

Rozdział 6

Przedsiębiorcy o sobie – ocena sytuacji gospodarczej i kondycji firm w 2013 r.

6.1. Wprowadzenie

Rok 2013 był trudnym okresem dla polskich przedsiębiorców. Jak wskazuje prof. Witold Orłowski – już w pierwszej połowie tego roku nałożyły się na siebie szereg czynników niekorzystnych makroekonomicznie: konsekwencje globalnego kryzysu finansowego, recesja w krajach UE oraz skutki realizowanego w kraju programu mającego na celu ograniczenie deficytu budżetowego⁷⁸. Mimo tych trudności w 2013 roku wartość PKB wzrosła realnie o 1,6% r/r. Pierwsze symptomy ożywienia zarejestrowano w II półroczu 2013 roku – w III kwartale do 2,0%, a w IV tempo wzrostu wyniosło 2,7%. Tendencję wzrostową PKB udało się utrzymać w pierwszym półroczu 2014 roku, kiedy wzrost PKB wyniósł 3,3%⁷⁹. W 2013 roku głównym motorem wzrostu gospodarki był popyt zagraniczny, w pierwszym półroczu 2014 sytuacja zmieniła się – głównym stymulatorem wzrostu był popyt krajowy, na który złożyły się wzrost konsumpcji (2,5%) i inwestycji (o 7,1%). Analitycy taką sytuację interpretują jako ograniczanie dotychczasowych obaw przedsiębiorców związanych z niepewną sytuacją makroekonomiczną. W danych na temat gospodarki widać również poprawę w sektorze przemysłowym – w pierwszym półroczu 2014 roku nastąpił wzrost produkcji sprzedanej przemysłu o 4,3% w stosunku do pierwszego półrocza ubiegłego roku. Wzrost produkcji sprzedanej dotyczył 28 spośród 34 działów przemysłu. W niektórych branżach był on kilkunastoprocentowy – np. produkcja mebli (15,2%) lub produkcja pozostałych mineralnych surowców niemetalicznych (15,2%), produkcja wyrobów z drewna, korka itp. (11,1%). W pierwszym półroczu 2014 roku nieznacznie wzrosły również parametry opisujące wydajność pracy w przemyśle – produkcja w przeliczeniu na zatrudnionego wzrosła o 3,5% r/r a jednocześnie odnotowano niewielki wzrost przeciętnego zatrudnienia (0,8%) i przeciętnego wynagrodzenia brutto (4%). Jednym z symptomów poprawiającej się sytuacji w gospodarce może być również lepsza sytuacja na rynku pracy – nieznaczny wzrost przeciętnego zatrudnienia w sektorze przedsiębiorstw (0,4%) i spadek stopy bezrobocia, która w końcu czerwca 2014 roku była o 1,2 pkt proc. niższa niż w analogicznym okresie zeszłego roku. Poprawiła się również sytuacja eksporterów – w pierwszym półroczu wartość eksportu wg cen bieżących była o 5,4% wyższa w stosunku do pierwszego półrocza 2013 roku. Wzrost wartości eksportu nastąpił mimo problemów w eksporcie do Rosji (spadek o 10,7% r/r) i na Ukrainę (26,4% r/r) – było to możliwe dzięki wzrostowi eksportu na rynki rozwinięte (o 7,2%), których udział w strukturze eksportu stanowił 83,6%⁸⁰.

W kontekście przywoływanych danych warto zapytać, czy ożywienie gospodarcze znajduje odzwierciedlenie w opiniach i działaniach polskich przedsiębiorców. Odpowiedzi na to pytanie dostarcza badanie PARP *Panel Polskich Przedsiębiorstw*⁸¹.

⁷⁸ A. Haber (red.), *Spowolnienie gospodarcze oczami polskich przedsiębiorców*, PARP 2013.

⁷⁹ POLSKA 2014. Raport o stanie gospodarki. Ministerstwo Gospodarki, 2014. Raport został przygotowany przed opublikowaniem przez GUS danych dotyczących PKB, liczonych zgodnie z metodologią ESA 2010. Zmiana została wprowadzona przez GUS w listopadzie 2014 r. Dane nt. PKB według metodologii ESA 2010 przedstawione zostały w rozdziale 1.

⁸⁰ *Analiza sytuacji gospodarczej Polski w okresie I-VI 2014 r.*, Ministerstwo Gospodarki DSiA, 2014.

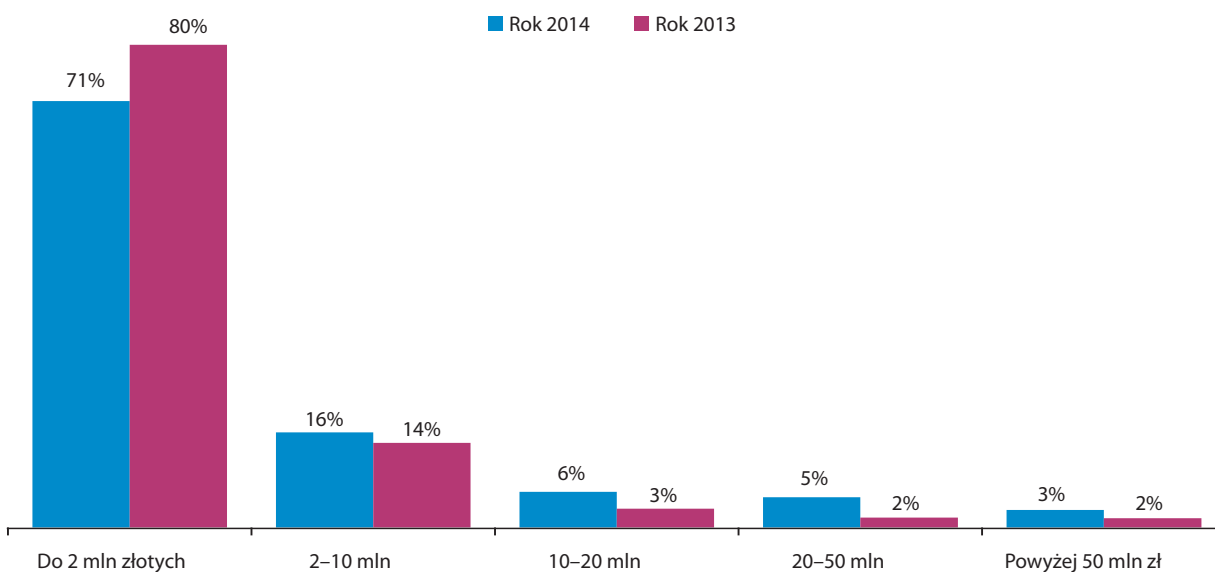
⁸¹ Panel Polskich Przedsiębiorstw to projekt badawczy PARP uruchomiony w 2012 r. (www.parp.gov.pl/panel). Jego celem jest bieżąca obserwacja najważniejszych zjawisk i trendów obserwowalnych w polskiej gospodarce. W panelu zarejestrowanych jest obecnie ok. 1700 firm. Respondenci biorący udział w Panelu to właściciele, prezesi, dyrektorzy lub członkowie zarządu – czyli osoby, które w sposób najbardziej kompetentny mogą wypowiadać się zarówno o bieżącej sytuacji firmy, jak o jej planach czy perspektywach. Niniejsze wyniki badania pochodzą z II i VI edycji badania *Koniunktura i otoczenie biznesu* 2012 i 2013, prowadzonych na przełomie czerwca i lipca każdego roku. Badanie przeprowadzono z zastosowaniem ankiety internetowej, tzw. CAWI (Computer Assisted Web Interviewing). Szczegółowe informacje na temat doboru próby oraz treści zastosowanych kwestionariuszy można znaleźć na stronach Polskiego Panelu Przedsiębiorstw <http://www.parp.gov.pl/index/index/2634>.

6.2. Przychody⁸²

Przychody badanych przedsiębiorstw najczęściej mieściły się w zakresie do 2 mln zł rocznie. Było tak zarówno w 2013, jak w 2014 r. Jednak w ciągu roku dzielącego obie edycje Panelu Przedsiębiorstw nastąpiła zauważalna poprawa sytuacji finansowej badanych firm. Udział firm osiągających przychody przekraczające 2 mln zł zwiększył się z 20% w roku 2013 do 29%. Wzrósł także (z 7% do 14%) udział przedsiębiorstw, których roczne przychody przekraczają 10 mln zł.

Warto także zauważyć, że w badanym okresie mogło nastąpić więcej pozytywnych zmian, których sondaż nie zarejestrował np. jeśli przychody jakiejś firmy wzrosły z 500 tys. zł do 1 mln zł. Oznacza to, że podane odsetki firm, których sytuacja się poprawiła mogą w rzeczywistości być większe.

