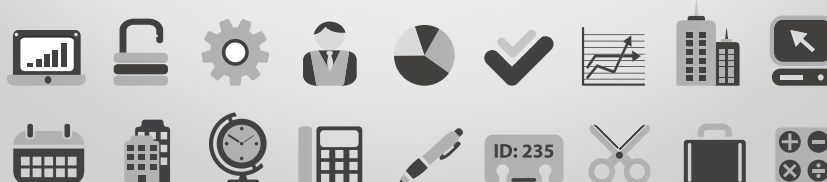


# Potrzeby i oczekiwania przedsiębiorstw

Raport z badań ilościowych i jakościowych wśród mikroprzedsiębiorstw województwa lubelskiego (II fala badania – 2014/2015)



WOJEWÓDZKI URZĄD PRACY  
W LUBLINIE



# Potrzeby i oczekiwania przedsiębiorstw

# **Potrzeby i oczekiwania przedsiębiorstw**

Raport z badań ilościowych i jakościowych  
wśród mikroprzedsiębiorstw województwa lubelskiego  
(II fala badania – 2014/2015)

Lublin 2015

*Projekt „Lubelskie Obserwatorium Rynku Pracy – kontynuacja” jest współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego i budżet państwa. Poddziałanie 6.1.2 Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki.*

### **Opracowanie i realizacja badań ilościowych:**



**Instytut Badawczy IPC Sp. z o.o.**  
ul. A. Ostrowskiego 30  
52-238 Wrocław  
[www.instytut-ipc.pl](http://www.instytut-ipc.pl)

### **Zespół autorski:**

Jarosław Sawicki  
Artur Kotliński  
Żaneta Rosiak

### **Redakcja naukowa:**

dr Marcin Haberła  
Jarosław Sawicki

### **Opracowanie i realizacja badań jakościowych:**



**Wojewódzki Urząd Pracy w Lublinie**  
ul. Obywatelska 4, 20-092 Lublin  
Sekretariat tel. 81 463 53 00, fax 81 463 53 05  
e-mail: [sekretariat@wup.lublin.pl](mailto:sekretariat@wup.lublin.pl)  
[www.wup.lublin.pl](http://www.wup.lublin.pl)

### **Autor:**

Piotr Krzesiński

W publikacji wykorzystano zdjęcia i grafiki:

okładka – © Grki/Fotolia; s. 7 – © Picture-Factory/Fotolia; s. 10 – © Redrex/Fotolia;  
s. 68 – © JiSign/Fotolia.

Publikacja jest dostępna bezpłatnie.

Nakład 500 egzemplarzy  
ISBN: 978-83-63826-22-2

## Spis treści

Wstęp .....	7
Część I. Badanie ilościowe wśród 800 mikroprzedsiębiorstw w roku 2015.....	9
1. Kontekst teoretyczny badania.....	11
2. Metodyka badania.....	14
3. Opis badanej próby.....	20
4. Analiza wyników.....	24
5. Analiza hipotez badawczych.....	61
6. Wnioski i rekomendacje.....	62
Część II. Badanie jakościowe wśród 30 mikroprzedsiębiorstw w roku 2014 .....	67
1. Charakterystyka respondentów .....	69
2. Prowadzenie działalności gospodarczej – motywacje, przygotowanie, potrzeby kształcenia .....	72
3. Dobre praktyki na starcie i podczas prowadzenia własnej działalności gospodarczej .....	75
4. Nisze rynkowe i organizacja firmy.....	80
5. Od wsparcia zewnętrznego do osobistego rozwoju.....	81
6. Bariery rozwoju .....	85
7. Podsumowanie .....	86
Bibliografia.....	86
Aneks 1. Spis tabel.....	87
Aneks 2. Spis wykresów i rysunków .....	88
Aneks 3. Narzędzie badawcze CAWI.....	89
Aneks 4. Narzędzie badawcze IDI.....	102



## Wstęp

Badania mikroprzedsiębiorstw województwa lubelskiego zostały zaprojektowane na dwóch poziomach i w dwóch częściach.

Pierwszy poziom to badania ilościowe zlecane Wykonawcy. Ramy metodyczne i merytoryczne badania zostały nakreślone w szczegółowym opisie przedmiotu zamówienia Zamawiającego, a Wykonawca został wybrany w ramach przetargu nieograniczonego. Umowa na realizację dwuczęściowego badania (I fala na początku roku 2014, II fala na początku roku 2015, za każdym razem na próbie minimum 800 mikroprzedsiębiorstw) została podpisana 31.12.2013 roku. Wykonawca utworzył narzędzie badawcze (dostępne w aneksie do I części raportu) na podstawie celów badawczych sformułowanych przez Zamawiającego.

Drugi poziom to badania jakościowe, które są badaniami własnymi Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Lublinie. Prowadzone były, podobnie jak badania ilościowe, dwukrotnie. Za realizację wywiadów w terenie w listopadzie i grudniu 2014 roku, będących materiałem do analizy zawartej w niniejszym raporcie (w części II publikacji), odpowiedzialni diagności zatrudnieni przez Wojewódzki Urząd Pracy w Lublinie. Narzędziem badawczym był scenariusz indywidualnego wywiadu pogłębionego z przedsiębiorcą, dostępny w aneksie do II części raportu. Na podstawie transkrypcji z wywiadów opracowano opisowe wyniki badań jakościowych.

Materiał do niniejszej publikacji zdobywany był więc w podobnym czasie za pomocą dwóch różnych metod i technik badawczych.

Część I

# Badanie ilościowe wśród 800 mikroprzedsiębiorstw w roku 2015







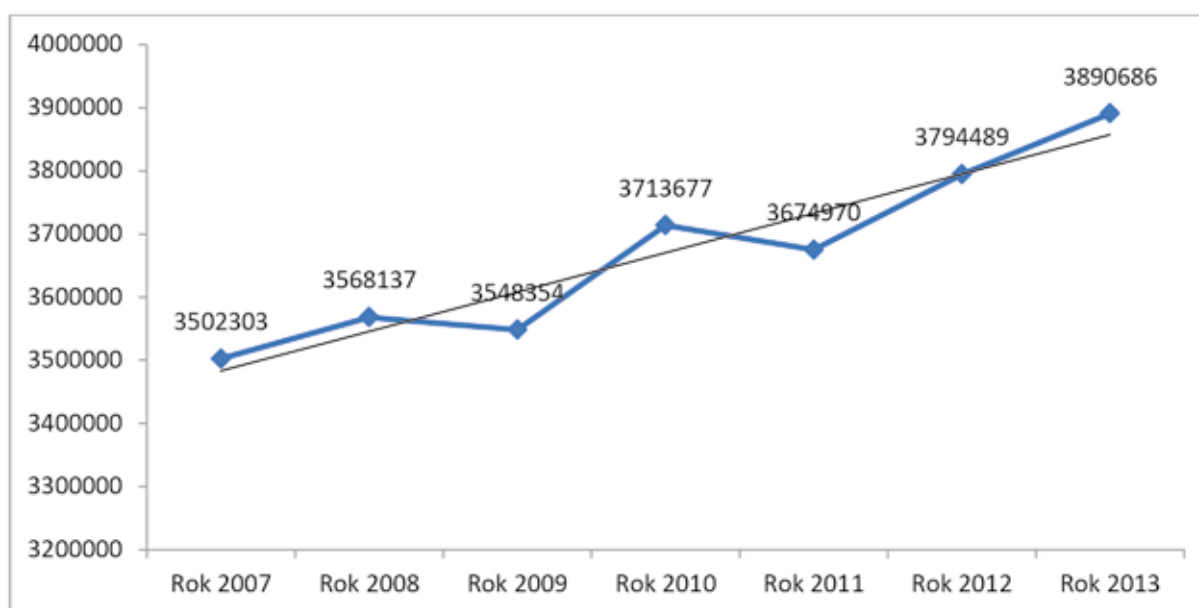
Niniejszy raport został opracowany przez Instytut Badawczy IPC Sp. z o.o. na zlecenie Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Lublinie w ramach projektu systemowego „Lubelskie Obserwatorium Rynku Pracy – kontynuacja”. Raport przedstawia wyniki badania mikroprzedsiębiorstw, którą dotyczą m.in. identyfikacji branż najlepiej odpowiadających na potrzeby rynku, określenia potencjałów rozwojowych branż, identyfikacji branż z najwyższym potencjałem zatrudnieniowym oraz określenia zróżnicowania potrzeb szkoleniowych. Badanie zostało zrealizowane w okresie od stycznia do lutego 2015 roku za pomocą techniki CATI, tj. wywiadów telefonicznych wspomaganych komputerowo. Raport ten stanowi efekt drugiej części badania, poprzednie, analogiczne zostało zrealizowane w 2014 roku.

## 1. Kontekst teoretyczny badania

Jednym z najbardziej zauważalnych przejawów rozwoju gospodarczego w Polsce jest gwałtowny wzrost liczby przedsiębiorstw, a szczególnie małych jednostek gospodarczych, które w sposób znaczący przyczyniają się do rozwoju gospodarczego państwa i poszczególnych województw.

Liczba mikroprzedsiębiorców w Polsce rośnie systematycznie, a w chwili obecnej kształtuje się na poziomie blisko 3,9 mln przedsiębiorstw. Ich odsetek kształtuje się na poziomie około 95% wszystkich przedsiębiorstw. Rośnie także wskaźnik ilości mikroprzedsiębiorstw na 10 tysięcy mieszkańców w wieku produkcyjnym i w 2013 roku wyniósł on 1593,1.

**Wykres 1.** Zmiany w liczbie mikroprzedsiębiorstw w Polsce (2007-2013)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS BDL

Dotychczasowe badania nt. przedsiębiorczości najczęściej skupiały się na sektorze MSP, czyli mikro, małych i średnich przedsiębiorstw. Jednakże traktowanie tych firm w sposób łączny zaciemnia nieco obraz samych mikroprzedsiębiorstw. Widoczne jest, że mikrofirmy są istotnym elementem polskiej rzeczywistości społeczno-gospodarczej. W strukturze udziału w PKB przedsiębiorstw, MSP generują co drugą złotówkę (47,3%), w tym najmniejsze firmy blisko co trzecią (29,4%)<sup>1</sup>. Udział średnich podmiotów jest trzy razy mniejszy (10,1%) niż mikrofirm, a małych – prawie cztery razy (7,8%)<sup>2</sup>. Dotychcza-

<sup>1</sup> P. Chaber et al., *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2011-2012*, Warszawa 2013, s.14.

<sup>2</sup> Ibidem, s. 14.

sowe badania nie pokazują pełnego portretu mikroprzedsiębiorców, a jeśli jest on już realizowany, to zwykle jest przedstawiany na poziomie ogólnopolskim, a nie poszczególnych regionów, które mogą się charakteryzować dużym zróżnicowaniem.

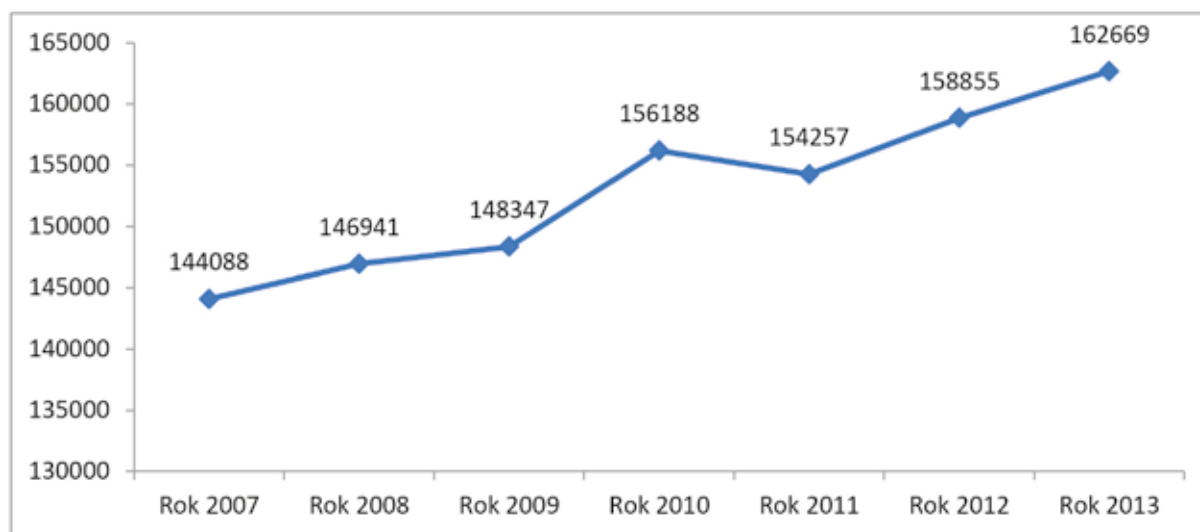
Badania pokazują, że największym pracodawcą w Polsce są mikroprzedsiębiorstwa prowadzone przez osoby fizyczne oraz duże firmy utworzone przez osoby prawne. Łącznie tworzą one miejsca pracy dla ponad 5,7 mln osób z 9 mln osób pracujących ogółem w przedsiębiorstwach<sup>3</sup>.

Według badania zrealizowanego na zlecenie Fundacji Kronenberga, co piąte polskie mikroprzedsiębiorstwo planuje rozszerzyć obszar swojej działalności w ciągu najbliższych dwóch lat<sup>4</sup>. Jednocześnie aż 71% firm, które deklarują planowanie ekspansji swojej działalności, chce rozszerzyć działalność o nowe dla nich produkty i usługi<sup>5</sup>.

Mikroprzedsiębiorstwa mimo swojej silnej pozycji w strukturze polskich przedsiębiorstw<sup>6</sup> są zwykle traktowane łącznie z nieco większymi podmiotami, a co za tym idzie, ich sytuacja nie jest do końca poznana. Nieco więcej światła na mikroprzedsiębiorstwa rzuca raport przygotowany na zlecenie IdeaBanku. Według 42% respondentów warunki do prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce pogorszyły się, a tylko co czwarty przedsiębiorca przyznał, że warunki te uległy polepszeniu. W opinii badanych największe bariery w prowadzeniu działalności gospodarczej stanowią zbyt wysokie podatki, wysokie pozapłacowe koszty zatrudnienia, biurokracja oraz konieczność odprowadzania składek do ZUS w sytuacji, gdy firma nie generuje przychodu<sup>7</sup>.

W województwie lubelskim rośnie liczba zarejestrowanych mikroprzedsiębiorstw. W roku 2013 wyniosła ona 162 669 i była o blisko 13% wyższa od ilości mikrofirm w roku 2007. Rośnie jednocześnie wskaźnik ilości mikrofirm na 10 tysięcy mieszkańców w wieku produkcyjnym – w roku 2013 wyniósł on 1202,8 i był on o ponad 13% większy niż w roku 2007.

**Wykres 2.** Zmiana liczby mikroprzedsiębiorstw w województwie lubelskim w latach 2007-2013



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS BDL

<sup>3</sup> Ibidem, s. 28.

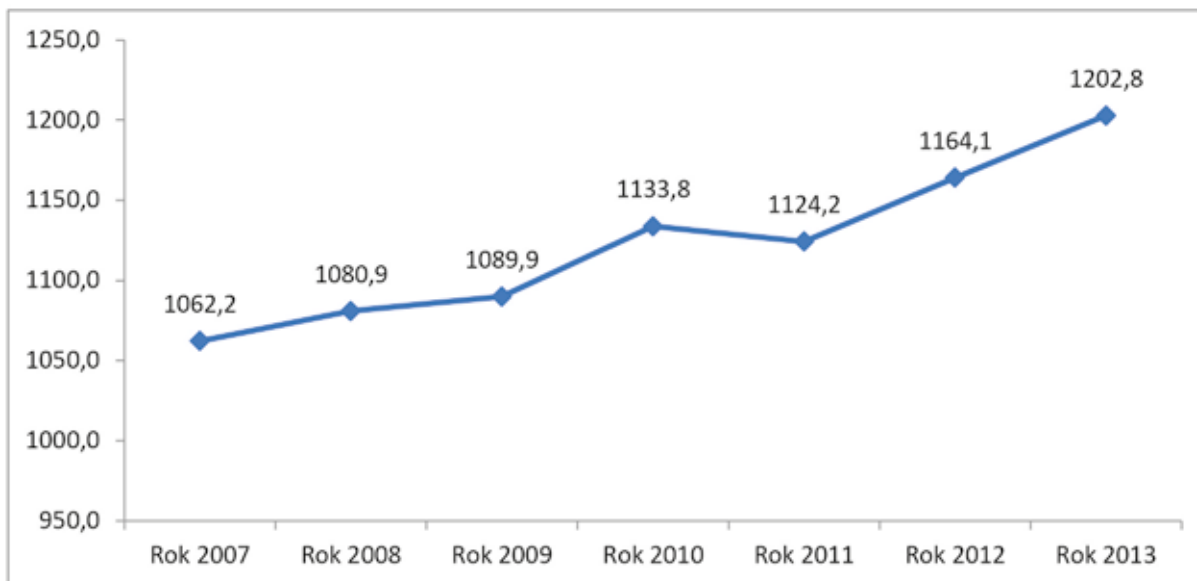
<sup>4</sup> Fundacja Kronenberga, *Badanie Ekspansja mikrofirm*, Warszawa 2014, s. 7.

<sup>5</sup> Ibidem, s. 11.

<sup>6</sup> W roku 2013 stanowiły 95,6% polskich przedsiębiorstw.

<sup>7</sup> K. Siwek, K. Rola-Stężycka, A. Szymborska-Sutton, *Mikroprzedsiębiorcy oceniają warunki do prowadzenia biznesu*, Warszawa 2013, s. 3-5.

**Wykres 3.** Wskaźnik liczby mikroprzedsiębiorstw na 10 tysięcy mieszkańców w wieku produkcyjnym w latach 2007-2013



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS BDL

W roku 2011 widoczne było niewielkie wahnięcie w dół w liczbie przedsiębiorstw, jednakże w kolejnych latach trend ten został zahamowany i obserwowany jest dalszy wzrost na stałym poziomie.

**Wykres 4.** Zmiany nastrojów gospodarczych wśród lubelskich przedsiębiorców w latach 2001-2012



Źródło: Lubelski Barometr Gospodarczy

Jak widać, mimo wzrostu wskaźników związanych z ilością podmiotów gospodarczych, w chwili obecnej mamy do czynienia ze spadkiem nastrojów, który mimo pewnych wahań utrzymuje tendencję spadkową, a trend ten trwa od 2007 roku.

W województwie lubelskim problem mikroprzedsiębiorczości został poruszony m.in. w badaniach *Potrzeby i oczekiwania pracodawców w województwie lubelskim* oraz *Wszechstronna analiza rynku pracy – diagnoza i prognoza*. Badania pokazały, że osoby samozatrudnione, prowadzące jednoosobowe mikroprzedsiębiorstwa są zadowolone ze swojego życia zawodowego oraz z rodzaju prowadzonej przez siebie działalności<sup>8</sup>. Główne czynniki, które skłoniły respondentów do założenia własnej działalności gospodarczej to przede wszystkim brak pracy i problemy ze znalezieniem zatrudnienia, nadzieja na wyższe zarobki i poprawę własnej sytuacji ekonomicznej oraz chęć sprawdzenia się w pracy na własny rachunek, a także chęć niezależności zawodowej czy potrzeba samorealizacji<sup>9</sup>.

## 2. Metodyka badania

### 2.1. Cele szczegółowe badania

Cele badania opracowane na podstawie dostarczonego przez Zamawiającego Opisu Przedmiotu Zamówienia przedstawione zostały schematycznie w poniższej tabeli.

**Tabela 1.** Cele szczegółowe badania

Nr celu	Opis celu badania
Cel 1	Identyfikacja branż najlepiej odpowiadających na potrzeby rynku, o dużych perspektywach rozwoju tzn. takich, których przedstawiciele wskazują na istniejące niezagospodarowane potrzeby klientów w branży (nisze rynkowe) i związany z nimi popyt na usługi i produkty.
Cel 2	Określenie potencjałów rozwojowych branż na podstawie branżowego rozkładu samoocen co do utrzymania działalności gospodarczej i zwiększania konkurencyjności firm oraz zdefiniowanie potencjalnych czynników pomagających w utrzymaniu i konkurencyjności mikroprzedsiębiorstw w branżach.
Cel 3	Identyfikacja branż z najwyższym potencjałem zatrudnieniowym i rekomendowanych przez mikrofirmy sposobów stymulowania zatrudnienia.
Cel 4	Określenie branżowego zróżnicowania potrzeb szkoleniowych mikrofirm, w tym oczekiwań merytorycznych i organizacyjnych.

<sup>8</sup> Lubelskie Obserwatorium Rynku Pracy, *Wszechstronna analiza rynku pracy – diagnoza i prognoza*, Lublin 2013, s.106.

<sup>9</sup> *Ibidem*, s.106.

## 2.2. Pytania badawcze

Pytania badawcze, na podstawie których stworzony został kwestionariusz wywiadu, przedstawione zostały schematycznie w poniższej tabeli.

Tabela 2. Pytania badawcze

Nr celu	Pytania badawcze wraz z uzasadnieniami
Cel 1	<p>Jakie branże najlepiej odpowiadają na potrzeby rynku? <i>To pytanie badawcze pozwoliło ustalić, jakie branże są w chwili obecnej najlepiej dostosowane do wymagań lokalnego, regionalnego oraz krajowego, a także zagranicznego rynku. Dzięki uzyskanym informacjom możliwe było lepsze kształtowanie polityki wsparcia mikroprzedsiębiorczości.</i></p> <p>Jakie są największe niezagospodarowane potrzeby klientów w poszczególnych branżach? <i>Dzięki temu pytaniu badawczemu możliwe było poznanie obszarów, które mogą stać się nowymi niszami, w których ulokują się nowe mikroprzedsiębiorstwa lub zagospodarują obecnie istniejące w trakcie swojego rozwoju.</i></p> <p>Jak będzie się kształtował popyt na produkty i usługi poszczególnych branż w okresie najbliższych dwóch lat? <i>Pytanie o prognozowany popyt na produkty i usługi mikroprzedsiębiorstw pozwoliło na stworzenie swego rodzaju barometru przewidywanej sprzedaży usług i produktów. Szczególnie fakt, że badanie zostanie powtórzone w następnym roku, pozwoli na stworzenie dynamicznego obrazu zmian w popycie i uchwycenie potencjalnych zmian.</i></p>
Cel 2	<p>Jak kształtują się potencjały rozwojowe poszczególnych branż? <i>Podział badanych ze względu na reprezentowane przez nich branże (zarówno branże według sekcji PKD, jak i zagregowane w większe grupy) pozwolił na oszacowanie, które z nich są szczególnie rozwojowe</i></p> <p>Które branże są liderami samooceny co do utrzymania działalności gospodarczej i zwiększania konkurencyjności, a które branże oceniają się najgorzej? <i>Pytanie to pozwoliło na stworzenie barometru odczuć mikroprzedsiębiorców odnośnie ich własnej samooceny i dalszej działalności na rynku. Dzięki temu możliwe będzie określenie profili samooceny poszczególnych branż.</i></p> <p>Jak kształtuje się przestrzenny rozkład branż, które są liderami samooceny, a jak wygląda to w sytuacji branż najgorzej się oceniających? <i>Przestrzenny rozkład branż pozwolił na stworzenie map klimatu rozwoju w poszczególnych powiatach, a co za tym idzie określenie ośrodków wzrostu i stagnacji w zakresie rozwoju mikroprzedsiębiorczości w województwie lubelskim.</i></p>
Cel 3	<p>Które branże charakteryzują się najwyższym potencjałem zatrudnieniowym? <i>Dzięki temu pytaniu możliwe było ustalenie branż, które wśród mikroprzedsiębiorstw rekrutują najbardziej intensywnie, a także takich, w których w najbliższym czasie może nastąpić największy wzrost lub spadek zatrudnienia. Pozwoli to na skierowanie odpowiednich działań zaradczych do odpowiednich branż.</i></p> <p>Jak kształtuje się przestrzenny rozkład branż charakteryzujących się najwyższym potencjałem zatrudnieniowym? <i>Przestrzenny rozkład branż pozwolił na stworzenie map zatrudnienia w poszczególnych powiatach i branżach, a co za tym idzie określenie ośrodków wzrostu i stagnacji w zakresie rozwoju zatrudnieniowego mikroprzedsiębiorców w województwie lubelskim.</i></p> <p>Jakie są rekomendowane przez mikrofirmy sposoby stymulowania wzrostu zatrudnienia? <i>Pytanie to pozwoliło stworzyć katalog sposobów stymulowania wzrostu zatrudnienia, prezentujący zestaw dobrych praktyk. Dzięki uzyskanym w ten sposób informacjom możliwe będzie rozpowszechnienie najbardziej skutecznych działań i lepsze stymulowanie wzrostu zatrudnienia w mikroprzedsiębiorstwach w województwie lubelskim.</i></p>

Nr celu	Pytania badawcze wraz z uzasadnieniami
Cel 3	<p>Jakie wymagania przed kandydatami do pracy stawiały mikrofirmy w prowadzonych w ciągu ostatniego roku rekrutacjach? Jakimi były warunki zatrudnienia?</p> <p><i>Pytanie to umożliwiło poznanie dokładnych wymagań stawianych kandydatom, a co za tym idzie w przyszłości pozwoli na stworzenie katalogu potrzeb pracodawców w zakresie: poziomu wykształcenia, doświadczenia zawodowego, wieku i innych oraz ich oferty dla potencjalnych pracowników w zakresie rodzaju umowy, wymiaru etatu, proponowanych zarobków i innych.</i></p> <p>Czy wszystkie procesy rekrutacyjne zakończyły się sukcesem? Z jakich przyczyn nie zaleziono kandydata spełniającego wymagania?</p> <p><i>Pytanie to pozwoliło na określenie cech pracowników, które są szczególnie trudno dostępne na rynku pracy i uniemożliwiają lub utrudniają pozyskanie odpowiednich osób do pracy w mikroprzedsiębiorstwach.</i></p> <p>Jakich pracowników poszukiwały i planują rekrutować mikrofirmy (wg obowiązującej Klasyfikacji zawodów i specjalności oraz odrębnie wg zawierającej się w niej Klasyfikacji zawodów szkolnictwa zawodowego)?</p> <p><i>Umieszczenie takiego pytania pozwoliło osiągnąć istotny rezultat badania – ranking poszukiwanych zawodów.</i></p>
Cel 4	<p>Jakie są potrzeby szkoleniowe mikrofirm w ramach poszczególnych branż?</p> <p><i>Poznanie potrzeb szkoleniowych w ramach poszczególnych branż może ułatwić dostosowanie projektów szkoleniowych realizowanych w ramach programów operacyjnych w przyszłym okresie budżetowym UE, a także dostosowanie swoich ofert przez firmy szkoleniowe.</i></p> <p>Jakie są oczekiwania merytoryczne i organizacyjne mikrofirm wobec szkoleń?</p> <p><i>Dzięki temu pytaniu możliwe było poznanie oczekiwań mikroprzedsiębiorców w zakresie merytoryki i organizacji szkoleń, a co za tym idzie – lepsze dostosowanie w przyszłości oferty szkoleniowej do potrzeb grup docelowych.</i></p> <p>Jakie są różnice pomiędzy pracownikami a kadrami zarządzającą/właścicielami w zakresie potrzeb szkoleniowych?</p> <p><i>Dzięki temu pytaniu możliwe będzie dostosowanie oferty szkoleniowej skierowanej do pracowników mikroprzedsiębiorstw oraz kadry zarządzającej/właścicieli.</i></p> <p>Jak kształtuje się gradacja potrzeb szkoleniowych w poszczególnych branżach w przypadku pracowników i kadry zarządzającej/właścicieli?</p> <p><i>Pytanie to pozwoli na opracowanie listy potrzeb szkoleniowych i odpowiednie dopracowanie oferty szkoleniowej, która będzie przeznaczona dla poszczególnych branż oraz pracowników i kadry zarządzającej/właścicieli mikroprzedsiębiorstw.</i></p>

## Hipotezy badawcze

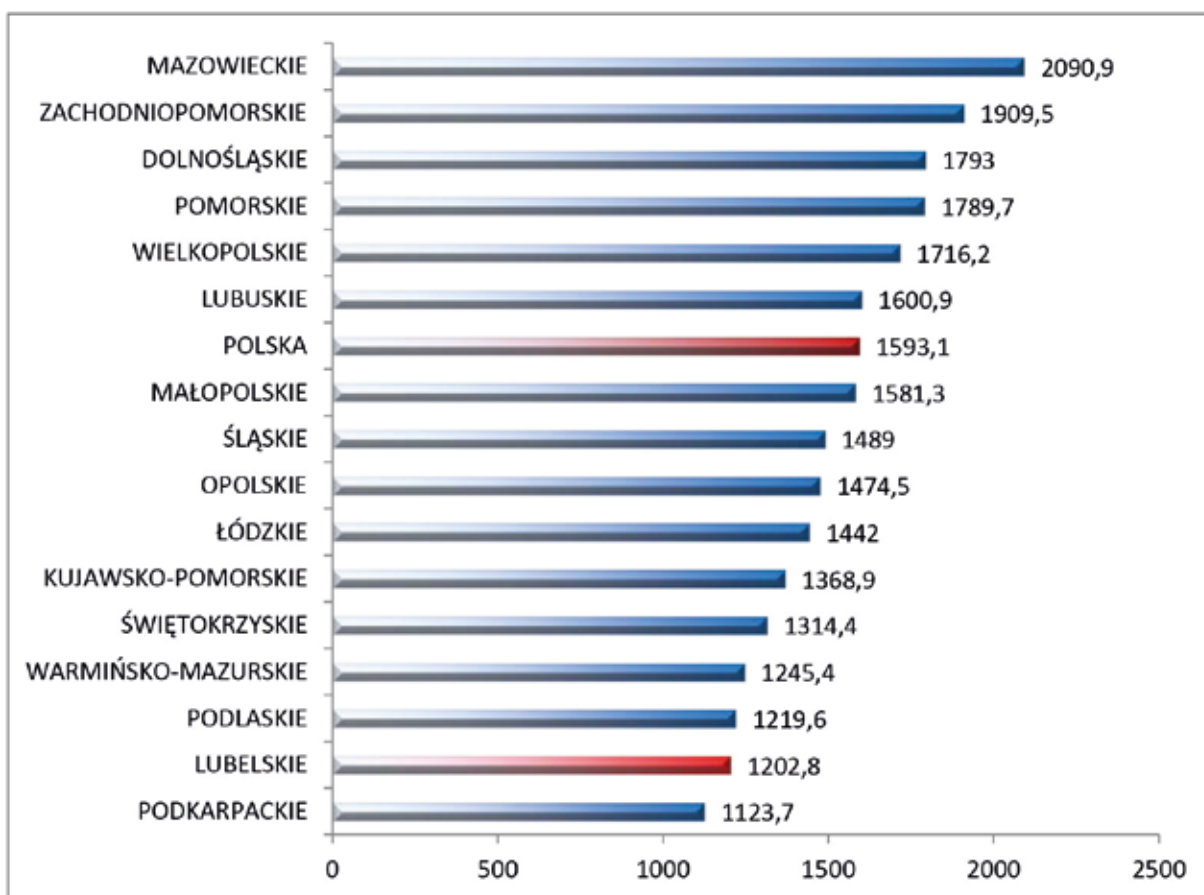
Tabela 3. Hipotezy badawcze

Lp.	Hipotezy badawcze
1.	Istnieje grupa firm w ramach poszczególnych branż, która wyprzedza pozostałe, konkurencyjne firmy w dostarczaniu niszowych produktów/usług dla specyficznych grup klientów.
2.	Mikroprzedsiębiorstwa, które były w niedalekiej przeszłości aktywne na polu rekrutacyjnym, będą planowały kolejne rekrutacje w przyszłości.
3.	Mikroprzedsiębiorstwa z województwa lubelskiego pozytywnie oceniają swoją przyszłość w zakresie oceny szans na utrzymanie działalności firmy w ciągu kolejnych dwóch lat.
4.	Większość mikroprzedsiębiorstw z województwa lubelskiego planuje w ciągu następnego roku zatrudnić co najmniej jednego pracownika.
5.	Mikroprzedsiębiorstwa z województwa lubelskiego będą w najbliższym czasie zainteresowane przede wszystkim szkoleniami z zakresu umiejętności miękkich kierowanymi do swoich pracowników.
6.	Mikroprzedsiębiorstwa, które mają w swojej historii epizody związane ze szkoleniem pracowników lub kadry zarządzającej chętniej będą kierowały pracowników na szkolenie w przyszłości.

## Opis badanej populacji mikroprzedsiębiorstw w województwie lubelskim

W województwie lubelskim w roku 2013 było zarejestrowanych 162 669 podmiotów gospodarczych, które zatrudniały do 9 osób<sup>10</sup>. Według danych Głównego Urzędu Statystycznego w roku 2013 na 10 tysięcy mieszkańców w wieku produkcyjnym w województwie lubelskim przypadało 1202,8 podmiotów gospodarczych zatrudniających do 9 pracowników. Jest to jeden z najniższych wskaźników w Polsce (niższy wskaźnik ma tylko województwo podkarpackie, gdzie wskaźnik ten wyniósł 1123,7, średnia krajowa jego wartość wyniosła 1593,1).

**Wykres 5.** Wskaźnik podmiotów gospodarki narodowej zatrudniających do 9 pracowników na 10 tysięcy mieszkańców w wieku produkcyjnym w roku 2013



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych BDL GUS

**Tabela 4.** Ilość podmiotów gospodarki narodowej zatrudniających do 9 pracowników w podziale na podregiony i powiaty województwa lubelskiego w 2013 roku

Jednostka terytorialna	0-9	Odsetek
LUBELSKIE	162669	100%
Podregion 9 – bialski	20030	12,3%
Powiat bialski	6171	3,8%
Powiat parczewski	2234	1,4%
Powiat radzyński	3633	2,2%

<sup>10</sup> W grupie tej znajdują się także mikroprzedsiębiorstwa, gdzie występuje zjawisko samozatrudnienia, tj. gdzie oprócz właściciela firmy nikt nie pracuje. W badaniu jednak wzięły udział wyłącznie firmy zatrudniające co najmniej jedną osobę.

Jednostka terytorialna	0-9	Odsetek
Powiat włodawski	2619	1,6%
Powiat m. Biała Podlaska	5373	3,3%
Podregion 10 – chełmsko-zamojski	43203	26,6%
Powiat biłgorajski	7160	4,4%
Powiat chełmski	3341	2,1%
Powiat hrubieszowski	4019	2,5%
Powiat krasnostawski	3478	2,1%
Powiat tomaszowski	6262	3,8%
Powiat zamojski	5957	3,7%
Powiat m. Chełm	5474	3,4%
Powiat m. Zamość	7512	4,6%
Podregion 11 – lubelski	65964	40,5%
Powiat lubartowski	5413	3,3%
Powiat lubelski	10619	6,5%
Powiat łęczyński	3049	1,9%
Powiat świdnicki	5258	3,2%
Powiat m. Lublin	41625	25,6%
Podregion 12 – puławski	33472	20,6%
Powiat janowski	3183	2%
Powiat kraśnicki	5812	3,6%
Powiat łukowski	7693	4,7%
Powiat opolski	3719	2,3%
Powiat puławski	9434	5,8%
Powiat rycki	3631	2,2%

Źródło: Bank Danych Lokalnych GUS

Należy zauważyć, że przedstawione powyżej dane statystyczne odnoszą się do podmiotów gospodarki narodowej – w tym mikroprzedsiębiorstw. Podmiotów, które zatrudniają co najmniej jednego pracownika (ale nie więcej niż 9) było w województwie lubelskim w 2012 roku 75824<sup>11</sup>.

**Tabela 5.** Struktura populacji w podziale na wybrane sekcje PKD i liczbę pracowników do 9 osób

Sekcja	Liczba
Rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo i rybactwo	4262
Przemysł (w tym 12279 firm z branży przetwórstwo przemysłowe – sekcja C PKD)	13152
Budownictwo	19142
Handel, naprawa pojazdów samochodowych	47984
Transport i gospodarka magazynowa	11177
Zakwaterowanie i gastronomia	4247
Działalność finansowa i ubezpieczeniowa	5228

<sup>11</sup> Zob. *Działalność gospodarcza przedsiębiorstw o liczbie pracujących do 9 osób w 2012 r.*, Tab. 3, s. 7, [http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/PGWF\\_dzial\\_gosp\\_przed\\_o\\_1\\_prac\\_9os\\_2012.pdf](http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/PGWF_dzial_gosp_przed_o_1_prac_9os_2012.pdf) (dostęp: luty 2015).



Sekcja	Liczba
Obsługa rynku nieruchomości	4720
Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	12002
Administracja publiczna i obrona narodowa, obowiązkowe zabezpieczenie społeczne	2047
Edukacja	4808
Opieka zdrowotna i pomoc społeczna	9262
Pozostała działalność usługowa	11395

Źródło: opracowanie własne na podstawie Zmiany strukturalne grup podmiotów gospodarki narodowej w rejestrze REGON w województwie lubelskim, 2012 r., Tab. 8, s. 41, [http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/lublin/ASSETS\\_zmiany\\_strukturalne\\_2012int.pdf](http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/lublin/ASSETS_zmiany_strukturalne_2012int.pdf) (dostęp: luty 2015).

## Dobór próby

W drugiej fali badanie zostało zrealizowane na próbie 800 mikroprzedsiębiorstw z siedzibą w województwie lubelskim. Błąd statystyczny wyniósł w tym przypadku 3,5% (przy założeniu, że populacja wynosi 162 699, poziom ufności 0,95, a szacowana wielkość frakcji 0,5). Każda z badanych firm spełniła kryterium istnienia na rynku branżowym co najmniej 2 lata, licząc od dnia badania<sup>12</sup>.

W badaniu, jako operat losowania, została wykorzystana baza REGON, tj. rejestr podmiotów gospodarki narodowej prowadzony przez Główny Urząd Statystyczny. Wykonawca zastosował probabilistyczną metodę doboru próby – dobór losowy warstwowy, który polega na podziale całej populacji generalnej na tzw. warstwy i dokonaniu bezpośredniego losowania niezależnych prób w obrębie każdej warstwy. Podział próby na warstwy musi być przeprowadzony w taki sposób, aby każdy element wchodził tylko do jednej warstwy i znajdował się w którejś z nich. Same warstwy powinny być jednorodne wewnętrznie (tzn. aby jednostki w ramach poszczególnej warstwy łączyła wspólna cecha, np. przynależność do jednej branży) i różnić się między sobą istotnie (tzn. by poszczególne jednostki nie mogły występować w dwóch różnych kategoriach jednej warstwy, np. w dwóch różnych branżach). Zastosowanie probabilistycznego schematu doboru próby pozwoli na uogólnienie uzyskanych wyników na całą populację.

W momencie wykrycia niedostatecznej ilości podmiotów z poszczególnych powiatów w próbie, odpowiednia ilość rekordów została dołosowana do próby z bazy REGON. Zastosowanie probabilistycznego schematu doboru próby pozwoliło na uogólnienie uzyskanych wyników na całą populację.

W kwestii doboru terytorialnego przedsiębiorstw, zastosowany został dobór proporcjonalny, związany z ilością firm mających siedzibę w poszczególnych powiatach na podstawie danych uzyskanych z Banku Danych Lokalnych GUS. Taki podział ilości wywiadów odzwierciedla w najlepszy możliwy sposób strukturę populacji w badanej próbie.

## Metoda badawcza

Badanie zrealizowano za pomocą techniki wywiadów telefonicznych CATI (Computer Assisted Telephone Interview, czyli wspomagany komputerowo wywiad telefoniczny). Jest to ilościowa metoda gromadzenia danych, w której badanie realizowane jest przy użyciu kwestionariusza zawierającego pytania niewymagające używania materiałów pomocniczych. Wspomniany kwestionariusz zamieszczony został w Aneksie nr 3.

W badaniach realizowanych metodą CATI wywiad z respondentem przeprowadzany jest przez telefon, ankieter odczytuje pytania i notuje uzyskiwane odpowiedzi, korzystając ze specjalnego skryptu

<sup>12</sup> Do doboru próby przyjęto liczbę wszystkich mikroprzedsiębiorstw, bowiem podana wcześniej liczba 75824 firm zatrudniających co najmniej jednego pracownika jest oparta na szacunkowych wartościach wynikających z badania reprezentacyjnego działalności gospodarczej, a nie na pełnych danych statystycznych dotyczących całej populacji.

komputerowego. Skrypt taki pozwala na pewne zautomatyzowanie kwestionariusza – np. poprzez zarządzanie filtrowaniem zadawanych pytań. Badanie CATI ponadto pozwala na zapewnienie respondentom anonimowości (respondenci dzięki takiemu zapewnieniu chętniej przekazują informacje drażliwe). Średni czas trwania wywiadu wyniósł około 16 minut.

Wyniki badania zostały następnie poddane analizie statystycznej przy wykorzystaniu oprogramowania SPSS Statistics. Utworzono również bazy danych na potrzeby komponentu wdrożeniowego projektu „Lubelskiego Obserwatorium Rynku Pracy – kontynuacja”: [wirtualnydoradca.wup.lublin.pl](http://wirtualnydoradca.wup.lublin.pl).

**UWAGA GENERALNA:** W niektórych przypadkach wartości na wykresach mogą nie sumować się do pełnych 100% w związku z użyciem do analiz pakietu statystycznego, który może zaokrągląć niektóre wyniki.

### 3. Opis badanej próby

Do badań zaproszonych zostało 800 mikroprzedsiębiorstw z województwa lubelskiego. Na wstępie wywiadu CATI każdej z osób badanych zostały zadane pytania sprawdzające, celem potwierdzenia, że rzeczywiście jest przedstawicielem mikroprzedsiębiorstwa – tj., że firma zatrudniała w ostatnich dwóch latach obrotowych średniorocznie mniej niż 10 pracowników, a także, że firma osiągnęła w ostatnich dwóch latach obrotowych roczny obrót netto ze sprzedaży towarów, wyrobów i usług oraz operacji finansowych nieprzekraczający równowartości w złotych 2 mln euro.

Osoby udzielające wywiadów potwierdziły również, że są właścicielami firmy lub osobami nią zarządzającymi, a także, że reprezentowana przez nich firma istnieje na rynku co najmniej 2 lata.

Przedstawiciele firm reprezentowali 20 różnych branż. Podział na branże oparty został na zmodyfikowanym na potrzeby badania amerykańskim systemie klasyfikacji działalności NAICS (North American Industry Classification System – Statystyczna Klasyfikacja Działalności Gospodarczych w Ameryce Północnej)<sup>13</sup>. W trakcie badań dokonano równomiernego podziału na przedsiębiorców z poszczególnych branż, w związku z czym każda z branż była reprezentowana przez 40 przedsiębiorstw, czyli stanowiła 5% całości. Równomierny podział umożliwił wyciąganie wniosków branżowych oraz tworzenie rankingów branż według wybranej zmiennej. Tabela 6 przedstawia wszystkie branże wzięte pod uwagę w trakcie badań.

