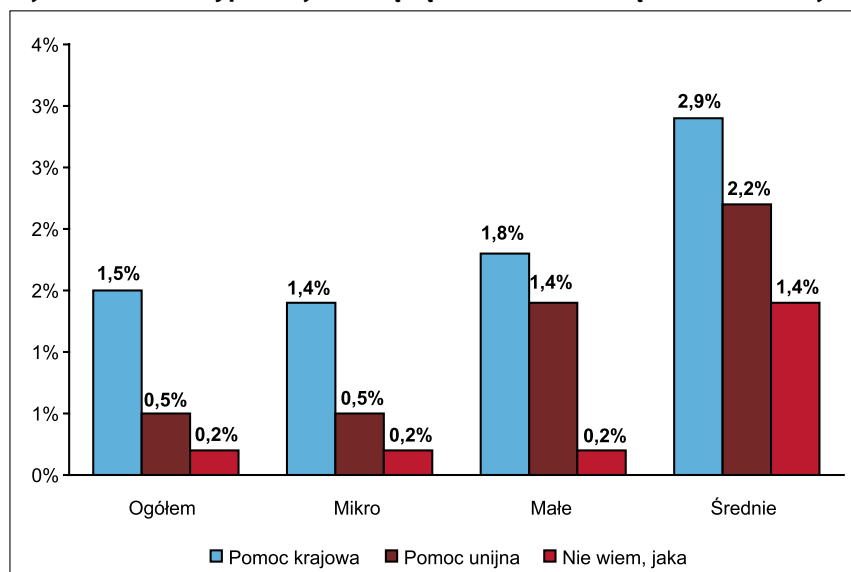
Firmy często starały się o kredyt lub pożyczkę na ten rodzaj inwestycji. Istotnie, z punktu widzenia niewielkich rozmiarów przychodów mikroprzedsiębiorstw i małych firm nie są to inwestycje tanie. Niewielkie rozmiary populacji pozwalają stawiać tylko hipotezy, ale warto zauważyć, że prawdopodobnie częściej wspierają kredytami tę inwestycję małe firmy.

5.6.7. BUDOWA LUB REMONT BUDYNKÓW

Na ten cel przeznaczają środki 53,5% przedsiębiorstw ogółem, 52,9% przedsiębiorstw mikro, 65,3% przedsiębiorstw małych i 73,0% przedsiębiorstw średnich. Natomiast o pomoc publiczną na ten cel starało się 2,2% przedsiębiorstw ogółem, 2,1% przedsiębiorstw mikro, 3,5% przedsiębiorstw małych i 6,2% przedsiębiorstw średnich.

Najczęściej pomoc, o którą starano się na budowę lub remont budynków, to pomoc publiczna krajowa.

Wykres 5.15. Rodzaj pomocy, o którą się starano na budowę lub remont budynków



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, N ogółem=1078, dane ważone.

Przedsiębiorstwa, które starały się o pomoc publiczną na budowę lub remont budynków, występowały o nią najczęściej raz do trzech razy. Firmy mikro (82,3%) i małe (86%) występowały o środki na ten cel nieco częściej niż firmy średnie (67,4). Można próbować to wytłumaczyć tym, że firmy średnie, które istnieją dłużej na rynku, zaspokoili w większym stopniu swoje potrzeby inwestycyjne.

Otrzymanie środków na ten cel deklaruje 45,3% firm mikro, 86% firm małych oraz 55,1% firm średnich, które starały się o środki na ten cel.

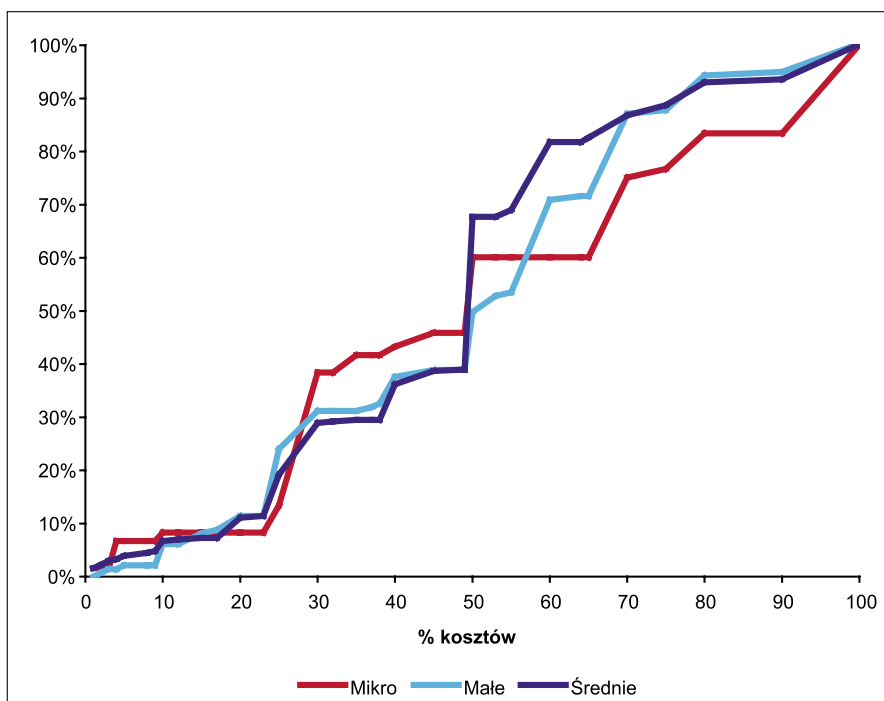
Większość firm otrzymała pomoc wynoszącą ponad 50% wartości inwestycji. Również większość firm starała się wesprzeć tę inwestycję kredytem lub pożyczką.

5.7. UDZIAŁ POMOCY PUBLICZNEJ W BUDŻECIE PRZEDSIĘWZIĘCIA INWESTYCYJNEGO

Dane poniższe trzeba traktować pogładowo, jako pewną statystyczną idealizację, ponieważ są oparte na informacjach o udziale pomocy publicznej w kosztach wszystkich przedsięwzięć, o których badani umieli się wypowiedzieć, łącznie. Połączono zatem wszystkie rodzaje inwestycji, mimo że mają one odmienny charakter i mogą wymagać odmiennych środków finansowania. Wyeliminowano z analizy odpowiedzi „Nie wiem”, które były liczne w przypadku niektórych celów inwestycyjnych.

Jak widać na wykresie, w przypadku 50% firm małych, 60% firm mikro i 68% firm średnich pomoc publiczna stanowiła nie więcej niż 50% kosztów przedsięwzięć. W około połowie przypadków stanowiła ona od 25%-50% kosztów (nieco odbiegają od tego wzoru firmy średnie, w których przypadku pomoc w granicach 25%-50% pojawiła się w 38,4% przypadków inwestycji).

Wykres 5.16. Pomoc publiczna jako procent kosztu inwestycji (% skumulowany)



Tylko przedsiębiorstwa, które podały udział pomocy publicznej w kosztach przedsięwzięcia, N mikro ważone=118, nieważone=37, N małe ważone=12, nieważone=106, N średnie ważone=7, nieważone=278.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, dane ważone.

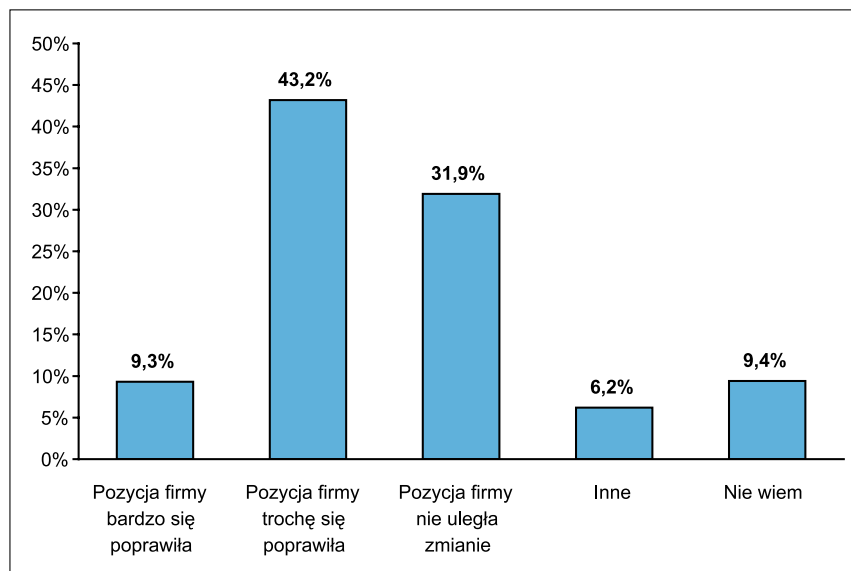
Z innych danych wiadomo jednak, że większość zainteresowanych lub korzystających z dotacji stara się o niewielkie środki, rzędu 5-15 tys. złotych. Przyczyny leżą w niewielkich rozmiarach przedsiębiorstw, niskich obrotach, niewielkich dochodach i niewielkich dyspozycyjnych środkach własnych. W części staranie się o tak niewielkie środki leży w naturze potrzeb i celów inwestycyjnych, np. w tym, że badani starają się o środki na niewielką liczbę komputerów, podstawowe oprogramowanie itp.

5.8. WPŁYW POMOCY PUBLICZNEJ NA POZYCJĘ RYNKOWĄ FIRMY

W przypadku większości przedsiębiorstw, które uzyskały pomoc publiczną, nastąpiła, w przekonaniu badanych, poprawa sytuacji rynkowej tych firm, przy czym przedsiębiorstwa różnej wielkości oceniają poprawę swojej sytuacji rynkowej ze zbliżoną częstotliwością. Ogółem 52.5% firm, które otrzymały pomoc publiczną stwierdziło, że ich sytuacja rynkowa bardzo lub trochę się poprawiła.

Najbardziej pozytywny wpływ pomocy publicznej na pozycję rynkową firmy dostrzegają przedsiębiorcy w regionie centralnym, najczęściej w regionie południowo-wschodnim oraz północno-wschodnim.

Wykres 5.17. Wpływ uzyskania pomocy na sytuację rynkową firmy



Tylko przedsiębiorstwa, które otrzymały pomoc publiczną, N=98 (nieważone=348).

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, dane ważone.

W sektorze rolnictwa przedsiębiorcy częściej przyznają, że sytuacja ich firm bardzo się poprawiła.

Firmy rozpoczynające działalność stanowią tak małą frakcję, że nie sposób stawiać nawet hipotezy na ich temat. Warto natomiast porównać firmy utrzymujące pozycję z firmami starającymi się poszerzyć rynek. Utrzymujący pozycję twierdzą, że ich pozycja się poprawiła (bardzo + trochę) w wyniku otrzymania pomocy w 47% przypadków, natomiast w przypadku firm „ekspandujących”, tj. starających się poszerzyć rynek ten sam wskaźnik wynosi 63,6%. Jest to hipoteza, bo cały zestaw danych jest nieistotny statystycznie pod względem zróżnicowania.

5.9. WNIOSKI

Staranie się o pomoc publiczną (łącznie dotacje i ulgi) obejmuje niewielką część ogółu przedsiębiorstw – 13,6%.

Decyzje o podjęciu starań są wyraźnie i statystycznie istotnie zróżnicowane według zmiennych niezależnych, które wzięliśmy pod uwagę w analizie. Najrzadziej starały się o nią mikroprzedsiębiorstwa, prawie trzy razy częściej od poprzednich starały się małe przedsiębiorstwa, i pięć razy częściej średnie przedsiębiorstwa (odpowiednio: 12,4% – 33,6% – 58,1%). Zróżnicowanie według wielkości obrotów potwierdza także poprzednią tezę – przedsiębiorstwa o obrotach do 2 mln złotych starały się o pomoc 2 – 3 razy rzadziej niż przedsiębiorstwa o obrotach powyżej 10 mln złotych. Zróżnicowanie według branż gospodarki (sektorów) zaznacza się także w sposób istotny statystycznie; najczęściej starali się o pomoc przedsiębiorcy z sektora rolnictwa, najrzadziej z przemysłu i budownictwa. Rodzi to pytanie, czy taka dystrybucja nie wpływa negatywnie na poziom stymulacji rozwoju zwłaszcza najbardziej pracotwórczego sektora, jakim jest, według zgodnej opinii ekonomistów, branża usług. I wreszcie dodajmy, że jeśli weźmiemy pod uwagę zasięg przestrzenny rynku, na jakim działają MSP, to starania się o pomoc zróżnicowane są według cezury dzielącej, z jednej strony, przedsiębiorstwa lokalne, regionalne, krajowe, a z drugiej strony ponad krajowe (odpowiednio: 12,1% – 11,2% – 8,3% versus 41,4%).

Jeśli weźmiemy pod uwagę przedsiębiorców, którzy starali się o którąkolwiek z form pomocy publicznej, to najczęściej są to: dotacje w ramach przedakcesyjnych programów Unii Europejskiej, PHARE, SAPARD, ISPA (starano się – 36,7%, otrzymano – 20,9%); zwolnienia podatkowe, odroczenia płatności, rozłożenie na raty należności lub zaległości (starano się – 32,8%, otrzymano – 20,4%); dotacje ze środków budżetu państwa (starano się – 30,2%, otrzymano – 23,4%); pożyczki lub kredyty udzielane na warunkach korzystniejszych od oferowanych na rynku (starano się – 28,8%, otrzymano – 20,8%). Wszystkie inne formy pomocy publicznej mają marginalne znaczenie, otrzymały je grupy wielkości dziesiętnych procenta; były to: odroczenie płatności z tytułu ubezpieczenia społecznego, nabycie gruntów lub nieruchomości na warunkach uprzywilejowanych, dostęp do inkubatorów przedsiębiorczości.

Skuteczność starań jest istotnie zróżnicowana według wielkości przedsiębiorstw:

- Co drugie przedsiębiorstwo, które podejmowało starania na rzecz zdobycia środków pomocowych otrzymało dotacje w ramach przedakcesyjnych programów pomocowych. Stanowi to 57,0% wśród tych, którzy się o takie dotacje starali (podstawa obliczeń – 87 osób). Skuteczność w otrzymywaniu środków z funduszy przedakcesyjnych jest znacznie większa wśród przedsiębiorstw małych (73,5%) i średnich (83,0%) niż wśród przedsiębiorstw mikro (52,9%).
- Również w przypadku zwolnień podatkowych, odroczenia płatności lub rozłożenia na raty płatności podatku bądź zaległości podatkowej obserwujemy podobny odsetek przedsiębiorstw, które uzyskały tego typu pomoc – 20,4% podejmujących jakiegokolwiek działania w sprawie uzyskania pomocy publicznej. Tę pomoc uzyskało 62,3% przedsiębiorstw, które się o nią starały (podstawą obliczeń jest 129 osób). Tu także większą skuteczność mają przedsiębiorstwa małe (76,6%) i średnie (87,7%) niż przedsiębiorstwa mikro (59,8%).
- Dotacje z budżetu państwa otrzymało 23,4% przedsiębiorstw działających na rzecz zdobycia pomocy publicznej. Skuteczność zdobywania tego typu pomocy publicznej jest większa niż w przypadku innych form – 77,5% starających się uzyskało tę pomoc (podstawa obliczeń – 205 osób). Podobnie jak w przypadku innych form, częściej uzyskiwały ją przedsiębiorstwa małe (88,5%) i średnie (89,1%) niż przedsiębiorstwa mikro (74,8%).
- Co piąte przedsiębiorstwo (20,8%), które podejmowało starania na rzecz zdobycia środków pomocowych, otrzymało pożyczki lub kredyty udzielane na warunkach korzystniejszych od oferowanych na rynku (podstawa – 87 osób). Pomoc tego typu otrzymało 72,0% przedsiębiorstw, które się o nią starały. Wśród przedsiębiorstw mikro skuteczność wynosiła 71,4%, małych 76,7%, a średnich 80,2%.
- W przypadku każdej z czterech form pomocy publicznej, o które najczęściej starają się przedsiębiorstwa (patrz wyżej), mikroprzedsiębiorstwa od dwóch do dziewięciu razy rzadziej o nie występują niż małe i średnie przedsiębiorstwa. Zróżnicowanie częstości podejmowania starań o pomoc publiczną o różnych formach w zależności od wielkości firmy jest istotne statystycznie w przypadku wszystkich kategorii wielkości firm. Brak tej istotności tylko jeśli chodzi o dostęp do inkubatorów przedsiębiorczości, z oczywistych względów.
- O dotacje ze środków budżetu państwa starało się 30,2% przedsiębiorstw, które podejmowały jakiegokolwiek działania na rzecz zdobycia pomocy publicznej, co stanowi 4,1% wszystkich przedsiębiorstw. Zdecydowanie najczęściej wymieniane formy dotacji z budżetu państwa dotyczyły dofinansowania zatrudnienia osób bezrobotnych lub dopiero podejmujących pracę. Ta forma pomocy jest najbardziej popularna w przedsiębiorstwach mikro. W przedsiębiorstwach małych i średnich dość często wykorzystuje się pomoc związaną z zatrudnie-

niem osób niepełnosprawnych, dofinansowanie udziału w targach, a w firmach średnich dofinansowanie na uzyskanie certyfikatu.

- W przypadku większości przedsiębiorstw, które uzyskały pomoc publiczną, nastąpiła poprawa sytuacji rynkowej tych firm, przy czym przedsiębiorstwa różnej wielkości oceniają poprawę swojej sytuacji rynkowej ze zbliżoną częstością.
- Analiza powodów odrzucenia wniosków w świetle opinii przedsiębiorców, których wnioski odrzucono (116 osób, a stanowiło to 4,2% w próbie ważonej) wskazuje, że instytucją relatywnie najczęściej odrzucającą wnioski są ARIMIR, następnie Urząd Pracy, ZUS, Banki, ARRy, instytucje gminne, i – nieco zaskakujące, na końcu tej listy – Urzędy Skarbowe. Nie zna powodów odrzucenia wniosku co piąty przedsiębiorca, co piąty także nie otrzymał informacji o tym, że jego wniosek został odrzucony – co warte jest uwagi – bo im mniejsza firma, tym częściej to się zdarza. Tylko 50,8% tej zbiorowości twierdzi, że otrzymali informację listownie i aż 25,8% musiało się po nią udać osobiście. Do informowania nie używa się prawie w ogóle poczty elektronicznej – 0,1% i marginalnie często telefonu – 1,4%. Są to – w naszym przekonaniu – objawy naruszenia symetrii stosunków pomiędzy instytucjami udzielającymi pomocy publicznej a petentami.
- Jako przyczyny odrzucenia wniosków badani podali najczęściej przyczyny merytoryczne – 42,4% i formalne – 20,9%. Zastanowić może to, że wśród średnich przedsiębiorstw, które stać i na płatnych doradców i oddelegowanie pracowników aż połowa wskazuje na przyczyny formalne odrzucenia wniosków. Na pytanie, co w przyszłości zmienią w swych staraniach, powiadają bardzo często, że będą się starali o inną formę pomocy – 38,5%.
- Najczęstsze cele inwestycji firm to, w porządku rangowym: komputeryzacja i zakup oprogramowania, marketing, budowa lub remont budynków i pomieszczeń firm (wraz z zakupem nieruchomości jest to 66,8% badanych przedsiębiorstw), unowocześnienie lub zakup urządzeń i maszyn – wraz z odtworzeniem urządzeń i maszyn wynosi to 89,8% (wszystkie cztery powyższe cele były realizowane przez ponad 50% firm); następnie szkolenie pracowników, odtworzenie urządzeń lub maszyn (38,4%), poszukiwanie partnerów handlowych, doradztwo podatkowe, doradztwo prawne (w tej drugiej grupie częstości zawierają się pomiędzy 30% a 49%). Najrzadziej, do 11%, inwestowano w takie cele, jak: prace badawczo-rozwojowe, doradztwo biznesowe, otrzymanie certyfikatów jakości, zakup licencji i patentów. Takie, wydawałoby się, niezbędne inwestycje, jak projektowanie nowych produktów, realizowało 23,5%.
- W zwiększenie zatrudnienia inwestowało 28,3% firm. Jeśli się weźmie pod uwagę, że w tych latach rosło bezrobocie, to można przypuszczać, że miały miejsce dość intensywne działania na rzecz restrukturyzacji zasobów pracowniczych na rzecz zatrudniania ludzi o wyższych kwalifikacjach, często młodych. Towarzyszyły temu inwestycje w szkolenie.

- Profile inwestycyjnych celów mikroprzedsiębiorstw, małych przedsiębiorstw i średnich firm są dość podobne, jeśli chodzi o najczęściej realizowane cele. Rzecz w tym, że małe przedsiębiorstwa rzadziej inwestują niż średnie, a mikroprzedsiębiorstwa rzadziej wymieniają owe najczęstsze i podobne cele. Jeśli weźmiemy pod uwagę kryterium 50% i więcej realizujących dany cel, to mikroprzedsiębiorstwa realizują ich cztery, małe przedsiębiorstwa sześć, a średnie osiem. Z reguły (wyjątkami są tylko oddłużanie firmy i projektowanie nowych produktów) mikroprzedsiębiorstwa kilkakrotnie rzadziej występują o pomoc publiczną na dane cele niż małe przedsiębiorstwa, a małe przedsiębiorstwa niż średnie przedsiębiorstwa. Brane jest tu pod uwagę dziesięć celów inwestycyjnych, o pomoc na które występują firmy najczęściej. O pomoc na pozostałe występują grupy wielkości całkiem już marginalnej. Dane te są dobrą ilustracją tezy, że im większa firma, tym częściej korzysta z zewnętrznego zasilania w środki pomocy publicznej na cele inwestycyjne.

POWODY NIE STARANIA SIĘ O WSPARCIE Z POMOCY PUBLICZNEJ

6.1. CZYNNIKI ZNIECHĘCAJĄCE DO STARAŃ O POMOC PUBLICZNĄ

Czynnikiem, który najczęściej jest wskazywany jako zniechęcający do podejmowania starań o uzyskanie pomocy publicznej, jest brak podstawowych informacji na temat tego, gdzie i o jakiego rodzaju pomoc można się starać. Jest to najczęściej wskazywana bariera wśród przedsiębiorstw mikro i małych. W przedsiębiorstwach małych prawie równie często wymienia się wymogi formalne, które z kolei stanowią najbardziej zniechęcający czynnik wśród przedsiębiorstw średnich. Częstość wskazywania wymogów formalnych związana jest z własnymi doświadczeniami przedsiębiorstw, to znaczy wskazywane są one częściej przez firmy, które podejmowały działania na rzecz zdobycia środków pomocy publicznej.

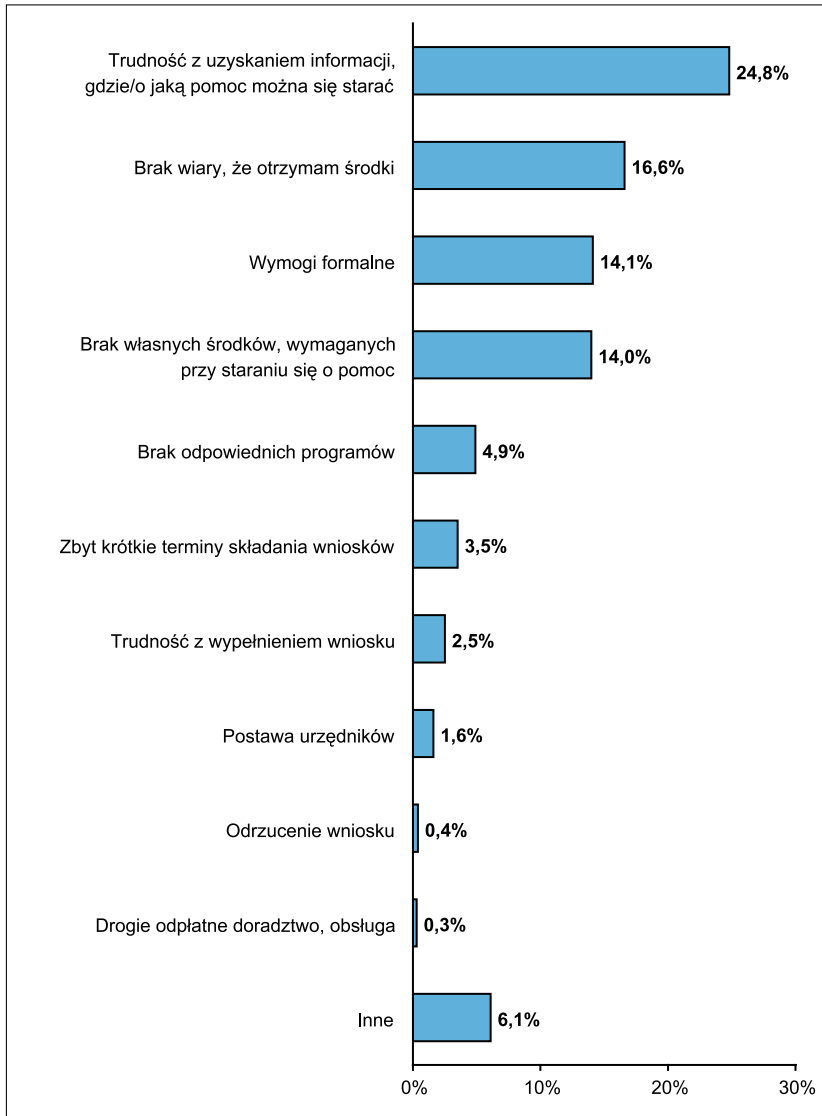
Wśród znacznej części przedsiębiorców (16,6%) panuje brak wiary w możliwość uzyskania pomocy publicznej.

