

# Raport o sytuacji mikro, małych i średnich firm w latach 2021-2022

Temat specjalny:

**Sinusoida nastrojów** - w cieniu kolejnych wyzwań



# Raport o sytuacji mikro, małych i średnich firm w latach 2021–2022

Temat specjalny: Sinusoida nastrojów  
– w cieniu kolejnych wyzwań

Warszawa, sierpień 2022

Raport został przygotowany przez zespół w składzie:

Adam Antoniak  
Katarzyna Bartoszek (PBS Sp. z o.o.)  
Piotr Bartkiewicz  
Aleksandra Borowska  
Dominika Byrska (redakcja)  
Korneliusz Bzymek (PBS Sp. z o.o.)  
Maciej Depko  
Jakub Fulara  
Wojciech Głowacki  
Michał Gorzelak  
Jerzy Grześkowiak  
Kamil Łuczkowski  
Krzysztof Mrówczyński  
Anna Sobieraj  
Jacek Szaroszyk  
Maciej Wójcik (PBS Sp. z o.o.)

Projekt okładki:  
STETTNER ID & STORY  
www.stettner.eu  
ul. Strzałowska 21  
71-730 Szczecin

Raport w polskiej wersji językowej jest dostępny na stronie internetowej Banku Pekao SA: [www.pekao.com.pl/raport-msp](http://www.pekao.com.pl/raport-msp)

We wszelkich kwestiach związanych z raportem prosimy o kontakt z Jakubem Fularą ([Jakub.Fulara@pekao.com.pl](mailto:Jakub.Fulara@pekao.com.pl)) lub Dominiką Byrską ([Dominika.Byrska@pekao.com.pl](mailto:Dominika.Byrska@pekao.com.pl))

Projekt sfinansowany z grantów Komisji Europejskiej przekazanych Bankowi Pekao SA w ramach programu SME Finance Facility

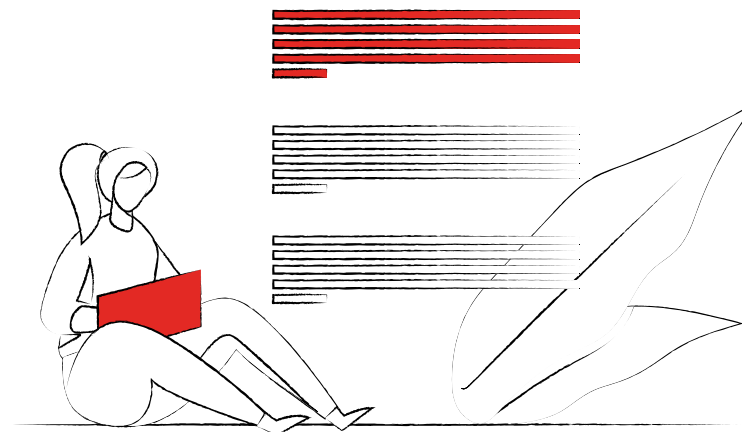


© Copyright by Bank Pekao SA

ISSN 2657-9618

# Spis treści

Słowo wstępne – Bank Pekao.....	5
Streszczenie.....	7
1. Ogólny Wskaźnik Koniunktury Mikro, Małych i Średnich Przedsiębiorstw.....	
2. Ocena sytuacji gospodarczej.....	11
3. Ogólna sytuacja gospodarcza mikro, małych i średnich firm.....	19
4. Ocena sytuacji firmy.....	25
5. Ocena sytuacji finansowej firmy.....	77
6. Ocena dostępności finansowania zewnętrznego.....	82
7. Ocena zatrudnienia w firmie.....	87
8. Inwestycje.....	95
9. Eksport.....	99
10. Innowacje.....	107
11. Bariery prowadzenia działalności.....	109
12. Rynek Leasingu w Polsce w latach 2020–2021.....	113
13. Faktoring w niepewnych czasach wsparcie w płynności, zarządzanie należnościami, weryfikacja kontrahenta.....	116
14. Ankiety.....	121
127	
Aneks 1. Mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa w roku 2021 – wyniki badania na poziomie podregionów.....	
Aneks 2. Metodologia badania.....	173
Aneks 3. Spis map i wykresów.....	354
Zakończenie.....	358
	361





# Słowo wstępne – Bank Pekao

---

Polskie przedsiębiorstwa znalazły się w niekorzystnym położeniu – muszą działać zarówno w trudnych realiach gospodarki post-pandemicznej, jak i w cieniu wojny w Ukrainie.

---

Już po raz dwunasty mamy przyjemność przekazać Państwu najnowszą wersję raportu o sytuacji mikro, małych i średnich firm w Polsce. Edycja ta jest wyjątkowa, ze względu na niespotykaną dotąd sytuację makroekonomiczną.

Rok 2022 zaczął się niefortunnie z punktu widzenia polskiego społeczeństwa i gospodarki – piąta fala koronawirusa okazała się jak dotąd najsilniejszą, zaś agresja Rosji na Ukrainie zmusiła Polaków do mobilizacji niespotykanej od czasów II Wojny Światowej. Polskie przedsiębiorstwa znalazły się w niekorzystnym położeniu – muszą działać zarówno w trudnych realiach gospodarki post-pandemicznej, jak i w cieniu wojny w Ukrainie. Mimo optymizmu, jakim napawa nas postawa społeczeństwa i polskich przedsiębiorców, ostrożnie spoglądamy w przyszłość obserwując rosnące ceny surowców, energii oraz paliw. Skutki dzisiejszych wydarzeń kształtować będą gospodarkę zapewne przez kolejne lata.

Oprócz czynników zewnętrznych, decyzje i zachowania polskich przedsiębiorców oraz konsumentów były również w znacznym

stopniu oparte o czynniki wewnętrzne – w szczególności rosnącą inflację, podniesienie stóp procentowych oraz gwałtowne zmiany na rynku pracy. Nasze wywiady przeprowadzone z niemal 7 tysiącami przedsiębiorców pokazują jak ta sytuacja wpłynęła na nastroje i zachowania polskich firm.

Dlatego też tegorocznym tematem przewodnim raportu została sinusoida nastrojów, kształtowana przez różne czynniki. 22 pytania otwarte zadane wybranym przedsiębiorcom pozwalają nam zrozumieć trudne położenie w jakim się znalazły w ostatnim roku. Zerwane łańcuchy dostaw, ruchy kadrowe, konkurencja odzyskująca siły po okresie pandemicznym, to tylko niektóre kwestie, z jakimi muszą się liczyć. Wyzwania te mogą jednak stanowić podstawę do rozwoju i innowacji, automatyzacji oraz cyfryzacji. Niewątpliwie należy się spodziewać przetasowania na rynku, które będzie szansą dla nowych produktów i modeli organizacyjnych.

W niestabilnych czasach same dane ilościowe to za mało, aby w pełni zrozumieć obraz sytuacji. W związku z tym zdecydowaliśmy się

poszerzyć tegoroczny raport o szereg artykułów i wypowiedzi ekspertów na tematy najbardziej aktualne, takie jak inflacja i wzrost stóp procentowych, spodziewany wzrost gospodarczy, zmiany na rynku pracy czy wpływ działań wojennych na łańcuchach dostaw.

Osoby zainteresowane szczegółowymi danymi zapraszamy na naszą stronę internetową, na której jest umieszczony interaktywny raport zawierający wyniki badań od 2010 roku w różnych przekrojach.

Życzymy owocnej lektury i zapraszamy za rok do kolejnej edycji naszej publikacji!



**Leszek Skiba**  
Prezes Zarządu



**Magdalena Zmitrowicz**  
Wiceprezes Zarządu  
odpowiedzialna za małe i średnie firmy



**Wojciech Werochowski**  
Wiceprezes Zarządu  
odpowiedzialny za mikrofirmy

# Streszczenie

---

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury  
Mikro, Małych  
i Średnich Firm,  
który jest syn-  
tetyczną miarą  
nastrojów  
w przedsiębior-  
stwach wyniósł  
jedynie 93,9 pkt.

---

**01** Po bardzo dużym spadku Wskaźnika Koniunktury Mikro, Małych i Średnich Firm w poprzednim badaniu (2020) spowodowanym skutkami pandemii COVID-19, w 2021 r. nadal obserwujemy pogorszenie Koniunktury sektora MŚP.

**02** We wrześniu i na początku października 2021 roku przeprowadzono wywiady telefoniczne z ponad 6900 mikro, małymi i średnimi przedsiębiorstwami, którym zadano 49 pytań. Na podstawie ich odpowiedzi przygotowana została dwunasta edycja „Raportu o sytuacji mikro, małych i średnich firm w latach 2021–2022”.

**03** Głównymi czynnikami kształtującymi nastroje odbiorców w roku 2021 były nasilające się skutki pandemii wirusa SARS-CoV-2. Ogólny Wskaźnik Koniunktury Mikro, Małych i Średnich Firm, który jest syntetyczną miarą nastrojów w przedsiębiorstwach wyniósł jedynie 93,9 pkt. Wynik ten jest wyższy od zeszłorocznego, który wynosił 91,4 pkt., jednak nadal jest znacznie niższy od poziomu neutralnego, czyli 100 punktów.

**04** Przedsiębiorcy nieco bardziej optymistycznie spoglądają w przyszłość – Ogólny Wskaźnik Koniunktury na kolejne 12 miesięcy wyniósł 95,7 pkt., podczas gdy za ostatnie 12 miesięcy

(Przedsiębiorcy porównują dzisiejszą sytuację do tej sprzed roku) wyniósł zaledwie 92,0 pkt.

**05** Żaden z 8 indeksów wchodzących w skład Ogólnego Wskaźnika Koniunktury MŚP nie uległ obniżeniu w stosunku do roku 2020. Nieznacznemu podwyższeniu uległy ocena sytuacji polskiej gospodarki (+3 pkt.) oraz ocena sytuacji branży (+4 pkt.). Pozostałe wskaźniki pozostają na tym samym poziomie, co w roku 2020. Może to wskazywać na pewną tendencję ku poprawie polskiej sytuacji makroekonomicznej względem pierwszego roku pandemii.

**06** Tradycyjnie od początku prowadzonych przez Bank badań, sytuacja gospodarcza jest najsłabiej ocenianym obszarem wchodzącym w skład Ogólnego Wskaźnika Koniunktury MŚP. Wskaźnik oceny sytuacji gospodarczej wyniósł w tym roku zaledwie 85,1 pkt. Najwyższy wynik uzyskał wskaźnik oceny zatrudnienia, który osiągnął niemal wynik 100 pkt. (dokładnie 98,92 pkt.). Może to wynikać z częściowego zniesienia obostrzeń sanitarnych i gospodarczych w okresie letnim, jak również z rozpoczęcia powszechnych szczepień, co przekładało się na stopniowe odmrażanie gospodarki i aktywizację zawodową osób, które wstrzymały się z poszukiwaniem pracy na czas pierwszych fal pandemii.

**07** W żadnym z województw nie odnotowano znaczącego spadku **Ogólnego Wskaźnika Koniunktury MŚP**. Duży wzrost odnotowano zaś w województwach: Lubuskim (+ 4,61 pkt.), Warmińsko-Mazurskim (+4,30 pkt.), Podlaskim (+3,75 pkt.) oraz Wielkopolskim (+3,45 pkt.).

**08** Rozkład Ogólnego Wskaźnika Koniunktury MŚP w układzie branżowym wskazuje ponownie na najgorszą sytuację w handlu (91,6 pkt.) i najlepszą w budownictwie (95,6 pkt.). Okres lockdownu sprzyja najwyraźniej firmom sektora remontowo-budowlanego, natomiast obostrzenia pandemiczne pogarszają koniunkturę przedsiębiorstw handlowych.

**09** Średni przedsiębiorcy, jako jedyny segment firm, wskazali na poprawę koniunktury względem ubiegłego roku, notując wzrost o aż 12,01 pkt., dzięki czemu uzyskali wynik na poziomie 101,57 pkt. Wzrost ten znacznie przewyższa wzrost zauważalny wśród przedsiębiorców mikro (+2,36 pkt.) i małych (3,61 pkt.). Warto zaznaczyć, iż w zeszłym roku to właśnie średnie przedsiębiorstwa zanotowały najniższy wynik w badaniu (89,56 pkt.).

**10** Obserwujemy dalszy spadek inwestycji w sektorze mikro, małych i średnich przedsiębiorstw spowodowany cięciami kosztów oraz niepewnością. Odsetek firm inwestujących w okresie ostatnich 12 miesięcy zmniejszył się z 44% w roku 2020 do 43% w roku 2021. W kolejnych 12 miesiącach projekty inwestycyjne zamierza realizować jedynie 34% ankietowanych MŚP, co oznacza spadek o kolejny 1 pp.

**11** Spadkowi odsetka inwestujących firm w roku 2021 towarzyszył spadek nakładów inwestycyjnych, które w okresie ostatnich 12 miesięcy wyniosły średnio 58 tysięcy PLN (dla porównania, w 2020 roku było to 128 tysięcy PLN). Mikroprzedsiębiorstwa, które zrealizowały

projekty inwestycyjne, wydały na ten cel średnio 42 tys. PLN, małe firmy – 201 tys. PLN, a średnie 495 tys. PLN. **Dominującym źródłem finansowania inwestycji pozostają środki własne.**

**12** W okresie ostatnich 12 miesięcy działalność eksportową zadeklarowało zaledwie 12% przedsiębiorców. Jest to wynik o 3 punkty procentowe niższy niż w roku ubiegłym, spowodowany przede wszystkim spadkiem odsetka eksporterów w grupie najmniejszych firm.

**13** Kryzysowa sytuacja nie spowodowała przełomu we wdrażaniu innowacji. Innowacje produktowe w ostatnim roku wprowadziło 21,9% MŚP, natomiast innowacje procesowe jedynie 16,5% mikro, małych i średnich przedsiębiorstw. **Wydatki na innowacje tylko nieznacznie spadły w porównaniu z ubiegłym rokiem** – średnie nakłady innowacyjne w sektorze MŚP miały wartość niecałe 69 tysięcy PLN.

**14** Trzy najważniejsze bariery rozwojowe dla polskich MŚP nie zmieniają się od lat – są to wysokość podatków, koszty pracy oraz obciążenia biurokratyczne. W porównaniu z ubiegłorocznym badaniem wzrosły następujące bariery: wysokość podatków, koszty pracy, przepisy prawne, konkurencja innych firm, niska rentowność, korupcja, czynniki makroekonomiczne (np. wysokość stóp procentowych, kursy walut).

**15** Tematem specjalnym tegorocznej edycji Raportu jest **sinusoïda nastrojów** polskich przedsiębiorców. Wpływ na jej ukształtowanie miały wyzwania związane ze skutkami makroekonomicznymi pandemii wirusa SARS-CoV-2, wzrost inflacji oraz wojna w Ukrainie.

**16** Ponad 60 przedsiębiorstw zgodziło się wziąć udział w naszym badaniu nastrojów. Stanowiła je ankieta zawierająca 21 pytań otwartych, podzielonych tematycznie na 2 sekcje: pierwszą, z pytaniami

dotyczącymi okresu pandemii 2020–2021 i jej wpływu na badane przedsiębiorstwo, oraz drugą, która skupiała się na sytuacji obecnej – w szczególności zawierała pytania związane z inflacją, wojną oraz sytuacją na rynku pracy.

**17 Pierwsza część badania zawierała pytania:**

1. W jaki sposób pandemia wpłynęła na Państwa firmę?
2. Co było dla Państwa firmy największym wyzwaniem w czasie pandemii?
3. Czy firma podejmowała działania mitygujące negatywne konsekwencje pandemii?
4. Czy firma zmieniła w tym czasie profil działalności lub go rozszerzyła o nowe usługi/produkcję?
5. Jak zmieniały się nakłady inwestycyjne firmy w tym czasie?
6. Jakie były największe sukcesy Państwa firmy w czasie pandemii?
7. Jak oceniają Państwo kondycję firmy w porównaniu do okresu sprzed pandemii?
8. Z jakich programów pomocowych (tarcza finansowa, kredyty z gwarancjami BGK lub EFI, pożyczki płynnościowe, inne) skorzystali Państwo? Jak oceniają Państwo te programy?
9. Czy wydłużające się terminy dostaw odbiły się na kondycji firmy? Czy wpłynęło to na szukanie dostawców z najbliższej okolicy?
10. Czy obawiają się Państwo jeszcze dalszych negatywnych skutków ewentualnego powrotu pandemii?

**18 Druga część badania zawierała pytania:**

11. Czy sytuacja związana z wojną na terenie Ukrainy ma wpływ na działalność Państwa firmy? Jeśli tak to jaki?
12. Czy zauważyliście Państwo odpływ pracowników z Ukrainy czy też ruchy kadrowe pracowników z Polski?
13. Czy w obecnej sytuacji zagrożenia brakiem pracowników, planujecie większą automatyzację produkcji/działań?

14. Czy pracownicy zgłaszają się o wyższe wynagrodzenie powołując się na inflację?
15. Czy planujecie ograniczyć liczbę zatrudnionych ze względu na presję płacową czy odwrotnie inwestujecie i myślicie o zatrudnianiu nowych ludzi?
16. Co jest aktualnie największym wyzwaniem Państwa firmy?
17. Jakie są dalsze plany rozwojowe/inwestycyjne Państwa firmy?
18. Czy w związku z wojną w Ukrainie planujecie rozszerzyć działalność? O jakie PKD?
19. Czy zauważacie zainteresowanie swoimi produktami/działalnością nowych klientów z Ukrainy?
20. Czy jest więcej chętnych ukraińskich firm/inwestorów z Ukrainy, którzy chcą nawiązać współpracę?
21. Czy w związku z zaniechaniem działalności wielu firm w Ukrainie, zauważyliście zwiększoną liczbę zapytań klientów z krajów UE, którzy szukają nowych dostawców?

**19 Ponad 60% zbadanych przedsiębiorstw odczuło negatywne skutki pandemii COVID-19, zaś zaledwie 12% może mówić o pozytywnym wpływie pandemii na stan firmy.** Jako największe wyzwania w czasie pandemicznym, respondenci wskazywali utrzymanie i zatrudnianie pracowników, a także rosnące ceny energii, paliw i surowców.

**20 57% zbadanych firm podejmowało działania mitygujące negatywne konsekwencje pandemii, jednak zaledwie 29% zdecydowało się na zmianę profilu działalności lub poszerzenie jego zakresu o nowe usługi lub produkty.**

**21 Najczęściej wskazywanym sukcesem przedsiębiorstwa był sam fakt przetrwania.** Obecnie, kondycję firm kształtują przede wszystkim

nagłe wzrosty cen produktów, jak i surowców – nadzieję daje natomiast zauważalny wzrost popytu w większości branż.

**22** Prawie 75% badanych firm skorzystało z programów pomocowych Banku Gospodarstwa Krajowego oraz Europejskiego Funduszu Inwestycyjnego. Spośród nich, ponad 70% pozytywnie oceniło funkcjonowanie tego typu programów. Do najpopularniejszych w badanej grupie należą **Tarcza PFR** oraz **gwarancja BGK de minimis**.

**23** Tylko co trzecia badana firma stwierdziła, że wydłużające się terminy dostaw wpłynęły na kondycję firmy. Dwie na trzy badane firmy obawia się dalszych negatywnych skutków pandemii, powołując się zarówno na zagrożenie dla zdrowia i życia, jak i na inflację oraz rosnące stopy procentowe.

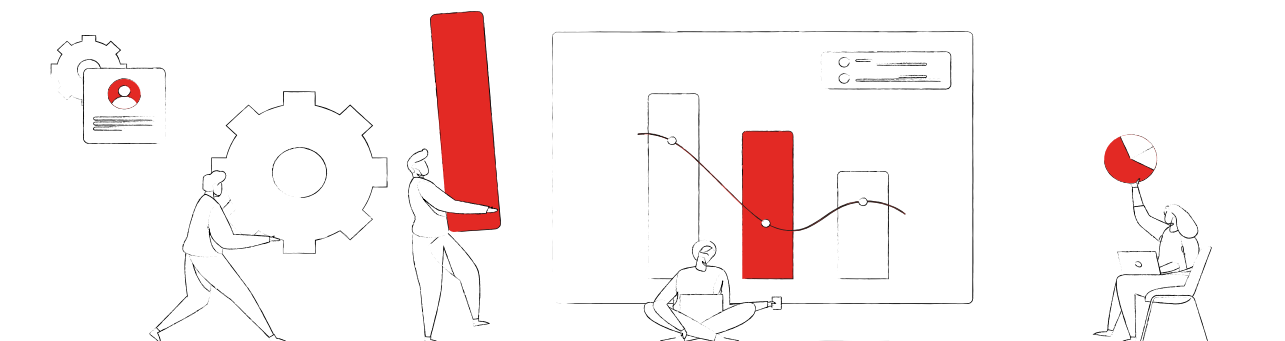
**24** Wojna w Ukrainie miała wpływ na 67% badanych przedsiębiorstw, głównie ze względu na emigrację pracowników do Ukrainy oraz zerwane łańcuchy dostaw. Niezauważalne są natomiast ruchy kadrowe pracowników z Polski.

**25** Tylko 22% badanych firm planuje automatyzację procesów produkcyjnych. Głównym powodem tak niskiego wyniku jest brak możliwości automatyzacji ze względu na charakter wykonywanej pracy.

**26** Aż 71% respondentów przyznało, iż pracownicy prosili o podwyżki powołując się na rosnącą inflację. Pozostali przedsiębiorcy rozwiązali tą kwestię dzięki regularnym podwyżkom. Presje płacowe nie miały znaczącego wpływu na badane firmy i tylko 12% planuje zwolnienia w celu cięcia kosztów.

**27** Najczęściej przywoływanymi wyzwaniami dla badanych przedsiębiorstw są **koszty działalności, aktywność konkurencji, braki w zaopatrzeniu oraz niepewność co do przyszłości**, uniemożliwiająca dokładne planowanie. Mimo to, 53% firm planuje inwestycje – najczęściej w nieruchomości.

**28** Tylko 7% badanych firm planuje poszerzyć działalność o nowe PKD w związku z wojną w Ukrainie, zaś 17% zauważa wzrost zainteresowania swoimi produktami wśród nowych klientów z Ukrainy. 10% przedsiębiorstw zauważyło zainteresowanie ze strony ukraińskich firm oraz inwestorów, a 7% otrzymało kontakt ze strony klientów z krajów Unii Europejskiej, którzy poszukują nowych dostawców.





# Ogólny Wskaźnik Koniunktury

## Mikro, Małych i Średnich Przedsiębiorstw

W obecnej edycji Raportu zmieniona została znacząco jego struktura.

Jak interpretować  
Ogólny Wskaźnik Koniunktury?

**01** Ogólny Wskaźnik Koniunktury jest syntetyczną miarą nastrojów firm. Jest on wyliczany w oparciu o odpowiedzi przedsiębiorców na osiem pytań dotyczących oceny:

1. Sytuacji gospodarczej,
2. Sytuacji branży, w której działa firma,
3. Sytuacji firmy,
4. Przychodów finansowych firmy,
5. Wyniku finansowego firmy,
6. Długości oczekiwania na zapłatę za sprzedane towary/usługi,
7. Dostępności zewnętrznego finansowania,
8. Zatrudnienia w firmie.

**02** Przedsiębiorcy dokonują oceny ostatnich 12 miesięcy oraz perspektyw na kolejne 12 miesięcy dla każdego z ośmiu wymienionych powyżej obszarów. Wyliczane indeksy mogą przyjmować wartości od 50 punktów (duże pogorszenie) do 150 punktów (duża poprawa), gdzie 100 punktów jest wartością neutralną. Jeśli nie jest to inaczej wskazane, w Raporcie przedstawiane są średnie indeksy wyliczone na podstawie danych za ostatnie 12 miesięcy (sytuacja dzisiaj względem tej sprzed roku) i przyszłe 12 miesięcy (sytuacja za rok względem tej dzisiejszej). Indeks skalkulowany na podstawie wyników

dla wszystkich ośmiu obszarów jest Ogólnym Wskaźnikiem Koniunktury. Indeksy dla poszczególnych obszarów będą omawiane w kolejnych rozdziałach Raportu.

Nieznaczny wzrost Ogólnego Wskaźnika Koniunktury MŚP w warunkach pandemii

**03** Ogólny Wskaźnik Koniunktury Mikro, Małych i Średnich Firm w roku 2021 wyniósł jedynie 93,9 pkt. Już niemal od dwóch lat Polska żyje w nowej rzeczywistości. Konieczność przystosowania się do obecnej sytuacji wpłynęła w małym stopniu na nastroje przedsiębiorców. Wynik jest lepszy o 2,4 punktu od wyniku ubiegłorocznego (91,4 pkt.) jednakże wciąż znacznie gorszy od rekordowego wyniku sprzed dwóch lat, który wyniósł 102,6 pkt. Zaskakiwać może fakt, że pomimo tak negatywnych uwarunkowań, nastroje przedsiębiorców wciąż są zbliżone do tych z roku 2013, kiedy wzrost gospodarczy jedynie spowolnił. Wzrost wskaźnika zanotowano w każdej z grupy firm, jednak największy, bo wynoszący 12 punktów, w firmach średnich. (Wykres 1).

**04** Dwa lata po wprowadzeniu pierwszego „lockdownu” to dla wielu przedsiębiorców

nadal czas negatywnych skutków pandemii COVID-19. W 2021 roku wraz z ożywieniem koniunktury w większości gospodarek w 2021 r. wzrosły ceny surowców. Zakłócenia międzynarodowych łańcuchów dostaw w realny sposób wpłynęły negatywnie na polski eksport. Kryzys na rynku motoryzacyjnym spowodował również niższy eksport w kategoriach dostaw części samochodowych i dóbr konsumpcyjnych. (Wykres 1).

### Optymizm dotyczący kolejnych 12 miesięcy z pewnymi zastrzeżeniami

**05** Ogólny Wskaźnik Koniunktury na kolejne 12 miesięcy osiągnął wartość 95,7 pkt wobec 92,0 pkt za ostatnie 12 miesięcy. Wynik ten może wskazywać na przystosowanie się przedsiębiorców do zaistniałej sytuacji i coraz lepiej działające wsparcie w sytuacjach kryzysowych – pomimo tego, iż jest to ciągle wynik poniżej poziomu 100 punktów, który określany jest jako poziom neutralny.

**06** Ankietowani prezentują większy optymizm w kwestii perspektyw na kolejne 12 miesięcy. Związane może być to ze spadkiem liczby zachorowań i zniesieniem restrykcji.

### Województwo podlaskie z najwyższą wartością Ogólnego Wskaźnika Koniunktury MŚP

**07** Wzrost Ogólnego Wskaźnika Koniunktury MŚP odnotowano także w regionach. Ogólny Wskaźnik Koniunktury MŚP waha się od 95,1 pkt w województwie podlaskim do 91,0 pkt w województwie świętokrzyskim (Mapa 1). Województwo świętokrzyskie było jedynym, w którym

wskaźnik się pogorszył (o -0,3 punktu). Największy wzrost wskaźnika odnotowano w woj. lubuskim i warmińsko-mazurskim.

**08** Ostatnie 12 miesięcy najwyżej ocenili przedsiębiorcy z województwa lubuskiego (93,7 pkt) oraz podlaskiego i zachodniopomorskiego (93,1 pkt). Jednak najbardziej optymistyczni na przyszłość byli przedsiębiorcy z podlaskiego (97,1 pkt). Optymizm co do przyszłości nieznacznie spadł jedynie w województwach śląskim i opolskim (Wykres 2).

### Najwyższy Ogólny Wskaźnik Koniunktury MŚP w budownictwie...

**09** Rozkład Ogólnego Wskaźnika Koniunktury MŚP w poprzednim badaniu był w miarę równomierny w układzie branżowym. W najnowszym badaniu w podziale na 4 branże: handel, usługi, budownictwo i przemysł, najwyższy wskaźnik odnotowano w budownictwie (95,7 pkt). Tu też nastąpił największy wzrost rok do roku. Na drugim końcu zestawienia jest branża handlowa (Wykres 3). Nadal więc handel najbardziej odczuwa ograniczenia nałożone na firmy w trakcie każdej z fal epidemii.

**10** Podobnie jak w poprzednich badaniach najlepsze oceny wystawiały firmy działające na obszarze międzynarodowym oraz firmy o najkrótszym stażu działalności. (Wykres 3)

### Najlepsza sytuacja w firmach średnich

**11** Średnie firmy, które miały najniższy Ogólny Indeks w poprzedniej edycji Raportu obecnie wystawiły najwyższą ocenę: Ogólny Wskaźnik wyniósł 101,6 pkt (aż o 12 pkt więcej niż poprzednio). Wartość Ogólnego

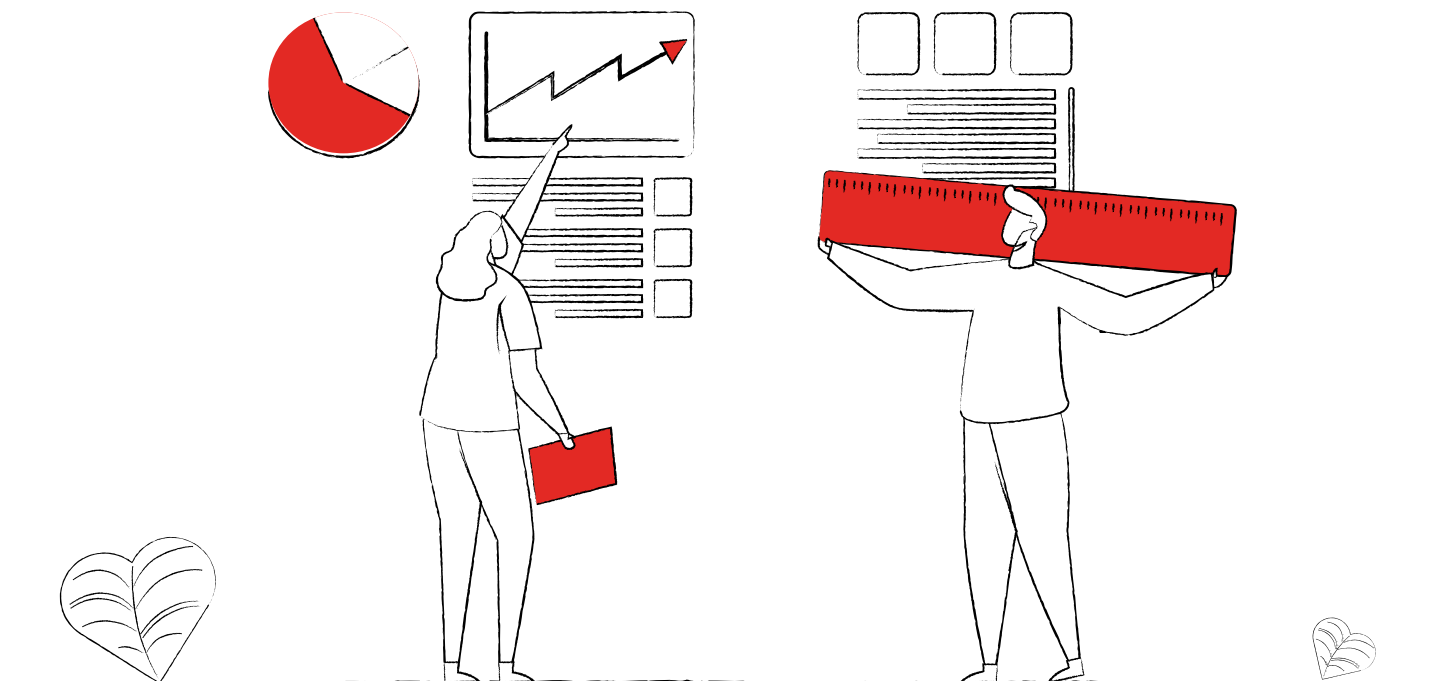


Wskaźnika Koniunktury za ostatnie 12 miesięcy dla mikroprzedsiębiorstw była o ponad 9 pkt niższa niż dla średnich firm (Wykres 4). Wynikać to może z największego spadku przychodów wśród mniejszych firm oraz większego odczuwania negatywnych skutków obostrzeń i restrykcji. Średnie firmy długofalowo lepiej poradziły sobie z nowymi warunkami w prowadzeniu przedsiębiorstwa – dostosowały ofertę produktową czy usługową, dysponowały większą liczbą klientów oraz mocniejszym zapleczem finansowym.