**Tabela 6.** Branża, do jakiej należy firma

Branża
Rolnictwo, leśnictwo, rybołówstwo (w tym: przedsiębiorstwa przetwórstwa rolnego)
Motoryzacja
Usługi dla ludności (w tym dostawa i naprawy systemów dostarczania wody, energii, itp.)
Informatyka
Budownictwo
Produkcja
Handel hurtowy
Handel detaliczny
Transport, logistyka i magazynowanie
Działalność wydawnicza

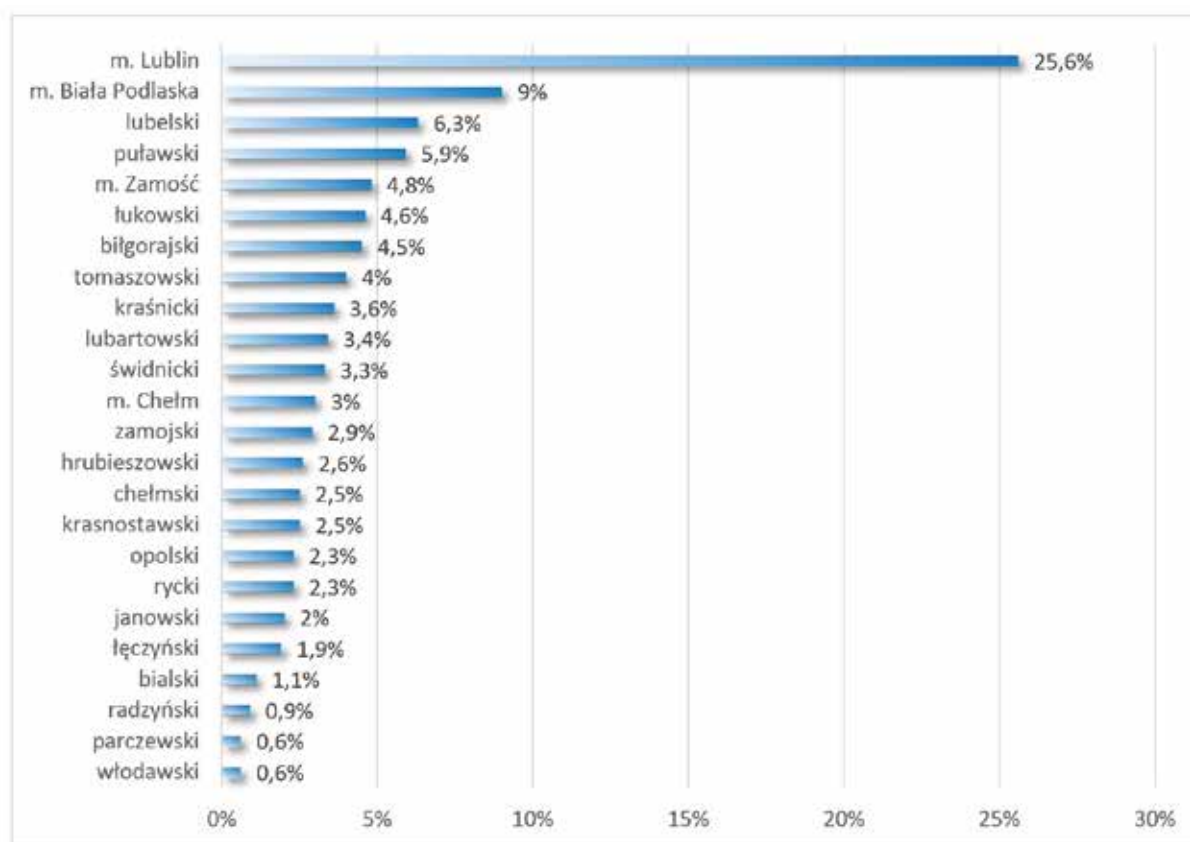
<sup>13</sup> Zob. <http://www.census.gov/cgi-bin/sssd/naics/naicsrch?chart=2012> (dostęp: luty 2015).

Finanse i ubezpieczenia
Nieruchomości: pośrednictwo, wynajem i leasing
Działalność profesjonalna, naukowa i usługi techniczne (w tym: kancelarie prawne, podatkowe, firmy projektowe itp.)
Doradztwo w zakresie zarządzania (w tym: zarządzanie finansami, doradztwo gospodarcze itp.)
Pomoc techniczna i administracyjna (w tym: zarządzanie usługami dla mieszkańców, ochrona, pośrednictwo zatrudnienia itp.)
Usługi edukacyjne
Ochrona zdrowia i pomoc społeczna
Sztuka, rozrywka i rekreacja (w tym: agencje artystyczne, organizatorzy imprez itp.)
Zakwaterowanie (w tym: hotelarstwo itp.)
Usługi spożywcze (w tym: restauracje, bary itp.)

Największy odsetek firm biorących udział w badaniu był zarejestrowany w mieście Lublinie. Stanowiły one 25,6% wszystkich firm biorących udział w badaniu. W dalszej kolejności najwięcej firm było zarejestrowanych w Białej Podlaskiej (9%), w powiecie lubelskim (6,3%) i powiecie puławskim (5,9%).

Przy wyborze lokalizacji zastosowano dobór proporcjonalny, związany z ilością firm mających siedzibę w poszczególnych powiatach (na podstawie danych uzyskanych z Banku Danych Lokalnych GUS). Taki podział ilości wywiadów odzwierciedla w najlepszy możliwy sposób strukturę populacji w badanej próbie. Wykres 6. przedstawia procentowy udział firm zarejestrowanych w danym powiecie w ogóle próby badawczej, a Tabela 7. pokazuje liczbę wywiadów CATI zrealizowanych w każdym podregionie oraz w każdym powiecie.

**Wykres 6.** Powiat, w którym jest zarejestrowana firma

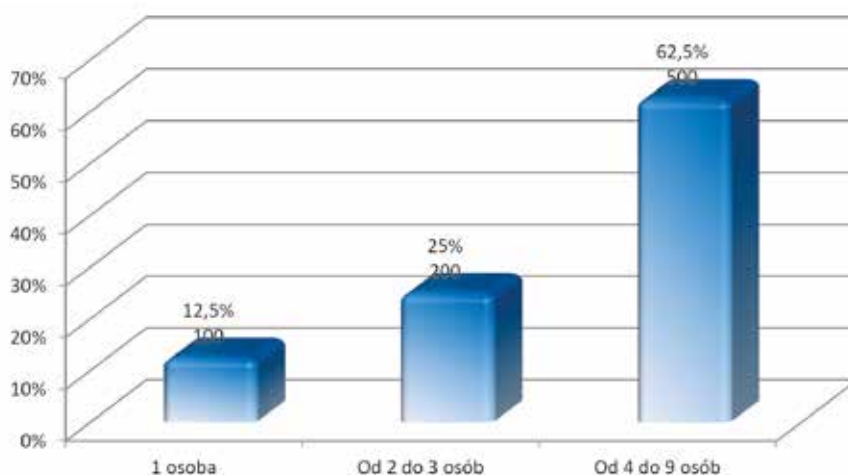


**Tabela 7. Struktura próby w podziale na podregiony oraz powiaty<sup>14</sup>**

Podregion	Liczba wywiadów	Część podregionu	Liczba wywiadów
bialski	98	Miasto Biała Podlaska	72
		bialski	9
		parczewski	5
		radzyński	7
		włodawski	5
chełmsko-zamojski	214	Miasto Chełm	24
		Miasto Zamość	38
		biłgorajski	36
		chełmski	20
		hrubieszowski	21
		krasnostawski	20
		tomaszowski	32
		zamojski	23
puławski	165	puławski	47
		janowski	16
		kraśnicki	29
		łukowski	37
		opolski	18
		rycki	18
lubelski	323	Miasto Lublin	205
		lubartowski	27
		lubelski	50
		łęczyński	15
		świdnicki	26

Zgodnie z założoną próbą ponad połowa badanych (62,5%) zatrudnia od czterech do dziewięciu osób. Jedna czwarta (25%) zatrudnia od dwóch do trzech osób, a 12,5% wszystkich firm – jedną osobę. Przytoczone dane przedstawia Wykres 7.

**Wykres 7. Liczba zatrudnionych pracowników<sup>15</sup>**

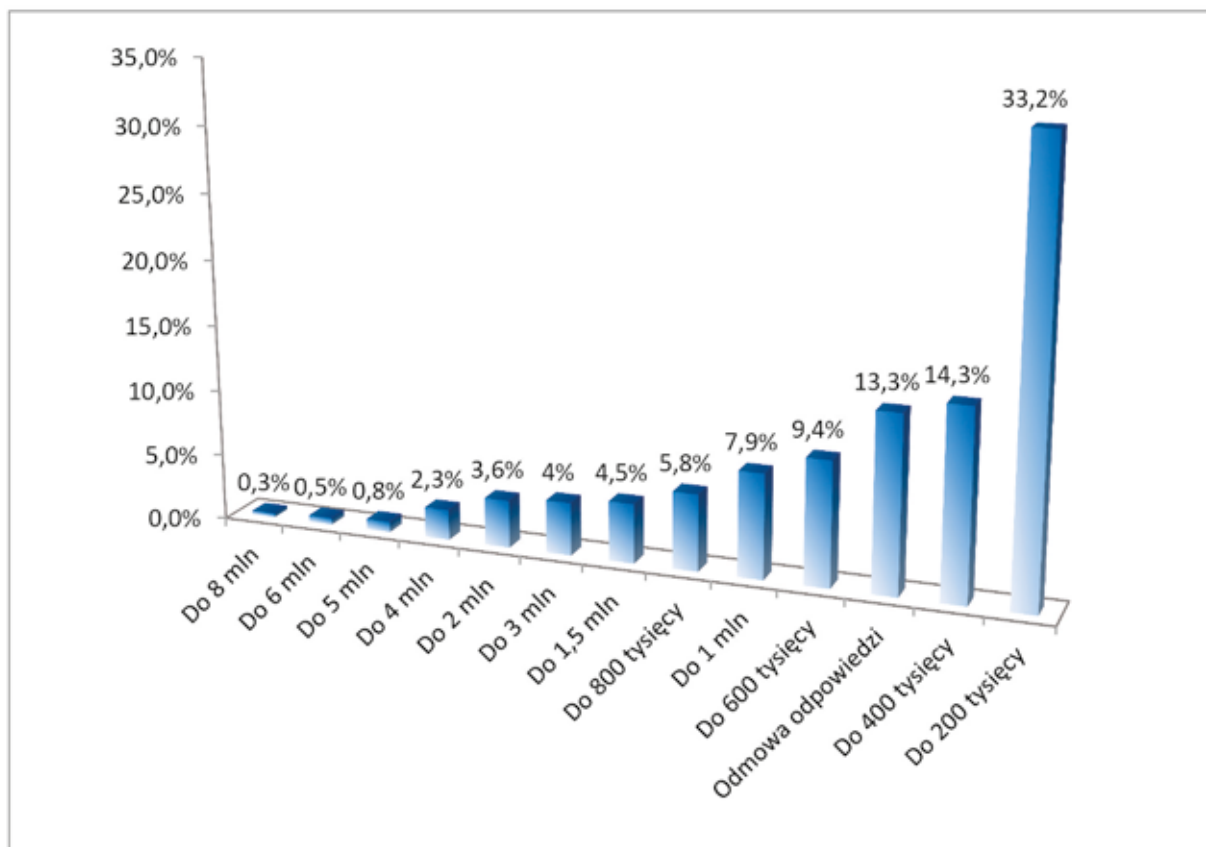


<sup>14</sup> Struktura próby jest identyczna jak w przypadku pierwszej fali badania, jednakże są to inne podmioty, które nie brały udziału w poprzedniej edycji badania.

<sup>15</sup> W badaniu wzięły udział wyłącznie mikrofirmy, które zatrudniają choć jednego, poza właścicielem, pracownika, niezależnie od formy zatrudnienia.

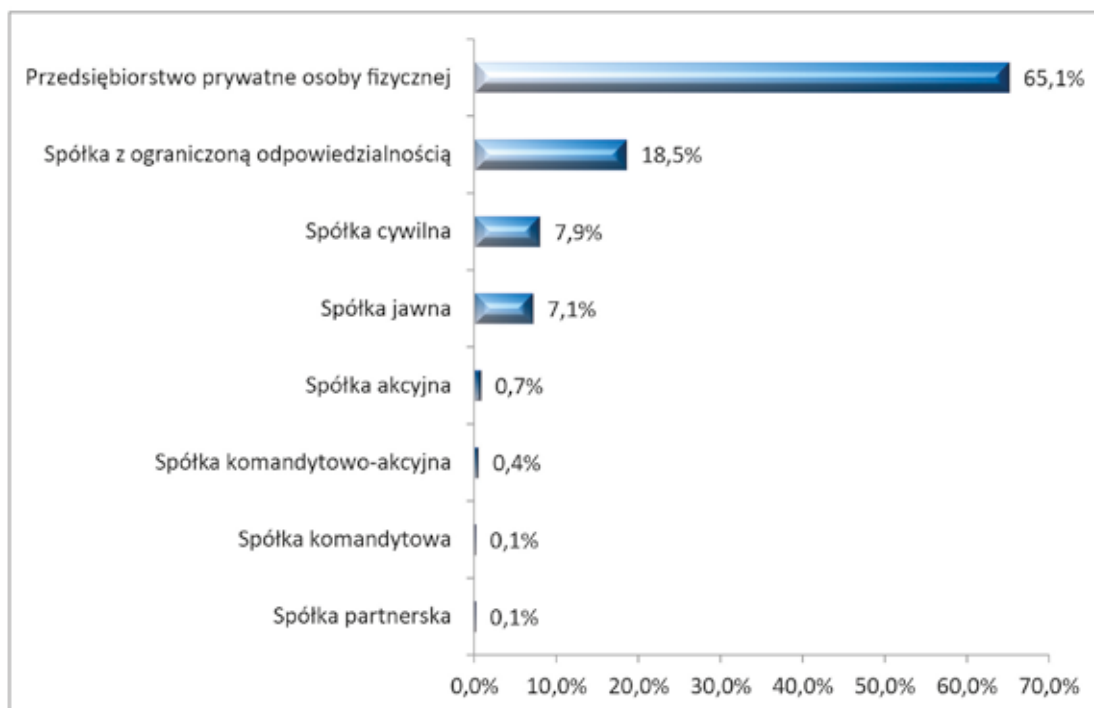
Przedstawiciele firm biorących udział w badaniu podali również oszacowany obrót w minionym roku obrotowym. 13,3% odmówiło odpowiedzi. Pośród osób, które udzieliły odpowiedzi na to pytanie największy odsetek firm – 33,2%, uzyskał szacunkowy obrót do 200 tysięcy złotych. Dalej 14,3% uzyskało szacunkowo obrót w wysokości do 400 tysięcy złotych, a 9,4% do 600 tysięcy złotych. Spośród badanych podmiotów 1,6% stanowią firmy, których przedstawiciele oszacowali swoje ubiegłoroczne obroty powyżej 4 milionów złotych. Dokładny podział procentowy tego zagadnienia został przedstawiony na poniższym wykresie.

**Wykres 8.** Szacunkowy obrót w złotych w ubiegłym roku obrotowym



Analizując formę prawną badanych firm można stwierdzić, że ponad połowę przebadanych mikroprzedsiębiorstw województwa lubelskiego (65,1%) stanowiły prywatne przedsiębiorstwa osób fizycznych. 18,5% to spółki z ograniczoną odpowiedzialnością, spółki cywilne 7,9%, a spółki jawne 7,1%. Pozostałe, stanowiące łącznie zaledwie nieco ponad 1%, to: spółki akcyjne, spółki komandytowe, spółki partnerskie i komandytywo-akcyjne. Szczegółowe rozróżnienie na procentowy podział ze względu na formy prawne mikroprzedsiębiorstw w województwie lubelskim prezentuje Wykres 9.

Wykres 9. Forma prawna przedsiębiorstwa



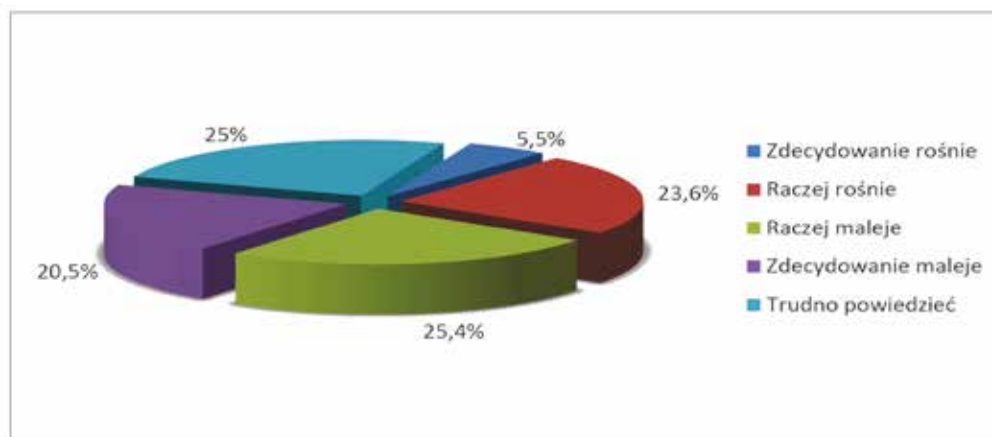
Ponad połowa osób wypowiedających się w badaniach, a tym samym właścicieli lub przedstawicieli zarządu, to mężczyźni (64,4%). Kobiety zaś stanowiły 35,6% biorących udział w badaniu.

#### 4. Analiza wyników

##### Zmiana zapotrzebowania na produkty i usługi firm

Przedstawiciele firm biorących udział w badaniach zostali na początku wywiadu poproszeni o oszacowanie wzrostu lub spadku popytu na produkty własnej firmy. Jeden na czterech mikroprzedsiębiorców (25%) nie umiał określić swojego stanowiska. Również prawie jedna trzecia (29,1%) określiła, że popyt na produkty ich firmy wzrósł. Pozostała część badanych (45,9%) uważa, że popyt na ich produkty zmalał. W stosunku do odpowiedzi badanych z pierwszej fali widoczne jest zwiększenie się odsetka osób, które przewidują spadek popytu na produkty ich firmy (z 38% do 45,9%). Dokładny podział procentowy dotyczący charakteru popytu lubelskich firm przedstawia Wykres 10.

Wykres 10. Oszacowanie wzrostu lub spadku popytu na produkty firmy



Przedstawiciele firm dokonali również oszacowania średniego procentowego wzrostu lub spadku zapotrzebowania na produkty czy usługi ich firm w danym roku w porównaniu z rokiem poprzednim. Największy wzrost dostrzegli przedstawiciele usług edukacyjnych – aż 60% wypowiedzających się przedstawicieli firm z tej branży uważa, że taki wzrost nastąpił. Osoby zdecydowanie o tym przekonane szacują, że taki wzrost wyniósł średnio 25%, a osoby raczej przekonane o takim wzroście uważają, że wyniósł on 20%.

47,5% przedstawicieli branż: sztuka, rozrywka i rekreacja oraz działalność profesjonalna, naukowa i usługi techniczne, podobnie jak w przypadku branży usług edukacyjnych, dostrzegają wzrost popytu na swoje produkty i usługi, osoby raczej przekonane o takim wzroście szacowały natomiast, że wyniósł on około 40%.

Największy spadek szacowany był natomiast w branżach związanych z handlem. Aż 77,5% przedstawicieli branży handel detaliczny szacowało, że zapotrzebowanie na ich usługi spadło. Osoby zdecydowanie o tym przekonane uważały, że taki spadek wyniósł 57,5%, a osoby raczej przekonane o takim spadku – że wyniósł on 20%. Szczegółowy podział procentowy dotyczący odsetka badanych określających charakter popytu lubelskich firm, z podziałem na poszczególne branże przedstawia Tabela 8.

W stosunku do poprzedniego badania wyraźnie widać, że nastąpiły pewne zmiany szczególnie w przypadku branży informatyka. O ile wcześniej przedstawiciele branży informatyka oceniali wzrost w swojej firmie na dość wysokim poziomie (50%), to w obecnej fali badania wskaźnik ten spadł do zaledwie 27,5%.

**Tabela 8.** Oszacowanie wzrostu lub spadku popytu na produkty firmy z podziałem na branże

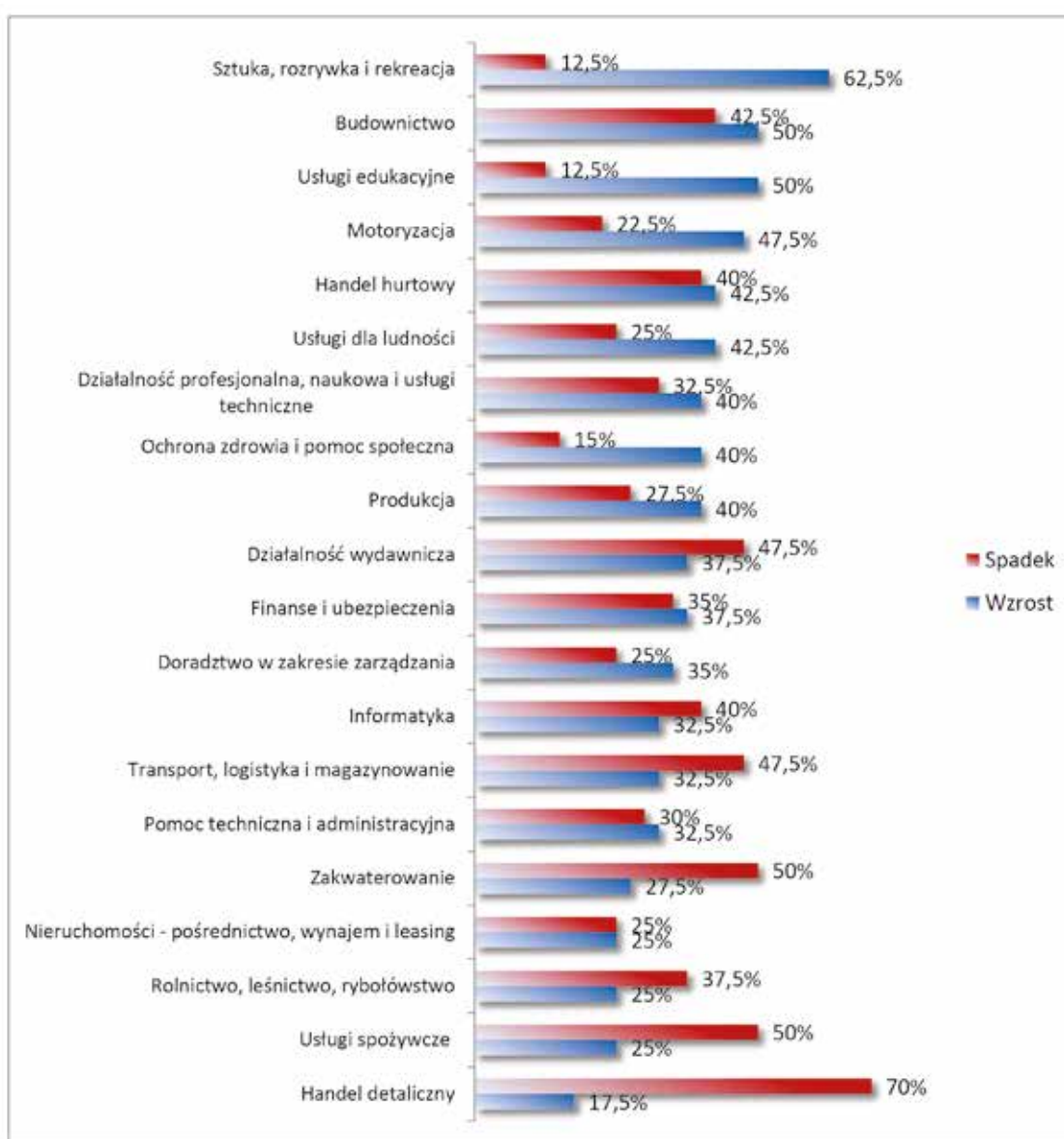
Branża	Odpowiedzi	Zdecydowanie rośnie	Raczej rośnie	Raczej maleje	Zdecydowanie maleje	Nie wiem, trudno powiedzieć
Rolnictwo, leśnictwo, rybołówstwo		10%	10%	32,5%	27,5%	20%
Motoryzacja		-----	30%	30%	7,5%	32,5%
Usługi dla ludności		5%	20%	30%	22,5%	22,5%
Informatyka		2,5%	25%	30%	30%	12,5%
Budownictwo		5%	40%	17,5%	17,5%	20%
Produkcja		5%	22,5%	15%	20%	37,5%
Handel hurtowy		10%	30%	15%	25%	20%
Handel detaliczny		-----	12,5%	20%	57,5%	10%
Transport, logistyka i magazynowanie		-----	17,5%	27,5%	37,5%	17,5%
Działalność wydawnicza		5%	20%	17,5%	42,5%	15%
Finanse i ubezpieczenia		17,5%	22,5%	17,5%	2,5%	40%
Nieruchomości – pośrednictwo, wynajmem i leasing		-----	5%	40%	2,5%	52,5%
Działalność profesjonalna, naukowa i usługi techniczne		7,5%	40%	20%	2,5%	30%
Doradztwo w zakresie zarządzania		2,5%	17,5%	30%	17,5%	32,5%
Pomoc techniczna i administracyjna		-----	15%	27,5%	20%	37,5%
Usługi edukacyjne		25%	35%	22,5%	-----	17,5%
Ochrona zdrowia i pomoc społeczna		5%	30%	17,5%	10%	37,5%
Sztuka, rozrywka i rekreacja		10%	37,5%	32,5%	5%	15%
Zakwaterowanie		-----	30%	35%	22,5%	12,5%
Usługi spożywcze		-----	12,5%	30%	40%	17,5%

Badani zostali także poproszeni o ocenę zapotrzebowania na produkty i usługi własnej firmy w okresie najbliższego roku oraz dwóch lat.

W perspektywie jednego roku największy wzrost zapotrzebowania na swoje usługi i produkty przewidują przedstawiciele branży sztuka, rozrywka i rekreacja – wzrost przewiduje 62,5% przedstawicieli firm z tej branży. Na kolejnych miejscach pod względem perspektywy wzrostu zapotrzebowania pojawiły się branże: budownictwo (50%), usługi edukacyjne (50%), motoryzacja (47,5%). Największy zaś spadek zapotrzebowania na swoje produkty przewidują przedstawiciele branż: handel detaliczny (70%), usługi spożywcze (50%) oraz zakwaterowanie (50%). Szczegółowy podział ocen przedstawicieli poszczególnych branż przedstawia Wykres 11.

W porównaniu z poprzednim badaniem widoczne jest dość spore zróżnicowanie w zakresie perspektyw rozwojowych. Dotychczasowi liderzy, tj. informatyka, działalność profesjonalna, naukowa i usługi techniczne oraz transport, logistyka i magazynowanie dość mocno spadli w rankingu, szczególnie wyraźnie widoczne jest to w przypadku dwóch pierwszych branż.

**Wykres 11.** Ocena zapotrzebowania na produkty/usługi firmy w okresie najbliższego roku<sup>16</sup>

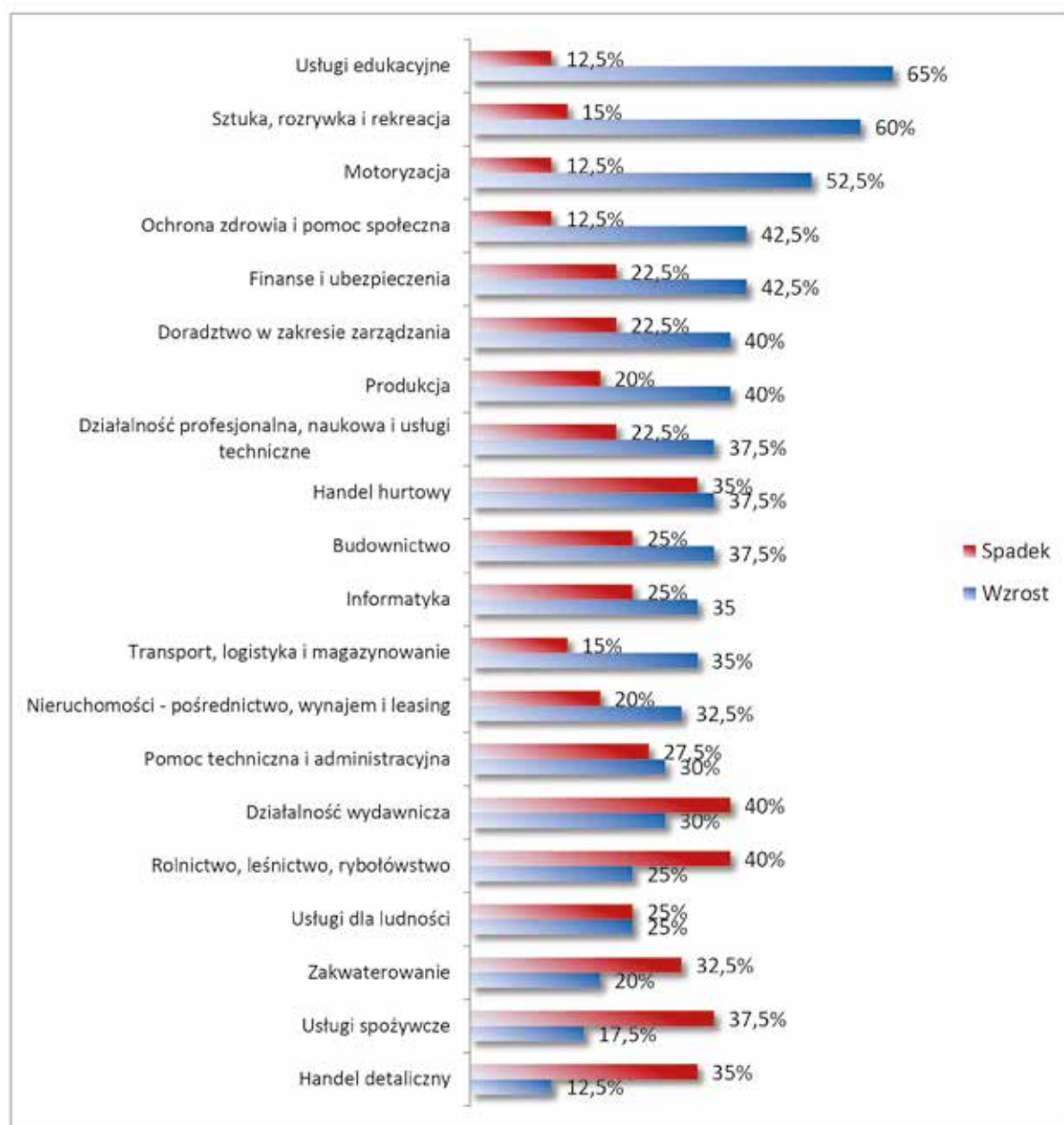


<sup>16</sup> Wzrost oznacza sumę odpowiedzi „zdecydowanie wzrośnie” i „raczej wzrośnie”, natomiast spadek „zdecydowanie spadnie” i „raczej spadnie”.



Ocena dwuletniego okresu nie różni się w sposób istotny od oceny rocznego okresu, choć na pierwsze miejsce wysunęła się branża usługi edukacyjne – 65%. Przedstawiciele przedsiębiorstw nie przewidują zatem dużych zmian w takiej perspektywie czasowej. Największy wzrost zapotrzebowania na swoje usługi i produkty przewidują przedstawiciele tych samych branż, co w przypadku perspektywy jednego roku. Duży wzrost szacowany jest w sztuce, rozrywce i rekreacji – prognozuje go 60% badanych z tej branży. Wzrost przewidują również przedstawiciele branż: motoryzacja (52,5%), ochrona zdrowia i pomoc społeczna (42,5%), finanse i ubezpieczenia (42,5%). Największy zaś spadek zapotrzebowania na swoje produkty i usługi szacują przedstawiciele branż: działalność wydawnicza, rolnictwo, leśnictwo i rybołówstwo (po 40%). Szczegółowy podział ocen przedstawicieli poszczególnych branż przedstawia Wykres 12. W stosunku do ubiegłorocznego badania pierwsze miejsca straciły branże: informatyka, działalność profesjonalna, naukowa i usługi techniczne oraz transport, logistyka i magazynowanie.

**Wykres 12.** Ocena zapotrzebowania na produkty/usługi firmy w okresie najbliższych dwóch lat<sup>17</sup>



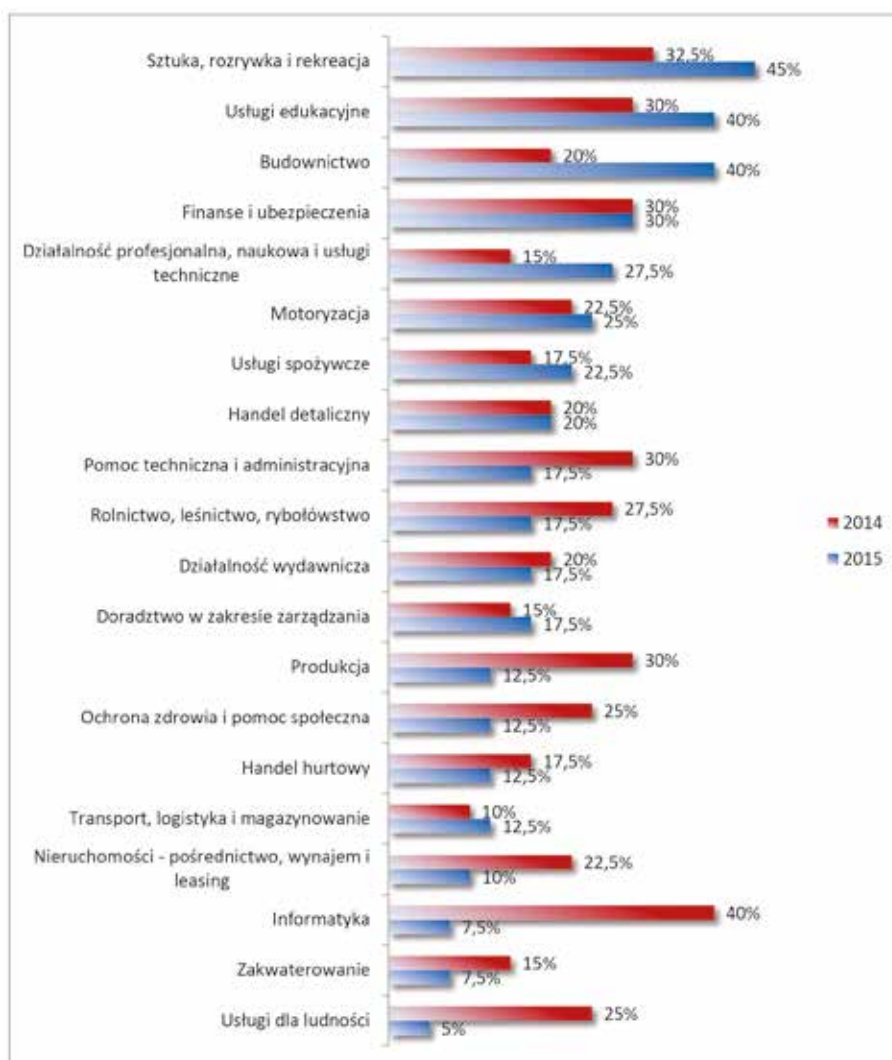
<sup>17</sup> Wzrost oznacza sumę odpowiedzi „zdecydowanie wzrośnie” i „raczej wzrośnie”, natomiast spadek „zdecydowanie spadnie” i „raczej spadnie”.

Aby możliwe było poznanie obszarów, które mogą stać się nowymi niszami, w których ulokują się nowe mikroprzedsiębiorstwa lub zagospodarują obecnie istniejące segmenty rynku w trakcie swojego rozwoju, respondenci zostali zapytani o niezagospodarowane potrzeby klientów w ich branżach.

Na pytanie, czy w branży osoby badanej istnieją niezagospodarowane potrzeby klientów, 80% przedstawicieli mikroprzedsiębiorstw odpowiedziało przecząco, a 20% twierdząco.

Analizując kwestię zagospodarowania potrzeb klientów w poszczególnych branżach, zauważyć można, że to sztuka, rozrywka i rekreacja jest dziedziną, w której w opinii respondentów istnieje najwięcej produktów lub usług poszukiwanych przez klientów, a które nie są oferowane na rynku lub też oferuje je zbyt mało podmiotów w stosunku do potrzeb klientów. Wskazało tak 45% wypowiedzających się przedstawicieli firm z tej branży. Wysoki poziom niezagospodarowania potrzeb klientów dostrzega się także w branżach: usługi edukacyjne (40%), budownictwo (40%) oraz finanse i ubezpieczenia (30%). Najlepiej zaś zagospodarowaną branżą są usługi dla ludności (zaledwie 5% przedstawicieli firm tego sektora widzi niespełnione potrzeby klientów). Szczegółowe wyniki dotyczące tego zagadnienia przedstawione zostały na wykresie Wykres 13. W stosunku do poprzedniego badania nastąpiły pewne przesunięcia, dość wyraźnie w rankingu spadła informatyka, z kolei bardzo dużo zyskało budownictwo.

**Wykres 13.** Branże, w których istnieją niezagospodarowane potrzeby klientów<sup>18</sup>



<sup>18</sup> Wykres przedstawia odsetek przedsiębiorców z poszczególnych branż, którzy zadeklarowali istnienie niezagospodarowanych potrzeb klientów.

Przedstawiciele mikroprzedsiębiorstw z każdej branży, którzy dostrzegali niezagospodarowane potrzeby klientów, zostali poproszeni o opisanie, jakiego rodzaju są to potrzeby – jakie usługi i produkty w ramach każdej branży są poszukiwane przez klientów, a jednocześnie nie są oferowane przez wystarczającą liczbę przedsiębiorstw, by zapełnić rynek. Wypowiedzi właścicieli i członków zarządów firm dotyczące niezagospodarowanych potrzeb w każdej z branż przedstawione zostały w poniższej tabeli.