Barierą jest także brak własnych środków wymaganych przy staraniu się o pomoc. Wskazuje na nią 14% badanych, przy czym częściej mówią o niej przedsiębiorstwa, które już podejmowały działania na rzecz zdobycia pomocy publicznej.

Wśród przedsiębiorstw średnich względnie często wymieniano również zbyt krótkie terminy składania wniosków (13,6%) oraz trudność z wypełnieniem wniosku (12,3%).

W istocie, trudno wskazać na to, by któreś z określeń przyczyn zniechęcenia do starania się o pomoc publiczną można było przypisać jakiejś określonej warstwie firm, wyróżnionej przy pomocy kryterium wielkości. Zaskakujące jest, że mikroprzedsiębiorstwa rzadziej wspominają o wymogach formalnych, trudnościach z wypełnieniem wniosku, zbyt krótkich terminach składania wniosków, braku środków własnych.

Wykres 6.1. Czynniki działające zniechęcająco na starania o pomoc publiczną



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, N=1078, dane ważone.

6.2. WIARA W SIŁĘ NIEFORMALNYCH DZIAŁAŃ

Badanym zadano pytanie w następującym brzmieniu: „Czy sądzi Pan(i), że przyznawanie pomocy publicznej przedsiębiorstwu wymaga dojścia i nieformalnych działań?”.

Niestety w odpowiedziach na to pytanie rysuje się raczej pesymistyczny obraz wyobrażeń przedsiębiorców, zwłaszcza jeśli spojrzymy na wyniki odpowiedzi tych, które mają doświadczenia w zakresie korzystania z pomocy publicznej – 9,3% firm, które korzystały z pomocy publicznej twierdzi zdecydowanie, że przyznawanie pomocy wymaga „dojścia i nieformalnych działań” (wobec 11,3% nie korzystających), a dalsze 32,8% ma postawę mniej zdecydowaną, ale popierającą ten pogląd (wobec 30,4% wśród nie korzystających z pomocy). Zatem *korzystanie lub nie korzystanie nie ma wielkiego wpływu na wiarę w potrzebę dojścia i nieformalnych działań*. Różnicę obserwujemy natomiast w przypadku częstości stwierdzeń „zdecydowanie nie”, które są częstsze wśród korzystających z pomocy (17,5%) niż nie korzystających (6,4%).

Wiara w potrzebę nieformalnych działań jest większa wśród przedsiębiorstw mikro niż małych i średnich.

Wiara w potrzebę posiadania doświadczeń i stosowania nieformalnych środków jest podobnie częsta we wszystkich regionach (zastosowanie tego kryterium nie powoduje istotnego statystycznie zróżnicowania rozkładów odpowiedzi). Podobnie ma się rzecz z wpływem przynależności do branży oraz fazą rozwoju firmy, zmienne te nie różnicują w sposób istotny statystycznie odpowiedzi.

Należy pamiętać o tym, że respondenci deklarując wiarę w „dojścia i działania nieformalne” nie wskazywali konkretnej formy pomocy ani instytucji udzielającej pomocy publicznej. Przekonanie takie może więc wynikać z kilku czynników. Jednym z powodów może być powszechne w naszym kraju przekonanie o powszechnej korupcji i potrzebie doświadczeń nieformalnych, które jest widoczne w mediach i sondażach opinii publicznej. Innym powodem mogą być brak dostępu do rzetelnej informacji i skomplikowane procedury pozyskiwania pomocy oraz pewna arbitralność w przypadku udzielaniu niektórych form pomocy, jak np. umorzenia i zwolnienia podatkowe. Przedsiębiorcy, w takiej sytuacji mogą szukać rozwiązań, które pomogły by im szybciej osiągnąć zamierzony cel, jakim jest uzyskanie pomocy.

6.3. CZYNNIKI, KTÓRE MOGŁYBY UŁATWIĆ STARANIE SIĘ O POMOC PUBLICZNĄ

Przedmiotem badania, było sprawdzenie, które czynniki zdaniem respondentów mogłyby ułatwić staranie się o pomoc publiczną. Najczęściej pojawiały się wypowiedzi, które dotyczyły dostępu do informacji oraz jakości informacji, którą mogą uzyskać badani. Wspominało o tym 31,6% przedsiębiorstw. Na drugim miejscu pojawiają się postulaty dotyczące uproszczenia procedur i zmniejszenia wymagań, podawane częściej przez firmy, które podejmowały działania na rzecz uzyskania pomocy publicznej.

Należy zauważyć że znaczna część badanych (39,6%) nie umiała wskazać żadnych elementów, które by mogły im ułatwić się staranie o pomoc publiczną.

Szczegółowe dane przedstawia poniższa tabela.

Tabela 6.1. Co mogłoby ułatwić firmom staranie się o wsparcie z pomocy publicznej?

	Ogółem	Zatrudnienie			Działania na rzecz zdobycia pomocy publicznej?	
		0-9	10-49	50-249	Tak	Nie
N nieważone	1078	345	350	383	410	668
Podstawa %	1078	1026	42	10	147	931
Poprawa dostępu i jakości informacji	31,6%	31,5%	35,4%	30,1%	33,5%	31,3%
Uproszczenie procedur i zmniejszenie wymagań	13,7%	13,4%	20,3%	21,1%	21,3%	12,5%
Doradztwo, szkolenia (dostępność, bezpłatność, jakość tychże)	9,1%	8,9%	13,4%	9,2%	8,1%	9,2%
Poprawa dostępności programów pomocowych dla firm	5,1%	5,1%	6,8%	3,6%	10,2%	4,3%
Zmiany sposobu finansowania inwestycji	5,0%	4,8%	9,4%	6,1%	10,0%	4,2%
Przyjazny i pomocny stosunek urzędników	4,9%	4,9%	4,9%	4,1%	1,8%	5,4%
Pomoc w wypełnianiu wniosków	2,0%	2,0%	2,6%	2,7%	1,6%	2,0%
Obniżenie wkładu własnego i kosztów w przyznawaniu dotacji	1,6%	1,5%	4,2%	2,9%	0,7%	1,7%
Dostosowanie programów do potrzeb przedsiębiorstw	1,2%	1,2%	1,2%	1,0%	2,2%	1,0%
Większa przejrzystość w przyznawaniu dotacji	1,1%	1,1%	2,0%	5,0%	1,9%	1,0%
Niezmuszanie przedsiębiorstw do brania kredytów	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%	0,0%
Inne	7,1%	7,2%	4,1%	7,7%	6,5%	7,2%
Nic	0,2%	0,2%	0,5%	2,5%	1,5%	0,0%
Nie wiem/BO	39,6%	40,3%	25,5%	29,2%	27,1%	41,6%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, dane ważone.

6.4. WNIOSKI

W świetle badań ilościowych, zniechęcają przedsiębiorców do starań o pomoc publiczną przede wszystkim trudności z pozyskaniem informacji, brak wiary, że otrzymają środki, wymogi formalne, brak własnych środków wymaganych przy staraniach. W badaniach jakościowych przedsiębiorcy rozwijali pojęcie owych trudności formalnych, co pozwala dodać, że to co oni nazywają trudnościami formalnymi ma dość szerokie znaczenie. Rzadziej wymienia się brak odpowiednich programów, zbyt krótkie terminy składania wniosków, trudności z wypełnieniem wniosku.

W odpowiedziach na pytanie otwarte, w którym pytano, co należałoby zrobić, by przedsiębiorcom ułatwić starania o pomoc publiczną, badani wskazali najczęściej na: poprawę dostępu i jakości informacji, uproszczenie procedur, doradztwo i szkolenia, poprawa dostępności programów pomocowych dla firm, zmiany sposobu finansowania inwestycji, przyjazny i pomocny stosunek urzędników.

POZIOM POINFORMOWANIA I ŹRÓDŁA INFORMACJI O FORMACH POMOCY PUBLICZNEJ DLA PRZEDSIĘBIORSTW

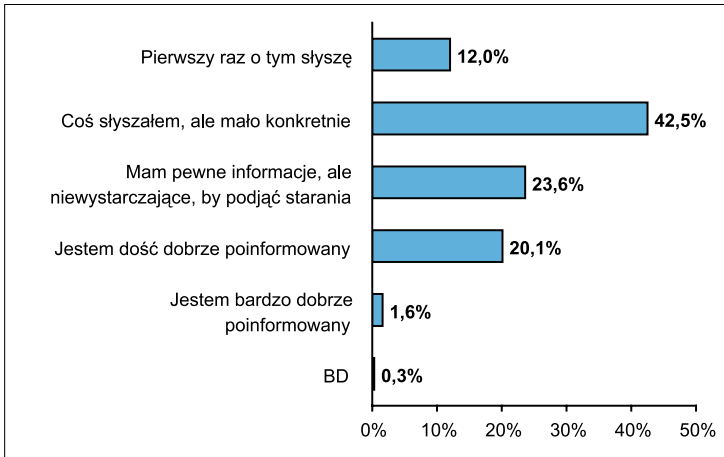
7.1. POZIOM POINFORMOWANIA O POMOCY PUBLICZNEJ

Zgodnie z założeniami metodologicznymi badań znaczna część wywiadu stanowiącego podstawę analizy ilościowej dotyczyła wiedzy przedsiębiorców na temat pomocy publicznej i źródeł, z których ją zdobywano.

W celu uniknięcia niejasności, ankieterzy czytali respondentom krótką definicję pomocy publicznej w następującym brzmieniu: „Przez pomoc publiczną rozumiemy między innymi dotacje na inwestycje, modernizacje, doradztwo i szkolenia, zwolnienia podatkowe, odroczenia płatności lub rozłożenie na raty płatności podatku, pożyczki lub kredyty preferencyjne, poręczenia kredytów preferencyjnych, nabycie lub możliwość korzystania z gruntów lub budynków na warunkach korzystniejszych od oferowanych na rynku, odroczenia płatności z tytułu ubezpieczenia społecznego”.

Wśród ogółu przedsiębiorstw ponad połowa nie wie nic lub wie bardzo niewiele o pomocy publicznej. Tylko 1,6% uważa, że są bardzo dobrze poinformowani, co piąty, tj. 21,1%, jest dość dobrze poinformowany.

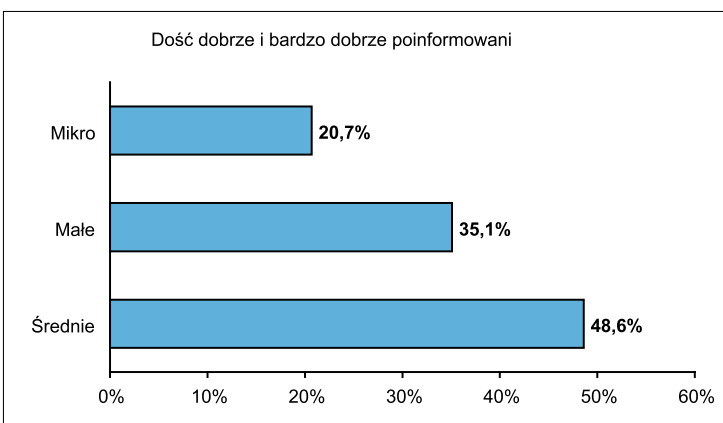
Wykres 7.1. Wiedza o pomocy publicznej wśród przedsiębiorstw



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, N=1078, dane ważone.

Istnieją znaczne różnice pomiędzy poziomami poinformowania o pomocy publicznej w przedsiębiorstwach różnej wielkości. Najgorzej poinformowani są przedsiębiorcy w firmach mikro, nieco lepiej w firmach małych, a najlepiej, co nie znaczy wcale, że dobrze, w firmach średnich. Prawie połowa (48,6%) przedsiębiorców z firm średnich ocenia swój poziom poinformowania jako dość dobry lub bardzo dobry. W przedsiębiorstwach małych i mikro udziały te są znacznie mniejsze, wynoszą odpowiednio 35,1% i 20,9%. Im mniejsze przedsiębiorstwo, tym gorzej poinformowane o możliwościach, jakie stwarza pomoc publiczna. Można stwierdzić, że mikroprzedsiębiorstwa są dwa i pół razy rzadziej dobrze i bardzo dobrze poinformowane niż średnie przedsiębiorstwa.

Wykres 7.2. Wiedza o pomocy publicznej wśród przedsiębiorstw różnej wielkości



N mikro ważne=1026, nieważne=345, N małe ważne=42, nieważne=350, N średnie ważne=10, nieważne=383.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, dane ważone.

Poziom poinformowania o pomocy publicznej jest zróżnicowany w grupach przedsiębiorstw korzystających i nie korzystających z pomocy publicznej. Zależność jest zgodna z oczekiwaniem, to znaczy w firmach, które korzystały z pomocy, poziom poinformowania jest większy, choć i w tej grupie 46,3% badanych twierdzi, że wie niewiele lub nic na ten temat, a jako dobry lub bardzo dobry swój poziom poinformowania ocenia 37,8% badanych.

Liczba osób, które „pierwszy raz słyszały” o pomocy publicznej dla przedsiębiorstw jest stosunkowo niewielka (12%). *Rzecz więc nie w tym, że informacja jest całkowicie niedostępna, lecz w jej jakości (tj. przede wszystkim kompletności i przejrzystości).* Suma osób, które mają taką właśnie wiedzę, niekompletną i nieprzejrzystą, nie umożliwiającą podjęcie starań o pomoc publiczną, wynosi 66,1%.

Wspomnieliśmy już wyżej o zależności poziomu poinformowania od wielkości przedsiębiorstwa. Zjawisko to przybliży jeszcze bardziej poniższa tabela, której nie musimy szczegółowo omawiać, bo różnice są bardzo wysoko istotne statystycznie. Istnieje także istotna statystycznie zależność pomiędzy wiekiem firm a samoocenami poziomu poinformowania o pomocy publicznej. Im starsze przedsiębiorstwo, tym częściej uważa się za lepiej poinformowane.

Tabela 7.1. Ocena wiedzy o pomocy publicznej dla przedsiębiorstw – zatrudnienie i rok powstania firmy

Dane ważone	Ogółem	Zatrudnienie			Rok powstania firmy		
		0-9	10-49	50-249	1882-1989	1990-1994	1995-2004
N nieważone	1078	345	350	383	283	447	339
Podstawa %	1078	1026	42	10	214	401	449
Pierwszy raz o tym słyszę	12,0%	12,4%	4,6%	2,0%	8,1%	10,5%	14,4%
Coś słyszałem, ale mało konkretnie	42,5%	43,2%	28,4%	22,5%	34,2%	40,8%	47,8%
Mam pewne informacje, ale niewystarczające, by podjąć starania	23,6%	23,2%	31,5%	26,8%	21,7%	25,7%	22,7%
Jestem dość dobrze poinformowany	20,1%	19,4%	30,2%	43,2%	34,0%	20,5%	13,5%
Jestem bardzo dobrze poinformowany	1,6%	1,5%	4,9%	5,4%	1,9%	2,4%	0,9%
BO	0,3%	0,3%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, dane ważone.

Brak jest zróżnicowania regionalnego jeśli chodzi o stopień o poinformowania o pomocy publicznej.

Jeśli chodzi o poinformowanie w branżach gospodarki, to najniższy poziom poinformowania reprezentują przedsiębiorstwa działające w obszarze handlu i napraw. Najlepiej poinformowane przedsiębiorstwa należą do branż: przemysłu, budownictwa i rolnictwa. Wynik ten związany jest z tym, że w branży przemysłu i budownictwa większy udział niż w pozostałych branżach stanowią przedsiębiorstwa małe i średnie, które są lepiej poinformowane.

Również faza rozwoju firmy ma związek z poziomem poinformowania o pomocy publicznej. Najgorzej poinformowani są przedsiębiorcy reprezentujący firmy rozpoczynające działalność oraz firmy wycofujące się z działalności. *Najlepiej poinformowani są przedsiębiorcy, którzy fazę rozwoju firmy określają jako ograniczanie działalności.* Trzeba więc zadbać o to, żeby grupa ta nie stanowiła znaczącej części pozyskujących dotacje, co można poprawić przez upowszechnienie informacji i odpowiedni system selekcji. *Natomiast powinno niepokoić to, jak często przedsiębiorcy rozpoczynający działalność nic nie wiedzą lub niewiele wiedzą o pomocy publicznej. Jedynie 1,4% uważa, że są bardzo dobrze lub dość dobrze poinformowani.* Reszta albo nic nie wie, albo niewiele i nic na tyle konkretnego, by podjąć starania.

7.2. ŹRÓDŁA INFORMACJI O POMOCY PUBLICZNEJ

Najczęściej wskazywanym źródłem informacji o pomocy publicznej jest prasa, wymieniona przez 61,7% przedsiębiorców, którzy ocenili, że mają co najmniej pewne informacje o pomocy publicznej (w całości próby udział ten stanowi 28,1%). Drugie miejsce zajmuje telewizja, a trzecie strony internetowe.

Znaczenie źródeł informacji różni się w poszczególnych grupach wielkości przedsiębiorstw:

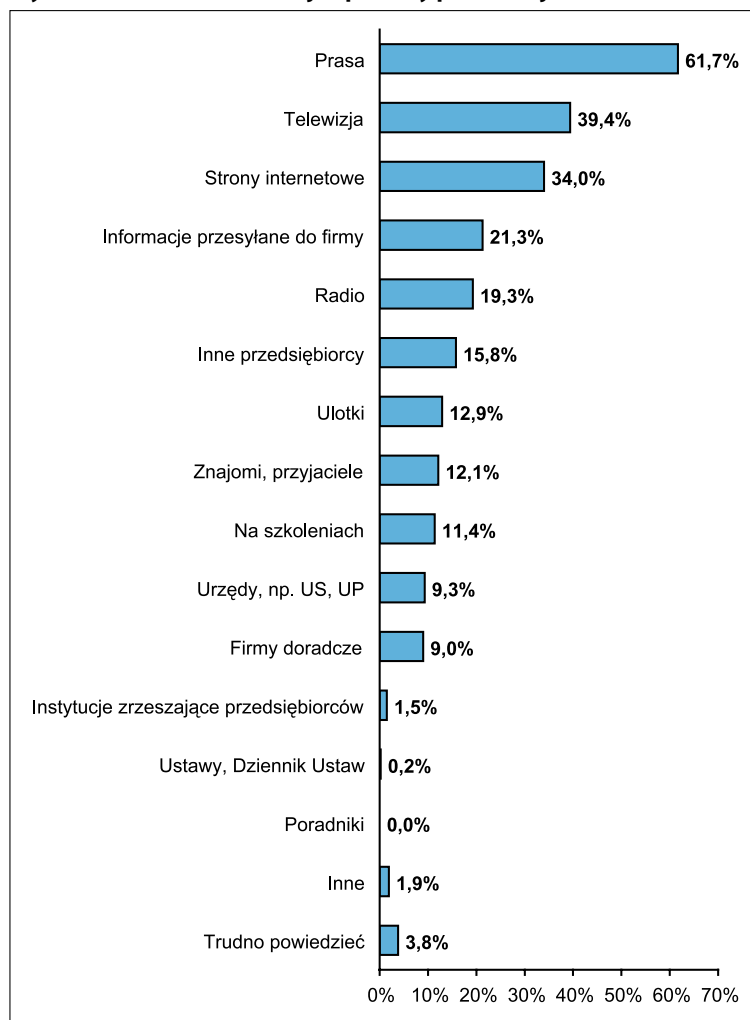
Telewizja jako źródło informacji ma większe znaczenie dla przedsiębiorstw mikro niż przedsiębiorstw małych i średnich. O ile w przypadku firm mikro drugie źródło, po prasie, stanowi telewizja, o tyle w przypadku firm średnich telewizja zajmuje dopiero czwarte miejsce, po prasie, stronach internetowych i szkoleniach. Również *znajomi i przyjaciele* są częściej źródłem informacji dla przedsiębiorstw mikro niż małych i średnich.

Natomiast odwrotna zależność występuje w przypadku wykorzystania *szkoleń*, które znacznie częściej wymieniane były przez przedsiębiorstwa średnie niż firmy mikro i małe (szkolenia mają też duże znaczenie w przedsiębiorstwach o największych obrotach). Jak widać, brak środków na szkolenia jest jedną z przyczyn gorszego poinformowania mikrorzedsiębiorstw.

Podobna zależność rysuje się w przypadku wykorzystania *stron internetowych*, które mają większe znaczenie dla przedsiębiorstw średnich.

Inni przedsiębiorcy są często wymieniani jako źródło informacji przez osoby, których firmy otrzymały pomoc publiczną. Można zatem wnioskować, że przekazywanie sobie wiadomości przez przedsiębiorców stanowi jedno z bardziej skutecznych źródeł informacji.

Wykres 7.3. Źródła informacji o pomocy publicznej



Uwaga: Institucje zrzeszające przedsiębiorców, ustawy i poradniki to odpowiedzi spoza listy, które pojawiły się spontanicznie w wypowiedziach badanych

Tylko przedsiębiorstwa, które mają wiedzę o pomocy publicznej, N ważne=491, nieważone=674.,

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, dane ważne.

W przypadku siedmiu rodzajów źródeł informacji znajdujemy istotne statystycznie różnice co do ich wykorzystania, związane z wielkością firmy. Ma to miejsce w przy-

padku prasy, informacji przesyłanych do firmy, stron internetowych, firm doradczych, pozyskiwania informacji od innych przedsiębiorców, w urzędach i na szkoleniach. W pozostałych przypadkach nie ma istotnych statystycznie zależności. Dotyczy to telewizji, radia, ulotek i pozyskiwania informacji od znajomych i przyjaciół.

Mikroprzedsiębiorstwa i małe przedsiębiorstwa rzadziej niż średnie dowiadywały się o możliwości uzyskania pomocy z prasy.

Średnie przedsiębiorstwa rzadziej niż małe firmy i mikroprzedsiębiorstwa uzyskiwały informacje z wiadomości przesyłanych do firm.

Ze stron internetowych mikroprzedsiębiorstwa uzyskiwały informacje rzadziej niż małe przedsiębiorstwa, a małe przedsiębiorstwa rzadziej niż średnie.

Od firm doradczych mikroprzedsiębiorstwa rzadziej czerpały informacje niż małe przedsiębiorstwa, a małe przedsiębiorstwa rzadziej niż średnie.

Mikroprzedsiębiorstwa i średnie przedsiębiorstwa częściej niż małe przedsiębiorstwa czerpały informacje od innych przedsiębiorców.

Mikroprzedsiębiorstwa rzadziej niż małe przedsiębiorstwa i średnie firmy uzyskały informacje w urzędach.

Mikroprzedsiębiorstwa rzadziej niż małe przedsiębiorstwa i średnie firmy uzyskały informacje na szkoleniach.

Co do wpływu wieku firmy na wykorzystanie źródeł informacji, czasem zależności są w pierwszej chwili zaskakujące, mianowicie rzadsze wykorzystanie przez starsze firmy informacji od znajomych i przyjaciół oraz od innych przedsiębiorców, natomiast częstsze szkoleń. W istocie rzeczy chodzi o to, że starsze firmy są bardziej zaawansowane w rozwoju i więcej wśród nich firm średnich. Lepiej więc śledzić zmienne takie, jak wielkość firmy oraz stadium rozwoju.

W przypadku dwóch rodzajów źródeł informacji znajdujemy istotne statystycznie różnice co do ich wykorzystania, związane z lokalizacją firm w regionach. Ma to miejsce w przypadku telewizji i stron internetowych. W przypadku pozostałych źródeł informacji nie ma istotnych statystycznie różnic, związanych z lokalizacją w regionach.

W regionie centralnym telewizja była źródłem informacji dwa razy rzadziej (22,6%) niż w pozostałych regionach – we wszystkich pozostałych ponad 40%.

W regionie centralnym strony internetowe były źródłem informacji ponad dwa razy rzadziej (16,8%) niż w pozostałych regionach – we wszystkich pozostałych znacznie ponad 30%.