Wykres 6.1. Jakie w roku 2013 były łączne przychody netto Państwa firmy ze sprzedaży (produktów, usług, towarów lub materiałów)? – porównanie odpowiedzi przedsiębiorców w latach 2013 i 2014



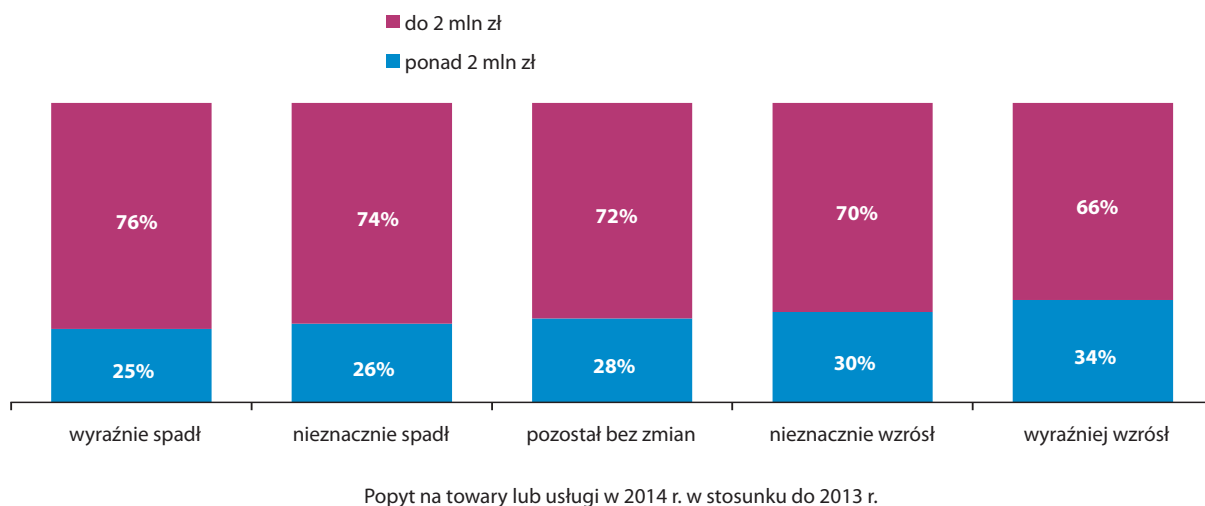
Źródło: PARP 2014, badanie Panelu Polskich Przedsiębiorstw (N=622 w 2014 i N=585 w 2013).

Wzrost przychodów jest wynikiem zwiększonej aktywności na rynku – np. wzrostu sprzedaży produktów lub usług oferowanych przez firmy. Przedsiębiorcy, którzy deklarowali, że popyt na ich produkty i usługi jest w tym (tj. 2014) roku większy niż rok wcześniej, częściej niż inni osiągnęli dochody przekraczające 2 mln zł. Ożywienie gospodarcze wyraźnie przyniosło poprawę sytuacji finansowej firm.

⁸² Struktura respondentów, którzy wzięli udział w badaniu, odbiegała nieco od struktury populacji polskich przedsiębiorstw, w związku z tym dane zostały przeważone w celu skorygowania tych różnic. Ważenie przeprowadzono na dwa sposoby:

1. Pierwszy sposób: każdą grupę przedsiębiorstw wyróżnioną ze względu na wielkość przedsiębiorstwa (małe, średnie, duże) przeważono według dwóch kryteriów – makroregionu oraz sektora gospodarki, zgodnie z danymi Głównego Urzędu Statystycznego. W każdej podpróbie wyróżnionej ze względu na wielkość przedsiębiorstwa dostosowywano wagi w ten sposób, aby po przeważeniu rozkład łączny częstości w tej podpróbie był identyczny z rozkładem aktualnym za 2013 rok, pobranym z Banku Danych Lokalnych Głównego Urzędu Statystycznego. Uzyskane w ten sposób wagi miały wartości z przedziału od 0,147 do 5,868. Przeważona w ten sposób próba była reprezentatywna ze względu na lokalizację siedziby firmy oraz sektor gospodarki.
2. Drugi sposób polegał na dodaniu do powyżej opisanych dodatkowego kryterium, jakim jest wielkość przedsiębiorstwa, dzięki czemu próba stała się reprezentatywna dla populacji również ze względu na wielkość przedsiębiorstwa. Było to ważne w sytuacji prezentowania rozkładów dla całej próby. Wagi wykorzystywane przy tym sposobie ważenia znajdowały się w przedziale od 0,006 do 4,743. Konsekwencją tak małych wartości wag dla części populacji było – podobnie jak we wcześniejszych edycjach badania – zmniejszenie efektywnej liczebności próby wynikającej z tego, że dla niektórych jednostek obserwacji wartość wagi była bliska zeru.

Wykres 6.2. Przychody przedsiębiorstw w 2013 r. (dane zebrane w 2014 r.) w zależności od popytu na produkty firmy (popyt w 2014 r. porównano do popytu sprzed roku)



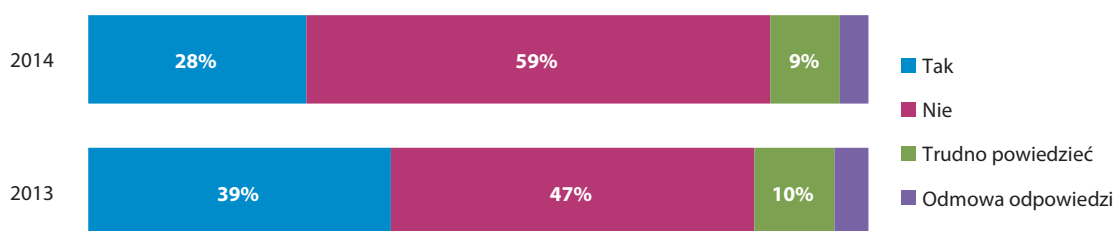
Źródło: PARP 2014, badanie Panelu Polskich Przedsiębiorstw (N=622 w 2014 i N=585 w 2013).

Wzrostowi przychodów i coraz szerzej podzielanemu przekonaniu, że bieżąca (tj. w 2014 r.) sytuacja firmy jest lepsza niż ta sprzed roku (w 2013) towarzyszy opinia o poprawie koniunktury zarówno w gospodarce polskiej ogółem, jak i w branży, w której działa firma.

6.3. Płynność finansowa

Ważnym wskaźnikiem sytuacji przedsiębiorstwa jest – obok poziomu przychodów – jego płynność finansowa, tj. zdolność do terminowego regulowania bieżących zobowiązań. W stosunku do 2013 roku o niemal 10 punktów procentowych spadł odsetek firm, którym groziła utrata płynności finansowej.

Wykres 6.3. Czy w okresie ostatniego roku Państwa firmie groziła utrata płynności finansowej⁸³? – porównanie odpowiedzi przedsiębiorców w latach 2013 i 2014



Źródło: PARP 2014, badanie Panelu Polskich Przedsiębiorstw, Rok 2013 N=585, Rok 2014 N=614.

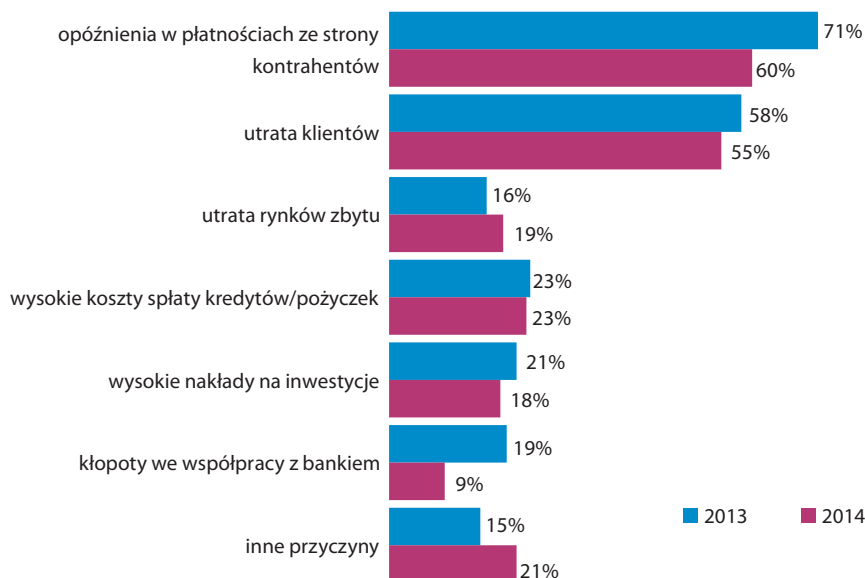
Zebrane dane wskazują, że problem ten częściej dotykał małe firmy (30% zadeklarowało, że takie zagrożenie się pojawiło) niż średnie i duże przedsiębiorstwa (11% doświadczyło zagrożenia utratą płynności). Większe firmy mogą zwykle polegać na większej liczbie kontrahentów, mają więcej płynnych środków pieniężnych a także mogą liczyć na korzystniejsze warunki linii kredytowych – stąd w ich przypadku wyraźnie mniejsze ryzyko utraty płynności finansowej.

Przyczyny utraty płynności finansowej wskazywane przez badane przedsiębiorstwa nie zmieniały się istotnie między 2013 a 2014 rokiem. Najczęściej wymieniano opóźnienia w płatnościach ze strony kontrahentów, choć w 2014 odsetek przedsiębiorców wskazujących na ten problem spadł o ponad 11 punktów procentowych, ale wciąż dotyczył 60% firm borykających się z utratą płynności finansowej. Inne problemy, które mogły złożyć się na utratę płynności finansowej przedsiębiorstw to utrata klientów i rynków zbytu. Ponad 1/5 przedsiębiorstw tracących płynność finansową ma problemy związane z realizowanymi inwestycjami – nierozważne inwestycje i wysokie koszty spłaty kredytów mogą okazać się dla firm bardzo niebezpieczne. Na wspomniane

⁸³ Płynność finansową definiowano jako zdolność do terminowego regulowania bieżących zobowiązań.

trudności nakładały się również kłopoty we współpracy z bankiem – choć przedsiębiorcy wyraźnie częściej wskazywali na podobne trudności w 2013 roku.