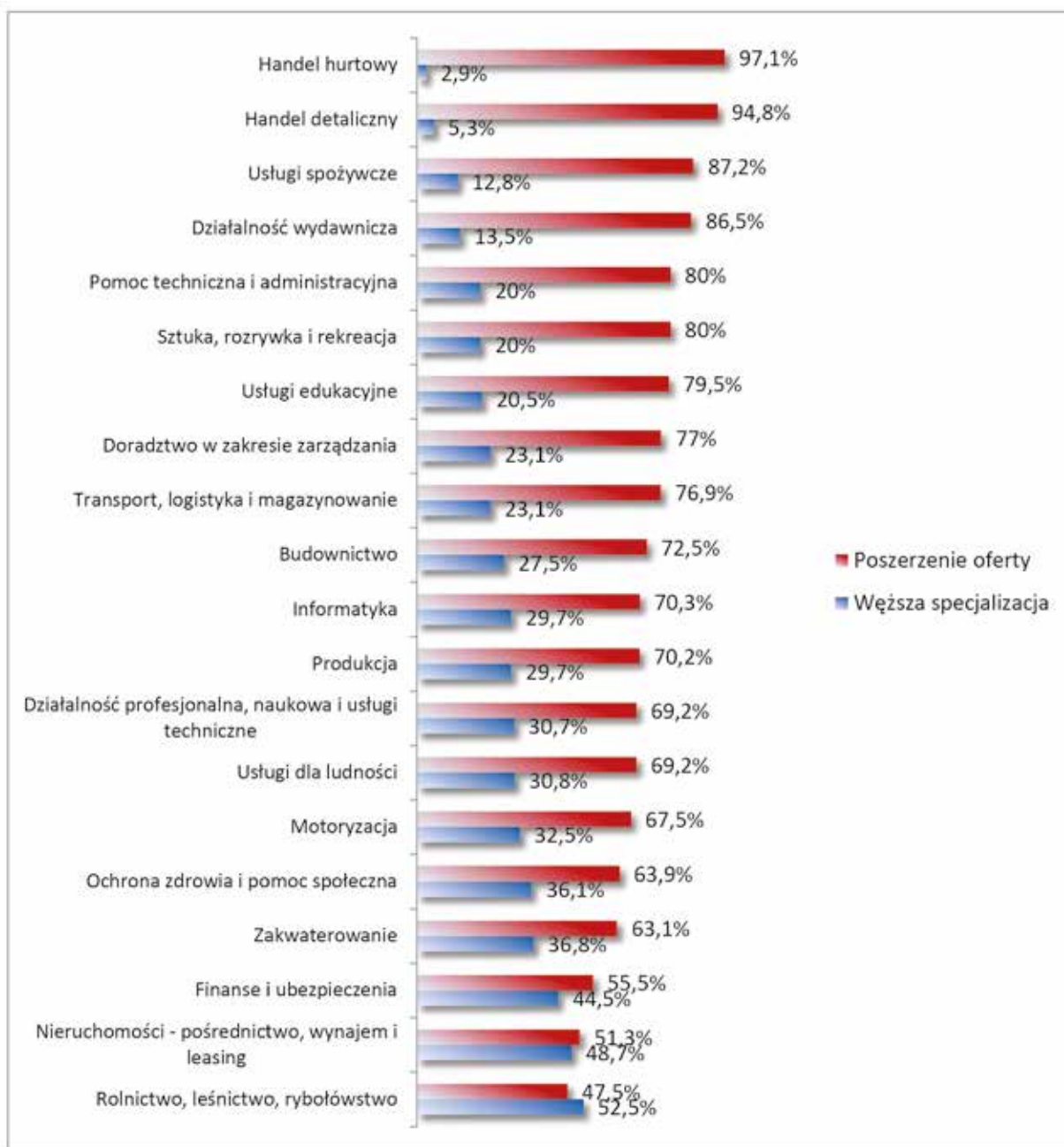
**Tabela 9.** *Niezagospodarowane potrzeby klientów poszczególnych branż*

Branża	Niezagospodarowane potrzeby klientów w branży
Rolnictwo, leśnictwo, rybołówstwo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- środki ochrony roślin, nasiona</li> <li>- produkcja ekologicznej żywności</li> <li>- naprawy sprzętu rolniczego</li> </ul>
Motoryzacja	<ul style="list-style-type: none"> <li>- konserwacja samochodów, zabezpieczenia antykorozyjne samochodów</li> <li>- sprzedaż rzadkich na rynku narzędzi warsztatowych</li> <li>- regeneracja podzespołów</li> <li>- szybkie usługi serwisowe (fast service)</li> <li>- wszystkie usługi w jednym zakładzie</li> </ul>
Usługi dla ludności	<ul style="list-style-type: none"> <li>- brak wskazań</li> </ul>
Informatyka	<ul style="list-style-type: none"> <li>- usługi telekomunikacje zaawansowane (metroethernet)</li> <li>- usługi światłowodowe</li> <li>- wyposażenie biur w serwery, systemy przesyłające między dwoma firmami</li> <li>- zaawansowana obsługa informatyczna firm</li> <li>- doradztwo marketingowe</li> <li>- marketing internetowy</li> </ul>
Budownictwo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- kompleksowe usługi budowlane</li> </ul>
Produkcja	<ul style="list-style-type: none"> <li>- produkcja palet</li> <li>- produkty regionalne</li> <li>- produkcja materiałów klasy premium dla wymagających klientów</li> </ul>
Handel hurtowy	<ul style="list-style-type: none"> <li>- brak wskazań</li> </ul>
Handel detaliczny	<ul style="list-style-type: none"> <li>- brak wskazań</li> </ul>
Transport, logistyka i magazynowanie	<ul style="list-style-type: none"> <li>- reorganizacja transportu, żeby było tak, jak jest na całym świecie</li> <li>- udzielanie zabezpieczeń tranzytowych na Ukrainę</li> <li>- dowóz pracowników do firm</li> </ul>
Działalność wydawnicza	<ul style="list-style-type: none"> <li>- działania w Internecie, gdzie klient decyduje o tym, jak zrobić album i robi go samodzielnie przez specjalnie stworzoną stronę internetową</li> </ul>
Finanse i ubezpieczenia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- potrzeby doradztwa finansowego i obsługi</li> <li>- produkty konsolidacyjne dla klientów, którzy popadają w długi</li> <li>- sprawy sporne z ZUS</li> <li>- rozliczenia podatkowe z zagranicy</li> <li>- ubezpieczenie zdrowotne, szpitalne</li> <li>- usługi związane z pomaganiem finansowym, kadrowym dla przedsiębiorstw</li> <li>- doradztwo finansowo-kadrowe dla przedsiębiorstw</li> </ul>
Nieruchomości – pośrednictwo, wynajem i leasing	<ul style="list-style-type: none"> <li>- hale magazynowe o większej powierzchni</li> <li>- sprzątanie posesji</li> <li>- usługi budowlano-remontowe</li> <li>- usługi elektryczne</li> <li>- usługi kominiarskie</li> <li>- usługi gazownicze</li> </ul>

Branża	Niezagospodarowane potrzeby klientów w branży
Działalność profesjonalna, naukowa i usługi techniczne	<ul style="list-style-type: none"> <li>- nadzór energetyczny budynków</li> <li>- testy do wykrywania niebezpiecznych czynników</li> <li>- tworzenie instytucji działających na rzecz mieszkańców</li> <li>- usługi w pisaniu stron internetowych</li> </ul>
Doradztwo w zakresie zarządzania	<ul style="list-style-type: none"> <li>- prywatny abonament prawniczy</li> <li>- systemy zarządzania wynikające z nowych norm</li> </ul>
Pomoc techniczna i administracyjna	<ul style="list-style-type: none"> <li>- doradztwo w zakresie reklam</li> <li>- malowanie dachu na wysokości, wymiana kanalizacji</li> </ul>
Usługi edukacyjne	<ul style="list-style-type: none"> <li>- szkolenia dobrej jakości za niską cenę</li> <li>- szkolenia, które pozwolą na większą możliwość pracy,</li> <li>- szkolenia certyfikowane, które są aprobowane przez pracodawców</li> <li>- języki obce</li> <li>- kursy na koparko-ładowarki</li> <li>- szkolenia z pozyskiwania dotacji</li> <li>- różnorodne formy zajęć dla dzieci w mniejszych miejscowościach</li> <li>- szkolenia specjalistyczne</li> </ul>
Ochrona zdrowia i pomoc społeczna	<ul style="list-style-type: none"> <li>- brak wskazań</li> </ul>
Sztuka, rozrywka i rekreacja	<ul style="list-style-type: none"> <li>- nowoczesne formy literatury</li> <li>- instruktor wokalu, instruktor plastyki, choreograf</li> <li>- muzycy i instruktorzy tańca współczesnego</li> <li>- organizacja zbiorowego, rodzinnego wypoczynku; wyjazdy turystyczne po regionie, turystyka, informacja turystyczna</li> <li>- teatr, kino</li> </ul>
Zakwaterowanie	<ul style="list-style-type: none"> <li>- wyżywienie w postaci własnych wyrobów typu „domowego”</li> <li>- SPA</li> <li>- przejażdżki bryczkami</li> <li>- lepsze wyżywienie</li> <li>- basen</li> </ul>
Usługi spożywcze	<ul style="list-style-type: none"> <li>- rozwój usług i produktów</li> <li>- produkty, których nie ma w „sieciówkach”</li> <li>- sprzedaż płodów rolnych</li> </ul>

W następnej kolejności właściciele oraz przedstawiciele kadry zarządzającej badanych przedsiębiorstw wypowiedzieli się na temat strategii, jaka będzie lepsza w ich branży – węższa specjalizacja, czy też rozszerzenie działalności z poszerzeniem jej o nowe produkty lub usługi. Przedstawiciele branży handel hurtowy, a także handel detaliczny w największym stopniu uważają, że najlepszą strategią działania jest poszerzanie oferty o inne produkty i usługi – taką odpowiedź wskazało odpowiednio 97,1% i 94,8% z nich. Generalnie przedstawiciele wszystkich branż większą skuteczność działania widzą w poszerzaniu oferty niż w zawężaniu specjalizacji. Tylko przedstawiciele branży rolnictwo, leśnictwo i rybołówstwo uważają, że strategia specjalizacyjna jest lepsza – 52,5% właścicieli przedsiębiorstw z tej branży wskazało na zawężanie oferty. Szczegółowe dane zostały przedstawione na Wykresie 14 i w Tabeli 10.

**Wykres 14. Strategie w poszczególnych branżach – węższa specjalizacja a poszerzanie oferty o inne produkty/usługi**



**Tabela 10. Strategie w poszczególnych branżach – węższa specjalizacja a poszerzanie oferty o inne produkty/usługi**

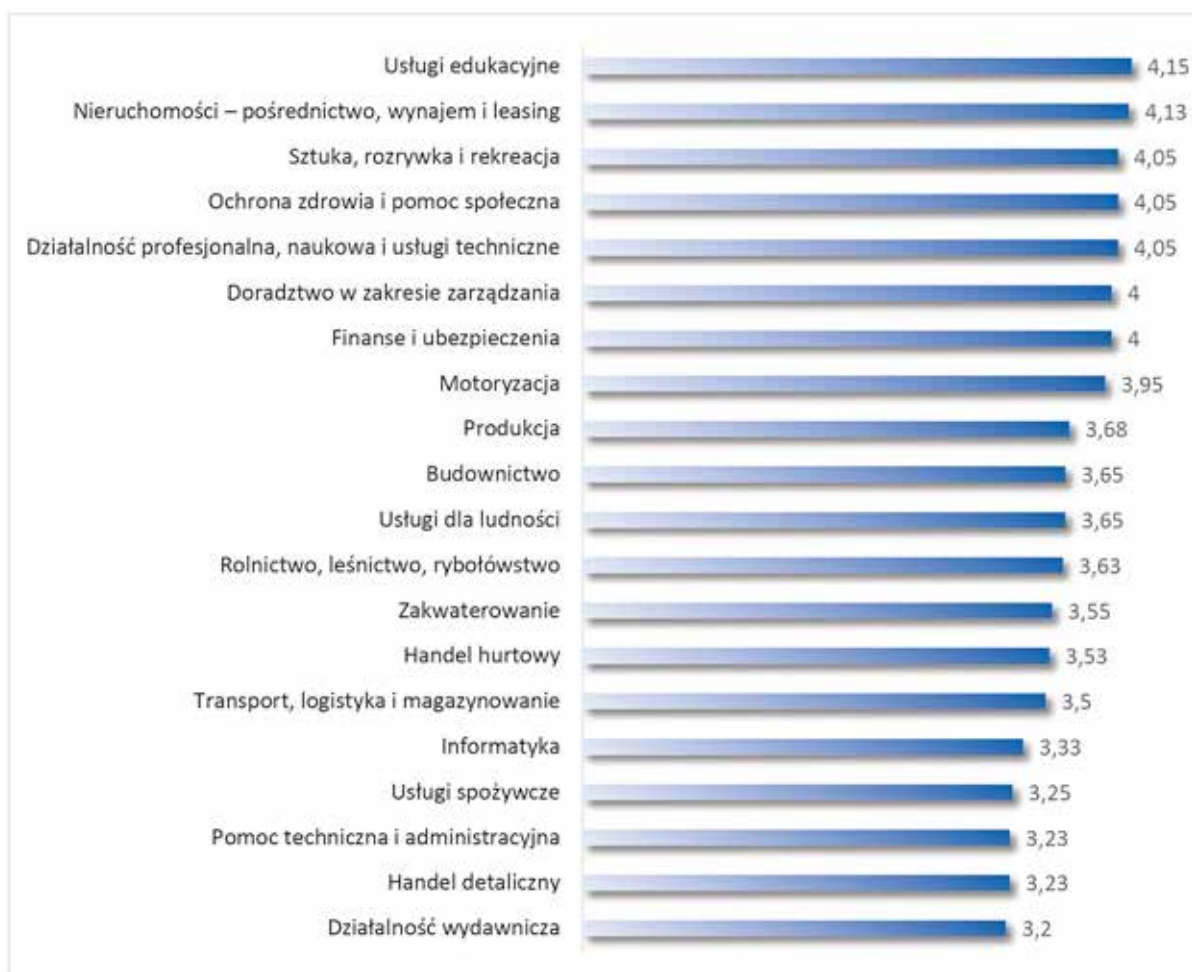
Odpowiedzi	Zdecydowanie węższa specjalizacja	Raczej węższa specjalizacja	Raczej poszerzanie oferty o inne produkty/usługi	Zdecydowanie poszerzanie oferty o inne produkty/usługi
Branża				
Rolnictwo, leśnictwo, rybołówstwo	32,5%	20%	35%	12,5%
Nieruchomości – pośrednictwo, wynajem i leasing	12,8%	35,9%	30,8%	20,5%
Finanse i ubezpieczenia	30,6%	13,9%	47,2%	8,3%

Odpowiedzi Branża	Zdecydowanie węższa specjalizacja	Raczej węższa specjalizacja	Raczej poszerzenie oferty o inne produkty/usługi	Zdecydowanie poszerzenie oferty o inne produkty/usługi
Zakwaterowanie	18,4%	18,4%	28,9%	34,2%
Ochrona zdrowia i pomoc społeczna	19,4%	16,7%	50%	13,9%
Motoryzacja	17,5%	15%	37,5%	30%
Usługi dla ludności	7,7%	23,1%	28,2%	41%
Działalność profesjonalna, naukowa i usługi techniczne	17,9%	12,8%	43,6%	25,6%
Produkcja	5,4%	24,3%	29,7%	40,5%
Informatyka	8,1%	21,6%	59,5%	10,8%
Budownictwo	0%	27,5%	52,5%	20%
Transport, logistyka i magazynowanie	2,6%	20,5%	51,3%	25,6%
Doradztwo w zakresie zarządzania	7,7%	15,4%	46,2%	30,8%
Usługi edukacyjne	5,1%	15,4%	46,2%	33,3%
Sztuka, rozrywka i rekreacja	12,5%	7,5%	37,5%	42,5%
Pomoc techniczna i administracyjna	17,5%	2,5%	50%	30%
Działalność wydawnicza	2,7%	10,8%	51,4%	35,1%
Usługi spożywcze	5,1%	7,7%	64,1%	23,1%
Handel detaliczny	0%	5,3%	71,1%	23,7%
Handel hurtowy	0%	2,9%	40%	57,1%

### Szanse na utrzymanie działalności oraz zwiększenie konkurencyjności

W dalszej części wywiadu CATI właściciele i członkowie zarządów mikroprzedsiębiorstw z województwa lubelskiego szacowali możliwość utrzymania się na rynku w ciągu najbliższych dwóch lat. Najwyżej swoje szanse na utrzymanie się na rynku w tym okresie oceniają przedstawiciele branży usługi edukacyjne – średnia ich ocen na skali pięciostopniowej wyniosła 4,15. Dobrze swoje możliwości oceniają również przedstawiciele branż: nieruchomości – pośrednictwo, wynajem i leasing (średnia 4,13), sztuka, rozrywka, rekreacja (średnia 4,05), ochrona zdrowia i pomoc społeczna (średnia 4,05) i działalność profesjonalna, naukowa i usługi techniczne (średnia 4,05). Najgorzej swoje szanse oceniają przedstawiciele branży działalność wydawnicza (średnia 3,20), a także handel detaliczny (średnia 3,23) i pomoc techniczna i administracyjna (średnia 3,70). Należy zwrócić uwagę, że w stosunku do poprzedniej fali badania nastąpiły dość znaczące zmiany, tj. dotychczasowi liderzy, czyli finanse i ubezpieczenia oraz informatyka dość wyraźnie spadli w tym rankingu. Podział na poszczególne, średnie ocen w badanych branżach przedstawia Wykres 15.

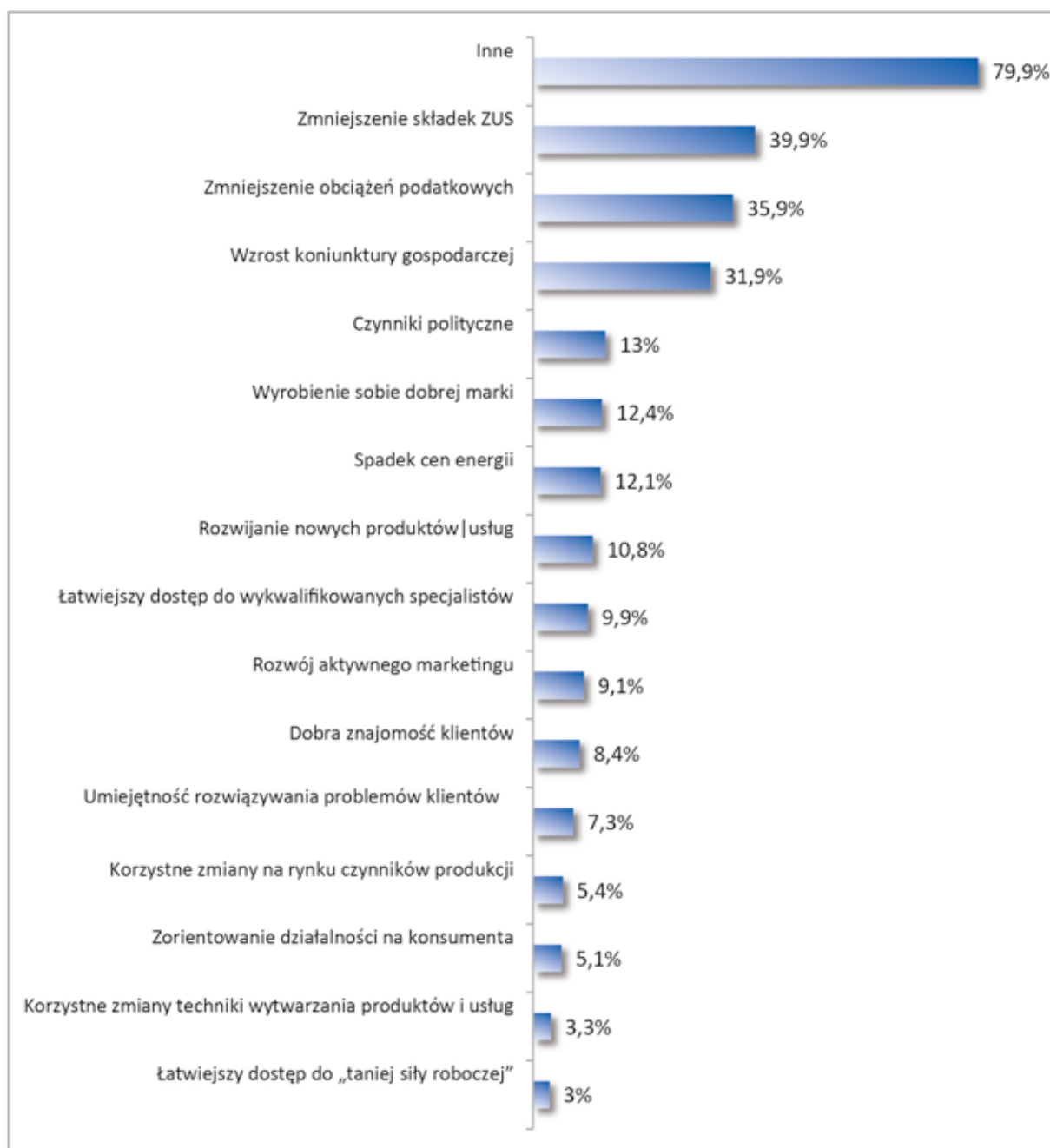
Wykres 15. Ocena szans utrzymania działalności firmy w ciągu kolejnych dwóch lat



Czynnikami, które zdaniem przedstawicieli mikroprzedsiębiorstw mogłyby przyczynić się do zwiększenia szans utrzymania się ich firm na rynku w ciągu najbliższych dwóch lat, są w głównej mierze: zmniejszenie składek ZUS (na taką możliwość wskazało 39,9% badanych), zmniejszenie obciążeń podatkowych (35,9%) i wzrost koniunktury gospodarczej (31,9%). Dokładnie taką samą kolejność na pierwszych trzech miejscach wskazywali respondenci w poprzedniej fali badania.

Wśród innych czynników respondenci wskazywali, że pozytywnymi bodźcami byłyby również: ustabilizowanie polityki zagranicznej i przepisów prawnych, zwiększony popyt, rozwój gospodarki, większa możliwość korzystania z funduszy unijnych, ograniczenie biurokracji. Procentowy podział wybranych czynników przedstawia Wykres 16.

**Wykres 16.** Czynniki, które najbardziej przyczyniłyby się do zwiększenia szans na utrzymanie działalności firmy w ciągu najbliższych dwóch lat (badani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź, stąd suma wskazań jest większa niż 100%)

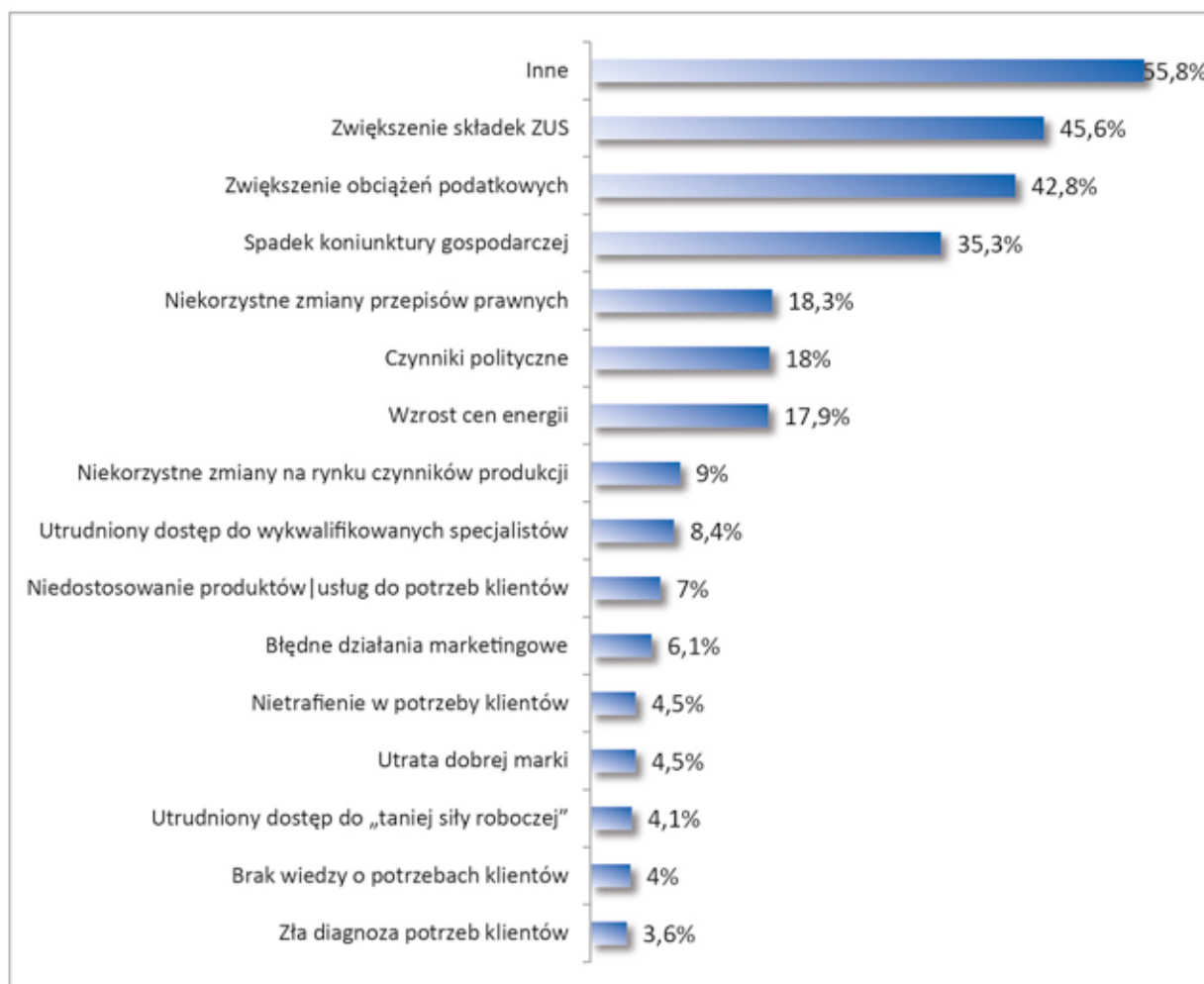


Istnieje także szereg czynników, które mogłyby zmniejszyć szanse utrzymania się firm na rynku. Przedsiębiorcy obawiają się przede wszystkim, że zwiększenie składek ZUS (45,6%), zwiększenie obciążeń podatkowych (42,8%), i spadek koniunktury gospodarczej (35,3%) może się przyczynić do zmniejszenia szans na utrzymanie ich firm na rynku przez okres najbliższych dwóch lat. Trzy najważniejsze czynniki wskazane przez respondentów w obecnej fali badania były także wskazywane w poprzedniej edycji.

Spośród czynników niewymienionych na Wykresie 17 mikroprzedsiębiorcy obawiają się również powstania nowych konkurencyjnych firm i braku popytu spowodowanegoubożeniem klientów. Respondenci widzą również zagrożenie dla swoich firm w ewentualnym kryzysie gospodarczym, a także niestabilnej sytuacji polityczno-społecznej w państwach wschodniej Europy, głównie na Ukrainie i Rosji. Procentowy podział wybranych czynników przedstawia poniższy wykres.

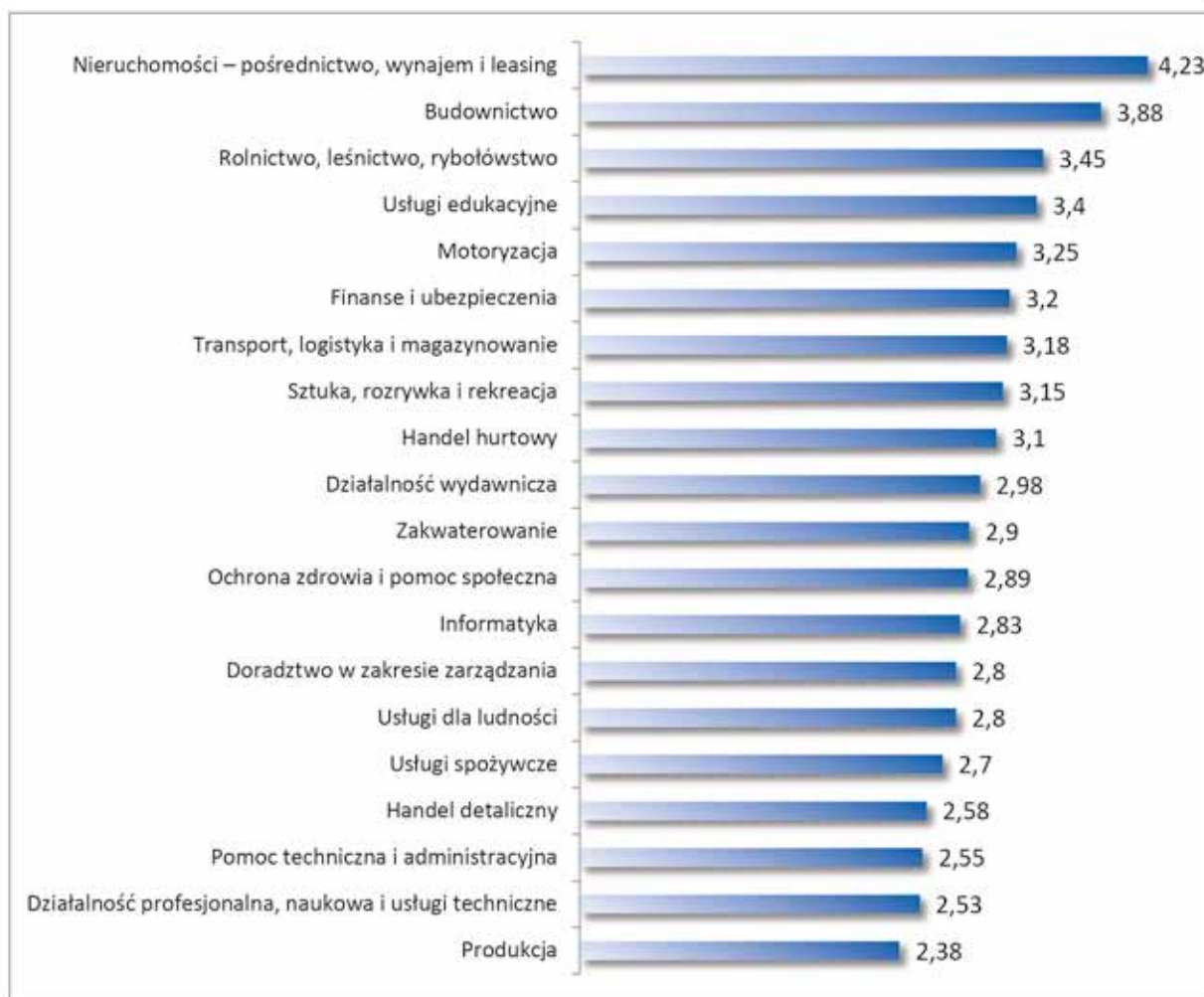


**Wykres 17.** Czynniki, które najbardziej przyczyniłyby się do zmniejszenia szans na utrzymanie działalności firmy w ciągu najbliższych dwóch lat (badani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź, stąd suma wskazań jest większa niż 100%)



Przedstawiciele poszczególnych branż zapytani o szanse zwiększenia konkurencyjności w ciągu najbliższych dwóch lat byli generalnie zgodni, oceniając te szanse w kategoriach średnich – różnica pomiędzy branżami najlepiej i najgorzej oceniającymi możliwość zwiększenia konkurencji wynosiła aż 1,85 na 5-stopniowej skali (w stosunku do 0,7 w przypadku ubiegłorocznego badania), co oznacza dość istotne różnice pomiędzy branżami. Najwyżej własne szanse na zwiększenie konkurencyjności w ciągu najbliższych dwóch lat oceniają przedstawiciele branży nieruchomości – pośrednictwo, wynajem i leasing – średnia ich ocen na skali pięciostopniowej wyniosła 4,23. Generalnie przedstawiciele części branż oceniają swoje możliwości raczej w umiarkowany sposób, większa część średnich ocen wynosi powyżej 3, co oznacza ocenę raczej pozytywną niż negatywną i waha się od 3,1 do 3,88. Przedstawiciele branż produkcja, działalność profesjonalna, naukowa i usługi techniczne, pomoc techniczna i administracyjna, handel detaliczny, usługi spożywcze, usługi dla ludności, doradztwo w zakresie zarządzania, informatyka, ochrona zdrowia i pomoc społeczna, zakwaterowanie i działalność wydawnicza ocenili swoje możliwości poniżej średniej, tj. poniżej 3. Można zaobserwować znaczący spadek ocen w zakresie możliwości zwiększenia swojej konkurencyjności w ciągu dwóch lat w stosunku do badania z poprzedniego roku. Podział na poszczególne, średnie oceny w badanych branżach przedstawia Wykres 18.

**Wykres 18.** Ocena szans zwiększenia konkurencyjności firmy w poszczególnych branżach w ciągu kolejnych dwóch lat

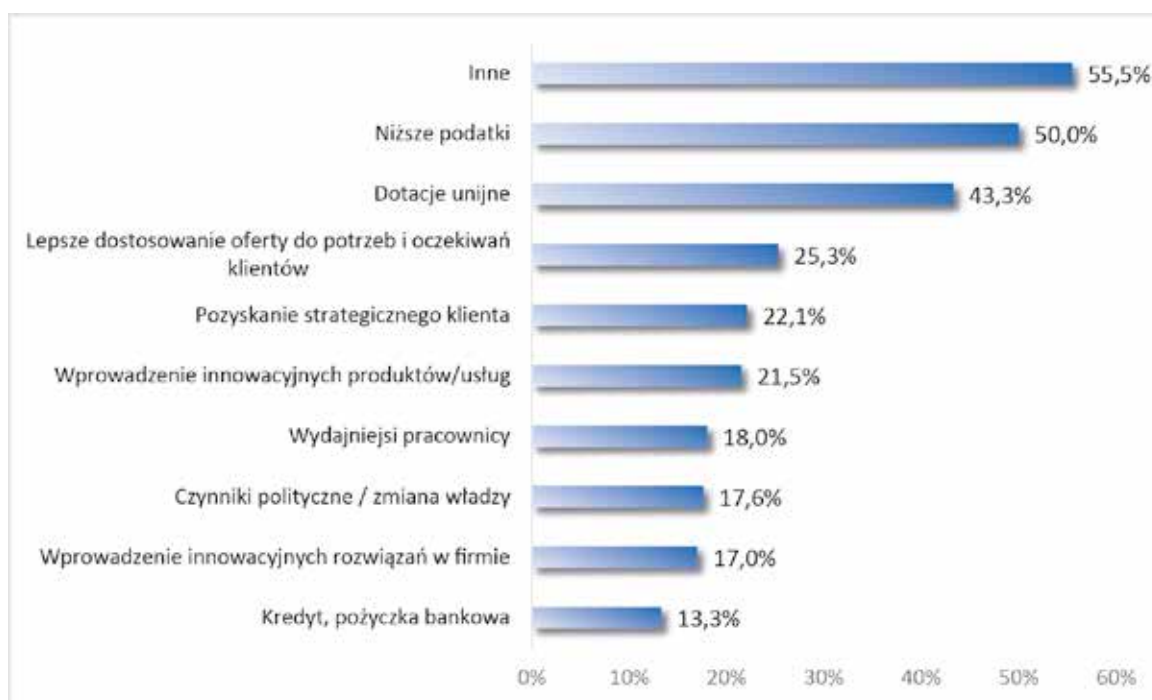


Czynnikami, które zdaniem przedstawicieli mikroprzedsiębiorstw mogą przyczynić się do zwiększenia konkurencyjności firmy na rynku w ciągu najbliższych dwóch lat są w głównej mierze mniejsze podatki i dotacje unijne. Na pierwszy z nich wskazało 50%, na drugi 43,3% badanych. Ważnym aspektem byłoby również lepsze dostosowanie oferty do oczekiwań klientów (43,3%). Badani w ramach ubiegłorocznego badania wskazywali na podobne czynniki.

Respondenci wskazywali również, że pozytywnymi czynnikami, niewymienionymi na Wykresie 19, byłyby także bardziej atrakcyjna cena i wyższa jakość oferowanych produktów, optymalizacja kosztów, przywiązanie do siebie klienta, historia marki, jasne przepisy prawa, elastyczne i kompleksowe podejście do klienta, inwestycje w sprzęt oraz otwarcie się na rynki zagraniczne.

Procentowy podział wybranych czynników przedstawia Wykres 19.

**Wykres 19.** Czynniki, które najbardziej przyczyniłyby się do zwiększenia konkurencyjności firmy w ciągu najbliższych dwóch lat (badani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź, stąd suma wskazań jest większa niż 100%)



### Rekrutacje prowadzone w badanych firmach

W ponad połowie firm (63,1%) biorących udział w badaniach w ciągu ostatniego roku nie prowadzono procesów rekrutacyjnych (zmiana na niekorzyść w stosunku do ubiegłego roku – 59,9%). W pozostałych 36,9% firm przeprowadzono co najmniej jeden proces rekrutacyjny. Łącznie w badanych mikrofirmach przeprowadzono 258 rekrutacji. 49 z nich nie zostało zakończonych sukcesem. Najczęstszą przyczyną nieznaledzenia odpowiednich pracowników był brak osób posiadających odpowiednie kwalifikacje oraz wymagane doświadczenie.

Najpopularniejsze zawody w analizowanych rekrutacjach to: przedstawiciel handlowy (28 rekrutacji), kierowca samochodu ciężarowego, pozostali pracownicy obsługi biura gdzie indziej niesklasyfikowani, robotnik placowy (po 21 rekrutacji), sprzedawca (19 rekrutacji) i pozostali pracownicy wykonujący prace proste gdzie indziej niesklasyfikowani (16 rekrutacji).

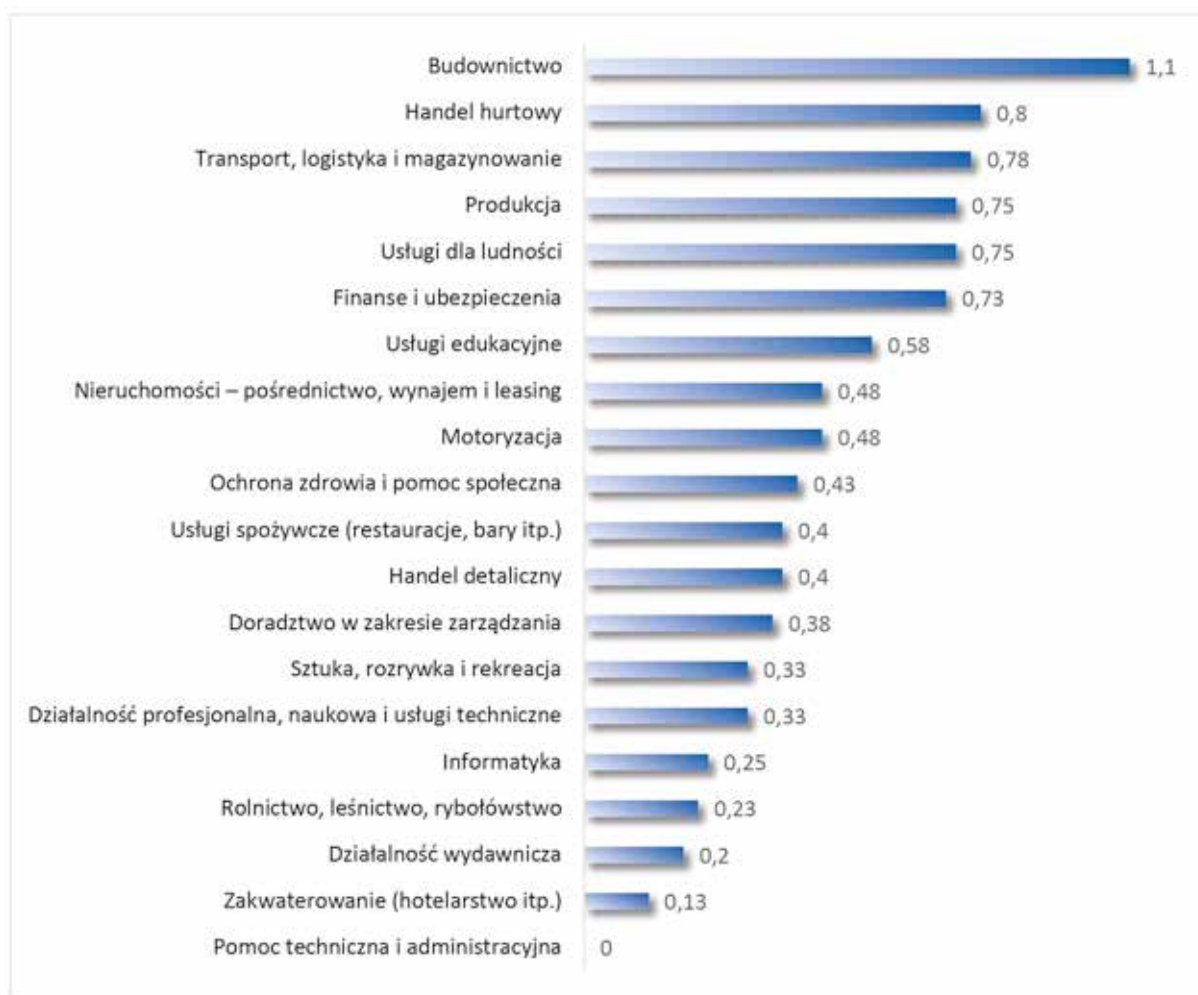
**Tabela 11.** Ranking najpopularniejszych zawodów w analizowanych rekrutacjach

Nazwa zawodu	Kod zawodu	Liczba wskazań
Przedstawiciel handlowy	332203	28
Kierowca samochodu ciężarowego	832203	21
Pozostali pracownicy obsługi biura gdzie indziej niesklasyfikowani	441990	21
Robotnik placowy	961302	21
Sprzedawca	522301	19
Pozostali pracownicy wykonujący prace proste gdzie indziej niesklasyfikowani	962990	16
Księgowy	331301	10
Mechanik pojazdów samochodowych	723103	10

*Kursywą zostały oznaczone zawody Klasyfikacji zawodów szkolnictwa zawodowego*

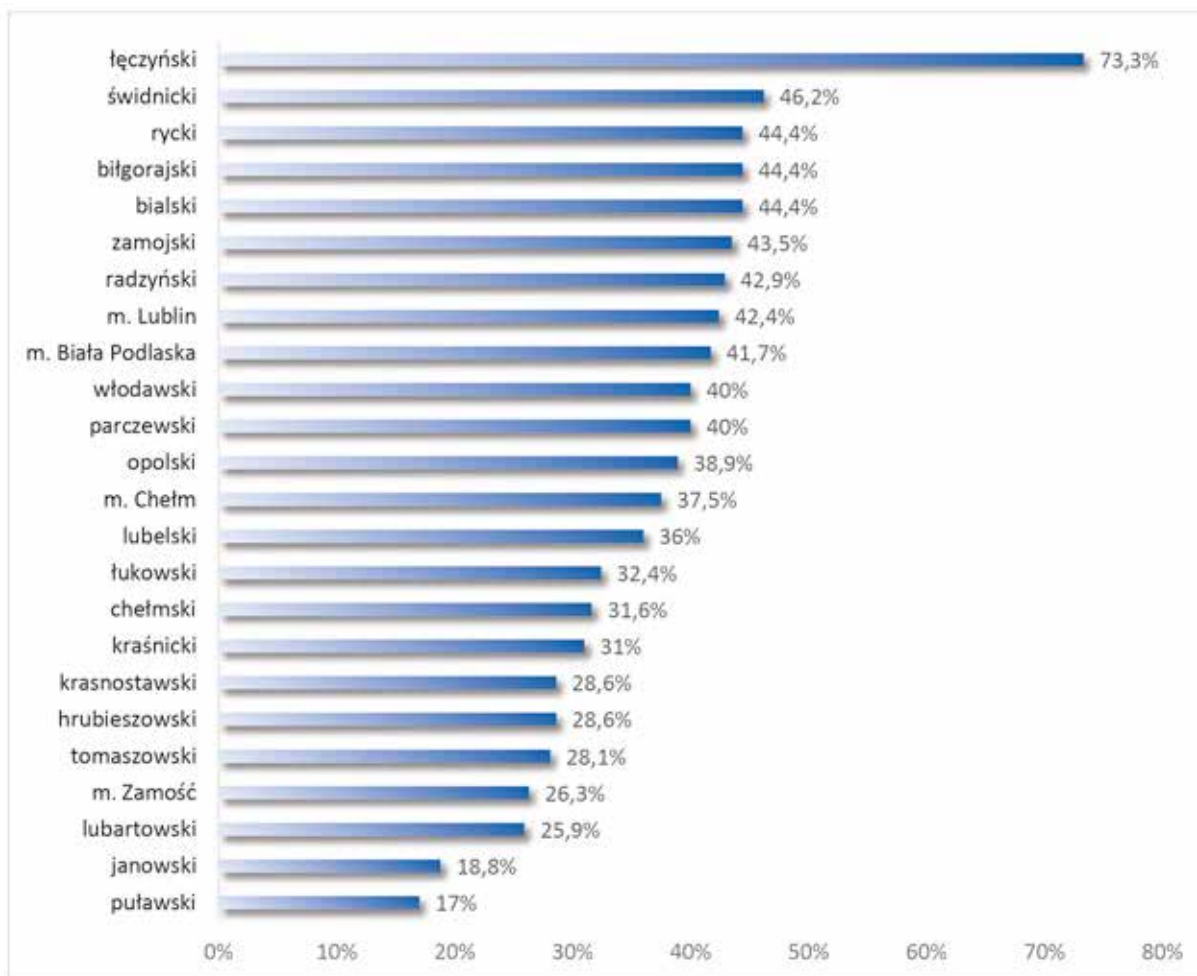
Najwięcej procesów rekrutacyjnych zostało przeprowadzonych w firmach z branży budownictwo (średnia ilość rekrutacji we wszystkich firmach z tej branży wynosi 1,1) i branży handel hurtowy (średnio 0,8 procesu). Wyniki te mogą wskazywać, iż branże te są bardziej rozwojowe czy perspektywiczne od pozostałych lub że istnieje w nich duża rotacja pracowników. Najmniej procesów rekrutacyjnych zostało przeprowadzonych natomiast w branży zakwaterowanie (średnio 0,13 procesu). Z kolei w branży pomoc techniczna i administracyjna nie przeprowadzono żadnego procesu rekrutacyjnego. Szczegółowy podział znajduje się poniżej (Wykres 20).

**Wykres 20.** Średnia liczba rekrutacji przeprowadzonych w ciągu ostatniego roku w firmach z poszczególnych branż



Badani przedstawiciele firm poproszeni zostali następnie o podanie szczegółowych wymagań i informacji nt. stanowiska pracy dla przeprowadzonych w zeszłym roku rekrutacji. W ciągu ostatnich dwunastu miesięcy najwięcej procesów rekrutacyjnych przeprowadzonych w mikroprzedsiębiorstwach biorących udział w badaniu skierowanych było na znalezienie osób na stanowiska biurowe. W szczególności szukano kandydatów na stanowiska: sprzedawca, kierowca samochodu osobowego, księgowy, technik prac biurowych, przedstawiciel handlowy. Najwięcej firm rekrutujących miało siedzibę w powiatach: łęczyńskim oraz białskim, biłgorajskim, mieście Białej Podlaskiej, mieście Lublinie, parczewskim, radzyńskim, ryckim, świdnickim, włodawskim oraz zamojskim.