Ważnym spostrzeżeniem jest istnienie zróżnicowania w wykorzystaniu źródeł informacji w branżach. W przypadku trzech rodzajów źródeł informacji istnieją znaczące różnice. co do ich wykorzystania, związane z przynależnością do branży. Ma to

miejsce w przypadku prasy, stron internetowych i szkoleń. W pozostałych przypadkach nie ma istotnych statystycznie zależności.

Najrzadziej wymieniają prasę jako źródło informacji przedsiębiorcy z branży przemysłu, najczęściej z branż usług oraz handlu i napraw.

Najrzadziej wykorzystują strony internetowe firmy z branży rolniczej (13,8%), przedsiębiorstwa z pozostałych branż wykorzystywały to źródło z częstościami bliskimi średniej, która wynosi 34,0%.

Zwraca uwagę niewielka rola firm doradczych, wyjąwszy ich działanie w branży rolniczej. Zwraca uwagę to, że nikt nie wymienił jakichkolwiek poradników, choć mogłoby się wydawać, że powinny być one jednym z najczęściej wymienianych źródeł wiedzy.

Zwraca uwagę także niemal zerowa rola zrzeszeń przedsiębiorców, które powinny odgrywać dużo rolę w edukowaniu przedsiębiorstw ułatwiając im dostęp do pomocy publicznej.

Szkolenia, można było oczekiwać, że będą wymieniane często, są rzeczywiście wspominane przez co dziesiątego spośród badanych- główną barierą są prawdopodobnie ceny szkoleń. Równie ważną rolę jak szkolenia odrywają informacje od znajomych.

W przypadku czterech rodzajów źródeł informacji znajdujemy istotne różnice, co do ich wykorzystania, związane z fazą rozwoju firmy. Ma to miejsce w przypadku stron internetowych, firm doradczych, znajomych i przyjaciół, i szkoleń. W pozostałych przypadkach nie ma istotnych różnic.

Najrzadziej wykorzystywały strony internetowe firmy mające ustabilizowaną pozycję i starające się ją utrzymać (35,3%), aczkolwiek wcale nie rzadko. Najczęściej wykorzystywały strony internetowe firmy o ustabilizowanej pozycji i zamierzające poszerzać rynek (41,5%). Co trzecia firma rozpoczynająca działalność wykorzystywała strony internetowe (35,3%), choć, jak wiadomo z wcześniejszych danych, mają one największe braki, jeśli chodzi o posiadanie komputerów i posługiwanie się Internetem. Nie ma komputerów 46,6% tej grupy firm, a jeszcze częściej nie korzystają one z Internetu. Innymi słowy, można założyć, że względna skuteczność dosięgania tych firm przy pomocy komunikatów na temat pomocy publicznej przez strony internetowe jest bardzo wysoka, a udzielenie im pomocy w komputeryzowaniu się i nabywaniu oprogramowania pozwalającego użytkować Internet ma duże szanse upowszechnienia wśród nich wiedzy na temat pomocy publicznej.

Warto podkreślić, że żadna z firm rozpoczynających działalność nie uzyskała informacji na temat pomocy publicznej od firm doradczych. To oczywiste, że główną barierą są w tym wypadku ceny. Z usług firm doradczych skorzystało 7,4% firm ustabilizowanych i utrzymujących pozycję, oraz 12,8%, także niewiele, firm ustabilizowanych i poszerzających rynek

Można także zauważyć istnienie istotnego statystycznie zróżnicowania odpowiedzi dotyczących korzystania z informacji od znajomych i przyjaciół według fazy rozwoju przedsiębiorstwa. Wynika to stąd, że rozpoczynający działalność mają mało takich kontaktów i wobec tego żaden z nich z takiego źródła nie skorzystał, podczas gdy 5% firm o ustabilizowanej pozycji i 21% firm poszerzających rynek skorzystało z niego.

Ze szkoleń czerpało informacje zaledwie 1% rozpoczynających działalność, 9,3% mających ustabilizowaną pozycję i 16,3% poszerzających rynek. Znowu rozpoczynający działalność mają gorsze warunki do pozyskiwania informacji o pomocy publicznej.

W przypadku pozostałych rodzajów źródeł liczebności korzystających z nich są tak małe, że nie można liczyć wskaźnika istotności różnic.

Powinniśmy tu skrótowo przedstawić pewną uwagę ogólną. *Zwraca mianowicie uwagę to, że zerowe lub prawie zerowe wykorzystanie źródeł przez rozpoczynających działalność ma miejsce w przypadku korzystania z usług firm doradczych, szkoleń, poradników, instytucji zrzeszających przedsiębiorców*

Źródła, z których dowiadywano się o pomocy publicznej, były wystarczające tylko dla 41,1% spośród badanych, którzy wcześniej przyznali, że coś wiedzą na temat pomocy publicznej (w całej próbie udział osób, które przyznały, że informacje, które uzyskano, były wystarczające, aby podjąć starania o uzyskanie pomocy stanowi 18,7%). Wśród przedsiębiorstw średnich znajdujemy więcej osób, którzy pozytywnie oceniają jakość uzyskanych informacji niż wśród przedstawicieli przedsiębiorstw mikro i małych. Ciekawy wynik uzyskujemy przy porównaniu oceny jakości uzyskanych informacji wśród przedsiębiorstw, które otrzymały pomoc i tych, które pomocy nie otrzymały. Otóż wśród przedsiębiorstw, które otrzymały pomoc, tylko nieznacznie częściej uzyskane informacje ocenia się jako wystarczające do podjęcia starań o uzyskanie pomocy (45,6% do 40,5%).

Uzyskane informacje częściej były oceniane jako wystarczające wśród przedsiębiorstw w regionie północno-wschodnim niż w pozostałych regionach, przy czym różnice nie są tak diametralnie różne, by to godziło w tezę o powszechności w skali kraju wspomnianych wyżej zjawisk.

7.3. OCENA MOŻLIWOŚCI KORZYSTANIA Z POMOCY PUBLICZNEJ

Badane osoby, które twierdziły, że mają co najmniej pewne informacje o pomocy publicznej dla przedsiębiorstw (45,5% spośród wszystkich badanych) oceniały zestaw stwierdzeń na temat możliwości uzyskania pomocy publicznej.

Generalnie ocena możliwości uzyskania pomocy publicznej jest negatywna. Na wykresie zamieszczonym poniżej przedstawiono częstość opinii zgadzających się

z podanymi stwierdzeniami. Układem odniesienia (podstawą procentowania) jest cała próba.

W przypadku większości stwierdzeń częściej opinie pozytywne wyrażali przedstawiciele przedsiębiorstw większych. Natomiast przedstawiciele przedsiębiorstw mikro często udzielali odpowiedzi „Nie wiem”, co wynika z ich mniejszych doświadczeń w tym zakresie.

Tylko 20% badanych uważa, że *dostęp do informacji o formach i rodzajach pomocy* jest wystarczający. Co ciekawe, lepiej ten dostęp oceniają przedsiębiorstwa, które nie otrzymały pomocy publicznej (czyli często takie, które się o nią nie starały) niż przedsiębiorstwa, które pomoc otrzymały, czyli takie, które mają wiedzę opartą na własnych doświadczeniach.

Jeszcze mniej osób (16,1%) twierdzi, że *dostęp do informacji o warunkach*, które musi spełnić przedsiębiorstwo, aby uzyskać pomoc, jest wystarczający.

Nieco lepiej oceniono informacje na temat *warunków uzyskiwania pomocy ze względu na ich zrozumiałość* – 23,9% badanych uważa je za zrozumiałe.

Niewiele osób (12,4%) uważa, że *informacje o możliwościach i warunkach uzyskania pomocy publicznej są podawane z wyprzedzeniem umożliwiającym dobre przygotowanie wniosku*.

Tylko 16,6% badanych uważa, że *instrukcje wypełniania wniosków są zrozumiałe*. Jeśli weźmiemy pod uwagę tylko tych, którzy otrzymali pomoc, to wynik jest niewiele bardziej optymistyczny, bo wśród korzystających z pomocy tylko 24,6% osób uważa te instrukcje za zrozumiałe.

Opinie o *łatwości uzyskania doradztwa przy wypełnianiu wniosków* reprezentuje tylko 18,2% badanych, przy czym korzystający i nie korzystający z pomocy publicznej podobnie rzadko wyrażają opinię pozytywną.

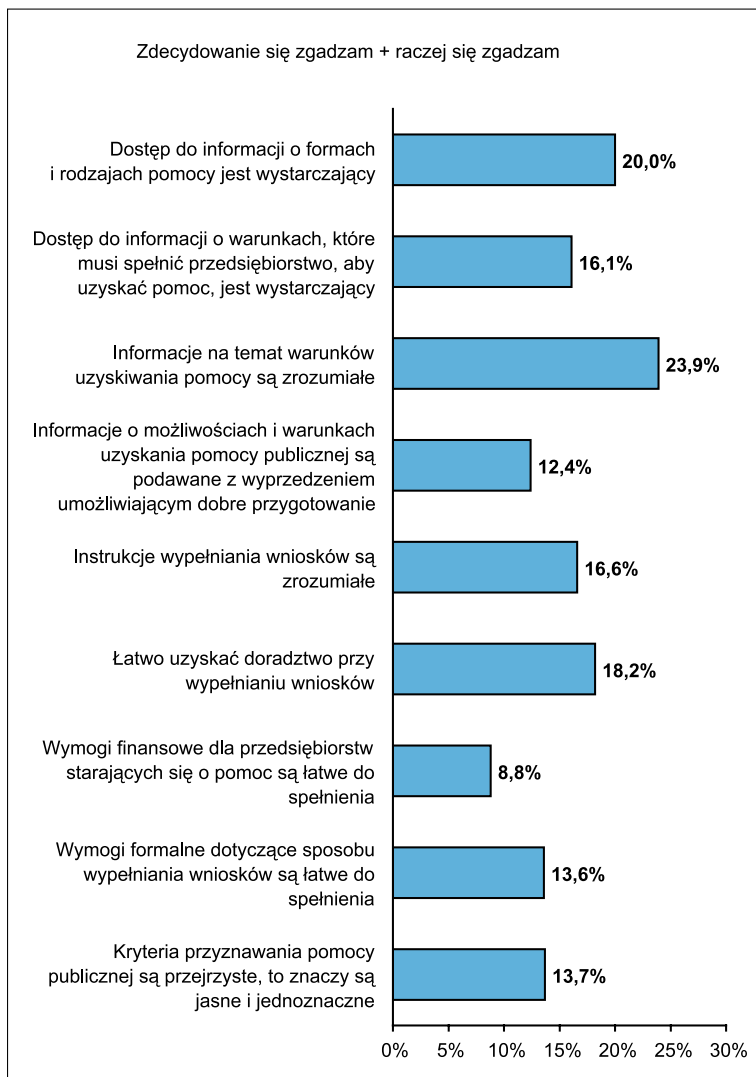
Badani bardzo rzadko zgadzali się z twierdzeniem, że *wymogi finansowe dla przedsiębiorstw starających się o pomoc są łatwe do spełnienia*. Niespełna 9% respondentów przychyliła się do tej opinii. Znacznie częściej zgadzają się z nią osoby, których firmy korzystały z pomocy. Jak pamiętamy, są to częściej firmy większe, o lepszej zarazem kondycji, zatem wymogi finansowe stawiane przed nimi mogą być dla tych firm łatwiejsze do spełnienia. Wśród firm nie korzystających z pomocy przekonanie o trudnych wymogach finansowych często wynika z braku własnych doświadczeń w tym zakresie.

Nieco więcej osób przychylnie ocenia *wymogi formalne dotyczące sposobu wypełniania wniosków*, choć w sumie tylko 13,6% badanych uważa je za łatwe do spełnienia. Częściej są one uważane za łatwe do spełnienia przez osoby, których firmy korzystały z pomocy publicznej.

O *przejrzystości kryteriów przyznawania pomocy publicznej* przekonanych jest 13,7% badanych przedsiębiorców. Częściej takie przekonanie prezentują osoby, których firmy

korzystały z pomocy publicznej, co świadczy o pozytywnym wpływie na tę ocenę własnych doświadczeń. Z drugiej jednak strony należy zwrócić uwagę na fakt, że sporo osób, które takie doświadczenia mają, ocenia jednak tę przejrzystość kryteriów (czyli jasność i jednoznaczność) negatywnie. *Spośród osób, które przyznały, że mają pewną wiedzę na temat pomocy publicznej, a jednocześnie ich firmy otrzymały pomoc publiczną, aż 40% twierdzi, że te kryteria są zdecydowanie lub raczej nieprzejrzyste, przy czym zdecydowaną postawę przejawia 14,7% tych osób.*

Wykres 7.4. Opinie o możliwości uzyskania pomocy publicznej



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, N=1078, dane ważone.

We wszystkich przypadkach mikroprzedsiębiorstwa są rzadziej skłonne akceptować pozytywne opinie o systemie pomocy publicznej niż małe i średnie firmy. Co do małych firm, tylko w jednym przypadku nieco częściej akceptują one pozytywne opinie niż średnie firmy – dotyczy to oceny zrozumiałości warunków otrzymywania o pomocy.

Przeglądając systematycznie szereg liczb akceptujących pozytywne opinie o systemie pomocy publicznej, możemy utworzyć ranking aspektów tego systemu od najniżej ocenianych, do najwyżej ocenianych:

- 1) łatwość spełnienia wymogów finansowych dla starających się,
- 2) podawanie informacji o pomocy z wyprzedzeniem ułatwiającym wypełnienie wniosku,
- 3) łatwość spełnienia wymogów formalnych,
- 4) przejrzystość kryteriów przyznawania pomocy,
- 5) dostępność informacji o warunkach przyznawania pomocy,
- 6) zrozumiałość instrukcji wypełniania wniosków,
- 7) łatwość uzyskania doradztwa przy wypełnianiu wniosków,
- 8) dostęp do informacji o formach i rodzajach pomocy,
- 9) zrozumiałość informacji na temat warunków uzyskiwania pomocy.

Należy zauważyć, że z wyjątkiem pierwszej opinii, dotyczącej wymogów finansowych, pozostałych osiem dotyczy systemu komunikacji. Obejmują one systematycznie różne aspekty tego systemu, co pozwala wskazać, co jest najbardziej krytycznie oceniane. Wystarczy stwierdzić, że z jednym wyjątkiem, liczba akceptujących pozytywne opinie jest niższa niż 50%, a procenty akceptujących zawierają się w granicach od 19,2% do 52,5%. *Praktycznie patrząc na rzecz, cały system informacji funkcjonuje niezadowolająco z punktu widzenia co najmniej połowy badanych, jest dla nich zamknięty.* W rzeczywistości, ponieważ ktoś, kto pozytywnie ocenił jeden aspekt systemu, mógł negatywnie ocenić inny, mamy do czynienia z uogólnionym niezadowolaniem z działania systemu informacji, z tym że mikroprzedsiębiorstwa są najrzadziej zadowolone lub, inaczej mówiąc, najczęściej oceniają negatywnie ten system.

Zależność opinii od wieku firmy jest nieco bardziej złożona. W przypadku pięciu opinii najstarsze przedsiębiorstwa są skłonne częściej oceniać je pozytywnie niż to czynią młodsze firmy. Różnice są wyraźne zwłaszcza w przypadkach „łatwości uzyskania doradztwa” oraz „dostępu do informacji o warunkach przyznawania pomocy”. A w dwóch przypadkach im młodsza firma, tym większa częstość pozytywnego oceniania opinii; chodzi tu o „podawanie z wyprzedzeniem informacji o możliwościach i warunkach uzyskania pomocy publicznej” oraz o „przejrzystość kryteriów przyznawania pomocy publicznej”.

Lokalizacja w regionach różnicuje rozkłady opinii. Tylko w przypadku dwóch opinii znaleziono istotne statystycznie różnice. O „podawaniu z wyprzedzeniem informacji o możliwościach i warunkach uzyskania pomocy...” najrzadziej wypowiadają

się pozytywnie przedsiębiorcy z regionu południowo-wschodniego i centralnego. Natomiast o opinii, że „wymogi finansowe są łatwe do spełnienia” także najrzadziej pozytywnie się wypowiadają przedsiębiorcy z regionów południowo-wschodniego i centralnego. Poza tym rozkłady ocen są podobne.

W przypadku każdej z opinii oceny różnicują się w zależności od przynależności przedsiębiorstw do branż.

W branży przedsiębiorstw należących do *rolnictwa* dwie najrzadziej pozytywnie oceniane opinie to: „wymogi finansowe są łatwe do spełnienia” (19,2%) i „kryteria przyznawania pomocy publicznej są jasne i jednoznaczne” (21,8%). Pozostałe aspekty systemu są oceniane pozytywnie przez 30,0% do 52,5% badanych. Najczęściej pozytywnie oceniono opinie to „informacje na temat warunków uzyskiwania są zrozumiałe” (52,5%) oraz „dostęp do informacji o formach i rodzajach pomocy jest wystarczający” (44,0%).

W branży *przemysłu* także dwie opinie wyraźnie rzadko są akceptowane: „wymogi finansowe są łatwe do spełnienia” (10,8%) i „kryteria przyznawania pomocy publicznej są jasne i jednoznaczne” (19,5%). Najczęściej pozytywnie oceniono „dostęp do informacji o formach i rodzajach pomocy” (49,7%) oraz „informacje na temat warunków uzyskiwania pomocy są zrozumiałe” (49,4%).

W branży *budownictwa* wyraźnie rzadko oceniono pozytywnie opinię „wymogi finansowe są łatwe do spełnienia” (25,9%). Najczęściej pozytywnie oceniano opinie „informacje na temat warunków uzyskiwania pomocy są zrozumiałe” (63,3%) i „instrukcje na temat wypełniania wniosków są zrozumiałe” (60,6%).

W branży *handlu i napraw* wyraźnie rzadko oceniano pozytywnie dwie opinie: „wymogi finansowe dla przedsiębiorstw są łatwe do spełnienia” (21,7%) oraz „kryteria przyznawania pomocy są przejrzyste, to znaczy są jasne i jednoznaczne” (23,2%). Natomiast najczęściej pozytywnie oceniono opinie: „informacje na temat warunków uzyskiwania pomocy są zrozumiałe” (63,3%) i „dostęp do informacji o formach i rodzajach pomocy jest wystarczający” (46,9%).

W branży *usług* najrzadziej oceniano pozytywnie opinie: „informacje o możliwościach i warunkach uzyskania pomocy publicznej są podawane z wyprzedzeniem umożliwiającym dobre przygotowanie wniosku” (20,4%) i „instrukcje wypełniania wniosków są zrozumiałe” (25,8%) oraz „dostęp do informacji o warunkach, które musi spełnić przedsiębiorstwo, aby uzyskać pomoc, jest wystarczający” (26,0%). Natomiast najczęściej pozytywnie oceniono opinie: „informacje na temat warunków uzyskiwania pomocy są zrozumiałe” (46,2%) i „dostęp do informacji o formach i rodzajach pomocy jest wystarczający” (40,5%).

W branży pozostałej działalności usługowej, komunalnej, społecznej najrzadziej pozytywnie oceniano: „wymogi finansowe dla przedsiębiorstw są łatwe do spełnienia” (15,8%) oraz „wymogi formalne dotyczące sposobu wypełniania wniosków są łatwe do spełnienia” (28,8%). Najczęściej pozytywnie oceniono opinie: „informacje

na temat warunków pozyskiwania pomocy są zrozumiałe” (55,9%) i „dostęp do informacji o formach i rodzajach pomocy” (43,6%).

Jak widać, profile te mają pewne wspólne właściwości. Po pierwsze, najrzadziej pozytywnie oceniano opinię o „łatwych do spełnienia wymogach finansowych”. Po drugie, w każdej branży funkcjonuje specyficzna konfiguracja ocen opinii, która pozwala zrozumieć percepcję systemu przez przedsiębiorstwa.

Tabela 7.2. Opinie na temat możliwości uzyskania pomocy publicznej – faza rozwoju i korzystanie z pomocy publicznej

Udział osób, które zdecydowanie lub raczej zgadzają się z danym stwierdzeniem	Faza rozwoju firmy					Czy otrzymano pomoc publiczną?	
	Rozpoczynamy	Utrzymujemy ustab. pozycję	Ustab. pozycja + rozsz. rynek	Ograniczamy dział.	Wycofujemy się	Otrzymano	Nie otrzymano
N nieważone	14	245	366	31	3	276	398
Podstawa %	10	244	182	35	3	53	439
Dostęp do informacji o formach i rodzajach pomocy jest wystarczający	36,5%	42,7%	44,0%	53,8%	3,1%	32,8%	45,3%
Dostęp do informacji o warunkach, które musi spełnić przedsiębiorstwo, aby uzyskać pomoc, jest wystarczający	36,8%	33,1%	32,4%	44,9%	100,0%	33,1%	35,5%
Informacje na temat warunków uzyskiwania pomocy są zrozumiałe	36,8%	48,8%	56,2%	62,5%	0,6%	51,5%	52,6%
Informacje o możliwościach i warunkach uzyskania pomocy publicznej są podawane z wyprzedzeniem umożliwiającym dobre przygotowanie wniosku	4,2%	27,2%	27,3%	35,8%	0,6%	22,5%	27,8%
Instrukcje wypełniania wniosków są zrozumiałe	5,4%	32,5%	38,2%	62,8%	97,5%	45,8%	35,4%
Łatwo uzyskać doradztwo przy wypełnianiu wniosków	4,0%	39,6%	39,3%	53,0%	97,5%	38,1%	40,2%
Wymogi finansowe dla przedsiębiorstw starających się o pomoc są łatwe do spełnienia	2,0%	17,4%	25,0%	18,5%	0,6%	45,2%	16,1%
Wymogi formalne dotyczące sposobu wypełniania wniosków są łatwe do spełnienia	4,7%	26,1%	34,3%	27,4%	97,5%	37,7%	29,0%
Kryteria przyznawania pomocy publicznej są przejrzyste, to znaczy są jasne i jednoznaczne	5,8%	24,5%	38,1%	44,7%	0,6%	38,8%	29,1%
Żadne z powyższych	30,3%	26,3%	17,3%	0,5%	0,0%	20,4%	21,5%

Tylko przedsiębiorstwa, które mają wiedzę o pomocy publicznej.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, dane ważone.

Fazy rozwoju firmy determinują istotne statystycznie różnicowanie się ocen przedstawionych badanym opinii w przypadku pięciu spośród nich: Firmy rozpoczynające działalność rzadziej oceniają pozytywnie opinię, że „dostęp do informacji o formach i rodzajach pomocy jest wystarczający” (36,5%) niż firmy małe (42,7%) i średnie (44,0%). Podobna prawidłowość ma miejsce w przypadku dalszych czterech opinii, z tym że tu różnice są większe. Są to opinie mówiące, że: „instrukcje wypełniania wniosków są zrozumiałe”, „łatwo uzyskać doradztwo przy wypełnianiu wniosków”, „wymogi finansowe są łatwe do spełnienia”, „kryteria przyznawania pomocy są przejrzyste, tj. jasne i jednoznaczne”. W przypadku każdej z tych opinii mniej niż 6% skłonnych jest zgodzić się z nią. Małe przedsiębiorstwa częściej akceptują te opinie, a średnie w niektórych przypadkach częściej niż małe. Cezura przebiega więc pomiędzy rozpoczynającymi działalność a pozostałymi, tj. mającymi ustabilizowaną pozycję i utrzymującymi ją i mającymi ustabilizowaną pozycję i starającymi się poszerzyć swój rynek. Szczegóły w tabeli 7.2.

7.4. POSTULATY POPRAWY PROCESU INFORMOWANIA

Badani byli proszeni o wyrażenie opinii, co do możliwych zmian w systemie, które poprawiłby proces informowania o pomocy publicznej.

Większość wypowiedzi respondentów dotyczących możliwości usprawnienia procesu komunikowania koncentrowała się wokół postulatów zwiększenia ilości informacji, ułatwienia dostępu do tych informacji oraz jakości dostępnych informacji. Rzadziej pojawiały się sugestie dotyczące doboru właściwych kanałów informacyjnych, wymogów i warunków uzyskiwania pomocy publicznej oraz doradztwa i szkoleń na temat pomocy publicznej. Firmy, które *otrzymały pomoc publiczną w porównaniu do tych, które nie uzyskały, częściej zwracały uwagę na jakość informacji oraz na potrzebę doradztwa i szkoleń.*

Wielkość firmy nie determinuje silnego zróżnicowania opinii. Wszystkie firmy na pierwszym miejscu, najczęściej, stawiały kwestie ilości informacji i jakości informacji. Pozostałe postulaty były wymieniane przez niewielkie frakcje, nie można więc analizować zróżnicowania. Podobnie ma się rzecz, kiedy rozważamy wiek firmy i wpływ tej zmiennej na różnicowanie się postulatów.