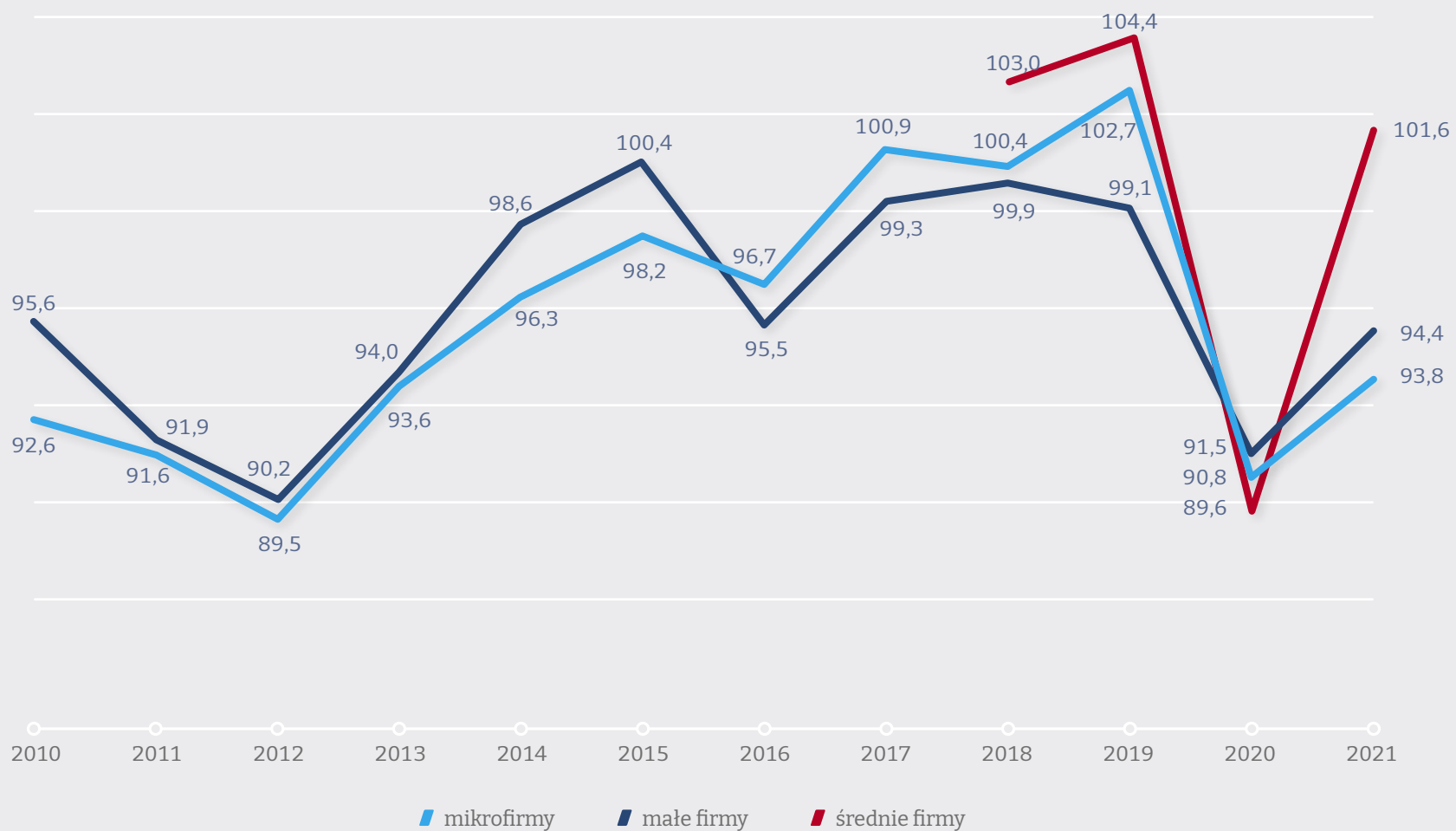
**12** Ogólny Wskaźnik Koniunktury różni się dość mocno w zależności od liczby osób pracujących w firmie, obszaru działania przedsiębiorstwa oraz okresu prowadzenia działalności gospodarczej. O ile wartości

poszczególnych indeksów wchodzących w skład Ogólnego Wskaźnika Koniunktury są w kolejnych rozdziałach prezentowane w układzie regionalnym, branżowym oraz według wielkości firm, o tyle wyłącznie w tym rozdziale przedstawiono wyniki badania według przychodów firm, liczby pracujących, obszaru działania oraz czasu funkcjonowania na rynku.

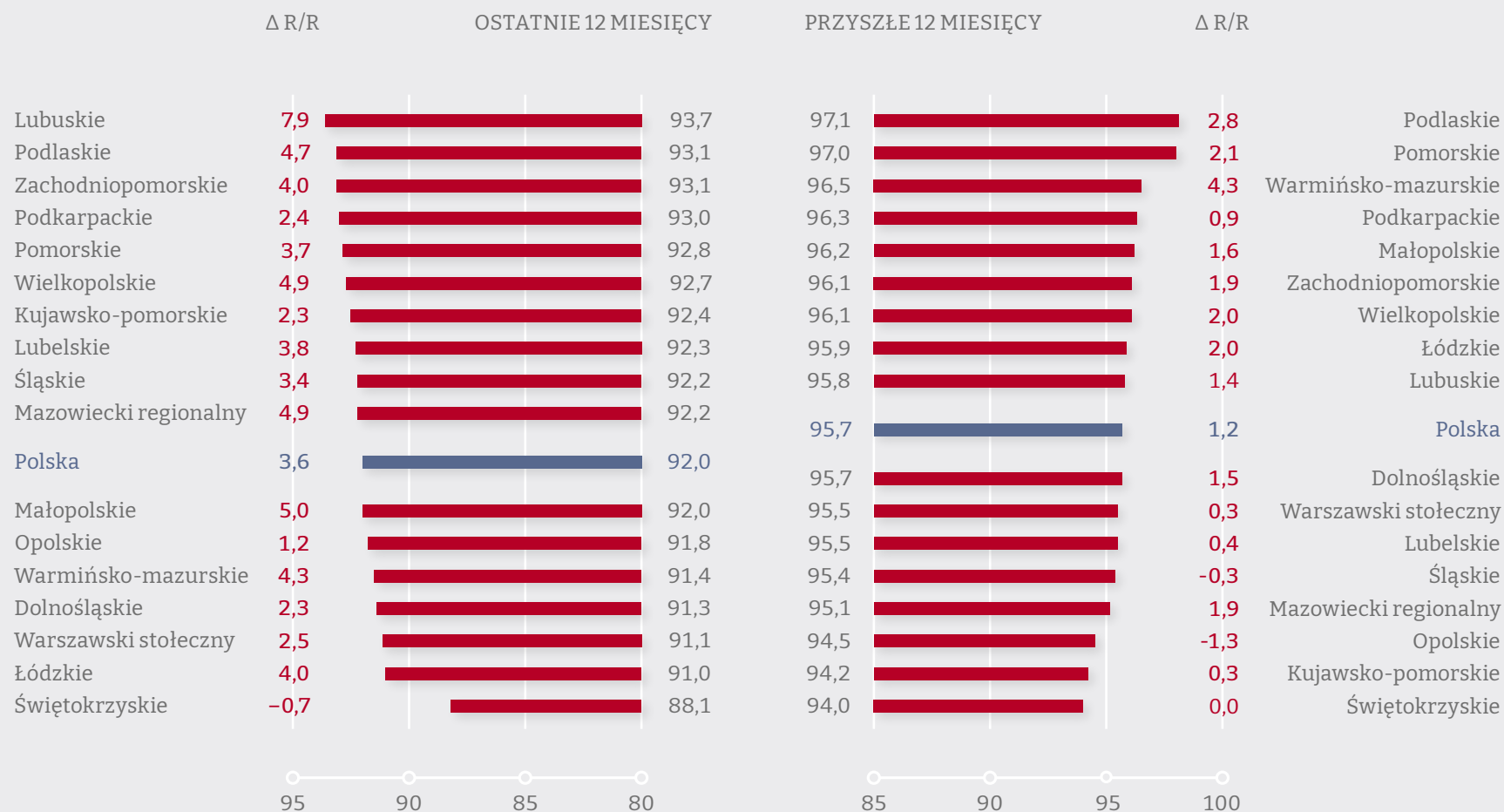
Warto zwrócić uwagę na duże zróżnicowanie w ocenie ostatnich 12 miesięcy w zależności od liczby osób pracujących w przedsiębiorstwie. Inaczej niż w poprzednim badaniu, najlepsze wyniki uzyskano w grupie firm 150–249 osobowych. Firmy te z największym optymizmem patrzą też na kolejne 12 miesięcy.



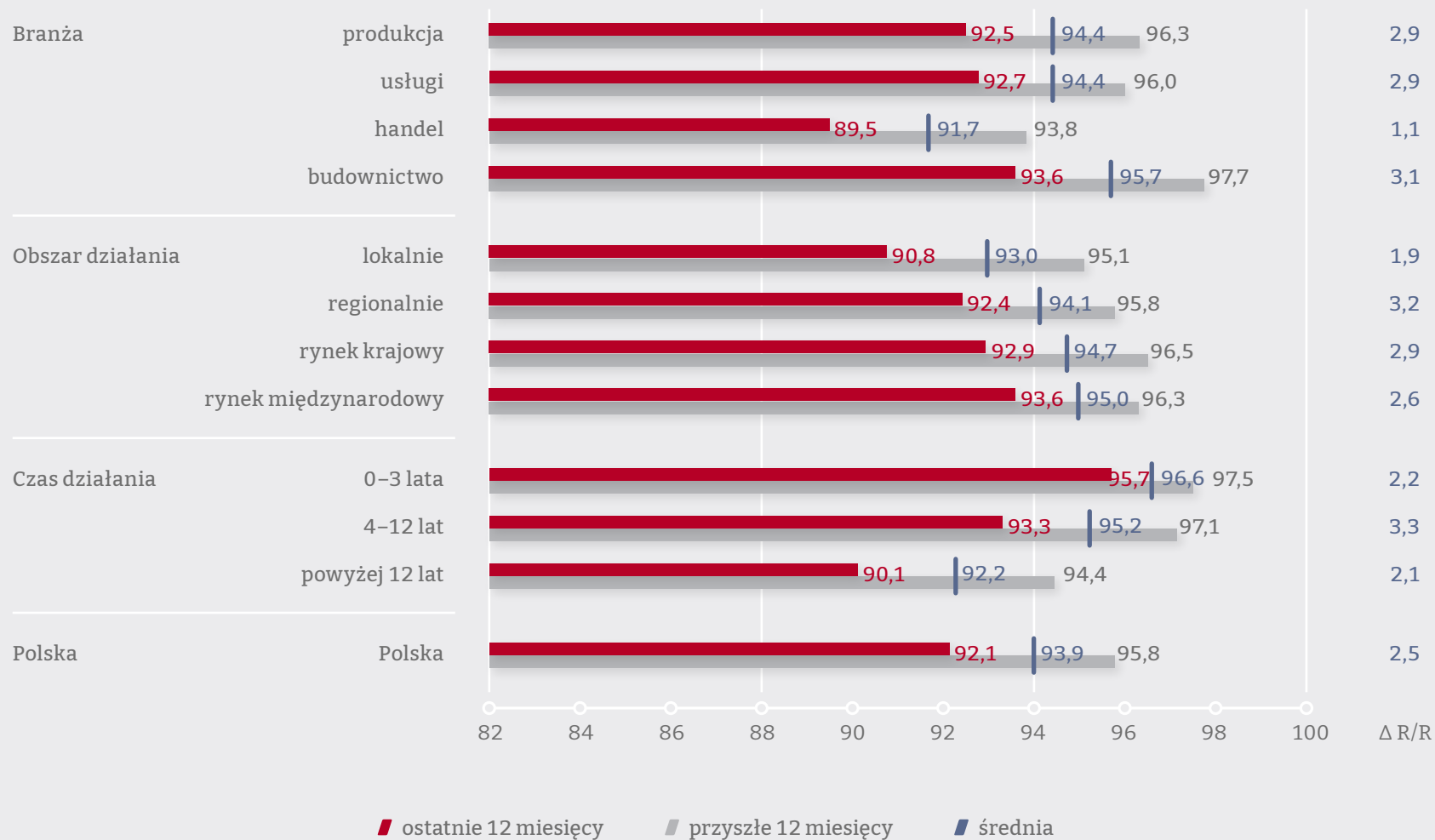
Wykres 1. Ogólny Wskaźnik Koniunktury Mikro, Małych i Średnich Przedsiębiorstw w latach 2010–2021



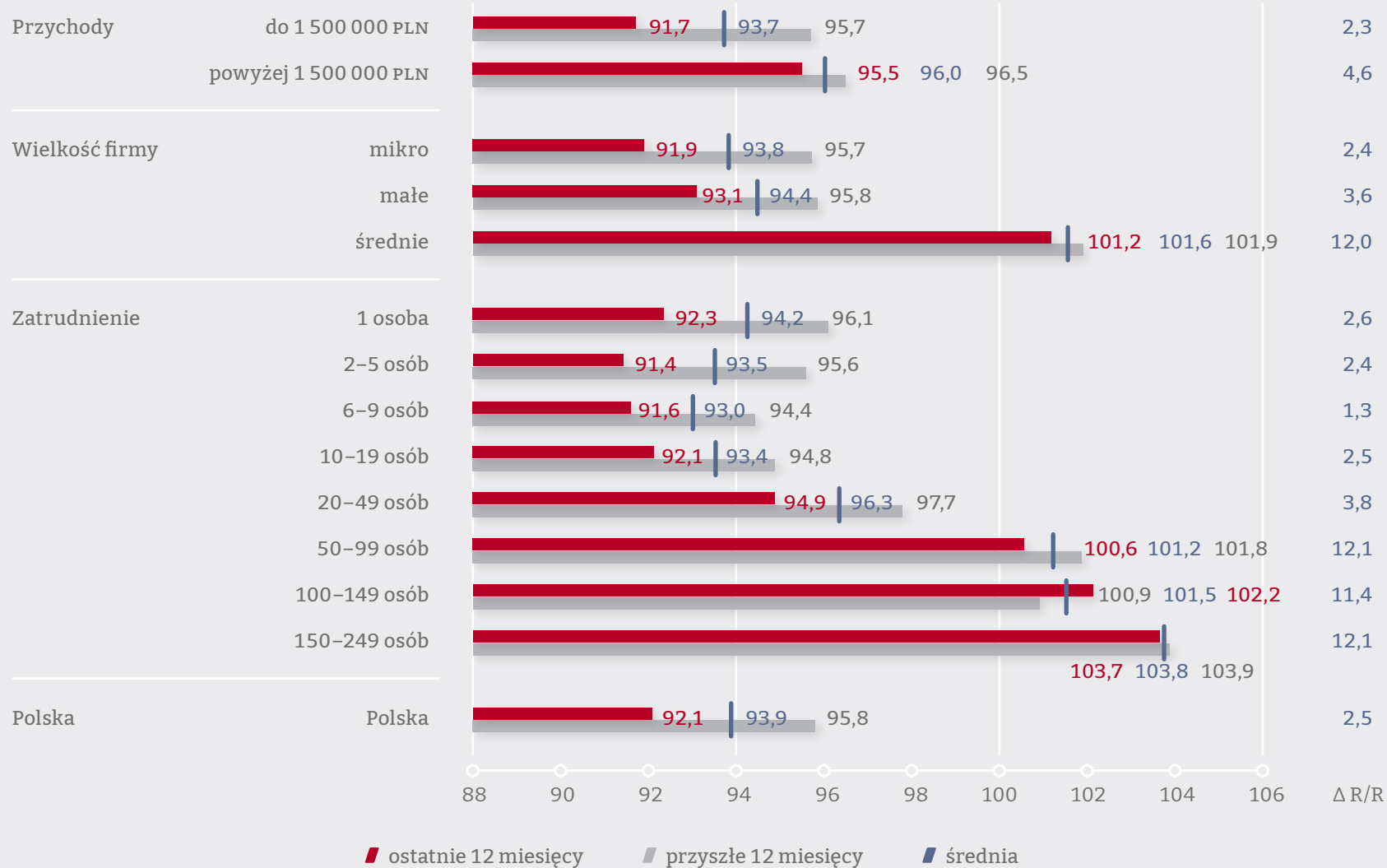
Wykres 2. Ogólny Wskaźnik Koniunktury MŚP za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy według regionów



Wykres 3. Ogólny Wskaźnik Koniunktury MŚP za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy według branży, obszaru działania i czasu funkcjonowania



Wykres 4. Ogólny Wskaźnik Koniunktury MŚP za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy według przychodów, wielkości firmy oraz zatrudnienia





# Ocena sytuacji gospodarczej

Ocena ostatnich 12 miesięcy była o 5,5 pkt wyższa niż w roku poprzednim, jednakże wciąż niska w porównaniu z latami poprzedzającymi okres pandemii

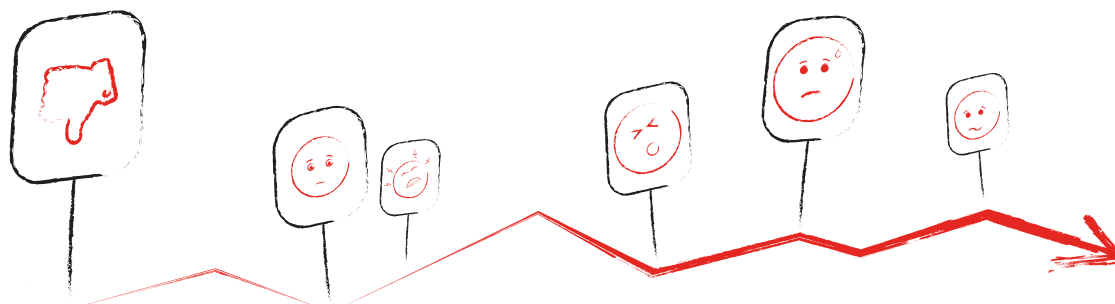
Sytuacja gospodarcza obszarem najgorzej ocenionym przez przedsiębiorców

**01** Tradycyjnie od początku prowadzonych przez Bank badań, sytuacja gospodarcza jest, pomimo wzrostu w porównaniu do ubiegłego roku o 3,5 punktu, najslabiej ocenianym obszarem wchodzącym w skład Ogólnego Wskaźnika Koniunktury – wskaźnik oceny sytuacji gospodarczej wyniósł w tym roku zaledwie 85,1 pkt. Najwyższe wskaźniki zanotowano dla firm średnich (Wykres 5).

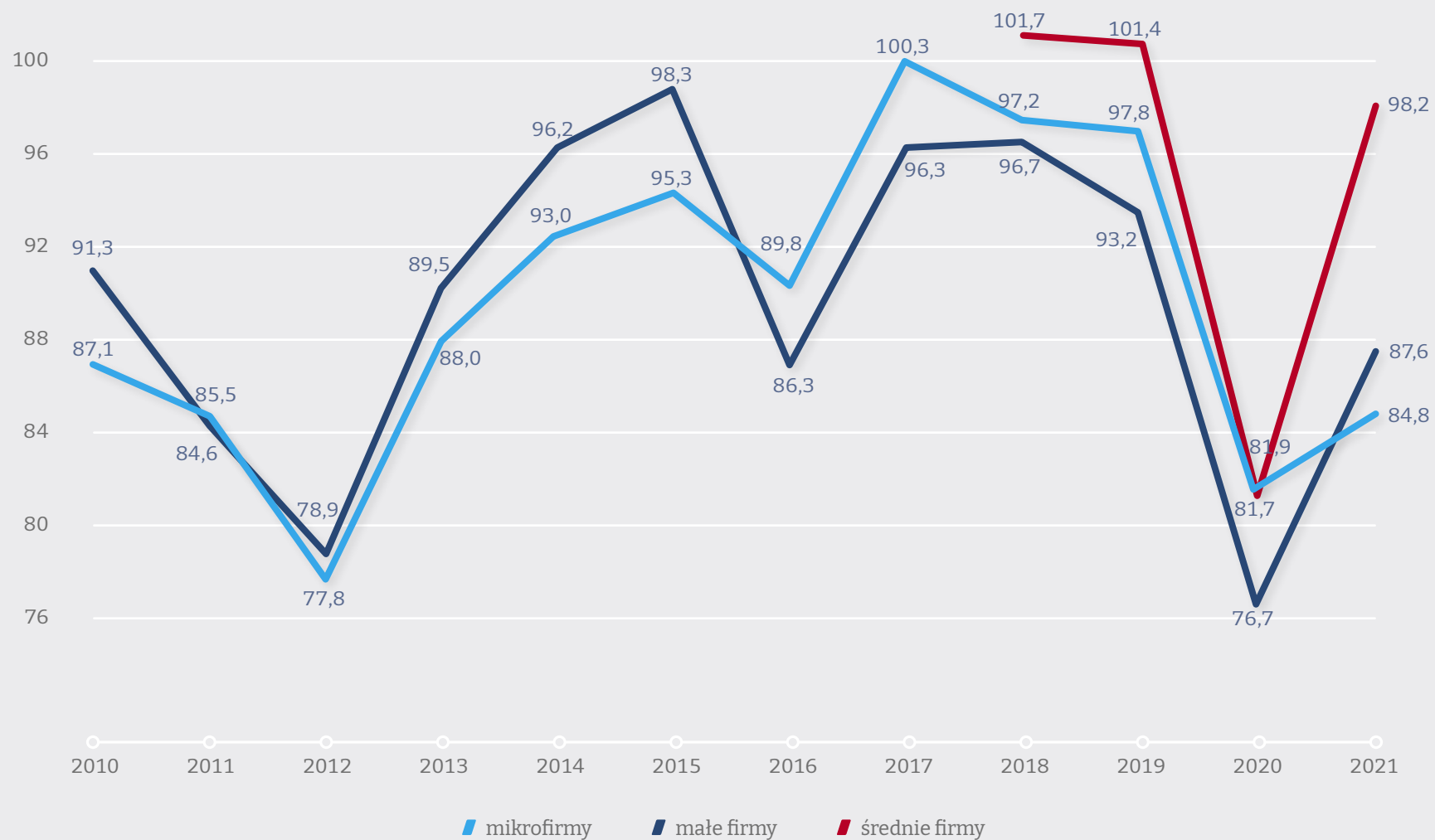
**02** Ocena ostatnich 12 miesięcy była o 5,5 pkt wyższa niż w roku 2020, jednakże wciąż niska

w porównaniu z latami poprzedzającymi okres pandemii. Warto zaznaczyć, iż rok 2021 to przede wszystkim czas „odbicia”, szybszej adaptacji przedsiębiorców do nowych warunków i czas odrabiania strat po pandemicznym 2020 roku.

**03** Najwyżej sytuację gospodarczą ocenili przedsiębiorcy w województwie podlaskim, najniżej w świętokrzyskim (Mapa 2 i Wykres 6). Ocena sytuacji gospodarczej wzrosła w każdej z branż i w każdej grupie przedsiębiorstw (Wykres 7). W firmach średnich indeks przekroczył w tym roku znacząco poziom 90 pkt.