Wykres 6.4. Czym spowodowana była groźba utraty płynności finansowej przez Państwa firmę? – porównanie odpowiedzi przedsiębiorców w latach 2013 i 2014



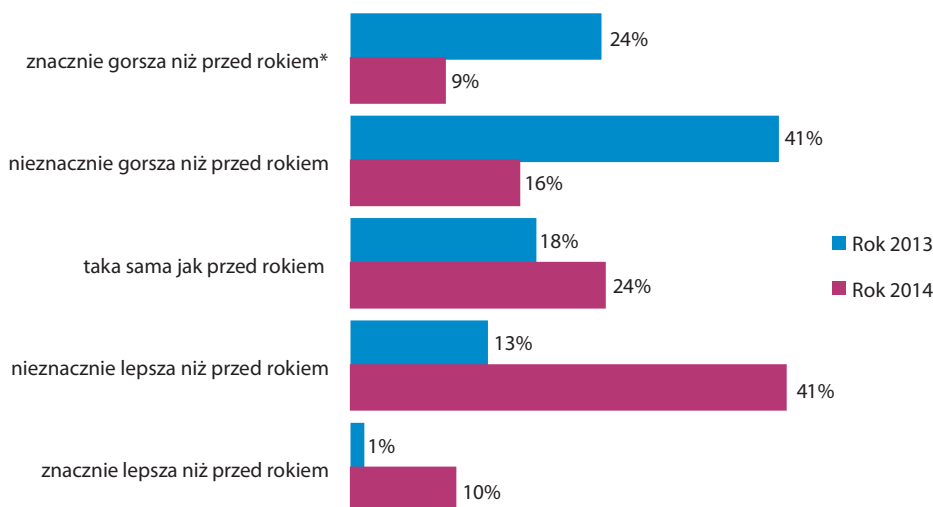
Rok 2013 N=170, Rok 2014 N=151 (uwaga: pytanie zadano przedstawicielom firm, którym groziła utrata płynności finansowej)

Źródło: PARP 2014, badanie Panelu Polskich Przedsiębiorstw.

6.4. Ocena koniunktury

W 2014 roku optymistyczne opinie na temat koniunktury zarówno w branży działania firmy, jak i w gospodarce (42% i 51% odpowiednio), przeważają nad opiniami pesymistycznymi (33% i 25%). W ubiegłym roku sytuacja kształtowała się natomiast odwrotnie. Ilustrują to poniższe wykresy.

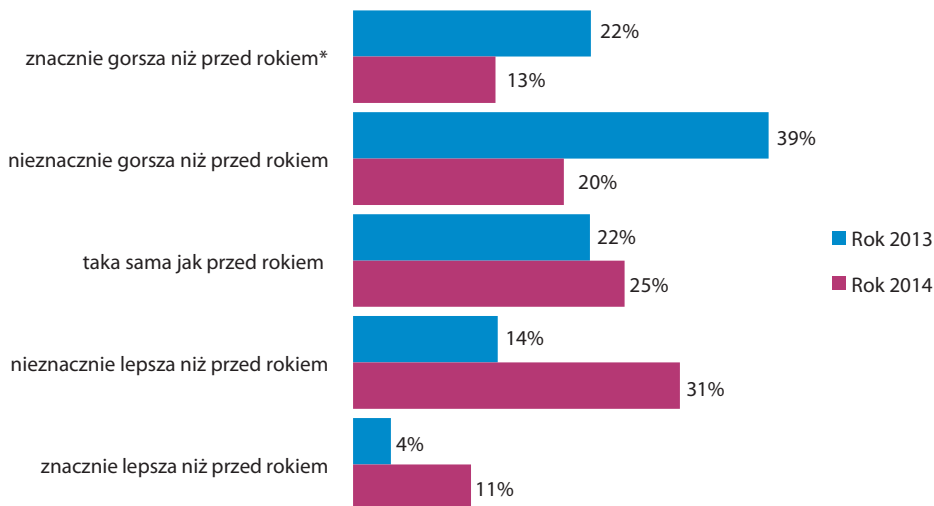
Wykres 6.5. Ocena bieżącej koniunktury w gospodarce polskiej dokonana przez przedsiębiorców w 2013 i 2014 r.



* „przed rokiem” oznacza „w czerwcu 2012 r.” dla badania z roku 2013 oraz „w czerwcu 2013” dla badania z roku 2014.

Źródło: PARP 2014, badanie Panelu Polskich Przedsiębiorstw (N=600 w 2014 i N=321 w 2013 – firmy, które brały udział w obu edycjach badania)

Wykres 6.6. Ocena bieżącej koniunktury w branży, w której działa firma, dokonana przez przedsiębiorców w 2013 i 2014 r.



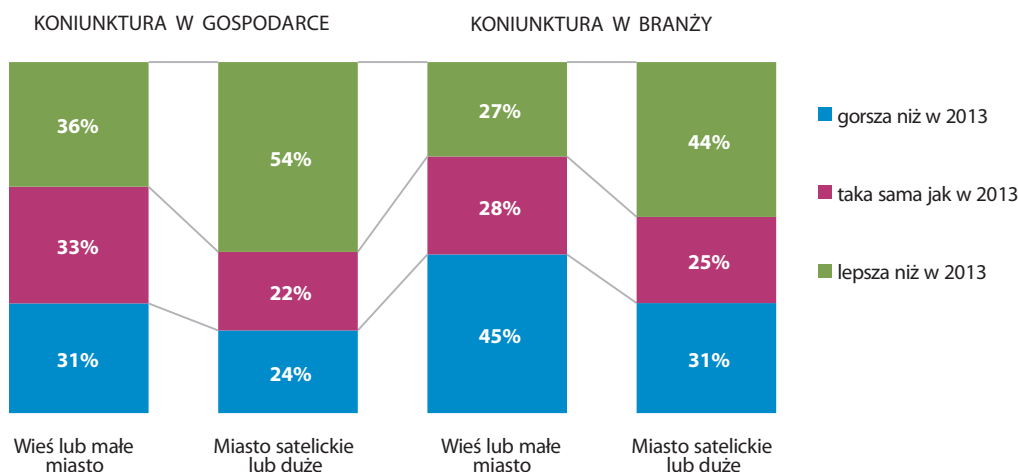
* „przed rokiem” oznacza „w czerwcu 2012 r. dla badania z roku 2013 oraz „w czerwcu 2013” dla badania z roku 2014.

Źródło: PARP 2014, badanie Panelu Polskich Przedsiębiorstw (N=600 w 2014 i N=321 w 2013 – firmy, które brały udział w obu edycjach badania).

Charakterystyczne jest to, że w 2014 ocena koniunktury w gospodarce jest lepsza niż ocena koniunktury w branży, w której działa firma: 51% przedsiębiorców jest zdania, że w gospodarce polskiej jest lepiej niż przed rokiem, podczas gdy 42% wyraża taką opinię na temat swojej branży. Przed rokiem tak dużych różnic nie było: 14% zauważało poprawę w gospodarce, a 18% – poprawę w branży.

Generalnie bardziej optymistyczne oceny koniunktury formułowali przedsiębiorcy działający w miastach niż ci, którzy mają swoją siedzibę na obszarach wiejskich. Wyraźniejsze są przy tym różnice w rozkładach opinii o koniunkturze w branży, w której działa firma, niż w tych dotyczących ogólnie gospodarki polskiej. Można to zobaczyć na poniższym wykresie (wykres 6.7).

Wykres 6.7. Ocena⁸⁴ koniunktury w 2014 r. w zależności od wielkości miejscowości, w której znajduje się siedziba firmy



Źródło: PARP 2014, badanie Panelu Polskich Przedsiębiorstw 2014 (N=584 – koniunktura w gospodarce i N=593 – koniunktura w branży).

W Panelu Polskich Przedsiębiorstw respondenci są proszeni nie tylko o ocenę bieżącej koniunktury, ale także o sformułowanie krótkoterminowej prognozy koniunktury wybiegającej w przyszłość na 3 miesiące od momentu badania. Te prognozy pozwalają spojrzeć oczami przedsiębiorców na bieżącą dynamikę sytuacji firm.

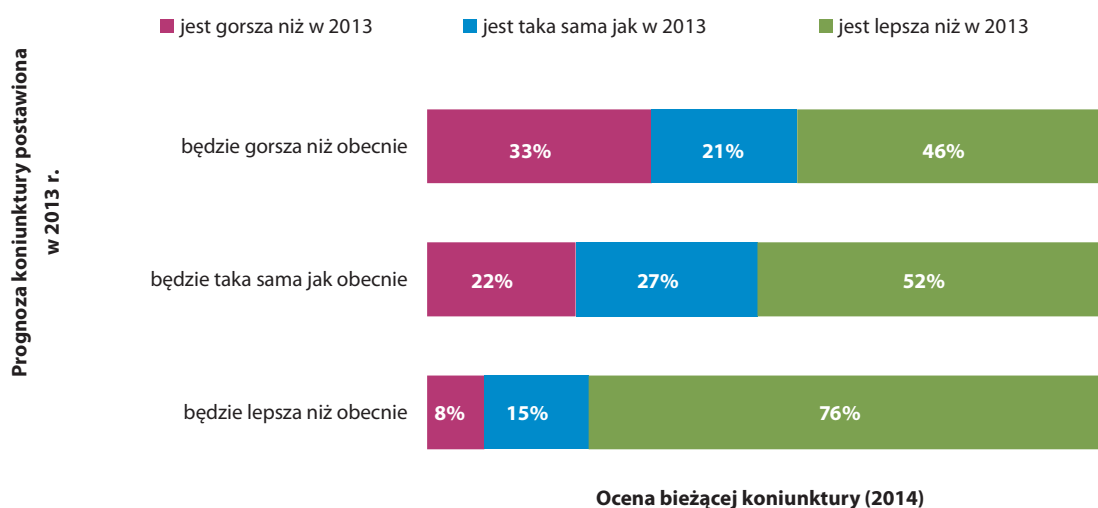
W roku 2014 39% firm oczekiwało dalszej poprawy koniunktury w polskiej gospodarce w ciągu najbliższych 3 miesięcy, a tylko 12% obawiało się pogorszenia. Jeśli chodzi o sytuację w branży, w której działa firma – 42% spodziewało się, że koniunktura będzie lepsza niż w momencie badania, a 16%, że się pogorszy. Prognozy z 2014 roku były wyraźnie bardziej optymistyczne niż te sformułowane rok wcześniej, w sytuacji spowolnienia gospodarczego. Wówczas (w 2013 r.) co czwarty badany oczekiwał

⁸⁴ Na tym wykresie zsumowano odpowiedzi dla wskazań „znacznie gorsza” i „nieznacznie gorsza”.

pogorszenia się koniunktury w gospodarce, a 22% sądziło, że pogorszy się sytuacja w branży. Warto jednak zauważyć, że zarówno w 2013, jak w 2014 r. częściej oczekiwano poprawy koniunktury niż jej pogorszenia.