Tabela 7.3. Postulaty usprawnienia procesu informowania – zatrudnienie i rok powstania firmy

	Ogółem	Zatrudnienie			Rok powstania firmy		
		0-9	10-49	50-249	1882-1989	1990-1994	1995-2004
N nieważone	674	152	229	293	204	276	190
Podstawa %	491	456	28	7	123	195	169
Więcej informacji/lepszy dostęp do informacji	25,1%	25,5%	20,0%	20,3%	30,6%	22,8%	24,4%
Jakość informacji dla starających się o pomoc	24,8%	24,4%	30,1%	29,1%	25,5%	24,4%	25,2%
Kanały informacji (informacje w telewizji, prasie, broszury)	8,7%	8,4%	13,6%	8,8%	9,9%	8,6%	8,1%
Wymogi i warunki uzyskania pomocy	11,1%	11,0%	11,6%	14,6%	8,6%	6,5%	18,5%
Doradztwo/szkolenia na temat pomocy publicznej	10,5%	10,8%	7,5%	5,7%	8,1%	11,6%	11,2%
Ceny usług firm doradczych	2,0%	2,0%	2,3%	0,0%	2,4%	1,7%	2,0%
Inne	4,6%	4,4%	7,0%	5,6%	5,5%	5,1%	3,1%
Wszystko jest dobrze	11,9%	12,1%	8,4%	10,4%	12,1%	10,9%	13,1%
Nie wiem/BO	22,8%	22,9%	19,7%	24,4%	21,3%	24,1%	21,0%

Tylko przedsiębiorstwa, które mają wiedzę o pomocy publicznej.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, dane ważone.

W przypadku zróżnicowania postulatów według regionów da się zauważyć, że prawdopodobnie na brak informacji w sensie ilościowym najbardziej cierpią przedsiębiorstwa z regionu południowo-wschodniego, a na jakość informacji najczęściej zwracają uwagę przedsiębiorcy z regionów centralnego i północno-wschodniego. Śledzenie różnic opinii w branżach prowadzi do podobnego wniosku, jak powyżej. Przedsiębiorstwa w każdej branży chcą sobie po prostu więcej informacji i lepszej ich jakości. W branży usług najczęściej postulowano zwiększenie ilości informacji. Tylko w branży rolniczej pojawia się trochę częściej grupa postulatów dotyczących kanałów informacji – ci przedsiębiorcy chcą częstszego użytkowania telewizji i prasy oraz innych nośników informacji drukowanych (broszury, ulotki etc.).

Na pytanie o to, jakich informacji z zakresu sposobów i warunków otrzymania pomocy publicznej przedsiębiorcy potrzebują, znaczna część badanych w ogóle nie umiała odpowiedzieć. Sporo odpowiedzi dotyczyło zupełnie podstawowych potrzeb informacyjnych, a więc tego, na co można otrzymać pomoc oraz gdzie ją można otrzymać. Inne, częściej pojawiające się postulaty, dotyczyły informacji o warunkach pozyskania pomocy publicznej.

Należy tu zwrócić uwagę, że ankieterzy wykonujący wywiady sygnalizowali również, że zdarzały się osoby, które twierdziły, że ich przedsiębiorstwa nie kwalifikują się do otrzymania pomocy lub że pomoc publiczna im się nie należy. Wynikało to z przekonania, że pomoc publiczna należy się tylko niektórym przedsiębiorstwom, na przykład zakładom pracy chronionej lub upadającym. Świadczy to o całkowitym braku orientacji w tym, czym jest pomoc publiczna.

Nieco częściej postulowano, by dostarczać informacji, na co można uzyskać pomoc, oraz jakie są warunki jej otrzymywania. W tej sytuacji nie jest celowe analizowanie różnicowania odpowiedzi w warstwach według wielkości firm i ich wieku.

Tabela 7.4. Jakich informacji z zakresu sposobów i warunków otrzymania pomocy publicznej potrzebują? – zatrudnienie i rok powstania firmy

	Ogółem	Zatrudnienie			Rok powstania firmy		
		0-9	10-49	50-249	1882-1989	1990-1994	1995-2004
N nieważone	674	152	229	293	204	276	190
Podstawa%	491	456	28	7	123	195	169
Informacje na co można otrzymać pomoc publiczną/gdzie	13,7%	13,2%	20,1%	22,1%	17,2%	10,2%	15,5%
Informacje ile można otrzymać	2,5%	2,7%	1,0%	,5%	2,5%	1,6%	3,6%
Warunki pozyskiwania pomocy publicznej	15,6%	15,4%	17,2%	20,3%	19,1%	12,2%	17,0%
Punktacja wniosków	0,9%	0,7%	3,5%	3,4%	0,1%	1,8%	0,2%
Terminy (składania wniosków, otrzymania dotacji)	0,2%	0,0%	2,2%	3,7%	0,2%	0,1%	0,2%
Jak wypełniać wnioski	2,7%	2,6%	3,5%	4,1%	2,5%	3,5%	2,0%
Wszelkich informacji	1,3%	1,3%	1,6%	1,3%	5,1%	0,1%	0,1%
Żadnych informacji	24,6%	24,7%	24,6%	21,2%	22,8%	24,4%	26,8%
Inne	4,2%	4,0%	7,3%	6,3%	7,5%	4,0%	2,1%
Nie wiem/BO	43,7%	44,7%	29,9%	34,8%	33,6%	50,7%	42,2%

Tylko przedsiębiorstwa, które mają wiedzę o pomocy publicznej.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, dane ważone.

Najczęściej zgłaszają zapotrzebowanie na informacje na co można dostać pomoc firmy z branży rolnictwa, a na informacje o warunkach otrzymywania pomocy firmy z branży rolnictwa i z usług.

Zapotrzebowanie na informację najrzadziej zgłaszają firmy rozpoczynające działalność. Natomiast żądają więcej informacji o tym, na co można otrzymać pomoc, oraz o warunkach otrzymywania pomocy, dwa bardzo różne typy przedsiębiorstw, ekspandujące oraz ograniczające działalność.

7.5. ZNAJOMOŚĆ INSTYTUCJI UDZIELAJĄCYCH POMOCY PUBLICZNEJ – POSTULATY INFORMACYJNE

Na pytanie o znajomość instytucji udzielających pomocy publicznej 60,2% badanych, którzy uprzednio deklarowali pewną wiedzę o pomocy publicznej, odpowiada, że zna takie instytucje (stanowi to 27,4% wszystkich badanych).

Deklaracja znajomości instytucji jest związana z wielkością przedsiębiorstwa. I tak, znacznie częściej znajomość instytucji deklarują przedstawiciele małych i średnich firm niż przedstawiciele firm mikro. Zapewne związane jest to z doświadczeniami w korzystaniu z pomocy publicznej, które częściej obserwujemy w firmach większych. Przedstawiciele firm, które korzystały z pomocy publicznej znacznie częściej deklarują znajomość instytucji udzielających pomocy publicznej.

Badani, którzy deklarowali znajomość instytucji udzielających pomocy zostali poproszeni o podanie ich nazw. Najczęściej wymieniano Punkty Konsultacyjno-Doradcze i Regionalne Instytucje Finansujące – 19,7% wskazań wśród osób, które deklarowały znajomość. Badani stosunkowo często wymieniali błędnie PHARE, niemniej jednak większość wskazań odnotowujemy wśród przedsiębiorstw, które nie korzystały z pomocy publicznej. Często pojawiały się wskazania na PARP, wymieniany częściej w firmach nie korzystających z pomocy publicznej.

Osoby reprezentujące firmy korzystające z pomocy publicznej częściej niż reprezentanci firm nie korzystających z pomocy wymieniają następujące instytucje: ARiMR Agencja Rozwoju i Modernizacji Rolnictwa/ARR, ministerstwa i urzędy skarbowe.

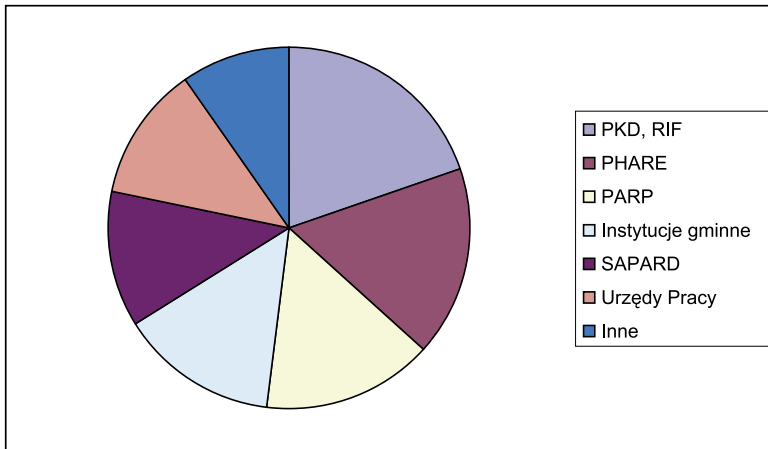
Brak jest w tym przypadku zróżnicowania w branżach i regionach. Wiedza o instytucjach udzielających pomocy publicznej jest bardzo słaba we wszystkich regionach i branżach.

Jeśli abstrahować od firm wycofujących się, najsłabsza jest wiedza o instytucjach udzielających pomocy publicznej wśród rozpoczynających działalność, a najlepsza wśród ustabilizowanych i poszerzających rynek, tzw. ekspandujących, i wśród ograniczających działalność.

Najczęściej wymieniano Punkty PKD i RIF (19,7%), następnie PHARE, (17,1%), PARP (15,2%), instytucje gminne (14,2%), SAPARD (12,1%), Urzędy Pracy (12,0%). Wszystkie pozostałe instytucje wymieniano z częstością poniżej 10%.

Należy zauważyć, że wśród wymienianych instytucji pojawiły się nazwy funduszy PHARE i SAPARD, które instytucjami nie są. Może to świadczyć o niskim stopniu znajomości zagadnień związanych z pomocą publiczną wśród przedsiębiorców.

Wykres 7.5. Znajomość instytucji udzielających pomocy publicznej.



7.6. ZNAJOMOŚĆ INSTYTUCJI LUB FIRM UDZIELAJĄCYCH INFORMACJI

Poziom znajomości instytucji lub firm udzielających informacji i pomagających w wypełnianiu wniosków o pomoc publiczną jest jeszcze niższy niż poziom znajomości instytucji udzielających pomocy publicznej.

Wśród osób, które przyznały, że mają pewną wiedzę o pomocy publicznej 44,2% badanych deklaruje znajomość instytucji lub firm udzielających informacji lub pomagających w wypełnianiu wniosków. Poziom znajomości jest wyższy wśród firm małych i średnich niż wśród firm mikro. Większy jest również wśród firm korzystających z pomocy publicznej niż nie korzystających z pomocy.

Poziom wiedzy na temat instytucji lub firm udzielających informacji i pomagających wypełniać wnioski jest zbliżony we wszystkich regionach jest podobny. Podobnie przynależność do branży nie różnicuje przedsiębiorstw w tej materii.

Przedsiębiorstwa udzielające informacji i pomocy w wypełnianiu wniosków.

Na pytanie o to, jakie instytucje lub firmy udzielają informacji i pomagają wypełnić wniosek, najczęściej padała odpowiedź, że prywatne firmy doradcze – twierdzi tak co trzeci badany, który deklaruwał znajomość takich instytucji. Co piąty wymienia także Punkty Konsultacyjno-Doradcze i Regionalne Instytucje Finansujące. Rzadsze wymienianie RIFów wynika stąd, że lokują się one w roli kontrolujących formalną poprawność wypełnienia wniosków, a nie instytucji doradczych, dotyczy to zarówno zachowań urzędników, jak i czasu poświęconego starającym się.

Tabela 7.5. Nazwy instytucji udzielających informacji i pomagających wypełnić wnioski – zatrudnienie i korzystanie z pomocy publicznej

	Ogółem	Zatrudnienie			Czy otrzymano pomoc publiczną?	
		0-9	10-49	50-249	Otrzymano	Nie otrzymano
N nieważone	364	64	126	174	186	178
Podstawa%	217	196	16	4	37	180
Prywatne instytucje doradcze	35,4%	36,7%	21,3%	26,4%	55,2%	31,3%
Punkty PKD i RIF	20,3%	19,9%	24,1%	20,9%	24,1%	19,5%
Instytucje gminne	9,0%	9,2%	8,3%	2,8%	16,8%	7,4%
ARIMR Agencja Rozwoju i Modernizacji Rolnictwa/ARR	7,4%	7,5%	6,5%	1,9%	17,4%	5,3%
PARP	5,9%	6,1%	3,2%	5,8%	1,6%	6,8%
Izby (handlowa, rzemieślnicza)	4,8%	4,6%	6,8%	3,9%	1,0%	5,5%
Urząd Pracy	3,9%	4,1%	1,7%	3,8%	5,9%	3,4%
Banki	3,0%	3,1%	3,0%	0,4%	1,0%	3,4%
ISPA	1,4%	1,5%	0,0%	0,0%	0,0%	1,7%
Urząd Skarbowy	0,2%	0,0%	3,2%	0,0%	1,4%	0,0%
PFRON	0,1%	0,0%	0,5%	4,5%	0,7%	0,0%
Ministerstwa	0,1%	0,0%	1,2%	1,3%	0,4%	0,1%
Fundacje	0,1%	0,0%	0,5%	1,6%	0,4%	0,0%
PHARE	0,0%	0,0%	0,0%	0,7%	0,0%	0,0%
KSU	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,0%	0,0%
Inne	5,0%	4,6%	9,3%	8,8%	1,7%	5,7%
Nie pamiętam nazwy	16,8%	16,3%	20,0%	24,7%	8,0%	18,6%
Nie wiem/BO	7,7%	7,7%	6,3%	13,4%	1,4%	9,0%

Tylko przedsiębiorstwa, które znają instytucje udzielające informacji i pomagające wypełniać wnioski.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, dane ważone.

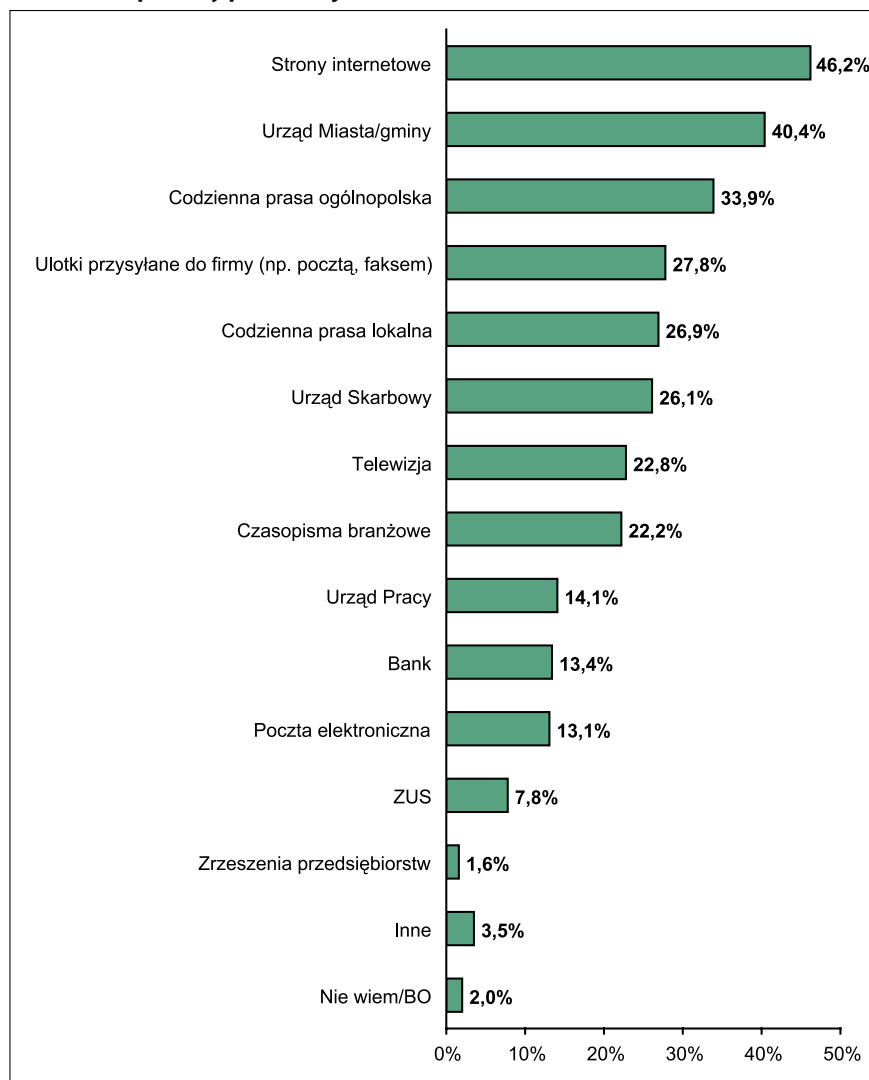
7.7. POŻĄDANE ŹRÓDŁA INFORMACJI

Wszystkich badanych poproszono o wskazanie miejsc, w których powinny się znajdować informacje na temat możliwości pozyskania środków z pomocy publicznej, aby firmy mogły łatwo dotrzeć do tych informacji.

Jako pożądane źródło informacji najczęściej wskazywano strony internetowe – wymienia je 42,6% badanych. Częściej są one wymieniane przez przedsiębiorstwa małe i średnie niż przez przedsiębiorstwa mikro, ale we wszystkich grupach odgrywają dużą rolę. Przedsiębiorstwa, które nie korzystały z pomocy publicznej, wymieniają strony internetowe niewiele częściej niż przedsiębiorstwa, które korzystały z pomocy.

Drugie istotne źródło informacji, z którego chcieliby korzystać badani, to urzędy miast i gmin. Tam właśnie chcieliby szukać informacji 64,8% badanych, których firmy korzystały z pomocy publicznej oraz 38% badanych, którzy nie mają doświadczeń z pomocą publiczną. Badani reprezentujący firmy średnie wymieniają urzędy miast i gmin jako pożądane źródło informacji nieco rzadziej niż przedstawiciele firm małych i mikro.

Wykres 7.6. Pożądane źródła informacji na temat możliwości uzyskania pomocy publicznej



Uwaga: Zrzeszenia przedsiębiorstw nie były umieszczone na liście i pojawiły się spontanicznie w wypowiedziach badanych.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, N=1078, dane ważone.

Co trzeci badany wymienia codzienną prasę ogólnopolską jako miejsce, gdzie chciałby szukać informacji o pomocy publicznej. Prasa codzienna wskazywana jest nieco częściej przez większe firmy niż przez mniejsze, ale we wszystkich typach ma spore znaczenie. Nie ma też dużych różnic we wskazywaniu tego źródła informacji pomiędzy firmami, które korzystały i nie korzystały z pomocy publicznej.

W przypadku pięciu kanałów i środków informacji istnieje istotne statystycznie zróżnicowanie w zależności od położenia regionalnego firmy. Dotyczy to codziennej prasy lokalnej, czasopism branżowych, telewizji, stron internetowych, ulotek przesyłanych do firmy.

W regionie północno-wschodnim przedsiębiorcy, częściej niż w pozostałych regionach, twierdzą, że chcieliby znaleźć informacje na temat pomocy publicznej w prasie lokalnej, czasopismach branżowych, telewizji, stronach internetowych. W regionie południowo-wschodnim także częściej wymienia się strony internetowe. Generalnie więc sytuacja w regionach jest podobna, z wymienionymi wyżej wyjątkami: województwa północno-wschodnie mają, w świetle tych i wcześniejszych danych, słabiej niż inne rozwinięty system informacji dla przedsiębiorstw. W przypadku tych województw zwraca uwagę zresztą także domaganie się informacji z urzędów gminnych, z Urzędów Pracy i Urzędów Skarbowych.

Tylko w przypadku trzech przypadkach postulaty badanych dotyczące miejsc, gdzie powinny się znajdować informacje na temat pomocy publicznej, są istotnie statystycznie zależne od przynależności przedsiębiorstw do branż. Chodzi o telewizję, urzędy gminne i banki.

Na telewizję wskazują najczęściej firmy z branży usług, najrzadziej z branży rolnictwa.

Na urzędy gminne najczęściej wskazują przedsiębiorstwa z branży usług a najrzadziej z branży handlu i napraw.

Na banki wskazują znowu najczęściej firmy z branży usług, a najrzadziej z budownictwa.

Tylko w dwóch przypadkach zmienna faza rozwoju firmy różnicuje w sposób istotny statystycznie preferencje firm. Chodzi o codzienną prasę ogólnopolską i strony internetowe.

Najczęściej chcą znajdować informacje o pomocy publicznej w codziennej prasie ogólnopolskiej firmy rozpoczynające i wycofujące się. W przypadku stron internetowych, najczęściej wymieniały je firmy wycofujące się i ograniczające działalność, następnie ekspandujące i rozpoczynające. O ile pierwsze zjawisko ma niewielkie znaczenie praktyczne (zainteresowanie stronami wśród ograniczających działalność i wycofujących się), o tyle drugie jest ważne. Jeśli dystrybutorzy pomocy publicznej chcą dotrzeć z informacjami do najważniejszych segmentów z punktu widzenia celów rozwoju gospodarczego, a więc firm rozpoczynających i dążących do rozwoju, to niewątpliwie strony internetowe są bardzo ważnym medium, także z punktu widzenia preferencji przedsiębiorstw.

7.8. POTRZEBY W ZAKRESIE SZKOLEŃ

Przedsiębiorstwa mikro zgłaszały potrzebę szkoleń w zakresie pozyskiwania funduszy pomocowych – aż 28,1% spośród nich oceniła znaczenie tych szkoleń na poziomie 8-10 punktów w skali 1-10. Na drugim miejscu pod względem ważności dla przedsiębiorstw mikro są szkolenia w zakresie marketingu, promocji, negocjacji i sprzedaży (25,1%), na trzecim miejscu szkolenia specjalistyczne (22%). Najniżej oceniono znaczenie szkoleń w zakresie prawa, księgowości i rachunkowości. Niemniej jednak prawie połowa (47,6%) reprezentantów firm mikro nie oceniała na poziomie co najmniej 8 punktów żadnego ze szkoleń, o które pytano.

Jeśli chodzi o szkolenia specjalistyczne, to pojawiły się odpowiedzi bardzo rozproszone, wskazujące na duży rozrzut zainteresowań przedsiębiorców. Często wymieniano szkolenia związane z działalnością branżową, a 7,7% spośród tych, którzy względnie wysoko (na co najmniej 7) ocenili znaczenie szkoleń specjalistycznych wymieniło szkolenia informatyczne. Szczególnie często szkolenia informatyczne wymieniali przedsiębiorcy w regionie północno-wschodnim.

Wykres 7.7. Ocena znaczenia szkoleń dla firm mikro (częstość wskazywania ocen 8-10)



N mikro ważne=1026, nieważone=345.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, dane ważone.

Firmy małe nieco wyżej oceniły znaczenie szkoleń w zakresie pozyskiwania funduszy pomocowych i znaczenie tego typu szkoleń zostało w tej grupie przedsiębiorstw ocenione najwyżej. Na drugim miejscu, podobnie jak w przypadku firm mikro, znajdują się szkolenia w zakresie marketingu, promocji, negocjacji i sprzedaży.

Wśród małych przedsiębiorców, podobnie jak wśród firm mikro, szkolenia specjalistyczne dotyczą specyficznej działalności branżowej. Wyróżniają się jednak szkolenia motoryzacyjne/transportowe wymienione przez 7% tych, którzy względnie wysoko ocenili znaczenie tego typu szkoleń i szkolenia budowlane wymienione przez 6,1%.

Wykres 7.8. Ocena znaczenia szkoleń dla firm małych (częstość wskazywania ocen 8-10)



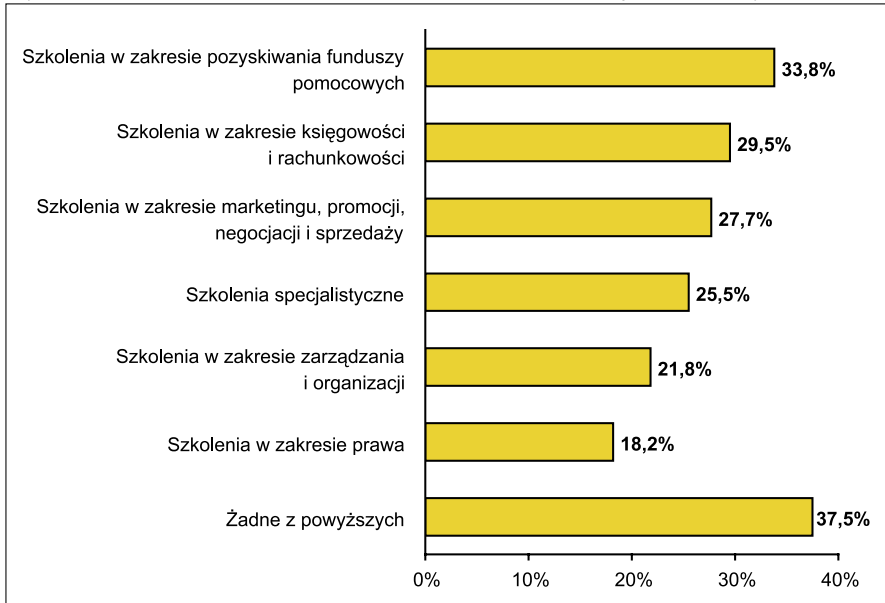
N małe ważone=42, nieważone=350.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, dane ważone.