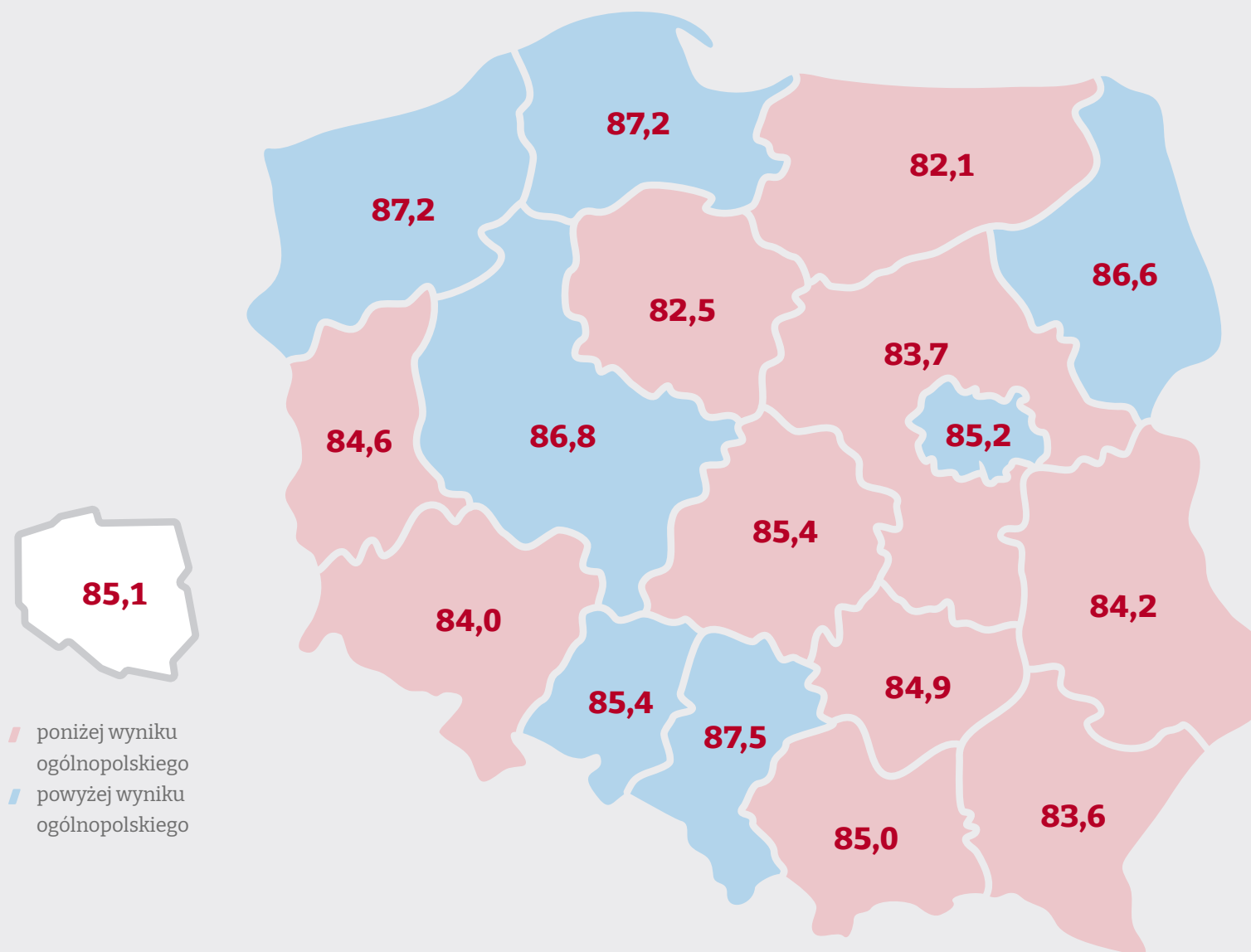


Wykres 5. Ocena sytuacji gospodarczej w latach 2010–2021

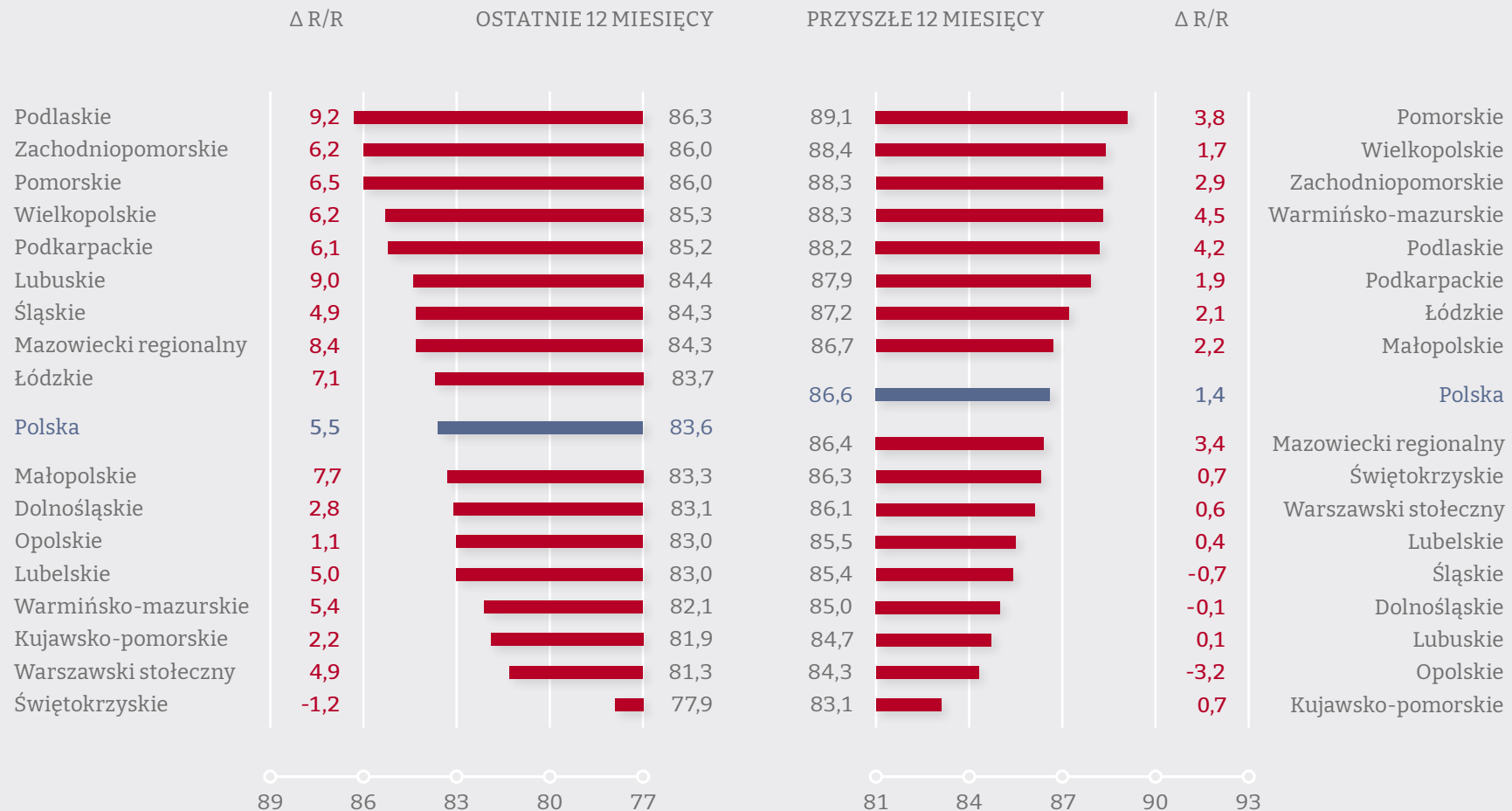




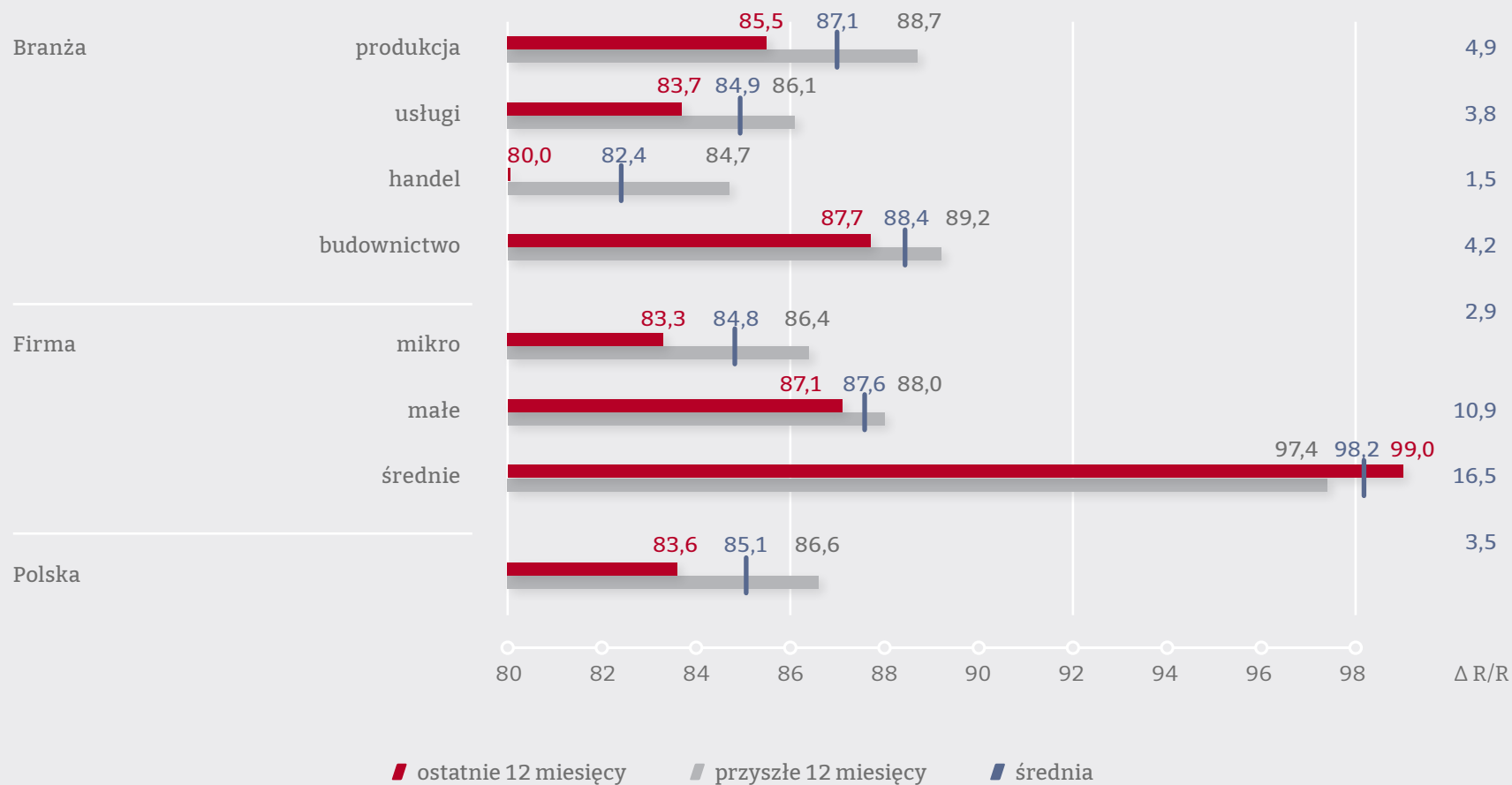
Mapa 2. Ocena sytuacji gospodarczej według regionów



Wykres 6. Ocena sytuacji gospodarczej w ostatnich i kolejnych 12 miesiącach według regionów



Wykres 7. Ocena sytuacji gospodarczej według wielkości firmy oraz branży



## Opinia eksperta

W analizie wahań nastrojów mikrofirm w ostatnich latach należy uwzględnić zróżnicowaną strukturę tej zbiorowości. Kluczowe znaczenie ma tu poziom zatrudnienia tj. próg posiadania choćby jednego pracownika. 69% polskich mikrofirm to podmioty niezatrudniające pracowników najemnych. Przedsiębiorcy działający solo (niezatrudniający pracowników) początkowo znacznie gorzej znosili skutki pandemii COVID-19, gdyż zamówienia na ich usługi podlegały ograniczeniu w pierwszej kolejności, a jednocześnie nie mogli oni skorzystać z wielu form wsparcia skierowanych do firm-pracodawców. Jednak „soliści” wykazali duże zdolności adaptacyjne, zwłaszcza w zdalnym świadczeniu usług i dostawach towarów przez Internet.

W sumie ponad 1,5 milionowa zbiorowość przedsiębiorców bez pracowników wychodzi z pandemii, podobnie jak większe podmioty gospodarcze, osłabiona, ale generalnie obronną ręką. Można oczekiwać, że w przyszłości, tak jak w większości krajów wysoko rozwiniętych, udział „solistów” na rynku pracy będzie się zwiększał. Warte odnotowania są też istotne zmiany jakościowe w tej grupie. Do niedawna jednoosobowa aktywność gospodarcza kojarzyła się z prostą działalnością usługową podejmowaną przez osoby o niższych kwalifikacjach i wykształceniu. Obecnie wyraźnie zwiększa się udział freelancerów – osób funkcjonujących w zawodach wymagających wysokich kwalifikacji oraz wyższego wykształcenia. Wszystko to wskazuje na potrzebę traktowania kategorii przedsiębiorców bez pracowników jako odrębny segment rynku pracy, obok pracowników najemnych oraz przedsiębiorców-pracodawców.

prof. dr hab. **JERZY CIEŚLIK**  
Dyrektor Centrum Przedsiębiorczości, Akademia Leona Koźmińskiego

# Ogólna sytuacja gospodarcza mikro, małych i średnich firm

Liczba zarejestrowanych w systemie REGON mikroprzedsiębiorstw rośnie nieprzerwanie od roku 2002.

W III części raportu przedstawiamy podstawowe dane statystyczne dotyczące sektora mikro, małych i średnich firm. Podobnie jak w ubiegłych latach, głównymi źródłami informacji dla tego rozdziału pozostają opracowania Głównego Urzędu Statystycznego: „Działalność przedsiębiorstw niefinansowych” i „Działalność gospodarcza przedsiębiorstw o liczbie pracujących do 9 osób”, jak również dane z Banku Danych Lokalnych GUS ([www.bdl.stat.gov.pl](http://www.bdl.stat.gov.pl)).

Dane zaprezentowane zostały w czterech blokach tematycznych:

- liczba mikro, małych i średnich firm,
- zatrudnienie w mikro, małych i średnich firmach,
- inwestycje w mikro, małych oraz średnich firmach,
- wynik finansowy mikro, małych i średnich firm.

W danych statystycznych GUS, podobnie jak w badaniu Banku, przez mikroprzedsiębiorstwa rozumiane są firmy, w których pracuje do 9 osób, przez małe firmy – przedsiębiorstwa, w których pracuje od 10 do 49 osób, a przez średnie firmy – przedsiębiorstwa o liczbie pracujących od 50 do 249 osób. Dla celów porównawczych w analizie prezentowane są także wybrane dane odnoszące się do

dużych firm (jednostki o liczbie pracujących powyżej 249 osób).

Większość danych pochodzących z GUS zaprezentowanych w tej części raportu odnosi się do stanu z roku 2020, dlatego nie jest w pełni porównywalna do wyników badania prowadzonego przez Bank Pekao SA w roku 2021 (i opisanego w kolejnym rozdziale). Niemniej jednak przedstawienie statystyk odnośnie liczby, poziomu zatrudnienia, inwestycji oraz wyniku finansowego mikro, małych i średnich firm w roku 2020 pozwala pokazać rolę tej grupy przedsiębiorstw w polskiej gospodarce i stanowi tło dla analizy wyników badania sektora MŚP.

## 1. Liczba mikro, małych i średnich firm

Główny Urząd Statystyczny oferuje dwa źródła danych dotyczących liczby mikro, małych i średnich firm w Polsce. Pierwszym z nich jest rejestr REGON. Prezentowane dane na temat liczby firm zarejestrowanych i wyrejestrowanych z rejestru REGON pochodzą z Banku Danych Lokalnych i dotyczą roku 2021.

Drugim (i znacznie lepszym) źródłem danych na temat liczby mikro, małych i średnich

firm, jest raport GUS „Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2020 roku”. Publikacja została przygotowana na podstawie badania przeprowadzonego na pełnej (małe oraz średnie firmy) oraz reprezentatywnej (mikrofirmy) próbie przedsiębiorstw, i prezentuje dane wyłącznie dla firm faktycznie prowadzących działalność gospodarczą w roku 2020. O rozbieżności danych z obu źródeł najlepiej świadczy liczba mikroprzedsiębiorstw w roku 2020. W rejestrze REGON w roku 2020 było zarejestrowanych 4,67 mln mikrofirm, natomiast faktycznie działalność gospodarczą w tym roku w Polsce prowadziło 2,19 mln mikrofirm – czyli liczba ponad dwukrotnie niższa.

Należy mieć na uwadze, że dane GUS są prezentowane z pewnym opóźnieniem i w momencie przygotowywania niniejszego Raportu dostępne są dane dotyczące roku 2020, tymczasem w rejestrze REGON znajdują się zbiory danych opisujących rok 2021.

### Liczba firm w rejestrze REGON

Według danych z rejestru REGON za rok 2021 (Tabela 1), mikro, małe i średnie firmy stanowiły 99,9% wszystkich zarejestrowanych przedsiębiorstw. W roku 2021 w Polsce zarejestrowanych było prawie 4,67 mln mikroprzedsiębiorstw, blisko 134 tys. małych firm oraz ponad 27 tys. firm średnich.

Tabela 1. Liczba firm zarejestrowanych w rejestrze REGON w roku 2021

Wielkość firmy	Liczba firm	Udział
mikro	4 670 749	96,6%
małe	133 936	2,8%
średnie	27 263	0,6%
duże	4 266	0,1%
<b>razem</b>	<b>4 836 214</b>	<b>100,0%</b>

Źródło: Bank Danych Lokalnych, [www.bdl.stat.gov.pl](http://www.bdl.stat.gov.pl)

Poza niewielkimi załamaniami w latach 2009 i 2011, liczba zarejestrowanych w systemie REGON mikroprzedsiębiorstw rośnie nieprzerwanie od roku 2002. O ile w roku 2002 takich firm było 3,3 mln, a w 2010 roku 3,7 mln, ich liczba zwiększyła się do prawie 4,7 mln w roku 2020 (Wykres 8). Zupełnie inaczej wygląda sytuacja odnośnie trendu liczby małych przedsiębiorstw. Utrzymująca się do roku 2010 tendencja wzrostowa (162 tysiące firm) została zakończona rok później i do roku 2021 liczba małych firm obniżyła się do 134 tysięcy (Wykres 9). Podobnie wyglądają trendy w przypadku średnich i dużych przedsiębiorstw. W roku 2021 odnotowano najniższy poziom liczby tych firm w całym

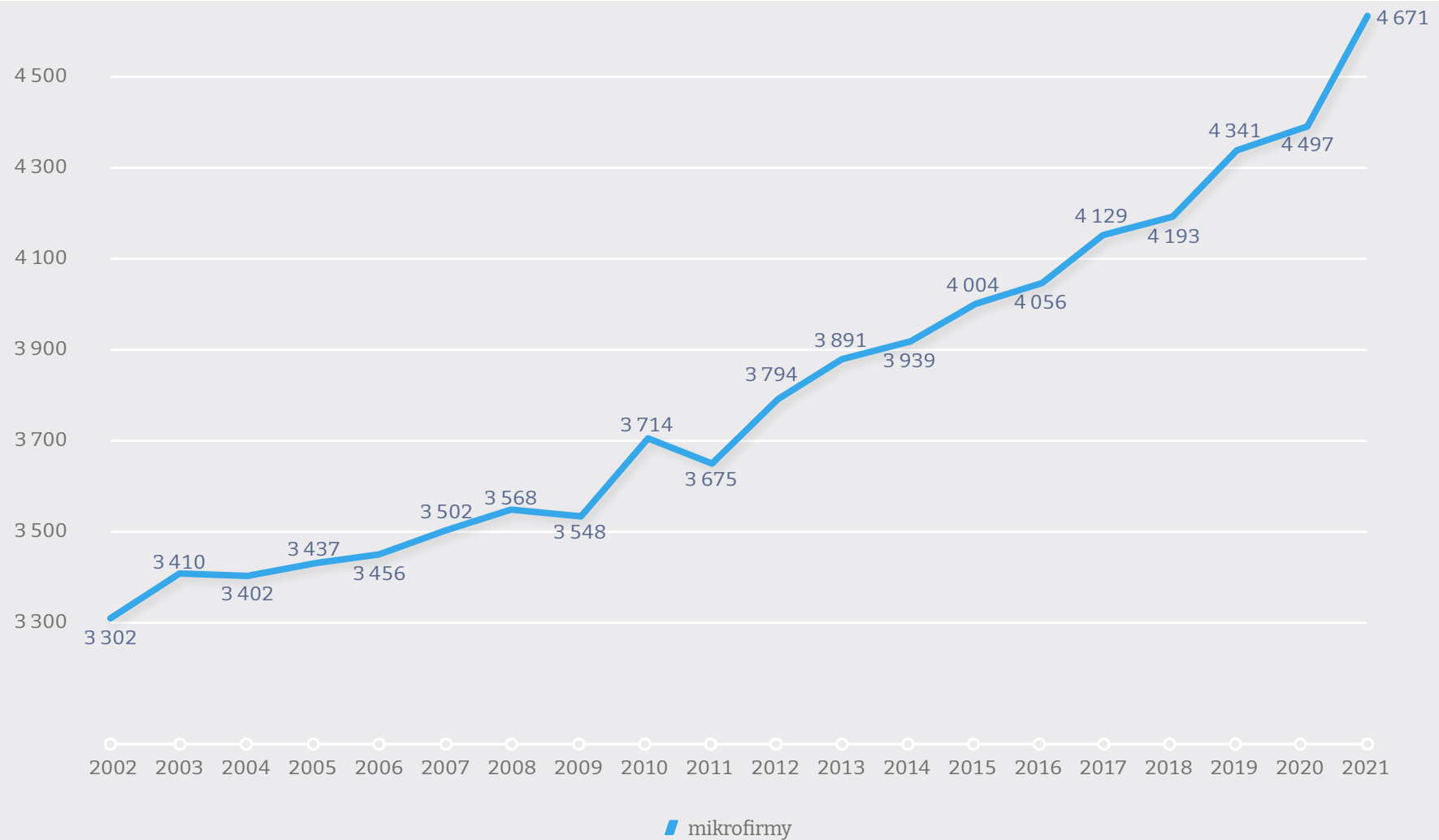
okresie 2002–2021 – odpowiednio 27,3 tys. oraz 4,3 tys. (Wykres 10). Sytuacja jest o tyle niepokojąca, że siła gospodarki jest budowana przez firmy większe – dane REGON wskazują natomiast na rosnący udział najmniejszych przedsiębiorstw w strukturze wielkościowej.

Stały wzrost liczby mikrofirm od roku 2010 znalazł potwierdzenie w liczbie nowo zarejestrowanych przedsiębiorstw w rejestrze REGON

oraz wykreślonych podmiotów z rejestru REGON na 10 tys. mieszkańców (Wykres 11). W roku 2020 zarejestrowano w rejestrze więcej firm (86) niż zostało z niego wykreślonych (44) na 10 tys. mieszkańców. W latach 2019–2020 zauważalny był jednak istotny spadek liczby zarówno nowo rejestrowanych firm, jak i firm usuwanych z rejestru. Liczba nowych firm w roku 2020 spadła do poziomu sprzed roku 2009, a liczba wykreślonych firm była najniższa od 2003 roku.

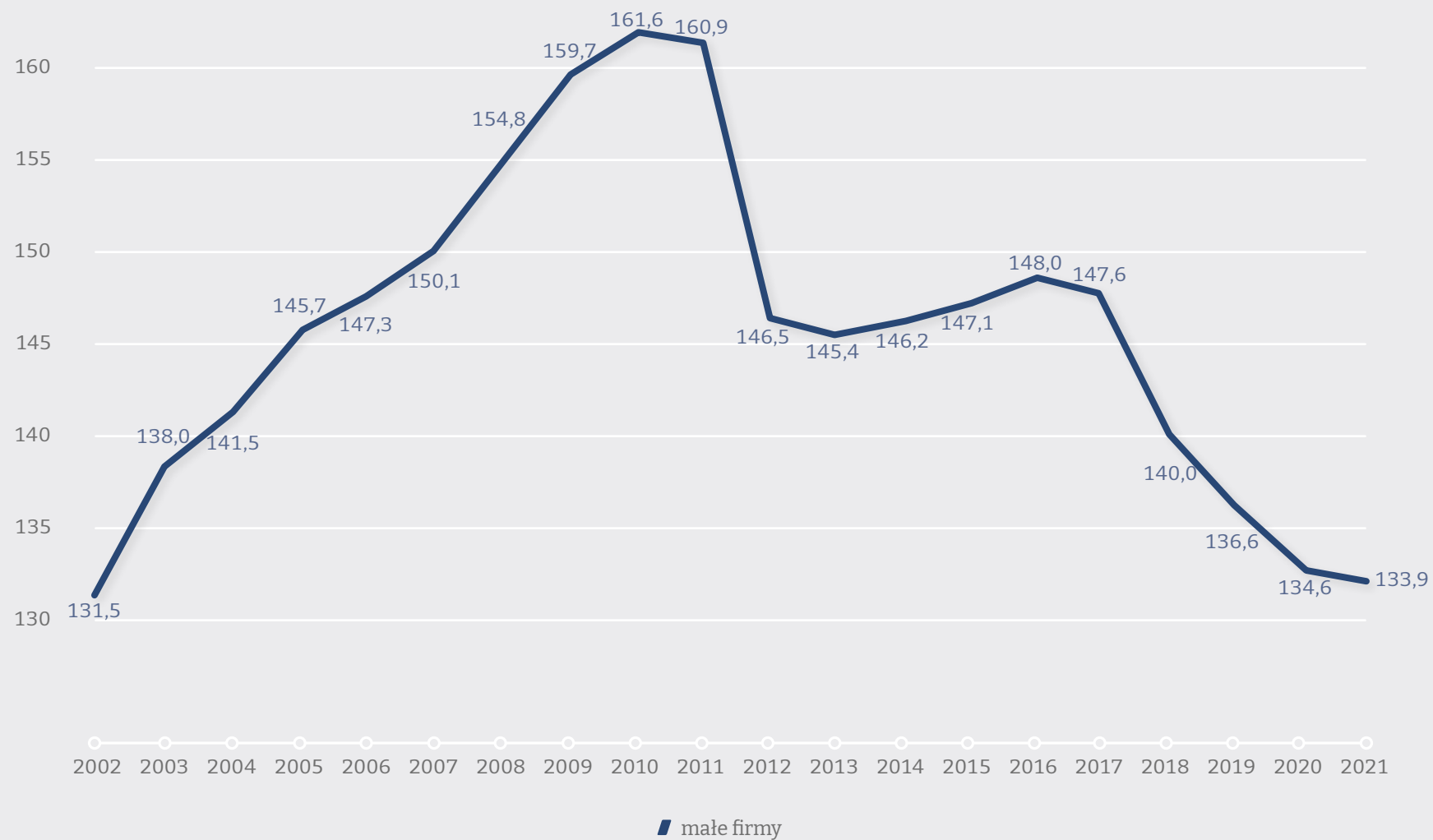


Wykres 8. Liczba mikrofirm zarejestrowanych w rejestrze REGON w latach 2002-2021 (w mln)

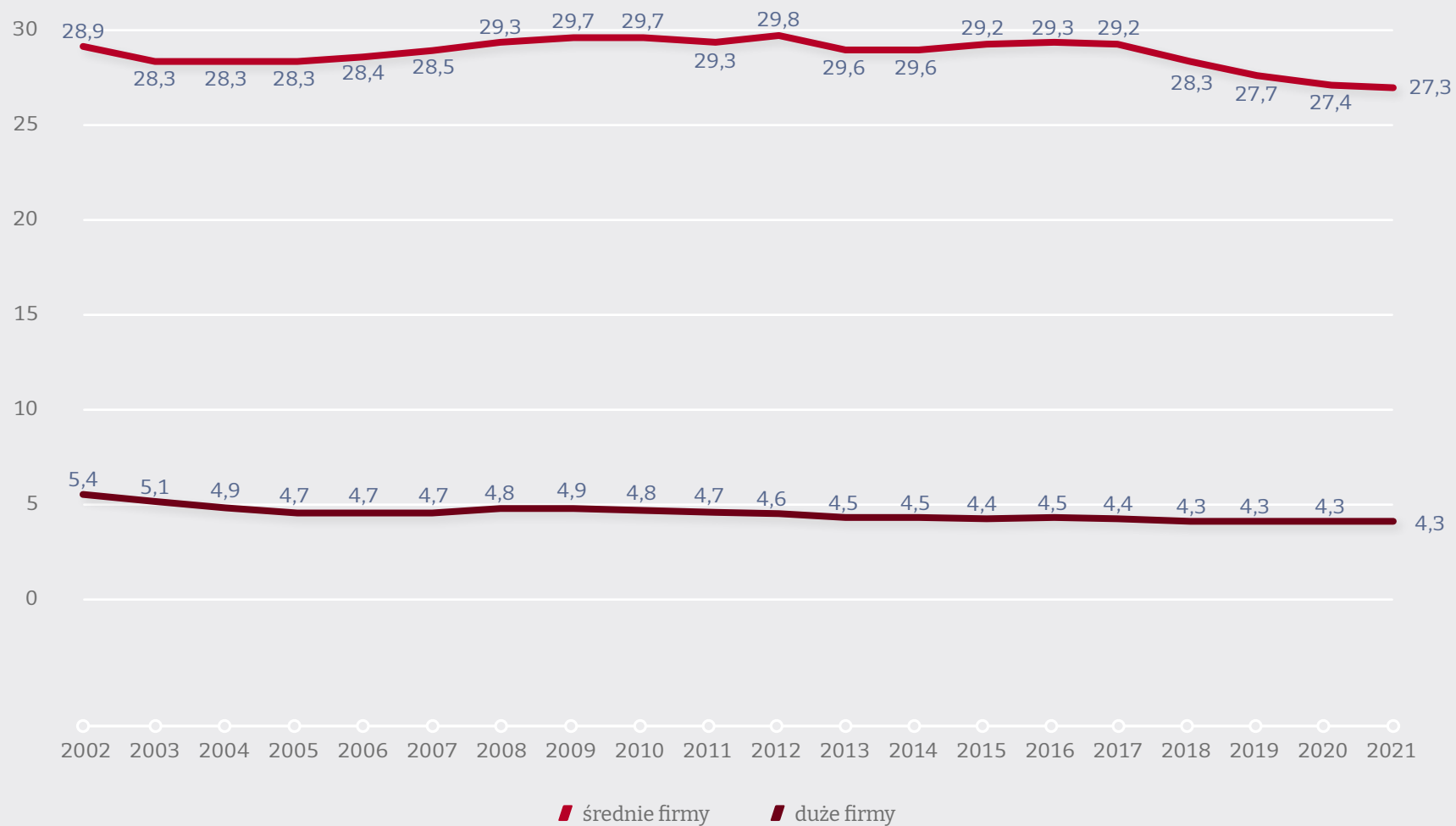




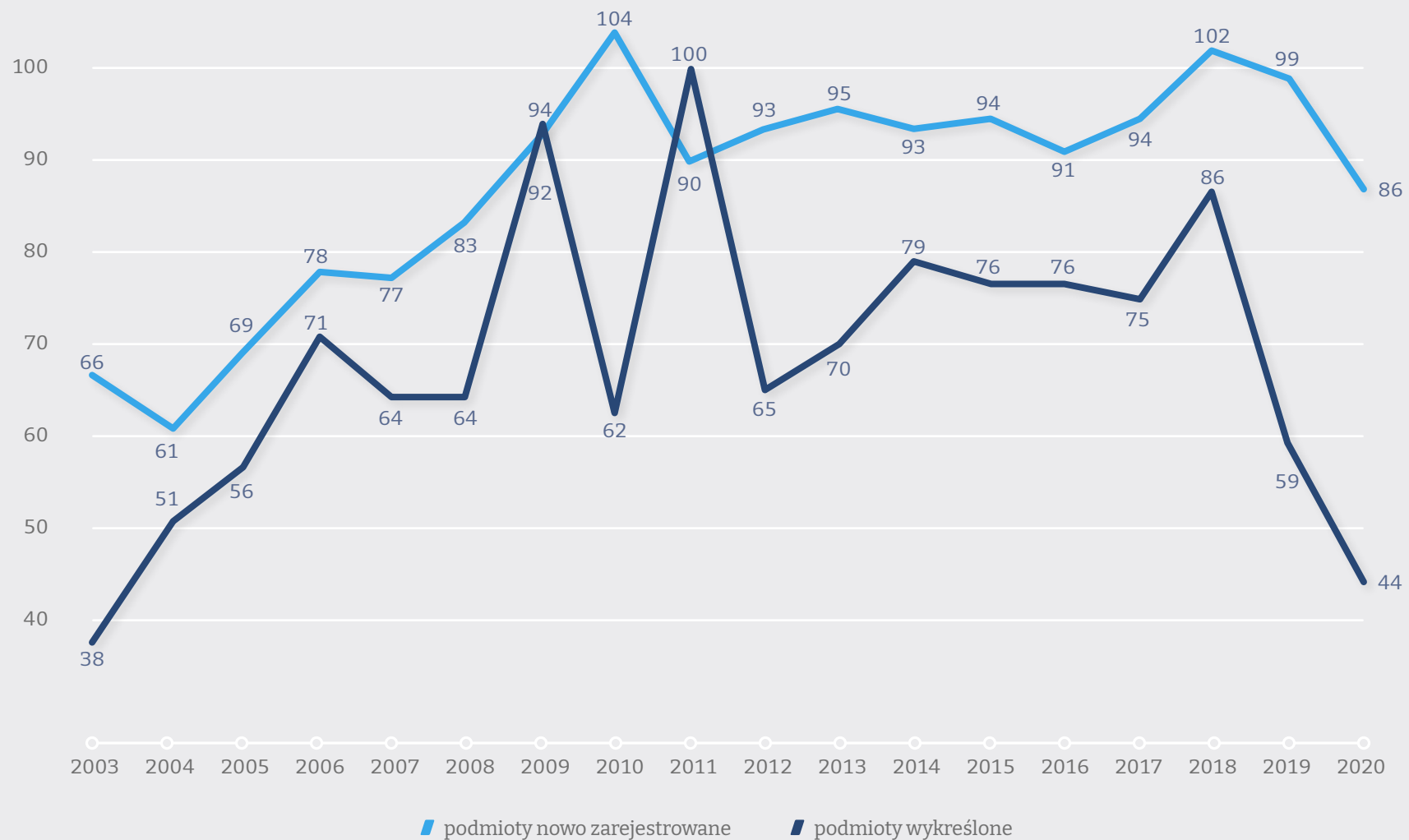
Wykres 9. Liczba małych firm zarejestrowanych w rejestrze REGON w latach 2002-2021 (w tys.)



Wykres 10. Liczba średnich i dużych firm zarejestrowanych w rejestrze REGON w latach 2002-2021 (w tys.)



Wykres 11. Podmioty nowo zarejestrowane w rejestrze REGON oraz podmioty wykreślone z rejestru REGON na 10 tys. mieszkańców w latach 2003-2020



Źródło: Bank Danych Lokalnych, [www.bdl.stat.gov.pl](http://www.bdl.stat.gov.pl)

## Liczba firm aktywnych

Bardziej miarodajnym źródłem informacji na temat liczby działających w Polsce firm jest raport GUS „Działalność przedsiębiorstw niefinansowych”, który prezentuje dane dotyczące przedsiębiorstw faktycznie prowadzących działalność gospodarczą. Wszystkie dane prezentowane w dalszej części tego rozdziału odnoszą się do firm aktywnych. Dane z systemu REGON są bowiem obarczone błędem wynikającym z faktu niewyrejestrowywania firm, które przestały funkcjonować i stąd tak duże różnice pomiędzy liczbą firm przedstawionych poniżej i liczbą firm umieszczonych w systemie REGON.

W roku 2020 działało w Polsce blisko 2,2 mln firm mikro oraz niecałe 50 tys. małych przedsiębiorstw. Razem stanowiły one 99,2% wszystkich aktywnych firm działających w Polsce (Tabela 2). Liczba aktywnych firm średnich w roku 2020 wyniosła 14,4 tys., co stanowiło 0,6% wszystkich aktywnych firm. Jeśli chodzi o formę prawną, zdecydowanie dominowały podmioty prowadzone przez osoby fizyczne. W przypadku mikrofirm było to 89% podmiotów, firm małych – 42%, średnich – 11%, a dużych jedynie 3%.