Analiza danych dotyczących oceny obecnej koniunktury w gospodarce i jej związku z prognozami formułowanymi rok wcześniej (wykres 6.8) prowadzi do wniosku, że optymistyczne przewidywania przedsiębiorców były w znacznej mierze trafne, zaś pesymistyczne – dość często okazały się nietrafne⁸⁵. Spośród przedsiębiorców, którzy w 2013 r. spodziewali się pogorszenia koniunktury, większość (67%) po roku oceniała tę koniunkturę lepiej niż przewidywali. W grupie tych, którzy uważali, że sytuacja pozostanie bez zmian, ponad połowa (52%) po roku stwierdziła, że koniunktura jest lepsza niż w 2013 r. Ponad 3/4 przewidujących poprawę koniunktury po roku oceniło, że obecna (w 2014 r.) koniunktura jest lepsza niż przed rokiem.

Wykres 6.8. Związek prognoz dotyczących koniunktury w gospodarce z późniejszymi ocenami tej koniunktury



Uwaga: Kolorem zielonym oznaczono odsetki osób, których bieżąca ocena koniunktury była wyższa niż przewidywania sprzed roku. Kolorem czerwonym zaznaczono odsetki tych respondentów, których ocena bieżąca była niższa niż przewidywania.

Źródło: PARP 2014, badanie Panelu Polskich Przedsiębiorstw (N=321 firmy, które brały udział w obu edycjach badania).

Analiza przeprowadzona dla oceny koniunktury w branży, w której działa firma dała obraz mniej klarowny. Jednak również w tym przypadku blisko 40% przedsiębiorców, którzy przed rokiem sformułowali pesymistyczne prognozy koniunktury, w 2014 roku ocenili ją jako lepszą niż w 2013 r., zaś ponad połowa tych, którzy w 2013 przewidywali poprawę koniunktury – rzeczywiście taką poprawę odnotowała.

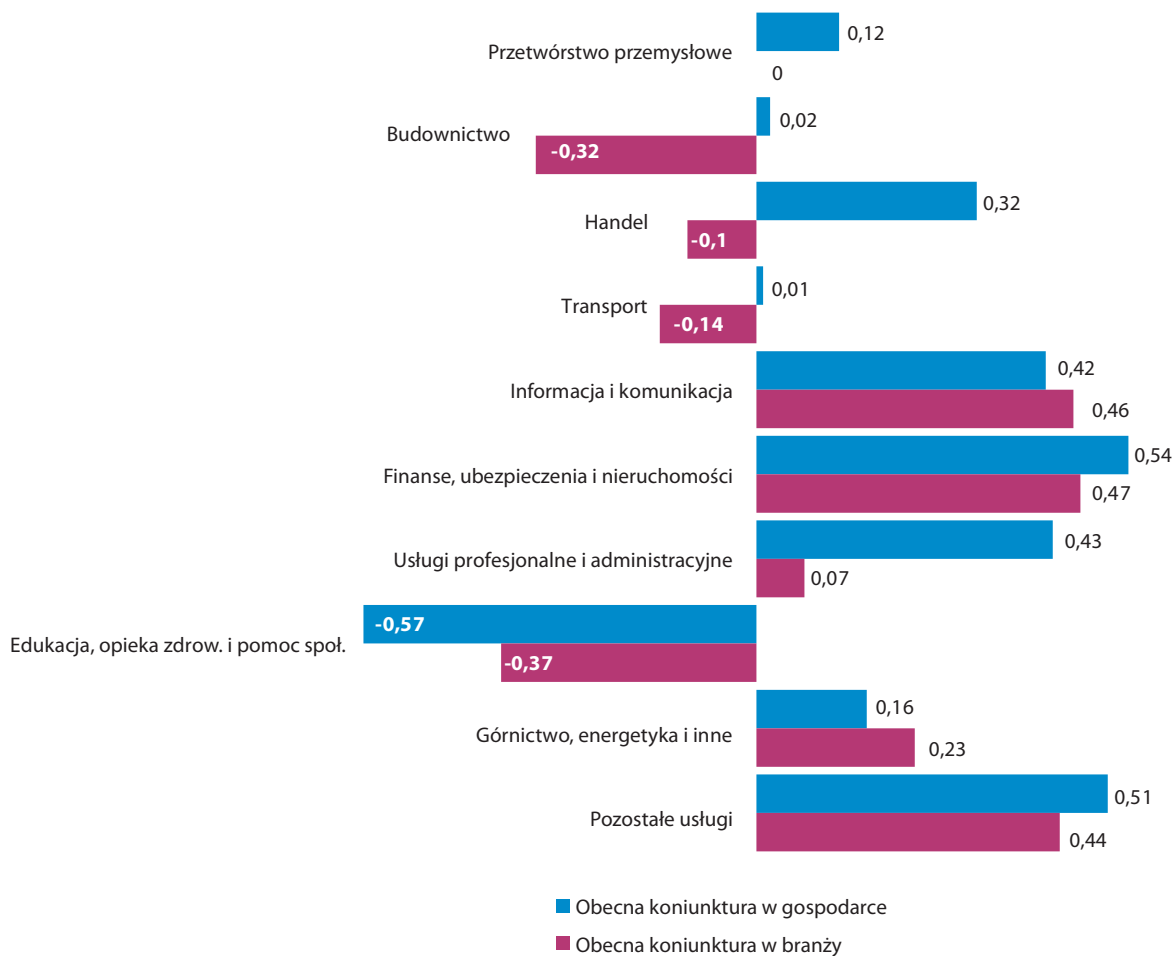
6.5. Branżowe i geograficzne zróżnicowanie oceny koniunktury

Analiza oceny koniunktury w gospodarce i w branży (wykres 6.9) pokazuje, że największymi optymistami są przedsiębiorcy z branży finansowej oraz informacyjnej, a także ci, którzy swoją działalność zaklasyfikowali jako „pozostałe usługi”. Najwięcej pesymistycznych ocen sformułowano w przedsiębiorstwach zajmujących się edukacją, opieką zdrowotną i pomocą społeczną oraz budownictwem i transportem. Branża edukacyjna była jedyną, w której koniunkturę w gospodarce oceniano istotnie bardziej pesymistycznie niż koniunkturę w branży.

Odnotowano również zróżnicowane geograficznie oceny koniunktury (wykres 6.10). We wszystkich makroregionach, poza wschodnim, koniunkturę w gospodarce oceniano raczej optymistycznie (to znaczy – przypomnijmy – że przeważały opinie, że jest ona lepsza niż przed rokiem nad opiniami, że jest gorsza). Optymizm w stosunku do koniunktury w branży był już mniej wyraźny, jednak na zachodzie kraju i w tej kwestii opinie pozytywne wyraźnie przeważały nad negatywnymi. Makroregion wschodni – najbiedniejszy z punktu widzenia różnych wskaźników ekonomicznych – okazał się także regionem, w którym przedsiębiorcy najgorzej oceniali koniunkturę.

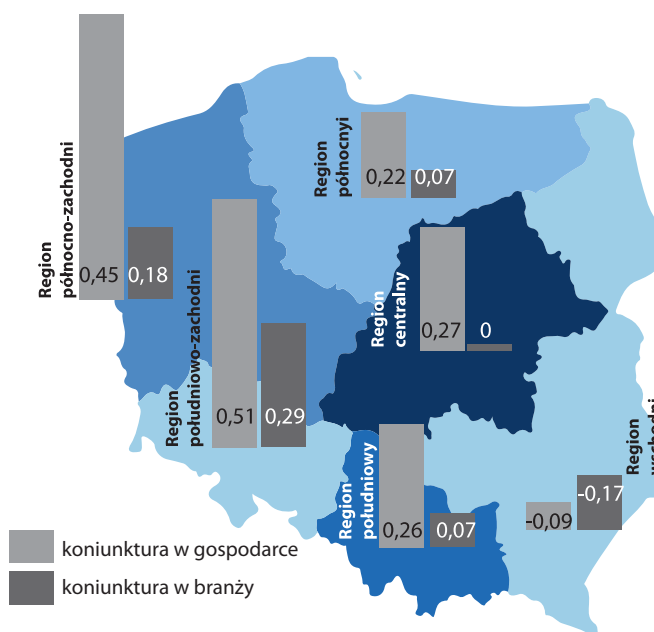
⁸⁵ Współczynniki korelacji między prognozami koniunktury w gospodarce i branży sformułowanymi w 2013 a oceną koniunktury dokonaną w 2014, przekraczały 0,4.

Wykres 6.9. Oceny koniunktury w gospodarce i w branży, w której działa firma w podziale branżowym⁸⁶



Źródło: PARP 2014, badanie Panelu Polskich Przedsiębiorstw (N=622).

Wykres 6.10. Oceny koniunktury w makroregionach kraju (wartości indeksów)



Źródło: PARP 2014, badanie Panelu Polskich Przedsiębiorstw (N=622).