Wśród przedsiębiorstw średnich na pierwszym miejscu również znajdują się szkolenia w zakresie pozyskiwania funduszy pomocowych – wymienia je 33,8% średnich przedsiębiorstw. Na drugim miejscu znajdują się szkolenia w zakresie księgowości i rachunkowości (29,5%), na trzecim w zakresie marketingu, promocji, negocjacji i sprzedaży (27,7%).

Jeśli chodzi o szkolenia specjalistyczne, to wysoko ich znaczenie ocenia 25,5% średnich firm, przy czym podobnie jak w przypadku innych grup przedsiębiorstw lista szkoleń jest bardzo zróżnicowana i dominują szkolenia branżowe. Częściej niż inne wymieniano szkolenia budowlane (7,1% tych, którzy względnie wysoko oceniają znaczenie szkoleń specjalistycznych).

Wykres 7.9. Ocena znaczenia szkoleń dla firm średnich (częstość wskazywania ocen 8-10)



N średnie ważone=10, nieważone=383.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, dane ważone.

Tak więc, choć profile zapotrzebowania na szkolenia o zróżnicowanej tematyce nieco się różnią, prawdziwe pozostają następujące twierdzenia:

- Wszystkie firmy, bez względu na wielkość stosunkowo wysoko cenią szkolenia na temat pomocy publicznej i na temat marketingu.
- Wszystkie podstawowe rodzaje szkoleń, o szerokim zakresie przedmiotowym znajdują zainteresowanych w najwyższym stopniu wśród co najmniej jednej piątej badanych.

Wyniki wskazują, że tylko firmy średnie wyróżniają się tym, że wysoko punktują szkolenia z zakresu księgowości i rachunkowości. W przypadku pozostałych rodzajów szkoleń nie ma istotnych statystycznie związków pomiędzy wielkością firm a ocenami ważności poszczególnych rodzajów szkoleń dla nich.

Wiek firmy w ogóle nie wpływa w sposób istotny statystycznie na omawiane oceny. Interesujące, że podobnie rzecz się ma w przypadku zmiennej region. Firmy we wszystkich regionach podobnie często oceniają ważność szkoleń różnych rodzajów.

Zmienna przynależności do branży w dwóch przypadkach istotnie statystycznie różnicuje oceny przedsiębiorstw. Chodzi o szkolenia w zakresie marketingu i szkolenia specjalistyczne. Przedsiębiorstwa z branży handel i naprawy są częściej niż inne silnie zainteresowane szkoleniami z marketingu, poza tym oceny są dość wyrównane, trudno więc nawet wskazać branżę, w której wyraźnie rzadziej wysoko ceniono by

ten rodzaj szkoleń. Natomiast szkolenia specjalistyczne częściej są wymieniane jako najważniejsze wśród „pozostałych usług” i w branży handel i naprawy.

Faza rozwoju firmy częściej różnicuje oceny ważności szkoleń, dotyczy to szkoleń w zakresie zarządzania i organizacji, marketingu oraz szkoleń specjalistycznych. Szkolenia z zakresu organizacji i zarządzania określają jako najważniejsze najczęściej przedsiębiorcy rozpoczynający i ekspandujący. Również szkolenia z zakresu marketingu określają jako najważniejsze najczęściej przedsiębiorcy rozpoczynający i ekspandujący. Z kolei szkolenia specjalistyczne określają jako najważniejsze najczęściej przedsiębiorstwa ekspandujące i wycofujące się.

7.9. WNIOSKI

Wśród ogółu przedsiębiorstw ponad połowa nie wie nic lub wie bardzo niewiele o pomocy publicznej. Mniej niż 2% przedsiębiorców uważa, że są bardzo dobrze poinformowani, co piąty jest dość dobrze poinformowany.

Istnieją znaczne różnice w poziomie poinformowania o pomocy publicznej w przedsiębiorstwach różnej wielkości (istotne statystycznie). Najgorzej poinformowani są przedsiębiorcy w firmach mikro, nieco lepiej w firmach małych, a najlepiej w firmach średnich. Prawie połowa (48,6%) przedsiębiorców z firm średnich ocenia swój poziom poinformowania jako dość dobry lub bardzo dobry. W przedsiębiorstwach mikro i małych udziały te wynoszą odpowiednio 20,9% oraz 35,1%.

Częstość wskazywania na wykorzystywane źródła informacji o pomocy publicznej ma się następująco (od najczęściej wskazywanych): prasa, telewizja, strony internetowe, informacje przesyłane do firm, radio, od innych przedsiębiorców, ulotki, informacje przesyłane do firmy (faksy, listy, e-maile), od znajomych i przyjaciół, na szkoleniach i w urzędach gminnych i innych. Pozostałe źródła informacji wymieniano z częstością poniżej 10%.

Co do ocen jakości informacji, to przede wszystkim trzeba wskazać, że źródła, z których dowiadywano się o pomocy publicznej, były wystarczające tylko dla 41,1% spośród badanych, którzy wcześniej przyznali, że coś wiedzą na temat pomocy publicznej (w całej próbie udział osób, które przyznały, że informacje, które uzyskano, były wystarczające, aby podjąć starania o uzyskanie pomocy stanowi 18,7%). Nie zaobserwowano zróżnicowania źródeł informacji w zależności od wielkości firm, regionów i branż.

Badani nie czują się kompetentni w udzielaniu opinii, co powinno być usprawnione w sposobach informowania o pomocy publicznej. Jest to zrozumiałe wobec ich niewielkich doświadczeń w korzystaniu z niej. Najczęściej wskazywano na „ilość informacji, dostęp do informacji i jakość informacji”. Mikroprzedsiębiorstwa częściej niż pozostałe wskazywały na to, że chcą mieć więcej informacji i by były one dostępniejsze. Ten

postulat częściej wymieniano w regionie południowo-wschodnim, natomiast poprawy jakości informacji oczekuje się w regionie centralnym. Poprawy w przypadku tych dwóch atrybutów informacji najczęściej oczekuje się w przemyśle i budownictwie.

Niska jest znajomość instytucji udzielających pomocy publicznej Na pytanie o znajomość instytucji udzielających pomocy publicznej 60,2% badanych, którzy uprzednio deklarowali pewną wiedzę o pomocy publicznej, odpowiada, że zna takie instytucje (stanowi to 27,4% wszystkich badanych). Deklaracja znajomości instytucji jest związana z wielkością przedsiębiorstwa. I tak, znacznie częściej znajomość instytucji deklarują przedstawiciele małych i średnich firm niż przedstawiciele firm mikro.

Poziom znajomości firm udzielających informacji jest jeszcze niższy niż poziom znajomości instytucji udzielających pomocy publicznej. Nawet wśród tych, którzy wcześniej stwierdzili, że mają pewną wiedzę na temat pomocy publicznej, tylko 44,2% zadeklarowało, że zna instytucje lub firmy udzielające informacji i rad. Najrzadziej są to mikroprzedsiębiorstwa, następnie małe przedsiębiorstwa i średnie firmy. Najlepiej są poinformowani badani z regionu północno-wschodniego, najgorzej z zachodniego. Wśród branż najlepiej poinformowana jest branża rolnicza, najgorzej branże przemysłu i budownictwa.

Badani zdecydowanie i precyzyjnie wskazują, w jakich miejscach i jakimi kanałami powinno się im udostępniać informacje o pomocy publicznej. Najbardziej pożądanym źródłem, instrumentem i kanałem informacji są strony internetowe. Następnie wymieniają urzędy miast i gmin, prasę codzienną ogólnopolską, ulotki przesyłane do firm, codzienną prasę lokalną (to się wydaje ważne), Urzędy Skarbowe, i dopiero na siódmym miejscu wymieniają telewizję, dalej czasopisma branżowe, Urzędy Pracy, banki i pocztę elektroniczną. Preferencje poszczególnych grup różnią się.

Firmy wyraźnie zaznaczają potrzebę finansowania szkoleń ze środków publicznych. Należy podkreślić, że zapotrzebowanie na szkolenia nie dotyczy tylko zakresu wiedzy na temat starań o środki z funduszy pomocowych. W przypadku mikroprzedsiębiorstw na drugim, bliskim pierwszego miejscu, lokują się szkolenia w zakresie marketingu, a na trzecim szkolenia specjalistyczne, w zakresie organizacji i zarządzania, księgowości i rachunkowości, w zakresie prawa.

Profile zapotrzebowania na szkolenia różnią się nieco w zależności od wielkości firm, ale można wskazać na dwa rodzaje zawsze lokujących się najwyżej na skali ocen ich znaczenia: szkolenia na temat pozyskiwania funduszy pomocowych i szkolenia na temat marketingu i negocjacji. Generalnie potrzeby w dziedzinie szkoleń są dość homogeniczne, jeśli chodzi o ich rodzaje, co nie znaczy, że praktyczne wykonanie i programy szkoleń powinny być takie same, niezależnie od wielkości firmy, fazy jej rozwoju czy branży. Należy wspierać szkolenia o szerokim zakresie tematycznym, dostosowane do przedsiębiorstw w zależności od wspomnianych wyżej trzech kryteriów.

ŚWIADOMOŚĆ POTRZEB FIRM

– OCZEKIWANY RODZAJ WSPARCIA

8.1. WAŻNOŚĆ POTRZEB INWESTYCYJNYCH I W ZAKRESIE INNYCH RODZAJÓW POMOCY PUBLICZNEJ W OPINII BADANYCH

Wszystkim badanym przedsiębiorstwom przedstawiono listę potrzeb, które mogą mieć firmy i poproszono o ocenę, na ile realizacja każdej z nich miałaby korzystny wpływ na kondycję i pozycję rynkową przedsiębiorstwa. Badani dokonali oceny na skali od 1 do 10, gdzie 1 oznaczało w ogóle nieważną potrzebę, a 10 bardzo ważną potrzebę.

Na pierwszym miejscu wśród wszystkich firm ogółem uplasowało się znalezienie partnerów kooperacyjnych, handlowych i usługowych – 39,1% firm ocenia tę potrzebę jako bardzo ważną. Jest ona ważna dla wszystkich przedsiębiorstw, niezależnie od wielkości, choć w przypadku przedsiębiorstw średnich wyprzedza ją pod względem ważności unowocześnienie lub zakup nowych urządzeń lub maszyn, wskazane jako ważne przez 45,9% przedstawicieli średnich firm. Unowocześnienie lub zakup nowych urządzeń lub maszyn ma duże znaczenie także dla firm mikro i małych.

Największe znaczenie znalezieniu partnerów kooperacyjnych, handlowych i usługowych przypisują firmy działające w branżach przemysłu i budownictwa (58,5%) oraz handlu i napraw (45,8%). Najmniejsze znaczenie przypisują mu firmy z branży usług (25,9%).

Potrzebę unowocześnienia lub zakupu nowych urządzeń i maszyn wyżej oceniają firmy działające w branżach rolnictwa, łowiectwa, leśnictwa, rybołówstwa i rybactwa (50,7%). Najniżej oceniają ją firmy z branż handlu i napraw (28,3%). Wyżej oceniają tę potrzebę firmy o ponad krajowym zasięgu działania.

Na trzecim miejscu ze względu na ważność znalazły się marketing, promocja, reklama, uczestnictwo w targach wymienione przez 33,3% przedsiębiorstw. W przypadku firm średnich potrzebę tę wyprzedza konieczność otrzymania certyfikatów jakości (np. ISO), na które wskazuje 32,3% firm średnich.

Do najmniej ważnych potrzeb przedsiębiorstw należą: prace badawczo-rozwojowe, zakup licencji lub patentów, oddłużenie wobec Skarbu Państwa, doradztwo technologiczne.

Ciekawy wynik otrzymujemy w przypadku oceny ważności zwiększenia zatrudnienia. Za ważną na poziomie 8-10 punktów uznało tę potrzebę tylko 11,5% przedsiębiorstw ogółem, przy czym w przypadku przedsiębiorstw mikro jest to 11,7%, przedsiębiorstw małych 8,4%, a w przypadku przedsiębiorstw średnich tylko 6,2%. Wyżej oceniają tę potrzebę firmy, które już uzyskały pomoc publiczną (25%) i firmy, które własną sytuację rynkową określają jako bardzo dobrą (32,7%).

Ważność potrzeb różnicuje się w zależności od wielkości firm w dziesięciu przypadkach. Pierwszą potrzebą zależną od wielkości firmy jest *znajdywanie partnerów*, o czym było wspomniane powyżej. Drugą jest potrzeba *unowocześnienia i zakup nowych narzędzi*. Jest ona tym częściej wymieniana, im większa firma. Trzecia potrzeba, której częstość zgłaszania różnicuje się w sposób istotny statystycznie w zależności o wielkości firm to *doradztwo podatkowe*. Im mniejsza firma, tym częściej jest ona wymieniana. Czwarta potrzeba to *odtworzenie maszyn i urządzeń*. Im większa firma, tym częściej jest ona wymieniana jako najwyżej oceniana pod względem ważności. Piąta w kolejności potrzeba to *projektowanie nowych produktów i usług*. Mikroprzedsiębiorstwa wymieniają je rzadziej niż małe i średnia przedsiębiorstwa jako najwyżej oceniane pod względem ich ważności. Szósta potrzeba to *zakup nieruchomości*. Im mniejsze przedsiębiorstwo, tym częściej jest ona wysoko oceniana pod względem ważności. Siódma potrzeba to *doradztwo prawne*. Im mniejsza firma, tym częściej jest oceniana wysoko pod względem ważności. Ósma potrzeba to *otrzymanie certyfikatów jakości (ISO)*. Im większa firma, tym częściej jest ona wymieniana jako najwyżej oceniana pod względem ważności. Dziewiąta potrzeba to *doradztwo w zakresie budowania strategii i biznes planów*. Tu nie ma zależności zbliżonej do liniowej. Małe przedsiębiorstwa częściej wymieniały tę potrzebę niż mikroprzedsiębiorstwa i średnie firmy. Jedenasta i ostatnia potrzeba, w przypadku której pojawia się istotna statystycznie zależność pomiędzy wielkością firmy a częstością wysokiego oceniania jako ważnej są *prace badawczo rozwojowe*. Mikroprzedsiębiorstwa wymieniają tę potrzebę rzadziej niż małe i średnie firmy.

Nie ma istotnych związków pomiędzy wielkością firm a poziomem oceniania ważności w przypadku następujących potrzeb:

- marketing, promocja, reklama;
- komputeryzacja i/lub zakup oprogramowania;
- budowa lub remont budynków;
- szkolenia pracowników;
- zwiększenie zatrudnienia;
- doradztwo technologiczne;
- oddłużenie firmy;
- zakup licencji lub patentów.

Tabela 8.1. Ważność potrzeb przedsiębiorstwa: częstość wskazań na ważność z przedziału 8-10

	Ogółem	Zatrudnienie			Czy otrzymano pomoc publiczną?	
		0-9	10-49	50-249	Otrzymano	Nieotrzymano
N nieważone	1078	345	350	383	348	730
Podstawa %	1078	1026	42	10	98	980
Znalezienie partnerów kooperacyjnych, handlowych i usługowych	39,1%	38,6%	49,7%	40,6%	34,0%	39,6%
Unowocześnienie lub zakup nowych urządzeń lub maszyn	35,9%	35,6%	40,9%	45,9%	51,5%	34,4%
Marketing, promocja, reklama, uczestnictwo w targach	33,3%	33,3%	33,8%	28,5%	44,4%	32,2%
Komputeryzacja i/lub zakup oprogramowania	25,0%	25,1%	23,0%	20,5%	30,7%	24,4%
Budowa lub remont budynków	23,5%	23,4%	26,1%	22,8%	24,0%	23,4%
Szkolenia pracowników	23,4%	23,2%	29,9%	23,9%	29,0%	22,9%
Doradztwo podatkowe	22,4%	22,7%	17,6%	10,0%	17,7%	22,8%
Odtworzenie urządzeń lub maszyn	19,4%	19,1%	24,4%	29,4%	27,1%	18,7%
Projektowanie nowych produktów i usług	16,6%	16,1%	24,7%	24,4%	10,6%	17,1%
Zakup nieruchomości	15,9%	16,1%	12,6%	8,0%	19,1%	15,6%
Doradztwo prawne	15,3%	15,4%	13,4%	8,5%	15,6%	15,3%
Otrzymanie certyfikatów jakości (np. ISO)	13,6%	13,0%	23,6%	32,3%	9,2%	14,0%
Doradztwo w zakresie budowania strategii i biznes planów	12,3%	12,1%	17,4%	8,6%	12,6%	12,2%
Zwiększenie zatrudnienia	11,5%	11,7%	8,4%	6,2%	25,0%	10,2%
Doradztwo technologiczne	8,5%	8,4%	10,2%	7,5%	9,8%	8,3%
Oddłużenie firmy wobec Skarbu Państwa (np. ZUS, US)	6,8%	6,8%	6,5%	5,6%	5,0%	7,0%
Zakup licencji lub patentów	5,8%	5,7%	9,0%	6,1%	5,6%	5,8%
Prace badawczo-rozwojowe	4,6%	4,4%	9,3%	9,8%	2,0%	4,9%
Inne inwestycje	3,2%	3,2%	2,8%	3,0%	12,5%	2,3%
Żadne z powyższych	18,6%	18,7%	18,0%	11,1%	10,0%	19,4%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, dane ważone.

Oceny ważności omawianych potrzeb są w niektórych przypadkach, ściśle w przypadku sześciu potrzeb, są związane z otrzymywaniem pomocy publicznej. Dotyczy to następujących potrzeb:

- unowocześnienie lub zakup nowych urządzeń lub maszyn;
- marketing promocja i reklama;
- doradztwo podatkowe;
- odtworzenie urządzeń i maszyn;
- otrzymanie certyfikatów jakości;
- prace badawczo rozwojowe.

Można przyjąć, że skuteczność otrzymywania dotacji na tego rodzaju potrzeby jest wypadkową, z jednej strony silnego odczuwania wymienionych potrzeb i stąd usilnych starań o ich otrzymanie, dających ostatecznie pozytywny efekt, a z drugiej strony adekwatności programów pomocowych do tych potrzeb, może z wyjątkiem doradztwa podatkowego.

8.2. NAJWAŻNIEJSZA POTRZEBA

Po ocenie ważności każdej z wymienionych potrzeb, respondenci proszeni byli o wskazanie jednej najważniejszej dla ich firmy potrzeby. Rozkład częstości wskazań najważniejszej potrzeby w znacznym stopniu odpowiada temu, co wynika z danych prezentowanych powyżej.

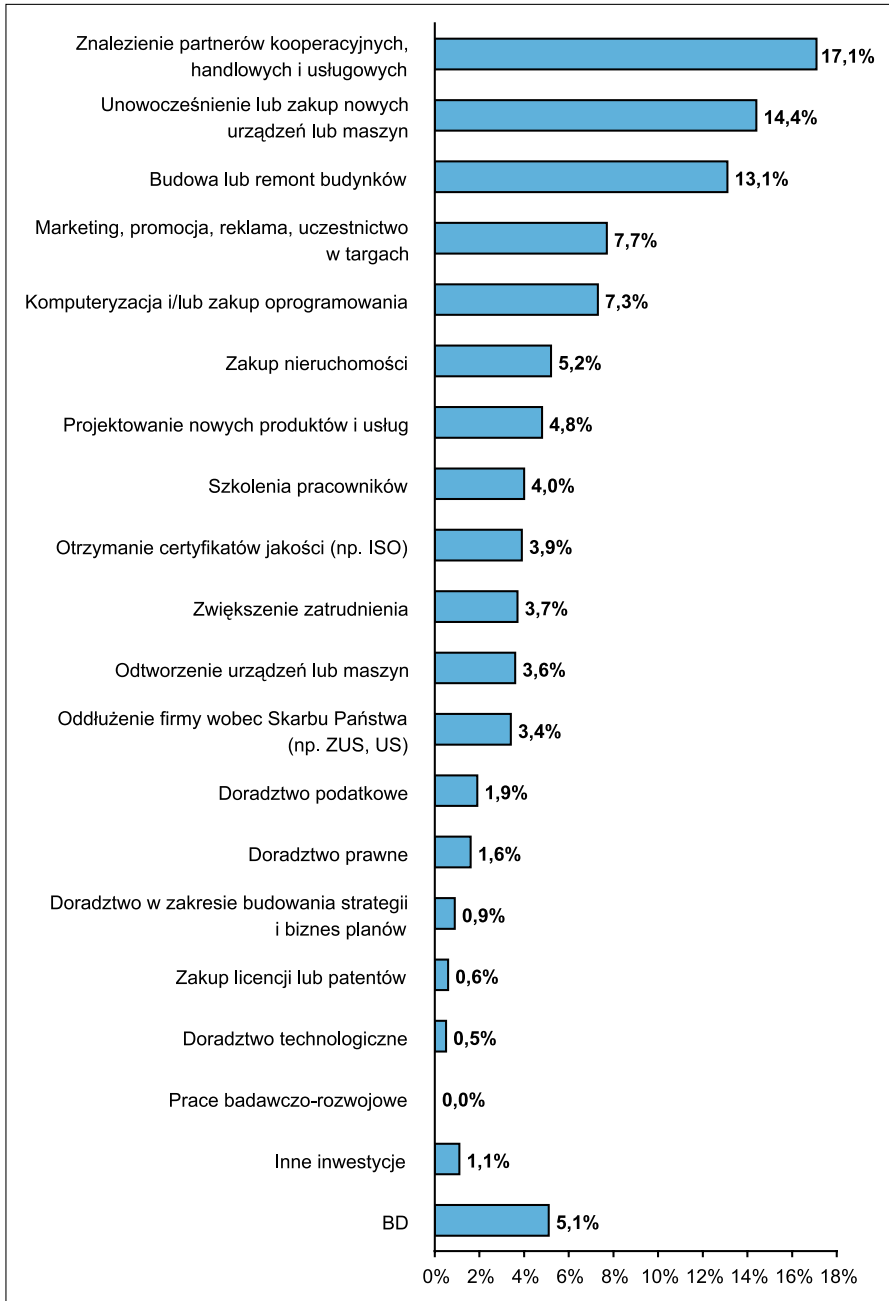
Najczęściej (17,1%) jako na najważniejszą potrzebę wskazywano na znalezienie partnerów kooperacyjnych, handlowych i usługowych.

Na wykresach poniżej przedstawiono najważniejsze potrzeby przedsiębiorstw mikro, małych i średnich. Ograniczono się tylko do potrzeb, które były wymienione przez co najmniej 5% badanych w danej grupie.

Przedsiębiorstwa mikro jako najważniejszą potrzebę wymieniały najczęściej znalezienie partnerów kooperacyjnych, handlowych i usługowych (16,8%). Na drugim miejscu znalazło się unowocześnienie lub zakup nowych urządzeń lub maszyn (14,1%), na trzecim budowa lub remont budynków (13,2%), na czwartym marketing, promocja, reklama, uczestnictwo w targach (7,7%). Te same cztery potrzeby znajdują się na pierwszych miejscach hierarchii potrzeb wymienionych przez firmy małe.

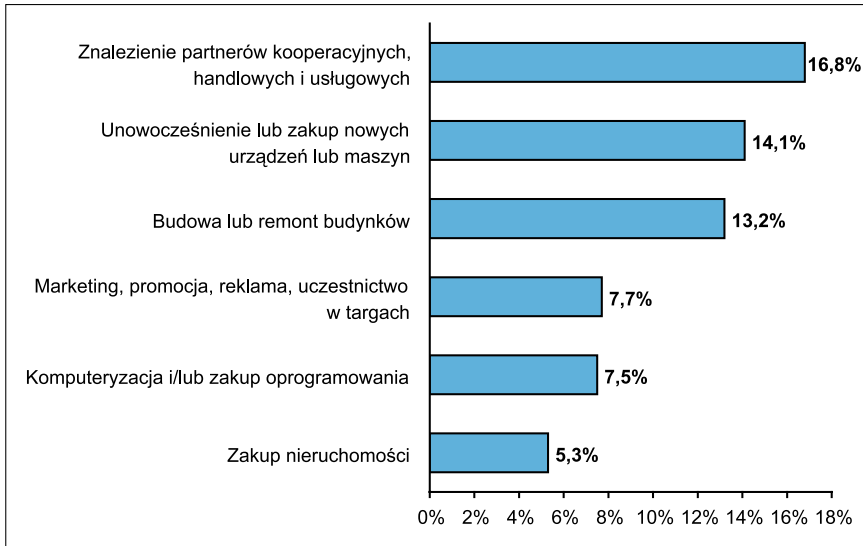
Nieco inną hierarchię obserwujemy w przypadku firm średnich. Jako najważniejszą potrzebę najczęściej wymienia się unowocześnienie lub zakup nowych urządzeń lub maszyn. Jest to najważniejsza potrzeba co czwartej średniej firmy. Duże znaczenie w hierarchii potrzeb ma również otrzymanie certyfikatów jakości (np. ISO), znajdujące się na trzecim miejscu (10,2% wskazań).