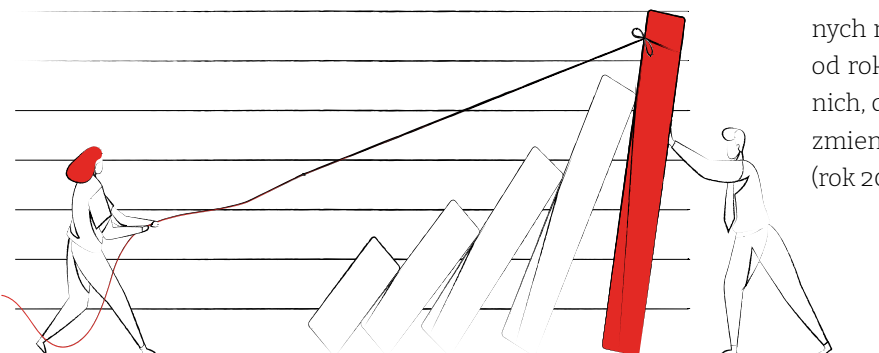


Tabela 2. Liczba przedsiębiorstw aktywnych w roku 2020

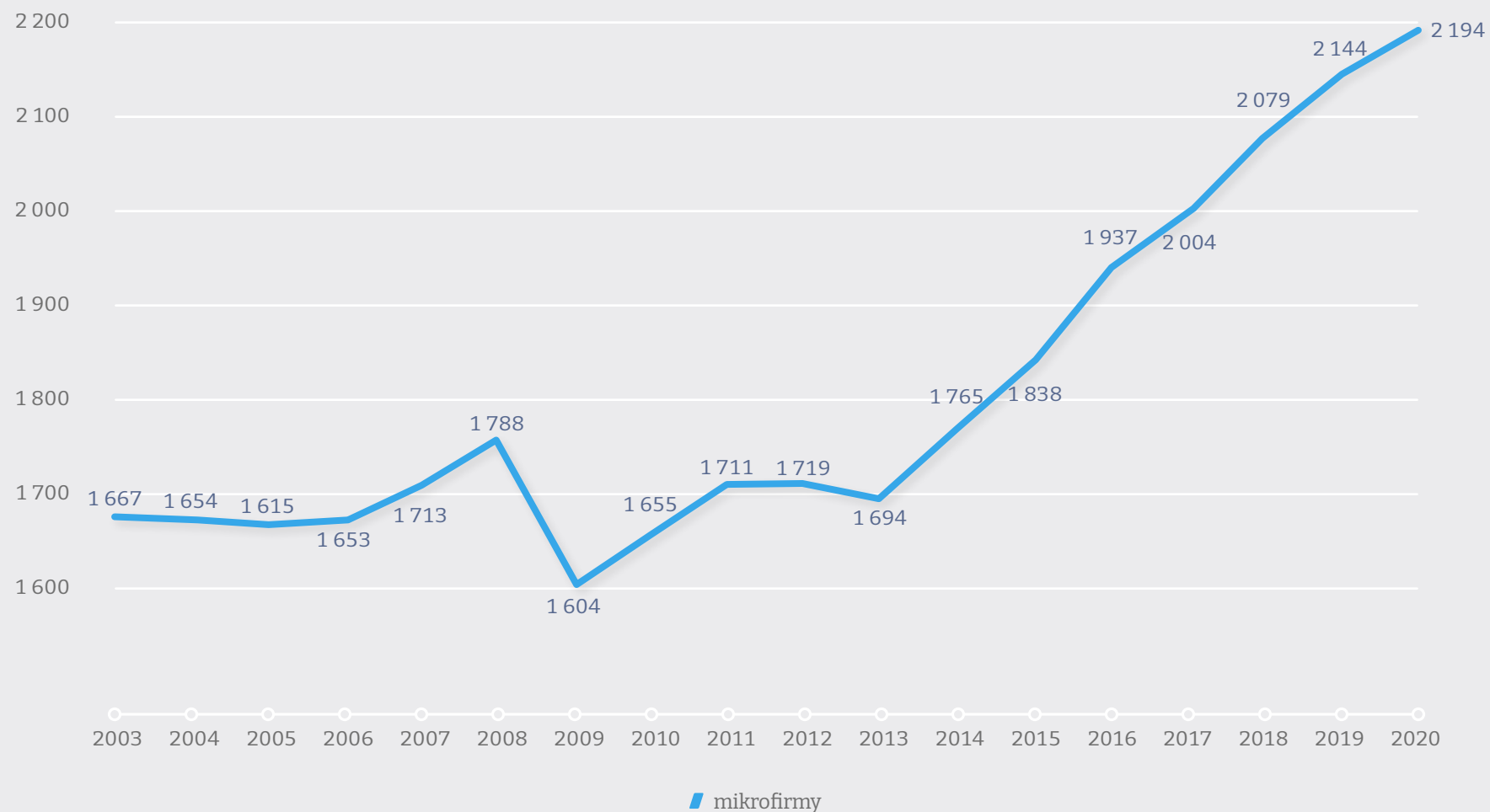
Typ firmy	Liczba firm	Udział	Firmy prowadzone przez osoby fizyczne	Firmy prowadzone przez osoby prawne
Mikro	2 194 244	97,0%	1 947 225	247 019
Małe	49 514	2,2%	20 659	28 855
Średnie	14 433	0,6%	1 587	12 846
Duże	3 665	0,2%	107	3 558
<b>razem</b>	<b>2 261 856</b>	<b>100,0%</b>	<b>1 969 578</b>	<b>292 278</b>

Źródło: GUS, Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2020 r.

Liczba aktywnych mikrofirm w roku 2020 po raz kolejny znacząco zwiększyła się, osiągając najwyższą wartość w historii badania (Wykres 12). Od roku 2013 trwa stały wzrost liczby aktywnych mikrofirm o średnim tempie ok. 70 tys. przedsiębiorstw rocznie.

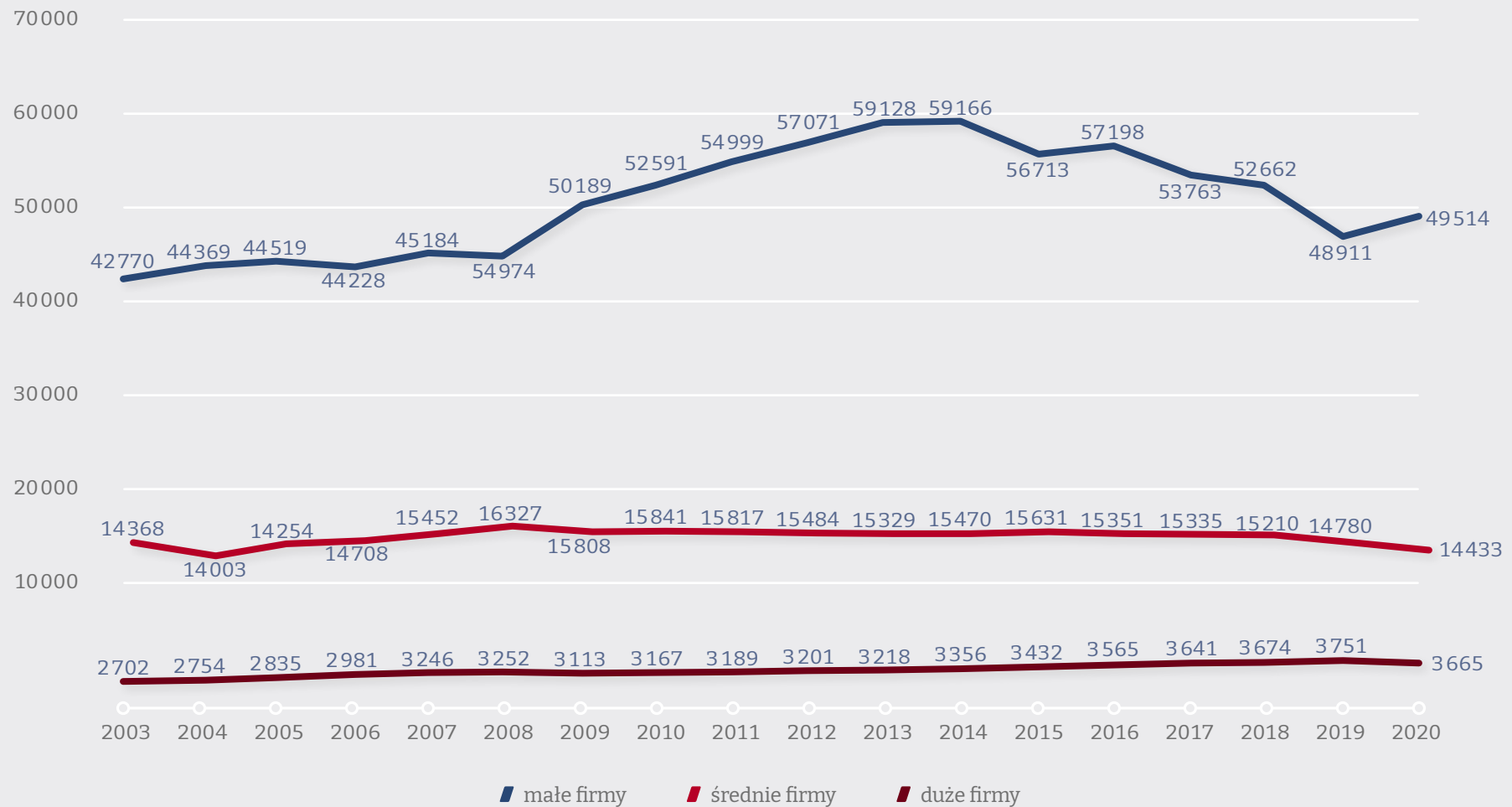
W roku 2020 nastąpił nieznaczny (o 0,6 tys.) wzrost liczby aktywnych małych przedsiębiorstw, był to pierwszy wzrost tej wartości od roku 2016. Zanotowano także drobny spadek liczby firm średnich, do poziomu 14,4 tys. Liczebność tej grupy w latach 2003–2020 zmieniała się w niedużym zakresie, z minimum na poziomie 14 tys. (rok 2004) i maksimum równym 16,3 tys. (2008) (Wykres 13).

Wykres 12. Liczba aktywnych mikrofirm w latach 2003-2020



Źródło: Bank Danych Lokalnych, [www.bdl.stat.gov.pl](http://www.bdl.stat.gov.pl)

Wykres 13. Liczba aktywnych małych, średnich i dużych firm w latach 2003-2020



Źródło: Bank Danych Lokalnych, [www.bdl.stat.gov.pl](http://www.bdl.stat.gov.pl)

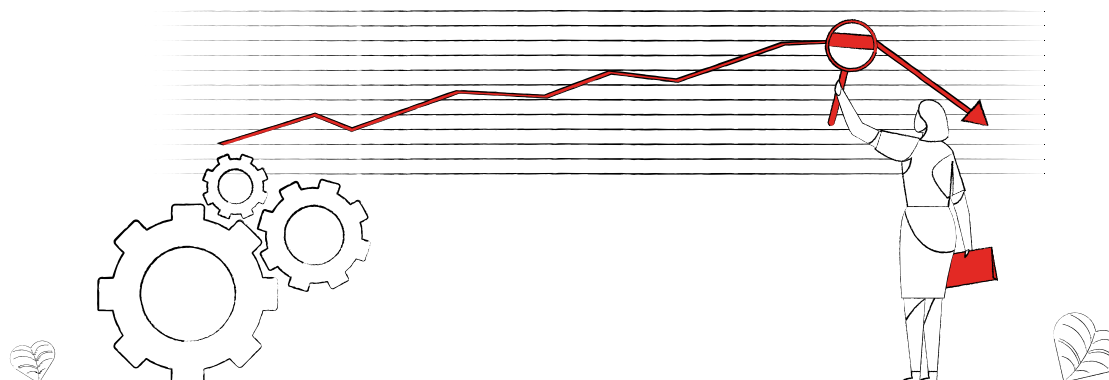
Według danych GUS występuje wyraźne zróżnicowanie regionalne liczby mikroprzedsiębiorstw prowadzących w roku 2020 działalność gospodarczą. Średnio na województwo przypadało ponad 137 tys. mikrofirm (Mapa 3). Najwięcej mikroprzedsiębiorstw funkcjonowało w województwach mazowieckim (406 tys.), śląskim (231 tys.), małopolskim (223 tys.) oraz wielkopolskim (214 tys.). Łącznie w trzech pierwszych z tych województw zlokalizowanych było blisko 40% wszystkich aktywnych mikroprzedsiębiorstw. Najmniej mikroprzedsiębiorstw miało swoje siedziby na terenie województw: opolskiego (poniżej 45 tys.), lubuskiego (51 tys.) i świętokrzyskiego (54 tys.). W tych trzech województwach zlokalizowanych było łącznie niecałe 7% wszystkich działających w Polsce mikroprzedsiębiorstw.

W zbliżonej konfiguracji przestrzennej funkcjonują małe przedsiębiorstwa (Mapa 4). Przy średniej liczbie małych firm na województwo wynoszącej 3095, ponownie liderami pod względem liczby firm, w których pracuje od 10 do 49 osób są województwa: mazowieckie (8,2 tys.), śląskie (6,5 tys.), wielkopolskie (5,3 tys.) oraz małopolskie (4,8 tys.). Łącznie w trzech pierwszych z województw znajdowało się blisko 41% aktywnych małych firm. W roku 2020 najmniej małych przedsiębiorstw działało w województwach: opolskim, lubuskim i podlaskim (w każdym

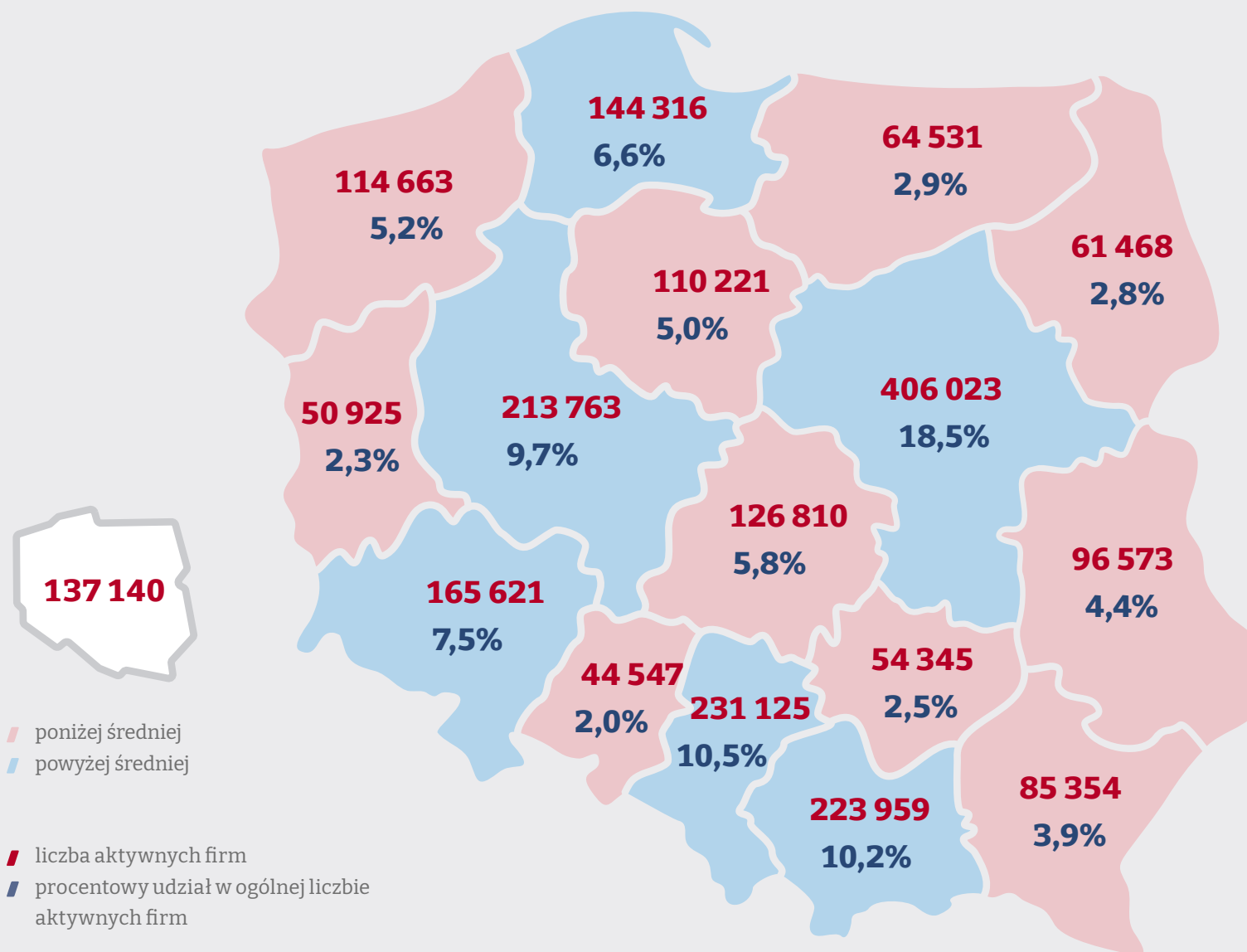
poniżej 1,2 tys.). Łączny udział tych trzech województw w całkowitej liczbie działających w Polsce małych firm wyniósł 7%.

Przeciętna liczba firm średnich przypadających na 1 województwo w 2020 roku wyniosła 902. Liderami pod względem liczby firm, w których pracuje od 50 do 249 osób są województwa: mazowieckie (2643 firm), śląskie (1790 firm), wielkopolskie (1581 firm) oraz małopolskie (1265 firm). Łącznie w trzech pierwszych spośród tych województw działalność gospodarczą w roku 2020 prowadziło 42% średnich firm. Najmniej średnich przedsiębiorstw w roku 2020 działało w województwach: opolskim (317 firm), świętokrzyskim (325 firmy) oraz lubuskim (355 firmy), co stanowi 7% udziału w całkowitej liczbie działających w Polsce firm średnich (Mapa 5).

Na zakończenie tej części raportu, poświęconej liczbie aktywnych przedsiębiorstw w poszczególnych województwach, na Mapie 6 przedstawiono rozmieszczenie działających w regionach wszystkich firm z sektora MŚP. Najwięcej z 2,26 mln takich przedsiębiorstw działało w roku 2020 na terenie województw mazowieckiego (417 tys.), śląskiego (239 tys.) oraz małopolskiego (230 tys.), najmniej z kolei w regionie opolskim (46 tys.), lubuskim (52 tys.) oraz świętokrzyskim (56 tys.).

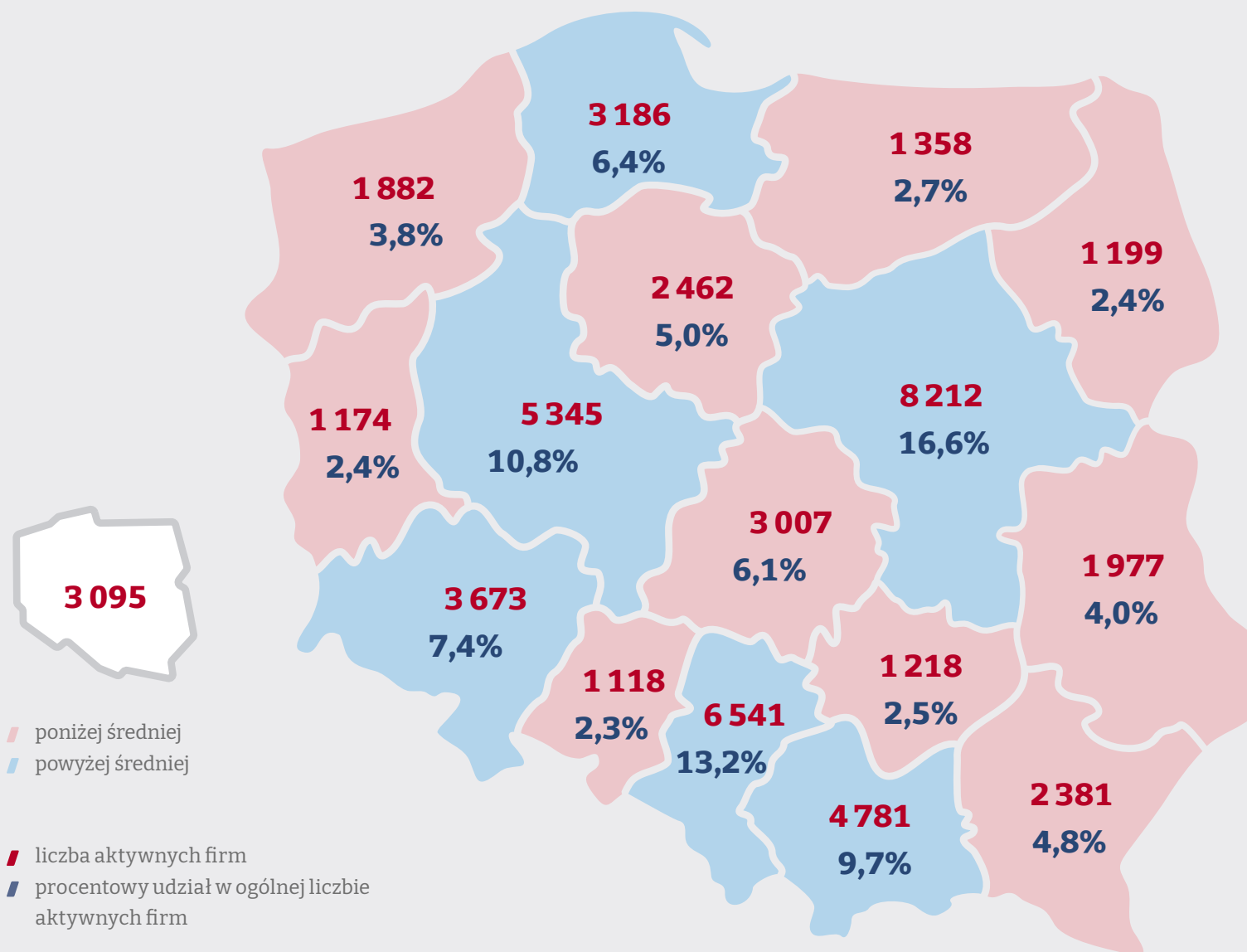


Mapa 3. Liczba aktywnych mikrofirm i ich procentowy udział w ogólnej liczbie aktywnych mikrofirm w roku 2020 według województw

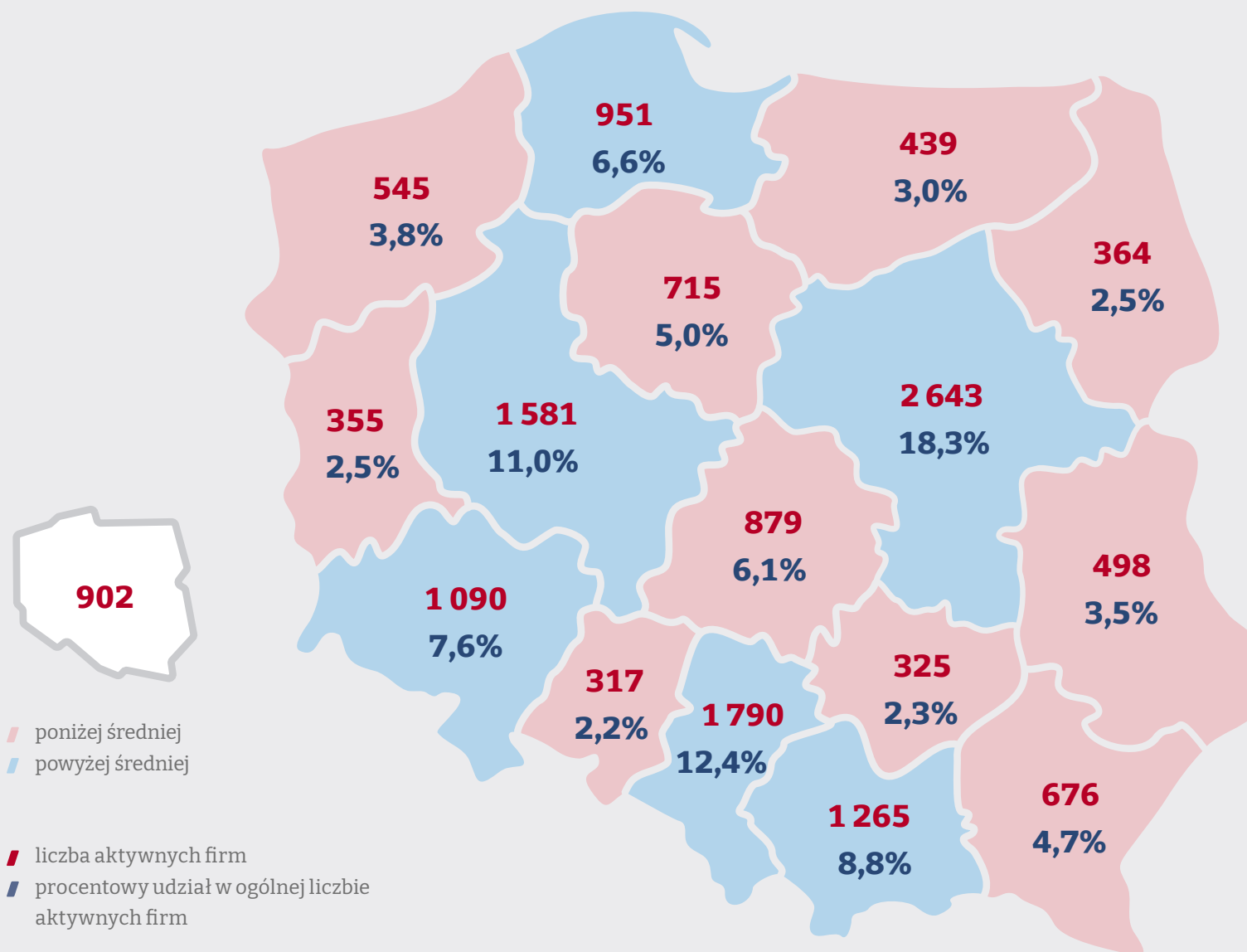




Mapa 4. Liczba aktywnych małych firm i ich procentowy udział w ogólnej liczbie aktywnych małych firm w roku 2020 według województw

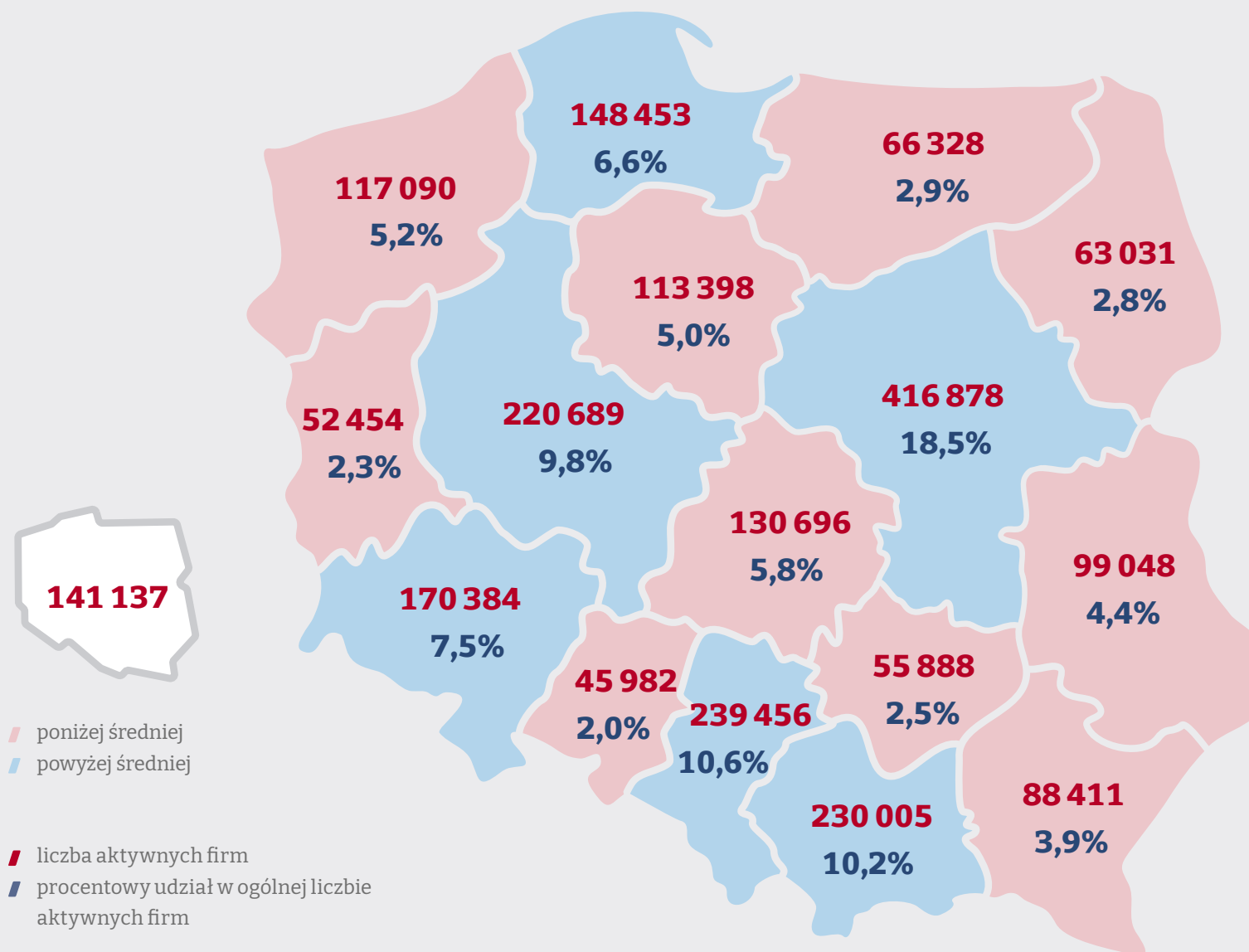


Mapa 5. Liczba aktywnych średnich firm i ich procentowy udział w ogólnej liczbie aktywnych średnich firm w roku 2020 według województw



Źródło: Bank Danych Lokalnych, [www.bdl.stat.gov.pl](http://www.bdl.stat.gov.pl)

Mapa 6. Liczba aktywnych mikro, małych oraz średnich firm i ich procentowy udział w ogólnej liczbie aktywnych MŚP w roku 2020 według województw



Źródło: Bank Danych Lokalnych, [www.bdl.stat.gov.pl](http://www.bdl.stat.gov.pl)

Liczba aktywnych firm w przeliczeniu na 1000 mieszkańców wydaje się lepszym miernikiem aktywności gospodarczej w danym regionie niż bezwzględna liczba przedsiębiorstw, gdyż eliminuje nierówności związane z różną liczbą mieszkańców poszczególnych województw.