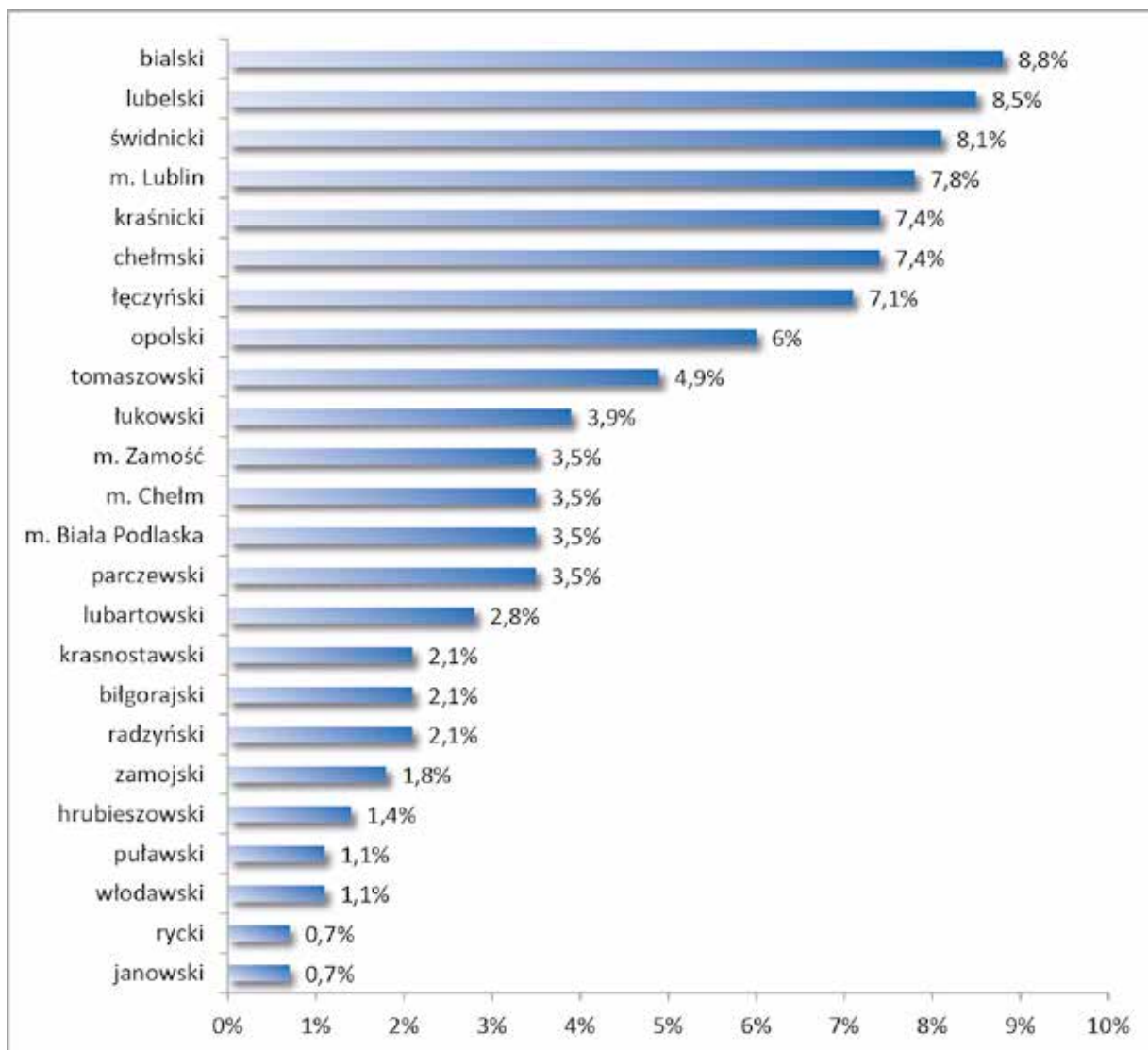
**Wykres 21. Rozkład częstości rekrutacji pod względem siedziby firmy w podziale na powiaty województwa lubelskiego<sup>19</sup>**



Analiza miejsc, w których badane firmy poszukiwały pracowników pokazuje, że najwięcej rekrutacji odbywało się w powiecie białskim, lubelskim, świdnickim, mieście Lublinie oraz kraśnickim. Mikrofirmy nie rekrutują do pracy poza województwem lubelskim.

<sup>19</sup> Wykres przedstawia odsetek firm z każdego powiatu, które zadeklarowały prowadzenie rekrutacji w okresie ostatniego roku przez badaniem. Każdy powiat stanowi osobną kategorię analityczną, w związku z czym suma wskazań w całym województwie jest większa od 100%.

**Wykres 22.** Rozkład częstości rekrutacji pod względem miejsca rekrutacji w podziale na powiaty województwa lubelskiego<sup>20</sup>



Generalnie w trakcie wszystkich procesów rekrutacyjnych poszukiwano osób z różnym poziomem wykształcenia, jednak żaden z nich nie dominował wyraźnie nad innymi. Najczęściej poszukiwano osób z wykształceniem średnim ogólnokształcącym (18%) oraz średnim technicznym (17,6%). Spora grupa badanych mikroprzedsiębiorców nie wskazała wykształcenia poszukiwanych pracowników (25,6%).

**Tabela 12.** Wykształcenie poszukiwanych pracowników – rekrutacje odbyte

Rodzaj wykształcenia	Liczebność
Nie ma znaczenia	25,6%
Średnie ogólnokształcące	18%
Średnie techniczne	17,6%
Wyższe humanistyczne/ekonomiczne	16,6%

<sup>20</sup> Rysunek przedstawia odsetek rekrutacji prowadzonych na powiat w stosunku do wszystkich rekrutacji. Suma wskazań ze wszystkich powiatów wynosi 100%.

Rodzaj wykształcenia	Liczebność
Zasadnicze zawodowe	15,6%
Wyższe techniczne	5,9%
Gimnazjalne	0,3%
Podstawowe	0,3%

**Tabela 13.** Wykształcenie poszukiwanych pracowników – rekrutacje odbyte w podziale na branże

	Podstawowe	Gimnazjalne	Zasadnicze zawodowe	Średnie ogólnokształcące	Średnie techniczne	Wyższe humanistyczne/ ekonomiczne	Wyższe techniczne	Nie ma znaczenia
Rolnictwo, leśnictwo, rybołówstwo	0%	0%	0%	11,1%	22,2%	0%	0%	66,7%
Motoryzacja	0%	0%	29,4%	0%	11,8%	17,6%	0%	41,2%
Usługi dla ludności	0%	0%	20%	20%	28%	4%	4%	24%
Informatyka	0%	0%	0%	20%	0%	80%	0%	0%
Budownictwo	0%	0%	23,1%	7,7%	17,9%	0%	10,3%	41%
Produkcja	0%	5%	25%	10%	15%	0%	5%	40%
Handel hurtowy	0%	0%	13%	8,7%	34,8%	13%	26,1%	4,3%
Handel detaliczny	0%	0%	0%	6,3%	37,5%	12,5%	18,8%	25%
Transport, logistyka i magazynowanie	0%	0%	34,6%	34,6%	0%	0%	3,8%	26,9%
Działalność wydawnicza	0%	0%	20%	0%	40%	0%	0%	40%
Finanse i ubezpieczenia	0%	0%	0%	60%	20%	15%	0%	5%
Nieruchomości – pośrednictwo, wynajem i leasing	0%	0%	40%	40%	0%	20%	0%	0%
Działalność profesjonalna, naukowa i usługi techniczne	0%	0%	0%	22,2%	44,4%	11,1%	0%	22,2%
Doradztwo w zakresie zarządzania	0%	0%	0%	0%	0%	63,6%	0%	36,4%
Usługi edukacyjne	0%	0%	0%	5,3%	0%	73,7%	0%	21,1%
Ochrona zdrowia i pomoc społeczna	0%	0%	0%	22,2%	11,1%	55,6%	11,1%	0%
Sztuka, rozrywka i rekreacja	0%	0%	0%	0%	55,6%	22,2%	0%	22,2%
Zakwaterowanie	0%	0%	0%	80%	0%	0%	0%	20%
Usługi spożywcze	8,3%	0%	33,3%	25%	0%	8,3%	0%	25%

Większość pracodawców nie określała w trakcie poszukiwań nowych pracowników długości stażu pracy, często liczyło się po prostu jakiegokolwiek doświadczenie. Jednak zdarzyło się kilka procesów rekrutacyjnych na stanowiska specjalistyczne, gdzie wymagane minimalne doświadczenie wahało się od roku do 10 lat. Zdecydowana większość badanych nie wykazywała również minimalnego ani maksymalnego wieku kandydatów.

**Tabela 14.** Doświadczenie zawodowe poszukiwanych pracowników – rekrutacje odbyte w podziale na branże

Branża	Średnia ilość lat doświadczenia
Rolnictwo, leśnictwo, rybołówstwo	1,5
Motoryzacja	1,2
Usługi dla ludności	2,1
Informatyka	-----
Budownictwo	2,1
Produkcja	3,6
Handel hurtowy	3,4
Handel detaliczny	2
Transport, logistyka i magazynowanie	1,2
Działalność wydawnicza	-----
Finanse i ubezpieczenia	1,9
Nieruchomości – pośrednictwo, wynajem i leasing	4
Działalność profesjonalna, naukowa i usługi techniczne	2
Doradztwo w zakresie zarządzania	3,4
Pomoc techniczna i administracyjna	-----
Usługi edukacyjne	1,5
Ochrona zdrowia i pomoc społeczna	1
Sztuka, rozrywka i rekreacja	5
Zakwaterowanie	2
Usługi spożywcze	-----

Zatrudnione w ostatnim roku osoby podpisały najczęściej umowy o pracę na czas określony i czas nieokreślony (respondenci wskazywali także po prostu umowy o pracę bez wskazania dokładnej formy), a także umowy cywilno-prawne.

**Tabela 15.** Proponowana forma umowy – rekrutacje odbyte

Rodzaj umowy	Liczebność
Umowa o pracę na czas określony	58,2%
Umowa o pracę na czas nieokreślony	26,7%
Umowa zlecenie	9,6%
Umowa o dzieło	3,1%
Inna forma	1%

**Tabela 16.** Proponowana forma umowy – rekrutacje odbyte w podziale na branże

Branża	Rodzaj umowy				
	Umowa o pracę na czas określony	Umowa o pracę na czas nieokreślony	Umowa o dzieło	Umowa-zlecenie	Inna
Rolnictwo, leśnictwo, rybołówstwo	33,3%	33,3%	11,1%	22,2%	-----
Motoryzacja	58,8%	41,2%	-----	-----	-----



Rodzaj umowy Branża	Umowa o pracę na czas określony	Umowa o pracę na czas nieokreślony	Umowa o dzieło	Umowa-zlecenie	Inna
Usługi dla ludności	56%	12%	-----	28%	4%
Informatyka	80%	20%	-----	-----	-----
Budownictwo	64,1%	25,6%	10,3%	-----	-----
Produkcja	60%	40%	-----	-----	-----
Handel hurtowy	17,4%	82,6%	-----	-----	-----
Handel detaliczny	68,8%	31,3%	-----	-----	-----
Transport, logistyka i magazynowanie	80,8%	3,8%	-----	15,4%	-----
Działalność wydawnicza	60%	20%	20%	-----	-----
Finanse i ubezpieczenia	65%	20%	-----	15%	-----
Nieruchomości – pośrednictwo, wynajem i leasing	50%	10%	10%	30%	-----
Działalność profesjonalna, naukowa i usługi techniczne	11,1%	55,6%	11,1%	22,2%	-----
Doradztwo w zakresie zarządzania	50%	-----	-----	21,4%	28,6%
Usługi edukacyjne	73,7%	5,3%	5,3%	15,8%	-----
Ochrona zdrowia i pomoc społeczna	33,3%	33,3%	-----	11,1%	22,2%
Sztuka, rozrywka i rekreacja	66,7%	33,3%	-----	-----	-----
Zakwaterowanie	80%	20%	-----	-----	-----
Usługi spożywcze	83,3%	16,7%	-----	-----	-----

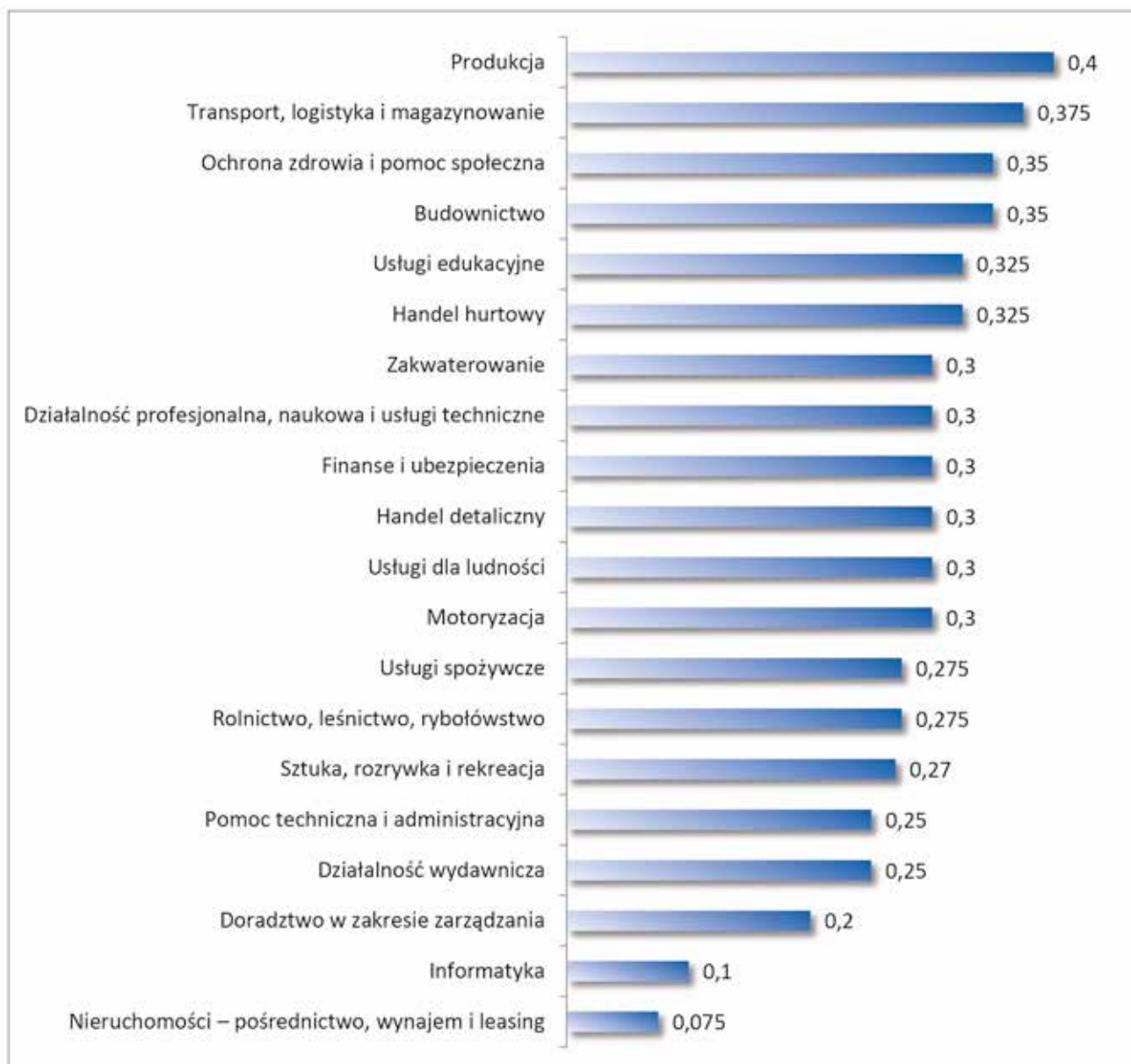
W zdecydowanej większości przedsiębiorstw w zeszłym roku obsadzono po jednym etacie w pełnym wymiarze czasu pracy. Zarobki zatrudnionych osób oscyływały najczęściej wokół najniższej pensji krajowej. Niektórzy pracodawcy zaproponowali nowym pracownikom 2 tysiące złotych netto lub podstawę (najczęściej najniższą pensję krajową) plus prowizję. Poszukiwania pracowników nie wiązały się z jakimś okresem czy sezonem, lecz pracodawcy poszukiwali pracowników przez cały rok. Tworząc ogłoszenie skupiali się głównie na wypisaniu obowiązków przyszłego pracownika i wymienieniu istotnych wymagań na konkretnym stanowisku, najczęściej były to prawo jazdy odpowiedniej kategorii, certyfikaty i uprawnienia, a także znajomość języka obcego.

82,2% prowadzonych procesów rekrutacyjnych zakończyła się sukcesem, pozostałe to procesy nieukończone albo takie, w których wybrany kandydat nie spełniał oczekiwań pracodawcy i nie przedłużano z nim umowy po krótkim okresie próbnym. Powodem niezakończonych procesów było nieznaalezienie osoby z odpowiednimi kwalifikacjami lub w ogóle brak chętnych osób.

**W najbliższej przyszłości, w ciągu kolejnego roku, nieco ponad jedna czwarta badanych mikroprzedsiębiorstw (27,6% w stosunku do 26,9% w 2014 roku) planuje prowadzić rekrutacje.** Pozostałe firmy, z których przedstawicielami przeprowadzano wywiady CATI takich planów nie mają.

Po dokonaniu dekompozycji zmiennej dotyczącej planów rekrutacyjnych z podziałem na poszczególne branże można zauważyć, że największą liczbę rekrutacji planuje się przeprowadzić w branży produkcja – średnio 0,4 procesu rekrutacyjnego na jedno przedsiębiorstwo. W dalszej kolejności największe plany rekrutacyjne mają mikroprzedsiębiorstwa z branż: transport, logistyka i magazynowanie (0,375), ochrona zdrowia i pomoc społeczna i budownictwo – średnio po 0,35 procesu rekrutacyjnego. Szczegółowe informacje odnośnie średniej ilości rekrutacji w ciągu najbliższego roku w poszczególnych branżach prezentuje Wykres 23.

**Wykres 23. Średnia liczba rekrutacji planowanych w ciągu najbliższego roku w mikroprzedsiębiorstwach z poszczególnych branż**



W najbliższym roku w mikroprzedsiębiorstwach lubelskich najwięcej procesów rekrutacyjnych planowanych jest na obsadzenie następujących stanowisk: sprzedawca, księgowy, robotnik budowlany, kelner, mechanik pojazdów samochodowych, kierowca autobusu, kierowca samochodu ciężarowego. Najwięcej procesów planowanych jest w firmach mających siedziby w powiatach: lubelskim, mieście Lublinie, kraśnickim, łukowskim oraz opolskim.

Preferowanym poziomem wykształcenia przyszłych pracowników jest wykształcenie średnie (zarówno ogólnokształcące jak i techniczne) i zasadnicze zawodowe.

**Tabela 17.** Wykształcenie poszukiwanych pracowników – rekrutacje przyszłe

	Liczebność
Nie ma znaczenia	31,3%
Średnie ogólnokształcące	19,8%
Średnie techniczne	18,9%
Zasadnicze zawodowe	15,7%
Wyższe humanistyczne/ekonomiczne	7,4%
Wyższe techniczne	5,5%
Podstawowe	1,4%

**Tabela 18.** Wykształcenie poszukiwanych pracowników – rekrutacje przyszłe w podziale na branże

Branża	Wykształcenie						
	Podstawowe	Zasadnicze zawodowe	Średnie ogólnokształcące	Średnie techniczne	Wyższe humanistyczne/ekonomiczne	Wyższe techniczne	Nie ma znaczenia
Rolnictwo, leśnictwo, rybołówstwo	9,1%	9,1%	9,1%	----	----	----	72,7%
Motoryzacja	----	8,3%	8,3%	41,7%	----	----	41,7%
Usługi dla ludności	----	33,3%	33,3%	16,7%	----	----	16,7%
Informatyka	----	----	----	50%	25%	----	25%
Budownictwo	----	21,4%	21,4%	7,1%	----	----	50%
Produkcja	12,5%	12,5%	----	6,3%	----	6,3%	62,5%
Handel hurtowy	----	----	15,4%	69,2%	----	----	15,4%
Handel detaliczny	----	8,3%	50%	16,7%	----	----	20%
Transport, logistyka i magazynowanie	----	57,1%	14,3%		----	----	28,6%
Działalność wydawnicza	----	----	20%	20%	----	----	60%
Finanse i ubezpieczenia	----	----	88,9%	11,1%	----	----	----
Nieruchomości – pośrednictwo, wynajem i leasing	----	----	33,3%	33,3%	33,3%	----	----
Działalność profesjonalna, naukowa i usługi techniczne	----	----	16,7%	41,7%	16,7%	8,3%	16,7%
Doradztwo w zakresie zarządzania	----	----	20%	20%	40%	----	20%
Pomoc techniczna i administracyjna	----	20%	10%	----	----	30%	40%
Usługi edukacyjne	----	----	15,4%	----	53,8%	7,7%	23,1%
Ochrona zdrowia i pomoc społeczna	----	23,1%	15,4%	----	23,1%	23,1%	15,4%
Sztuka, rozrywka i rekreacja	----	27,3%	9,1%	45,5%	----	----	18,2%
Zakwaterowanie	----	33,3%	----	25%	----	25%	16,7%
Usługi spożywcze	----	18,2%	36,4%	9,1%	----	----	36,4%

Największą część pracodawców, podobnie jak w przypadku rekrutacji, które się odbyły w minionym roku, nie określała minimalnej długości doświadczenia zawodowego. Jedynie część przedsiębiorców zadeklarowała konkretną długość stażu zawodowego, który waha się zwykle od roku do 15 lat. Średnia długość lat doświadczenia oczekiwanego przez pracodawców to 2,7 roku.

Najbardziej pożądanym przez przedsiębiorców minimalnym wiekiem, który musi posiadać przyszły pracownik to 20-26 lat, maksymalny zaś mieści się w dużym przedziale i wynosi 30-50 lat.

Przedsiębiorstwa będą proponować swoim przyszłym pracownikom głównie umowy o pracę na czas określony (57,3%) i nieokreślony (25%), a także umowy cywilno-prawne, choć te są w zdecydowanej mniejszości.

**Tabela 19.** Wykształcenie poszukiwanych pracowników – rekrutacje przyszłe

Rodzaj umowy	Liczebność
Umowa o pracę na czas określony	57,3%
Umowa o pracę na czas nieokreślony	25%
Umowa o dzieło	2,7%
Umowa zlecenie	10,9%
Samozatrudnienie	1,8%
Inna	2,3%

**Tabela 20.** Wykształcenie poszukiwanych pracowników – rekrutacje przyszłe w podziale na branże

Branża	Rodzaj umowy					
	Umowa o pracę na czas określony	Umowa o pracę na czas nieokreślony	Umowa o dzieło	Umowa zlecenie	Samozatrudnienie	Inna
Rolnictwo, leśnictwo, rybołówstwo	63,6%	27,3%	----	9,1%	----	----
Motoryzacja	75%	25%	----	----	----	----
Usługi dla ludności	33,3%	8,3%	----	58,3%	----	----
Informatyka	50%	50%	----	----	----	----
Budownictwo	64,3%	21,4%	14,3%	----	----	----
Produkcja	68,8%	31,3%	----	----	----	----
Handel hurtowy	69,2%	30,8%	----	----	----	----
Handel detaliczny	66,7%	33,3%	----	----	----	----
Transport, logistyka i magazynowanie	78,6%	----	----	21,4%	----	----
Działalność wydawnicza	50%	30%	10%	10%	----	----
Finanse i ubezpieczenia	55,6%	11,1%	----	----	33,3%	----
Nieruchomości – pośrednictwo, wynajem i leasing	100%	----	----	----	----	----
Działalność profesjonalna, naukowa i usługi techniczne	33,3%	50%	----	16,7%	----	----
Doradztwo w zakresie zarządzania	37,5%	25%	----	----	----	37,5%

Branża	Rodzaj umowy					
	Umowa o pracę na czas określony	Umowa o pracę na czas nieokreślony	Umowa o dzieło	Umowa zlecenie	Samozatrudnienie	Inna
Pomoc techniczna i administracyjna	50%	20%	20%	----	----	10%
Usługi edukacyjne	46,2%	----	----	46,2%	----	7,7%
Ochrona zdrowia i pomoc społeczna	38,5%	53,8%	----	7,7%	----	----
Sztuka, rozrywka i rekreacja	72,7%	18,2%	----	----	9,1%	----
Zakwaterowanie	50%	33,3%	8,3%	8,3%	----	----
Usługi spożywcze	54,5%	27,3%	----	18,2%	----	----

Zdecydowana większość pracodawców planuje zatrudnić w przyszłym roku po jednej osobie, w większości przypadków w pełnym wymiarze czasu pracy. Planowana wysokość wynagrodzenia, podobnie jak w ubiegłym roku, oscylować będzie głównie wokół najniższej pensji krajowej, ewentualnie najniższej krajowej plus bliżej nieokreślonej wartości prowizje. Pracodawcom trudno jest określić dokładną datę rozpoczęcia rekrutacji, ale w większości przypadków będzie to pierwsza połowa roku. Długość procesów rekrutacyjnych może potrwać średnio od 2 do 4 miesięcy. Pracodawcy nie mają jeszcze sprecyzowanych wymagań wobec kandydatów, ważny jest dla nich przede wszystkim zapał do pracy, znajomość branży i posiadanie istotnych umiejętności na poszczególnych stanowiskach.

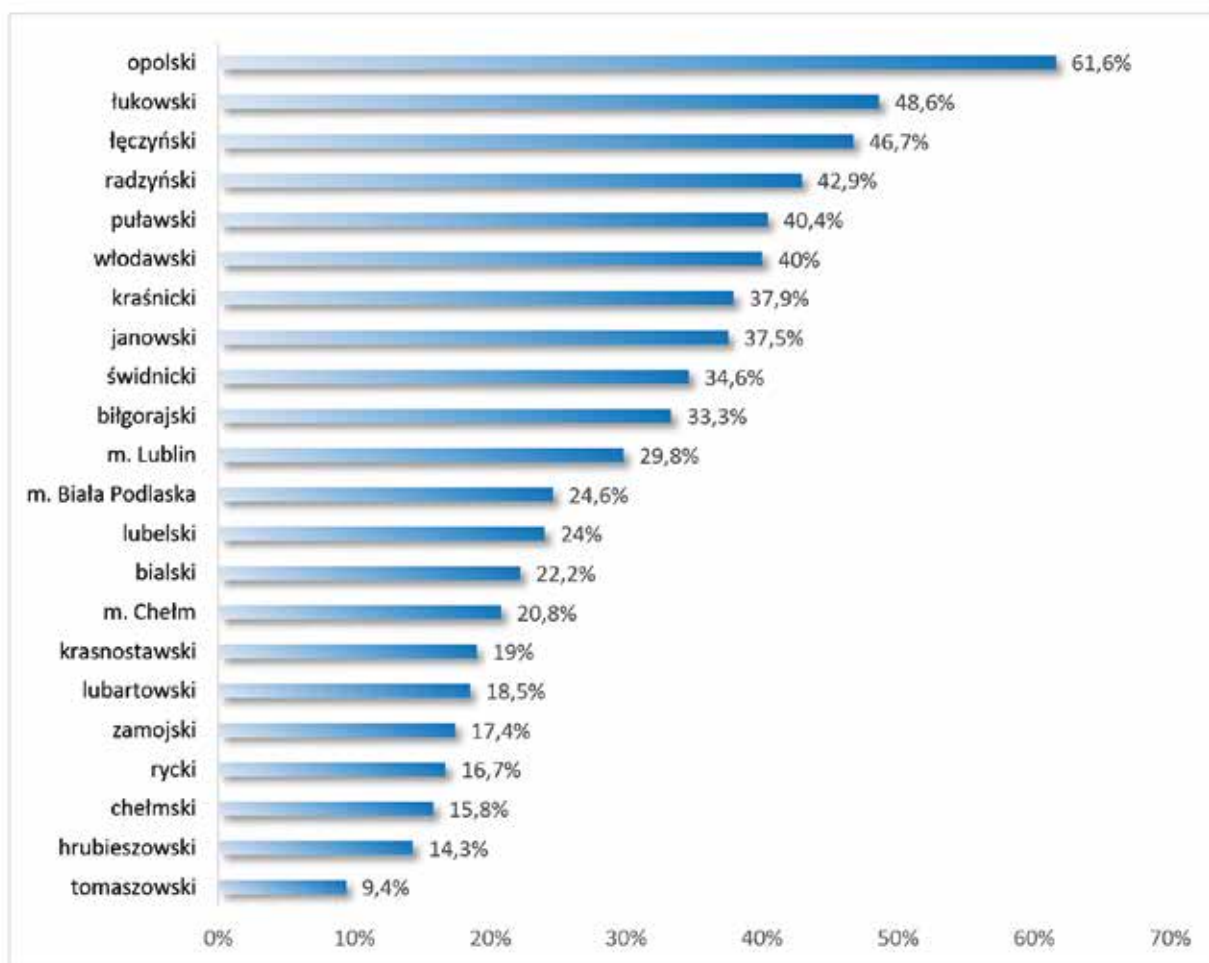
**Tabela 21.** Ranking najpopularniejszych deklarowanych przyszłych rekrutacji

Nazwa zawodu	Kod zawodu	Liczba
Pozostali pracownicy obsługi biurowej	411090	26
<i>Sprzedawca</i>	<i>522301</i>	25
Pozostali pracownicy wykonujący prace proste gdzie indziej niesklasyfikowani	962990	19
Przedstawiciel handlowy	332203	16
<i>Mechanik pojazdów samochodowych</i>	<i>723103</i>	11
Recepcjonista	422602	9

*Kursywą zostały oznaczone zawody Klasyfikacji zawodów szkolnictwa zawodowego*

Badani, którzy zadeklarowali, że będą w najbliższym czasie przeprowadzać rekrutacje poproszeni zostali o doprecyzowanie, w jakich powiatach będą szukać pracowników. Najwięcej pracowników będzie poszukiwanych w powiecie lubelskim oraz mieście Lublinie. Warto zauważyć, że wiele firm, mimo posiadania swojej siedziby w innych miejscach, rozważa ekspansję na inne rynki, szczególnie w dużych miastach oraz terenach je otaczających.

Wykres 24. Rozkład częstości przyszłych rekrutacji pod względem siedziby firmy w podziale na powiaty<sup>21</sup>



### Kluczowe kompetencje pracowników<sup>22</sup>

Dla pracodawców najważniejszymi kompetencjami pracowników jest sumienność i dokładność – kompetencja, na którą wskazało 26,1% badanych, a w dalszej kolejności profesjonalizm i etyka (17,1%) oraz zaangażowanie – 14,1%. Najmniej istotną cechą jest umiejętność delegowania zadań (wskazało ją tylko 2,3% badanych), a także zarządzanie zespołem, nastawienie biznesowe oraz mobilizowanie innych. Takie odpowiedzi mogą wskazywać na to, że w mikroprzedsiębiorstwach struktura zatrudnienia nie jest mocno zhierarchizowana, przez co cechy wyżej wymienione są wymagane tylko od osób zarządzających, nie zaś od pracowników.

<sup>21</sup> Wykres przedstawia odsetek firm z każdego powiatu, które zadeklarowały prowadzenie rekrutacji w okresie ostatniego roku przed badaniem. Każdy powiat stanowi osobną kategorię analityczną, w związku z czym suma wskazań w całym województwie jest większa od 100%.

<sup>22</sup> Katalog kompetencji zawodowych został opracowany na podstawie Modelu Kompetencji Zawodowych stworzonego na Uniwersytecie Mikołaja Kopernika w ramach projektu „Kompetencje dla przyszłości – rozwój potencjału zawodowego studentów i absolwentów UMK”.

**Wykres 25.** Najbardziej poszukiwane kompetencje pracowników (badani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź, stąd suma wskazań jest większa niż 100%)

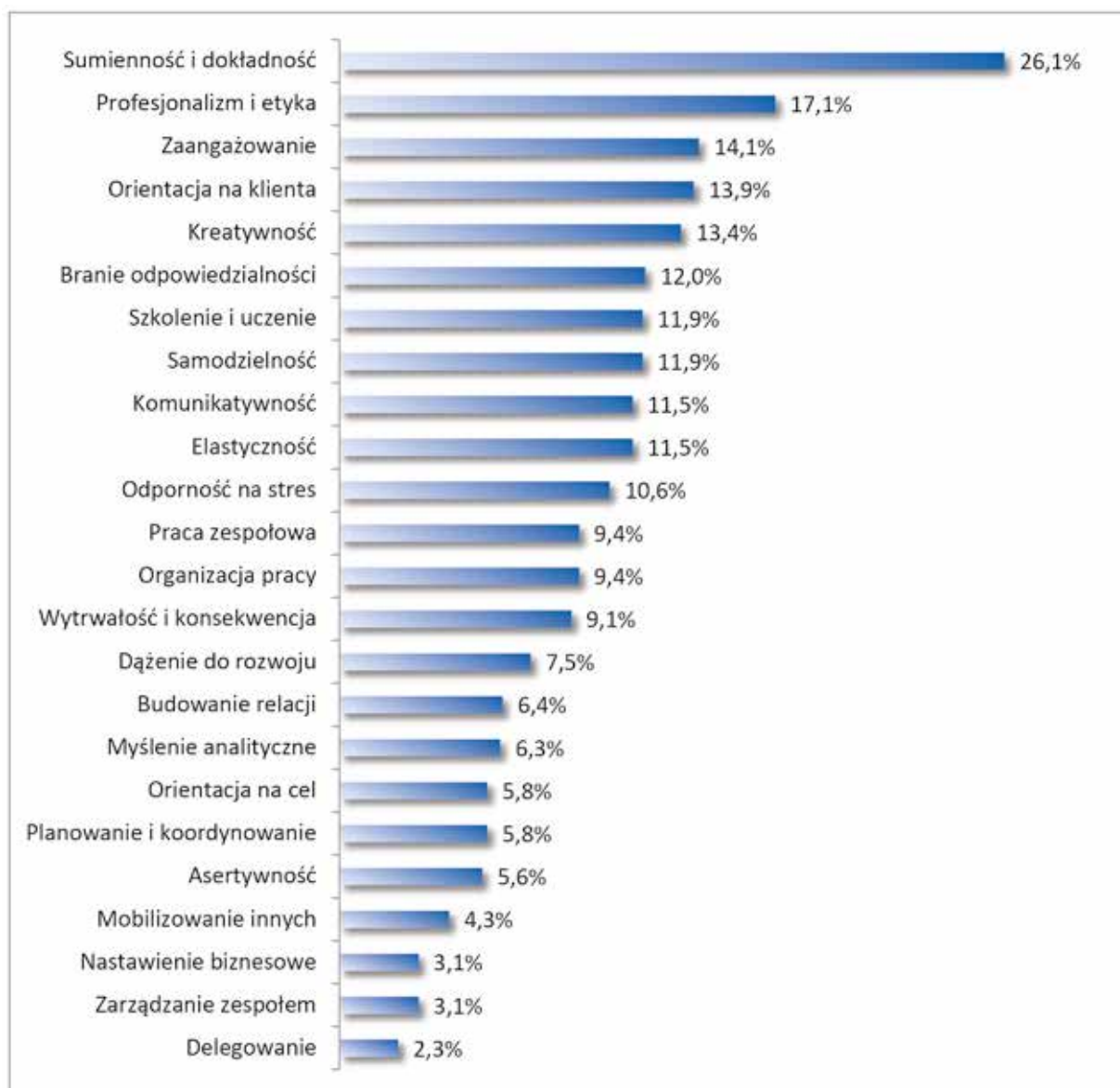


Tabela 22 zawiera podział kluczowych kompetencji pracowników w poszczególnych branżach, których przedstawiciele brali udział w badaniu. Przy każdej branży wymieniono cztery najczęściej wymieniane, a tym samym najważniejsze dla jej przedstawicieli kompetencje – cechy, które pracodawcy cenią sobie szczególnie wśród swoich obecnych, a także przyszłych pracowników.

**Tabela 22.** Najbardziej poszukiwane kompetencje pracowników w podziale na branże

Branża	Cztery najczęściej wskazywane kompetencje do pracy w danej branży
Rolnictwo, leśnictwo, rybołówstwo	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Sumienność i dokładność</li> <li>– Profesjonalizm i etyka</li> <li>– Orientacja na klienta</li> <li>– Odporność na stres</li> </ul>

Branża	Cztery najczęściej wskazywane kompetencje do pracy w danej branży
Motoryzacja	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Profesjonalizm i etyka</li> <li>- Sumienność i dokładność</li> <li>- Odporność na stres</li> <li>- Samodzielność</li> </ul>
Usługi dla ludności	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sumienność i dokładność</li> <li>- Odporność na stres</li> <li>- Profesjonalizm i etyka</li> <li>- Kreatywność</li> </ul>
Informatyka	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sumienność i dokładność</li> <li>- Profesjonalizm i etyka</li> <li>- Kreatywność</li> <li>- Orientacja na klienta</li> </ul>
Budownictwo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sumienność i dokładność</li> <li>- Profesjonalizm i etyka</li> <li>- Zaangażowanie</li> <li>- Szkolenie i uczenie</li> </ul>
Produkcja	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sumienność i dokładność</li> <li>- Profesjonalizm i etyka</li> <li>- Szkolenie i uczenie</li> <li>- Zaangażowanie</li> </ul>
Handel hurtowy	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sumienność i dokładność</li> <li>- Branie odpowiedzialności</li> <li>- Samodzielność</li> <li>- Kreatywność</li> </ul>
Handel detaliczny	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sumienność i dokładność</li> <li>- Komunikatywność</li> <li>- Elastyczność</li> <li>- Kreatywność</li> </ul>
Transport, logistyka i magazynowanie	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Elastyczność</li> <li>- Komunikatywność</li> <li>- Kreatywność</li> <li>- Profesjonalizm i etyka</li> </ul>
Działalność wydawnicza	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Orientacja na klienta</li> <li>- Samodzielność</li> <li>- Branie odpowiedzialności</li> <li>- Kreatywność</li> </ul>
Finanse i ubezpieczenia	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Orientacja na klienta</li> <li>- Szkolenie i uczenie</li> <li>- Sumienność i dokładność</li> <li>- Organizacja pracy</li> </ul>
Nieruchomości - pośrednictwo, wynajem i leasing	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sumienność i dokładność</li> <li>- Wytrwałość i konsekwencja</li> <li>- Zaangażowanie</li> <li>- Odporność na stres</li> </ul>



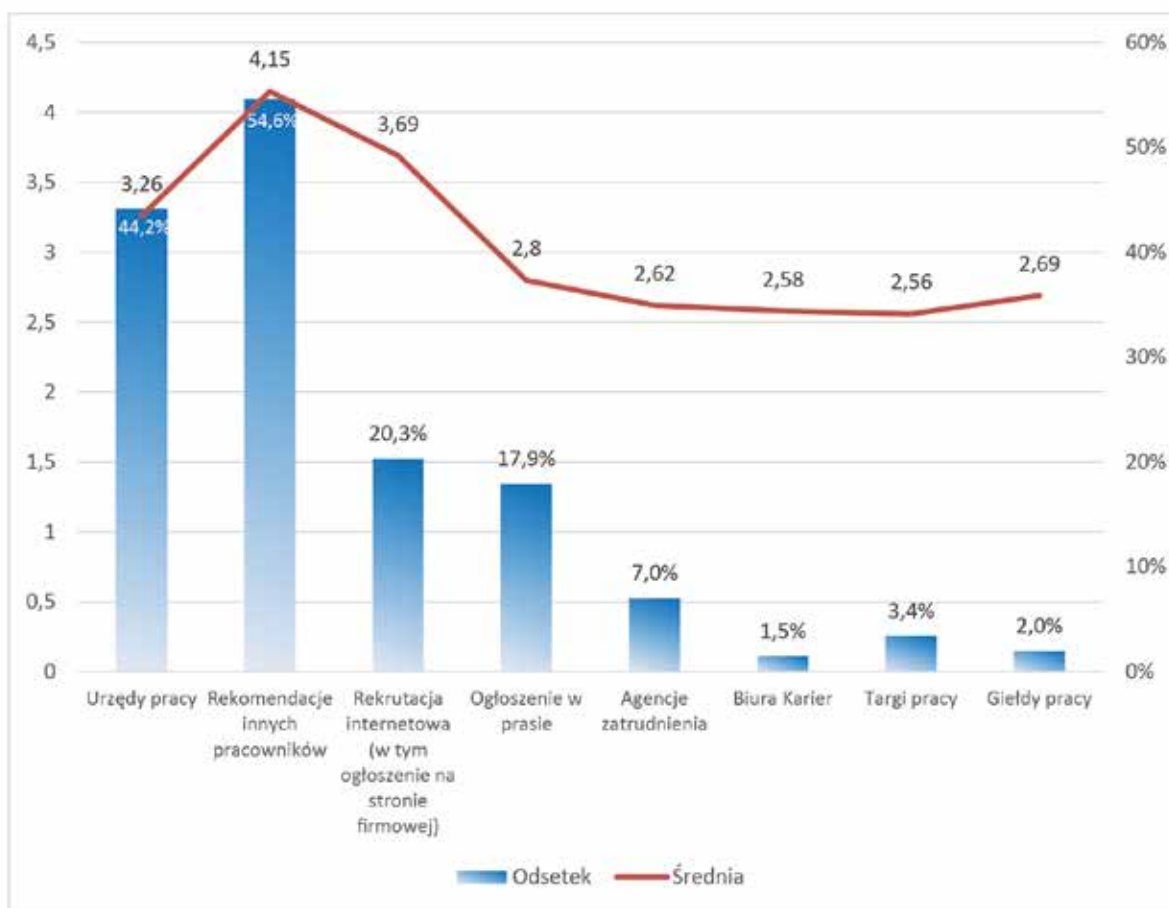
Branża	Cztery najczęściej wskazywane kompetencje do pracy w danej branży
Działalność profesjonalna, naukowa i usługi techniczne	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Zaangażowanie</li> <li>- Profesjonalizm i etyka</li> <li>- Szkolenie i uczenie</li> <li>- Sumienność i dokładność</li> </ul>
Doradztwo w zakresie zarządzania	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sumienność i dokładność</li> <li>- Zaangażowanie</li> <li>- Branie odpowiedzialności</li> <li>- Profesjonalizm i etyka</li> </ul>
Pomoc techniczna i administracyjna	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sumienność i dokładność</li> <li>- Wytrwałość i konsekwencja</li> <li>- Zaangażowanie</li> <li>- Organizacja pracy</li> </ul>
Usługi edukacyjne	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Szkolenie i uczenie</li> <li>- Samodzielność</li> <li>- Profesjonalizm i etyka</li> <li>- Kreatywność</li> </ul>
Ochrona zdrowia i pomoc społeczna	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sumienność i dokładność</li> <li>- Profesjonalizm i etyka</li> <li>- Elastyczność</li> <li>- Komunikatywność</li> </ul>
Sztuka, rozrywka i rekreacja	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sumienność i dokładność</li> <li>- Kreatywność</li> <li>- Orientacja na klienta</li> <li>- Zaangażowanie</li> </ul>
Zakwaterowanie	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sumienność i dokładność</li> <li>- Profesjonalizm i etyka</li> <li>- Branie odpowiedzialności</li> <li>- Dążenie do rozwoju</li> </ul>
Usługi spożywcze	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Szkolenie i uczenie</li> <li>- Sumienność i dokładność</li> <li>- Zaangażowanie</li> <li>- Orientacja na klienta</li> </ul>

### Metody rekrutacji stosowane w mikroprzedsiębiorstwach

Mikroprzedsiębiorcy prowadząc swoje procesy rekrutacyjne, najczęściej korzystają z rekomendacji własnych pracowników – z takiej pomocy skorzystało 54,6% badanych poszukujących pracowników. W drugiej kolejności korzystają z pomocy urzędów pracy – robi tak 44,2% badanych, a także z rekrutacji internetowych (20,3%) i ogłoszeń w prasie (17,9%). Najrzadziej pracodawcy sięgają po usługi agencji pracy, biur karier, targów pracy i giełd pracy, które w sumie zostały wybrane przez 2% wszystkich badanych.