Wykres 8.1. Najważniejsza potrzeba przedsiębiorstwa



Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, N=1078, dane ważone.

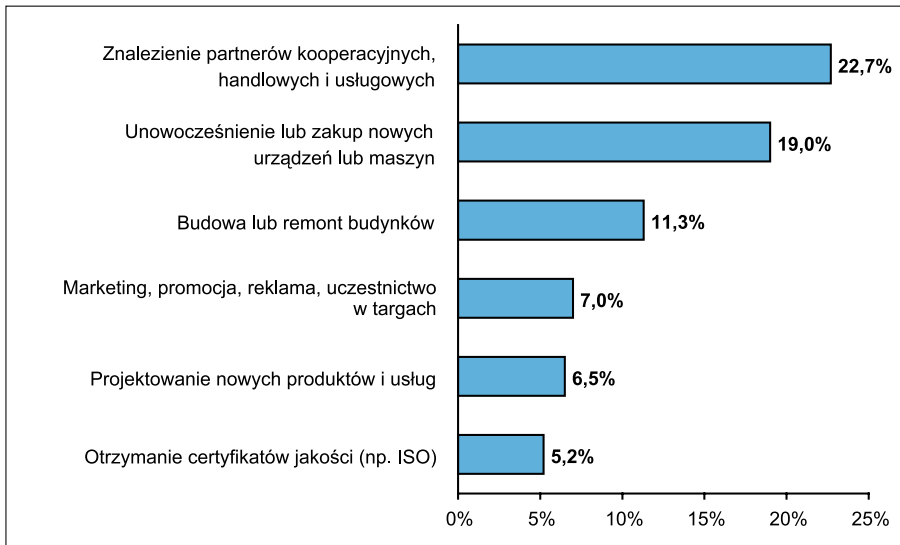
Wykres 8.2. Najważniejsza potrzeba przedsiębiorstw mikro



N mikro ważne=1026, nieważone=345.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, dane ważone.

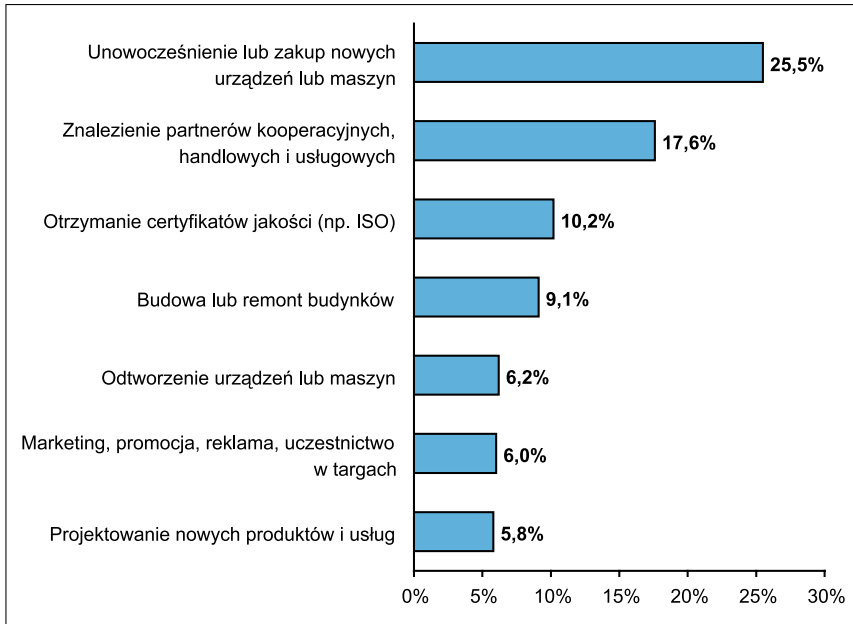
Wykres 8.3. Najważniejsza potrzeba przedsiębiorstw małych



N małe ważne=42, nieważone=350.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, dane ważone.

Wykres 8.4. Najważniejsza potrzeba przedsiębiorstw średnich



N średnie ważone=10, nieważone=383.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, dane ważone.

Hierarchia potrzeb przedsiębiorstw wykazuje zróżnicowanie ze względu na region Polski. W regionie północno-wschodnim najczęściej jako najważniejszą potrzebę wymieniano zakup nieruchomości (17,9%), na drugim miejscu unowocześnienie lub zakup nowych urządzeń lub maszyn (14,3%), na trzecim znalezienie partnerów kooperacyjnych, handlowych i usługowych (13,8%).

W regionie zachodnim trzy potrzeby wymieniane jako najważniejsze: znalezienie partnerów kooperacyjnych, handlowych i usługowych (21%), unowocześnienie lub zakup nowych urządzeń lub maszyn (19,6%) oraz budowa lub remont budynków (11,9%).

W regionie centralnym trzy potrzeby wymieniane jako najważniejsze są takie same jak w regionie zachodnim: znalezienie partnerów kooperacyjnych, handlowych i usługowych (17,8%), unowocześnienie lub zakup nowych urządzeń lub maszyn (13,9%) oraz budowa lub remont budynków (12,4%).

W regionie południowo-wschodnim hierarchia trzech potrzeb najczęściej wymienianych jako najważniejsze jest następująca: budowa lub remont budynków (16,1%), znalezienie partnerów kooperacyjnych, handlowych lub usługowych (14,6%) i unowocześnienie lub zakup nowych urządzeń i maszyn (10,8%).

Istnieje również zróżnicowanie hierarchii potrzeb ze względu na branżę gospodarki. Wśród przedsiębiorstw działających w branży rolniczej wyraźnie dominuje potrzeba budowy lub remontu budynków (36,9%). Na drugim miejscu znajduje się unowocześnienie lub zakup nowych urządzeń lub maszyn (20,3%). Inne potrzeby w tych branżach uzyskały po mniej niż 10% wskazań.

Przedsiębiorstwa działające w przemyśle i budownictwie najczęściej wymieniały unowocześnienie lub zakup nowych urządzeń lub maszyn (23,2%). Na drugim miejscu wymieniano znalezienie partnerów kooperacyjnych, handlowych lub usługowych (19,7%), a na trzecim budowę lub remont budynków (12,5%).

W sektorach handlu i napraw na pierwszym miejscu odnotowujemy potrzebę znalezienia partnerów kooperacyjnych, handlowych lub usługowych (23,1%), na drugim budowę lub remont budynków (15,5%). Inne potrzeby uzyskały poniżej 10% wskazań.

W sektorze usług najważniejszą potrzebą jest unowocześnienie lub zakup nowych urządzeń lub maszyn (16,0%), na drugim miejscu znajduje się komputeryzacja i/lub zakup oprogramowania (12,6%), na trzecim znalezienie partnerów kooperacyjnych, handlowych lub usługowych (11,7%).

Wśród firm rozpoczynających działalność dominujące potrzeby to unowocześnienie lub zakup nowych urządzeń lub maszyn (21,3%) oraz marketing, promocja, reklama, uczestnictwo w targach (20,0%). Wśród firm ograniczających działalność zdecydowanie największe znaczenie ma znalezienie partnerów kooperacyjnych, handlowych lub usługowych (41,5%). Dla firm, które mają ustabilizowaną pozycję na rynku i ją utrzymują najważniejsze potrzeby to: znalezienie partnerów kooperacyjnych, handlowych lub usługowych (14,3%), budowa lub remont budynków (13,6%) i unowocześnienie lub zakup nowych urządzeń lub maszyn (13,4%). Firmy o ustabilizowanej pozycji i rozszerzające rynek wymieniają podobne potrzeby jako najważniejsze: znalezienie partnerów kooperacyjnych, handlowych i usługowych (18,3%), unowocześnienie lub zakup nowych urządzeń lub maszyn (17,3%) i budowę lub remont budynków (10,9%).

8.3. OCZEKIwany POZIOM WSPARCIA

– KOSZT REALIZACJI NAJWAŻNIEJSZEJ POTRZEBY

Badani byli proszeni o ocenę rocznych kosztów inwestycji, która zmierzałaby do realizacji najważniejszej potrzeby przedsiębiorstwa.

Jak wynika z danych dla 11,4% przedsiębiorców realizacja najważniejszej potrzeby zamknęłaby się w kwocie do 5 tys. złotych w ciągu roku. Często taka kwota wystarczałaby na realizację takich potrzeb jak marketing, promocja, reklama, uczestnictwo w targach – 28% firm, dla których jest to najważniejsza potrzeba, wymienia właśnie taką kwotę. Zadowoliliby ona znaczną część (19,5%) firm, których najważniejszą potrzebą jest znalezienie partnerów kooperacyjnych, handlowych i usługowych.

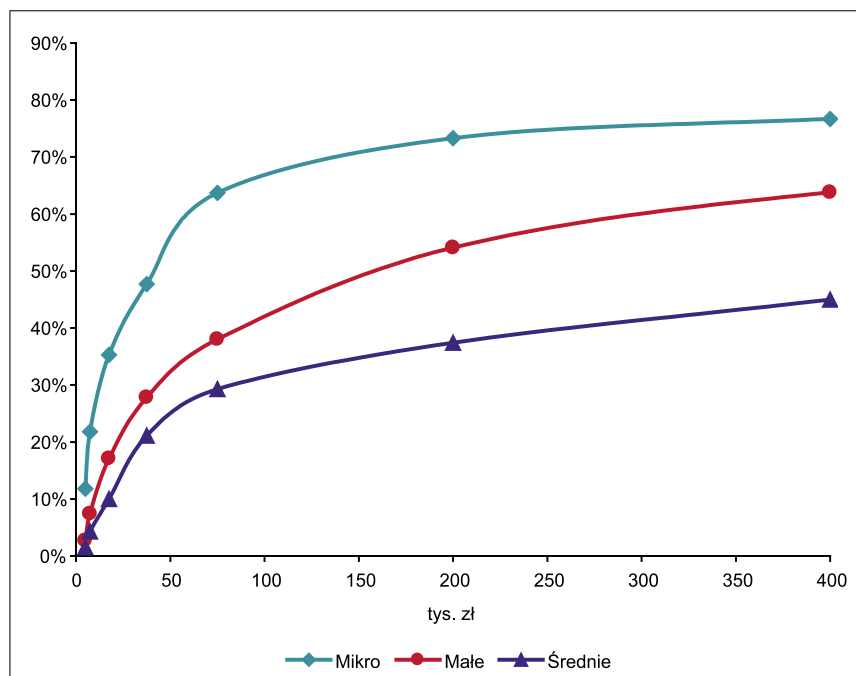
Kwota do 10 tys. złotych wystarczyłaby na realizację najważniejszej potrzeby dla 21,1% przedsiębiorstw (mowa o procencie skumulowanym z tymi, którym wystarczyłoby 5 tys. zł). Dla ponad jednej trzeciej firm, których najważniejszą potrzebą jest komputeryzacja i/lub zakup oprogramowania kwota do 10 tys. wystarczyłaby na jej realizację.

Dla 34,4% badanych przedsiębiorstw realizacja najważniejszej potrzeby kosztowałaby w ciągu jednego roku mniej niż 25 tys. zł. Kwota taka zadowoliłaby 56,6% przedsiębiorstw, których główną potrzebą jest komputeryzacja i/lub zakup oprogramowania, 68% przedsiębiorstw, których główną potrzebą jest marketing, promocja, reklama, uczestnictwo w targach, 41,7% przedsiębiorstw, których główną potrzebą jest znalezienie partnerów kooperacyjnych, handlowych i usługowych.

Kwota do 50 tys. zł w ciągu roku wystarczyłaby na zaspokojenie głównej potrzeby 46,7% przedsiębiorstw, a kwota do 100 tys. złotych 62,4% przedsiębiorstw.

Koszty realizacji najważniejszej potrzeby różnią się w przedsiębiorstwach różnej wielkości. Im większe przedsiębiorstwo, tym większe szacunkowe koszty realizacji. Dla zdecydowanej większości firm mikro koszty realizacji najważniejszej potrzeby zamykają się w kwocie 100 tys. zł. Natomiast kwota ta wystarczyłaby na realizację najważniejszej potrzeby tylko około jednej trzeciej firm średnich.

Wykres 8.5. Roczny koszt realizacji głównej potrzeby w firmach różnej wielkości

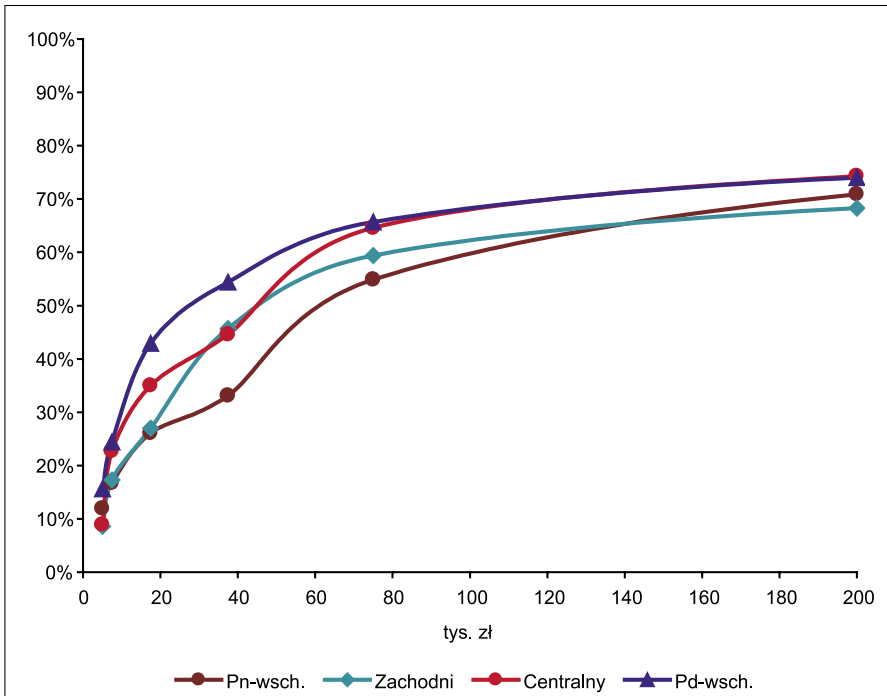


N mikro ważne=1026, nieważne=345, N małe ważne=42, nieważne=350, N średnie ważne=10, nieważne=383.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, dane ważone.

Brak jest jakiegóż istotnej zależności pomiędzy potrzebami a regionem, w którym ma swoją siedzibę firma. Przedsiębiorstwa w regionie południowo-wschodnim częściej deklarują niższe koszty realizacji głównej potrzeby. Ponad połowa przedsiębiorstw szacuje roczny koszt realizacji głównej potrzeby na kwotę mniejszą niż 50 tys. złotych. W regionie północno-wschodnim taka kwota wystarczyłaby tylko co trzeciej firmie.

Wykres 8.6. Roczny koszt realizacji głównej potrzeby w różnych regionach



N pn-wsch. ważne=136, nieważne=151, N zachodni ważne=283, nieważne=307, N centralny ważne=308, nieważne=310, N pd-wsch. ważne=351, nieważne=309.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, dane ważone.

Mniej kosztowne potrzeby obserwujemy także w branży usługowej, a najbardziej kosztowne w branży rolnictwa.

Tabela 8.2. Przybliżony koszt realizacji głównej potrzeby w ciągu jednego roku –branża gospodarki

	Ogółem	Branża gospodarki						
		Rolnictwo	Przemysł	Budownictwo	Handel i naprawy	Usługi	Pozostała działalność usług., komun., społ. i indyw.	Inne
N nieważone	1078	44	295	131	266	90	211	41
Podstawa %	1078	46	104	78	395	128	279	49
Do 5 tys. Zł	11,4%	,0%	3,2%	6,8%	9,8%	11,8%	18,4%	18,6%
Powyżej 5 do 10 tys. zł	9,7%	6,5%	9,1%	8,3%	10,9%	7,1%	7,8%	24,7%
Powyżej 10 do 25 tys. zł	13,3%	6,8%	14,4%	8,1%	11,8%	14,2%	15,2%	23,0%
Powyżej 25 do 50 tys. zł	12,3%	7,0%	13,2%	8,6%	11,0%	9,8%	17,8%	6,3%
Powyżej 50 do 100 tys. zł	15,7%	24,3%	21,7%	12,1%	15,5%	18,2%	12,9%	12,6%
Powyżej 100 do 300 tys. zł	9,8%	15,3%	5,2%	20,3%	10,4%	13,8%	6,6%	0,5%
Powyżej 300 do 500 tys. zł	3,7%	0,2%	4,5%	1,5%	4,8%	2,5%	4,2%	0,3%
Powyżej 500 tys. do 1 mln zł	3,7%	13,9%	5,0%	4,5%	2,5%	5,0%	3,0%	0,5%
Powyżej 1 do 2 mln zł	2,5%	0,1%	4,0%	8,6%	2,3%	0,0%	2,4%	0,4%
Powyżej 2 do 5 mln zł	1,0%	14,9%	0,5%	0,3%	0,0%	2,6%	0,0%	0,0%
Powyżej 5 mln zł	0,3%	0,0%	0,5%	0,0%	0,1%	0,1%	0,7%	0,0%
Nie wiem/Trudno powiedzieć	16,6%	10,9%	18,8%	20,8%	20,9%	14,7%	11,1%	13,1%

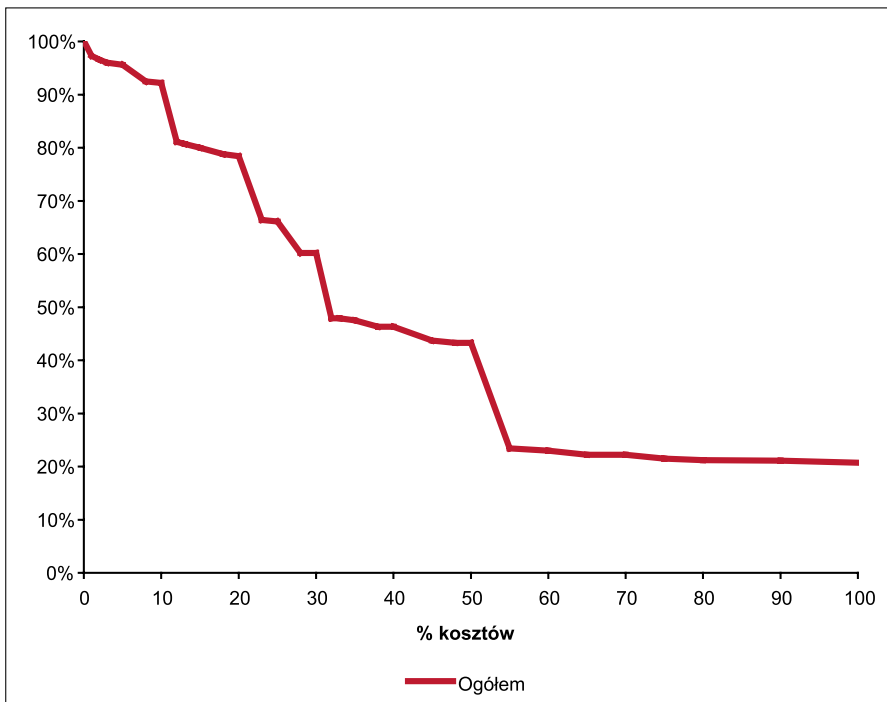
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, dane ważone.

Firmy rozpoczynające działalność mają mniej kosztowne potrzeby niż firmy o ustabilizowanej pozycji na rynku.

8.4. MOŻLIWOŚCI FINANSOWANIA GŁÓWNEJ POTRZEBY

W celu sprawdzenia możliwości finansowania własnych potrzeb przedsiębiorstw badanym zadano pytanie o oszacowanie przybliżonego procentu kosztów realizacji głównej potrzeby przedsiębiorstwa, który są w stanie pokryć z własnych środków firmy. Około 20% badanych nie umiało podać przybliżonej liczby. Na wykresach poniżej zaprezentowano skumulowane udziały firm po wyeliminowania badanych, którzy odpowiedzieli „Nie wiem”.

Wykres 8.7. Procent rocznych kosztów realizacji głównej potrzeby, który jest w stanie pokryć przedsiębiorstwo ze swoich środków (% skumulowany) – cała próba



N ważne=864, nieważone=857 (wyliminowano odpowiedzi „Nie wiem”)

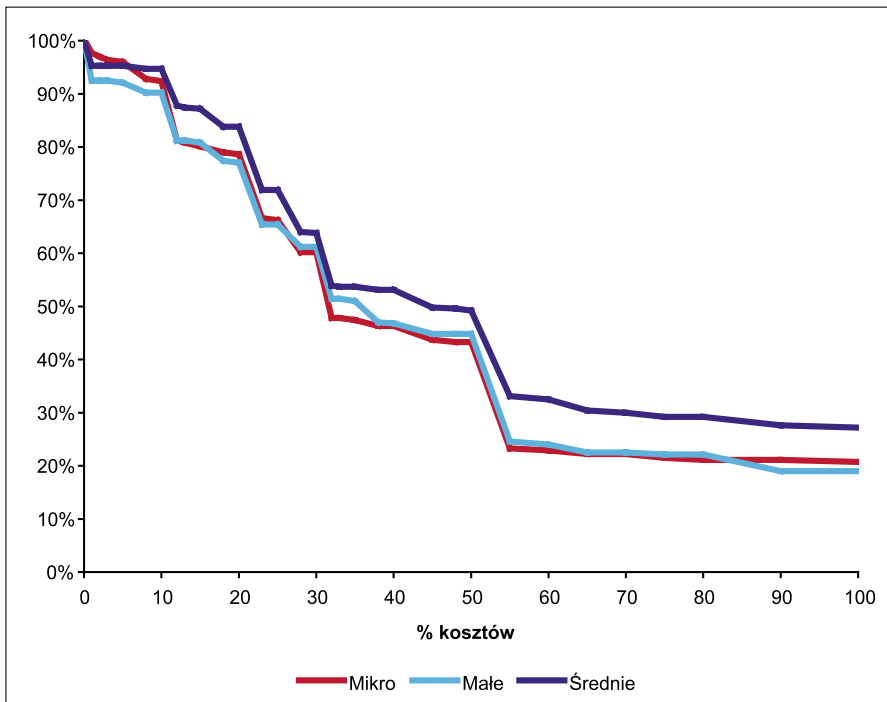
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, dane ważone.

Okolo 20% firm, które określiły przybliżony udział kosztów, które są w stanie pokryć, jest w stanie pokryć 100% kosztów realizacji głównej potrzeby, 43,3% firm jest w stanie pokryć 50-100% kosztów przedsięwzięcia, przy czym znaczna ich część (19,9%) może pokryć tylko 50% kosztów. Okolo 60% firmy może pokryć 30-100% kosztów realizacji głównej potrzeby. Okolo 20% firm jest w stanie pokryć tylko do 15% kosztów realizacji głównej potrzeby.

Możliwości pokrycia kosztów realizacji głównej potrzeby różnią się nieco w firmach różnej wielkości. Firmy średnie deklarują większe możliwości pokrycia kosztów niż firmy mikro i małe. Całość kosztów realizacji może pokryć 27,2% firm średnich, 20,7% firm mikro i 19,0% firm małych. Co najmniej 50% kosztów może pokryć 49,2% firm średnich wobec 43,3% firm mikro i 44,8% firm małych.

Im starsza firma, tym większe deklaruje możliwości pokrycia inwestycji z własnych środków.

Wykres 8.8. Procent rocznych kosztów realizacji głównej potrzeby, który jest w stanie pokryć przedsiębiorstwo ze swoich środków (% skumulowany) – zatrudnienie



N mikro ważone=824, nieważone=277, N małe ważone=32, nieważone=271, N średnie ważone=8, nieważone=309.