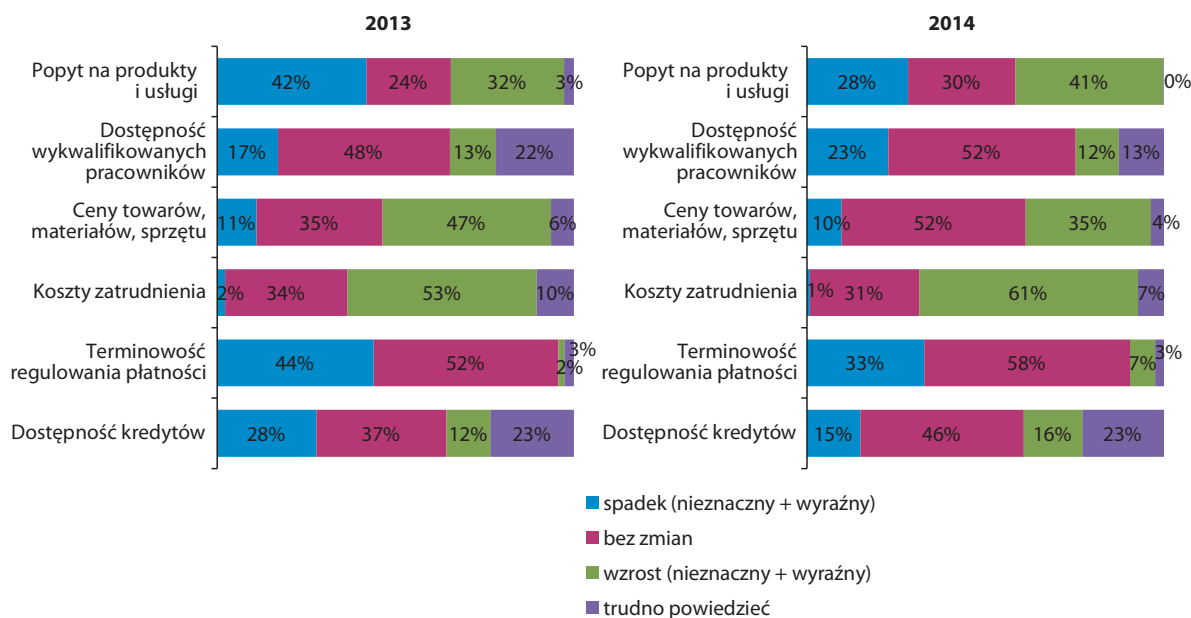
⁸⁶ Indeksy wyliczono w następujący sposób: pogładowi, że koniunktura jest obecnie „znacznie gorsza niż w czerwcu 2013”, przypisano -2 pkt; koniunktura „nieznacznie gorsza niż w czerwcu 2013” to -1 pkt; „taka sama jak w czerwcu 2013” to 0 pkt; „nieznacznie lepsza niż w czerwcu 2013” to +1 pkt, a „znacznie lepsza niż w czerwcu 2013” to +2 pkt.

Warto jednak podkreślić, że mimo wyłaniającego się z powyższego wykresu niejednoznacznego obrazu oceny koniunktury w roku 2014, są powody do optymizmu. W badaniu przeprowadzonym rok wcześniej, we wszystkich regionach oceny pesymistyczne przeważały nad optymistycznymi, więc we wszystkich regionach indeks koniunktury zarówno w gospodarce, jak w branży przyjmował wartości ujemne. Najwyraźniejszą poprawę nastrojów, jeśli chodzi o ocenę ogólnej koniunktury w gospodarce odnotowano w regionie południowo-zachodnim i centralnym. W regionie wschodnim także miał miejsce niewielki wzrost nastrojów optymistycznych, nie był on jednak dostatecznie silny, by zrównoważyć ciągle znaczny odsetek przedsiębiorców przekonanych o pogarszaniu się sytuacji gospodarczej w kraju.

6.6. Czynniki kształtujące ocenę koniunktury

Przedsiębiorcy pytani o ocenę tego, jak – w porównaniu z ubiegłym rokiem – kształtuje się popyt na oferowane przez nich produkty i usługi, dostępność wykwalifikowanych pracowników, ceny towarów, materiałów i sprzętu, koszty zatrudnienia, terminowość regulowania płatności oraz dostępność kredytów (wykres 6.11), formułowali przeważnie pozytywne oceny. W stosunku do roku ubiegłego (2013/14) nastąpił znaczący spadek odsetka firm, które odnotowały pogorszenie się sytuacji – szczególnie w sferze popytu oraz terminowości regulowania płatności.

Wykres 6.11. W jaki sposób, w ciągu ostatnich sześciu miesięcy, zmieniły się poniższe parametry? – porównanie sytuacji przedsiębiorstw w latach 2013 i 2014



Źródło: PARP 2014, badanie Panelu Polskich Przedsiębiorstw, Rok 2013 N=321, Rok 2014 N=614.

Zgromadzone dane potwierdzają sygnały ożywienia gospodarczego, jakie przyszło po niezbyt dobrym 2013 roku. Podczas gdy w 2013 roku na spadek popytu na produkty i usługi wskazywało 42% przedsiębiorców, to rok później odsetek ten zmniejszył się o 14 punktów procentowych. W 2014 roku 41% respondentów deklaroowało już nie spadek, a wzrost popytu na oferowane produkty i usługi. Na poprawę sytuacji w polskim sektorze MSP wskazuje również niższy (o ponad 10 punktów procentowych) odsetek firm, które borykają się ze spadkiem terminowości regulowania płatności przez kontrahentów. O 13 punktów spadł odsetek przedsiębiorców, którzy wskazują na pogorszenie dostępności zewnętrznych form finansowania dla ich firm. W 2014 roku mniej było również firm, które doświadczają wzrostu cen towarów, materiałów lub sprzętu wykorzystywanego w prowadzonej działalności – większość badanych przedsiębiorców w 2014 uznała, że ceny nie zmieniły się na przestrzeni ostatnich 6 miesięcy. Między kolejnymi edycjami Badania PPP nie widać istotnych zmian w ocenach dostępności wykwalifikowanych pracowników – wciąż co piąty pracodawca wskazuje, że na przestrzeni ostatnich 6 miesięcy pogorszyła się dostępność wykwalifikowanych pracowników, a około 12% uważa, że dostępność wykwalifikowanej kadry wzrosła. W 2014 nieznacznie wzrósł natomiast odsetek przedsiębiorców, którzy wskazują na wzrost kosztów zatrudnienia – na wzrost kosztów wynagrodzeń w pierwszym półroczu 2014 wskazała większość przedsiębiorców – co nie dziwi, jeśli wziąć pod uwagę wzrost wynagrodzenia minimalnego i jego wpływ na nieznaczne podniesienie wysokości obowiązkowych składek ubezpieczeniowych odprowadzanych przez pracodawców.

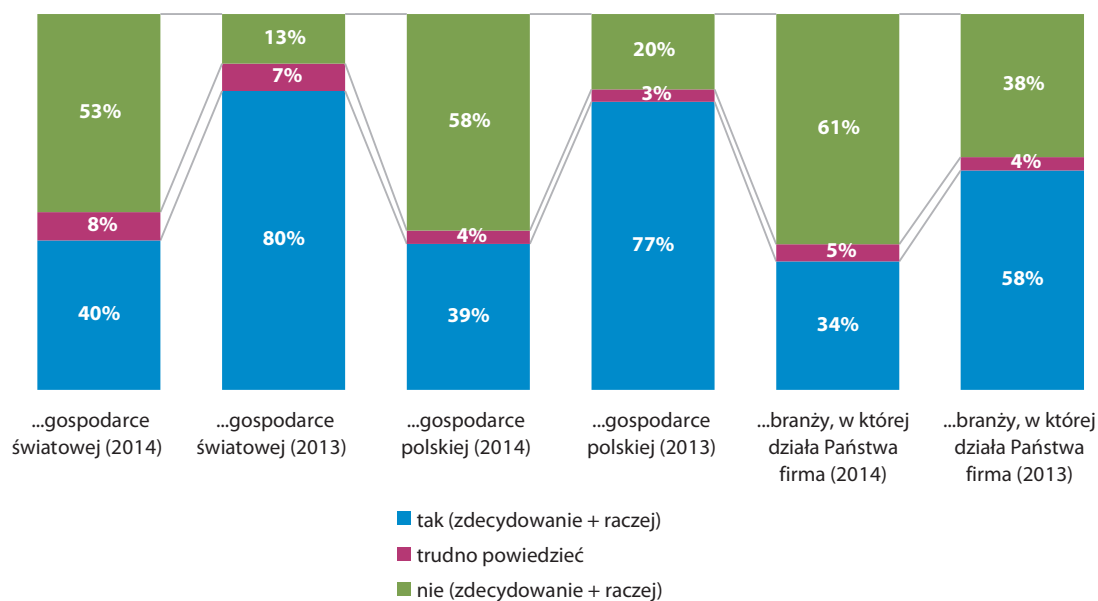
Pogłębione analizy wymienionych wyżej czynników kształtujących ocenę koniunktury w gospodarce i branży pokazały, że czynniki te dzielą się na 2 grupy⁸⁷: elementy związane z płynnością finansową (popyt na produkty i usługi, terminowość regulowania płatności, dostępność kredytów) oraz elementy kosztów działalności firmy (koszty zatrudnienia i ceny materiałów). W wyniku badania znaczenia tych dwóch grup czynników dla oceny koniunktury w gospodarce stwierdzono, że kwestie związane z płynnością finansową silniej wpływają na tę ocenę niż opinie o dynamice kosztów działalności⁸⁸. Wśród czynników związanych z płynnością finansową szczególne znaczenie ma popyt na produkty i usługi, który odpowiada za blisko 30% różnicowania w odpowiedziach dotyczących ocen koniunktury. Dlatego wyraźny wzrost odsetka przedsiębiorstw, które cieszą się rosnącym w stosunku do 2013 r. popytem na swoje produkty, wpłynął także na znaczącą poprawę nastrojów i bardziej optymistyczną niż w 2013 r. ocenę koniunktury w gospodarce.