Średnia liczba aktywnych mikro i małych firm na 1000 mieszkańców wyniosła w roku 2020 blisko 59 (Wykres 14).

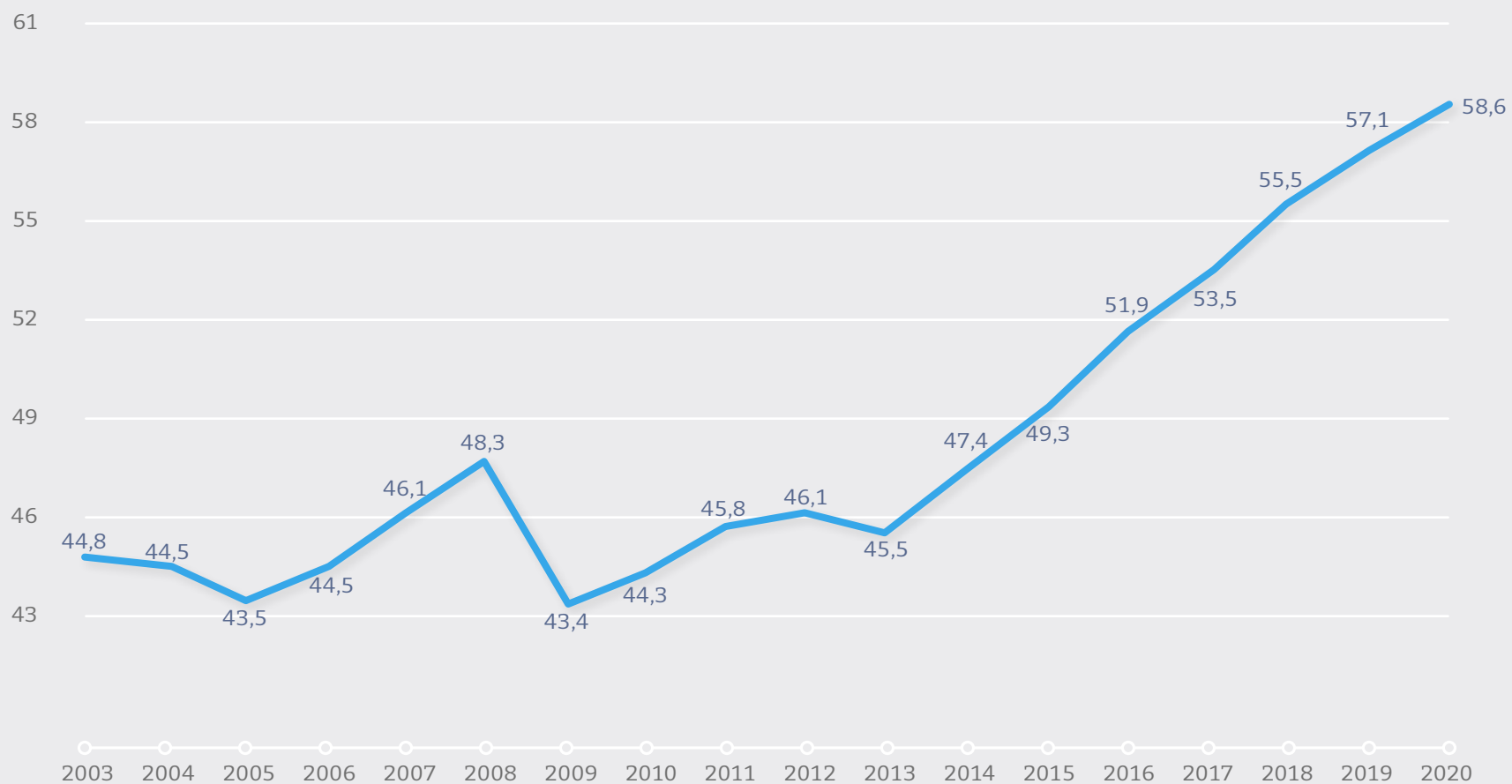
Dane z roku 2020 zaprezentowane na Mapie 7 po raz kolejny potwierdzają, że to właśnie województwo mazowieckie jest regionem o najwyższym poziomie aktywności gospodarczej również pod względem liczby aktywnych mikro i małych firm na 1000 mieszkańców. Na każde 1000 mieszkańców przypada tam 76 mikro i małych przedsiębiorstw. Na kolejnych miejscach uplasowały się województwa zachodniopomorskie (69) i małopolskie (67). Najśłabszą aktywność gospodarczą notuje się w województwach Polski Wschodniej: podkarpackim (41 mikro i małych firm na każde 1000 mieszkańców), świętokrzyskim (45), lubelskim (47), a także w woj. warmińsko-mazurskim (46) oraz opolskim (47).

Struktura aktywności firm średnich w przeliczeniu na 1000 mieszkańców jest bardzo podobna w całym kraju. Na każde 1000 mieszkańców w Polsce przypada 0,4 średniego przedsiębiorstwa. Regionami o największej aktywności firm średnich są województwa mazowieckie i wielkopolskie (0,5).

Ważnym źródłem informacji GUS dotyczącym liczby firm są również dane selekcyonowane według sekcji Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD 2007). W raporcie GUS „Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2020 roku” nie są uwzględniane firmy działające w sekcji A (rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo i rybactwo), sekcji K (działalność finansowa i ubezpieczeniowa), sekcji O (administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe zabezpieczenia społeczne), sekcji T (gospodarstwa domowe zatrudniające pracowników; gospodarstwa domowe produkujące wyroby i świadczące usługi na własne potrzeby) oraz sekcji U (organizacje i zespoły eksterytorialne).



Wykres 14. Liczba aktywnych mikro i małych firm na 1000 mieszkańców w latach 2003-2020



Źródło: Bank Danych Lokalnych, [www.bdl.stat.gov.pl](http://www.bdl.stat.gov.pl)

Mapa 7. Liczba aktywnych mikro i małych firm w roku 2020 w przeliczeniu na 1000 mieszkańców według województw

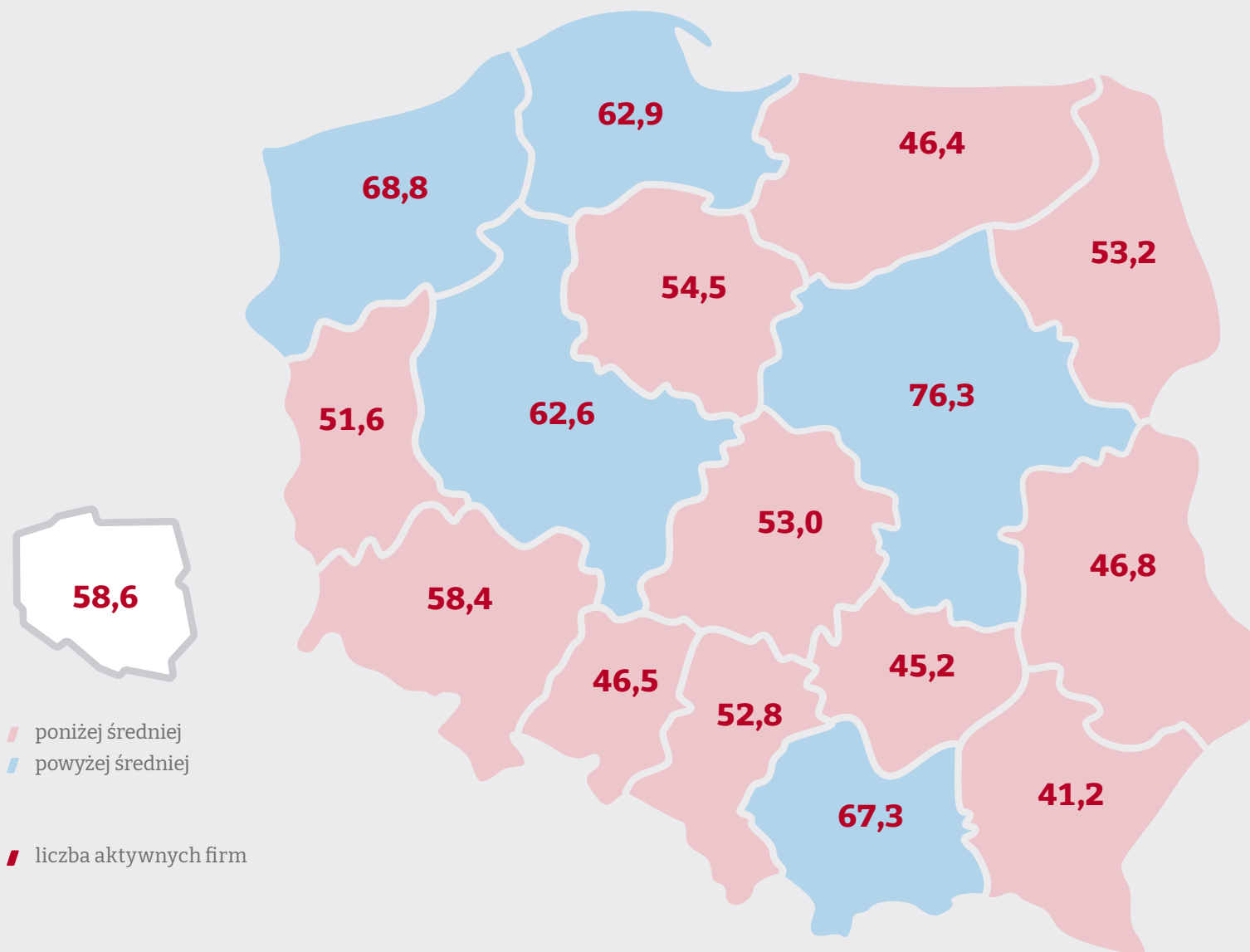


Tabela 3. Liczba aktywnych mikro, małych i średnich firm w roku 2020 według podstawowego rodzaju działalności

Rodzaj działalności	Liczba mikro i małych firm	Liczba mikrofirm	Liczba małych firm	Liczba średnich firm	% mikro i małych firm	% mikrofirm	% małych firm	% średnich firm
Ogółem	2 243 758	2 194 244	49 514	14 433	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Sekcja G: Handel; naprawa pojazdów samochodowych	484 947	471 641	13 306	2 927	21,6%	21,5%	26,9%	20,3%
Sekcja F: Budownictwo	347 898	341 241	6 657	1 108	15,5%	15,6%	13,4%	7,7%
Sekcja M: Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	313 423	310 491	2 932	572	14,0%	14,2%	5,9%	4,0%
Sekcje B, C, D, E: Przemysł	218 910	205 630	13 280	6 419	9,8%	9,4%	26,8%	44,5%
Sekcja Q: Opieka zdrowotna i pomoc społeczna	197 942	195 853	2 089	369	8,8%	8,9%	4,2%	2,6%
Sekcja H: Transport i gospodarka magazynowa	148 884	145 359	3 525	928	6,6%	6,6%	7,1%	6,4%
Sekcja J: Informacja i komunikacja	134 206	132 588	1 618	517	6,0%	6,0%	3,3%	3,6%
Sekcja S: Pozostała działalność usługowa	111 381	111 052	329	42	5,0%	5,1%	0,7%	0,3%
Sekcja N: Administrowanie i działalność wspierająca	83 754	82 101	1 653	731	3,7%	3,7%	3,3%	5,1%
Sekcja P: Edukacja	59 526	58 830	696	101	2,7%	2,7%	1,4%	0,7%
Sekcja I: Zakwaterowanie i gastronomia	59 520	57 866	1 654	239	2,7%	2,6%	3,3%	1,7%
Sekcja L: Obsługa rynku nieruchomości	59 320	57 766	1 554	429	2,6%	2,6%	3,1%	3,0%
Sekcja R: Kultura, rozrywka i rekreacja	24 047	23 826	221	51	1,1%	1,1%	0,4%	0,4%

Źródło: Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2020 roku, GUS. Uwaga: dane prezentowane malejąco według liczby mikro i małych firm

Najwięcej mikro i małych firm – 485 tys. – działało w roku 2020 w branży handlu i naprawy samochodów (Tabela 3). Na drugim miejscu pod względem liczby czynnych firm znalazło się budownictwo (348 tys. przedsiębiorstw). Granicę 200 tys. czynnych mikro i małych firm przekroczyły również sekcje: Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna (313 tys.) oraz Przemysł (219 tys.).

## Liczba firm aktywnych w Unii Europejskiej

Liczbę aktywnie prowadzonych firm w Polsce na tle Unii Europejskiej (UE) doskonale obrazują dane Eurostatu<sup>1</sup>, jako instytucji zajmującej się gromadzeniem oraz analizą danych statystycznych krajów europejskich (Tabela 4). Polska znajduje się na 5 miejscu w Europie pod względem liczby mikro i małych przedsiębiorstw, po Włochach, Francji, Hiszpanii i Niemczech (przed Brexitem Polskę wyprzedzały również Wielka Brytania). Tę samą pozycję Polska zajmuje również pod względem liczby firm średnich.

Tabela 4. Liczba aktywnych przedsiębiorstw w wybranych krajach europejskich w 2019 r.

	ogółem	mikro	małe	średnie	duże
EU27	23 168 929	21 553 171	1 361 585	211 000	43 500
Austria	331 145	288 827	35 756	5 354	1 208
Belgia	673 629	641 889	26 319	4 409	1 012
Bułgaria	348 667	320 059	23 547	4 365	696
Chorwacja	182 394	167 960	12 135	1 894	405
Czechy	1 058 776	1 017 047	33 009	7 057	1 663
Dania	228 443	202 811	20 952	3 967	713
Estonia	82 263	75 283	5 768	1 049	163
Finlandia	232 791	211 207	17 724	3 210	650

<sup>1</sup> Dane Eurostatu dotyczące aktywnych firm różnią się od danych GUS ze względu na zastosowaną metodologię. Dane Eurostatu nie uwzględniają niektórych sektorów działalności gospodarczej ujętych przez GUS. Ponadto Eurostat nie jest w stanie przedstawić danych dla wszystkich krajów członkowskich.



Francja	2 968 182	2 810 008	132 827	20 581	4 766
Grecja	717 680	677 620	35 687	3 847	526
Hiszpania	2 692 956	2 536 722	135 778	16 791	3 665
Holandia	1 294 642	1 240 419	43 214	9 207	1 802
Irlandia	265 963	243 302	18 515	3 480	666
Litwa	219 906	205 806	11 486	2 238	376
Luksemburg	35 295	30 781	3 611	730	173
Łotwa	111 646	102 050	7 933	1 451	212
Malta	31 863	29 274	2 121	397	71
Niemcy	2 592 680	2 158 870	365 824	56 166	11 822
Norwegia	300 283	273 587	22 754	3 306	636
<b>Polska</b>	<b>2 022 248</b>	<b>1 918 147</b>	<b>85 850</b>	<b>14 961</b>	<b>3 290</b>
Portugalia	930 303	885 130	38 176	6 011	986
Rumunia	516 703	462 870	44 407	7 774	1 652
Słowacja	512 082	497 812	11 171	2 505	594
Słowenia	149 024	140 593	6 910	1 279	242
Szwecja	647 793	608 120	32 342	5 914	1 417
Węgry	647 091	613 012	28 543	4 575	961
Włochy	3 616 916	3 414 226	178 110	20 939	3 641

Źródło: Structural business statistics, <http://ec.europa.eu/eurostat>

## 2. Zatrudnienie w mikro, małych i średnich firmach

Wg stanu na koniec roku 2020 w gospodarce narodowej pracowało 16,0 miliona osób<sup>1</sup>, z czego 10,0 miliona osób w przedsiębiorstwach (Wykres 15). Ponad połowa osób pracujących w sektorze przedsiębiorstw znalazła zatrudnienie w mikro i małych firmach (53%): w mikroprzedsiębiorstwach pracowało 4,2 mln osób (40,2% wszystkich pracujących w polskich przedsiębiorstwach), w firmach małych 1,1 mln osób (11%), w średnich z kolei 1,5 mln osób (15% wszystkich pracujących w polskich firmach).

Porównując liczbę pracujących w poszczególnych typach firm z liczbą aktywnych firm w roku 2020, okazuje się, że średnia liczba pracujących w polskim mikroprzedsiębiorstwie to 1,9 osoby, w małej firmie 21 osób, w firmie średniej 107 osób, natomiast w firmie dużej 878 osób. Średnia dla grupy mikro i małych firm to 2,3 osoby pracującej.

W roku 2020, w porównaniu do roku 2019, odnotowano nieznaczny wzrost liczby pracujących w mikro i małych przedsiębiorstwach (odpowiednio o 1,4% oraz 0,8%) oraz spadek liczby pracujących w średnich i dużych przedsiębiorstwach (o 2,3% oraz 1,4%).

Najwięcej osób pracuje w mikro i małych firmach województwa mazowieckiego (Mapa 8 i 9). W przypadku mikroprzedsiębiorstw jest to ponad 738 tys. osób (prawie 18% wszystkich pracujących w mikrofirmach), w małych firmach Mazowsza pracuje z kolei blisko 176 tys. osób (prawie 17% populacji pracowników małych przedsiębiorstw). Na kolejnych miejscach pod względem liczby osób pracujących w mikro i małych firmach uplasowały się województwo śląskie (odpowiednio

466 tys. osób i 138 tys. osób) oraz województwo wielkopolskie (odpowiednio 426 tys. osób i 115 tys. osób).

Najmniejsza liczba pracujących w aktywnych mikrofirmach w roku 2020 wystąpiła w województwie opolskim: 92 tys. osób, co stanowiło 2,2% wszystkich pracujących w tej grupie firm. Podobnie wyglądało to w przypadku małych firm, najmniej osób pracowało w małych firmach województwa opolskiego (24 tys. osób; 2,2% ogółu pracowników małych firm).

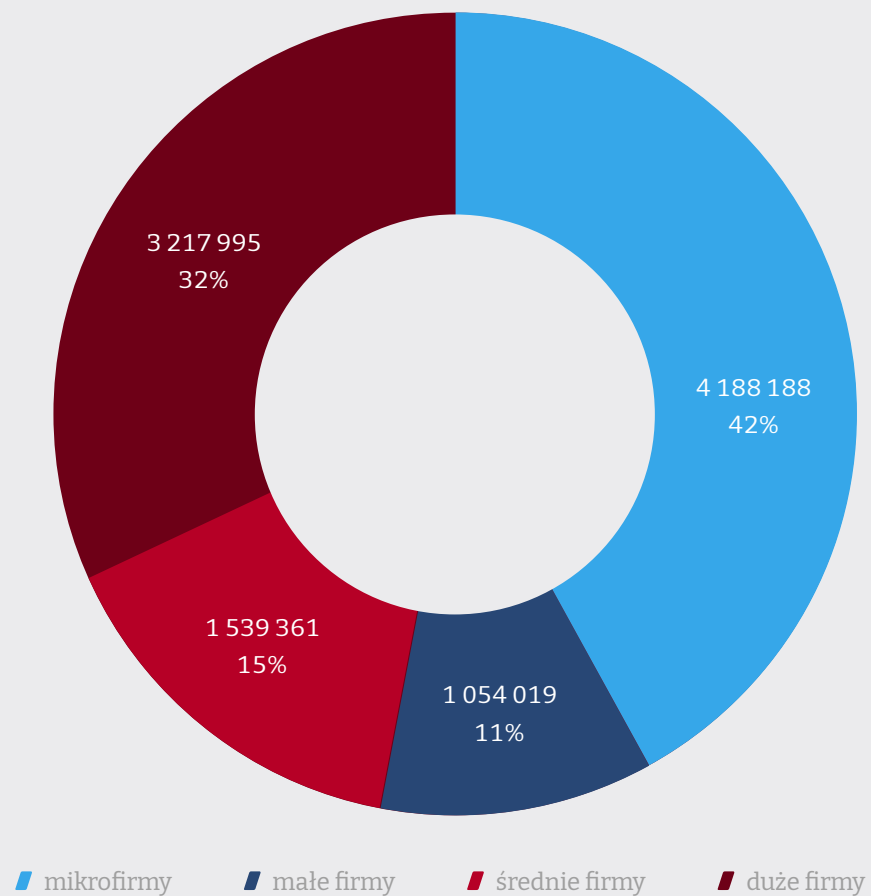
Największą liczbę pracujących w średnich firmach odnotowano w roku 2020 w województwie mazowieckim (283 tys., 18,4% ogółu zatrudnionych w średnich firmach; Mapa 10), śląskim (194 tys., 12,6%) oraz wielkopolskim (169 tys., 10,9%). Na przeciwnym biegunie znalazły się województwa świętokrzyskie (33 tys., 2,2%), opolskie (34 tys., 2,2%) oraz podlaskie (37 tys., 2,4%).

Rozkład przestrzenny liczby pracujących w całej populacji mikro, małych i średnich przedsiębiorstw w poszczególnych województwach (Mapa 11) nie odbiega on znacząco od rozkładów przedstawionych na poprzednich mapach. Dominują województwa: mazowieckie, śląskie i wielkopolskie. W firmach z tych trzech regionów znajduje zatrudnienie 40% wszystkich pracujących w aktywnych mikro, małych i średnich przedsiębiorstwach.

Analizując dane na Wykresie 17, który prezentuje liczbę pracujących w mikro i małych firmach w przeliczeniu na 1000 mieszkańców, należy zauważyć, że po wyraźnym spadku w kryzysowych latach 2009–2010, wskaźnik ten w latach 2014–2018 notował stały wzrost. W roku 2019 zanotowano nieznaczny spadek (rzędu 0,2%), po którym nastąpił

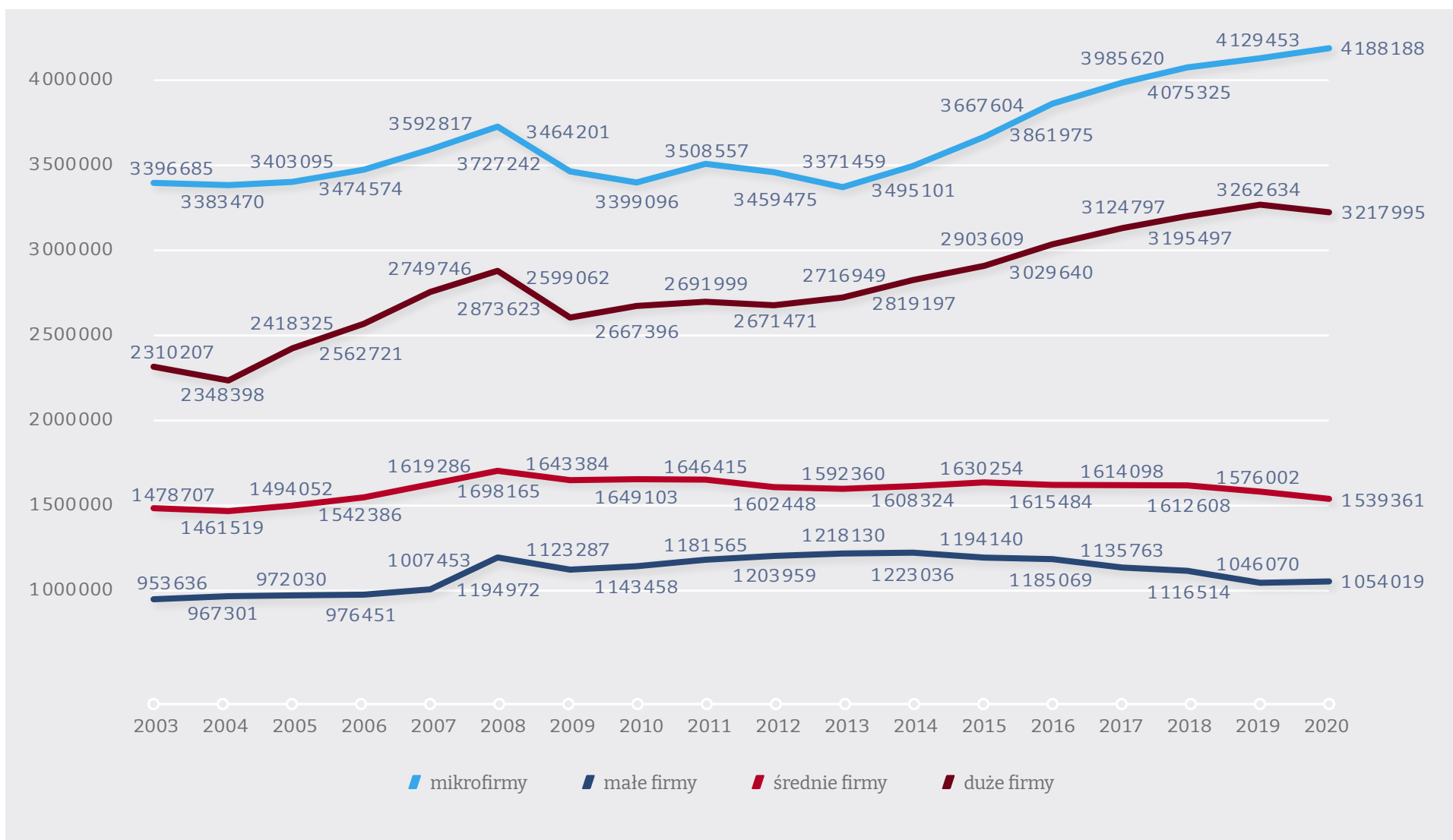
<sup>1</sup>Gus, Pracujący i wynagrodzenia w gospodarce narodowej (dane ostateczne) w 2020 r.

Wykres 15. Liczba pracujących w przedsiębiorstwach aktywnych (według stanu na 31 grudnia 2020 r.)



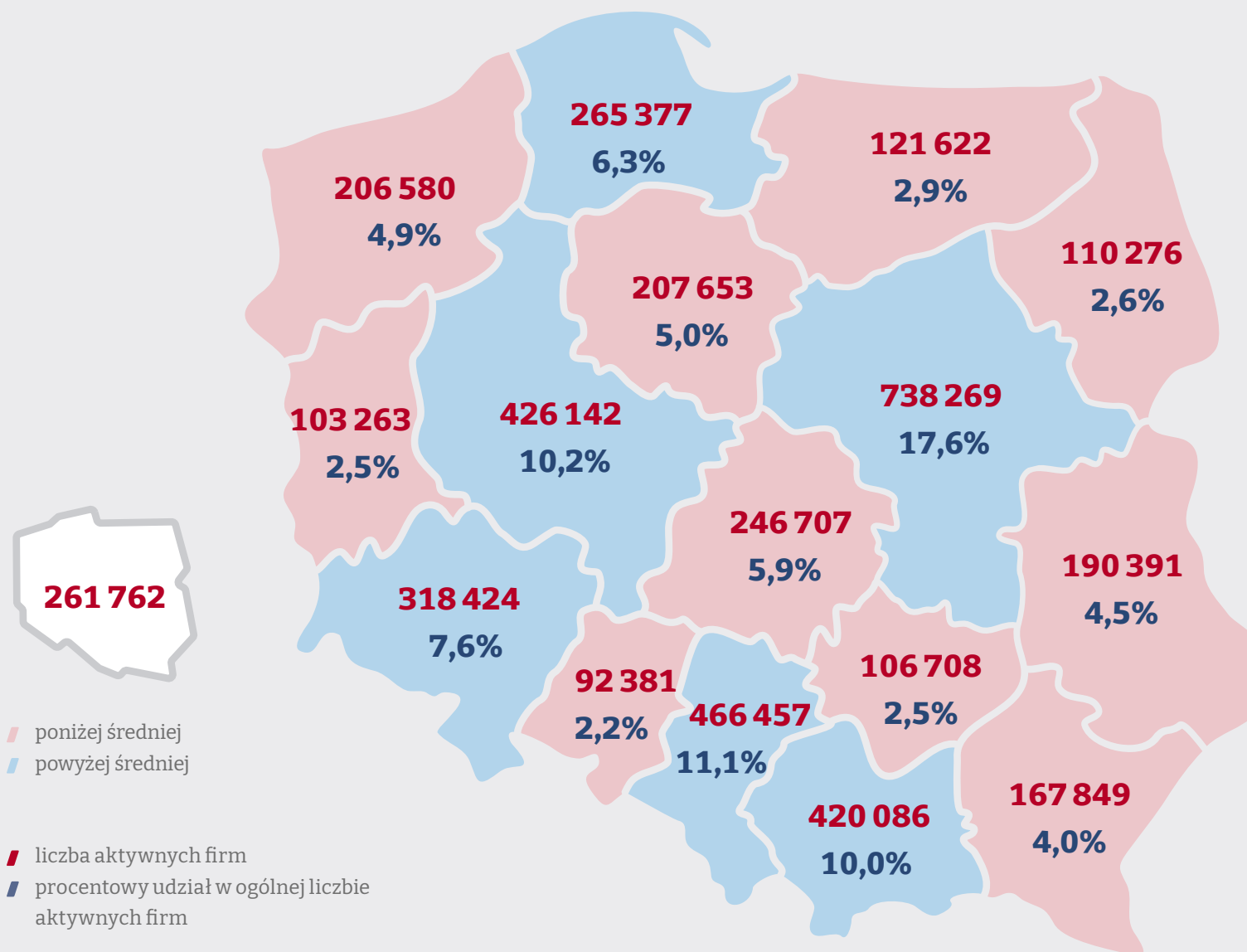
Źródło: Bank Danych Lokalnych, [www.bdl.stat.gov.pl](http://www.bdl.stat.gov.pl)

Wykres 16. Liczba pracujących w aktywnych przedsiębiorstwach w latach 2003-2020 (w tys.)