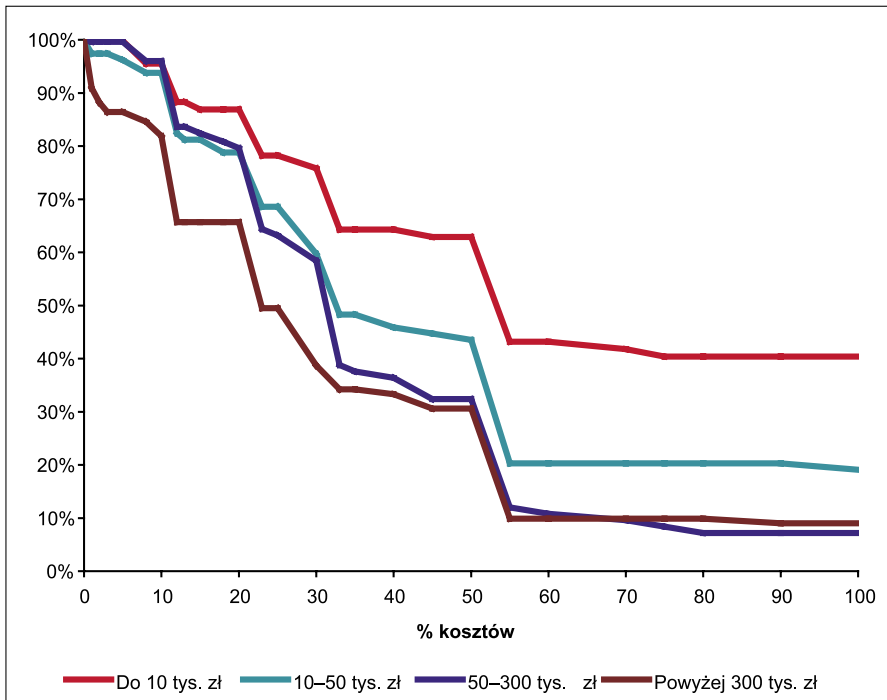
Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, dane ważone.

Nie ma istotnego związku pomiędzy lokalizacją firm w regionach, a ich możliwościami realizowania głównych potrzeb inwestycyjnych z własnych środków. Nie ma także istotnego związku pomiędzy przynależnością do branż o możliwościami pokrywania z własnych środków głównych potrzeb inwestycyjnych.

Nie ma również istotnego związku pomiędzy fazą rozwoju firm, a możliwościami pokrywania z własnych środków kosztów inwestycji. Nie ma także istotnego związku pomiędzy tymi możliwościami, a otrzymywaniem lub nie pomocy publicznej.

Możliwości pokrycia przewidywanych kosztów realizacji głównej potrzeby są związane z wielkością tych kosztów. Wśród firm, które szacują koszt realizacji głównej potrzeby na poziomie do 10 tys. zł, znaczna część przedsiębiorców (39,6%) przewiduje, że może pokryć 51-100% tych kosztów (37,2% jest w stanie pokryć 100% kosztów). Generalnie, im większe szacunkowe koszty realizacji, tym mniejsze możliwości pokrycia znacznej części tych kosztów z własnych środków przedsiębiorstwa.

Wykres 8.9. Procent rocznych kosztów realizacji głównej potrzeby, Który jest w stanie pokryć przedsiębiorstwo ze swoich środków (% skumulowany) według szacunkowego kosztu realizacji



N tych, których szacunkowy koszt wynosi do 10 tys. zł ważne=209, nieważne=108, N tych, których szacunkowy koszt wynosi 10-50 tys. zł ważne=248, nieważne=212, N tych, których szacunkowy koszt wynosi 50-300 tys. zł ważne=250, nieważne=231, N tych, których szacunkowy koszt wynosi powyżej 300 tys. zł ważne=113, nieważne=257.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, dane ważone.

8.5. POŻĄDANE FORMY FINANSOWANIA GŁÓWNEJ POTRZEBY

Zdecydowanie preferowaną formą finansowania są dla przedsiębiorstw dotacje, na które wskazuje 55,4% przedsiębiorstw ogółem. Są one wymieniane częściej przez firmy małe i średnie niż przez firmy mikro.

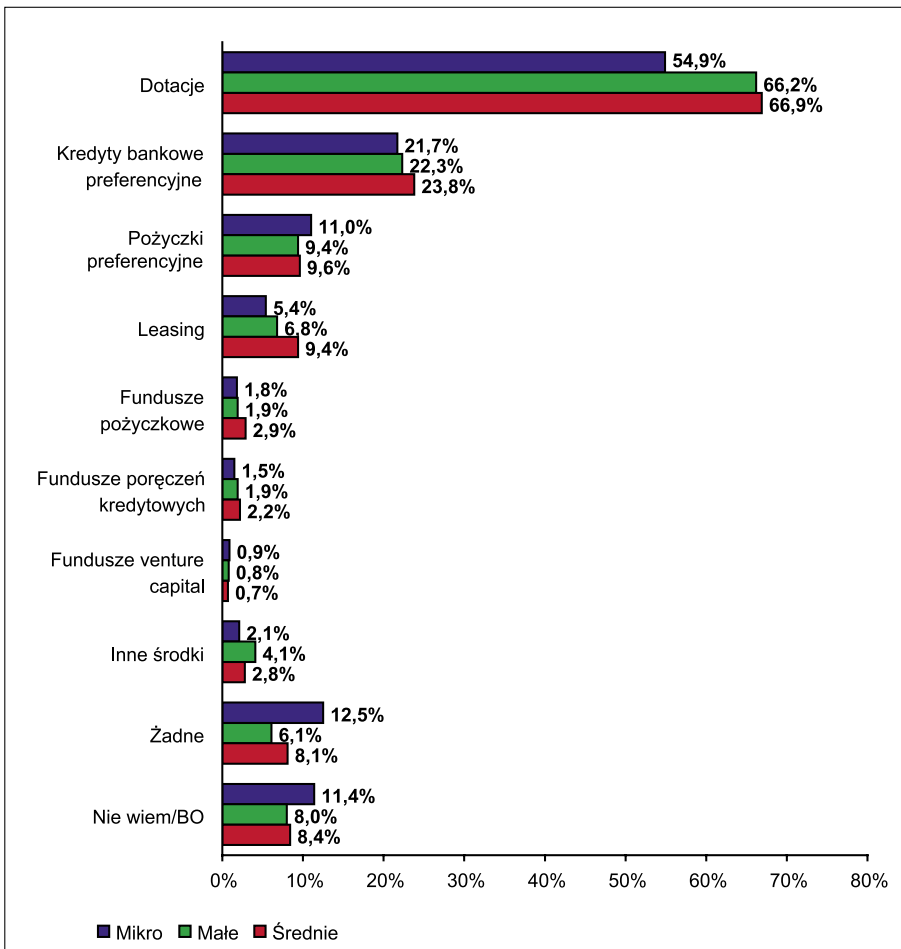
Kolejne miejsce ze względu na preferencje przedsiębiorców zajmują kredyty bankowe preferencyjne, ale są one wskazywane znacznie rzadziej niż dotacje. Brak zależności pomiędzy wielkością firmy, a wskazywaniem na bankowe kredyty preferencyjne.

Pożyczki preferencyjne, a wymieniane dwa razy rzadziej niż kredyty i także brak związku z wielkością firm.

Leasing był również wymieniany jako pożądana forma finansowania inwestycji.. W tym przypadku firmy średnie wymieniają go częściej niż małe, a małe częściej niż mikroprzedsiębiorstwa, jednakże różnice nie są na tyle duże i frakcja zbyt mała, by różnice były istotne statystycznie.

Wszystkie pozostałe formy finansowania występują z częstością do 2%.

Wykres 8.10. Pożądana forma finansowania najważniejszej potrzeby w firmach różnej wielkości



N mikro ważne=1026, nieważne=345, N małe ważne=42, nieważne=350, N średnie ważne=10, nieważne=383.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, dane ważone.

Można zauważyć pewne różnice regionalne w preferencjach dotyczących źródeł finansowania. W regionie północno-wschodnim dotacje były wymieniane rzadziej niż w innych regionach, częściej natomiast wymieniano kredyty bankowe preferencyjne i częściej padała odpowiedź „Nie wiem”. Jednakże powyższe różnice nie są istotne statystycznie. Leasing natomiast był częściej wymieniany w regionie zachodnim niż w innych regionach i ta zależność jest istotna statystycznie.

Istniało również pod tym względem zróżnicowanie branżowe. W branży rolniczej, w budownictwie i usługach dotacje wymieniane były nieco częściej niż w innych branżach (powyżej 60%). W branży rolniczej znacznie częściej wymieniano także kredyty bankowe preferencyjne (44,2%).

Tabela 8.3. Preferencje firm odnośnie form finansowania najważniejszych potrzeb – branża gospodarki

	Ogółem	Branża gospodarki						
		Rolnictwo	Przemysł	Budownictwo	Handel i naprawy	Usługi	Pozostała działalność usług, komun., społ. i indyiw.	Inne
N nieważone	1078	44	295	131	266	90	211	41
Podstawa%	1078	46	104	78	395	128	279	49
Dotacje	55,4%	62,1%	48,1%	66,8%	51,8%	60,7%	54,3%	67,9%
Pożyczki preferencyjne	11,0%	13,9%	20,1%	7,5%	12,3%	17,1%	5,2%	0,4%
Kredyty bankowe preferencyjne	21,7%	44,2%	23,2%	13,8%	19,6%	23,6%	24,5%	6,8%
Fundusze venture capital	0,9%	0,0%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	3,2%	0,0%
Fundusze pożyczkowe	1,8%	0,0%	3,5%	0,1%	2,4%	0,1%	1,1%	6,2%
Leasing	5,5%	0,0%	1,5%	4,5%	6,7%	12,0%	4,2%	0,4%
Fundusze poręczeń kredytowych	1,5%	0,2%	3,2%	0,2%	3,1%	0,1%	0,0%	0,0%
Inne środki	2,1%	0,0%	3,5%	0,4%	3,1%	0,3%	2,3%	0,3%
Żadne	12,2%	0,0%	18,5%	15,7%	9,9%	12,0%	14,2%	12,8%
Nie wiem/BO	11,3%	4,6%	10,7%	8,1%	11,1%	14,4%	12,0%	12,4%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, dane wagi.

Może się wydawać, że dotacje są bardziej pożądane w firmach, które dopiero rozpoczynają działalność lub firmach ograniczających działalność niż w firmach o ustabilizowanej pozycji, ale nie ma tu istotnego związku. Natomiast firmy o ustabilizowanej pozycji rynkowej częściej niż te rozpoczynające lub ograniczające działalność wymieniają preferencyjne pożyczki jako preferowaną formę finansowania potrzeb przedsiębiorstwa.

Można zauważyć, że nie ma istotnych związków pomiędzy głównymi zmiennymi a preferencjami dotyczącymi form finansowania:

W przypadku zmiennej *wielkość firmy* (mierzona wielkością zatrudnienia) różnicuje ona istotnie tylko stosunek do dotacji, o tym jak, pisaliśmy wyżej.

Rok powstania firmy nie wpływa istotnie na preferowanie żadnej formy finansowania.

Lokalizacja w *regionach* wpływa istotnie tylko na preferencje dotyczące leasingu, jest on preferowany w regionie zachodnim.

Przynależność do *branży* nie ma istotnego wpływu na żadną formę finansowania.

Faza rozwoju firmy wpływa w sposób istotny statystycznie na preferencje dotyczące tylko pożyczek preferencyjnych.

Korzystanie z pomocy jest związane istotnie z dwoma rodzajami preferowanych form, z dotacjami i z funduszami poręczeń kredytowych.

8.6. MOŻLIWOŚCI REALIZACJI GŁÓWNEJ POTRZEBY

W przypadku 30% firm brak pomocy publicznej wpłynie na decyzję o realizacji głównej potrzeby przedsiębiorstwa. Częściej zdecydowane są mimo braku pomocy realizować tę potrzebę firmy średnie (38,1%) niż małe (34,7%) i mikro (29,8%).

Tabela 8.4. Stopień Realizacji potrzeby firmy w przypadku nie Otrzymania pomocy publicznej – zatrudnienie i rok powstania firmy

	Ogółem	Zatrudnienie			Rok powstania firmy		
		0-9	10-49	50-249	1882-1989	1990-1994	1995-2004
N nieważone	1078	345	350	383	283	447	339
Podstawa%	1078	1026	42	10	214	401	449
Zrealizujemy w całości	30,0%	29,8%	34,7%	38,1%	28,5%	36,1%	26,3%
Zrealizujemy częściowo	33,9%	33,6%	37,8%	41,8%	31,0%	27,2%	40,9%
Nie zrealizujemy w ogóle	13,7%	13,9%	9,9%	7,0%	15,8%	13,1%	12,6%
Trudno powiedzieć	22,4%	22,7%	17,6%	13,0%	24,7%	23,6%	20,2%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, dane wazone.

W regionie południowo-wschodnim więcej przedsiębiorców niż w innych regionach jest skłonnych zrealizować główną potrzebę w całości niezależnie od uzyskania lub nie pomocy publicznej.

W sektorze rolnictwa znaczna część firm (26,2%) w przypadku braku pomocy publicznej w ogóle nie zrealizuje głównej potrzeby. Jednakże jednocześnie właśnie w branży rolnictwa, a także w przemyśle i w pozostałej działalności usługowej i komunalnej, ponad 30% przedsiębiorstw zrealizuje tę potrzebę w całości, nawet jeśli nie dostaną wsparcia.

Tabela 8.5. Stopień Realizacji potrzeby firmy w przypadku nie Otrzymania pomocy publicznej – branża gospodarki

	Ogółem	Branża gospodarki						
		Roľnictwo	Przemysł	Budownictwo	Handel i naprawy	Usługi	Pozostała działalność usług., kom., społ. i indydw.	Inne
N nieważone	1078	44	295	131	266	90	211	41
Podstawa%	1078	46	104	78	395	128	279	49
Zrealizujemy w całości	30,0%	31,1%	38,9%	26,2%	24,4%	24,4%	36,8%	37,6%
Zrealizujemy częściowo	33,9%	35,7%	37,6%	33,0%	35,0%	31,7%	30,8%	39,1%
Nie zrealizujemy w ogóle	13,7%	26,2%	7,2%	8,2%	15,1%	15,9%	14,2%	4,5%
Trudno powiedzieć	22,4%	7,0%	16,2%	32,6%	25,4%	28,0%	18,2%	18,9%
<i>chi2</i>		<i>p < 0,05</i>						

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, dane ważone.

Częściej zrezygnują z realizacji najważniejszej potrzeby przedsiębiorstwa rozpoczynające lub ograniczające działalność lub wycofujące się z rynku niż przedsiębiorstwa o ustabilizowanej pozycji.

8.7. CZAS REALIZACJI POTRZEBY W PRZYPADKU BRAKU POMOCY PUBLICZNEJ

Firmy, które powiedziały, że mimo braku pomocy publicznej zrealizują w części lub w całości główną potrzebę przedsiębiorstwa, były proszone o ocenę, czy brak pomocy publicznej wpłynie na wydłużenie czasu realizacji tej potrzeby.

W większości przypadków przedsiębiorcy przewidują, że brak pomocy publicznej wpłynie na wydłużenie czasu realizacji potrzeby, przy czym im mniejsza firma, tym częstsze przewidywanie znacznego wydłużenia się czasu realizacji.

Co czwarty (26,9%) przedsiębiorca, który bez względu na korzystanie z pomocy publicznej będzie realizował najważniejszą potrzebę, uważa, że można ją zrealizować bez pomocy publicznej w tym samym czasie. Co trzeci przedsiębiorca z tej grupy uważa jednak, że realizacja tej potrzeby znacznie się wydłuży. Wśród mikroprzedsiębiorstw opinię taką wyraża 32,5% badanych, wśród przedsiębiorstw małych 32,7%, natomiast wśród średnich zaledwie 26,6%.

Jak można również zauważyć, im krócej dana firma istnieje na rynku tym bardziej zwiększa się prawdopodobieństwo, że zrealizuje swoją potrzebę w tym samym czasie. Opinię taką wyraża 29,1% firm powstałych w latach 1995-2004 wobec zaledwie 23% firm powstałych w latach 1882-1989. Z kolei prawie połowa firm najstarszych

(46,5%) twierdzi, że realizacja potrzeby znacznie się wydłuży. Podczas gdy analogiczny odsetek wśród firm najmłodszych wynosi 29,2%.

Tabela 8.6. Wpływ braku pomocy publicznej na czas realizacji potrzeby firmy – zatrudnienie i rok powstania firmy

	Ogółem	Zatrudnienie			Rok powstania firmy		
		0-9	10-49	50-249	1882-1989	1990-1994	1995-2004
N nieważone	778	216	258	304	202	326	246
Podstawa%	689	651	30	8	127	254	302
Nie, zrealizujemy je w tym samym czasie	26,9%	27,0%	23,0%	29,7%	23,0%	26,8%	29,1%
Tak, realizacja nieco się wydłuży	31,8%	31,5%	36,9%	38,0%	16,9%	36,7%	34,7%
Tak, realizacja bardzo się wydłuży	32,5%	32,5%	32,7%	26,6%	46,5%	27,7%	29,2%
Trudno powiedzieć	8,8%	8,9%	7,4%	5,6%	13,7%	8,8%	7,0%

Tylko firmy, które mimo braku pomocy publicznej zrealizują w części lub w całości główną potrzebę przedsiębiorstwa.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, dane ważone.

Najtrudniej byłoby zrealizować główną potrzebę firmy w tym samym czasie przedsiębiorstwom w regionie północno-wschodnim, najłatwiej firmom w regionie południowo-wschodnim.

Choć można zauważyć niezbyt silną tendencję, iż firmy z branż przemysłu i budownictwa oraz usług częściej są skłonne zrealizować główną potrzebę w tym samym czasie niż firmy z innych branż, to jednak zależność ta nie jest istotna. Brak jest również istotnej zależności pomiędzy fazą rozwoju firmy a zdolnością lub nie do zrealizowania inwestycji w tym samym czasie mimo braku pomocy publicznej.

8.8. WNIOSKI

Najważniejszych dziesięć potrzeb firm (oceniane przez badanych na poziomie 8-10 punktów na skali dziesięciopunktowej) to w kolejności ważności: *znalezienie partnerów kooperacyjnych, handlowych i usługowych, unowocześnienie i zakup nowych urządzeń lub maszyn, marketing i promocja, komputeryzacja i oprogramowanie, budowa i remont budynków, szkolenie pracowników, doradztwo podatkowe, odtworzenie urządzeń i maszyn, projektowanie nowych produktów i usług, zakup nieruchomości*. O trzech z tych potrzeb można powiedzieć, że decydują o specyficznym profilu mikroprzedsiębiorstw: częściej wymieniają one jako potrzeby najważniejsze komputeryzację i zakup oprogramowania, doradztwo podatkowe, zakup nieruchomości. Podobne rezultaty dało pytanie przedsiębiorców o jedną, najważniejszą, potrzebę. Po zadaniu tego pytania można dodać do powyższej listy także budowę i remont budynków.

Oczekiwany poziom wsparcia różni się znacząco w zależności od wielkości firm, regionu, w którym firma jest zlokalizowana i branż. Im większe przedsiębiorstwo, tym większe szacunkowe koszty realizacji najważniejszej potrzeby inwestycyjnej. Dla zdecydowanej większości firm mikro koszty realizacji najważniejszej potrzeby zamykają się w kwocie do 100 tys. zł. Natomiast kwota ta wystarczyłaby na realizację najważniejszej potrzeby tylko około jednej trzeciej firm średnich.

Możliwości pokrycia najważniejszych potrzeb inwestycyjnych ze środków własnych w całości deklaruje co piąta firma. Firmy średnie deklarują większe możliwości pokrycia kosztów niż firmy mikro i małe. Całość kosztów realizacji może pokryć 27,2% firm średnich, 20,7% firm mikro i 19,0% firm małych. Co najmniej 50% kosztów może pokryć 49,2% firm średnich wobec 43,3% firm mikro i 44,8% firm małych. inwestowania wśród wielkiej liczby firm.

Zdecydowanie preferowaną formą finansowania są dla przedsiębiorstw dotacje, na które wskazuje 55,4% przedsiębiorstw ogółem. Są one wymieniane częściej przez firmy małe i średnie niż przez firmy mikro. Na drugim miejscu ze względu na preferencje przedsiębiorców znajdują się kredyty bankowe preferencyjne, ale są one wskazywane znacznie rzadziej (nieco częściej niż co piąty przedsiębiorca) niż dotacje. Pozostałe formy finansowania są wymieniane marginalnie.

Pomoc publiczna silnie wpływa na wdrażanie zamiarów inwestycyjnych wśród MSP. W przypadku aż 47,6% firm brak pomocy publicznej wpłynie na decyzję o całkowitej rezygnacji z realizacji głównej potrzeby inwestycyjnej przedsiębiorstwa lub spowoduje rezygnację z części zamiaru. Częściej zdecydowane są, mimo braku pomocy, realizować tę potrzebę firmy średnie (38,1%) niż małe (34,7%) i mikro (29,8%). W regionie południowo-wschodnim więcej przedsiębiorców niż w innych regionach jest skłonnych zrealizować główną potrzebę w całości niezależnie od uzyskania lub nie pomocy publicznej. Częściej zrezygnują z realizacji najważniejszej potrzeby przedsiębiorstwa rozpoczynające lub ograniczające działalność lub wycofujące się z rynku niż przedsiębiorstwa o ustabilizowanej pozycji.

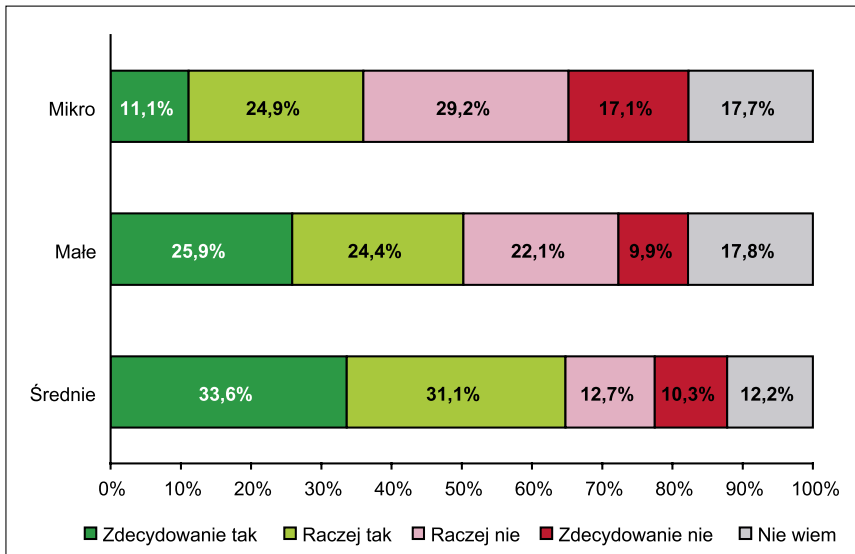
Brak pomocy publicznej może wpływać silnie na wydłużenie wykonania inwestycji. Tylko 26,9% badanych twierdzi, że brak środków z pomocy publicznej nie wpłynie na czas realizacji inwestycji, 64,3% sądzi, że czas realizacji się wydłuży lub bardzo się wydłuży. Mikroprzedsiębiorstwa i małe przedsiębiorstwa częściej niż średnie przedsiębiorstwa narażone są bardziej na znaczne wydłużenie się wykonania inwestycji.

ZAMIARY KORZYSTANIA Z POMOCY PUBLICZNEJ

9.1. ZAMIARY STARANIA SIĘ O POMOC PUBLICZNĄ

Wśród przedsiębiorstw ogółem 36,8% zamierza w ciągu najbliższego roku starać się o pomoc publiczną, przy czym istnieją znaczne różnice między zamiarami przedsiębiorstw różnej wielkości. Im większe przedsiębiorstwo, tym częściej deklaruje zamiary starania się o środki z pomocy publicznej. W firmach mikro zdecydowanie i raczej zamierza występować 36,0% przedsiębiorców. Ta postawa „wycofywania się” mikroprzedsiębiorstw jest, naszym zdaniem, zjawiskiem wysoce negatywnym. Spośród firm małych zamiar taki deklaruje już połowa przedsiębiorców (50,3%), a wśród firm średnich zamiary zgłasza 64,7% przedsiębiorców.

Wykres 9.1. Zamiar korzystania z pomocy publicznej w ciągu najbliższego roku



N mikro ważone=1026, nieważone=345, N małe ważone=42, nieważone=350, N średnie ważone=10, nieważone=383.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, dane ważone.

Nie ma istotnego statystycznie związku pomiędzy lokalizacją w regionach a zamiarami starania się o pomoc publiczną.