Opinie dotyczące zmian kosztów działalności (cen towarów, materiałów i sprzętu oraz kosztów zatrudnienia) odpowiadają jedynie za 4% różnicowania ocen koniunktury – znaczenie tego czynnika jest nieporównanie mniejsze niż rola popytu i innych czynników związanych z płynnością finansową.

6.7. Postrzeganie kryzysu gospodarczego

Po 2007 roku kryzys na stałe zagościł nie tylko w rzeczywistości gospodarczej, ale również w mediach lub nieformalnych rozmowach. Mimo że polska gospodarka w ciągu najtrudniejszych lat 2009–2013 nie odnotowała recesji jako jedna z nielicznych na świecie, to jednak polscy przedsiębiorcy w różnym stopniu mogli odczuć konsekwencje globalnego kryzysu.

Wykres 6.12. Czy Pana/i zdaniem mamy obecnie do czynienia z kryzysem w ...? – porównanie opinii przedsiębiorców na temat kryzysu gospodarczego w latach 2013–2014



Źródło: PARP 2014, badanie Panelu Polskich Przedsiębiorstw, Rok 2013 N=585, Rok 2014 N=614.

Warto zwrócić uwagę, że rozkład opinii przedsiębiorców – niezależnie od tego, czy mowa o kryzysie światowym, w Polsce czy w branży – jest zbliżony. W 2014 roku opinie na temat kryzysu w gospodarce były silnie skorelowane z opiniami na temat kryzysu w gospodarce (współczynnik korelacji rangowej Spearmana 0,604, $p < 0,001$) i nieco słabiej z opiniami na temat kryzysu w branży (współczynnik korelacji rangowej Spearmana 0,446, $p < 0,001$).

Przekonanie o tym, że świat, gospodarka polska lub branża są pogrążone w kryzysie, jest związane z ocenami koniunktury. Trudno jednoznacznie stwierdzić, jaki jest kierunek tego oddziaływania⁸⁹, ale jest ono znaczące. Przedsiębiorcy oceniający ko-

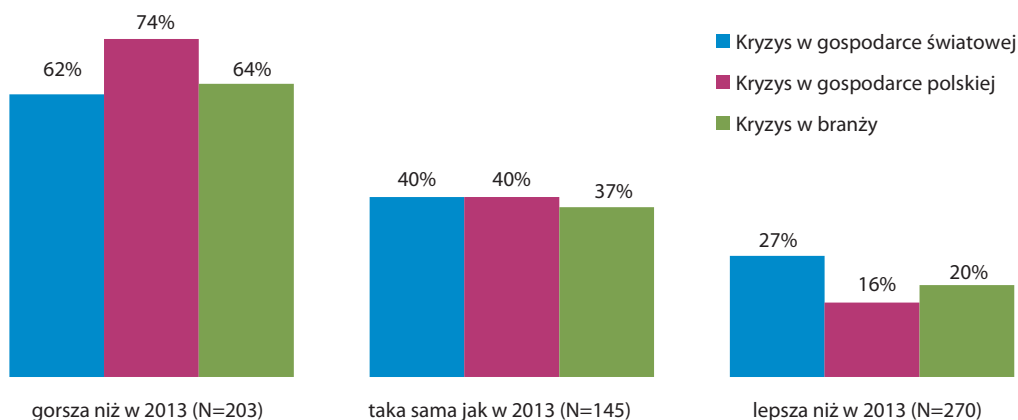
⁸⁷ Takie pogrupowanie to efekt przeprowadzonej analizy czynnikowej.

⁸⁸ Wniosek ten został sformułowany na podstawie analizy regresji liniowej, w której zmienną zależną był indeks oceny koniunktury w gospodarce, a zmienne niezależne dodawano blokami, badając zmianę współczynnika R2. Model pełny zawierający wszystkie aspekty oceny koniunktury wyjaśniał 63,5% wariancji zmiennej zależnej.

⁸⁹ Współczynniki korelacji Pearsona między indeksem oceny koniunktury w gospodarce polskiej i przekonaniem o występowaniu kryzysu (0 – nie występuje, 1 – występuje) w gospodarce światowej, polskiej i w branży wynosiły odpowiednio: -0,298; -0,473 i -0,377.

niunkturę w polskiej gospodarce w roku 2014 jako gorszą niż przed rokiem w znacznej większości sądzą jednocześnie, że mamy do czynienia z kryzysem. Z kolei wśród dostrzegających poprawę koniunktury w porównaniu z 2013 r. stosunkowo niewielki odsetek dostrzega symptomy kryzysu gospodarczego (wykres 6.13).

Wykres 6.13. Dostrzeganie kryzysu w gospodarce a ocena bieżącej koniunktury w 2014 r. Odsetki przedsiębiorców sądzących, że mamy do czynienia z kryzysem w gospodarce światowej, polskiej i w branży, w której działa firma

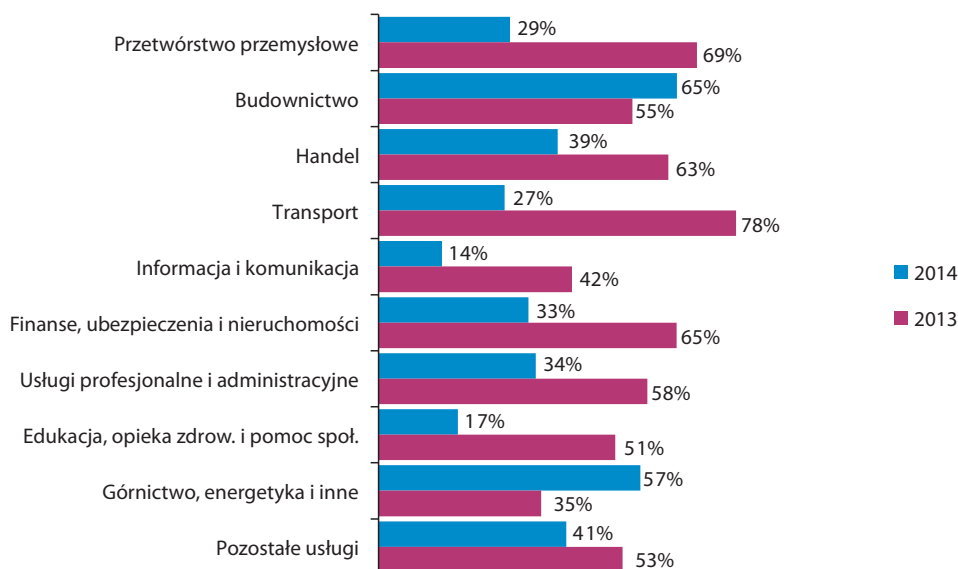


Źródło: PARP 2014, badanie Panelu Polskich Przedsiębiorstw.

Dość charakterystyczne, że odsetek przedsiębiorców wskazujących na kryzys w gospodarce polskiej lub światowej był na ogół niższy niż procent wskazujących na kryzys w branży, w której działa firma respondenta. W 2013 roku ta różnica wyniosła 19 punktów procentowych: na kryzys w polskiej gospodarce wskazało 77% przedsiębiorców, ale kryzys w swojej branży dostrzegało już znacznie mniej, bo 58%. W 2014 ta różnica była mniejsza – wyniosła 5 punktów procentowych.

Na koniec warto zwrócić uwagę, że polscy przedsiębiorcy powoli żegnają się z kryzysem gospodarczym. Podczas gdy w zeszłym roku na kryzys w gospodarce światowej wskazywało 80% przedstawicieli polskich firm, to już w 2014 roku odsetek ten spadł o połowę. Widoczny na poniższym wykresie spadek odsetka przedsiębiorstw dostrzegających kryzys w swojej branży (24 punkty procentowe) przyjmował jednak rozmaitą skalę w różnych gałęziach gospodarki.

Wykres 6.14. Czy Pana/i zdaniem mamy obecnie do czynienia z kryzysem w branży, w której działa Pana/i firma? – porównanie odpowiedzi twierdzących w latach 2013 i 2014, w ujęciu branżowym



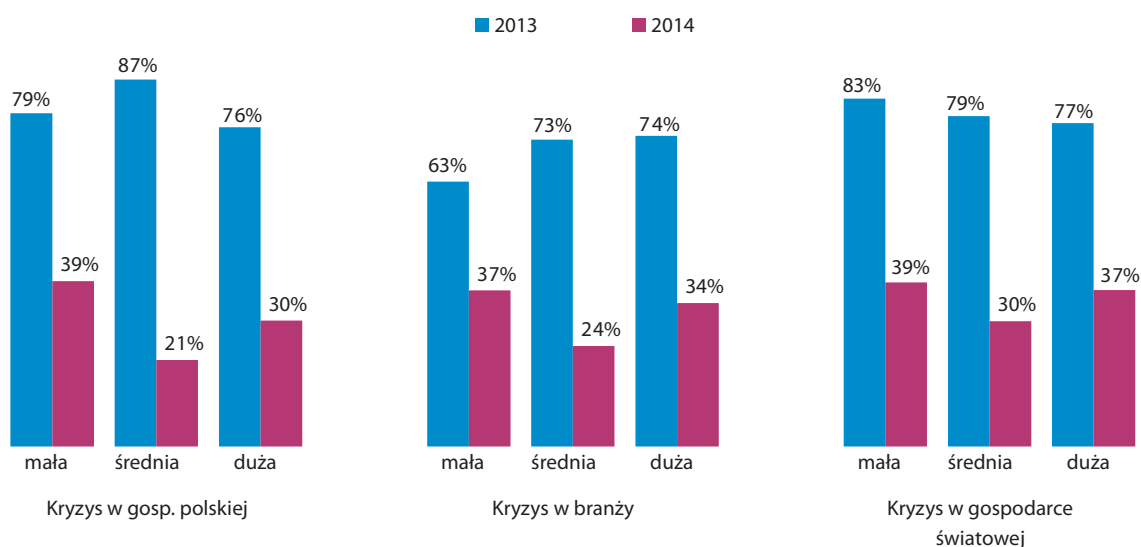
Źródło: PARP 2014, badanie Panelu Polskich Przedsiębiorstw.