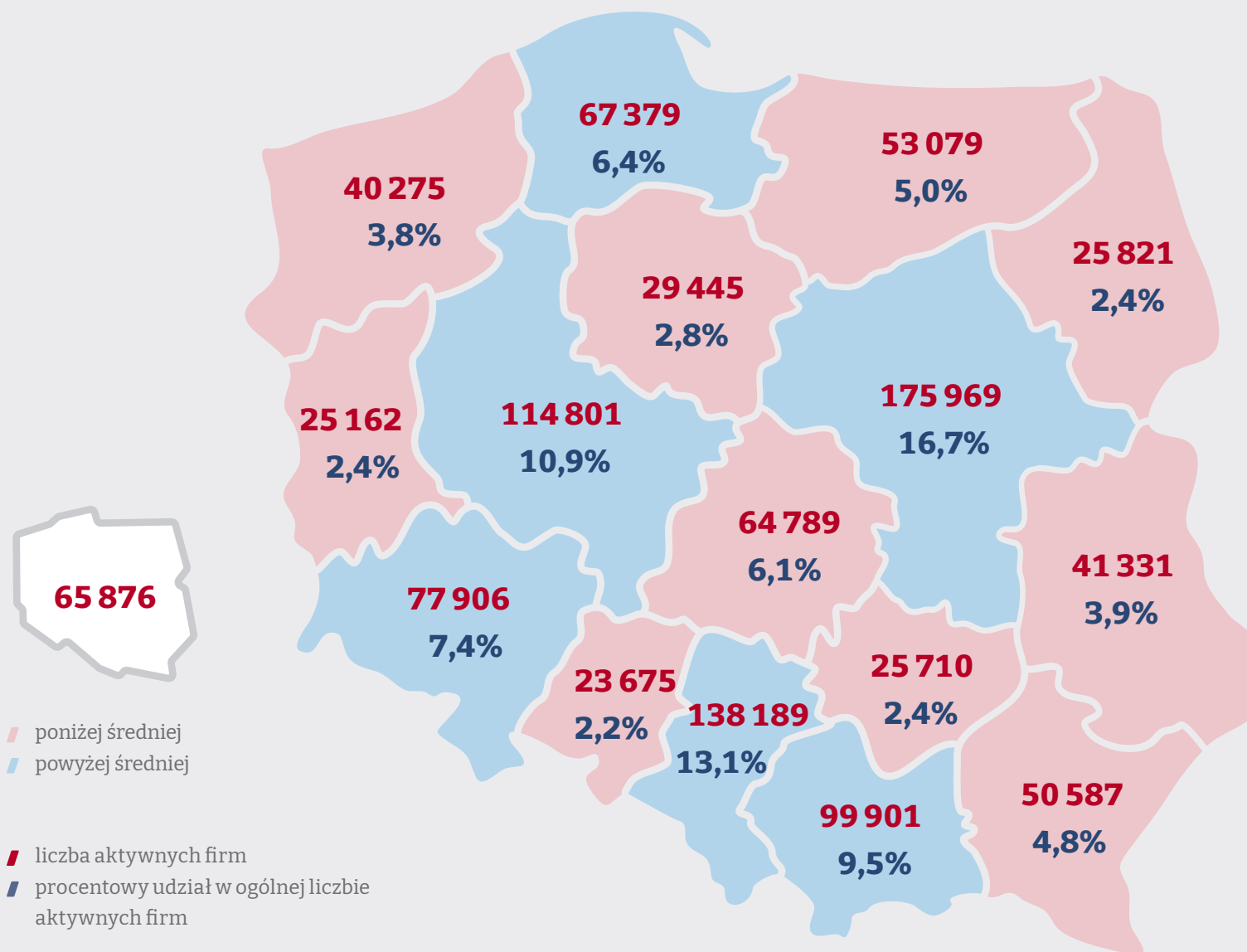
Źródło: Bank Danych Lokalnych, www.bdl.stat.gov.pl

Mapa 8. Liczba pracujących w aktywnych mikrofirmach i ich procentowy udział w ogólnej liczbie pracujących w mikrofirmach według województw w roku 2020



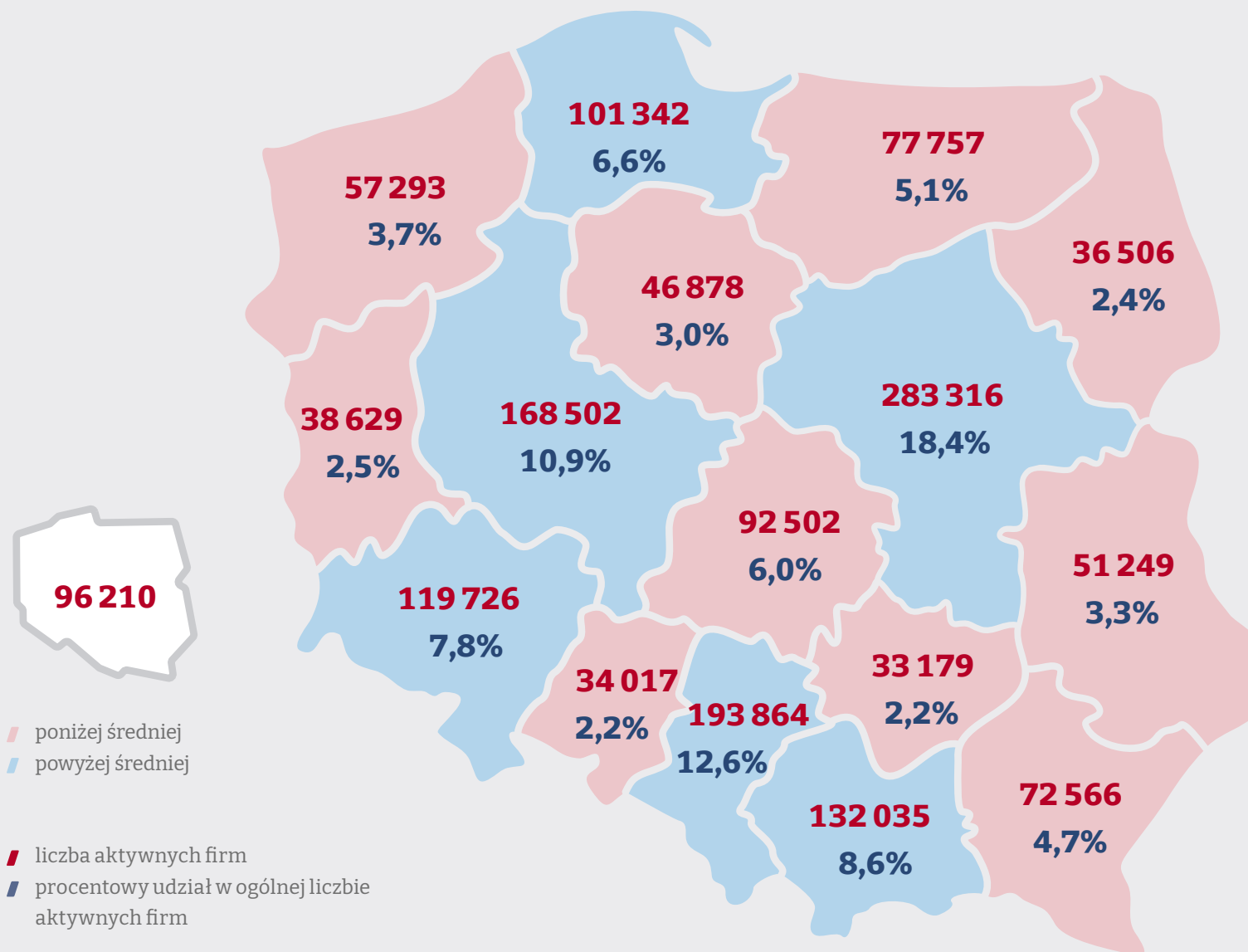
Źródło: Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2020 roku, GUS

Mapa 9. Liczba pracujących w aktywnych małych firmach i ich procentowy udział w ogólnej liczbie pracujących w małych firmach według województw w roku 2020



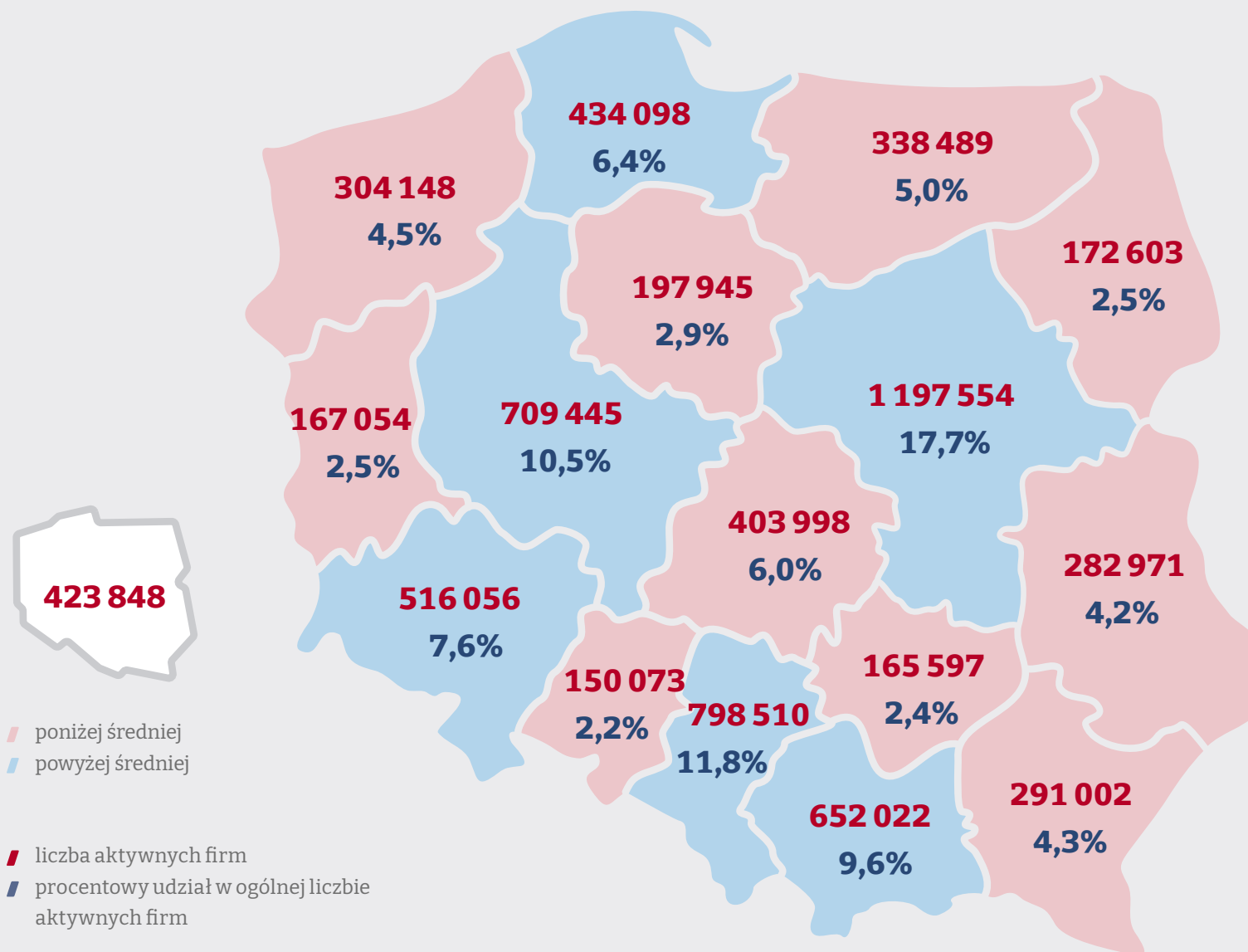
Źródło: Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2020 roku, GUS

Mapa 10. Liczba pracujących w aktywnych średnich firmach i ich procentowy udział w ogólnej liczbie pracujących w średnich firmach według województw w roku 2020



Źródło: Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2020 roku, GUS

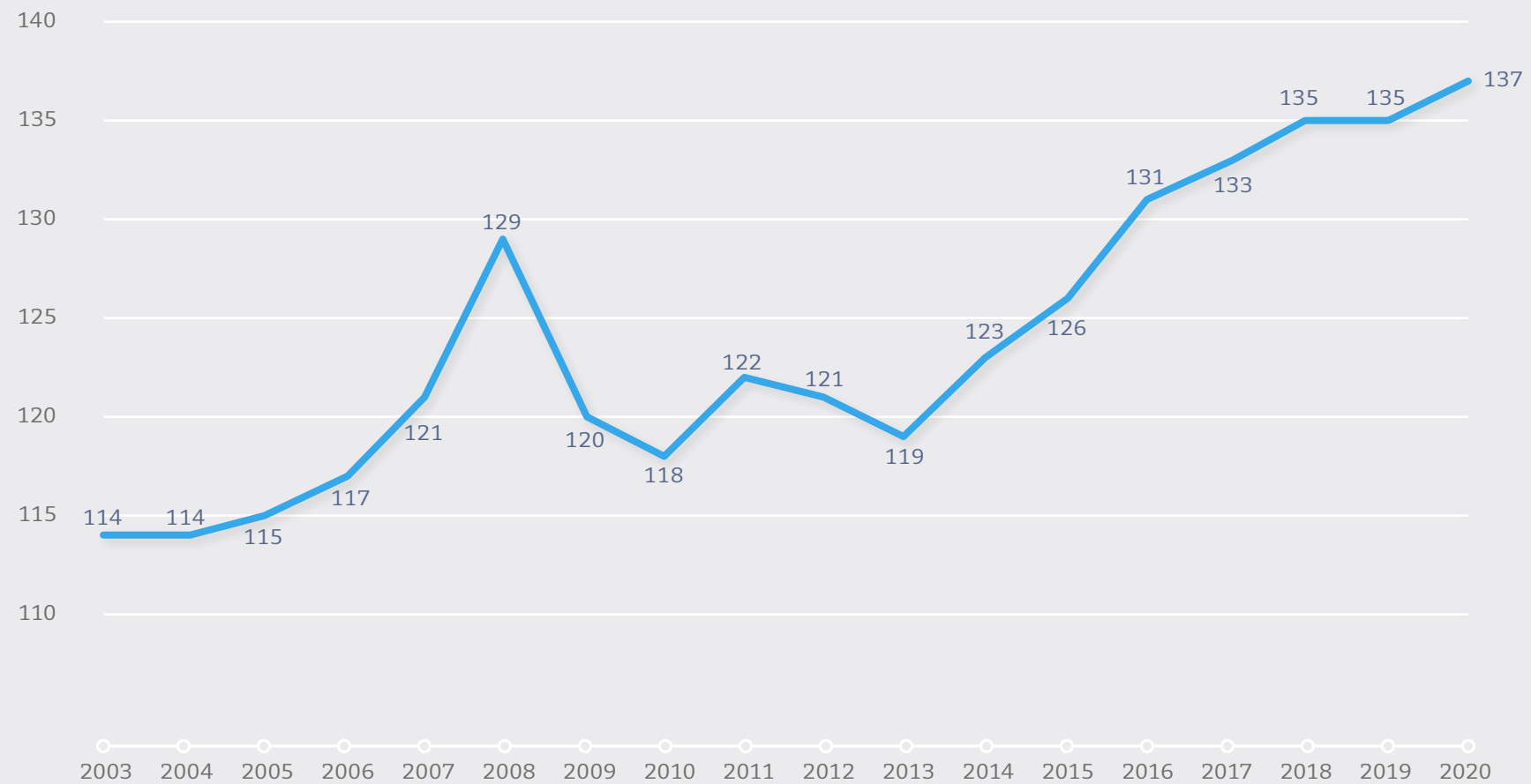
Mapa 11. Liczba pracujących w aktywnych mikro, małych i średnich firmach i ich procentowy udział w ogólnej liczbie średnich firm według województw w roku 2020



Źródło: Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2020 roku, GUS



Wykres 17. Liczba pracujących w aktywnych mikro i małych firm na 1000 mieszkańców w latach 2003-2020



Źródło: Bank Danych Lokalnych, [www.bdl.stat.gov.pl](http://www.bdl.stat.gov.pl)

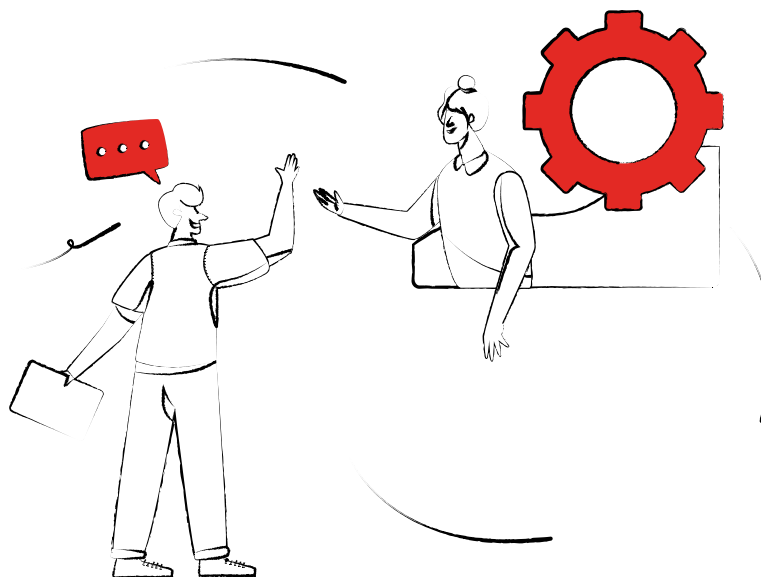
powrót na ścieżkę wzrostu w roku 2020, do rekordowego poziomu 137 osób pracujących w mikro i małych firmach na 1000 mieszkańców.

W średnich firmach w roku 2020 na każde 1000 mieszkańców zatrudnionych były 40 osób, natomiast w firmach dużych 84 osoby.

Struktura przestrzenna liczby pracujących w aktywnych mikro i małych firmach na 1000 mieszkańców w poszczególnych województwach w roku 2020 (Mapa 12), jest zbliżona do struktury liczby tych firm na 1000 mieszkańców. Województwo mazowieckie, z największą liczbą mikro i małych firm na 1000 mieszkańców, zatrudnia również największą liczbę pracowników (169) w mikro i małych firmach na 1000 mieszkańców. Na kolejnych miejscach znalazły się województwo wielkopolskie (155) oraz małopolskie (153). Najmniej osób pracujących w mikro i małych firmach w przeliczeniu na 1000 mieszkańców notuje się w województwach: podkarpackim (103), warmińsko-mazurskim (107) i świętokrzyskim (108).

Firmy średnie najwięcej pracowników na 1000 mieszkańców zatrudniają w województwie mazowieckim (52), natomiast najniższa wartość tego wskaźnika występuje w województwie lubelskim (25).

Największa liczba osób w sektorze MŚP pracuje w sekcji handlu i napraw pojazdów samochodowych (1,35 mln osób, 24% wszystkich pracujących w mikro, małych i średnich firmach), kolejne miejsca zajmują sekcje: przemysł (22%) i budownictwo (13%). Struktura ta istotnie zmienia się w zależności od wielkości przedsiębiorstwa: o ile wśród firm mikro jest zbliżona do struktury w całości populacji MŚP (co zrozumiałe ze względu na największą wagę tej grupy przedsiębiorstw), o tyle wśród firm małych i średnich największe zatrudnienie występuje w przemyśle (40% pracujących w tych dwóch grupach firm), a na kolejnych miejscach znajdują się sekcje handlu i napraw pojazdów (22%) i budownictwa (9%).



Mapa 12. Liczba pracujących w aktywnych mikro i małych firmach w roku 2020 na 1000 mieszkańców według województw

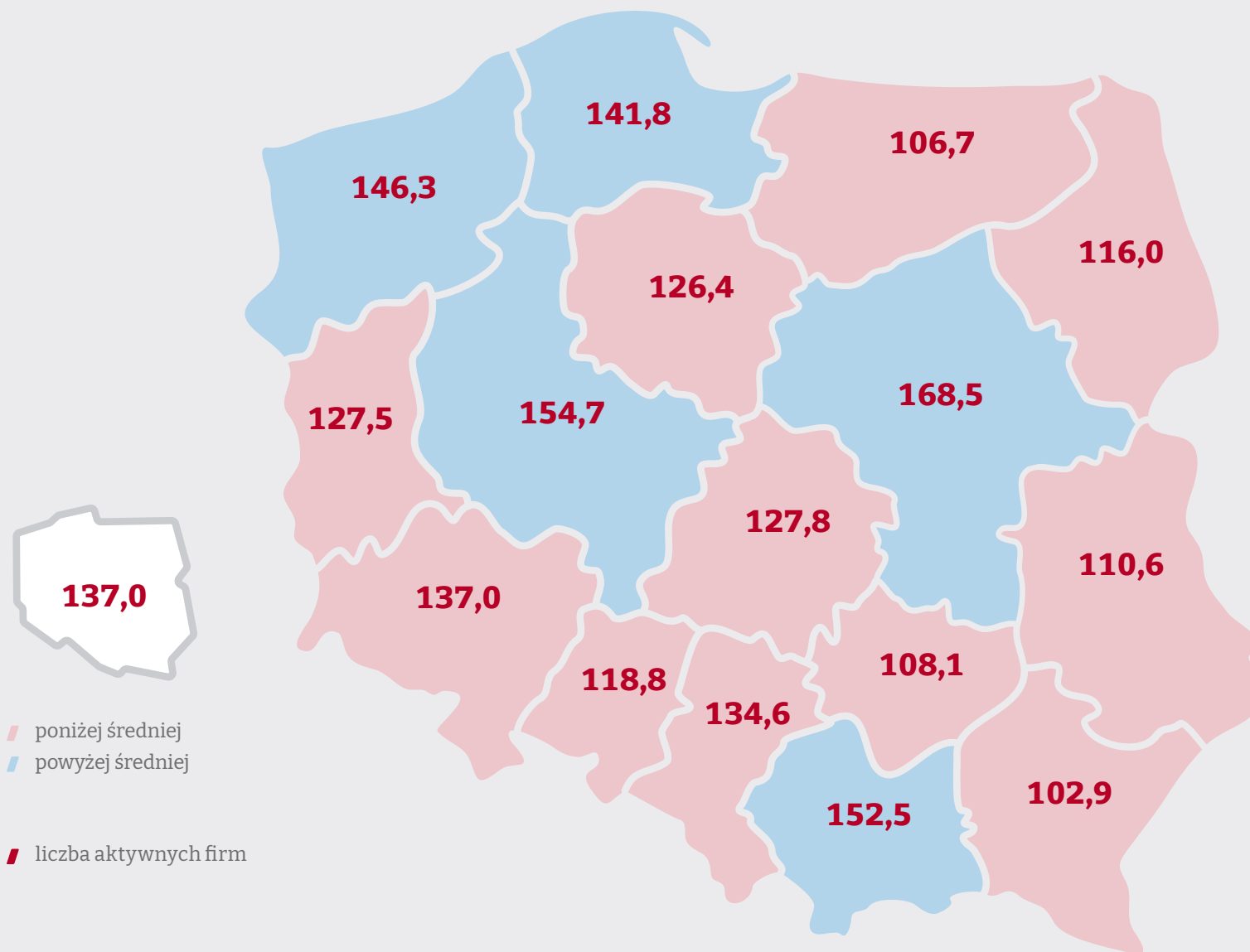


Tabela 5. Liczba pracujących w aktywnych mikro, małych i średnich firmach w roku 2020 według podstawowego rodzaju działalności

Rodzaj działalności	Pracujący w firmach mikro i małych	Pracujący w firmach mikro	Pracujący w firmach małych	Pracujący w firmach średnich	% pracujących w firmach mikro i małych	% pracujących w firmach mikro	% pracujących w firmach małych	% pracujących w firmach średnich
Ogółem	5 242 207	4 188 188	1 054 019	1 539 361	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Sekcja G: Handel; naprawa pojazdów samochodowych	1 350 082	1 069 629	280 453	289 699	25,8%	25,5%	26,6%	18,8%
Sekcja F: Budownictwo	790 706	656 338	134 368	105 234	15,1%	15,7%	12,7%	6,8%
Sekcje B, C, D, E: Przemysł	778 325	472 950	305 375	721 893	14,8%	11,3%	29,0%	46,9%
Sekcja M: Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	553 788	497 123	56 665	59 685	10,6%	11,9%	5,4%	3,9%
Sekcja H: Transport i gospodarka magazynowa	384 933	311 820	73 113	99 728	7,3%	7,4%	6,9%	6,5%
Sekcja Q: Opieka zdrowotna i pomoc społeczna	320 303	278 626	41 677	42 078	6,1%	6,7%	4,0%	2,7%
Sekcja J: Informacja i komunikacja	217 600	182 707	34 893	55 190	4,2%	4,4%	3,3%	3,6%
Sekcja I: Zakwaterowanie i gastronomia	198 596	166 753	31 843	23 882	3,8%	4,0%	3,0%	1,6%
Sekcja S: Pozostała działalność usługowa	186 518	180 138	6 380	4 151	3,6%	4,3%	0,6%	0,3%
Sekcja N: Administrowanie i działalność wspierająca	184 770	148 088	36 682	82 988	3,5%	3,5%	3,5%	5,4%
Sekcja L: Obsługa rynku nieruchomości	135 250	102 228	33 022	40 900	2,6%	2,4%	3,1%	2,7%
Sekcja P: Edukacja	101 928	87 016	14 912	9 000	1,9%	2,1%	1,4%	0,6%
Sekcja R: Kultura, rozrywka i rekreacja	39 408	34 772	4 636	4 933	0,8%	0,8%	0,4%	0,3%

Źródło: Gus, Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2020 roku. Uwaga: dane prezentowane malejąco według wartości nakładów inwestycyjnych mikro i małych firm.

## Zatrudnienie w polskich firmach na tle Unii Europejskiej

Podobnie jak w przypadku liczby przedsiębiorstw, Polska zajmuje piąte miejsce w EU pod względem liczby zatrudnionych w aktywnych

przedsiębiorstwach – zarówno ogółem, jak i w kategorii firm mikro i małych oraz w kategorii firm średnich. Polska plasuje się po Włoszech, Francji, Hiszpanii i Niemczech, a przed Brexitem Polskę wyprzedzałyby również Wielka Brytania.

Tabela 6. Liczba zatrudnionych w aktywnych przedsiębiorstwach w wybranych krajach europejskich w 2019 r.

	ogółem	mikro	małe	średnie	duże
EU27	131 524 634	37 500 000	26 243 026	20 990 512	46 777 163
Austria	2 983 138	704 826	b.d.	b.d.	b.d.
Belgia	2 965 107	972 022	515 061	441 162	1 036 862
Bułgaria	2 017 893	601 106	461 807	432 588	522 392
Chorwacja	1 111 669	349 102	229 698	192 177	340 692
Czechy	3 789 469	1 157 246	661 990	723 048	1 247 186
Dania	1 789 857	351 669	b.d.	b.d.	b.d.
Estonia	443 392	141 254	108 651	100 688	92 799
Finlandia	1 567 232	346 205	353 894	308 883	558 252
Francja	15 897 389	3 577 826	2 523 607	2 048 471	7 747 486
Grecja	2 647 562	1 166 615	664 542	362 023	454 385
Hiszpania	13 010 370	4 639 275	2 590 010	1 670 362	4 110 722
Holandia	6 123 176	1 698 646	1 114 184	1 118 136	2 192 164
Irlandia	1 637 577	416 342	366 631	339 700	514 904
Litwa	1 020 027	298 394	228 086	218 659	274 888
Luksemburg	296 297	50 142	71 748	72 044	102 363
Łotwa	637 632	195 705	156 514	140 356	145 057
Malta	170 773	b.d.	41 774	39 721	b.d.
Niemcy	31 564 199	5 902 546	6 979 767	5 432 667	13 249 222

Norwegia	1 674 709	372 678	434 262	332 278	535 491
Polska	10 033 174	3 415 842	1 686 960	1 538 294	3 392 078
Portugalia	3 565 005	1 404 551	729 326	b.d.	b.d.
Rumunia	4 088 566	973 942	881 629	792 261	1 440 734
Słowacja	1 653 333	716 208	224 734	256 453	455 938
Słowenia	675 981	227 449	132 443	129 851	186 241
Szwecja	3 421 270	669 729	631 389	590 424	1 529 727
Węgry	2 931 022	1 015 191	538 916	454 520	922 395
Włochy	15 198 230	6 365 669	3 177 405	2 021 847	3 633 309

Źródło: Structural business statistics, <http://ec.europa.eu/eurostat>

### 3. Inwestycje mikro, małych i średnich firm

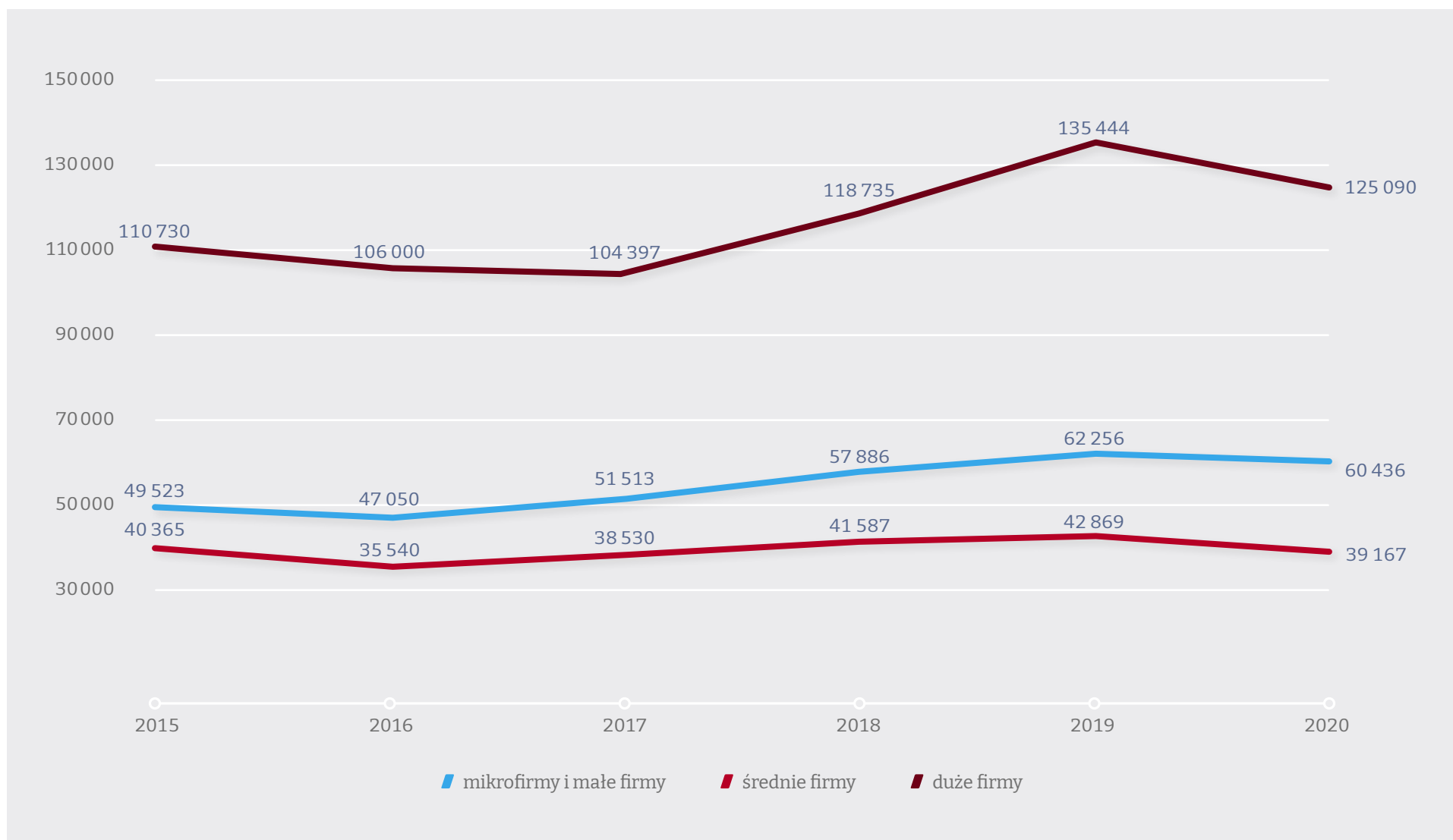
Wartość inwestycji zrealizowanych przez aktywne polskie firmy w roku 2020 wyniosła blisko 225 mld zł. i była o 7% niższa, niż w roku poprzedzającym. Z tej kwoty niemal 204 mld przeznaczono na nowe obiekty majątkowe oraz ulepszenie istniejących, a 21 mld na zakup używanych środków trwałych.