Przedsiębiorcy ocenili również każdy z przytoczonych powyżej sposobów rekrutacji na skali od 1 do 5, gdzie jeden oznacza metodę najmniej skuteczną, pięć – najbardziej skuteczną. Najlepiej oceniono rekomendacje pracowników (średnia ocen 4,15), urząd pracy (średnia ocen 3,26) i ogłoszenia w Internecie (średnia ocen 3,69) pracy. Na wykresie umieszczono procentowy rozkład wykorzystania poszczególnych metod rekrutacyjnych, jak również średnią ocen tychże metod.

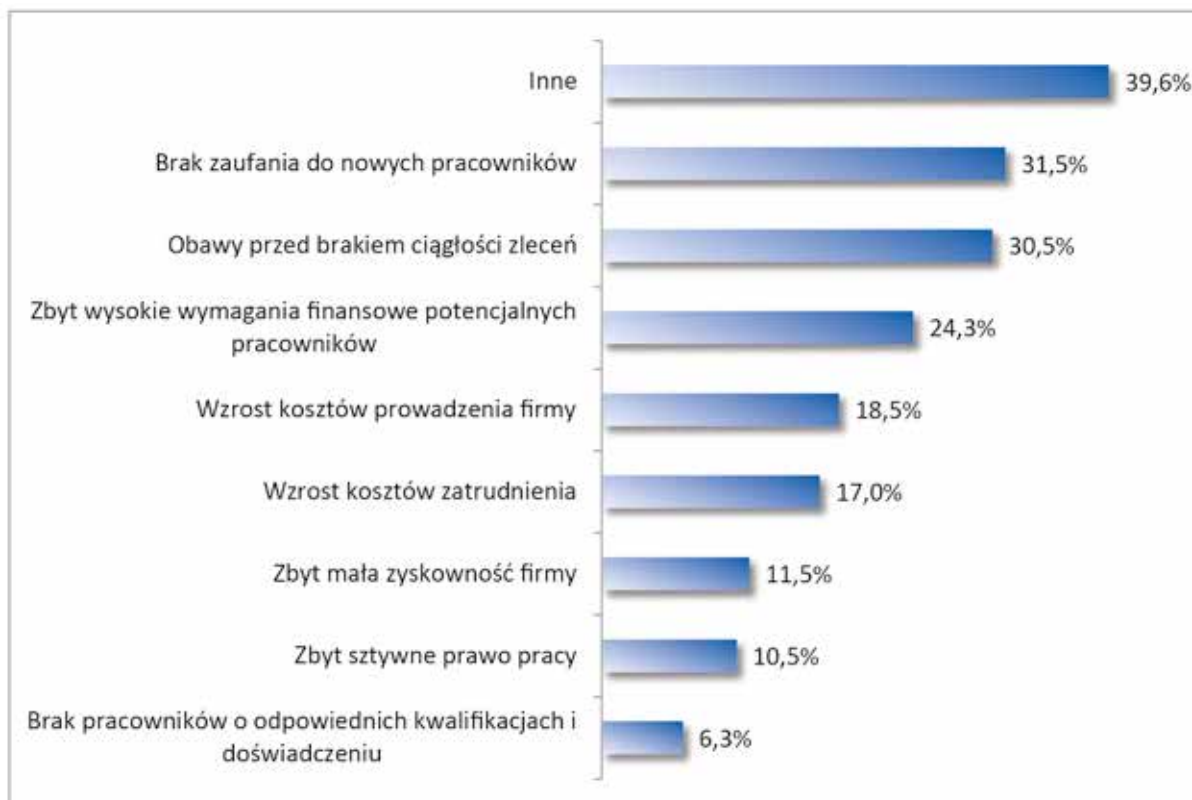
Wykres 26. Wykorzystywane metody rekrutacji oraz ocena ich skuteczności



### Bariery na drodze do zwiększenia zatrudnienia i sposoby ich niwelowania

Największą barierą na drodze do zatrudnienia nowych pracowników, według przedstawicieli mikroprzedsiębiorstw, jest brak zaufania do nowych pracowników. Uważa tak ponad 31,5% badanych. Pracodawcy zwracają również uwagę na obawy przed brakiem ciągłości zleceń (30,5%) i zbyt wysokie wymagania finansowe potencjalnych pracowników (24,3%). Najrzadziej wskazywaną przyczyną był brak pracowników o odpowiednich kwalifikacjach (3,9%). Blisko 40% przedstawicieli firm wspomniała także o innych barierach, niewymienionych na przedstawionej liście. Należą do nich m.in.: wysokie obciążenia podatkowe, w tym: składki ZUS, bariery administracyjne i uciążliwa, zdaniem badanych, biurokracja, duża konkurencja, brak chęci do pracy u potencjalnych pracowników, brak sprzętu, by wyposażyć w niego nowych pracowników (np. w samochody), czy też po prostu brak czasu na wdrożenie nowego pracownika. Procentowy podział wybranych czynników przedstawia Wykres 27.

**Wykres 27. Bariery na drodze do zwiększenia zatrudnienia (badani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź, stąd suma wskazań jest większa niż 100%)**

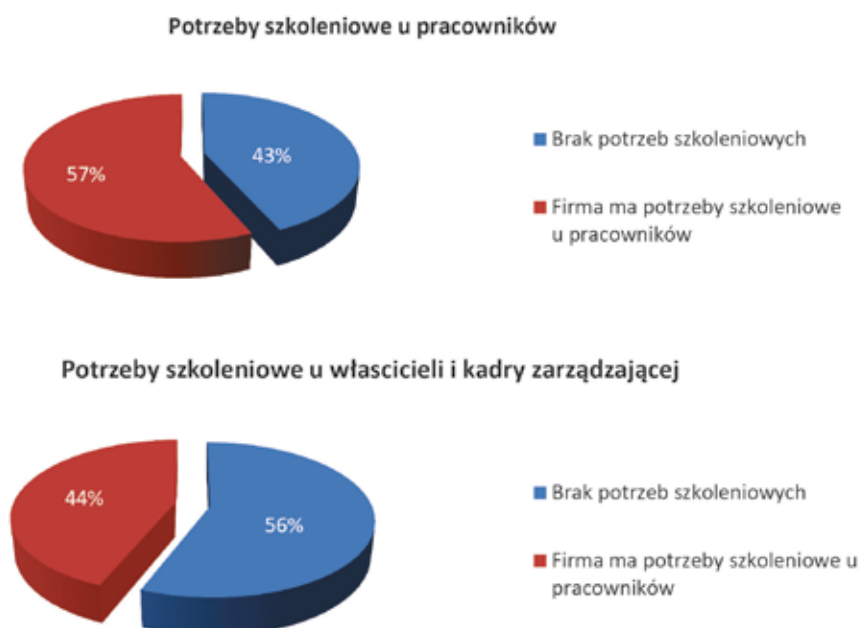


Badani najczęściej nie byli w stanie wymienić sposobów niwelowania barier do zwiększenia zatrudnienia. Ponadto biorąc pod uwagę, że duża grupa respondentów wymieniała jako barierę dla przedsiębiorców w zatrudnianiu nowych pracowników koszty finansowe, to dość często wskazywanym sposobem niwelowania tych barier byłoby obniżenie kosztów pracy oraz obniżenie kosztów prowadzenia działalności gospodarczej – w szczególności obniżenie składek na ZUS, a w dalszej kolejności także podatków oraz dofinansowanie tworzonych miejsc pracy.

### **Potrzeby szkoleniowe w mikroprzedsiębiorstwach**

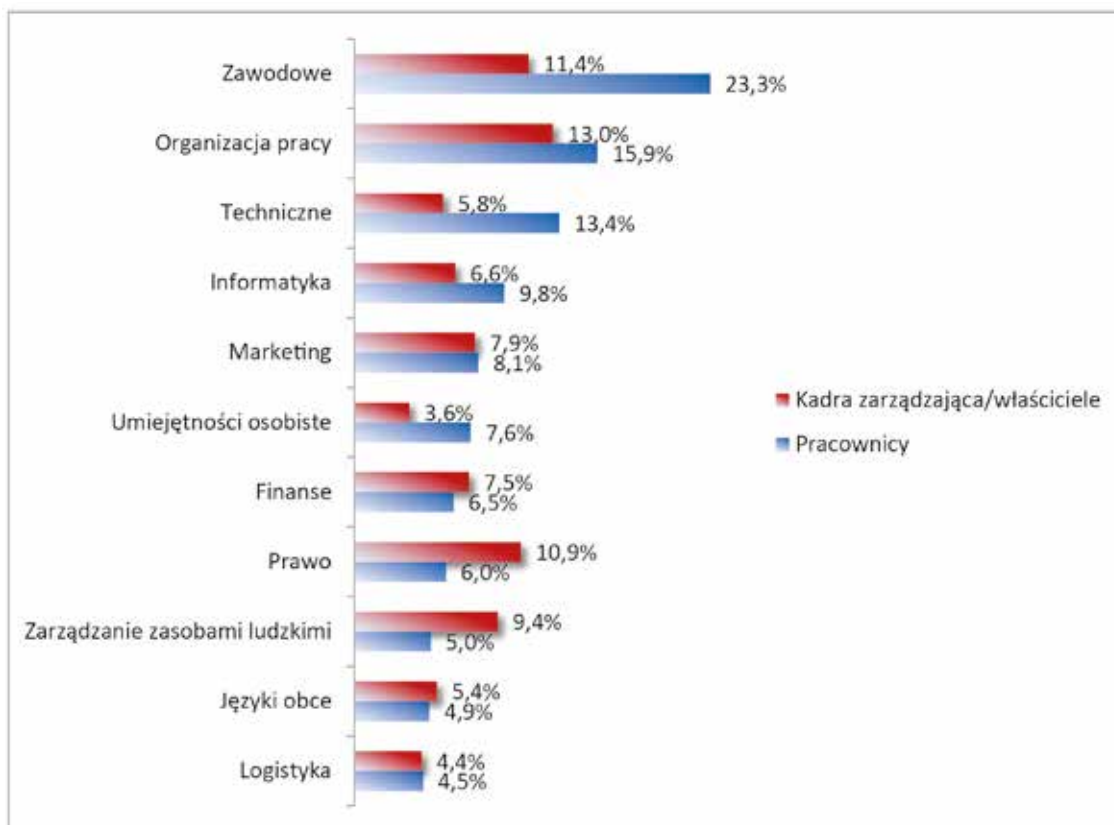
Ostatnia część merytoryczna wywiadu CATI dotyczyła potrzeb szkoleniowych. Jak przedstawia Wykres 28, potrzeby szkoleniowe prezentują się na podobnym poziomie u pracowników oraz u właścicieli i kadry zarządzającej. W przypadku obu tych grup około połowa analizowanych mikrofirm nie odczuwa żadnych potrzeb szkoleniowych. Potrzeby szkoleniowe u pracowników posiada 57% mikroprzedsiębiorstw, natomiast u właścicieli i kadry zarządzającej 44% respondentów. W stosunku do poprzedniego roku znacząco zwiększyły się odsetki respondentów, którzy deklarowali potrzeby szkoleniowe w obu grupach (wyniosły one odpowiednio 36,4% w przypadku pracowników oraz 36,1% w przypadku kadry zarządzającej).

**Wykres 28. Określenie potrzeb szkoleniowych u pracowników oraz u kadry zarządzającej**



Wśród mikroprzedsiębiorców zdecydowanie dominuje potrzeba szkoleń zawodowych, szczególnie istotne wydają się dla nich takie szkolenia dla pracowników. Na szkolenia zawodowe dla pracowników wskazało 23,3% wszystkich badanych przedstawicieli firm, dla kadry zarządzającej 11,4%. Dla pracowników ważne są też szkolenia z zakresu organizacji pracy (15,9%), informatyczne (9,8%) i marketingowe (8,1%). Właściciele i osoby zarządzające przedsiębiorstwami potrzebują natomiast głównie szkoleń z zakresu organizacji pracy (13%), zawodowych (11,4%), prawa (10,9%) i zarządzania zasobami ludzkimi (49,4%).

**Wykres 29. Rodzaje potrzeb szkoleniowych wśród pracowników i kadry zarządzającej**



Udzielający wywiadów, przedstawiciele firm byli w dalszej kolejności proszeni o szczegółowe wskazanie tematów szkoleń z wybranych uprzednio dziedzin zarówno dla pracowników, jak też kadry zarządzającej. Liczba firm, których przedstawiciele wskazali dany temat szkolenia jako potrzebny dla swoich pracowników lub członków zarządu przedstawiona została w poniższej tabeli. W przypadku każdej dziedziny szkoleń badani mogli także wskazać inne tematy, których realizacja byłaby potrzebna w ich firmie. Propozycje te również zawarte zostały w poniższej tabeli.

**Tabela 23.** Szczegółowe tematy szkoleń potrzebnych pracownikom oraz właścicielom badanych mikro-przedsiębiorstw

Dziedzina szkoleń	Tematy szkoleń	Liczba wskazań na dany temat szkolenia	
		Pracownicy	Kadra zarządzająca i właściciele
Finanse	Audyt	5	9
	Controlling	6	8
	Ekonomia	14	25
	Ekonomia społeczna	8	6
	Finanse osobiste	10	23
	Giełda Papierów Wartościowych	6	6
	Inwestycje	9	13
	Kontrola i płace	13	16
	Księgowość	36	37
	Podatki	19	25
	Pozyskiwanie środków inwestycyjnych	15	27
	Rachunkowość	19	21
	Ryzyko walutowe	3	5
	Ubezpieczenia	7	9
	Windykacja	9	13
	Zamówienia publiczne	8	16
Informatyka	Administracja IT	15	9
	Aplikacje biurowe	35	16
	Aplikacje do zarządzania	16	16
	Bezpieczeństwo	17	8
	Certyfikaty	23	10
	Internet	28	21
	Obsługa komputera	43	34
	Procesy biznesowe	18	15
	Programowanie	22	11
	Projektowanie graficzne	17	6
	Projektowanie stron WWW	20	7
	Systemy komputerowe	19	14
	Techniki komunikacyjno-informacyjne	18	12

Dziedzina szkoleń	Tematy szkoleń	Liczba wskazań na dany temat szkolenia	
		Pracownicy	Kadra zarządzająca i właściciele
Informatyka	Inne – jakie?	Analityka systemowa, obsługa specjalistycznych urzędzeń elektronicznych, specjalistyczne programy potrzebne do działania firmy, zaawansowana elektronika	Programy serwisowe, telekomunikacja
Języki obce	Angielski	39	39
	Niemiecki	15	23
	Rosyjski	13	16
	Chiński	6	6
	Francuski	7	7
	Hiszpański	7	6
	Portugalski	3	3
	Włoski	4	5
	Inne – jakie?	Ukraiński	Brak wskazań
Logistyka	Dystrybucja	8	8
	Magazynowanie	6	4
	Produkcja	1	2
	Spedycja	18	14
	Transport	21	17
	Zarządzanie procesami logistycznymi	17	19
	Zarządzanie jakością	7	17
	Zarządzanie kosztami zakupów	14	21
	Inne – jakie?	Organizacja pracy, organizowanie dostaw	Zarządzanie pracą
Marketing	Analizy marketingowe	10	25
	Badania i ankiety	17	14
	Marketing usług	22	26
	Obsługa klienta	44	36
	Organizacja eventów	15	15
	Perswazja	16	13
	Plan marketingowy	18	15
	Profesjonalny handlowiec	32	31
	Prognoza i plan sprzedaży	16	18
	Public relations	10	13
	Reklama	23	22
	Techniki sprzedaży	38	30
	Telemarketing	9	15
	Zarządzanie i marketing	13	20
	Zarządzanie i obsługa reklamacji	19	13

Dziedzina szkoleń	Tematy szkoleń	Liczba wskazań na dany temat szkolenia	
		Pracownicy	Kadra zarządzająca i właściciele
Marketing	Zarządzanie sprzedażą	43	29
	Inne – jakie?	Brak wskazań	Marketing praktyczny, marketing szeptany, zarządzanie finansami
Organizacja pracy	Analiza danych, statystyka	21	20
	BHP	96	68
	Sekretariat i recepcja	13	14
	Systemy zarządzania ISO	10	12
	Wsparcie procesów adaptacyjnych	6	8
	Zarządzanie projektem	13	14
	Zarządzanie przedsiębiorstwem	25	28
	Zarządzanie ryzykiem	16	16
	Zarządzanie strategiczne	14	12
	Zarządzanie zmianą	12	14
	Inne – jakie?	Analityka, kasa fiskalna, szkolenia z ADR, zarządzanie czasem	Analityka, certyfikaty pracy, efektywne zarządzanie czasem, kasa fiskalna, zarządzanie nieruchomościami
Prawo	Poradnictwo prawne	19	31
	Prawo administracyjne	20	39
	Prawo autorskie	7	12
	Prawo budowlane	12	21
	Prawo celne	6	8
	Prawo cywilne	13	17
	Prawo handlowe	7	13
	Prawo karne	4	5
	Prawo konsumenckie	7	13
	Prawo międzynarodowe	4	5
	Prawo ochrony środowiska	5	7
	Prawo ogólne	12	14
	Prawo pracy	22	38
	Prawo Unii Europejskiej	7	17
	Inne – jakie?	Prawo spółdzielcze, prawo podatkowe, przepisy bankowe, przepisy dotyczące oświaty,	Dotacje unijne, prawo spółdzielcze, prawo podatkowe, prawo oświatowe,

Dziedzina szkoleń	Tematy szkoleń	Liczba wskazań na dany temat szkolenia	
		Pracownicy	Kadra zarządzająca i właściciele
Techniczne	Automatyka i robotyka	13	8
	Biotechnologia	9	7
	Budownictwo	29	15
	Chemia	8	4
	Elektronika	43	16
	Elektrotechnika	41	13
	Energetyka	9	5
	Gazownictwo	6	4
	Geodezja i kartografia	0	1
	Hydraulika	16	5
	Inżynieria	5	6
	Mechanika	22	5
	Mechatronika	8	0
	Metalurgia	2	0
	Papiernictwo i poligrafia	4	4
	Spawalnictwo	9	3
	Technologia drewna	5	0
Inne – jakie?	Ciepłownicze, usługi kosmetyczne, elektryka, informatyka, księgowość, komputerowa diagnoza silnika, obsługa programów graficznych, obsługa wózków widłowych, obsługa dźwigów, spawalnictwo, HACCP	Ciepłownicze, szkolenia z zakresu gastronomii, HACCP	
Umiejętności osobiste	Asertywność	25	20
	Autoprezentacja	13	10
	Coaching	11	12
	Efektywność osobista	18	16
	Emisja głosu	19	11
	Etyka, etykieta	25	10
	Komunikacja	37	19
	Kreatywność	36	19
	NLP (programowanie neurolingwistyczne)	9	5
	Praca z trudnym klientem	28	13
	Rozwiązywanie konfliktów	23	12
	Trening interpersonalny	16	10
	Umiejętności menedżerskie	15	11



Dziedzina szkoleń	Tematy szkoleń	Liczba wskazań na dany temat szkolenia	
		Pracownicy	Kadra zarządzająca i właściciele
Umiejętności osobiste	Umiejętności rodzicielskie	11	7
	Walka ze stresem	24	13
	Warsztaty trenerskie	10	8
	Zarządzanie czasem	23	11
	Zarządzanie karierą	15	10
	Inne – jakie?	Profesjonalne podejście do pacjenta, umiejętność pracy z dziećmi	Umiejętność rozwiązywania trudnych sytuacji, praca z dziećmi i młodzieżą
Zarządzanie zasobami ludzkimi	Aktywizacja zawodowa	13	20
	Doradztwo zawodowe	14	17
	Kadry i płace	24	28
	Negocjacje i mediacje	10	22
	Okresowa ocena pracowników	9	19
	Optymalizacja zatrudnienia	11	20
	Praca w zespole	24	43
	Przywództwo	12	23
	Rekrutacja i selekcja personelu	16	26
	Systemy motywacyjne	18	31
	Zarządzanie zespołem	20	33
	Inne – jakie?	Ogólne zarządzanie, zarządzanie czasem, zwiększanie kompetencji pracowników	Pozyskiwanie funduszy unijnych, zarządzanie obsługą spółdzielni, zarządzanie czasem
Zawodowe	Automatyka i robotyka	30	9
	Brukarz	11	3
	Bukieciarz-florysta	6	4
	Gastronomia-żywność	25	14
	Krawiec	4	3
	Magazynier-akwizytor	25	15
	Obsługa kas fiskalnych	26	20
	Ochrona osób i mienia	11	7
	Stolarz	18	5
	Turystyka i hotelarstwo	17	10

Dziedzina szkoleń	Tematy szkoleń	Liczba wskazań na dany temat szkolenia	
		Pracownicy	Kadra zarządzająca i właściciele
	Inne – jakie?	Audytor wewnętrzny, pełnomocnik ds. systemów zarządzania, barman, cukiernik, diagnosta samochodowy, elektryk, elektrotechnik, farmaceuta, programowanie, grafika komputerowa, kierowca, klimatyzacja i chłodnictwo, ADR, kurs spawalniczy, obsługa wózka widłowego, metodyka nauczania, murarz, lakiernik, prezentacja projektów, ślusarz, spawacz, weterynaria, zarządzanie sieciami	Uprawnienia gazowe, doskonalenie w zakresie usług kosmetycznych, energetyczne, fryzjerskie, ADR, obsługa pieców grzewczych, stolarka otworowa,

Najważniejsze wymagania organizacyjne dotyczą czasu trwania i miejsca szkolenia oraz jego kosztu. Czas szkolenia nie może kolidować z pracą firmy – w przypadku branż, dla których ważna jest sezonowość, szkolenia powinny być organizowane w tzw. niskim sezonie, kiedy firmy mają mniej pracy. W przypadku innych branż, szkolenia powinny optymalnie odbywać się w weekendy lub, jeśli nie ma takiej możliwości, powinny trwać w miarę krótko, na przykład jeden dzień. Ważne jest przy tym, aby czas ten był zwarty, co pozwoli zminimalizować czas i koszt dojazdu. Szkolenia powinny odbywać się także w miarę często, aby przedsiębiorca mógł wybrać odpowiadający mu termin oraz cyklicznie (na przykład dwa razy do roku), dzięki czemu zdobyta wiedza będzie mogła zostać utrwalona i poszerzona. W kontekście lokalizacji bardzo ważne dla mikroprzedsiębiorstw jest to, aby odbywały się one blisko ich siedziby, w każdym powiecie, a nie tylko w stolicy województwa. Optymalnym rozwiązaniem byłaby organizacja szkolenia w siedzibie firmy, choć dobrym rozwiązaniem są też szkolenia on-line. Trzecim ważnym elementem organizacyjnym jest cena szkolenia. Jeżeli nie będą one przynajmniej częściowo dofinansowane, znaczna część przedsiębiorców nie zdecyduje się z nich skorzystać. Szkolenia płatne muszą mieć natomiast konkurencyjne ceny. Mówiąc o samej organizacji szkolenia, badani oczekiwaliby, aby tego rodzaju kursy były organizowane w małych grupach i były podzielone na część teoretyczną i praktyczną, umożliwiającą przećwiczenie zdobytej wiedzy. Oprócz tego ważnym elementem są certyfikaty i uprawnienia, które dają szkolenia – warto zatem, aby zdobyta wiedza była w jakiś sposób dokumentowana.

Wymagania merytoryczne dotyczą przede wszystkim jakości szkoleń zarówno w kontekście przekazywanych informacji, jak też sposobu ich prowadzenia. Szkolenia powinny być prowadzone przez specjalistów, doświadczonych trenerów znających się na swojej dziedzinie – te z obszarów technicznych przez uznanych fachowców, a te naukowe przez autorytety ze świata nauki. Kursy powinny być prowadzone w sposób ciekawy, angażujący uwagę odbiorców. Muszą też kłaść nacisk na praktykę, na przykład poprzez warsztatową formę prowadzenia zajęć oraz nie powielać znanych wszystkim informacji, tylko mówić o nowościach w branży, o nowoczesnych rozwiązaniach. Warto też, aby szkolenia realizowane były na kilku poziomach zaawansowania, aby osoby lepiej zorientowane w danej tematyce nie musiały słuchać już znanych sobie informacji. Optymalnie, aby szkolenia były indywidualnie dostosowane do potrzeb konkretnych odbiorców. W kontekście merytorycznym ważne jest również, aby osoba prowa-

dająca szkolenia rzeczywiście przekazywała konkretne informacje lub umiejętności, a ramy czasowe były dotrzymywane – pracodawcy boją się bowiem sytuacji, gdy szkolnie nie wnosi wiele w sposób merytoryczny, a jest jedynie okazją do spędzenia czasu poza pracą.

Respondenci zostali także poproszeni o podanie informacji odnośnie przeszłych szkoleń oraz planów na przyszłość z nimi związanych. Okazuje się, że bardzo zbliżone do siebie odsetki miały szkolenia (zarówno kadry zarządzającej jak i pracowników) oraz planują szkolenie w perspektywie najbliższych dwóch lat. Średnio w około 80% przypadków firmy, które już szkoliły planują takie szkolenia w przyszłości zarówno dla kadry zarządzającej, jak i pracowników.

**Tabela 24.** *Perspektywy szkoleniowa pracowników i kadry zarządzającej*

Perspektywa szkoleniowa		Tak	Nie
Szkolenie w okresie ostatnich 2 lat	Kadra zarządzająca	38,1%	61,9%
	Pracownicy	56,7%	43,3%
Plany szkoleniowe w okresie najbliższych dwóch lat	Kadra zarządzająca	39,6%	60,4%
	Pracownicy	59,6%	40,4%

## 5. Analiza hipotez badawczych

W ramach przygotowywania założeń badawczych postawiono sześć hipotez badawczych. Badanie miało je potwierdzić lub obalić. Zrealizowane badanie miało dać odpowiedź na pytania odnośnie pewnych działań mikrofirm na terenie województwa lubelskiego.

**Tabela 25.** *Analiza hipotez w świetle uzyskanych wyników badania*

Lp.	Hipotezy badawcze	Analiza hipotezy w świetle wyników badania
1.	Istnieje grupa firm w ramach poszczególnych branż, która wyprzedza pozostałe, konkurencyjne firmy w dostarczaniu niszowych produktów/usług dla specyficznych grup klientów.	Niewiele, bo 20% badanych firm stwierdziło, że istnieją w ich branży niezagospodarowane potrzeby klientów. Sztuka, rozrywka i rekreacja jest dziedziną, w której istnieje najwięcej produktów lub usług poszukiwanych przez klientów, a których nikt nie oferuje na rynku (lub oferuje je zbyt mało podmiotów). Wskazało tak 45% wypowiedających się przedstawicieli firm z tej branży. Wysoki poziom niezagospodarowania potrzeb klientów dostrzega się także w branżach: usługi edukacyjne (40%), budownictwo (40%) oraz finanse i ubezpieczenia (30%).
2.	Mikroprzedsiębiorstwa, które były w niedawnej przeszłości aktywne na polu rekrutacyjnym, będą planowały kolejne rekrutacje w przyszłości.	Badanie wykazało, że firmy, które niedawno rekrutowały mają także plany rekrutacji w przeciągu najbliższego roku (blisko 100% firm, które uczestniczyły w szkoleniach, chce się szkolić dalej). Aż 78% firm, które nie prowadziły rekrutacji, nie będzie jej prowadzić w najbliższym czasie.
3.	Mikroprzedsiębiorstwa z województwa lubelskiego pozytywnie oceniają swoją przyszłość w zakresie oceny szans na utrzymanie działalności firmy w ciągu kolejnych dwóch lat.	Badanie potwierdziło tę hipotezę. Mikroprzedsiębiorcy dość pozytywnie oceniają swoją przyszłość, na skali pięciostopniowej oceniali swoją przyszłość w okresie najbliższych dwóch lat na blisko 4.

Lp.	Hipotezy badawcze	Analiza hipotezy w świetle wyników badania
4.	Większość mikroprzedsiębiorstw z województwa lubelskiego planuje w ciągu następnego roku zatrudnić co najmniej jednego pracownika.	Większość badanych firm nie planuje w perspektywie najbliższego roku zatrudnić pracowników. Przedstawiona hipoteza nie została zatem potwierdzona.
5.	Mikroprzedsiębiorstwa z województwa lubelskiego będą w najbliższym czasie zainteresowane przede wszystkim szkoleniami z zakresu umiejętności miękkich kierowanymi do swoich pracowników.	Badanie nie potwierdziło niniejszej hipotezy. Respondenci nie są zainteresowani szkoleniami z zakresu umiejętności miękkich, interesują ich głównie szkolenia, na których pracownicy mogą posiąść wiedzę z zakresu wykonywanej pracy lub umiejętności ściśle z nią powiązanych.
6.	Mikroprzedsiębiorstwa, które mają w swojej historii epizody związane ze szkoleniem pracowników lub kadry zarządzającej chętniej będą kierowały pracownikami na szkolenie w przyszłości.	Badanie potwierdziło zakładaną hipotezę. Około 80% firm, które mają w swojej historii udział w szkoleniach deklaruje, że ma zamiar szkolić się w okresie najbliższych dwóch lat.

## 6. Wnioski i rekomendacje

Na podstawie przeprowadzonych badań można wyciągnąć wnioski zarówno natury ogólnej, dotyczące sytuacji mikroprzedsiębiorstw w województwie lubelskim, jak i poszczególnych branż. Należy zwłaszcza pamiętać, że wnioski branżowe mogą być obciążone dość dużym błędem, a co za tym idzie należy je traktować jako pewne kierunkowskazy.

Niewątpliwie zauważyć należy, że lubelscy mikroprzedsiębiorcy nie są w stanie w sposób jednoznaczny wskazać na fakt, czy zapotrzebowanie na ich produkty rośnie, czy maleje. Bardzo zbliżona liczba wskazywała zarówno na jedną, jak i na drugą odpowiedź. Jedna czwarta z nich (co wydaje się dość symptomatyczne) nie umiała określić swojego stanowiska. Natomiast dość duża grupa (45,9%) uważa, że popyt na ich produkty zmalał. Sytuacja ta nie uległa zmianie w stosunku do poprzedniego badania, zatem można przypuszczać, że sytuacja lubelskich mikroprzedsiębiorstw nie uległa zbyt wielkiej zmianie w zakresie popytu na ich produkty i usługi.

Niespełna jedna piąta respondentów była w stanie zadeklarować, że w ich branży istnieją niezagospodarowane potrzeby klientów. Zauważyć można, że to sztuka, rozrywka i rekreacja jest dziedziną, w której istnieje najwięcej produktów lub usług poszukiwanych przez klientów, a których nikt nie oferuje na rynku (lub oferuje je zbyt mało podmiotów). Wskazało tak 45% wypowiedających się przedstawicieli firm z tej branży. Wysoki poziom niezagospodarowania potrzeb klientów dostrzega się także w branżach: usługi edukacyjne (40%), budownictwo (40%) oraz finanse i ubezpieczenia (30%). Odsetek respondentów, którzy wskazali na niezagospodarowane obszary nieco zmniejszył się w stosunku do poprzedniego badania, nie jest to jednak zmiana zbyt wielka.

W przypadku samooceny szans utrzymania działalności firmy w ciągu kolejnych dwóch lat, najbardziej optymistycznie w przyszłość patrzą mikroprzedsiębiorcy z branż: usługi edukacyjne (średnia ich ocen na skali pięciostopniowej wyniosła 4,15), nieruchomości – pośrednictwo, wynajem i leasing (średnia 4,13), sztuka, rozrywka, rekreacja (średnia 4,05), ochrona zdrowia i pomoc społeczna (średnia 4,05) i działalność profesjonalna, naukowa i usługi techniczne (średnia 4,05). Samoocena mikroprzedsiębiorców w stosunku do poprzedniego badania nie uległa znaczącej zmianie.

W ponad połowie firm (63,1%) biorących udział w badaniach w ciągu ostatniego roku nie prowadzono procesów rekrutacyjnych (zmiana na niekorzyść w stosunku do ubiegłego roku – 59,9%). W pozo-

stałych 36,9% firm przeprowadzono co najmniej jeden proces rekrutacyjny. Łącznie w badanych mikrofirmach przeprowadzono 292 rekrutacji. 52 rekrutacji nie zostało zakończonych sukcesem. Najczęstszą przyczyną nieznaledzenia odpowiednich pracowników był brak osób posiadających odpowiednie kwalifikacje oraz wymagane doświadczenie. Najpopularniejsze zawody w analizowanych rekrutacjach to: sprzedawca (21 rekrutacji), kierowca samochodu ciężarowego (19 rekrutacji), księgowy (13 rekrutacji) i technik prac biurowych (12 rekrutacji). Liczba rekrutacji w stosunku do ubiegłego roku zmalała, jednakże nie należy traktować tego jako wskaźnika pogorszenia się sytuacji wśród mikrofirm.

Badanie wykazało, że największą barierą dla przedsiębiorców w zatrudnianiu nowych pracowników są wysokie pozapłacowe koszty pracy (tj. różnego rodzaju obciążenia podatkowe i składki ZUS), a podstawowym sposobem niwelowania tych barier byłoby, co oczywiste, obniżenie kosztów pracy oraz kosztów prowadzenia działalności gospodarczej – w szczególności składek na ZUS, a w dalszej kolejności także podatków. Instytucją, która mogłaby te zmiany wprowadzić jest wyłącznie rząd i ustawodawca. W stosunku do ubiegłorocznego badania katalog barier i sposobów ich niwelowania nie zmienił się, zatem należy stwierdzić, że bariery te są nadal istotnymi czynnikami przeszkadzającymi w rozwoju mikroprzedsiębiorstw w województwie lubelskim.

Niezależnie od branży, podobnie jak w ubiegłorocznym badaniu, badani mikroprzedsiębiorcy wskazywali przede wszystkim na szkolenia zawodowe zarówno dla pracowników, jak i nich samych. Szkolenia zawodowe dla pracowników wskazało 23,3% wszystkich badanych przedstawicieli firm, a dla kadry zarządzającej 11,4%. Najważniejsze wymagania organizacyjne dotyczą czasu trwania i miejsca szkolenia oraz jego kosztu. Czas szkolenia nie może kolidować z pracą firmy. Szkolenia powinny odbywać się także w miarę często, aby przedsiębiorca mógł wybrać odpowiadający mu termin oraz cyklicznie (na przykład dwa razy do roku), dzięki czemu zdobyta wiedza będzie mogła zostać utrwalona i poszerzona. Bardzo ważne dla mikroprzedsiębiorstw jest to, aby odbywały się one blisko ich siedziby, w każdym powiecie, a nie tylko w stolicy województwa. Niezmiernie istotny dla badanych jest koszt szkoleń. Jeżeli nie będą one, przynajmniej częściowo dofinansowane, znaczna część przedsiębiorców nie zdecyduje się z nich skorzystać.

**Tabela 26.** *Proponowane rekomendacje*

Rekomendacje	Adresaci rekomendacji (poziom regionalny i lokalny)
<p>Należy zastanowić się nad wspieraniem wybranych branż, które rokują szczególnie dobrze w świetle ich samooceny oraz realizowanych i planowanych rekrutacji. Wsparcie to mogłoby być realizowane poprzez pomoc w rekrutacji przez wyspecjalizowane jednostki, które wyszukiwałyby potrzebnych dla mikroprzedsiębiorstw specjalistów. Branże te najczęściej poszukują pracowników o specyficznych umiejętnościach, które dość często mogą być przyczyną niepowodzeń w prowadzonych rekrutacjach. Należy prowadzić działania mające na celu nieustanne monitorowanie branż, które wykazują się dużym potencjałem rozwojowym oraz są strategiczne z punktu widzenia rozwoju społeczno-gospodarczego województwa lubelskiego.</p>	<p>Urząd Marszałkowski Województwa Lubelskiego</p> <p>Wojewódzki Urząd Pracy</p> <p>powiatowe urzędy pracy</p>
<p>Należy precyzyjnie kierować działania instrumentów interwencji publicznej do wybranych grup docelowych, by wspierać te branże, które są szczególnie istotne z punktu widzenia rozwoju społeczno-gospodarczego województwa lubelskiego.</p>	<p>Urząd Marszałkowski Województwa Lubelskiego</p>

Rekomendacje	Adresaci rekomendacji (poziom regionalny i lokalny)
Szczególnie istotne wydaje się, z punktu widzenia wyników badania, odpowiednie dostosowanie oferty szkoleniowej oraz zwiększenie dostępności do usług rozwojowych dla mikroprzedsiębiorców. Należy rozważyć współpracę z Polską Agencją Rozwoju Przedsiębiorczości w zakresie rozwijanego przez tę instytucję Rejestru Usług Rozwojowych (RUR).	Urząd Marszałkowski Województwa Lubelskiego Wojewódzki Urząd Pracy
Należy zastanowić się nad aktywizowaniem mikroprzedsiębiorstw z peryferyjnych części województwa lubelskiego, leżących poza głównymi ośrodkami miejskimi. Działania pomocowe skierowane do mikrofirm z takich obszarów powinny uwzględniać specyfikę ich położenia oraz wspierać działania mające na celu odnalezienie niszy rynkowej, co wydatnie pomogłoby z jednej strony zwiększyć rozwój tych przedsiębiorstw, a z drugiej przyczynić się do wzrostu ich innowacyjności.	Urząd Marszałkowski Województwa Lubelskiego gminy województwa lubelskiego, agencje rozwoju regionalnego i lokalnego instytucje otoczenia biznesu
Jako że główne bariery rozwojowe związane z polityką kadrową mikrofirm znajdują się poza decyzywnością władz lokalnych i regionalnych, należy się zastanowić nad wprowadzeniem rozwiązań, które umożliwiłyby zmniejszenie obciążeń mikroprzedsiębiorców w innych aspektach funkcjonowania firmy, które równoważyłyby obciążenia społeczne i finansowe.	Urząd Marszałkowski Województwa Lubelskiego gminy województwa lubelskiego
Należy wspierać w procesach rekrutacyjnych branże szczególnie istotne z punktu widzenia rozwoju społeczno-gospodarczego województwa lubelskiego oraz jego obszarów funkcjonalnych. Wsparcie w procesach rekrutacyjnych powinno polegać przede wszystkim na pośrednictwie i wsparciu w pozyskiwaniu oraz przeszkalananiu osób o odpowiednich kwalifikacjach.	Urząd Marszałkowski Województwa Lubelskiego Wojewódzki Urząd Pracy w Lublinie powiatowe urzędy pracy partnerstwa obszarów funkcjonalnych
Należy zastanowić się nad wspieraniem takich obszarów, które są strukturalnie opóźnione w zakresie rozwoju przedsiębiorczości (lub też przechodzą w chwili obecnej duże zmiany restrukturyzacyjne). Szczególnie istotne wydaje się wsparcie tych obszarów, w których dużą rolę odgrywało lub nadal odgrywa rolnictwo. Należy zastanowić się nad wsparciem nie tylko umożliwiającym przekształcenie prowadzonej działalności rolniczej w działalność pozarolniczą, ale także wsparciem w zakresie zatrudnienia pracowników (ma to szczególne znaczenie, bowiem na obszarach wiejskich występuje duże bezrobocie o charakterze ukrytym).	Urząd Marszałkowski Województwa Lubelskiego Wojewódzki Urząd Pracy w Lublinie lokalne grupy działania
Należy prowadzić szeroko zakrojone działania konsultingowe dla mikroprzedsiębiorstw. Działania takie powinny mieć charakter bezkosztowy w aspekcie finansowym. Jednocześnie firmy powinny odczuwać większe zaangażowanie, nawet w formie niefinansowej. Może to sprawić, że mikrofirmy chętniej będą wdrażać zalecane im działania.	Urząd Marszałkowski Województwa Lubelskiego gminy województwa lubelskiego, agencje rozwoju regionalnego i lokalnego instytucje otoczenia biznesu
Działania doradcze dla mikrofirm powinny być oparte na zindywidualizowanej diagnozie potrzeb mikroprzedsiębiorstw oraz ich otoczenia rynkowego. Należy kierować działania wspierające w sposób bardzo przemyślany i oparty na wcześniej przeprowadzonych analizach.	agencje rozwoju regionalnego i lokalnego instytucje otoczenia biznesu

Rekomendacje	Adresaci rekomendacji (poziom regionalny i lokalny)
<p>Należy prowadzić działania informacyjne i promocyjne szkoleń skierowanych wyłącznie do mikroprzedsiębiorstw tak, aby tego typu firmy przekonać, że warto szkolić swoich pracowników, bo może to przynieść wymierne korzyści. Jednocześnie powinno się dążyć do tego, by szkolenia były jak najmocniej sprofilowane pod kątem konkretnych przedsiębiorstw lub branż oraz oparte były na ich rzeczywistych potrzebach szkoleniowych.</p>	<p>Urząd Marszałkowski Województwa Lubelskiego</p>
<p>Problemem dla wielu mikroprzedsiębiorstw jest brak odpowiednich środków na rozwój, szczególnie w branżach, które dość mocno oparte są na wiedzy oraz nowoczesnych technologiach. W takich branżach szczególnie istotne jest nadążanie za najnowszymi trendami, a najczęściej wiąże się to z dużymi wydatkami, w tym także z kosztami związanymi ze specjalistycznymi szkoleniami, udziałem w konferencjach i seminariach oraz zakupem lub dzierżawą nowoczesnego oprogramowania. Należy umożliwić takim firmom dostęp do tego typu działań, które często mają większe znaczenie dla rozwoju firmy niż zakup środków trwałych.</p>	<p>Urząd Marszałkowski Województwa Lubelskiego</p>

# Część II

## Badania jakościowe wśród 30 mikroprzedsiębiorstw w roku 2014







Badanie, o którym mowa w poprzedniej części raportu, z uwagi na chęć dotarcia do jak największej liczby respondentów oraz porównanie branżowej sytuacji mikrofirm przyjęło charakter ilościowy. Ponieważ prowadzone było metodą telefoniczną zastosowano zestandaryzowanie pytań i kafeterii odpowiedzi, co z jednej strony miało za zadanie maksymalnie skrócić czas wywiadu, z drugiej umożliwić analizę statystyczną. Uzyskano pewne generalizacje dotyczące poszczególnych branż. **Aby uzupełnić kontekst badawczy o zdiagnozowane dobre praktyki radzenia sobie osób samozatrudnionych z wymaganiami rynku pracy, zespół badawczy Lubelskiego Obserwatorium Rynku Pracy zaplanował także badania jakościowe.** Ponieważ niezbędne było poznanie szczegółowych opinii respondentów jako wysoce adekwatne podejście wybrano metodę jakościową z zastosowaniem techniki indywidualnego wywiadu pogłębionego – IDI. Od listopada do grudnia 2014 roku wywiady realizowali w województwie lubelskim diagności zatrudnieni przez Wojewódzki Urząd Pracy w Lublinie. Ich zadaniem było zrekrutowanie i przebadanie osób spełniających ustalone kryteria. Wywiady przeprowadzono na podstawie scenariusza opracowanego przez zespół Lubelskiego Obserwatorium Rynku Pracy<sup>23</sup>.