W przypadku branży ICT odsetek firm wskazujących na kryzys spadł niemal trzykrotnie, w przypadku transportu i przetwórstwa przemysłowego różnica jest prawie dwukrotna. Są jednak branże, które wyłamują się z tej tendencji – warto zwrócić uwagę na budownictwo, tu w 2013 roku na kryzys w branży wskazało 55% przedsiębiorców, rok później ten odsetek wzrósł o 12 punktów

procentowych. W przypadku zespolonych branży rolnictwo, górnictwo i energetyka liczba przebadanych firm była zbyt niska, aby stwierdzić, którzy przedsiębiorcy silniej doświadczali kryzysu w bieżącym roku. W 2014 roku budownictwo jest branżą, w której przedsiębiorcy najczęściej wskazują na kryzys – rok temu prym w tej kategorii wiodły transport i przetwórstwo przemysłowe.

Percepcja kryzysu gospodarczego wśród przedsiębiorców zmienia się również w zależności od poziomu zatrudnienia w firmie. Na kryzys w polskiej gospodarce lub w branży generalnie najrzadziej wskazują średnie przedsiębiorstwa. W przypadku średnich firm zanotowano też największe spadki odsetka firm wskazujących na kryzys w gospodarce lub branży. Obecnie na kryzys w branży wskazuje 37% małych firm i niemal połowa (45%) badanych dużych przedsiębiorstw.

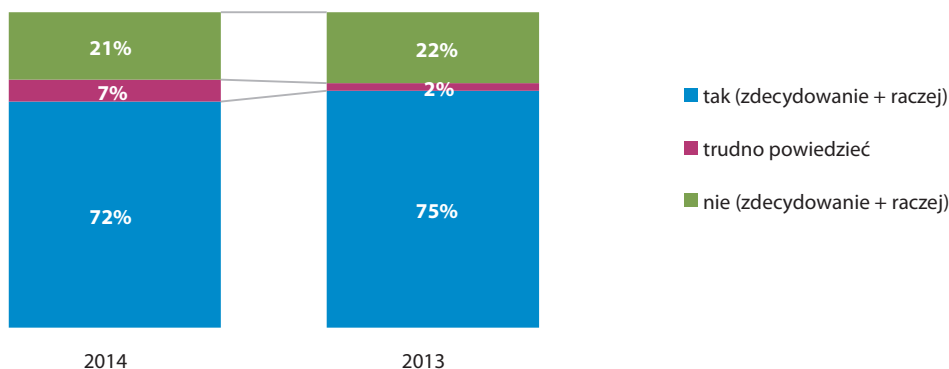
Wykres 6.15. Czy Pana/i zdaniem mamy obecnie do czynienia z kryzysem w polskiej gospodarce/branży, w której działa Pana/i firma? – porównanie odpowiedzi twierdzących w latach 2013 i 2014, w podziale na kategorie wg wielkości firmy



Źródło: PARP 2014, badanie Panelu Polskich Przedsiębiorstw, Rok 2013 N=614, Rok 2014 N=585.

Fakt, iż przedsiębiorcy dostrzegają znamiona kryzysu w polskiej gospodarce lub w swoich branżach, nie musi oznaczać, że kryzys ma realny wpływ na ich działalność. Respondentów, którzy uważali, że ich firmy mają do czynienia z kryzysem gospodarczym, zapytano czy uważają, że ich firma odczuwa obecnie jego wpływ. Rozkład odpowiedzi na to pytanie praktycznie nie różnił się między 2013 a 2014 rokiem.

Wykres 6.16. Czy Państwa firma odczuwa obecnie wpływ kryzysu gospodarczego? – porównanie odpowiedzi przedsiębiorców w latach 2013 i 2014



Źródło: PARP 2014, badanie Panelu Polskich Przedsiębiorstw, Rok 2013 N=528, Rok 2014 N=328 (uwaga: pytanie zadano przedstawicielom firm, którzy uznali że ich przedsiębiorstwo miało w danym roku do czynienia z kryzysem).

Zdecydowana większość przedsiębiorców (72–75%), którzy uważają, że mają do czynienia z kryzysem gospodarczym, jednocześnie uważa, że ich przedsiębiorstwo odczuwa jego wpływ. W tym kontekście znaczący spadek odsetka przedsiębiorców, którzy dostrzegają znaki kryzysu gospodarczego, zaobserwowany między 2013 a 2014 rokiem, należy uznać za dobrą prognozę na przyszłość.

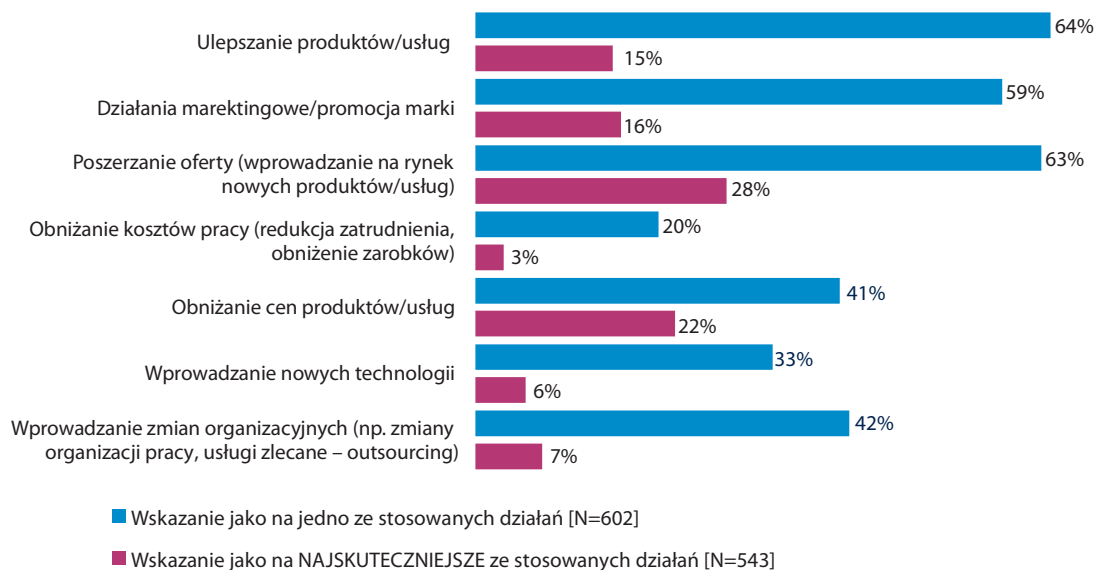
6.8. Strategie budowania konkurencyjności

Prawie połowa (49%) badanych przedsiębiorców deklaruje, że ich firmy działają w silnie konkurencyjnym środowisku. Najwyższy odsetek firm doświadczających silnej konkurencji (65%) zanotowano w branży handlowej. Jak wynika z badania Panelu Polskich Przedsiębiorstw w 2014 roku spadł odsetek firm, które wskazywały na problem kryzysu w branży lub polskiej gospodarce. Jednak przedstawiciele tych firm, które zetknęły się z oznakami kryzysu, częściej wskazywały na konieczność walki z konkurencją na rynkach, na których działają. W 2014 roku wśród firm, które doświadczyły kryzysu, 57% odczuło jednocześnie bardzo silną konkurencję. Wśród firm, które nie odczuły kryzysu, doświadczających bardzo silnej konkurencji było o 13 punktów procentowych mniej.

W tym kontekście warto zastanowić się, jakie strategie podejmują przedsiębiorstwa, aby sprostać konkurencji. Przedsiębiorców zapytano zarówno o wszystkie działania, jakie podejmowali w ciągu ostatnich 6 miesięcy, aby sprostać konkurencji, jak i o to, które z podejmowanych działań okazały się najskuteczniejsze. Odpowiedzi na pytanie zadane w 2013 roku nie różniły się istotnie od tych uzyskanych w 2014 roku, dlatego skupiono się na przedstawieniu tych ostatnich⁹⁰.

Ponad 60% badanych firm stawiało na ulepszanie produktów/usług lub poszerzanie oferty. Jednak za najskuteczniejszą strategię przedsiębiorcy częściej (28% badanych firm) wskazywali na wprowadzanie na rynek nowych produktów/usług. Drugą najskuteczniejszą strategią okazało się obniżanie cen – tę strategię stosuje około 40% firm, przy czym 1/5 uznała ją za najskuteczniejszą w 2014 roku. Obniżanie kosztów pracy, choć stosowane przez 1/5 badanych firm, przedsiębiorcy uznali za najmniej skuteczną metodę radzenia sobie z konkurencją. Działania marketingowe ukierunkowane na radzenie sobie z konkurencją, podejmuje prawie 60% firm, ale tylko 15% uznało tę strategię za najskuteczniejszą.

Wykres 6.17. Jakie działania podejmowała w ciągu ostatnich sześciu miesięcy Państwa firma, aby sprostać konkurencji? [niebieskie słupki]; Które ze wskazanych działań podejmowanych przez Państwa firmę, aby sprostać konkurencji okazało się najbardziej skuteczne? [zielone słupki]



Źródło: PARP 2014, badanie Panelu Polskich Przedsiębiorstw.

Wprowadzanie nowych technologii lub zmian organizacyjnych w przedsiębiorstwach przedsiębiorcy stosunkowo rzadko uznawali za najskuteczniejsze metody radzenia sobie z konkurencją, choć stosowali je dość powszechnie: ponad 1/3 przedsiębiorstw wdrażała nowe technologie, a ponad 40% wprowadzało innowacje organizacyjne.