Inwestycje mikroprzedsiębiorstw miały wartość blisko 43 mld zł., co stanowiło 19% wszystkich nakładów inwestycyjnych sektora przedsiębiorstw (Wykres 19). W roku 2020 małe przedsiębiorstwa przeznaczyły na inwestycje niecałe 18 mld zł., tj. 8% wartości inwestycji w polskich firmach. Łącznie sektor mikro i małych firm zainwestował w środki

trwale kwotę ponad 60 mld zł., co stanowiło 27% wartości ogółu inwestycji. Największych inwestycji dokonały firmy duże (125 mld zł, 56% całkowitej wartości inwestycji przedsiębiorstw), natomiast inwestycje firm średnich wyniosły 39 mld zł (17%).

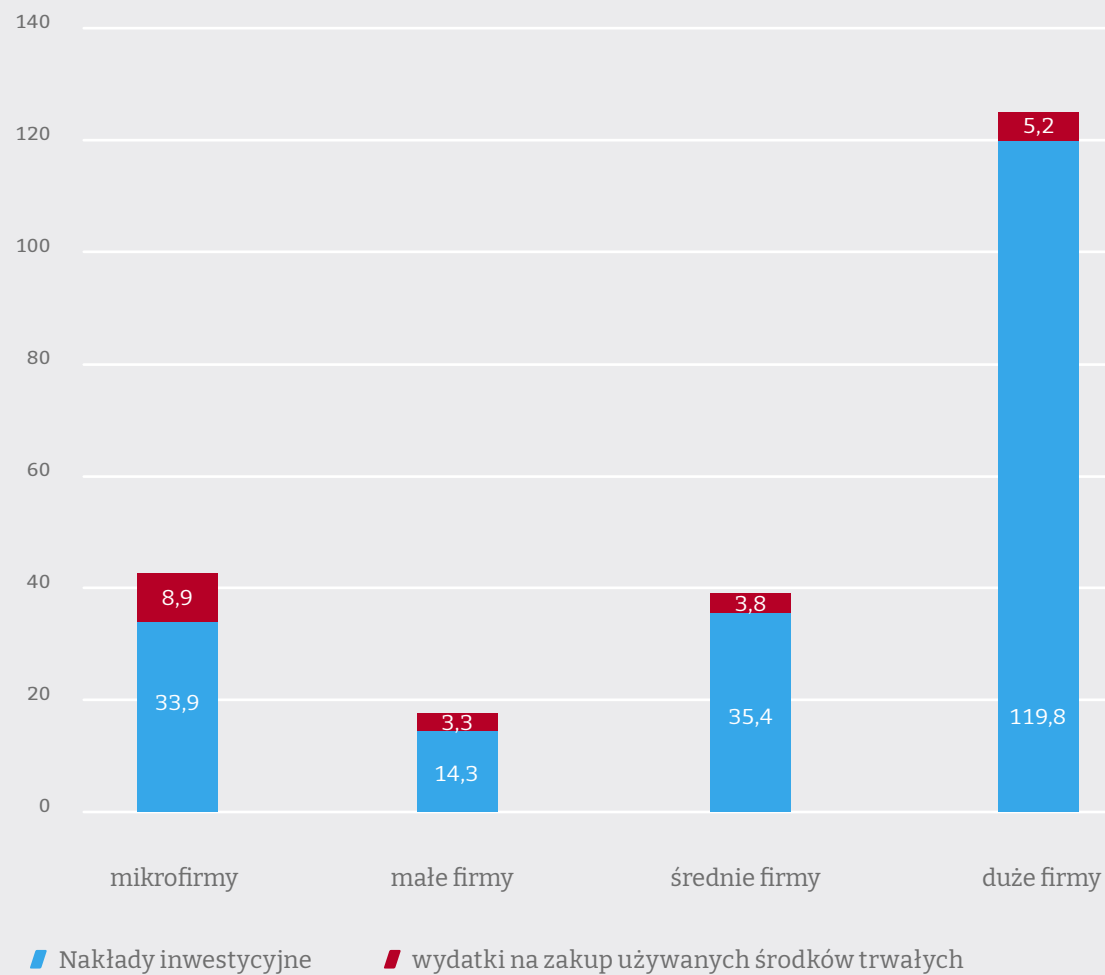
Średnie nakłady inwestycyjne przypadające na aktywne przedsiębiorstwo w roku 2020 wyniosły 99 tys. zł. Wśród przedsiębiorstw mikro było to niecałe 20 tys. zł, a w przedsiębiorstwach małych 355 tys. zł. Średnia wartość inwestycji przypadająca na 1 średnie przedsiębiorstwo w roku 2020 wyniosła ponad 2,7 mln zł. Najwyższe pod względem wartości inwestycje były oczywiście realizowane przez duże firmy, średnio na jedno duże przedsiębiorstwo przypadały wydatki inwestycyjne na poziomie 34 mln zł.

Wykres 18. Nakłady inwestycyjne przedsiębiorstw w latach 2015-2020 (mln PLN, ceny bieżące)



Źródło: GUS, Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2020 roku.

Wykres 19. Nakłady inwestycyjne w aktywnych przedsiębiorstwach w roku 2020 (w mld PLN)



Źródło: GUS, Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2020 roku.



Największe nakłady inwestycyjne w przeliczeniu na 1 mikro i małą firmę wystąpiły w branży obsługi rynku nieruchomości (206 tys. zł). W tej

samej sekcji zanotowano największe nakłady inwestycyjne w przeliczeniu na jedną firmę średnią (7,9 mln zł; Tabela 7).

Tabela 7. Nakłady inwestycyjne w aktywnych mikro, małych i średnich firm w roku 2020 według podstawowego rodzaju działalności (w tys. PLN)

Rodzaj działalności	Nakłady inwestycyjne w firmach mikro i małych	Nakłady inwestycyjne w firmach mikro	Nakłady inwestycyjne w firmach małych	Nakłady inwestycyjne w firmach średnich	nakłady inwestycyjne na 1 mikro i małą firmę (tys. zł)	nakłady inwestycyjne na 1 mikro firmę (tys. zł)	nakłady inwestycyjne na 1 małą firmę (tys. zł)	nakłady inwestycyjne na 1 średnią firmę (tys. zł)
Ogółem	60 436 351	42 836 404	17 599 947	39 166 994	26,9	19,5	355,5	2 713,7
Sekcja L: Obsługa rynku nieruchomości	12 235 734	10 512 967	1 722 767	3 389 428	206,3	182,0	1 108,6	7 900,8
Sekcje B, C, D, E: Przemysł	12 168 575	6 835 528	5 333 047	19 825 179	55,6	33,2	401,6	3 088,5
Sekcja F: Budownictwo	9 843 301	7 841 607	2 001 694	2 483 877	28,3	23,0	300,7	2 241,8
Sekcja G: Handel; naprawa poj. Samochodowych	8 575 661	4 788 926	3 786 735	4 528 325	17,7	10,2	284,6	1 547,1
Sekcja H: Transport i gospodarka magazynowa	4 178 596	2 766 791	1 411 805	2 285 946	28,1	19,0	400,5	2 463,3
Sekcja N: Administrowanie i działalność wspierająca	3 377 619	2 253 028	1 124 591	3 955 721	40,3	27,4	680,3	5 411,4
Sekcja M: Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	3 061 667	2 514 966	546 701	619 288	9,8	8,1	186,5	1 082,7
Sekcja I: Zakwaterowanie i gastronomia	2 089 445	1 617 263	472 182	385 248	35,1	27,9	285,5	1 611,9

Sekcja Q: Opieka zdrowotna i pomoc społeczna	1 889 464	1 606 189	283 275	480 188	9,5	8,2	135,6	1 301,3
Sekcja J: Informacja i komunikacja	1 774 581	1 207 969	566 612	851 633	13,2	9,1	350,2	1 647,3
Sekcja R: Kultura, rozrywka i rekreacja	452 572	219 815	232 757	309 566	18,8	9,2	1 053,2	6 069,9
Sekcja S: Pozostała działalność usługowa	409 339	326 961	82 378	29 073	3,7	2,9	250,4	692,2
Sekcja P: Edukacja	379 797	344 394	35 403	23 522	6,4	5,9	50,9	232,9

Źródło: Gus, Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2020 roku.

Uwaga: dane prezentowane malejąco według wartości nakładów inwestycyjnych mikro i małych firm

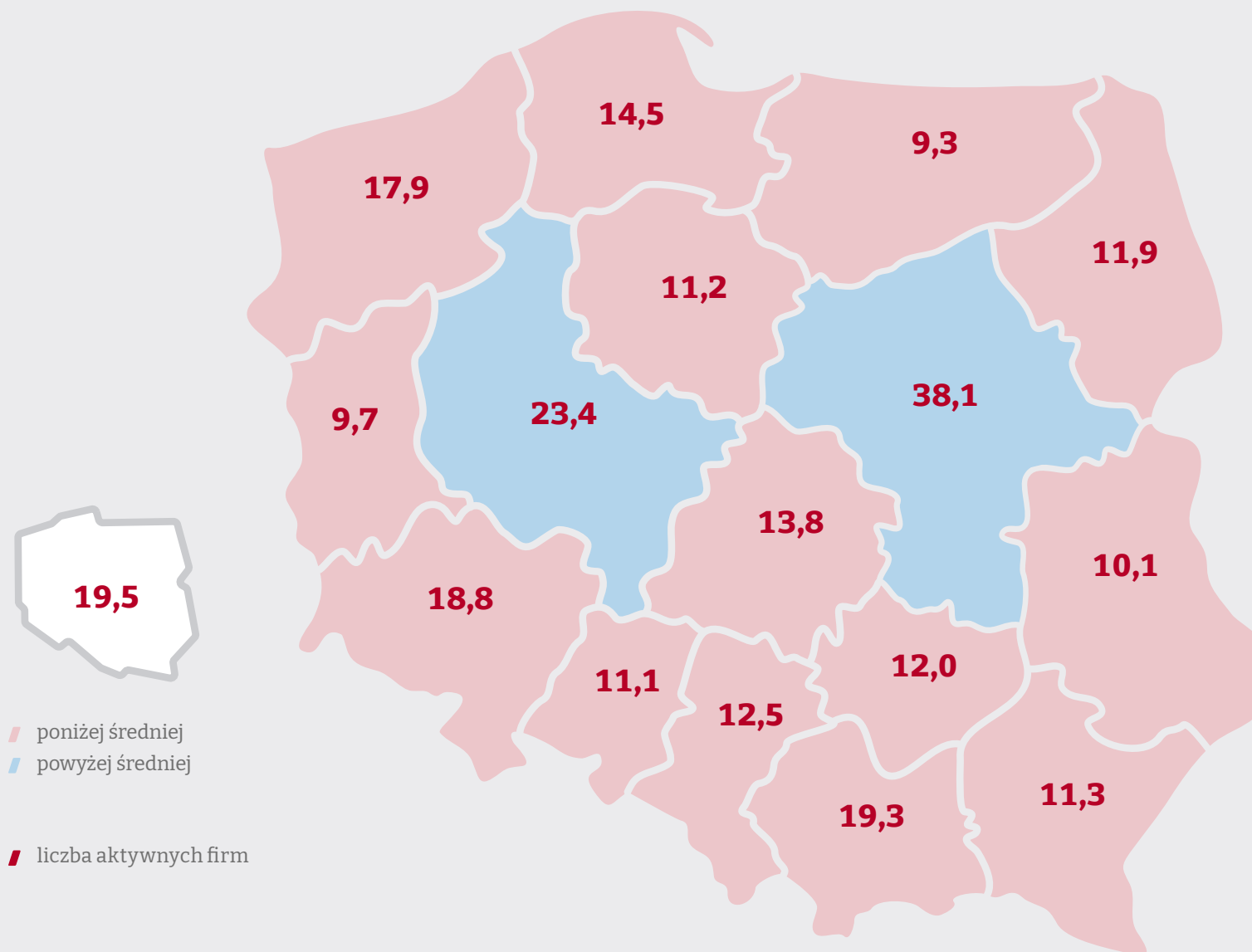
Jeżeli chodzi o zróżnicowanie regionalne, wśród mikrofirm największymi średnimi nakładami inwestycyjnymi w roku 2020 mogły pochwalić się mikroprzedsiębiorstwa z województw: mazowieckiego (38 tys. zł), wielkopolskiego (23 tys. zł) i małopolskiego (19 tys. zł; Mapa 13). Na przeciwległym biegunie znalazło się województwo warmińsko-mazurskie ze średnimi inwestycjami w najmniejszych firmach na poziomie 9,3 tys. zł.

W roku 2020 nakłady inwestycyjne przypadające na 1 małe przedsiębiorstwo były najwyższe w województwach: warmińsko-mazurskim (508 tys. zł; Mapa 14), dolnośląskim (445 tys. zł) i mazowieckim (428 tys. zł). Przeciętnie najmniej inwestowały małe firmy z województwa śląskiego (255 tys. zł).

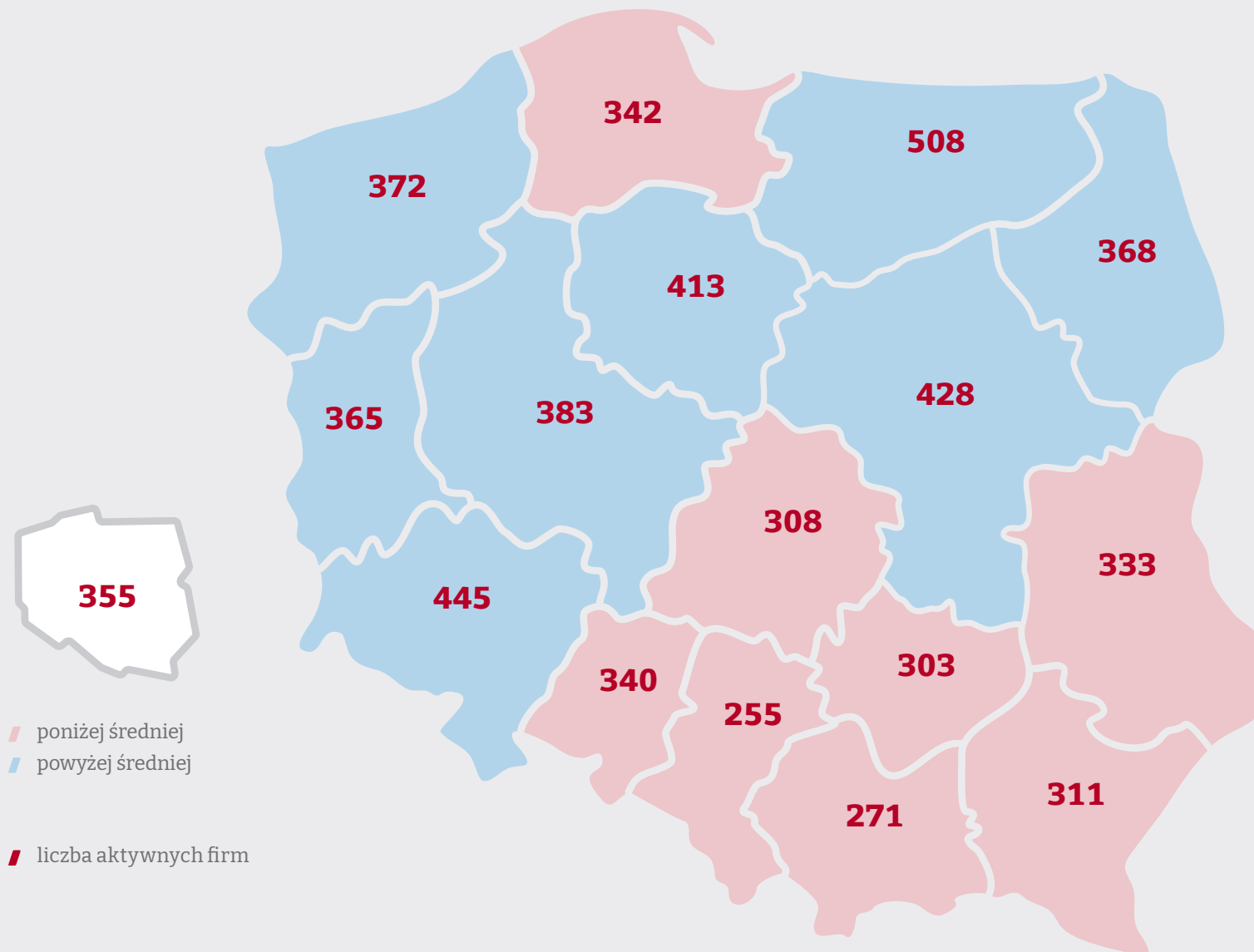
Z kolei największe nakłady inwestycyjne w przeliczeniu na 1 średnią firmę odnotowano w roku 2020 w województwach: zachodniopomorskim (ponad 5,5 mln zł), mazowieckim (3,7 mln zł) i śląskim (2,9 mln zł). Najniższe średnie nakłady inwestycyjne poniosły natomiast firmy średnie z województwa lubelskiego (1,6 mln zł), warmińsko-mazurskiego oraz świętokrzyskiego (w obu nieco poniżej 2 mln zł).

Ważnym zagadnieniem przy omawianiu inwestycji przedsiębiorstw jest wartość brutto środków trwałych. Ich łączna wartość w roku 2020 wyniosła 2542 mld zł., przy czym znaczna część tego majątku (60%) jest własnością dużych przedsiębiorstw (Wykres 20). Wartość brutto środków trwałych w mikrofirmach wyniosła 363 mld zł., co stanowiło 14% majątku trwałego wszystkich polskich firm. Dla firm

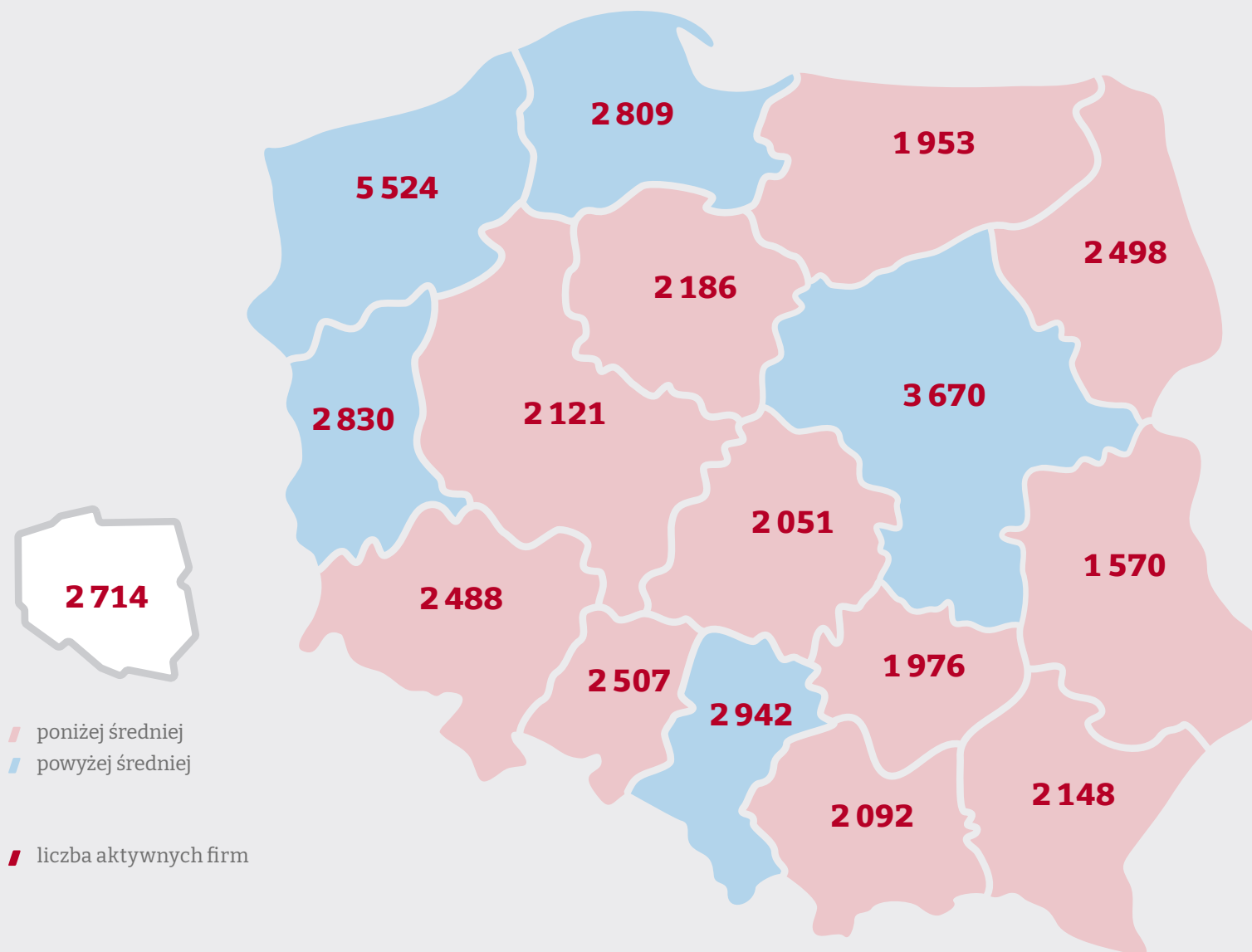
Mapa 13. Średnie nakłady inwestycyjne w mikrofirmach w roku 2020 według województw (w tys. PLN)



Mapa 14. Średnie nakłady inwestycyjne w małych firmach w roku 2020 według województw (w tys. PLN)



Mapa 15. Średnie nakłady inwestycyjne w średnich firmach w roku 2020 według województw (w tys. PLN)



Źródło: Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2020 roku, GUS

małych i średnich wartości te wyniosły odpowiednio 205 mld zł (8%) i 440 mld zł (17% całkowitej wartości brutto środków trwałych w przedsiębiorstwach).

Średnia wartość brutto środków trwałych przypadająca na 1 mikroprzedsiębiorstwo w 2020 r. wyniosła 166 tys. zł. W małych firmach było to średnio 4,1 mln zł, w średnich firmach 30,5 mln zł, by dla dużych firm osiągnąć średnią na poziomie 419 mln zł.

Podstawowym składnikiem majątku firm są budynki i lokale. W roku 2020 w mikroprzedsiębiorstwach stanowiły one 51% wartości środków trwałych, w małych firmach 60%, w średnich 49%. W przypadku mikrofirm drugim pod względem udziału w strukturze środków trwałych składnikiem są środki transportu (27%). Najmniejszy udział mają maszyny, urządzenia i narzędzia (22%). W małych firmach te składniki stanowią odpowiednio 11% (środki transportu) i 29% (maszyny, urządzenia i narzędzia), natomiast w firmach średnich odpowiednio – 11% (środki transportu) oraz 40% (maszyny i urządzenia). Dla porównania, struktura majątku trwałego dużych firm przedstawia się w następujący sposób: maszyny, urządzenia i narzędzia stanowią 50%, budynki i lokale – 44%, a środki transportu 6%.

Stopień zużycia środków trwałych w 2020 r. w mikroprzedsiębiorstwach wyniósł 48%, w małych firmach: 46%, w średnich 48% i w dużych 52%.

Największe zużycie we wszystkich grupach przedsiębiorstw odnotowuje się w maszynach i urządzeniach (poziom maksymalny:

67% w mikroprzedsiębiorstwach), najmniejsze w budynkach i budowlach (najmniejsze zużycie: 31%, także w mikroprzedsiębiorstwach).

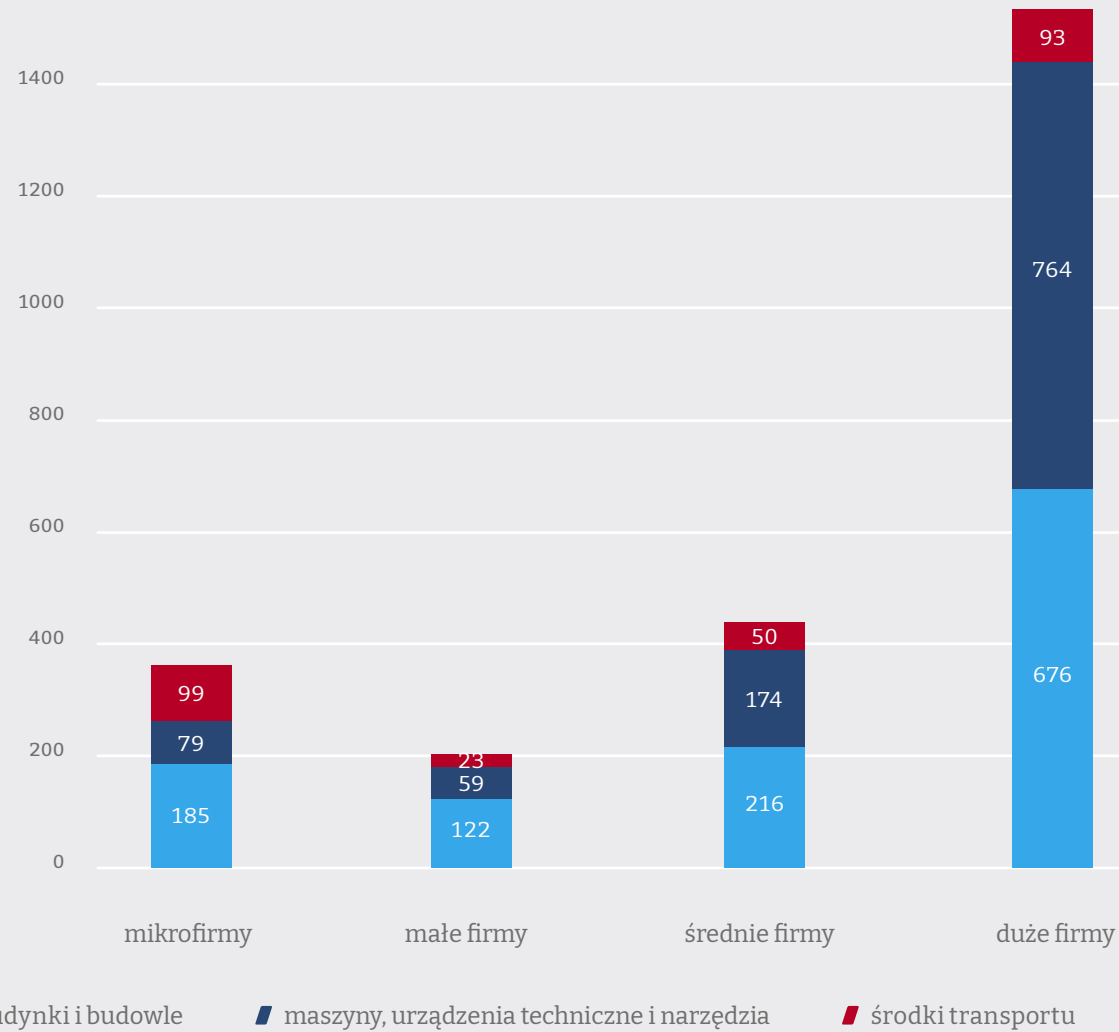
#### 4. Wynik finansowy mikro, małych i średnich firm

W roku 2020 mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa osiągnęły prawie 56% przychodów wszystkich polskich aktywnych przedsiębiorstw oraz ponad 75% zysku brutto wypracowanego przez podmioty osiągające dodatni wynik finansowy (Wykres 22).

Średnie przychody na jedno mikroprzedsiębiorstwo wynosiły w 2020 roku 630 tys. zł., w małych firmach wskaźnik ten wyniósł 12,3 mln zł., a w średnich – 65,6 mln zł. Średni zysk brutto to 127 tys. zł. w mikrofirmach, 1,1 mln zł. w małych przedsiębiorstwach oraz 4,1 mln zł. w firmach średnich.

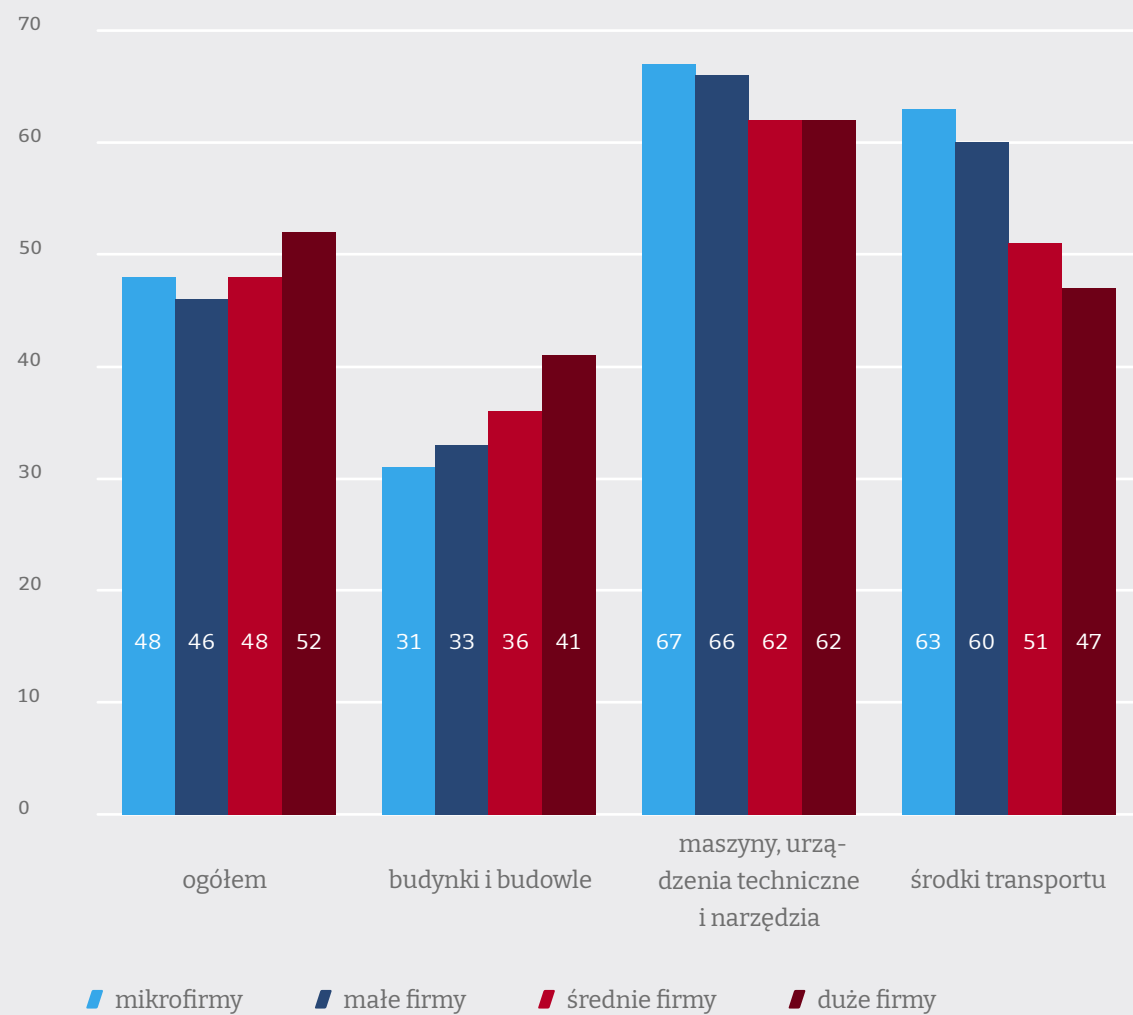
Największe średnie przychody na jedną mikro i małą firmę generowała w roku 2020 branża obsługi rynku nieruchomości (2 mln zł; Tabela 8). Na kolejnych miejscach plasowały się firmy z branży handlu i naprawy samochodów – niecałe 1,8 mln zł., przemysłowej (1,2 mln zł.) i branży transportu i gospodarki magazynowej (0,7 mln zł.). W grupie małych firm największe średnie przychody zanotowały firmy handlowe (22,8 mln zł.) oraz przedsiębiorstwa z sekcji kultura, rozrywka i rekreacja (12 mln zł.). W przypadku firm średnich, największe przychody na 1 firmę średnią generowała sekcja handel i naprawa pojazdów samochodowych (128 mln zł.) oraz budownictwo (62 mln zł.).