Indywidualne wywiady pogłębione odbyły się z 30 przedsiębiorcami – były to osoby fizyczne wykonujące działalność gospodarczą z siedzibą w regionie lubelskim, nie zatrudniające w dniu wywiadu więcej niż dwóch pracowników niezależnie od formy umowy. Z przeprowadzanych wywiadów stworzono transkrypcje (wszyscy respondenci wyrazili zgodę na nagrywanie rozmowy), które posłużyły do przygotowania analizy z badania jakościowego.

**Celami badania jakościowego (IDI) z osobami fizycznymi wykonującymi działalność gospodarczą były:**

- uzyskanie opisów ścieżek karier mikroprzedsiębiorców z regionu lubelskiego m.in. na potrzeby komponentu wdrożeniowego [wirtualnydoradca.wup.lublin.pl](http://wirtualnydoradca.wup.lublin.pl);
- identyfikacja sytuacji zawodowej respondentów na początku działalności i czynników jej rozwoju;
- poznanie potrzeb kształcenia pojawiających się w historii zawodowej;
- skatalogowanie dobrych praktyk m.in. z zakresu zarządzania, organizacji, promocji, utrzymania klienta, finansowania biznesu.

## 1. Charakterystyka respondentów<sup>24</sup>

W jakościowym badaniu osób samozatrudnionych udział wzięło 21 kobiet oraz 9 mężczyzn prowadzących działalność gospodarczą. Zdecydowana większość z nich swoją firmę prowadziła w Lublinie (14 osób). Pozostali respondenci reprezentowali następujące powiaty: lubelski (5 osób), m. Biała Podlaska (3 osoby), m. Chełm (3 osoby), włodawski (3 osób) i tomaszowski (2 osoby). W momencie rozpoczęcia działalności 15 osób posiadało wykształcenie wyższe (w tym 3 osoby wyższe zawodowe), 1 osoba wykształcenie średnie uzupełnione o szkołę policealną, 5 osób wykształcenie zasadnicze zawodowe oraz 9 wykształcenie średnie (większość to absolwenci technikum).

W trakcie wywiadu poproszono respondentów, aby wskazali swój zawód wyuczony. Nie narzucano im żadnych klasyfikacji związanych z nazewnictwem zawodów, lecz przyjęto ich dokładne, przedstawione przez badanych brzmienie. Większość uczestników wywiadów nie miało problemów z odpowiedzią na to pytanie – te zdarzyły się tylko w przypadku absolwentów studiów wyższych, którzy ukończyli zarządzanie oraz rachunkowość i nie potrafili nazwać swoich zawodów – wskazywali na fakt bycia absolwentem określonego kierunku. Zawody wyuczone pozostałych respondentów to: krawcowa, mechanik i operator maszyn rolniczych, historyk, politolog, prawnik, doradca zawodowy, technik BHP, nauczyciel, psychoterapeuta, kosmetyczka, artysta, ślusarz, fryzjer-stylista, socjolog, kierowca-mechanik,

<sup>23</sup> Scenariusz wywiadu IDI znajduje się w aneksie.

<sup>24</sup> Szczegółowe ścieżki karier zamieszczone są na portalu [wirtualnydoradca.wup.lublin.pl](http://wirtualnydoradca.wup.lublin.pl).

technik instalacji sanitarnych, technik rolnictwa, pedagog-animator kultury, technolog żywienia, fryzjer, rzeźbiarka, kucharz, technik włókiennik, fryzjer, krawiec, technik ekonomista, menadżer-organizator i animator turystyki, pilot wycieczek, oraz pedagog ze specjalizacjami nauczyciel przedszkola oraz oligofrenopedagog.

Spośród 30 badanych 11 nie uzupełniało swoich kwalifikacji na kursach czy szkoleniach. Pozostałe osoby skorzystały z co najmniej jednej formy podnoszenia kwalifikacji. Odbyte kursy można podzielić na dwie grupy: ogólne, związane z prowadzeniem działalności gospodarczej lub specjalistyczne, ściśle powiązane z wykonywaną pracą. Ze szkoleń/kursów z pierwszej grupy skorzystało pięcioro respondentów i wszyscy przyznali, że okazały się bardzo pomocne w prowadzeniu działalności gospodarczej. Respondenci, którzy podnosili kwalifikacje specjalistyczne także w większości uznawali, że były one przydatne w kontekście własnego biznesu (tylko jeden respondent, który ukończył kurs coachingu jednoznacznie wyrażał swoje niezadowolenie z braku przydatności zdobytych kwalifikacji). Należy także zwrócić uwagę, że **najczęściej na potrzebę szkoleń wskazywały respondentki, które pracują w branży fryzjerskiej**: *Przez cały okres szkoły, czy też prowadzenia działalności gospodarczej podnoszę swoje kwalifikacje. Uczestniczę w różnego rodzaju kursach, szkoleniach dotyczących branży fryzjerskiej. Pomaga to we wprowadzeniu nowych technik, trendów do salonu, co urozmaica moją pracę i zaspokaja potrzeby moich klientek. Z wypowiedzi respondentów wynika, że bardzo przydatne jest kończenie kursów, szkoleń czy studiów podyplomowych bezpośrednio związanych z profilem prowadzonej działalności, gdyż gwarantuje to możliwość przedstawienia lepszej i bardziej aktualnej oferty swoim klientom.*

Prawie połowa respondentów przyznała, że nie żałuje podjętych przez siebie wyborów związanych z edukacją oraz pracą i nie wprowadziłaby żadnych modyfikacji w swojej karierze. Są to osoby zadowolone z wybranego kierunku studiów oraz późniejszej aktywności zawodowej, które wykorzystały swoją szansę na rynku pracy. Osoby zadowolone deklarowały, że w obecnej działalności bardzo przydatne okazały się zdobywane po drodze kwalifikacje, jak i nauka praktyczna, to dzięki niej mogli zyskać niezbędne doświadczenie zawodowe. Jedna z badanych przyznała: *Czy bym coś zmieniła... raczej nie, ponieważ to co robię bardzo lubię i te wszystkie moje kwalifikacje, uprawnienia, które zdobyłam są mi po prostu pomocne.* Inna dodała: *Myszę, że nie zmieniłam bym nic, ponieważ etap pierwszy mojej nauki, który zaczął się w szkole zawodowej, był połączony z praktykami w salonie fryzjerskim, co dało bardzo głęboki postęp w mojej wiedzy, w mojej nauce tego zawodu.* Kolejne sześć osób nie potrafiło jednoznacznie odpowiedzieć czy z perspektywy czasu uważają, że powinni podjąć inne decyzje edukacyjne bądź zawodowe – z ich wypowiedzi wynikało, że raczej nie widzą elementów, które by zmodyfikowali, lecz przyznawali, że aby rzetelnie odpowiedzieć na to pytanie, potrzebowaliby zdecydowanie więcej czasu na zastanowienie się i przeanalizowanie całej ścieżki kariery. Co trzeci badany wskazywał, analizując przeszłość widzą, iż powinien podjąć kilka innych wyborów. Pozostała część uczestników badania zmieniłaby własne wybory edukacyjne – np. lepsze dokończenie języka angielskiego, wybór innego kierunku studiów czy wybór uczelni, na której więcej zajęć ma charakter praktyczny: *Na pewno nie zmieniałabym kierunku studiów, z tym że mogłabym się ewentualnie zastanowić nad tym, czy studiów magisterskich nie zrobić w jakimś innym mieście tak, żeby mieć możliwość nauczania się czegoś od praktyków. Dlatego że tutaj były to studia bardzo mocno teoretyczne, może była jedna osoba, która pracowała w branży i była ona rzadko. Ciężko było skorzystać z wiedzy i doświadczenia, więc ewentualnie może trzeba było chociażby wybrać Warszawę czy jakąś uczelnię posprawdzać czy są tam osoby działające w branży i ewentualnie z tego skorzystać.*

Poszczególni uczestnicy badania w następujący sposób określali profil/branżę swojej działalności:

1. usługi krawieckie (2 osoby)
2. usługi fryzjerskie (2 osoby)
3. handel ogólnospożywczy
4. usługi szewskie
5. handel spożywczy (zdrową żywnością i produktami orientalnymi)
6. usługi transportowe

7. usługi prawne
8. handel stolarką okienną, barami i drzwiami oraz ich montaż
9. usługi rozrywkowe (nagłośnienie, oświetlenie i organizacja imprez)
10. branża sportowa (fitness dla kobiet)
11. usługi związane ze stylizacją
12. usługi psychoterapeutyczne
13. usługi kosmetyczne
14. usługi edukacyjne
15. kolportaż prasy
16. badania rynku pracy i opinii publicznej
17. pośrednictwo handlowe
18. prace remontowe i instalacyjne
19. handel odzieżowy
20. usługi ogrodnicze
21. hodowla drzew owocowych
22. usługi fryzjerskie
23. usługi plastyczne (pracownia plastyczna)
24. usługi księgowo
25. usługi krawieckie i związane z dekoracją domu
26. usługi florystyczne
27. usługi związane z organizacją przyjęć okolicznościowych
28. usługi budowlano-remontowe

**Prawie wszyscy mikroprzedsiębiorcy, którzy wzięli udział w badaniu zajmują się obsługą klientów indywidualnych** (26 osób, w tym 22, które twierdzą, że jest to jedyny rodzaj klientów). Zwracali uwagę, że duża część z obsługiwanych to osoby przypadkowe (często padało określenie *klient z ulicy*), którzy jednorazowo lub bardzo sporadycznie korzystają z usług ich firmy. Istnieje natomiast część klientów, która regularnie powraca i korzysta z oferty prowadzonych przez respondentów działalności – z uwagi na wysoką jakość oferty (osoby te bardzo często polecają firmę swoim znajomym, dzięki czemu rozszerza się liczba klientów). Zależy jest to jednak od rodzaju oferowanych usług – np. z usług fryzjera klienci korzystają regularnie i wracają do tego samego zakładu, natomiast w przypadku takich usług jak wykończenie domu po jego wybudowaniu, ponowna potrzeba skorzystania z oferty danej firmy raczej się nie pojawia (zadowolony klient może jednak polecić wykonawcę swoim znajomym). Jak już wspomniano cztery firmy świadczą swoje usługi klientom indywidualnym oraz innym firmom czy instytucjom – pracownia plastyczna (zamówienia na rzeźby zarówno od prywatnych osób, jak i np. od muzeów), przedsiębiorstwo badań rynkowych (studenci, pracownicy naukowci oraz instytucje samorządowe, pozarządowe i przedsiębiorstwa), firma transportowa (kolportaż prasy, wywóz odpadów) oraz firma remontowo-budowlana (indywidualni klienci, jak i spółdzielnie mieszkaniowe). Pozostali czterej respondenci wykazali, że w ich przypadku klientami są zdecydowanie inne firmy, bądź instytucje, a klienci indywidualni zgłaszają się do nich tylko sporadycznie. Do grupy przedsiębiorstw obsługujących prawie wyłącznie klientów instytucjonalnych należą firmy oferujące: usługi rozrywkowe (nagłośnienie, oświetlenie i organizacja imprez na zlecenie samorządów, uczelni, instytucji pozarządowych, firm), usługi edukacyjne (na zamówienie placówek oświatowych), pośrednictwo handlowe (klientami są sklepy, restauracje hotele) oraz usługi księgowo (najczęściej zainteresowane usługami są niewielkie firmy prywatne).

## 2. Prowadzenie działalności gospodarczej – motywacje, przygotowanie, potrzeby kształcenia

Respondenci stanowią bardzo zróżnicowaną grupę pod względem okresu prowadzenia działalności gospodarczej. Osoba, która najdłużej prowadzi własną firmę posiada w tym względzie 28 lat doświadczenia. W grupie tej znalazło się także czterech mikroprzedsiębiorców, którzy na rynku funkcjonują mniej niż rok. Średni czas prowadzenia działalności dla wszystkich badanych wynosi siedem lat, natomiast wartość środkowa (mediana) informuje, iż połowa respondentów prowadzi działalność dłużej niż 5,5 roku<sup>25</sup>. Zdecydowana większość badanych założyła swoją działalność przed 30 rokiem życia – 18 respondentów. Najmłodsze osoby, które zdecydowały się na ten krok miały 23 lata (4 respondentów), najstarszy uczestnik wywiadu był w wieku 58 lat. Istnieje też duże zróżnicowanie pod względem okresu pomiędzy ukończeniem ostatniego etapu edukacji, a momentem rozpoczęcie działalności gospodarczej<sup>26</sup>. Jeden z uczestników badania własną firmę założył od razu po ukończeniu nauki. Najczęściej pojawiające się odpowiedzi to rok po szkole i sześć lat. Respondent, w przypadku którego okres ten był najdłuższy, własną działalność zaczął prowadzić 40 lat po zakończeniu edukacji. Średni okres (dla całej grupy), jaki minął od ukończenia określonego etapu edukacji do rozpoczęcia działalności wynosi prawie 9,5 roku. Dla większości był to zresztą ostatni etap edukacji formalnej – 22 osoby przyznały, że od tego momentu nie kontynuowały nauki w żadnej szkole czy na studiach wyższych. Wśród pozostałych, 4 uczestników badania wybrało studia podyplomowe (nauczanie przedszkolne, BHP, lifecoaching oraz zarządzanie i marketing), a kolejnych 4 ukończyło studia magisterskie (2 osoby pedagogikę, po jednej rachunkowość i finanse oraz kosmetologię).

Zdecydowana większość respondentów założyła działalność związaną z zawodem wyuczonym i/lub posiadanym wykształceniem. Osiemnaście osób zadeklarowało, że zdobyte wykształcenie okazało się pomocne przy prowadzeniu własnej firmy. Byli to: absolwent studiów artystycznych, absolwentka rachunkowości, absolwent turystyki i rekreacji, absolwentka wychowania fizycznego, psychoterapeuta, prawnik, pedagog, kosmetyczka, socjolożka, kierowca mechanik, technik instalacji sanitarnych, technolog żywienia, rzeźbiarka, kosmetyczka, technik włókiennik, krawiec oraz dwie fryzjerki. **Użyteczność posiadanego wykształcenia w głównej mierze związana była z nabyciem wiedzy, która była niezbędna do pracy w zawodzie wyuczonym (w takim większość respondentów prowadzi działalność gospodarczą).** Jedna z respondentek przyznała: *Profil wykształcenia (socjolog) był pomocny, dlatego że tak jakby profil mojej działalności wynika z mojego wykształcenia. Raczej myślę, że nie byłabym w stanie prowadzić działalności, a mieć zawód wyuczony zupełnie inny. Wiem, że niektórzy tak funkcjonują. Mi dodawało pewności to, że gdzieś tam chociaż odrobinę, tych podstaw, takich teoretycznych, czy jakiejś tam wiedzy mam.* Respondenci podkreślali też, że posiadanie określonego wykształcenia ukierunkowało ich decyzję odnośnie profilu prowadzonej działalności: *Myślę, że tutaj właśnie ten profil mojego wykształcenia (fryzjer) spowodował, że wybrałam taką działalność, a nie inną. Wybrałam to, co umiem robić najlepiej. Czyli szkoła tutaj dała mi taki start w przyszłość i dzięki temu mam dzisiaj swoją własną działalność gospodarczą.* Z wypowiedzi respondentów wynikało także, że zajęcia prowadzone w szkole były bardzo przydatne w kontekście wykonywania jakiegoś zawodu, lecz warto byłoby poszerzyć plany zajęć o przedmioty, które przygotowują absolwentów do prowadzenia biznesu (np. podstawy księgowości, marketing, pisanie biznesplanu).

Z odpowiedzi respondentów wynika, że czują się oni dość dobrze przygotowani do prowadzenia swojej działalności gospodarczej. Na pytanie czy posiadają potrzeby dotyczące zdobywania uprawnień, umiejętności, wiedzy w postaci kursów czy szkoleń aż 12 osób odpowiedziało zdecydowanie, że nie odczuwa takiej konieczności. **W przebadanej grupie mikroprzedsiębiorców znalazło się siedmioro,**

<sup>25</sup> Dwójka spośród respondentów przyznała, że w trakcie prowadzenia działalności pojawiły się krótkie momenty jej zawieszenia – jedno- lub dwumiesięczne.

<sup>26</sup> Respondentów zapytano o rok ukończenia ostatniego etapu edukacji przed rozpoczęciem działalności.

którzy przyznali, że prowadzenie działalności gospodarczej w ich branży jest nieodzownie związane z wymogiem podnoszenia kwalifikacji i aktualizowaniem wiedzy. Respondentka, która jest trenerem fitness zaznaczała, że w związku z wprowadzaniem nowego rodzaju sprzętu, pojawianiem się nowych zestawów ćwiczeń czy informacji na temat prawidłowego odżywiania, kilkakrotnie w ciągu roku zmuszona jest wyjeżdżać na odpowiednie kursy. O potrzebie bieżącej aktualizacji wiedzy ze względu na zmiany prawne mówiła także osoba prowadząca firmę zajmującą się rozliczaniem księgowym. Część z respondentów (5 osób) zaznaczała w swoich wypowiedziach, że z uwagi na branżę, w jakiej pracują (usługi fryzjerskie, kosmetyczne, budowlane), ściśle współpracują z dostawcą wykorzystywanych przez siebie produktów/materiałów. Z tego powodu zapraszani są bardzo często przez te firmy na szkolenia prezentujące nowe produkty, unikalne technologie itp., co sprawia, że nie ponoszą kosztów takich form zdobywania wiedzy. Respondentka prowadząca zakład fryzjerski mówiła: *Fryzjerstwo jest branżą, która rozwija się dosyć dynamicznie i tutaj warunkiem w ogóle bycia na rynku, nie wypadnięcia z tego jest właśnie uczestnictwo w szkoleniach i kursach, w których staram się uczestniczyć na bieżąco. Ciągłe te techniki, trendy we fryzjerstwie zmieniają się, więc jakby sam ten rynek fryzjerski wymusza na nas, fryzjerach uczestniczenie w takich kursach i ja właśnie z tego korzystam. Staram się przynajmniej kilka razy w roku być na jakiś szkoleniach dotyczących strzyżenia, farbowania, upięć – przede wszystkim nowych trendów, które obowiązują na dany sezon.* Pozostała część respondentów to osoby, które zapytane o ewentualne potrzeby odnośnie szkolenia po krótkim namyśle wskazały obszary wiedzy, którymi mogliby być zainteresowani, lecz w chwili obecnej nie stanowi to dla nich priorytetu. Można je podzielić na trzy grupy:

- a) ogólne – obsługi komputera oraz kurs językowy;
- b) związane z prowadzeniem firmy – z zakresu marketingu, dotyczące możliwości uzyskania dofinansowania/dotacji do prowadzonej działalności, zakładania i prowadzenia firmowej strony www, z zakresu podstaw księgowości;
- c) specjalistyczne – kurs florystyczny, szkolenie związane z nowelizacją Kodeksu Postępowania Karnego, szkolenie/ studia podyplomowe na temat zdrowego odżywiania i dietetyki, szkolenie/studia podyplomowe dotyczące prowadzenia ilościowych badań społecznych oraz analizy ich wyników w programie statystycznym, szkolenie dotyczące realizacji dźwięku, kurs obsługi koparko-ładowarki lub innego sprzętu ciężkiego.

W kontekście zdobywania kwalifikacji respondentów zapytano także o to, jaki rodzaj kształcenia, uprawnień, kursów, przydatny dla prowadzenia działalności mogliby polecić tym, którzy myślą o własnej firmie, a jeszcze mają sporo czasu na kształcenie. **Wśród odpowiedzi dominowały opinie, iż najcenniejsze byłoby zdobycie wiedzy i umiejętności podczas kursów związanych z prowadzeniem własnej działalności gospodarczej. Uczestnicy badania wskazywali, że warto przygotować się do tej roli w sposób przemyślany i w miarę możliwości kompleksowy tak, żeby móc w późniejszym czasie zminimalizować koszty związane z bieżącym funkcjonowaniem firmy – np. obsługiwaniem strony internetowej, poradami prawnymi, rozliczeniami.** Z tego powodu 16 badanych polecało osobom chcącym wejść na lokalny rynek w charakterze mikroprzedsiębiorcy nabycie odpowiedniej wiedzy z dziedziny księgowości, marketingu, obsługi stron internetowych, przygotowania wniosków o dofinansowanie, obsługi niezbędnych programów komputerowych (np. kadrowych), zarządzania oraz obsługi klienta (np. prowadzenia rozmów, umiejętności sprzedażowych, doradztwa). Kolejnych trzech przedsiębiorców zwróciło uwagę, iż osoby które planują założyć własną firmę powinny, wybierając nie tylko profil/kierunek kształcenia, ale także szkołę, zwrócić uwagę na to, czy oferuje możliwość kształcenia praktycznego. Według respondentów jest to niezwykle istotne, gdyż  **nauka powinna opierać się przede wszystkim na praktyce – tylko ona gwarantuje nabycie odpowiednich umiejętności, które później można będzie wykorzystać w wykonywaniu zawodu oraz obowiązków typowo branżowych we własnej firmie.** Jeden z badanych zwracał też uwagę, że warto wybierać taką szkołę, gdzie zajęcia prowadzą osoby z branży, tylko taki nauczyciel może pokazać prawdziwe realia jego wykonywania. Znajomość tych uwarunkowań, zdaniem badanego, przychodzi wraz z doświadczeniem w konkretnej pracy i nie można ich poznać

czytając opracowania przygotowane przez teoretyków. To właśnie z uwagi na cenne spostrzeżenia oraz posiadane wiedzy *od środka* jest największą zaletą związaną z udziałem w zajęciach prowadzonych przez praktyków. Wśród badanych 5 osób wskazało także na kursy ściśle związane z ich branżą (wykrawania, prowadzenia pojazdów ciężkich, fitness oraz florystyczny), a 7 nie potrafiło doradzić w tej kwestii.

Człowiek, podejmując decyzje związane ze swoją karierą zawodową, kieruje się określonymi motywami. Mogą one być bardziej lub mniej uświadamiane dlatego pogłębiony wywiad był idealną techniką badawczą, aby zapytać respondentów o najważniejsze czynniki, które skłoniły ich do przyjęcia na siebie dużej odpowiedzialności założenia własnego biznesu. Odpowiedzi badanych koncentrowały się przede wszystkim na dwóch aspektach. **Dziesięcioro respondentów przyznało, że założenie działalności gospodarczej było jedyną alternatywą na lokalnym rynku pracy.** Nie posiadali zatrudnienia lub pracowali w firmach/instytucjach, z których mieli zostać w najbliższym czasie zwolnieni i mimo poszukiwania pracy nie mogli jej znaleźć. W takich okolicznościach, mimo obaw przed podjęciem ryzyka, jakim jest zainwestowanie we własną firmę, postanowili wykorzystać posiadaną wiedzę, umiejętności oraz doświadczenie i zdecydowali się zarejestrować swoją działalność – zacząć pracę na swój rachunek, z czego jak przyznają po latach, są bardzo zadowoleni. Jeden z respondentów w następujący sposób wypowiedział się na temat okoliczności założenia działalności: *Powodem założenia działalności było zwolnienie mnie z pracy, w której przepracowałem piętnaście lat i to skłoniło mnie do samozatrudnienia, do założenia firmy o profilu związanym z wykonywanym wcześniej zawodem. Sam pracy nie mogłem znaleźć.* Inna z respondentek opowiadała: *Najważniejsze było to, że w roku 2006 rozpoczęłam pracę w gimnazjum, gdzie uczyłam W-F u. Uczyłam tam przez pięć lat. I po prostu po trzech latach w związku z redukcją etatów wiedziałam, że przyjdzie taki czas, że będą mnie chcieli zwolnić, ponieważ byłam najmłodszym nauczycielem. Karta nauczyciela określa jasno zasady, że najmłodszy zawsze jest najmniej uprawiony i po prostu jest zwolniony, ewentualnie zredukowany etat. Po czterech latach pracy miałam zredukowany etat z całego na pół etatu. I później dostałam wypowiedzenie z pracy w związku z redukcją etatu. I przez trzy lata pracy w szkole rodziła się po prostu we mnie taka myśl, co tutaj by zrobić żeby zabezpieczyć siebie, mieć pracę i jakieś dochody. W wypowiedziach wszystkich badanych dominuje jednak inny rodzaj motywacji do podjęcia własnej działalności gospodarczej – chęć bycia osobą niezależną, samodzielną. Na taki czynnik wskazała zdecydowana większość badanych (17 osób).* Respondenci zwracali uwagę, iż bardziej odpowiada im praca, którą sami mogą zaplanować i w pełni za nią odpowiadają, dzięki czemu mogą liczyć na taki zysk, jaki osobiście wypracują. Część z respondentów przyznawała także, że z uwagi na ich usposobienie wolą być *sami sobie szefem*, niż komuś podlegać i wykonywać jego polecenia – *Głównym powodem było to, że zawsze chciałem pracować na swoje konto i miałem wiele pomysłów do prowadzenia działalności. Nigdy nie czułem, że dobrze bym pracował dla kogoś i zawsze wiedziałem, że sobie poradzę zakładając działalność i chyba się nie zawiodłem.* Kolejny badany wypowiedział się w podobny tonie: *Głównym powodem było to, że chcę być szefem dla samego siebie, bo pracowałem wcześniej w różnych firmach i ja chyba jestem indywidualistą i wolę sam kierować swoim życiem.* W wypowiedziach respondentów pojawiały się jeszcze dwie kategorie odpowiedzi, które były bardzo mocno powiązane z byciem niezależnym – finansowa i związana z elastycznym czasem pracy. Piątka badanych deklarowała, że prowadząc działalność samemu można osiągnąć zdecydowanie lepsze zarobki aniżeli w pracy etatowej, co ma ogromne znaczenie, gdy podejmuje się ryzyko założenia własnej firmy. Dodatkowo cztery osoby wskazały, że gdy jest się właścicielem to ma się komfort w planowaniu czasu pracy. Jeden z respondentów bezpośrednio wiązał to z zarobkami, mówiąc, że to on decyduje ile pracuje i w związku z tym, ile chce zarobić. Inna z badanych doceniała ten aspekt prowadzenia działalności z uwagi na opiekę nad niepełnosprawną córką, co uniemożliwia jej pracę w stale wyznaczonych godzinach. Pojedyncze wskazania uzyskały natomiast następujące odpowiedzi: brak konkurencji na lokalnym rynku, możliwość otrzymania dotacji ze środków unijnych na rozpoczęcie działalności gospodarczej oraz brak zadowolenia z posiadanej pracy.

Spśród wszystkich mikroprzedsiębiorców sześć osób przyznało, że w momencie, kiedy rozpoczynały prowadzenie własnego interesu, nie posiadały doświadczenia zawodowego. Kolejne dwie pewne obycie z pracą, a także branżą zdobyły w trakcie praktyk lub realizacji projektów na studiach. Obie przyznały, że mimo, iż nie był to długi okres to wystarczyło, aby *oswoić się z branżą* i z tego powodu doświadczenie to zostało uznane jako zdecydowanie pomocne w późniejszym prowadzeniu działalności gospodarczej. Pozostali respondenci posiadali doświadczenie w pracy zawodowej – najmniej 1,5 roku, najwięcej 40 lat. Wśród nich tylko jedna osoba nie potrafiła ocenić czy było ono pomocne w prowadzeniu późniejszej działalności, a kolejne dwie przyznały, że w ogóle się ono nie przydało, gdyż było zdobyte w nieco innych branżach/zawodach. **19 respondentów bardzo docenia doświadczenie zdobyte w trakcie wcześniejszej pracy zawodowej i uznaje, że było ono bardzo przydatne w prowadzeniu własnej działalności.** Po pierwsze osoby z doświadczeniem branżowym były zdania, że wraz z praktyką zdobywa się także odpowiednie umiejętności – możliwe jest to dzięki uczeniu się pracy od innych współpracowników. Obrazuje to wypowiedź jednej z respondentek: *W trakcie pracy poznałam jak to się szyje, co jest na rynku, jak jest na rynku, jak jest wykonane, bo każdy zakład szyje jakoś tak inaczej niestety. Każdy krojczy czy każdy krawiec szyje po swojemu. Nauczyłam się takiego obycia w zawodzie, poznawania tego wszystkiego.* Praca umożliwiła też obycie oraz nabranie umiejętności obsługi klienta: *Najważniejsze, to jest tak oswoić się z ludźmi, którzy przychodzą, wiedzieć jak do tego podejść. Jak się zapytać człowieka, jak mu doradzić, jak wytłumaczyć.* Kolejnym z dużych atutów osób posiadających praktykę w zawodzie jest posiadanie określonej sieci kontaktów, co jest niezwykle ważne w najtrudniejszym, początkowym okresie prowadzenia własnej firmy: *Przede wszystkim pomogło na tyle, że otwierając swoją własną firmę miałam już własną bazę klientów, co znacznie ułatwiło prowadzenie działalności, a przynajmniej pokrycie kosztów związanych z jej prowadzeniem.* Część respondentów pracę u kogoś traktowało także jako możliwość brania przykładu z właściciela i przygotowanie się do prowadzenia własnego interesu: *Wszędzie, gdzie trafiałam, to zawsze były właścicielki w ciąży i zawsze ja prowadziłam działalność w rezultacie. Załatwiałam te papierkowe sprawy, a oprócz tego strzyżenie, strzyżenie, więc pracowałam i musiałam się wszystkim zajmować.* Praca taka mogła więc służyć zapoznaniu się z pewnymi procedurami, ale także umożliwić wysondowanie lokalnego rynku. Dzięki temu otwierając działalność respondent ponosił mniejsze ryzyko z uwagi na podjęcie decyzji w sposób przemyślany: *W międzyczasie kiedy pracowałam w szkole, prowadziłam też w prywatnej firmie siłownię dla kobiet. Było to chyba dwa lata, więc po prostu zorientowałam się jak jest rynek w mojej okolicy, zorientowałam się jakie są potrzeby kobiet i powoli sobie wszystko układałam w głowie.*

### 3. Dobre praktyki na starcie i podczas prowadzenia własnej działalności gospodarczej

Mikroprzedsiębiorcy, którzy wzięli udział w badaniu, posiadają już bardzo dobre rozeznanie na temat tego, z jakimi trudnościami spotykają się samozatrudnieni – zarówno na pierwszym etapie, gdy dopiero wchodzi na rynek, jak i w chwili, kiedy pozycja na rynku zaczyna być ugruntowana. W związku z tym diagności w trakcie indywidualnych wywiadów pogłębionych poprosili, aby respondenci podzielili się dobrymi radami, najpierw na temat tego, w jaki sposób najlepiej przygotować się do prowadzenia własnej działalności gospodarczej. Te dobre praktyki dotyczyły kilku decyzji oraz przedsięwzięć, które zwiększają szanse na odniesienie sukcesu. Z wypowiedzi wszystkich respondentów można stworzyć rekomendowane rozwiązania, które zaprezentowano poniżej.

- **Najczęściej pojawiająca się sugestią osób badanych było podjęcie decyzji popartej rozeznaniem rynku.** Aby trafić z produktem lub usługą do jak najszerszej grupy odbiorców, co jest gwarancją odniesienia sukcesu, powinno przeprowadzić się najpierw badanie potrzeb społeczności, do której ma być skierowana oferta. Pozwoli to na uniknięcie rozczarowania i narażenia się na straty finansowe w przypadku kiedy wizja osoby zakładającej firmę rozminie się z realiami i jej oferta nie spotka się z zainteresowaniem. **Należy zwrócić także uwagę na to, czy na lokalnym rynku funkcjonują jeszcze ja-**



**kieś inne firmy, które mogą stanowić potencjalną konkurencję, gdyż ich istnienie wpływa na szanse odniesienia sukcesu.** Doradzając osobom pragnącym założyć własny biznes, jedna z badanych mówiła: *Najpierw powinny rozeznac się dobrze w rynku, czego ludzie potrzebują. Załóżmy, że to jest np. to miejsce, nasze miasto, to dobrze by było, żeby się zorientowały czy jest taka potrzeba akurat. Najlepiej zrobić sondaż na ulicy, wśród znajomych. Ja przynajmniej też bym tak zrobiła – pochodziłabym, pozaczepiała ludzi i zapytała czy potrzebują tego, jak często. Co o tym myślą, czy akurat w tym miejscu i może wtedy tak trzeba policzyć sobie, czy jest to jakoś tam opłacalne i sensowne. Bo tak w ciemno, to jest bardzo ciężko. I oczywiście zorientować się, czy coś takiego istnieje, bo im więcej konkurencji, tym jest trudniej. Jeśli ktoś jest dłużej, to już zdobył ten rynek – jest znany, i radzi sobie. Natomiast kolejny – trudno mu się przebić.* Inna respondentka twierdziła, że zawsze należy liczyć się z pewnym ryzykiem: *warto sobie zrobić taki biznesplan, żeby wszystko sobie tak czarno na białym zobaczyć... Napisać zwyczajnie i pomyśleć – jakby z każdej strony. Żeby mieć świadomość tego, że nawet najlepszy pomysł ma jakieś minusy.*

- **Warto wybrać działalność, która będzie sprawiała przyjemność.** Respondenci zwracali uwagę, że prowadzenie firmy bardzo przenika się z życiem osobistym: *przedsiębiorcą jest się 24 godziny na dobę. Z tego też powodu sugerowali, aby nie wybierać profilu działalności, który byłby dla konkretnej osoby szczególnie uciążliwy, gdyż w bardzo krótkim czasie może nastąpić zniechęcenie, co sprawi, że trudno będzie utrzymać działalność.* Respondenci deklarowali, że przy prowadzeniu działalności gospodarczej niezbędna jest pasja do tego co się robi, w innym przypadku bardzo trudno będzie o solidność, poświęcenie i konsekwencję w działaniu, które są warunkiem koniecznym do wyrobienia sobie dobrej pozycji na rynku.

- **Osoba, która planuje założyć działalność gospodarczą powinna zasięgnąć rady innych przedsiębiorców** niekoniecznie z branży, w której pragną później pracować, choć niewątpliwie byłoby to najlepsze rozwiązanie. Rozmawiając z ludźmi posiadającymi doświadczenie z własnym biznesem można dowiedzieć się w jaki sposób przygotować się do prowadzenia działalności, z jakimi trudnościami można się spotkać, jakie potrzeby mogą pojawić się w pierwszym okresie, gdzie zwrócić się o ewentualną pomoc, jakie luki informacyjne należałoby wcześniej uzupełnić itp.

- **Mikroprzedsiębiorca jako osoba zarządzająca firmą, ale także bardzo często aktywny pracownik wykonujący typowo branżowe zadania, powinien uzupełniać swoją wiedzę na różnego typu szkoleniach i kursach tak, aby móc zaoferować swoim klientom jak najbardziej aktualną oraz pełną ofertę.**

- **Nieodzowne przy zakładaniu własnej działalności jest poznanie swoich własnych możliwości oraz predyspozycji.** Zdaniem respondentów nie każdy człowiek w takim samym stopniu nadaje się do prowadzenia firmy, należy posiadać odpowiedni zestaw cech umożliwiający pracę pod presją czasu, umiejętność radzenia sobie ze stresem, zdolność pozyskiwania klientów, doradzania im oraz umiejętności sprzedażowe itp. Z tego powodu należy zastanowić się, czy presja związana z prowadzeniem firmy oraz obowiązki, które należałoby wykonywać stanowią odpowiednie wyzwanie dla osoby rozważającej podjęcie działalności.

- **Dobrym rozwiązaniem przed rozpoczęciem prowadzenia działalności gospodarczej jest także wcześniejsze zdobycie odpowiedniego doświadczenia w pracy w danej branży.** Będąc zatrudnionym, ponosi się zdecydowanie mniejszą odpowiedzialność oraz można poznać realia danego rodzaju działalności. Obserwując innych, nabiera się także nowych umiejętności i zdobywa wiedzę praktyczną. Jedna z właścicielek firmy radzi osobom myślącym o założeniu własnej działalności, żeby zdobyły doświadczenie, czyli po prostu zatrudniały się w tych firmach, które są podobne do tego, co chciałyby kiedyś otworzyć. *Żeby zdobyły doświadczenie i zobaczyły jak to wszystko wygląda od wewnątrz. To jest najważniejsze. Bo można sobie coś wymyślać, a rzeczywistość jest całkiem inna.* Jedna z respondentek zwracała także uwagę, że jest to możliwość stworzenia sobie odpowiedniej bazy klientów, która w momencie otwierania własnej firmy pozwoliłaby na *spokojniejszy start: prowadzenie działalności gospodarczej to jest jakby kolejny krok w robieniu tak zwanej kariery fryzjerskiej. Dlatego, że przede wszystkim najpierw, żeby móc wystartować, trzeba posiadać tę własną bazę klientów. I najlepszym wyjściem jest po prostu spróbowa-*

nie pracy u kogoś – u pracodawcy tak, żeby jednak pozyskać tę bazę klientów. Nauczyć się pracować z tym klientem, ponieważ, takie udźwignięcie prowadzenia tej działalności plus jeszcze dodatkowo stres związany z pracą, jeśli tym bardziej jest to praca, którą się podejmuje pierwszy raz, może okazać się za trudne. Więc tutaj ja bym raczej powolutku, pojedynczymi krokami do tego sukcesu zmierzała.

Przedsiębiorca wielokrotnie staje przed różnymi dylematami. **Część z respondentów podzieliła się informacjami na temat tego, jakie podjęte decyzje były kluczowe w prowadzeniu działalności i dały im największą satysfakcję.** Są to jednostkowe przykłady, ale na pewno część z może stanowić pewną wskazówkę odnośnie tego, nad czym warto pomyśleć prowadząc własną działalność gospodarczą:

- Otworzenie własnej strony internetowej i jej odpowiednie wypozycjonowanie tak, żeby pojawiała się jako jeden z pierwszych wyników wyszukiwania w Google sprawia, że uzyskuje się dostęp do znacznie szerszej grupy odbiorców. W zależności od rodzaju usług może to być tylko rodzaj reklamy, dzięki której informacja dociera do klientów lub w przypadku handlu umożliwić wydajniejsze wykorzystanie wysyłkowej formy sprzedaży;
- Decyzja o odpowiednim lokalu jest bardzo istotna. Ma to znaczenie przede wszystkim w przypadku lokali usługowych, które powinny znajdować się w widocznych, łatwo dostępnych miejscach tak, żeby z jednej strony były zauważalne, a z drugiej żeby dostęp do nich nie był trudny. Mniejsze znaczenie ma to tylko w przypadku sklepów prowadzących sprzedaż wysyłkową. Po drugie należy zastanowić się czy warto kupić własny lokal. Mimo, że początkowo potrzebne są na to środki, to w dłuższej perspektywie stanie się to opłacalne i zminimalizowane zostanie ryzyko związane z inwestowaniem w wynajmowany lokal (np. prowadzenie remontów, dostosowywanie pomieszczeń na własny koszt, gdy jest się najemcą jest pewnym ryzykiem, mogą pojawić się okoliczności, w których umowa najmu zostanie wypowiedziana – w takiej sytuacji zainwestowane środki przepadną). Respondentka argumentowała kupno własnego lokalu w sposób następujący: *Najważniejszą decyzję, którą podjęłam jeżeli chodzi o działalność mojej firmy był zakup lokalu, w którym obecnie mamy swoją firmę. Po prostu chciałam się usamodzielnić. Mieć swój lokal. Wiadomo... dziedzina fitnessu jest taka, że po prostu trzeba w ten lokal inwestować i inwestować, w czyjś lokal to jest po prostu bardzo niebezpieczne. Ewentualnie, jeżeli ktoś podpisze po prostu bardzo korzystną dla siebie umowę, ale to wiadomo zawsze się może wszystko zmienić, więc ta moja decyzja, czyli zakup lokalu była najważniejsza, kluczowa.*
- Rozszerzanie własnej oferty wraz z rozwojem firmy – może dotyczyć zarówno szerokości oferty, jak i liczby punktów usługowych/sprzedażowych. Decyzja powinna być uzależniona od rynku, na jakim się funkcjonuje i zasięgu (w przypadku małego raczej wskazane jest rozszerzanie oferty). Rozwój może wymagać zatrudnienia dodatkowych osób, więc należy wykalkulować czy osiągnięty zysk pokryje te koszty i ewentualnie wypracuje nadwyżkę. Oferta powinna być przygotowana w taki sposób, żeby była jak najlepiej dopasowana do odczuwalnego zapotrzebowania klientów – nie ma sensu rozszerzać jej o produkty czy usługi, na które popyt jest niski.
- Znalezienie zaufanych podwykonawców, z którymi można współpracować. Rozwiązanie to umożliwia branie udziału w zyskowych przedsięwzięciach, w których w pojedynkę dana firma nie byłaby w stanie wziąć udziału.

Kontekst współpracy i zrzeczania przedsiębiorców został pogłębiony w dalszej części rozmowy. Trzynaścioro z respondentów zdecydowanie stwierdziło, że takie wspólne działania jak najbardziej mają sens i są realne. Współdziałanie ma wiele pozytywnych stron: powiększenie docelowego rynku klientów dzięki zwiększeniu zasięgu lub rozszerzeniu oferty (jest to możliwe np. dzięki współpracy firm posiadających odmienne profile działalności, lecz mogących współpracować, aby osiągnąć cel jakim jest wykonanie większego zlecenia). Jedna z respondentek zaznaczyła także, że dzięki tworzeniu konsorcjów możliwe jest obniżanie kosztów (np. zakupów, opłat stałych – w tym wynajmu). Kolejna piątka badanych przyznała, że możliwość współpracy w znacznej mierze zależy od tego, jakiego rodzaju działalność i w jakiej branży się prowadzi. Zdecydowanie trudniej o współpracę firm, które oferują podobne produkty/usługi i działają na małym rynku (np. fryzjerzy). W takiej sytuacji konkurencja w ramach danej branży ogranicza możliwość

współdziałania. Osoby te jednak twierdziły, że są pewne branże, w których realizacja wspólnych celów jest możliwa – ważne jest, żeby poszczególni przedsiębiorcy zobaczyli korzyści płynące ze zrzeszenia. W badanej grupie znalazło się osiem osób, które stanowczo stwierdziły, że przedsiębiorcy (szczególnie ci najmniej si, bardzo często posiadający zbliżone oferty) nie mogą podejmować między sobą współpracy, gdyż tak naprawdę stanowią dla siebie konkurencję – możliwa jest co najwyżej organizacja wspólnych kursów czy szkoleń. Pozostała piątka respondentów nie potrafiła natomiast odnieść się do omawianej kwestii.