Ze względu na zamiar starania się o pomoc publiczną wyróżniają się przedsiębiorstwa działające w branży rolniczej, wśród których zamiar podjęcia działań na rzecz uzyskania pomocy publicznej zgłasza 74,6% firm, to jest około dwa razy więcej niż we wszystkich innych branżach gospodarki. Co interesujące, aż 51% firm z branży usługowej deklaruje, że nie zamierza się starać w przyszłości o pomoc publiczną. Sceptycznie do tego typu zabiegów nastawiona jest również prawie połowa przedsiębiorców z branży budowlanej (48,8%) oraz handel i naprawy (46,6%).

Tabela 9.1. Zamiar starania się o pomoc publiczną w ciągu najbliższego roku – branża gospodarki

	Ogółem	Branża gospodarki						
		Rolnictwo	Przemysł	Budownictwo	Handel i naprawy	Usługi	Pozostała działalność usług., komun., społ. i indywu.	Inne
N nieważone	1078	44	295	131	266	90	211	41
Podstawa %	1078	46	104	78	395	128	279	49
Zdecydowanie tak	11,9%	13,2%	11,0%	13,2%	12,1%	11,3%	10,4%	17,9%
Raczej tak	24,9%	61,4%	27,1%	24,8%	21,5%	24,2%	26,5%	6,5%
Raczej nie	28,7%	17,9%	17,6%	32,8%	31,6%	29,0%	24,6%	56,5%
Zdecydowanie nie	16,8%	0,0%	19,0%	16,0%	15,0%	22,1%	19,8%	12,7%
Nie wiem	17,7%	7,5%	25,3%	13,2%	19,9%	13,5%	18,6%	6,3%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, dane ważone.

Pewien wpływ na zamiar podjęcia starań ma faza rozwoju przedsiębiorstwa. Otóż firmy o ustabilizowanej pozycji i jednocześnie rozszerzające rynek częściej zgłaszają chęć podjęcia takich starań. Dość często także o pomoc chciałyby się starać firmy rozpoczynające działalność. Najrzadziej zgłaszają takie chęci, co rozumiały, firmy wycofujące się z rynku.

Pozytywne doświadczenia w zakresie dotychczasowego korzystania z pomocy publicznej korzystnie wpływają na zamiar ponownego starania się o taką pomoc – firmy, które już korzystały z pomocy publicznej, częściej niż te, które nie korzystały, zgłaszają zamiar korzystania w ciągu najbliższego roku.

Tabela 9.2. Zamiar starania się o pomoc publiczną w ciągu najbliższego roku – faza rozwoju firmy i korzystanie z pomocy publicznej

	Faza rozwoju firmy					Czy otrzymano pomoc publiczną?	
	Rozpoczynamy	Utrzymujemy ustab. pozycję	Ustab. pozycja + rozsz. rynek	Ograniczamy dział.	Wycofujemy się	Otrzymano	Nie otrzymano
N nieważone	29	433	539	45	9	348	730
Podstawa %	45	521	393	67	15	98	980
Zdecydowanie tak	5,0%	7,3%	19,2%	9,7%	1,4%	37,9%	9,3%
Raczej tak	33,9%	23,8%	26,1%	17,4%	19,6%	27,7%	24,7%
Raczej nie	27,3%	30,7%	25,0%	27,3%	39,7%	18,3%	29,8%
Zdecydowanie nie	7,3%	18,8%	14,9%	27,0%	19,6%	10,4%	17,4%
Nie wiem	26,6%	19,5%	14,7%	18,5%	19,6%	5,8%	18,9%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, dane ważone.

Dane zreferowane przy końcu poprzedniego rozdziału (analiza poświęcona zapotrzebowaniu na środki z dotacji) oraz w tym podrozdziale pokazują, iż istnieje wielki potencjał w postaci zamiarów korzystania z dotacji i potencjalne wielkie zdolności absorbowania pomocy publicznej. Oczywiście, prawdopodobieństwo, iż wszyscy deklarujący dziś, że zdecydowanie lub raczej wystąpią o dotacje rzeczywiście to zrobią, jest niskie.

9.2. FORMY POMOCY, O KTÓRE ZAMIERZAJĄ SIĘ STARAĆ FIRMY W CIĄGU NAJBLIŻSZYCH DWÓCH LAT

Na wykresie zamieszczonym poniżej przedstawiono formy pomocy, o które zamierzają się starać przedsiębiorcy w ciągu najbliższych dwóch lat w kolejności od najczęściej wskazywanej przez ogół firm.

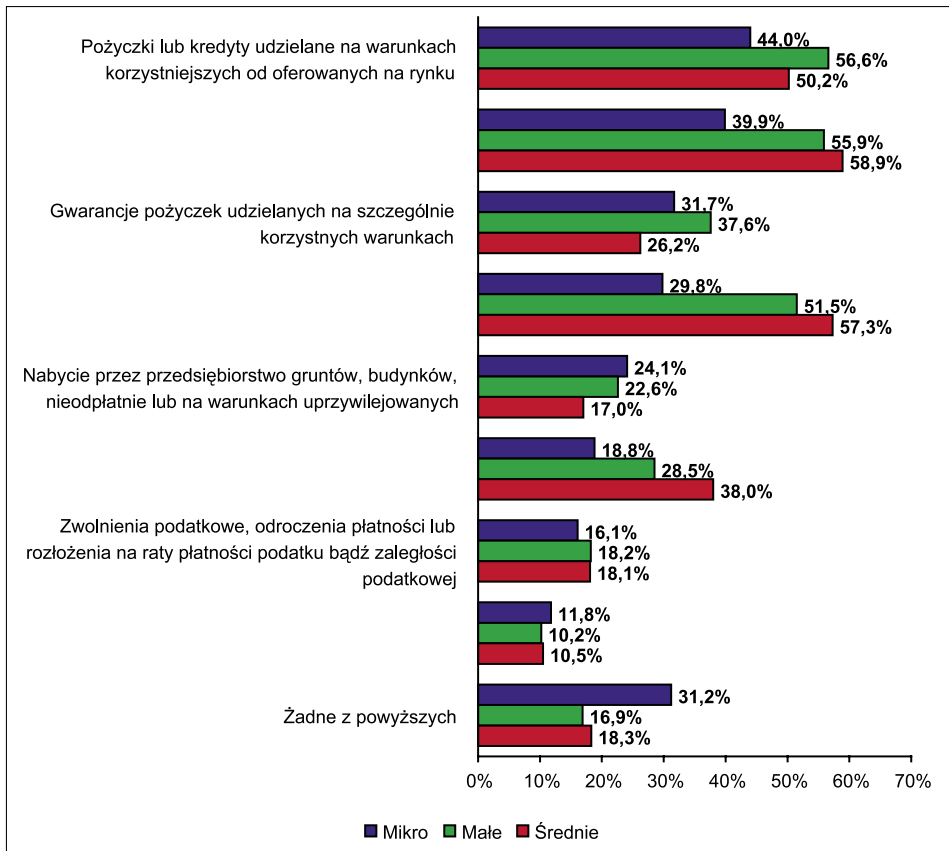
Najczęściej wymienianą formą pomocy przez firmy ogółem i firmy mikro (które dominują) są pożyczki lub kredyty udzielane na warunkach korzystniejszych od oferowanych na rynku usług bankowych. Zamierza się o nie starać 44% firm mikro, 56,6% firm małych i 50,2% firm średnich.

Kolejne miejsce zajmują dotacje w ramach przedakcesyjnych programów pomocowych Unii Europejskiej, wymienione przez 39,9% firm mikro, 59,5% firm małych i 58,9% firm średnich.

Z bardziej popularnych form pomocy, wskazywanych zwłaszcza przez firmy mikro, znalazły się gwarancje pożyczek udzielanych na szczególnie korzystnych warunkach. Zamierza się o nie starać 31,7% firm mikro, 37,6% firm małych i 26,2% firm średnich.

Najmniejszym zainteresowaniem firm cieszą się następujące formy pomocy: odroczenie płatności z tytułu ubezpieczenia społecznego oraz zwolnienia podatkowe, odroczenie płatności lub rozłożenia na raty płatności podatku bądź zaległości podatkowej.

Wykres 9.2. Formy pomocy publicznej, o które zamierają się starać firmy („zdecydowanie zamierza” + „raczej zamierza”)



N mikro ważne=1026, nieważne=345, N małe ważne=42, nieważne=350, N średnie ważne=10, nieważne=383.

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, dane ważone.

Zainteresowanie różnymi formami pomocy publicznej jest związane z wielkością firmy. Generalnie firmy średnie i małe są bardziej zainteresowane korzystaniem z pomocy publicznej niż firmy mikro. Na przykład, wyraźnie widać, że firmy średnie i małe bardziej były i są zainteresowane dotacjami w ramach przedakcesyjnych programów pomocowych UE oraz dotacjami z funduszy strukturalnych niż firmy mikro. Firmy mikro częściej niż firmy małe i średnie nie wskazują żadnej formy pomocy, o którą mogłyby się starać w najbliższej przyszłości.

Wielkość firmy jest istotnie statystycznie związana z zamiarami dotyczącymi korzystania z pożyczek i kredytów udzielanych na warunkach korzystniejszych od oferowanych na rynku: Mikroprzedsiębiorstwa zamierzają o nie występować rzadziej niż małe i średnie firmy, z tym że małe firmy wymieniają je częściej niż średnie. Mikroprzedsiębiorstwa znacząco rzadziej wymieniają także wszystkie trzy rodzaje dotacji. Małe przedsiębiorstwa rzadziej także wymieniają je rzadziej niż średnie firmy. Innymi słowy, im mniejsze przedsiębiorstwa, tym rzadziej wymieniają dotacje. Odwrotny jest kierunek zależności dotyczący nabywania gruntów, budynków, nieodpłatnie lub na warunkach uprzywilejowanych. W przypadku pozostałych form pomocy brak istotnych zależności.

Wiek firmy jest istotnie statystycznie związany ze staraniem o dotacje. Firmy najmłodsze rzadziej niż obie grupy firm starszych zamierzają się o nie starać. W przypadku pozostałych form pomocy brak istotnych zależności.

Tylko w przypadku zamiarów korzystania z dotacji z programów unijnych istnieje związek pomiędzy lokalizacją w regionach a zamiarami starania się o nie. Przedsiębiorstwa z regionów południowo-wschodniego i północno-wschodniego zamierzają się o nie starać częściej niż w przypadku dwóch pozostałych. W przypadku pozostałych form pomocy brak istotnych zależności.

Różnice w preferencjach wobec różnych form pomocy publicznej są związane z branżą gospodarki. Firmy działające w branżach rolnictwa, łowiectwa, leśnictwa, rybołówstwa i rybactwa znacznie częściej niż firmy innych branż zgłaszają zamiar starania się o środki z dotacji w ramach przedakcesyjnych programów pomocowych UE oraz dotacji strukturalnych, a dużo rzadziej są zainteresowane odroczeniem płatności z tytułu ubezpieczenia społecznego.

Przynależność do branż warunkuje istotnie statystycznie zamiary starania się o cztery rodzaje pomocy: nabycie gruntów i budynków na warunkach uprzywilejowanych oraz trzy rodzaje dotacji. Nabyciem nieruchomości najczęściej zainteresowane są przedsiębiorstwa z branży handlu i napraw, a najrzadziej z przemysłu. Dotacjami z funduszy przedakcesyjnych najbardziej są zainteresowane firmy z branży rolnictwa, najrzadziej z branży usług. Dotacjami z programów strukturalnych częściej niż inne zainteresowane są firmy z branży rolnictwa, budownictwa i usług. Dotacjami ze środków budżetu państwa nieco częściej zainteresowane są firmy z branż rolnictwa i budownictwa, rzadziej z branży handlu i napraw. W przypadku pozostałych form brak istotnych związków.

Firmy rozpoczynające działalność częściej niż inne typy przedsiębiorstw zamierzają wystąpić o zwolnienia podatkowe, odroczenia płatności lub rozłożenia na raty płatności podatku bądź zaległości podatkowej.

Najczęściej zamierzają się starać o odroczenie płatności z tytułu ubezpieczenia społecznego firmy wycofujące się, aż 40,0%, a następnie ograniczające działalność, 18,5%. Pozostałe nieco ponad 10%.

O dotacje z funduszków przedakcesyjnych zamierzają się starać najczęściej firmy rozpoczynające i o ustabilizowanej pozycji – zamierzające poszerzać rynek.

O dotacje z funduszy strukturalnych zamierzają się najczęściej starać firmy ekspandujące, tj. ustabilizowane i planujące rozszerzenie rynku. Najrzadziej firmy wycofujące się, z oczywistych powodów.

O dotacje z budżetu państwa chcą się starać najczęściej firmy wycofujące się i rozpoczynające działalność, najrzadziej utrzymujące pozycje i ograniczające działalność.

W przypadku pozostałych form pomocy brak istotnych zależności.

W przypadku dotacji wielkość firmy, rok powstania, branża, faza rozwoju i dotychczasowe pozytywne doświadczenie wpływa na zamiary starania się o wszystkie trzy rodzaje dotacji. Charakter tych zależności z osobna opisaliśmy wyżej.

9.3. ZAMIAR STARANIA SIĘ O POMOC – PODSUMOWANIE

Aby określić stopień zapotrzebowania firm sektora MSP na pomoc ze środków publicznych zadano pytanie o zamiar starania się o taką pomoc w najbliższym roku. Miało ono postać skali z odpowiedziami: zdecydowanie tak, raczej tak, raczej nie, zdecydowanie nie. Na podstawie tej skali w analizie posłużono się indeksem, w którym wartość 0 oznaczała brak starań a wartość 100 – zdecydowany zamiar starania się (pominięto braki odpowiedzi). Biorąc pod uwagę wielkość przedsiębiorstwa uzyskano następujące wyniki:

Tabela 9.3. Indeks zapotrzebowania na pomoc publiczną w firmach różnej wielkości

0 – brak starań, 100 – zdecydowany zamiar starania się	Indeks
Do 9 zatrudnionych	60
10 do 49 zatrudnionych	70
50 do 249 zatrudnionych	75

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, dane ważone.

Z kolei biorąc pod uwagę to, czy w ciągu ostatnich trzech lat przedsiębiorstwo podejmowało działania na rzecz zdobycia środków pomocy publicznej, uzyskano wyniki:

Tabela 9.4. Indeks zapotrzebowania na pomoc publiczną w zależności od tego, czy firma podejmowała starania o pomoc publiczną

0 – brak starań, 100 – zdecydowany zamiar starania się	Indeks
Tak, podejmowało	81
Nie, nie podejmowało	60

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, dane ważone.

Porównując odsetek przedsiębiorstw, które starały się uprzednio o pomoc publiczną z indeksem mierzącym zamiary podejmowania takich działań stwierdzamy, że indeks ten jest znacznie wyższy od tego odsetka. Może to oznaczać znaczący wzrost tendencji do korzystania ze środków pomocy publicznej ze strony przedsiębiorstw. Może, bowiem wniosek ten osłabia konstatacja, że od deklarowanego zamiaru do rzeczywistych starań droga jest daleka (o czym wspominaliśmy w poprzednim podrozdziale).

Można stwierdzić zależności pomiędzy zamiarem korzystania a wielkością przedsiębiorstwa czy uprzednimi staraniami znalazła potwierdzenie w analizie wykorzystującej procedury „drzew klasyfikacyjnych”. Okazuje się, że szczególnie dobrymi predyktorami do stwierdzenia, czy przedsiębiorstwo będzie się ubiegać o pomoc publiczną, są:

- uprzednie starania o pomoc publiczną;
- pewien zasób wiedzy o pomocy publicznej dla przedsiębiorstw;
- ocena trybu przyznawania pomocy ze względu na tzw. „dojścia” i „nieformalne działania”;
- pewien potencjał firmy mierzony wielkością zatrudnienia czy wielkością obrotów;
- zapotrzebowanie na niektóre formy doradztwa (podatkowe, prawne, technologiczne, w zakresie budowania strategii).

Innymi słowy wpływ na starania ma doświadczenie, wiedza, zaufanie, istniejący potencjał, potrzeby w zakresie doradztwa. Czego dotyczą starania o pomoc publiczną? Gdy chodzi o formy dominują dotacje ze środków unijnych, dotacje z funduszy strukturalnych oraz korzystne kredytowanie.

Tabela 9.5. Zamiar starania się o różne formy pomocy

0 – brak starań, 100 – zdecydowany zamiar starania się	Indeks
Dotacje w ramach przedakcesyjnych programów pomocowych Unii Europejskiej (np. PHARE, SAPARD, ISPA)	66
Dotacje z funduszy strukturalnych	64
Pożyczki lub kredyty udzielane na warunkach korzystniejszych od oferowanych na rynku	64
Gwarancje pożyczek udzielanych na szczególnie korzystnych warunkach	54
Dotacje ze środków budżetu państwa	54
Nabycie przez przedsiębiorstwo gruntów, budynków, nieodpłatnie lub na warunkach uprzywilejowanych	47
Zwolnienia podatkowe, odroczenia płatności lub rozłożenia na raty płatności podatku bądź zaległości podatkowej	46
Odroczenie płatności z tytułu ubezpieczenia społecznego	41
Inne	36

Źródło: opracowanie własne na podstawie badań, dane ważone.

9.4. WNIOSKI

O pomoc publiczną wszystkich rodzajów w ciągu najbliższego roku zamierza się starać 36,8% badanych przedsiębiorstw. Najrzadziej deklarują taki zamiar mikroprzedsiębiorstwa, a najczęściej średnie przedsiębiorstwa. Najczęściej takie zamiary deklarowały przedsiębiorstwa z regionu zachodniego oraz w sektorach rolnictwo z rybołówstwem i w przemyśle z budownictwem. Z punktu widzenia faz rozwoju firmy najczęściej zamierzają się starać o pomoc przedsiębiorstwa rozpoczynające.

Kiedy pytano o zamiary badanych w perspektywie dwóch lat, oraz o konkretne formy pomocy publicznej, dane się zmieniają znacząco in plus. Najczęściej wymieniane są kredyty i pożyczki udzielane na warunkach preferencyjnych. Chce się o nie starać 44% mikrofirm, 56,6% firm małych, i 58,9% średnich. Na drugim miejscu są wymieniane dotacje z funduszy unijnych. Chce się o nie starać 39,9% mikroprzedsiębiorstw, 59,5% firm małych, i 58,9% średnich. Na trzecim miejscu znalazły się gwarancje pożyczek udzielanych na szczególnie korzystnych warunkach. Najmniejszy poziom zainteresowania firmy wykazują odroczeniem i ulgami w zakresie płatności podatkowych i z tytułu ubezpieczenia społecznego.

PODSUMOWANIE BADAŃ

I REKOMENDACJE

Analizując przedstawione wyniki badań można sformułować następujące wnioski:

- Przedsiębiorstwa mikro, małe i średnie inwestując wykorzystują w 90% środki własne. Tylko niewielki odsetek firm wykorzystuje dwa lub więcej źródeł dofinansowania,
- Tylko około 20% przedsiębiorstw, deklaruje iż może sfinansować ze środków własnych całość przewidywanej inwestycji. Przeważająca większość firm deklaruje, iż może samodzielnie sfinansować od 30 do 50% inwestycji. Oznacza to, że istnieje w sektorze MSP potencjalnie duża grupa odbiorców pomocy publicznej,
- Można zaobserwować zależność pomiędzy wielkością zatrudnienia w firmie i wielkością jej obrotów a liczbą wykorzystanych źródeł dofinansowania. Wraz ze wzrostem zatrudnienia i obrotów firmy częściej wykorzystują więcej niż jedno źródło finansowania,
- Tylko niecałe 14% firm z sektora MSP deklaruje, iż stara się o pomoc publiczną w celu wspomżenia rozwoju własnej firmy,
- Podejmowanie starań o pomoc publiczną jest związane z wielkością i wiekiem firmy. Im większa jest firma tym częściej deklaruje podejmowanie starań o pomoc publiczną. Przedsiębiorstwa, które rozpoczynają działalność najrzadziej występują o pomoc publiczną. Im dłużej firma funkcjonuje na rynku tym częściej deklaruje ubieganie się o pomoc publiczną,
- Firmy najczęściej deklarowały starania się pomoc publiczną, z dotacji krajowych i Unii Europejskiej, kredytów i pożyczek na preferencyjnych zasadach oraz gwarancji kredytowych. Te formy pomocy publicznej są najbardziej pożądane wedle deklaracji firm najbardziej atrakcyjne z punktu widzenia ich planów rozwojowych,
- Szkolenia dla pracowników i przedsiębiorców firm są oczekiwaną formą pomocy publicznej niezależnie od wielkości i fazy rozwoju . Firmy różnej wielkości, branży czy długości funkcjonowania różnią się potrzebami szkoleniowymi,

- Preferowane formy pomocy publicznej różnią się w zależności od wielkości firmy. Firmy mikro częściej wymieniają jako preferowaną formę pomocy pożyczki na preferencyjnych zasadach, podczas gdy firmy małe i średnie częściej chciałyby skorzystać z dotacji oraz kredytów bankowych na preferencyjnych zasadach.
- Firmy w zależności od wielkości różnią się oczekiwaną wielkością wsparcia. Wysokość wsparcia, o którą starają się przedsiębiorcy wynosi od 5 do 15 tys. zł. Wraz ze wzrostem zatrudnienia i obrotów firmy zwiększa się kwota pomocy, o którą aplikują przedsiębiorcy,
- Firmy w zależności od wielkości różnią się deklarowanymi celami pomocy publicznej, najczęściej chcą inwestować pozyskane środki na komputeryzację, zakup i odtworzenie maszyn i urządzeń, marketing, promocję reklamę zwiększenie zatrudnienia, szkolenia pracowników, doradztwo,
- Niski jest poziom starania firm o pomoc na badania i rozwój, zakup patentów oraz wprowadzanie nowych produktów,
- Firmy, które skorzystały z pomocy publicznej najczęściej deklarują, iż pomoc publiczna pozytywnie wpłynęła na ich pozycje rynkową,
- Firmy, które starały się o pomoc publiczną (zwłaszcza z dotacji, krajowych i unijnych) deklarują, iż taką pomoc otrzymały. Wraz ze wzrostem wielkości i obrotów firmy, zwiększa się jej skuteczność w staraniu się o dotację,
- Oceniając system pomocy publicznej firmy negatywnie krytykowały oceniały dostępność informacji, wymogi formalne, czytelność wytycznych oraz dostępność od szkoleń na temat pozyskiwania środków pomocy publicznej.
- Postulowane źródła informacji o pomocy publicznej według informacji to strony internetowe, urzędy gminne i skarbowe, prasa i ulotki oraz telewizja.

Z przedstawionych wniosków można sformułować następującą rekomendację dla systemu:

- Pomoc publiczna może być dla firm cennym uzupełnieniem dostępnych źródeł finansowania inwestycji,
- Instrumenty pomocy publicznej skierowane do firm powinny być zróżnicowane w zależności od wielkości firmy pod względem wielkości dostępnego wsparcia oraz formy pomocy,
- Podstawowymi instrumentami wsparcia powinny być dotacje, fundusze pożyczkowe i poręczeniowe, kredyty preferencyjne,
- Firmy mikro, które mają mniejsze potrzeby inwestycyjne oraz potrzeby inwestycyjne nie powinny być zmuszane do konkutowania konkutować o dotacje z firmami małymi i średnimi, które z racji posiadanych zasobów mają większe szanse uzyskania wsparcia posiadającymi lepsze zasoby, a co za tym idzie większe szanse pozyskiwania dotacji,
- Powinny zostać stworzone odrębne instrumenty wsparcia dla firm rozpoczynających działalnośćdziałalność (instrumenty te powinny łączyć- kilka różnych elementów pomocy publicznej – dotacja, ulga preferencyjna, zwolnienie podatkowe etc.),

- Dotacje powinny współfinansować do przynajmniej 50% inwestycji, by umożliwić większości firm realizację i potrzeb inwestycyjnych,
- Współfinansowanie szkoleń pracowników i pracobiorców jest pożądaną formą wsparcia przedsiębiorców, która niewątpliwie wpłynie korzystnie na konkurencyjność polskich firm. Dostępne wsparcie na szkolenia powinno uwzględniać zróżnicowanie firm ze względu na ich wielkość i fazę rozwoju,
- Należy zapewnić większą dostępność do informacji o dostępnej pomocy publicznej oraz celach jej przyznawania,
- Do głównych kanałów informacyjnych powinny należeć internet, prasa, ulotki dostępne w urzędach,
- Powinno się maksymalnie dążyć do uproszczenia procedur i wymogów formalnych przy ubieganiu się o środki z pomocy publicznej,
- Z punktu widzenia potrzeb gospodarki należy zachęcać firmy do inwestowania w badania i rozwój, tworzenia nowych produktów, wdrażanie innowacji oraz poprawę jakości poprzez wdrożenie odpowiednich instrumentów pomocy publicznej.