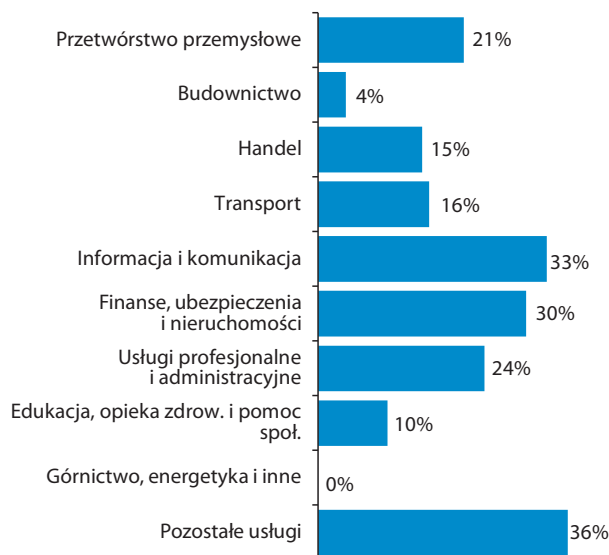
Omawiane strategie budowania konkurencyjności zwykle były stosowane w połączeniu – aż 43% firm stawiało na jednocześnie ulepszanie produktów i poszerzanie oferty. Z kolei poszerzaniu oferty bardzo często towarzyszyły działania marketingowe (36% firm podejmowało jednocześnie obydwa działania) oraz obniżanie cen (27%). Działania marketingowe dość często towarzyszyły również wprowadzaniu zmian organizacyjnych (27%) i obniżkom cen (23%). Z kolei z ulepszaniem produktów dość często wiązały się zmiany organizacyjne (29%) oraz wprowadzanie nowych technologii (25%). Inne działania bardzo rzadko były realizowane w parze – na przykład wprowadzanie nowych technologii rzadko towarzyszyło obniżaniu kosztów pracy (zaledwie

⁹⁰ Więcej na stronie <http://www.parp.gov.pl/panel>

7% firm realizowało jednocześnie obydwie strategie), a obniżanie kosztów pracy rzadko wiązało się z działaniami innowacyjnymi, jak ulepszenie produktów czy wprowadzanie nowych technologii (11–12% firm).

Badane przedsiębiorstwa ukierunkowywały się na dwie, alternatywne strategie budowania konkurencyjności – z jednej strony były to działania skoncentrowane na obniżaniu kosztów, a z drugiej strategii oparte na podejściu innowacyjnym. Różnice te są szczególnie widoczne w ujęciu branżowym. Firmy z branży budowlanej (61%) oraz transportowej (48%) najczęściej wskazywały na obniżanie kosztów pracy lub cen produktów/usług jako najskuteczniejsze metody radzenia sobie z konkurencją. Dla porównania w branży finanse, ubezpieczenia i nieruchomości na takie strategie jako najskuteczniejsze wskazał zaledwie co dziesiąty respondent. Zupełnie inaczej prezentują się w ujęciu branżowym odsetki przedsiębiorców, którzy za najskuteczniejsze działania ukierunkowane na budowanie konkurencyjności uznają: ulepszenie produktów/usług lub wprowadzanie nowych technologii. W tej klasyfikacji wyróżnia się branża ICT – 33% przedsiębiorców z tej branży uznało innowacje za najskuteczniejszą broń przed konkurencją. Na drugim miejscu znalazła się branża finansowa (30% firm), a dalej usługi profesjonalne/administracyjne (24%). Z kolei wspomniane branża transportowa i budowlana dużo rzadziej stawiały na ulepszenie produktów/usług lub wprowadzanie nowych technologii (odpowiednio 4% i 15% w branży).

Wykres 6.18. Odsetek firm w branży, które za najskuteczniejsze działania podejmowane, aby sprostać konkurencji, uznają ulepszenie produktów/usług lub wprowadzanie nowych technologii



Wykres 6.19. Odsetek firm w branży, które za najskuteczniejsze działania podejmowane, aby sprostać konkurencji uznają obniżanie kosztów pracy lub obniżanie cen produktów/usług



Źródło: PARP 2014, badanie Panel Polskich Przedsiębiorstw.

Odsetek firm stawiających na działalność innowacyjną był wyraźnie niższy wśród przedsiębiorstw, które w swojej branży dostrzegają oznaki kryzysu: wśród nich tylko 14% uznało ulepszenie produktów i wprowadzanie nowych technologii za najskuteczniejszą strategię walki z konkurencją (wśród pozostałych firm była to ¼ podmiotów). Warto jednocześnie zauważyć, że skłonność do stawiania na innowacje zależała również od tego, czy przedsiębiorca oceniał koniunkturę w gospodarce jako gorszą, czy też taką samą lub lepszą niż w 2013 r. Firmy, które oceniały koniunkturę w gospodarce jako gorszą niż przed rokiem, trzykrotnie rzadziej wskazywały innowacyjność jako najskuteczniejszą strategię radzenia sobie z konkurencją (8% wskazań) niż firmy, zdaniem których koniunktura z roku 2014 jest lepsza niż w 2013 (26% wskazań).

W ujęciu regionalnym to przedsiębiorstwa z regionu północnego (28%) częściej jako najskuteczniejszą wskazywały strategię nowych technologii i ulepszonych produktów/usług – w całym kraju na tę strategię wskazało 21% firm. Strategia budowania konkurencyjności przez obniżanie kosztów pracy lub cen produktów/usług zdaje się być domeną przedsiębiorstw z regionu wschodniego – prawie 53% firm wskazało na te działania jako na najskuteczniejsze (dla porównania w całym kraju strategię obniżania kosztów, jako najskuteczniejszą, wybrała ¼ przedsiębiorców). Firmy z regionu wschodniego jednocześnie bardzo rzadko (4%) wskazywały na ulepszenie produktów i wprowadzanie nowych technologii jako na skuteczne metody walki z konkurencją. Obniżanie kosztów zdaje się być działaniem docenianym szczególnie przez firmy doświadczające kryzysu w swojej branży – aż 43% firm, których przedstawiciele wskazywali na kryzys w branży, uciekało się do obniżania kosztów. Pozostałe firmy wskazywały na tę strategię jako najskuteczniejszą, znacznie rzadziej (17%).

6.9. Podsumowanie

W ciągu roku dzielącego dwie edycje Panelu Polskich Przedsiębiorców, sytuacja finansowa firm zauważalnie się poprawiła. Wiele z nich odnotowało wzrost przychodów i wzrost popytu na oferowane produkty i usługi. Zmniejszyła się też liczba przedsiębiorstw doświadczających skutki kryzysu gospodarczego lub borykających się z problemami z płynnością finansową.

Trendy te znalazły odzwierciedlenie w opiniach polskich przedsiębiorców na temat koniunktury w polskiej gospodarce. W 2014 r. oceny optymistyczne wyraźnie przeważały nad pesymistycznymi, co więcej – 42% przedsiębiorców było zdania, że koniunktura w gospodarce będzie się nadal poprawiać. Ożywienie gospodarcze zauważano częściej w miastach niż na terenach wiejskich, występowało także branżowe zróżnicowanie oceny bieżącej koniunktury w całej gospodarce i w branży. Najczęściej poprawę koniunktury w porównaniu z ubiegłym rokiem dostrzegały firmy z branży finansowo-ubezpieczeniowej oraz ICT.

Badania pokazały, że na opiniach przedsiębiorców na temat ogólnej koniunktury w gospodarce waży przede wszystkim sytuacja ich własnych firm. Rok 2014 przyniósł poprawę warunków prowadzenia działalności gospodarczej w porównaniu z rokiem 2013. Częściej niż przed rokiem deklarowano wzrost popytu, poprawę terminowości regulowania zobowiązań przez kontrahentów oraz spadek cen materiałów, surowców i sprzętu. Przełożyło się to na optymistyczne oceny koniunktury w gospodarce. Jednocześnie znaczna większość przedsiębiorców zauważała wzrost kosztów zatrudnienia i odsetek ten zwiększył się jeszcze w porównaniu z rokiem 2013, ale ten czynnik nie wpływa znacząco ani na oceny bieżącej koniunktury, ani na prognozy jej zmiany w najbliższej przyszłości.

Poprawa warunków gospodarowania sprawiła, że znacznie rzadziej niż przed rokiem dostrzegano wpływ kryzysu gospodarczego – odsetki przedsiębiorców sądzących, że gospodarka lub ich branża znajduje się w kryzysie, zmniejszyły się od 2013 niemal dwukrotnie, a w niektórych branżach te różnice były jeszcze bardziej spektakularne jak np. w branży ICT. Są jednak branże, które wyłamują się z tej pozytywnej tendencji – w szczególności budownictwo, w którym odsetek dostrzegających kryzys wzrósł od ubiegłego roku o 12 punktów procentowych.

Blisko połowa przedsiębiorców wskazuje, iż działają w warunkach silnej konkurencji. Najwyższy odsetek firm doświadczających silnej konkurencji (65%) zanotowano w branży handlowej. Jako najskuteczniejszą strategię radzenia sobie z konkurencją najczęściej wskazywano poszerzanie oferty, czyli wprowadzanie na rynek nowych produktów i usług lub działalność innowacyjną. Bardzo niewielu przedsiębiorców (3%) uważało, że najskuteczniej jest ciąć koszty – czyli redukować zatrudnienie, obniżyć płace itp. Jeśli takie podejście wpisze się na trwałe w politykę działania polskich firm, możemy liczyć w najbliższych latach na prawdziwy przełom w źródłach konkurencyjności, które będą definiowały nasze przedsiębiorstwa.