Żeby zdobyć dobrą pozycję na rynku pracy, należy wyrobić sobie renomę, która jest elementem kluczowym do osiągnięcia sukcesu w branży. Respondenci opowiadali co jest najbardziej istotne w przygotowaniu oferty dla klienta tak, żeby została ona przez niego doceniona. **Wypowiedzi wszystkich były do siebie bardzo zbliżone i dotyczyły przede wszystkim sposobu podejścia do klienta oraz oferty** w sposób ogólny, nie skupiali się oni na konkretnych produktach czy rodzajach usług. Po pierwsze ważny jest profesjonalizm, który przejawia się w posiadaniu odpowiedniej wiedzy branżowej (także wiedzy o produkcie) oraz znajomości licznych technik związanych z konkretną usługą (np. fryzjerskich, krawieckich), dokładności, terminowości, solidności, skuteczności. Bardzo istotne jest także to, aby dany produkt lub usługę otrzymać w jak najkrótszym czasie. Klienci doceniają także trwałość (jakość) oferowanych produktów i w przypadku firm sprzedażowych liczą na jak najszerzą ofertę, w której znajduje się duża liczba renomowanych towarów. W przypadku firm usługowych bardzo istotna jest estetyka wykonania określonych prac (odpowiednie przygotowanie fryzury weselnej, ale także staranne wykonanie remontu). Na zyskanie renomy wpływa także umiejętność indywidualnego traktowania każdego klienta oraz fachowe doradzenie mu tak, aby znaleźć rozwiązanie, które go w pełni usatysfakcjonuje, a jednocześnie wzbudzi w nim poczucie, że jako klient był najważniejszy, niezależnie z jak dużymi potrzebami przyszedł.

**Posiadanie u klientów dobrej renomy wynikającej z oferowania wysokiej jakości usług/towarów, konkurencyjnych cen, rzetelności, uczciwość oraz terminowość to czynniki, które mogą zapewnić przedsiębiorstwom stałych klientów. Posiadanie odbiorców, którzy co jakiś czas powracają, a dodatkowo mogą polecić daną firmę swoim znajomym, jest także kluczem do utrzymania działalności gospodarczej** (polecenie traktowane jest jako najskuteczniejsza forma zdobycia nowych klientów). Znaczna część respondentów przyznawała, że ponad połowę ich klientów stanowią osoby, które do nich powracają regularnie. To właśnie posiadanie tego stałego grona w dużej mierze stanowi klucz do utrzymania stabilności finansowej i utrzymania działalności dzięki istnieniu stabilnego popytu na ich ofertę. W kilku przypadkach badani przyznawali, że z uwagi na rodzaj oferowanych przez nich usług raczej nie zdarzają się typowi stali klienci (np. mówił o tym respondent zajmujący się sprzedażą i montażem okien, drzwi i bram), natomiast osoba zadowolona z wykonanej usługi poleca ją następnej, tworząc w ten sposób łańcuch zadowolonych klientów. Bardzo istotne jest także ciągłe promowanie własnej oferty tak, aby pozyskiwać nowych klientów. Kilkoro respondentów doradzało także, aby posiadać zawsze jakiś plan awaryjny związany z ofertą. Ich zdaniem potrzebna jest pewna elastyczność, gdyż należy liczyć się z pewnymi zmianami na rynku. Z tego powodu dobrą praktyką, w przypadku niektórych branż, jest posiadanie, chociaż w pewnym zakresie, oferty sezonowej dostosowanej do specyficznych potrzeb klientów. Dodatkowo zwracano uwagę, że należy śledzić zmiany technologiczne oraz modę tak, aby szybko reagować na te zmiany i dzięki temu zawsze oferować produkty/usługi najwyższej jakości, które odpowiadają zmiennym oczekiwaniom.

Wyrobienie własnej marki i zdobycie klientów w dużej mierze zależy od promowania własnej firmy. Respondenci odpowiedzieli więc na pytanie, jakie formy promocji własnej marki stosują. **Największa liczba badanych (10) osób przyznała, że dla klientów najbardziej istotna jest cena, więc aby ich zachęcić do skorzystania z oferty musi być ona konkurencyjna.** Poszczególni przedsiębiorcy, którzy wzięli udział w badaniu stosują kilka wariantów cen promocyjnych: w formie zniżek dla stałych klientów, rabatów dla każdego nowego klienta, gratisów/rabatów do częstych zakupów/korzystania z usług, oferowanie produktów w wielopakach z obniżoną ceną, oferowanie stałym klientom darmowej usługi

(np. co dziesiąte strzyżenie gratis) oraz czasowe przeceny określonych produktów. Kilku respondentów mówiło także, iż klienci, którzy skorzystają z ich oferty mogą liczyć na upominki w postaci firmowych gadżetów reklamowych (np. długopis, kalendarz, pendrive). Dziewięć respondentów twierdziło, że najlepszą formą promocji jest tzw. poczta pantoflowa. Uważają oni, że aby zapewnić sobie stałych klientów oraz dodatkowo przyciągnąć nowych, należy przedstawiać ofertę wysokiej jakości. Istnieje bowiem bardzo duże prawdopodobieństwo, że zadowolony klient nie tylko wróci, ale podzieli się swoją opinią ze znajomymi. **Polecenie jest zdaniem respondentów jedną z najbardziej efektywnych form wypromowania firmy.** Ogromną popularnością wśród badanych cieszy się Internet jako medium zapewniające dotarcie reklamy do jak najszerzego grona ludzi. Własną stroną internetową posiadało dziewięć mikroprzedsiębiorców, czterech zamieszczało swoje ogłoszenia/banery reklamowe na innych witrynach internetowych, a trzech reklamuje się poprzez portal facebook.com. Inne formy promocji, na jakie wskazywali respondenci to: rozdawanie ulotek (4 osoby), reklama prasowa (4 osoby), wykupowanie banerów reklamowych (2 osoby), wysyłanie ofert drogą pocztową/elektroniczną do potencjalnych klientów (1 osoba), oklejanie samochodów reklamą firmy (1 osoba) oraz przygotowanie zachęcającej i ciekawej witryny sklepowej (1 osoba).

Funkcjonowanie na rynku to także walka z konkurencją (tylko jedna z uczestniczek badania, prowadząca klub fitness, przyznała, że prowadzona przez nią działalność jest na lokalnym rynku unikalna i nie posiada konkurencji). Respondenci opierając się na własnym doświadczeniu, wymienili najważniejsze płaszczyzny, na których ich zdaniem można wyprzedzić inne firmy oferujące podobne produkty/usługi (obecnie i w ciągu najbliższych 2 lat):

- posiadanie niskich, konkurencyjnych cen;
- znalezienie tańszych dostawców;
- wysoka jakość proponowanych usług/produktów;
- zapewnienie klientowi możliwości jak największego wyboru produktów/usług;
- krótkie terminy wykonania pewnych usług;
- indywidualne podejście do klienta i pewna elastyczność w stosunku do jego potrzeb i propozycji;
- posiadanie aktualnej wiedzy, poszerzanej na regularnie odbywanych kursach i szkoleniach, a co za tym idzie oferowanie usług zgodnym z bieżącą modą i technologią;
- posiadanie unikalnych produktów;
- dopasowana do grupy odbiorców forma marketingu;
- prowadzenie działalności w dostępnym i atrakcyjnym lokalu;
- oferowanie swoich usług *z dojazdem do klienta*;
- unowocześnienie posiadanego sprzętu, maszyn, pojazdów.

Badani mają świadomość, że nie zawsze można konkurować z innymi na wszystkich wymienionych płaszczyznach (nie wszystkie dotyczą nawet każdego z profili działalności), ale zdecydowanie warto wyróżniać się w chociaż kilku z nich. Dzięki temu firma będzie dostrzegalna na rynku i umożliwi to jej dalszy rozwój, a co za tym idzie – zdobywanie kolejnych klientów.

O tym jak ważna dla mikroprzedsiębiorców jest renoma świadczą także odpowiedzi, których udzielili zapytani o autorytety, które starają się naśladować w kontekście prowadzenia własnej działalności gospodarczej. **Respondenci, którzy zdecydowanie przyznawali, że taki autorytet posiadają (16 osób) wzorują się na osobach, które znają osobiście.** W grupie wskazywanych osób znaleźli się przedsiębiorcy – rodzina badanych (matka, brat, siostra), znajomi, właściciele współpracujących firm czy byli pracodawcy. **Wspólnym mianownikiem wypowiedzi respondentów na temat tego, dlaczego wybrali te konkretne osoby jako swój wzór do naśladowania, jest odniesienie przez te autorytety sukcesu w prowadzeniu biznesu.** Respondenci wskazywali, że podziwiają ludzi, którzy od wielu lat prowadzą działalność i udało im się zdobyć niezwykle pewną pozycję na rynku – przede wszystkim dzięki solidności, pracowitości, talentowi do wykonywanej pracy, posiadaniu szerokiej oferty i zapewnieniu wysokiego poziomu świadczonych usług. Badani bardzo doceniali to, że ich autorytety prowadzenie

własnego biznesu rozpoczynały od czegoś niewielkiego i dzięki kolejnym krokom realizowały coraz większe cele (np. jeden z respondentów doceniał znajomego, który początkowo prowadził mały sklepik spożywczy, a teraz jest właścicielem hoteli). Należy zwrócić uwagę, że część z respondentów, która inspirowała się autorytetem biznesowym przyznawała, że warto naśladować osoby sukcesu – w szczególności ich zaangażowanie, profesjonalizm i dążenie do realizacji kolejnych celów. Są to cechy na tyle uniwersalne, że wzorować można się na przedsiębiorcach, którzy niekoniecznie muszą prowadzić swoją firmę w tej samej branży. Wśród pozostałej części respondentów siedmiu przyznało, że nie posiada żadnego autorytetu. Taka sama liczba badanych zadeklarowała, że nigdy się nad tym nie zastanawiała na tyle dokładnie, żeby udzielić rzetelnej odpowiedzi.

#### 4. Nisze rynkowe i organizacja firmy

Jak wynika z wypowiedzi badanych, prowadzenie działalności gospodarczej powinno być oparte na dobrze przemyślanym planie i diagnozie potrzeb lokalnego rynku. Bezpośredni wywiad był okazją, żeby dowiedzieć się, jak respondenci postrzegają ten rynek. Badani zostali zapytani o istnienie ewentualnych nisz rynkowych (niezaspokojonych potrzeb klientów), które dostrzegają w swojej branży. Dwanaścioro nie potrafiło jednoznacznie odpowiedzieć na takie pytanie. Kolejnych siedmiu mikroprzedsiębiorców stwierdziło natomiast, że takiej niszy w ogóle nie ma. Ich zdaniem rynek w chwili obecnej jest już mocno nasycony: *jest pełny wybór i czegoś takiego jak nisza już nie ma*. Jedna z respondentek wprost przyznała: *nie widzę, bo jakbym widziała, to sama bym skorzystała*. Z wypowiedzi tych wynika, że z uwagi na brak niszy bardzo ciężko jest *młodym firmom wejść na rynek*, gdyż spotkają się na nim z wielką konkurencją. Jest to więc najważniejszy argument za tym, aby bardzo dobrze przemyśleć inwestycje w nową firmę, która nie proponuje innowacyjnych rozwiązań, tylko będzie posiadać ofertę zbliżoną do tej, którą dysponują istniejące już przedsiębiorstwa. Na fakt istnienia pewnych nisz wskazało jedenastu respondentów – są one zaprezentowane poniżej w zestawieniu z rodzajem prowadzonej działalności przez respondenta.

- usługi szewskie – produkcja butów na zamówienie,
- handel spożywczy (zdrową żywnością i produktami orientalnymi) – sprzedaż produktów orientalnych, certyfikowanej zdrowej żywności oraz naturalnych kosmetyków,
- usługi transportowe – przewóz odpadów,
- branża sportowa (fitness dla kobiet) – stworzenie sauny/łazienki przy sali fitness, tak żeby klientki po ćwiczeniach mogły się także zrelaksować,
- usługi związane ze stylizacją – oferowanie usług czesania oraz przygotowania makijażu wraz ze stylizacją ubioru oraz przygotowaniem sesji fotograficznej,
- usługi psychoterapeutyczne – terapia rodzinna,
- hodowla drzew owocowych – sprzedaż rzadkich rodzajów drzewek owocowych (np. brzoskwinie, cytrusy),
- usługi plastyczne (pracownia plastyczna) – prowadzenie warsztatów artystycznych,
- usługi fryzjerskie – przedłużanie i zagęszczanie włosów,
- usługi krawieckie – przeróbki odzieży skórzanej,
- usługi budowlano-remontowe – pokrycia dachowe.

**Prowadząc przedsiębiorstwo, konieczne jest wykonywanie różnych czynności administracyjnych. Mikroprzedsiębiorcy uczestniczący w badaniu mówiąc o tych działaniach, zwracali uwagę wyłącznie na kwestie związane z rozliczeniami.** Zdecydowana większość z nich (21 osób) przyznała, że kwestiami księgowymi zajmują się na ich zlecenie firmy specjalizujące się w rozliczeniach. Przyczynom takiego stanu rzeczy jest przede wszystkim brak wiedzy i doświadczenia właścicieli firm w kwestiach księgowości. Zwracali uwagę, że bardzo łatwo popełnić jest jakiś błąd w wyliczeniach, który *doświadczonemu księgowemu nie ma prawa się przydarzyć*. Przedsiębiorcy chcą mieć pewność, że wszystkie dokumenty

i rozliczenia dotyczące ich firmy są przygotowywane w sposób fachowy: *dobra księgowość na pewno jest niezbędna wręcz, bo ważne żeby te wszystkie urzędowe sprawy dopilnować, terminy płatności i rzetelne prowadzenie jest nieocenione, tym bardziej, że zmieniają się stawki i trzeba być z tym na bieżąco, więc jeżeli ktoś tam nie zajmuje się tym no to jest mu ciężko. W takiej sytuacji trzeba udać się do fachowca.* Respondenci zwracali także uwagę, że prowadząc jednoosobową firmę lub taką zatrudniającą maks. 2 osoby, właściciel firmy bezpośrednio zaangażowany jest w czynności związane ze świadczeniem usług będących w ofercie firmy i nie ma on czasu na prowadzenie księgowości oraz co najważniejsze śledzenie zmian prawnych, które są niezwykle istotne. Mają zaufanie, iż opłacona przez nich osoba, która zajmuje się rozliczeniami jest ze wszystkimi zmianami na bieżąco i zna wszystkie niezbędne aspekty prawne. Posiadanie doświadczonego księgowego może także przynieść korzyść związaną ze znajomością pewnych zawiłości prawnych, które mogą zostać wykorzystane przy dokonywaniu rozliczenia (np. uzyskanie odpowiednich odpisów). Jeden z respondentów przyznał także, że nie każdy ma zdolności matematyczne, które jego zdaniem są niezbędne w przypadku, gdyby samemu chciałoby się prowadzić własne sprawy księgowe. **Tylko szóstka respondentów zdecydowała się samodzielnie prowadzić własne sprawy księgowe.** Zdobyli odpowiednią wiedzę na kursach księgowości lub nauczyli się tego od znajomych osób zajmujących się rozliczaniem spraw księgowych. Głównym argumentem, jaki za tym przemawiał, było zmniejszenie wydatków. Jedna z badanych opowiadała o tym następująco: *Sama sobie daje radę, sama się rozliczam, sama wypełniam te wszystkie kwitki. Poduczyłam się trochę od koleżanki, która jest księgową. Robię to we własnym zakresie. W sumie byłam do tego zmuszona, dlatego że to też były koszty. A zaczynając każdy grosz trzeba było liczyć i mimo woli się tego nauczyć.* W przebadanej grupie znalazła się także jedna respondentka, która zdecydowała się rozliczenia prowadzić za pomocą karty podatkowej będącą uproszczoną metodą wymiaru i poboru należności podatkowych – w takiej sytuacji nie ma konieczności ustalania konkretnej podstawy wymiaru podatku (np. wielkości dochodu), ale uwzględniany jest rodzaj wykonywanej działalności zarobkowej i ewentualnie inne, dodatkowe kryteria. Ta uczestniczka badania jest bardzo zadowolona z wybranego rozwiązania i poleca je innym: *dla mnie, dla małych przedsiębiorstw to jest bardzo dobre rozwiązanie, dlatego, że to jest do minimum ograniczone jakiegokolwiek wypełnianie jakiegokolwiek dokumentów czy księgowości. Tutaj czegoś takiego nie ma. Są osoby, które sobie chwalą, są takie, które nie. Ja jestem od tylu lat na karcie i uważam, że to jest bardzo dobre rozwiązanie.* W swoich wypowiedziach respondenci zwracali uwagę na fakt, iż inne kwestie administracyjne raczej nie stanowią problemu ani wyzwania – kwestia zarządzania firmą albo nie występuje (w przypadku jednoosobowej działalności), albo ograniczona jest do minimum przy zatrudnianiu jednej lub dwóch osób.

## 5. Od wsparcia zewnętrznego do osobistego rozwoju

Osoby, które pragną założyć własną działalność gospodarczą, mogą skorzystać z wielu form wsparcia zewnętrznego – finansowego, doradczego albo rzeczowego. **Wśród przebadanej grupy mikroprzedsiębiorców dwanaścioro, zakładając swoją firmę, uzyskało dofinansowanie ze środków unijnych** – większość poprzez urząd pracy. Na fakt korzystania z doradztwa zawodowego w powiatowym urzędzie pracy wskazało czworo uczestników badania, natomiast w szkoleniach udział wzięły trzy osoby. Jako zdecydowanie najbardziej efektywną formę uznane zostało wsparcie finansowe stanowiące zdaniem badanych bardzo istotną pomoc na starcie i zachętę do podjęcia własnej działalności. Dokładnie połowa badanych (15 osób) nie korzystała z żadnej formy wsparcia, lecz kilkoro z nich przyznało, że aplikowało o takie środki. Respondenci zostali dodatkowo dopytani o to, czy istnieją jeszcze jakieś inne instrumenty finansowe i/lub doradcze, z których skorzystali rozwijając firmę. Żaden z respondentów nie korzystał jednak z innych, niż wcześniej wymienione, form pomocy doradczej lub finansowej – większość przyznała, że nie posiada wiedzy o tym czy istnieją w ogóle jakieś instrumenty, z których można skorzystać.

Część mikroprzedsiębiorców posiada pozytywne doświadczenia w kontekście działań administracji, urzędów, które sprawiły, że możliwe było rozpoczęcie prowadzenia własnego biznesu lub instytucje te

pomogły im na późniejszym etapie działalności. W przebadanej grupie znalazło się pięć osób, które przyznało, że założenie własnej firmy było możliwe tylko dzięki otrzymaniu dotacji na rozpoczęcie działalności. Respondenci ci twierdzili, że zastrzyk finansowy był niezbędny, żeby w ogóle mogli pomyśleć o sobie jako właścicielu firmy. Ponadto rozwiązanie takie było dla nich korzystne w kontekście ponoszonego ryzyka, stres związany z inwestycją tylko własnych środków byłby zdecydowanie większy. Trójka z badanych przyznała także, że decyzję o prowadzeniu działalności podjęła dzięki uczestnictwie w organizowanym przez urząd pracy szkoleniu, na którym dowiedzieli się, w jaki sposób założyć własny interes oraz jak go później prowadzić. Informacje te okazały się niezbędne i wykorzystywane są w codziennej pracy. Także trzy osoby skorzystały z możliwości skierowania do firmy stażysty, co w ich opinii było bardzo cenne – *możliwość wzięcia stażysty to jest taka praktyka dosyć dobra, bo odciąża trochę pracodawcę. Daje czas na nauczenie tej osoby jakiegoś tam zawodu i ewentualnie można już później mieć wykwalifikowanego, wyuczonego pracownika żeby go zatrudnić.* Inną z form pomocy ze strony urzędu pracy, z jakich skorzystała jedna z respondentek, jest otrzymana refundacja związana ze stworzeniem miejsca pracy dla bezrobotnego. Była ona w jej opinii korzystna dla trzech stron, gdyż dla niej stanowiła jedyną możliwość zatrudnienia pracownika, którym stała się osoba bezrobotna, wcześniej zarejestrowana w urzędzie pracy. Inne dobre praktyki pomocy, z którymi spotkali się respondenci dotyczą raczej sposobu załatwiania pewnych spraw. Najbardziej doceniana jest tutaj możliwość załatwienia pewnych kwestii w szybki sposób, w jednym okienku: *Uważam, że jest bardzo wygodne to teraz jak się rozpoczyna działalność gospodarczą, że załatwia to się tak naprawdę wszystko w jednym okienku i jest to dla mnie duże ułatwienie, ponieważ już kiedyś prowadziłam działalność i pamiętam, ile punktów i okienek musiałam przejść zanim tak naprawdę działalność rozpoczęłam. W tej chwili można to załatwić w jeden dzień. Dla mnie to jest bardzo wygodne, więc nie widzę tutaj też obaw, jeśli ktoś chce zakładać działalność, że jest to jakieś skomplikowane. Jest to bardzo proste.* Ponadto inną pożądaną formą ułatwiającą kontakt i wypełnianie dokumentów jest forma elektroniczna, gdyż ogranicza czas potrzebny do załatwienia określonej kwestii oraz nie wymaga dojazdu do danej instytucji. Jedna z badanych mówiła: *coś co jest jakimś ułatwieniem, czy czymś co mnie zaskoczyło to jest na pewno to, że liczne sprawy urzędowe można już załatwiać za pomocą Internetu. Nawet samo założenie firmy to jest jedno miejsce, a nie pięć. To jest jeden dzień, a nie tydzień. Wiem, że w ZUS-ie już też można sobie fajne profile pozakładać i jest to wszystko zsynchronizowane i przekazują sobie informacje. Można wejść, dokonywać też wszelkich zmian związanych z działalnością przez Internet. To na pewno wiele ułatwia i tak naprawdę im więcej byłoby w ten sposób rzeczy rozwiązywanych pewnie byłoby wygodniej.* Dodatkowo respondenci deklarowali, że podczas załatwiania pewnych spraw urzędowych bardzo cenne jest dla nich to, aby osoby obsługujące wykazywały się życzliwością, zrozumieniem, były pomocne oraz udzielały pełnych informacji. Twierdzili jednak, że spotykają się z takim właśnie traktowaniem.

**Prowadzenie własnej działalności gospodarczej wymaga wiele aktywności. Zdaniem dwudziestu dziewięciu respondentów można bezdyskusyjnie przyznać, że jest to wyzwanie, które równoznaczne jest z ciągłym rozwojem osobistym** (jedyne pytanie, które miał inne zdanie uważał, że tylko w początkowym okresie istnienia firmy można mówić o rozwoju osobistym). Uczestnicy badania zwracali uwagę na kilka istotnych aspektów, które sprawiają, że przedsiębiorca ciągle się czegoś uczy. Respondenci najczęściej mówili, że będąc właścicielem firmy należy przygotowywać ofertę zgodną z aktualnymi potrzebami rynku (np. modą, technologią). Z tego powodu należy na bieżąco uzupełniać swoją wiedzę, orientować się w zmianach w danej branży, aby liczyć na utrzymanie swojej pozycji na rynku. Zdaniem jednego z badanych *każdy klient ma inne oczekiwania. Firma, a co za tym idzie jej właściciel, musi się pręźnie rozwijać, żeby sprostać właśnie tym oczekiwaniom, co nie jest łatwe, trzeba cały czas trzeba coś nowego wprowadzić właśnie do tego produktu żeby był ciekawy.* Jeden z respondentów mówił wprost, że duże znaczenie w mobilizacji do rozwoju odgrywa konkurencja, która także funkcjonuje na rynku: *praca jest moim rozwojem, dlatego żeby utrzymać działalność, muszę się cały czas rozwijać – nie mogę stanąć w miejscu, bo inaczej konkurencja mnie wykosi. Także rozwijam się też pod wpływem konkurencji.*

*Jeśli by nie było konkurencji, być może bym się nie rozwijał. Konkurencja cały czas pcha mnie do rozwoju, więc jak najbardziej.* Respondenci zwracali także uwagę, że praca codzienna, wynikające z niej problemy, spotykane nowych ludzi itp. są także czynnikiem, który sprawia, że mikroprzedsiębiorca *każdego dnia się czegoś uczy*. Cytując jednego z badanych: *Cały czas coś nowego poznaję w pracy. Czegoś nowego się uczę. Codziennie spotykam się z nowymi rzeczami. I to mnie rozwija.* Osobisty rozwój to zdaniem badanych także potrzeba wzięcia odpowiedzialności za prowadzenie firmy na samego siebie – zmierzenie się z trudnościami i nauczenie się bycia samodzielnym. Te wymagania sprawiają, że osoba chcąca prowadzić własną firmę musi się przygotować – zarówno merytorycznie, jak i mentalnie. Istnieje bowiem bardzo duża różnica pomiędzy pracą u kogoś, a prowadzeniem własnego biznesu jeżeli chodzi o poziom odpowiedzialności, jak i zakres wykonywanych czynności. Część respondentów zwracała również uwagę, iż prowadzenie własnej działalności daje tę przewagę, że samemu można zaplanować kierunek swojego rozwoju zawodowego, wybierając odpowiednie kursy, szkolenia itp., a co za tym idzie dokładnie wyznaczyć sobie pożądaną drogę rozwoju. Jedna z respondentek argumentowała to w sposób następujący: *mogę jeździć na szkolenia wtedy, kiedy ja tego chcę. Jeżeli u kogoś się pracuje, to już jest troszkę problem, bo nie zawsze szefowe pozwalają na takie wyjazdy i to finansują. Czasami są to wyjazdy dwudniowe, trzydniowe. Jak jest własna działalność, to wtedy ja decyduję czy jadę, czy nie.* Rozwojowi temu sprzyja także praca zgodna z posiadanymi zainteresowaniami – badani, którzy mówili, że wykonywanie określonych czynności związanych z ich zawodem sprawia im satysfakcję zwracali uwagę, że posiadana pasja zachęca ich do ciągłego inwestowania w siebie i nauki.

Odniesienie sukcesu w biznesie może być, w zależności od sytuacji, interpretowane w różny sposób. W dużej mierze jest to pojęcie subiektywne i dla każdego respondenta może ono posiadać odmienne znaczenie. Związane jest to w dużej mierze z oczekiwaniami, jakie przed sobą stawiają, dostrzeganymi możliwościami oraz realną sytuacją prowadzonej działalności gospodarczej. **Respondenci, odpowiadając na pytanie co byłoby dla nich największym sukcesem w prowadzeniu firmy w ciągu najbliższego roku, najczęściej deklarowali, że zależy im przede wszystkim na zwiększeniu liczby klientów firmy.** Taką opinię wyraziło trzynaścioro z nich. Kolejna czwórka przedstawiła bardzo podobne rozumienie sukcesu – nawiązanie współpracy (najlepiej stałej) z dużymi zleceniodawcami. Oznacza to, że ponad połowa badanych byłaby bardzo zadowolona, gdyby udało się w ciągu najbliższego roku zwiększyć rynek zbytu na ich produkty/usługi. Jest to bezpośrednio powiązane z inną, często pojawiającą się, kategorią odpowiedzi związana z sukcesem. Dla co trzeciego badanego (10 osób) sukces to przede wszystkim zwiększenie sprzedaży i uzyskanie większych dochodów – może się to niewątpliwie wiązać ze zwiększeniem liczby odbiorców. Rozszerzenie oferty usługowej bądź handlowej to cel, z jakiego realizacji zadowolonych byłoby kolejnych czworo respondentów. Za sukces uznano także rozwój samej firmy poprzez: znalezienie odpowiedniego pracownika, dzięki któremu mikroprzedsiębiorca mógłby w większej mierze skupić się tylko na zarządzaniu firmą (3 osoby) oraz zakupienie nowego sprzętu (1 osoba). W badanej grupie znalazło się sześć osób, które z niepokojem mówiły o swojej przyszłości. Ich zdaniem sukcesem, który mogą odnieść w ciągu najbliższego roku, jest utrzymanie rentowności swojej firmy i uchronienie się przed likwidacją własnego biznesu. Twierdzili, że zdarza się, iż zysk miesięczny nie jest większy niż ponoszone koszty – najczęściej wskazywano na obciążenia związane z opłacaniem składek ZUS<sup>27</sup>, co stanowi źródło ich niepokojów. Dwoje z uczestników badania nie potrafiło jasno sprecyzować, co stanowiłoby sukces w prowadzeniu firmy.

**Prowadzenie własnej działalności gospodarczej stanowi niezwykle atrakcyjną alternatywę na aktywność na rynku pracy. Takiego zdania była zdecydowana większość czyli 22 spośród mikroprzedsiębiorców, którzy wzięli udział w badaniu. Najczęściej argumentowano, iż jest to aktywne szukanie własnego miejsca na rynku pracy, a nie prezentowanie postawy roszczeniowej.** Zdaniem tej części respondentów sytuacja na rynku pracy w województwie lubelskim (ale także w kraju) jest niezwykle trud-

---

<sup>27</sup> Jedna z respondentek wyrażała swoje obawy o przyszłość w związku z faktem, iż dotychczas jako początkujący przedsiębiorca opłacała niższy ZUS, a w najbliższym czasie straci już prawo do tego przywileju.



na: *akurat w naszym regionie, to nie mamy dużego wyboru. Fabryk nie mamy, zakładów pracy nie mamy.* Z tego powodu poszukiwanie pracy, mimo podejmowania wielu prób, wysyłania kolejnych zgłoszeń do pracodawców, bardzo często kończy się niepowodzeniem. Stan taki może trwać bardzo długo i prowadzić do zniechęcenia. W takiej sytuacji, zdaniem badanych, warto wziąć swój los w swoje ręce i postarać się założyć własną firmę. Jak mówił jeden z badanych: *jeśli nie możesz znaleźć miejsca pracy, musisz je sobie sam stworzyć.* Inna z badanych motywowała: *W tym momencie nie ma co się oglądać i czekać, aż ktoś nam da pracę, bo sytuacja jest wyjątkowo trudna. Myślę, że szukanie sposobów własnych, realizowanie pomysłów jest jak najbardziej formą, która pomoże się rozwinąć. To jest bardzo ważne - nie stać w kolejkach to „bezrobotniaka”, nie czekać na kolejne doksztalcanie, które może być nietrafione, a proponowane przez „zatrudniaka”, może się okazać nie takie, jakie oczekiwaliśmy. Radziłabym wziąć sprawy w swoje ręce i szukać, poszukać inspiracji w sobie.* Zwracano uwagę, że jeśli decyzja jest przemyślana i oparta na dobrym rozeznaniu rynku, to musi ona przełożyć się na późniejszy sukces: *uważam, że własna firma to dobra alternatywa. Tylko każdy krok trzeba przemyśleć. Jeżeli się otwiera firmę, po prostu trzeba mieć już gotowy plan w głowie co to ma być, do jakich klientów chcemy uderzyć, czy jest zapotrzebowanie na produkt, który chcemy oferować, czy będziemy konkurencyjni. Jeżeli to wszystko zaplanujemy, przemyślimy i większość będzie na tak, no to myślę, że to wszystko powinno się utrzymać i będzie fajną alternatywą na swoje życie.* Respondenci zwracali także uwagę, iż prowadząc własną działalność gospodarczą w dużej mierze odpowiada się samemu za poziom swoich dochodów – jeżeli chce się pracować więcej, to zarobki mogą być większe. Ponadto przy małej firmie ma się świadomość wypracowywanego samodzielnie zysku, co w przypadku pracy w grupie jest trudniejsze ze względu na rozproszenie odpowiedzialności. Zwracano także uwagę, że gdy jest się właścicielem firmy, znika stres związany z sytuacją ewentualnego zwolnienia: *jest coraz mniej miejsc pracy, a jak się założy firmę, to jakieś tam dochody są. Raz większe, raz mniejsze i człowiek wie, że nikt go nie zwolni. Pracuje na swoim, nie ma nad nim szefa, tylko musi się sam martwić żeby się utrzymać. Tu pani wie, że idzie pani do siebie. Ma pani jeden gorszy dzień, później jakoś troszkę więcej jest tych ludzi i jakoś się wychodzi na tym. Ja polecam jak najbardziej swoje działalności.* Respondenci zwracali także uwagę, że posiadanie własnej firmy daje większe możliwości decydowania o swoim rozwoju. Dotyczy to zarówno profilu prowadzonej działalności, jak i rozwoju osobistego – łatwiej zaplanować szkolenia, kursy, dopasować godziny pracy do dodatkowego kształcenia itp. W takiej sytuacji istnieje też bardzo duża racjonalność w dobieraniu form i zakresów tematycznych doksztalcania, gdyż przedsiębiorca inwestuje własne pieniądze w swoje szkolenie, a to oznacza, że chce czerpać z tego korzyści. Jedna z respondentek zwróciła także uwagę, że dla niej była to wielka szansa na pozostanie aktywną na rynku pracy, powiedziała: *już mam sporo lat i obawiam się, że nikt by mnie nie zatrudnił.* Kolejnych pięciu respondentów nie potrafiło uogólnić odpowiedzi, czy prowadzenie własnej działalności gospodarczej jest atrakcyjną możliwością wkomponowania się w rynek. Jeden z nich przyznał, że nie może się na ten temat wypowiedzieć, gdyż będąc adwokatem po ukończonej aplikacji, musi założyć własną działalność gospodarczą i nie może pracować na etacie – z tego powodu trudno mu mówić o alternatywie. Pozostałe cztery osoby, które nie udzieliły jednoznacznej odpowiedzi, twierdziły, że wszystko zależy od kilku czynników – np. osobowości, branży, ukończonych studiów. Ich zdaniem warunki te sprawiają, że dla jednej osoby jest to niewątpliwie bardzo dobra alternatywa, dla drugiej podjęcie działalności mogłoby skończyć się niepowodzeniem. Stanowczej odpowiedzi, iż prowadzenie własnej firmy nie stanowi atrakcyjnej możliwości odnalezienia się na rynku pracy, udzieliło troje badanych. Każde z nich podało jednak nieco inny rodzaj argumentacji. Pierwsza z respondentek przyznała, że w chwili obecnej na rynku pracy istnieje bardzo duża konkurencja i prowadzenie działalności wiąże się z bardzo dużym stresem, gdyż istnieje zagrożenie, iż firma przestanie przynosić dochód i trzeba będzie ją zamknąć. W jej opinii istnieje także niepewność dochodu, przez co niewiele można zaplanować, a pracując na etacie *na początku miesiąca wiadomo ile się zarobi.* Druga respondentka mówiła także o kwestiach finansowych i ponoszonych przez przedsiębiorców obciążeniach, których nie dostrzega się będąc pracownikiem najemnym: *ciężko jest przeżyć z miesiąca na miesiąc, tak naprawdę. Harować całymi dniami i większość*

zarobków oddawać do ZUS-u i nic za to nie mieć. Ostatnia z respondentek, która twierdziła, że nie poleca zakładania własnej działalności argumentowała: *Uważam, że działalność nie jest atrakcyjna, ponieważ wymaga wielu poświęceń i wyrzeczeń – często kosztem czasu dla rodziny. Rynek zawęża się. Jest coraz trudniej o pracę, o pozyskanie klienta i niestety też coraz więcej firm powstaje o podobnym profilu, także uważam, że podjęcie pracy jest na pewno formą bardziej atrakcyjną, ponieważ jest taką formą spokojniejszą. Idziemy, wykonujemy polecane nam zadania i wracamy do domu. Nie trzeba myśleć, jak przy własnej działalności, co zrobić żeby utrzymać firmę.*

## 6. Bariery rozwoju

Wymienione przez trzy respondentki trudności, dotyczące trudnej rywalizacji z konkurencją, obciążeń finansowych przedsiębiorców oraz podporządkowywania życia osobistego potrzebom firmy, mogą zniechęcać do założenia własnej działalności gospodarczej. W trakcie rozmowy okazało się, że z podobnymi problemami spotyka się zdecydowana większość badanych, lecz trudności nie są na tyle uciążliwe, aby zrezygnować z prowadzonej działalności i oceniać ją jako złą alternatywę. **Respondenci, zapytani o dostrzegane bariery w prowadzeniu firmy, najczęściej zwracali uwagę na różne finansowe uwarunkowania.** Ich zdaniem występują zbyt duże fiskalne obciążenia osób prowadzących własną działalność gospodarczą. Ponadto w pierwszej fazie prowadzenia działalności gospodarczej trudno jest uzyskać kredyt, który umożliwiłby rozwinięcie firmy. Inną barierą, na którą zwracali uwagę respondenci, jest skomplikowany system podatkowy – część osób przyznała, że zdarza im się popełniać pewne niewielkie błędy przy wypełnianiu dokumentów do urzędu skarbowego i z tego powodu już kilkakrotnie narażeni byli na nieprzyjemności. Zdarza się także, że przepisy prawne, według opinii badanych, są na tyle nieprecyzyjne, że dają możliwość subiektywnej interpretacji, co z kolei sprawia, że trudno o precyzyjną informację, jak prawidłowo powinno się je rozumieć. Inne, pojedyncze wskazania dotyczyły: trudności z wypromowaniem własnej firmy, konkurencji ze strony większych firm, zbytnej biurokratyzacji, opóźnień w dostawie od zagranicznych kontrahentów, opóźnień w płatnościach przez odbiorców oraz niskie zarobki całego społeczeństwa, która sprawiają, że rzadziej korzystają z pewnych usług. Dziesięć badanych wskazało natomiast, że nie dostrzega żadnych barier związanych z prowadzeniem własnej działalności gospodarczej.

Trudności miały w dużej mierze przełożenie na wskazywanie ułatwień, które można wprowadzić w stosunku do osób zakładających działalność gospodarczą. Wszystkie z proponowanych przez mikroprzedsiębiorców rozwiązań przedstawiono poniżej:

- maksymalne uproszczenie procedur związanych z zakładaniem działalności gospodarczej oraz umożliwienie załatwienie wszystkich formalności *w trakcie jednej wizyty w okienku*;
- z informatyzowanie systemów urzędowych tak, aby większość spraw można było załatwić drogą elektroniczną;
- wprowadzenie stopniowego podnoszenia składki ZUS, gdyż dla wielu firm nagła zmiana stanowi najtrudniejszy moment, w którym część z nich upada;
- wprowadzenie niejednolitych stawek ZUS, które byłyby uzależnione od osiąganego obrotu lub dochodu;
- utworzenie instytucji lub stanowiska w określonej instytucji, w której osoba pragnąca założyć działalność mogła otrzymać pełną informację na temat prowadzenia firmy i formalności z tym związanych (nazwany przez jednego z respondentów *punktem konsultacyjnym od A do Z*);
- utworzenie podręcznika, który kompleksowo opisywałby kwestie związane z założeniem i prowadzeniem firmy, w tym w szczególności wszystkie procedury i formalności, które są obowiązkowe;
- przyznawanie preferencyjnych kredytów, dla osób zakładających działalność gospodarczą;
- utrzymanie dotacji na rozpoczęcie działalności gospodarczej oraz kierowanego do takich przedsiębiorców doradztwa.

## 7. Podsumowanie

Według znacznej części respondentów prowadzenie własnej działalności gospodarczej stanowi doskonałą alternatywę na podjęcie aktywności na rynku pracy. W przypadku wielu osób może być to najlepsza odpowiedź na problemy ze znalezieniem pracy. Badani przyznawali, że lepiej jest się zaangażować, przyjmując pewną odpowiedzialność niż biernie oczekiwać na sprzyjające podjęciu pracy okoliczności. Przyznawano jednak, że nie każdy posiada predyspozycje, aby być przedsiębiorcą z uwagi na potrzebę pełnego poświęcenia się oraz przyjęcia pewnego ryzyka. Większość respondentów jest jednak zadowolona z podjętej przez siebie decyzji. Doceniają to, że prowadzenie własnej firmy to także niezależność i samodzielność w decydowaniu o swojej własnej pracy.

Mikroprzedsiębiorcy zwracali jednak uwagę, że bardzo istotne jest to, aby decyzję o założeniu własnego biznesu podejmować w sposób jak najbardziej świadomy i przemyślany. Z tego powodu rekomendowane jest przeprowadzenie diagnozy rynku, na którym chce się prowadzić działalność – ma ona przede wszystkim dotyczyć rozpoznania potrzeb potencjalnych klientów oraz zbadania istniejącej konkurencji. Warto także posiadać jakiś autorytet – większość badanych wskazywała, że naśladuje osoby, które zna. Mogli je podpatrywać, zapoznać się z ich dobrymi praktykami utrzymania oraz rozwijania firmy i poprosić o poradę (niekoniecznie musiały to być osoby z tej samej branży). Warto także skorzystać z instytucjonalnego wsparcia, na które liczyć może młody przedsiębiorca. Respondenci najbardziej zadowoleni byli z uzyskania dofinansowania do założenia działalności gospodarczej oraz wsparcia doradczego.

Większość badanych przyznała, że można postawić znak równości pomiędzy prowadzeniem własnej firmy, a rozwojem się osobistym. Będąc przedsiębiorcą, warto stale poszerzać swoją wiedzę i zdobywać nowe kwalifikacje, gdyż tylko w taki sposób można być na bieżąco z nowościami w danej branży (modą, technologią) i dzięki temu zapewnić klientom bardziej atrakcyjną ofertę. To właśnie dopasowana i dobra jakościowa oferta, profesjonalizm oraz konkurencyjne ceny stanowią, zdaniem badanych, najlepszą receptę na osiągnięcie sukcesu. Na przykładzie respondentów widać także, że prowadząc własną działalność gospodarczą, można wykorzystywać wiedzę i umiejętności zdobyte podczas nauki w szkole czy na studiach – większość respondentów posiadała firmy o profilu zbliżonym do posiadanego wykształcenia. Badani zwracali także uwagę, że bardzo cenne okazuje się zdobyte wcześniej doświadczenie zawodowe. Rekomendowali, aby przed ostateczną decyzją o pracy na własny rachunek, najpierw popracować w danej branży. Pozwoli to na zdobycie niezbędnej wiedzy, umiejętności, obycia czy sieci kontaktów, które można wykorzystać w przyszłości.

## Bibliografia

- Chaber P. et al., *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce w latach 2011-2012*, Warszawa 2013
- Działalność gospodarcza przedsiębiorstw o liczbie pracujących do 9 osób w 2012 r.*, Tab. 3, s. 7 [http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/PGWF\\_dzial\\_gosp\\_przed\\_o\\_l\\_prac\\_9os\\_2012.pdf](http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/gus/PGWF_dzial_gosp_przed_o_l_prac_9os_2012.pdf)
- Fundacja Kronenberga, *Badanie Ekspansja mikrofirm*, Warszawa 2014
- Lubelskie Obserwatorium Rynku Pracy, *Wszechstronna analiza rynku pracy – diagnoza i prognoza*, Lublin 2013
- Siwek K., Rola-Stężycka K., Szymborska-Sutton A., *Mikroprzedsiębiorcy oceniają warunki do prowadzenia biznesu*, Warszawa 2013
- Zmiany strukturalne grup podmiotów gospodarki narodowej w rejestrze REGON w województwie lubelskim, 2012 r.*, Tab. 8, s. 41 [http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/lublin/ASSETS\\_zmiany\\_strukturalne\\_2012int.pdf](http://www.stat.gov.pl/cps/rde/xbcr/lublin/ASSETS_zmiany_strukturalne_2012int.pdf)

## Aneks 1. Spis tabel

<b>Tabela 1.</b> <i>Cele szczegółowe badania</i> .....	14
<b>Tabela 2.</b> <i>Pytania badawcze</i> .....	15
<b>Tabela 3.</b> <i>Hipotezy badawcze</i> .....	16
<b>Tabela 4.</b> <i>Ilość podmiotów gospodarki narodowej zatrudniających do 9 pracowników w podziale na podregiony i powiaty województwa lubelskiego w 2013 roku</i> .....	17
<b>Tabela 5.</b> <i>Struktura populacji w podziale na wybrane sekcje PKD i liczbę pracowników do 9 osób</i> .....	18
<b>Tabela 6.</b> <i>Branża, do jakiej należy firma</i> .....	20
<b>Tabela 7.</b> <i>Struktura próby w podziale na podregiony oraz powiaty</i> .....	22
<b>Tabela 8.</b> <i>Oszacowanie wzrostu lub spadku popytu na produkty firmy z podziałem na branże</i> .....	25
<b>Tabela 9.</b> <i>Niezagospodarowane potrzeby klientów poszczególnych branż</i> .....	29
<b>Tabela 10.</b> <i>Strategie w poszczególnych branżach – węższa specjalizacja a poszerzanie oferty o inne produkty/usługi</i> .....	31
<b>Tabela 11.</b> <i>Ranking najpopularniejszych zawodów w analizowanych rekrutacjach</i> .....	37
<b>Tabela 12.</b> <i>Wykształcenie poszukiwanych pracowników – rekrutacje odbyte</i> .....	40
<b>Tabela 13.</b> <i>Wykształcenie poszukiwanych pracowników – rekrutacje odbyte w podziale na branże</i> .....	41
<b>Tabela 14.</b> <i>Doświadczenie zawodowe poszukiwanych pracowników – rekrutacje odbyte w podziale na branże</i> .....	42
<b>Tabela 15.</b> <i>Proponowana forma umowy – rekrutacje odbyte</i> .....	42
<b>Tabela 16.</b> <i>Proponowana forma umowy – rekrutacje odbyte w podziale na branże</i> .....	42
<b>Tabela 17.</b> <i>Wykształcenie poszukiwanych pracowników – rekrutacje przyszłe</i> .....	45
<b>Tabela 18.</b> <i>Wykształcenie poszukiwanych pracowników – rekrutacje przyszłe w podziale na branże</i> .....	45
<b>Tabela 19.</b> <i>Wykształcenie poszukiwanych pracowników – rekrutacje przyszłe</i> .....	46
<b>Tabela 20.</b> <i>Wykształcenie poszukiwanych pracowników – rekrutacje przyszłe w podziale na branże</i> .....	46
<b>Tabela 21.</b> <i>Ranking najpopularniejszych deklarowanych przyszłych rekrutacji</i> .....	47
<b>Tabela 22.</b> <i>Najbardziej poszukiwane kompetencje pracowników w podziale na branże</i> .....	49
<b>Tabela 23.</b> <i>Szczegółowe tematy szkoleń potrzebnych pracownikom oraz właścicielom badanych mikroprzedsiębiorstw</i> .....	55
<b>Tabela 24.</b> <i>Perspektywy szkoleniowa pracowników i kadry zarządzającej</i> .....	62
<b>Tabela 25.</b> <i>Analiza hipotez w świetle uzyskanych wyników badania</i> .....	62
<b>Tabela 26.</b> <i>Proponowane rekomendacje</i> .....	64

## Aneks 2. Spis wykresów i rysunków

Wykres 1. Zmiany w liczbie mikroprzedsiębiorstw w Polsce (2007-2013) .....	11
Wykres 2. Zmiana liczby mikroprzedsiębiorstw w województwie lubelskim w latach 2007-2013.....	12
Wykres 3. Wskaźnik liczby mikroprzedsiębiorstw na 10 tysięcy mieszkańców w wieku produkcyjnym w latach 2007-2013.....	13
Wykres 4. Zmiany nastrojów gospodarczych wśród lubelskich przedsiębiorców w latach 2001-2012 .....	13
Wykres 5. Wskaźnik podmiotów gospodarki narodowej zatrudniających do 9 pracowników na 10 tysięcy mieszkańców w wieku produkcyjnym w roku 2013 .....	17
Wykres 6. Powiat, w którym jest zarejestrowana firma .....	21
Wykres 7. Liczba zatrudnionych pracowników .....	22
Wykres 8. Szacunkowy obrót w złotówkach w ubiegłym roku obrotowym.....	23
Wykres 9. Forma prawna przedsiębiorstwa.....	24
Wykres 10. Oszacowanie wzrostu lub spadku popytu na produkty firmy.....	24
Wykres 11. Ocena zapotrzebowania na produkty/usługi firmy w okresie najbliższego roku.....	26
Wykres 12. Ocena zapotrzebowania na produkty/usługi firmy w okresie najbliższych dwóch lat .....	27
Wykres 13. Branże, w których istnieją niezagospodarowane potrzeby klientów.....	28
Wykres 14. Strategie w poszczególnych branżach – węższa specjalizacja a poszerzanie oferty o inne produkty/usługi.....	31
Wykres 15. Ocena szans utrzymania działalności firmy w ciągu kolejnych dwóch lat .....	33
Wykres 16. Czynniki, które najbardziej przyczyniłyby się do zwiększenia szans na utrzymanie działalności firmy w ciągu najbliższych dwóch lat (badani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź, stąd suma wskazań jest większa niż 100%).....	34
Wykres 17. Czynniki, które najbardziej przyczyniłyby się do zmniejszenia szans na utrzymanie działalności firmy w ciągu najbliższych dwóch lat (badani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź, stąd suma wskazań jest większa niż 100%).....	35
Wykres 18. Ocena szans zwiększenia konkurencyjności firmy w poszczególnych branżach w ciągu kolejnych dwóch lat .....	36
Wykres 19. Czynniki, które najbardziej przyczyniłyby się do zwiększenia konkurencyjności firmy w ciągu najbliższych dwóch lat (badani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź, stąd suma wskazań jest większa niż 100%).....	37
Wykres 20. Średnia liczba rekrutacji przeprowadzonych w ciągu ostatniego roku w firmach z poszczególnych branż .....	38
Wykres 21. Rozkład częstości rekrutacji pod względem siedziby firmy w podziale na powiaty województwa lubelskiego .....	39
Wykres 22. Rozkład częstości rekrutacji pod względem miejsca rekrutacji w podziale na powiaty województwa lubelskiego .....	40
Wykres 23. Średnia liczba rekrutacji planowanych w ciągu najbliższego roku w mikroprzedsiębiorstwach z poszczególnych branż .....	44
Wykres 24. Rozkład częstości przyszłych rekrutacji pod względem siedziby firmy w podziale na powiaty.....	48
Wykres 25. Najbardziej poszukiwane kompetencje pracowników (badani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź, stąd suma wskazań jest większa niż 100%).....	49
Wykres 26. Wykorzystywane metody rekrutacji oraz ocena ich skuteczności.....	52
Wykres 27. Bariery na drodze do zwiększenia zatrudnienia (badani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź, stąd suma wskazań jest większa niż 100%).....	53
Wykres 28. Określenie potrzeb szkoleniowych u pracowników oraz u kadry zarządzającej.....	54
Wykres 29. Rodzaje potrzeb szkoleniowych wśród pracowników i kadry zarządzającej .....	55

## Aneks 3. Narzędzie badawcze CAWI

Dzień dobry! Nazywam się \_\_\_ \_\_\_ i reprezentuję Instytut Badawczy IPC. Na zlecenie Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Lublinie prowadzimy badania ankietowe nt. potrzeb i oczekiwań przedsiębiorstw zatrudniających do 9 pracowników, mających siedzibę w województwie lubelskim. Jako przedsiębiorca z tego województwa został/a Pan/i wylosowany/a z bazy REGON do udziału w badaniu. Pana/i odpowiedzi posłużą do opracowania rekomendacji dla licznych instytucji zajmujących się wspieraniem przedsiębiorczości. Wszystkie Pana/i odpowiedzi pozostaną anonimowe i posłużą wyłącznie do opracowania ogólnych zestawień statystycznych. Bardzo proszę o poświęcenie mi kilku minut i odpowiedzenie na moje pytania.

### A. Czy rozmawiam z właścicielem firmy lub osobą zarządzającą?

1. Tak
2. Nie (ANK → zakończ wywiad lub poproś o rozmowę z taką osobą)

### B. Czy Pana/i firma istnieje na rynku co najmniej 2 lata?

- a. Tak
- b. Nie (ANK → zakończy wywiad)

### 1. Czy Pana/i firma zatrudniała w ostatnich dwóch latach obrotowych średniorocznie mniej niż 10 pracowników?

- a. Tak
- b. Nie (ANK → zakończ wywiad)

### 2. Czy Pana/i firma osiągnęła w ostatnich dwóch latach obrotowych roczny obrót netto ze sprzedaży towarów, wyrobów i usług oraz operacji finansowych przekraczający równowartość w złotych 2 mln euro?

- a. Tak (ANK → zakończ wywiad)
- b. Nie

### 3. Do jakiej branży należy Pana/i firma?

- a. Rolnictwo, leśnictwo, rybołówstwo
- b. Motoryzacja
- c. Usługi dla ludności (w tym dostawa i naprawy systemów dostarczania wody, energii, etc.)
- d. Informatyka
- e. Budownictwo
- f. Produkcja
- g. Handel hurtowy
- h. Handel detaliczny
- i. Transport, logistyka i magazynowanie
- j. Działalność wydawnicza
- k. Finanse i ubezpieczenia
- l. Nieruchomości – pośrednictwo, wynajem i leasing
- m. Działalność profesjonalna, naukowa i usługi techniczne
- n. Doradztwo w zakresie zarządzania
- o. Pomoc techniczna i administracyjna
- p. Usługi edukacyjne
- q. Ochrona zdrowia i pomoc społeczna
- r. Sztuka, rozrywka i rekreacja
- s. Zakwaterowanie (hotelarstwo itp.)
- t. Usługi spożywcze (restauracje, bary itp.)

4. Proszę powiedzieć czy zapotrzebowanie na produkty/usługi Pana/i firmy rośnie czy maleje? Proszę określić, o ile się zmieniła w stosunku do poprzedniego roku. Proszę ocenić wzrost lub spadek w procentach.

- Zdecydowanie rośnie, o ile? \_\_\_\_\_
- Raczej rośnie, o ile? \_\_\_\_\_
- Raczej maleje, o ile? \_\_\_\_\_
- Zdecydowanie maleje, o ile? \_\_\_\_\_
- Nie wiem, trudno powiedzieć (ANK → nie czytaj odpowiedzi)

5. Jak Pan/i ocenia zapotrzebowanie na produkty/usługi Pana/i firmy w okresie najbliższego okresu (rok i dwa lata)?

	Najbliższy rok	Najbliższe dwa lata
Zdecydowanie wzrośnie		
Raczej wzrośnie		
Raczej zmaleje		
Zdecydowanie zmaleje		
Nie wiem, trudno powiedzieć (ANK → nie czytaj odpowiedzi)		

6. Czy według Pana/i istnieją w Pana/i branży (informatyk → zaimportować branżę z odpowiedzi w pytaniu 3) niezagospodarowane potrzeby klientów, takie usługi/produkty, których Pana/i klienci poszukują, ale nikt nie oferuje ich na rynku?

- Tak
- Nie (ANK → przejdź do pytania 8)

7. Jakiego rodzaju są to potrzeby, proszę je krótko opisać.

.....

8. Proszę powiedzieć, jaka według Pana/i strategia jest w branży, w której działa Pana/i firma skuteczniejsza: węższa specjalizacja czy poszerzanie oferty o inne produkty/usługi?

- Zdecydowanie węższa specjalizacja
- Raczej węższa specjalizacja
- Raczej poszerzanie oferty o inne produkty/usługi
- Zdecydowanie poszerzanie oferty o inne produkty/usługi


9. Proszę ocenić szanse na utrzymanie działalności Pana/i firmy w ciągu kolejnych dwóch lat. Proszę ocenić na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza brak szans, a 5 szanse największe.

1	2	3	4	5

10. Proszę wskazać czynniki, które najbardziej przyczyniłyby się do zwiększenia szans na utrzymanie działalności Pana/i firmy w ciągu najbliższych dwóch lat. Proszę wskazać maksymalnie trzy czynniki i uszeregować je pod względem siły oddziaływania. (ANK → nie czytamy odpowiedzi, dopiero gdy respondent ma problem z wymienieniem czynników czytamy kafeterię odpowiedzi), (informatyk → rotowanie odpowiedzi)

- Korzystne zmiany techniki wytwarzania produktów i usług
- Korzystne zmiany na rynku czynników produkcji
- Spadek cen energii
- Zmniejszenie obciążeń podatkowych
- Zmniejszenie składek ZUS
- Wzrost koniunktury gospodarczej

- g. Czynniki polityczne
- h. WYROBIENIE SOBIE Dobrej marki
- i. Rozwijanie nowych produktów/usług
- j. Rozwój aktywnego marketingu
- k. Zorientowanie działalności na konsumenta
- l. Dobra znajomość klientów
- m. Umiejętność rozwiązywania indywidualnych problemów klientów
- n. Łatwiejszy dostęp do „taniej siły roboczej”
- o. Łatwiejszy dostęp do wykwalifikowanych specjalistów
- p. Inne, jakie? \_\_\_\_\_




1. ....

2. ....

3. ....

**11. Proszę wskazać czynniki, które najbardziej przyczyniłyby się do zmniejszenia szans na utrzymanie działalności Pana/i firmy w ciągu najbliższych dwóch lat. Proszę wskazać maksymalnie trzy czynniki i uszeregować je pod względem siły oddziaływania. (ANK → nie czytamy odpowiedzi, dopiero gdy respondent ma problem z wymienieniem czynników czytamy kafeterię odpowiedzi), (informatyk → rotowanie odpowiedzi)**

- a. Niekorzystne zmiany przepisów prawnych
- b. Niekorzystne zmiany na rynku czynników produkcji
- c. Wzrost cen energii
- d. Zwiększenie obciążeń podatkowych
- e. Zwiększenie składek ZUS
- f. Spadek koniunktury gospodarczej
- g. Czynniki polityczne
- h. Utrata dobrej marki
- i. Niedostosowanie produktów/usług do potrzeb klientów
- j. Błędne działania marketingowe
- k. Nietrafienie w potrzeby klientów
- l. Brak wiedzy o potrzebach klientów
- m. Zła diagnoza potrzeb klientów
- n. Utrudniony dostęp do „taniej siły roboczej”
- o. Utrudniony dostęp do wykwalifikowanych specjalistów
- p. Inne, jakie? \_\_\_\_\_



1. ....

2. ....


3. ....

**12. Proszę ocenić szanse na zwiększenie konkurencyjności Pana/i firmy w ciągu kolejnych dwóch lat. Proszę ocenić na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza brak szans, a 5 szanse największe.**

1	2	3	4	5

**13. Proszę wskazać czynniki, które najbardziej przyczyniłyby się do zwiększenia konkurencyjności Pana/i firmy w ciągu najbliższych dwóch lat. Proszę wskazać maksymalnie trzy czynniki i uszeregować je pod względem siły oddziaływania. (ANK → nie czytamy odpowiedzi, dopiero gdy respondent ma problem z wymienieniem czynników czytamy kafeterię odpowiedzi), (informatyk → rotowanie odpowiedzi)**

- a. Dotacje unijne
- b. Kredyt, pożyczka bankowa
- c. Wydajniejsi pracownicy
- d. Pozyskanie strategicznego klienta. Niższe podatki
- f. Czynniki polityczne / zmiana władzy
- g. Lepsze dostosowanie oferty do potrzeb i oczekiwań klientów



1. ....

2. ....

3. ....



- h. Wprowadzenie innowacyjnych rozwiązań w firmie
- i. Wprowadzenie innowacyjnych produktów/usług
- j. Inne, jakie? \_\_\_\_\_

**14. Proszę wskazać ile rekrutacji w ciągu ostatniego roku przeprowadziła Pana/i firma? Proszę wskazać liczbę i rodzaj stanowisk, na które odbyły się rekrutacje.**

Liczba rekrutacji \_\_\_\_\_ (informatyk → otwórz tyle pozycji, ile zadeklarował respondent)  
(ANK → przejdź do pytania 15)

(ANK → w przypadku braku rekrutacji proszę wpisać 0, przejdź do pytania 16)

**15. Bardzo proszę o podanie wymagań i informacji nt. stanowiska pracy dla każdej rekrutacji:**

(ANK → proszę wybrać nazwę zawodu z zamkniętej listy Klasyfikacji zawodów i specjalności → lista papierowa przy biurku. W przypadku wątpliwości opisać najdokładniej jak się da dane stanowisko)<sup>28</sup>

Stanowisko	Powiat	Poziom wykształcenia	Minimalne doświadczenie zawodowe (w latach)	Wiek od (w latach)	Wiek do (w latach)	Rodzaj umowy	Liczba etatów	Wymiar etatu	Proponowane zarobki	Data zgłoszenia oferty	Data ważności oferty	Opis (inne informacje)	Rekrutacja zakończona sukcesem?	Przyczyna nie znalezienia kandydatów do pracy
	białski parczewski radzyński włodawski m. Biała Podlaska biłgorajski chełmski hrubieszowski krasnostawski tomaszowski zamojski m. Chełm m. Zamość lubartowski lubelski łęczyński świdnicki m. Lublin janowski kraśnicki łukowski opolski puławski rycki	Podstawowe  Gimnazjalne Zasadnicze zawodowe  Średnie ogólnokształcące  Średnie techniczne  Wyższe humanistyczne/ ekonomiczne  Wyższe techniczne  Nie ma znaczenia				Umowa o pracę na czas określony  Umowa o pracę na czas nieokreślony  Umowa o dzieło  Umowa-zlecenie  Samoza-trudnienie  Inna forma							Tak Nie	

<sup>28</sup> Dane uzyskane od respondentów zostaną poddane stosownej weryfikacji i analizie na etapie przygotowania bazy wynikowej do analizy statystycznej. Analitycy dopasują podane przez respondentów stanowiska do Klasyfikacji zawodów i specjalności.

**16. Czy w Pana/i firmie w najbliższym czasie (najbliższego roku) planowane rekrutacje?**

- Tak, na ile stanowisk? \_\_\_\_\_ (ANK → przejdź do pytania 17)
- Nie (ANK → przejdź do pytania 18)

**17. Proszę o podanie wymagań i informacji nt. stanowiska pracy dla każdej rekrutacji.**

(ANK → proszę wybrać nazwę zawodu z zamkniętej listy Klasyfikacji zawodów i specjalności → lista papierowa przy biurku. W przypadku wątpliwości opisać najdokładniej jak się da dane stanowisko)<sup>29</sup>

Stanowisko	Powiat	Poziom wykształcenia	Minimalne doświadczenie zawodowe (w latach)	Wiek od (w latach)	Wiek do (w latach)	Rodzaj umowy	Liczba etatów	Wymiar etatu	Proponowane zarobki	Data zgłoszenia oferty	Data ważności oferty	Opis (inne informacje)	Unikalne kwalifikacje posiadane przed rekrutacją
	bialski parczewski radzyński włodawski m. Biała Podlaska biłgorajski chełmski hrubieszowski krasnostawski tomaszowski zamojski m. Chełm m. Zamość lubartowski lubelski łęczyński świdnicki m. Lublin janowski kraśnicki łukowski opolski puławski rycki	Podstawowe Gimnazjalne Zasadnicze zawodowe Średnie ogólnokształcące Średnie techniczne  Wyższe humanistyczne/ ekonomiczne  Wyższe techniczne  Nie ma znaczenia				Umowa o pracę na czas określony  Umowa o pracę na czas nieokreślony  Umowa o dzieło  Umowa-zlecenie  Samozatrudnienie  Inna forma							

**18. Jakie są według Pana/i kompetencje niezbędne do pracy w Pana/i firmie? (ANK → nie czytaj odpowiedzi) (informatyk → rotowanie odpowiedzi) (ANK → nie czytaj odpowiedzi, dopiero w przypadku problemu z wymienieniem takich kompetencji proszę odczytać listę)**

- Kreatywność
- Myślenie analityczne
- Elastyczność
- Komunikatywność

<sup>29</sup> Dane uzyskane od respondentów zostaną poddane stosownej weryfikacji i analizie na etapie przygotowania bazy wynikowej do analizy statystycznej. Analitycy dopasują podane przez respondentów stanowiska do Klasyfikacji zawodów i specjalności.

- e. Dążenie do rozwoju
- f. Zaangażowanie
- g. Mobilizowanie innych
- h. Profesjonalizm i etyka
- i. Wytrwałość i konsekwencja
- j. Asertywność
- k. Odporność na stres
- l. Branie odpowiedzialności
- m. Planowanie i koordynowanie
- n. Delegowanie
- o. Zarządzanie zespołem
- p. Organizacja pracy
- q. Orientacja na cel
- r. Sumienność i dokładność
- s. Samodzielność
- t. Nastawienie biznesowe
- u. Praca zespołowa
- v. Budowanie relacji
- w. Szkolenie i uczenie
- x. Orientacja na klienta
- y. Inne, jakie? \_\_\_\_\_

**19. Proszę wskazać jakie Pana/i firma stosowała metody rekrutacji i jak ocenia ich Pan/i skuteczność. Proszę poszczególne stosowane metody rekrutacji ocenić na skali od 1 do 5, gdzie 1 oznacza najniższą ocenę, a 5 najwyższą.**

	Nie była stosowana	1	2	3	4	5
Ogłoszenie w prasie						
Agencje zatrudnienia						
Urzędy pracy						
Targi pracy						
Giełdy pracy						
Rekrutacja internetowa (w tym ogłoszenie na stronie firmowej)						
Biura Karier						
Rekomendacje pracowników, znajomych						
Inne, jakie? _____						

**20. Jakie widzi Pan/i bariery na drodze do zwiększenia zatrudnienia?**

- a. Brak pracowników o odpowiednich kwalifikacjach i doświadczeniu
- b. Zbyt sztywne prawo pracy
- c. Zbyt mała zyskowność firmy
- d. Wzrost kosztów zatrudnienia
- e. Wzrost kosztów prowadzenia firmy
- f. Zbyt wysokie wymagania finansowe potencjalnych pracowników
- g. Obawy przed brakiem ciągłości zleceń
- h. Brak zaufania do nowych pracowników
- i. Inne, jakie? \_\_\_\_\_

**21. Jakie są według Pana/i sposoby niwelowania barier zwiększenia zatrudnienia i kto powinien je realizować?**

Sposoby niwelowania barier	Podmioty odpowiedzialne za podawane sposoby

**22. Proszę powiedzieć, czy Pana/i firma w przeszłości szkoliła (ostatnie 2 lata):**

	Tak	Nie
Kadrę zarządzającą		
Pracowników		

**23. Proszę powiedzieć, czy Pana/i firma w przyszłości planuje szkolić (najbliższe 2 lata):**

	Tak	Nie
Kadrę zarządzającą		
Pracowników		

**24. Jakiego rodzaju potrzeby szkoleniowe mają Pana/i obecni pracownicy oraz kadra zarządzająca/właściciele? Proszę wskazać osobno dla każdej grupy.**

Pracownicy	Finanse Informatyka Języki obce Logistyka Marketing Organizacja pracy Prawo Techniczne Umiejętności osobiste Zarządzanie zasobami ludzkimi Zawodowe Inne, jakie? Brak potrzeb szkoleniowych
Kadra zarządzająca/właściciele	Finanse Informatyka Języki obce Logistyka Marketing Organizacja pracy Prawo Techniczne Umiejętności osobiste Zarządzanie zasobami ludzkimi Zawodowe Inne, jakie? Brak potrzeb szkoleniowych

**Przy każdym zaznaczonym szkoleniu proszę o wskazanie tematów szkoleń<sup>30</sup>:**  
 (informatyk → wyświetlaj kafeterię odpowiedzi dla poszczególnych ogólnych kategorii szkoleń i poszczególnych odbiorców szkoleń)

<sup>30</sup> Wykaz szczegółowych tematów kursów został opracowany na bazie strony internetowej prowadzonej przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości <http://www.inwestycjawkadry.info.pl/> (dostęp: luty 2014).

Finanse	<p>Audyt  Controlling  Ekonomia  Ekonomia społeczna  Finanse osobiste  Giełda Papierów Wartościowych  Inwestycje  Kontrola i płać  Księgowość  Podatki  Pozyskiwanie środków inwestycyjnych  Rachunkowość  Ryzyko walutowe  Ubezpieczenia  Windykacja  Zamówienia publiczne  Inne, jakie? _____</p>
Informatyka	<p>Administracja IT  Aplikacje biurowe  Aplikacje do zarządzania  Bezpieczeństwo  Certyfikaty  Internet  Obsługa komputera  Procesy biznesowe  Programowanie  Projektowanie graficzne  Projektowanie stron WWW  Systemy komputerowe  Techniki komunikacyjno-informacyjne  Inne, jakie? _____</p>
Języki obce	<p>Angielski  Niemiecki  Rosyjski  Chiński  Francuski  Hiszpański  Portugalski  Włoski  Inne, jakie? _____</p>
Logistyka	<p>Dystrybucja  Magazynowanie  Produkcja  Spedycja  Transport  Zarządzanie procesami logistycznymi  Zarządzanie jakością  Zarządzanie kosztami zakupów  Inne, jakie? _____</p>

Marketing	<p>Analizy marketingowe  Badania i ankiety  Marketing usług  Obsługa klienta  Organizacja eventów  Perswazją  Plan marketingowy  Profesjonalny handlowiec  Prognoza i plan sprzedaży  Public relations  Reklama  Techniki sprzedaży  Telemarketing  Zarządzanie i marketing  Zarządzanie i obsługa reklamacji  Zarządzanie sprzedażą  Inne, jakie? _____</p>
Organizacja pracy	<p>Analiza danych, statystyka  BHP  Sekretariat i recepcja  Systemy zarządzania ISO  Wsparcie procesów adaptacyjnych  Zarządzanie projektem  Zarządzanie przedsiębiorstwem  Zarządzanie ryzykiem  Zarządzanie strategiczne  Zarządzanie zmianą  Inne, jakie? _____</p>
Prawo	<p>Poradnictwo prawne  Prawo administracyjne  Prawo autorskie  Prawo budowlane  Prawo celne  Prawo cywilne  Prawo handlowe  Prawo karne  Prawo konsumenckie  Prawo międzynarodowe  Prawo ochrony środowiska  Prawo ogólne  Prawo pracy  Prawo Unii Europejskiej  Inne, jakie? _____</p>

Techniczne	<p>Automatyka i robotyka          Biotechnologia          Budownictwo          Chemia          Elektronika          Elektrotechnika          Energetyka          Gazownictwo          Geodezja i kartografia          Hydraulika          Inżynieria          Mechanika          Mechatronika          Metalurgia          Papiernictwo i poligrafia          Spawalnictwo          Technologia drewna          Inne, jakie? _____</p>
Umiejętności osobiste	<p>Asertywność          Autoprezentacja          Coaching          Efektywność osobista          Emisja głosu          Etyka, etykieta          Komunikacja          Kreatywność          NLP          Praca z trudnym klientem          Rozwiązywanie z konfliktów          Trening interpersonalny          Umiejętności menedżerskie          Umiejętności rodzicielskie          Walka ze stresem          Warsztaty trenerskie          Zarządzanie czasem          Zarządzanie karierom          Inne, jakie? _____</p>
Zarządzanie zasobami ludzkimi	<p>Aktywizacja zawodowa          Doradztwo zawodowe          Kadry i płace          Negocjacje i mediacje          Okresowa ocena pracowników          Optymalizacja zatrudnienia          Praca w zespole          Przywództwo          Rekrutacja i selekcja personelu          Systemy motywacyjne          Zarządzanie zespołem          Inne, jakie? _____</p>

Zawodowe	Automatyka i robotyka Brukarz Bukieciarz-florysta Gastronomia-żywność Krawiec Magazynier-akwizytor Obsługa kas fiskalnych Ochrona osób i mienia Stolarz Turystyka i hotelarstwo Inne, jakie? _____
----------	--

25. Proszę powiedzieć, w jaki sposób powinny być te szkolenia organizowane, by spełnić Pana/i wymagania pod względem organizacyjnym i merytorycznym?

Wymagania organizacyjne	Wymagania merytoryczne

26. Proszę wskazać, które z wymienionych przez Pana/ą potrzeb szkoleniowych dla pracowników oraz kadry zarządzającej/właścicieli mają charakter pilny i ważny, a które ważny i niepilny? Poprzez potrzeby niepilne rozumiemy takie potrzeby, bez których firma oraz jej pracownicy mogą dać sobie radę, ale niewątpliwie jej realizacja poprawiłaby sytuację firmy.

	Pilny i ważny	Ważny i niepilny
Pracownicy		
Kadra zarządzająca/właściciele		

## METRYCZKA

### I. Liczba zatrudnionych pracowników

\_\_\_\_\_ (informatyk → rekoduj na kategorie 1, 2-3, 4-9)

W tym liczba osób zatrudnionych w pełnym wymiarze czasowym: \_\_\_\_\_

### II. Powiat zarejestrowania firmy

- a. bialski
- b. parczewski
- c. radzyński
- d. włodawski
- e. m. Biała Podlaska
- f. biłgorajski
- g. chełmski
- h. hrubieszowski



- i. krasnostawski
- j. tomaszowski
- k. zamojski
- l. m. Chełm
- m. m. Zamość
- n. lubartowski
- o. lubelski
- p. łęczyński
- q. świdnicki
- r. m. Lublin
- s. janowski
- t. kraśnicki
- u. łukowski
- v. opolski
- w. puławski
- x. rycki

### III. Branża (według dominującej sekcji PKD) (informatyk → zaimportuj z bazy)

Sekcja	Nazwa sekcji	
A	Rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo i rybactwo	
B	Górnictwo i wydobywanie	
C	Przetwórstwo przemysłowe	
D	Wytwarzanie i zaopatrywanie w energię elektryczną, gaz, parę wodną, gorącą wodę i powietrze do układów klimatyzacyjnych	
E	Dostawa wody; gospodarowanie ściekami i odpadami oraz działalność związana z rekultywacją	
F	Budownictwo	
G	Handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle	
H	Transport i gospodarka magazynowa	
I	Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi	
J	Informacja i komunikacja	
K	Działalność finansowa i ubezpieczeniowa	
L	Działalność związana z obsługą rynku nieruchomości	
M	Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	
N	Działalność w zakresie usług administrowania i działalność wspierająca	
O	Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe zabezpieczenia społeczne	
P	Edukacja	
Q	Opieka zdrowotna i pomoc społeczna	
R	Działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją	
S	Pozostała działalność usługowa	
T	Gospodarstwa domowe zatrudniające pracowników; gospodarstwa domowe produkujące wyroby i świadczące usługi na własne potrzeby	
U	Organizacje i zespoły eksterytorialne	

**IV. Szacunkowy obrót w złotych w ubiegłym roku obrotowym**

- a. Do 200 tysięcy
- b. Do 400 tysięcy
- c. Do 600 tysięcy
- d. Do 800 tysięcy
- e. Do 1 mln
- f. Do 1,5 mln
- g. Do 2 mln
- h. Do 3 mln
- i. Do 4 mln
- j. Do 5 mln
- k. Do 6 mln
- l. Do 7 mln
- m. Do 8 mln
- n. Więcej niż 8 mln
- o. Odmowa odpowiedzi (ANK → nie czytaj odpowiedzi)

**V. Forma prawna przedsiębiorstwa**

- a. Spółka jawna
- b. Spółka partnerska
- c. Spółka komandytowa
- d. Spółka komandytowo-akcyjna
- e. Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością
- f. Spółka akcyjna
- g. Spółka cywilna
- h. Przedsiębiorstwo prywatne osoby fizycznej

**VI. Płeć (ANK → zaznacz samodzielnie)**

- a. Kobieta
- b. Mężczyzna

## Aneks 4. Narzędzie badawcze IDI

Scenariusz indywidualnego wywiadu pogłębionego (IDI) w roku 2014 z osobami prowadzącymi indywidualną działalność gospodarczą, w ramach badania „Potrzeby i oczekiwania przedsiębiorstw” w projekcie systemowym „Lubelskie Obserwatorium Rynku Pracy – kontynuacja”, realizowanym przez Wojewódzki Urząd Pracy w Lublinie.

.....  
numer diagnosty

.....  
numer respondenta

.....  
powiat, w którym zarejestrowana jest  
działalność gospodarcza respondenta

### WPROWADZENIE

Jestem współpracownikiem Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Lublinie. Chcę prosić Pana/Panią o zgodę na rozmowę w ramach badania potrzeb i oczekiwań przedsiębiorstw województwa lubelskiego. Są one prowadzone w ramach projektu „Lubelskie Obserwatorium Rynku Pracy – kontynuacja”, współfinansowanego przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego. Czas przeznaczony na nasze spotkanie to około 30 minut. Takie spotkania odbywają się z 30. osobami fizycznymi prowadzącymi działalność gospodarczą z siedzibą w naszym regionie, nie zatrudniającymi w dniu wywiadu więcej niż dwóch pracowników, niezależnie od formy umowy.

Zanim zaczniemy chcę poinformować Pana/Panią o **poufności badania** tzn. żadna firma ani osoba nie będzie przedstawiana z nazwy/imienia i nazwiska w raporcie podsumowującym badania. Dobre praktyki z historii Pana/Pani firmy będą przedstawiane jako przykłady, ale bez powiązania z konkretną nazwą, osobą. Odbiorcy naszych badań będą znali np. branżę firmy, przydatne kwalifikacje i umiejętności, o których będziemy rozmawiać.

Istotne jest, aby nasza rozmowa była szczerą, **każda Pana/i wypowiedź jest tak samo ważna i doniosła**. Wnioski z badań, przekazane będą w formie zbiorczych raportów instytucjom rynku pracy, instytucjom wspierającym biznes, osobom poszukującym zatrudnienia.

**Czy brał/a Pan/i udział w badaniu osób prowadzących własną działalność gospodarczą, prowadzonym przez Lubelskie Obserwatorium Rynku Pracy, od listopada 2013 roku?**

**TAK – zakończyć wywiad / NIE – kontynuować wywiad**

Warunkiem naszej rozmowy jest Pana/i zgoda na przetwarzanie Pana/i danych osobowych przez Wojewódzki Urząd Pracy w celach badawczych, w tym kontroli mojej pracy. W tym celu proszę zapoznać się z oświadczeniem i podpisać je.

**PODPIS / BRAK PODPISU (zakończyć wywiad)**

Aby spisanie Pana/i wypowiedzi, było łatwiejsze muszę poprosić Pana/Panią o zgodę na nagrywanie rozmowy. Zapewniam, że nagranie będzie wykorzystywane tylko do analizy materiału w formie pisemnej i nie będzie przekazywane żadnej instytucji. **Czy wyraża Pan/i na nie zgodę?**

**TAK / NIE** (zakończyć wywiad)

## **POCZĄTKI I RODZAJ DZIAŁALNOŚCI – STATUS RESPONDENTA**

Rozmawiam z Panem/Panią (podać imię i nazwisko) .....

Na początku rozmowy proszę o informację, jak długo prowadzi Pan/i własną działalność gospodarczą i czy ma to miejsce w sposób nieprzerwany?

Wróćmy do początków prowadzenia działalności.

Jakie posiadał/a Pan/i wykształcenie w momencie rozpoczynania działalności: **podstawowe lub gimnazjalne, średnie, zawodowe, wyższe?**

W jakim był/a Pan/i wtedy wieku?

Proszę o podanie roku ukończenia ostatniego etapu edukacji przed rozpoczęciem działalności.

Proszę powiedzieć, czy kontynuował/a Pan/i edukację po rozpoczęciu działalności gospodarczej? Jeśli tak, to proszę o tym opowiedzieć.

Jaki jest Pana/i zawód wyuczony?

Czy zdobywał/a Pan/i jakieś dodatkowe uprawnienia, kwalifikacje? Jeśli tak to proszę o nich opowiedzieć oraz wskazać czy okazały się użyteczne w kontekście prowadzonej działalności gospodarczej.

Co by Pan/i zmienił w przeszłych wyborach dotyczących kształcenia i pracy, gdyby miał Pan/i taką możliwość?

Proszę opowiedzieć o powodach założenia działalności. Mogło być ich wiele. Które miały znaczenie?

Czy zakładając działalność posiadał/a Pan/i jakieś doświadczenie zawodowe? Jak długie? W jakim stopniu pomogło ono w prowadzeniu firmy? W jaki sposób?

Jak można określić główną branżę działalności Pana/i firmy?

Kto jest przede wszystkim Pana/i klientem (ogólnie)? Co szczególnie doceniane jest w Pana/i ofercie?

## **POTRZEBY KSZTAŁCENIA I DOBRE PRAKTYKI Z NIM ZWIĄZANE**

Czy profil Pana/i wykształcenia (jeśli istnieje) był pomocny w jakiś sposób przy prowadzeniu działalności?

Czy ma Pan/i jakieś potrzeby dotyczące zdobywania uprawnień, umiejętności, wiedzy, potrzebnej w prowadzeniu firmy – w postaci kursów, szkoleń itp.? Czy jakaś wiedza branżowa byłaby dziś Panu/i szczególnie przydatna?

Jaki rodzaj kształcenia, uprawnień, kursów, przydatny dla prowadzenia działalności, mógłby Pan/i polecić tym, którzy myślą o własnej firmie, a jeszcze mają sporo czasu na kształcenie?

Co jeszcze poradził(a)by Pan/i osobom, które jeszcze nie pracowały, uczą się, a chcą przygotować się do prowadzenia działalności gospodarczej?

## **DOBRE PRAKTYKI – ZARZĄDZANIE, ORGANIZACJA, PROMOCJA**

Przedsiębiorstwo to wiele czynności administracyjnych. Co jest dobrym rozwiązaniem dla Pana/i, które mógłby Pan/i polecać innym?

Z jakimi dobrymi praktykami działań administracji, urzędów wobec Pana/i jako przedsiębiorcy, spotkał się Pan/i?

Z których decyzji dotyczących działań firmy jest Pan/i szczególnie zadowolony/a, ma Pan/i szczególną satysfakcję? Chodzi o takie decyzje/wybory, które warto polecać innym. Dlaczego warto?

Większe firmy często zrzeszają się w związki, organizują wspólne działania. Czy uważa Pan/i, że jakaś forma zrzeszania się, dodatkowej współpracy, jest realna wśród osób prowadzących niewielkie firmy?

Jakie formy promocji Pana/i produktów/usług Pan/i preferuje? Proszę o nich opowiedzieć.

## **DOBRE PRAKTYKI – UTRZYMANIE KLIENTA**

Dla wielu przedsiębiorców kłopotem może być samo utrzymanie działalności gospodarczej. Czy istnieją jakieś dobre sposoby, aby w Pana/i branży utrzymać rentowność, liczbę zleceń, klientów na wystarczającym poziomie?

Proszę o krótką ich charakterystykę klientów. Jaka część z nich jest stałymi klientami?

Proszę o opisanie w czym jest Pan/i bardziej konkurencyjny/a niż inne niewielkie firmy w tej branży?

Proszę o opisanie ewentualnej niszy rynkowej tj. dodatkowych potrzeb klientów, widocznych w Pana/i branży, a tylko częściowo zagospodarowanych.

## **DOBRE PRAKTYKI – ZEWNĘTRZNE**

Czy może Pan/i powiedzieć, że jakiś właściciel firmy jest dla Pana/i autorytetem, jeśli chodzi o prowadzenie biznesu? Dlaczego?

Czy korzystał/a Pan/i z jakiegoś rodzaju wsparcia zewnętrznego (finansowe, doradcze albo rzeczowe)? Jeśli tak to proszę o tym powiedzieć i wskazać, jakiego rodzaju pomoc ocenił(a)by Pan/i jako najbardziej efektywną? Czy wsparcie było współfinansowane ze środków unijnych?

Czy są jakieś inne instrumenty finansowe lub doradcze, które spełniały Pana/i oczekiwania i skorzystał Pan/i z nich, aby rozwinąć działalność? Proszę o tym opowiedzieć.

## **INNE ASPEKTY ROZWOJU DZIAŁALNOŚCI**

Czy można powiedzieć, że prowadzenie firmy jest dla Pana/i osobistym rozwojem?

Proszę uzasadnić odpowiedź.

Co byłoby dla Pana/i sukcesem w prowadzeniu firmy w ciągu najbliższego roku?

Co najbardziej przyczyniłoby się do zwiększenia konkurencyjności Pana/i firmy w ciągu najbliższych dwóch lat?

Czy uważa Pan/i, że własna firma jest dziś atrakcyjną alternatywą na aktywność na rynku pracy?

Dlaczego tak? Dlaczego nie?

Jak Pan/i sądzi, co mogłoby być dziś najlepszym ułatwieniem przy zakładaniu własnej firmy?

Proszę powiedzieć, z jakimi największymi barierami, trudnościami spotyka się Pan/i w związku z prowadzeniem działalności gospodarczej?

## **ZAKOŃCZENIE**

Dziękujemy za udział w badaniu.

**dr Jakub Andrzejczak, recenzent:**

Raport to ważne źródło informacji dla kompleksowej diagnozy sytuacji podmiotów gospodarki z terenu województwa lubelskiego. Jego zalety poznawcze pozwalają wzbogacić wiedzę na temat mikroprzedsiębiorstw w regionie, ze szczególnym uwzględnieniem specyfiki poszczególnych branż. Publikacja idealnie wpisuje się w bogate już kompendium aktualnej wiedzy, jaka dostarczana jest przez Lubelskie Obserwatorium Rynku Pracy.



[www.lorp.wup.lublin.pl](http://www.lorp.wup.lublin.pl)



**KAPITAŁ LUDZKI**  
CZŁOWIEK – NAJLEPSZA INWESTYCJA!

UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI  
FUNDUSZ SPOŁECZNY