Wykres 20. Wartość brutto środków trwałych w aktywnych przedsiębiorstwach w roku 2020 (w mld PLN)



Źródło: GUS, Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2020 roku.

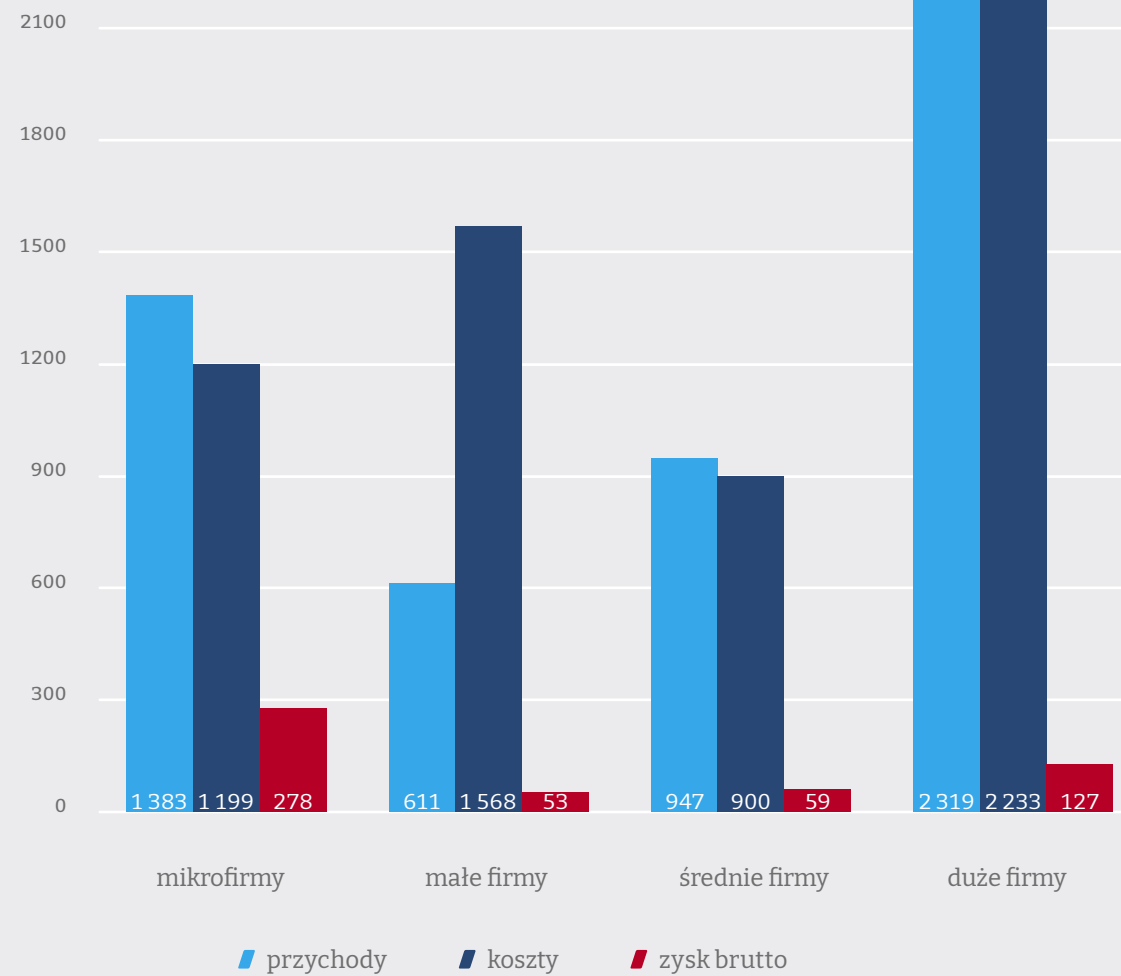
Wykres 21. Stopień zużycia środków trwałych w roku 2020 (w %)



Źródło: GUS, Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2020 roku.



Wykres 22. Przychody, koszty i zysk brutto aktywnych przedsiębiorstw w roku 2020 (w mld PLN)



Źródło: GUS, Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2020 roku.

Tabela 8. Przychody w aktywnych mikro, małych i średnich firmach w roku 2020 według podstawowego rodzaju działalności (w mln/tys PLN)

Rodzaj działalności	Przychody w firmach mikro i małych	Przychody w firmach mikro (mln zł)	Przychody w firmach małych (mln zł)	Przychody w firmach średnich (mln zł)	Przychody na 1 mikro i małą firmę (tys. zł)	Przychody na 1 mikro firmę (tys. zł)	Przychody na 1 małą firmę (tys. zł)	Przychody na 1 średnią firmę (tys. zł)
Ogółem	1 994 118	1 383 461	610 657	946 555	889	630	12 333	65 583
Sekcja G: Handel; naprawa pojazdowych	852 063	549 260	302 803	374 521	1 757	1 165	22 757	127 954
Sekcje B, C, D, E: Przemysł	263 050	143 292	119 758	345 223	1 202	697	9 018	53 781
Sekcja F Budownictwo	239 854	179 923	59 931	69 056	689	527	9 003	62 325
Sekcja M: Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	141 131	117 164	23 967	28 027	450	377	8 174	48 998
Sekcja H: Transport i gospodarka magazynowa	130 702	92 630	38 072	44 139	878	637	10 801	47 564
Sekcja L: Obsługa rynku nieruchomości	118 416	102 553	15 863	20 887	1 996	1 775	10 208	48 688
Sekcja J: Informacja i komunikacja	73 467	54 249	19 218	25 536	547	409	11 878	49 393
Sekcja N: Administrowanie i działalność wspierająca	56 607	46 035	10 572	20 965	676	561	6 396	28 680
Sekcja Q: Opieka zdrowotna i pomoc społeczna	53 888	44 819	9 069	9 948	272	229	4 341	26 959
Sekcja I: Zakwaterowanie i gastronomia	27 928	22 093	5 835	4 462	469	382	3 528	18 669
Sekcja S: Pozostała działalność usługowa	15 016	13 762	1 254	855	135	124	3 812	20 357
Sekcja P Edukacja	11 940	10 279	1 661	915	201	175	2 386	9 059
Sekcja R: Kultura, rozrywka i rekreacja	10 055	7 402	2 653	2 022	418	311	12 005	39 647

Źródło: Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2020 roku, GUS. Uwaga: dane prezentowane malejąco według przychodów w mikro i małych firmach

W roku 2020 średnie przychody w mikrofirmach wahały się od 433 tys. zł. w województwie warmińsko-mazurskim do 988 tys. zł w województwie mazowieckim (Mapa 16). Przychody wyższe od średniej (630 tys. zł.) wystąpiły w trzech województwach: mazowieckim, śląskim oraz wielkopolskim.

W grupie małych firm zauważalna jest jeszcze silniejsza dominacja województwa mazowieckiego w kategorii przeciętnych przychodów na jedno przedsiębiorstwo (165% średniej ogólnopolskiej, vs 157% dla mikrofirm i 159% dla firm średnich). Mazowieckie jest jednocześnie jedynym województwem, w którym małe firmy osiągnęły średni przychód wyższy od średniej krajowej (20,3 mln zł wobec 12,3 mln zł; Mapa 17). Kolejne na liście województwo wielkopolskie zanotowało wynik 12,2 mln zł, natomiast najniższe średnie przychody generowały małe przedsiębiorstwa w województwie podkarpackim (8,3 mln zł.) oraz warmińsko-mazurskim (9 mln zł.; Mapa 18).

Przeciętne przychody przypadające na firmę średnią w Polsce wyniosły w 2020 roku 65,6 mln zł., przy czym najwyższe średnie wyniki zostały odnotowane w województwie mazowieckim (104 mln zł), opolskim (72 mln zł.) oraz pomorskim (69 mln zł.). Najniższe wartości średnich przychodów odnotowano w województwie warmińsko-mazurskim (44 mln zł.), podkarpackim i świętokrzyskim (po 45 mln zł.)

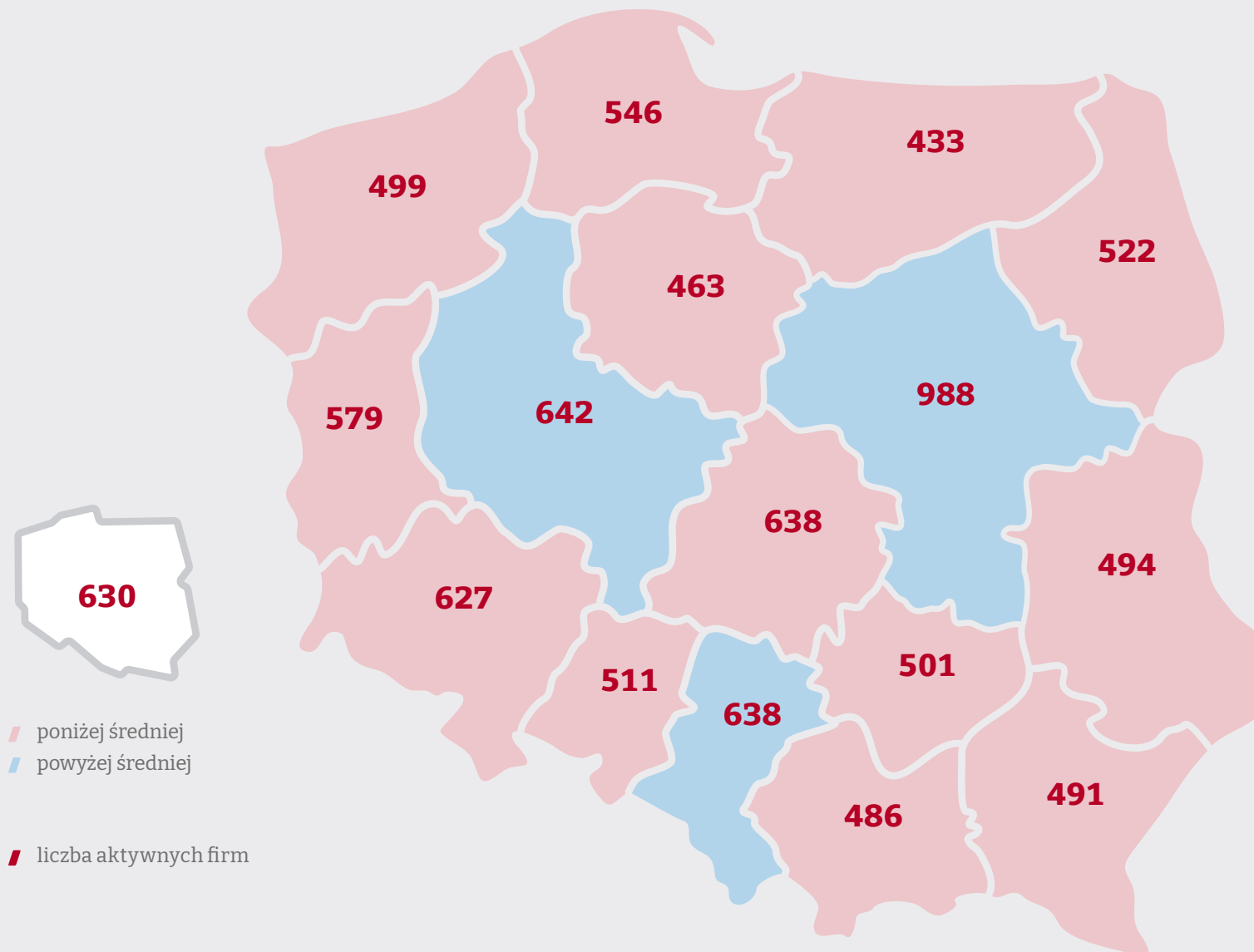
Jedną z najistotniejszych składowych kosztów ponoszonych przez firmy są wynagrodzenia. Na Mapie 19 przedstawiono przestrzenne zróżnicowanie miesięcznego wynagrodzenia brutto na 1 zatrudnionego w roku 2020 w podziale na mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa.

Występują duże różnice wynagrodzeń pomiędzy województwami. W przypadku najmniejszych przedsiębiorstw, przy średnim wynagrodzeniu na poziomie 3533 zł., wahało się ono od 2883 zł. w województwie lubelskim do 4862 zł. w województwie mazowieckim. Średnie wynagrodzenie w małych firmach to 5015 zł., z minimum na poziomie 3825 zł. na Podkarpaciu oraz maksimum wynoszącym 6715 zł. na Mazowszu. W średnich firmach przeciętne wynagrodzenie wynosiło od 4363 zł. w województwie podkarpackim do 7588 zł. w województwie mazowieckim, przy średniej wynoszącej 5664 zł.

Biorąc pod uwagę, że w Polsce obowiązuje jednolita stawka płacy minimalnej (w roku 2020 była to kwota 2600 zł.), szczególnie wrażliwi na jej podwyższenie są przedsiębiorcy z województw, w których średnie wynagrodzenie jest najniższe: lubelskiego, świętokrzyskiego, podkarpackiego, warmińsko-mazurskiego, kujawsko-pomorskiego, podlaskiego (w każdym z nich średnia płaca w mikrofirmach wyniosła poniżej 3000 zł).

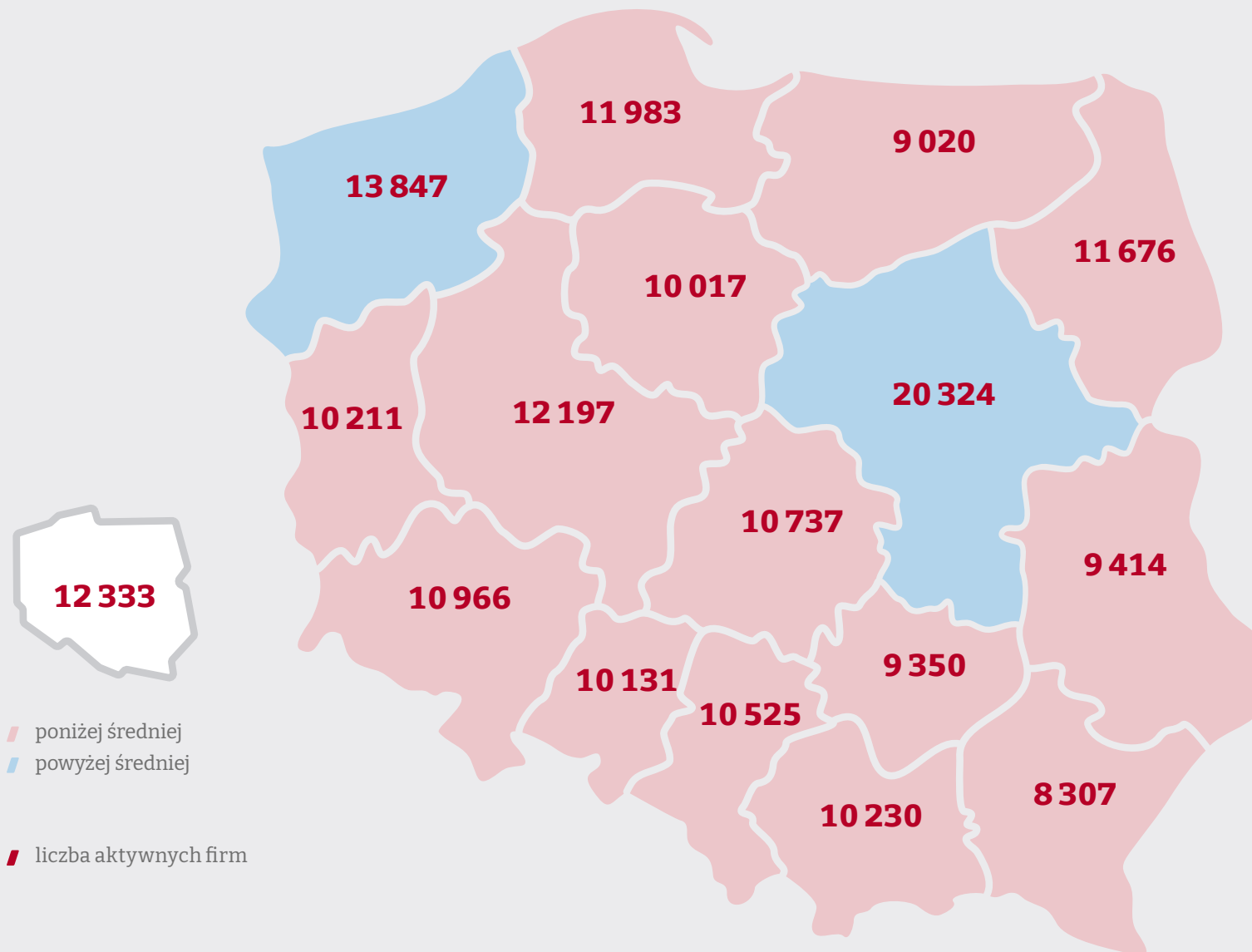


Mapa 16. Średnie przychody w mikrofirmach w roku 2020 r według województw (w tys. zł.)



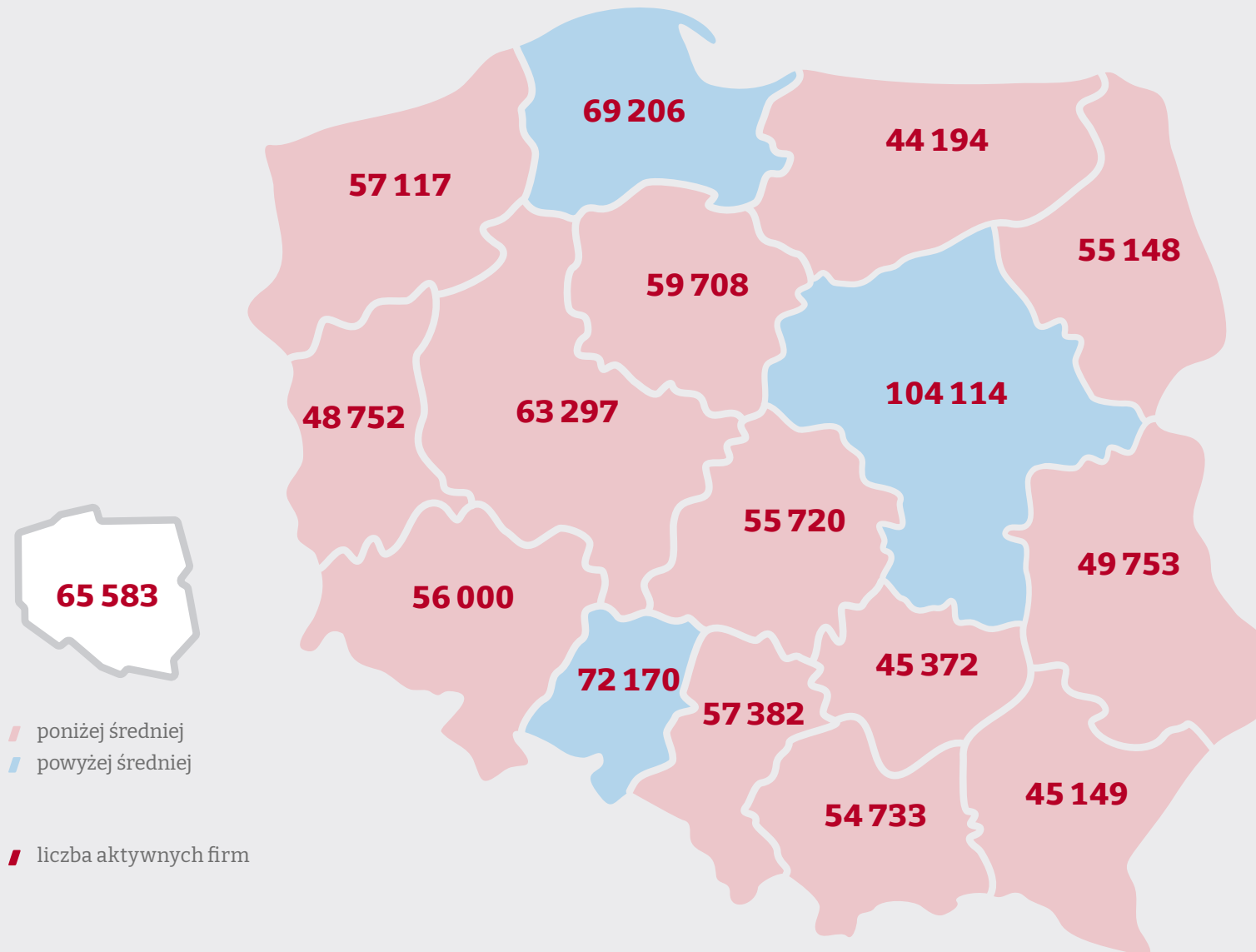
Źródło: Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2020 roku, GUS

Mapa 17. Średnie przychody w małych firmach w roku 2020 według województw (w tys. zł.)

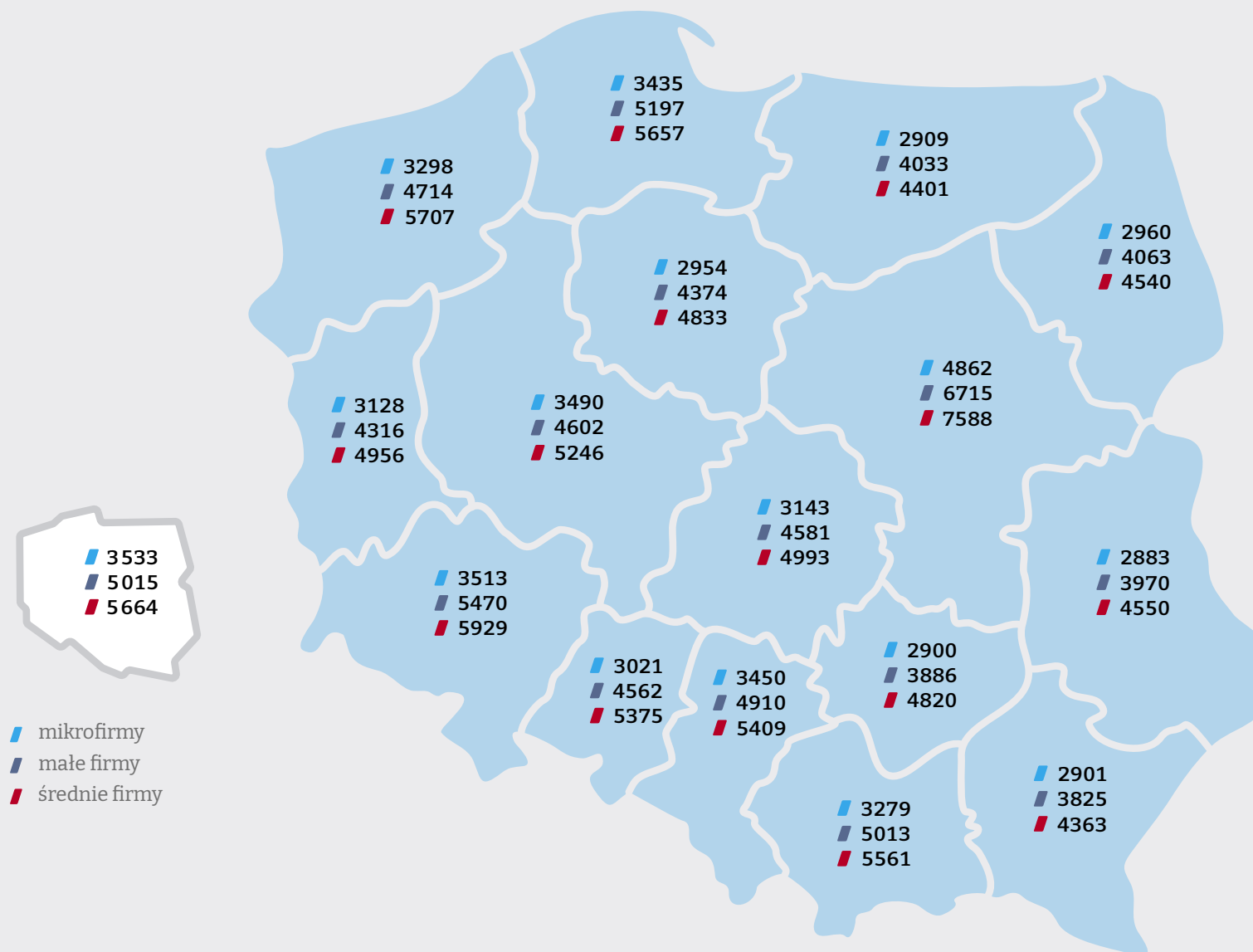


Źródło: Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2020 roku, GUS

Mapa 18. Średnie przychody w średnich firmach w roku 2020 według województw (w tys. zł.)



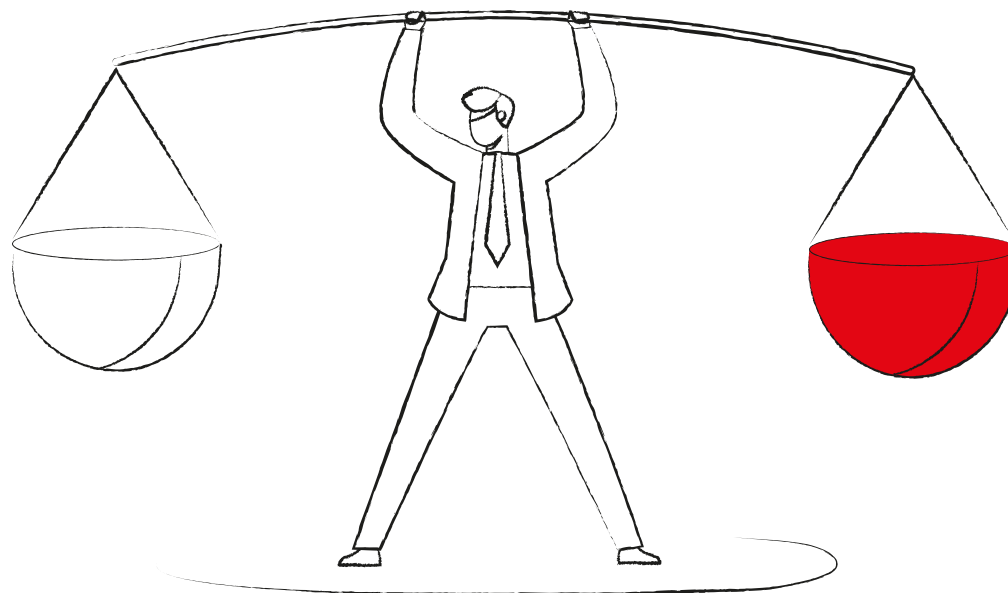
Mapa 19. Miesięczne wynagrodzenie brutto na 1 zatrudnionego w roku 2020 według województw (w zł)



Źródło: GUS, Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2020 roku.

## Podsumowanie

- W roku 2020 działało w Polsce blisko 2,2 mln firm mikro oraz niecałe 50 tys. małych przedsiębiorstw. Razem stanowiły one 99,2% wszystkich aktywnych firm.
- Najwięcej MŚP działało na terenie województw mazowieckiego (417 tys.), śląskiego (239 tys.) oraz małopolskiego (230 tys.), najmniej w regionie opolskim (46 tys.), lubuskim (52 tys.) oraz świętokrzyskim (56 tys.).
- W mikroprzedsiębiorstwach pracowało 4,2 mln osób (40,2% wszystkich pracujących w polskich przedsiębiorstwach), w firmach małych 1,1 mln osób (11%), w średnich 1,5 mln osób (15% wszystkich pracujących w polskich firmach).
- Polska jest piątym krajem Unii Europejskiej pod względem liczby MŚP oraz zatrudnienia w tym sektorze gospodarki.
- Inwestycje mikroprzedsiębiorstw w roku 2020 miały wartość blisko 43 mld zł., co stanowiło 19% nakładów inwestycyjnych całego sektora przedsiębiorstw w Polsce. Małe przedsiębiorstwa przeznaczyły na inwestycje niecałe 18 mld zł. (8%), natomiast wartość inwestycji zrealizowanych w przedsiębiorstwach średnich zamknęła się kwotą 39 mld zł (17%).
- Wartość brutto środków trwałych w mikrofirmach wyniosła 363 mld zł. (co stanowiło 14% majątku trwałego wszystkich polskich firm), 205 mld zł (8%) w firmach małych i 440 mld zł (17%) w firmach średnich.
- Średnie przychody na jedno mikroprzedsiębiorstwo wynosiły w roku 2020 630 tys. zł., w małych firmach wskaźnik ten wyniósł 12,3 mln zł., a w średnich – 65,6 mln zł.
- Średni zysk brutto to 127 tys. zł. w mikrofirmach, 1,1 mln zł. w małych przedsiębiorstwach oraz 4,1 mln zł. w firmach średnich.





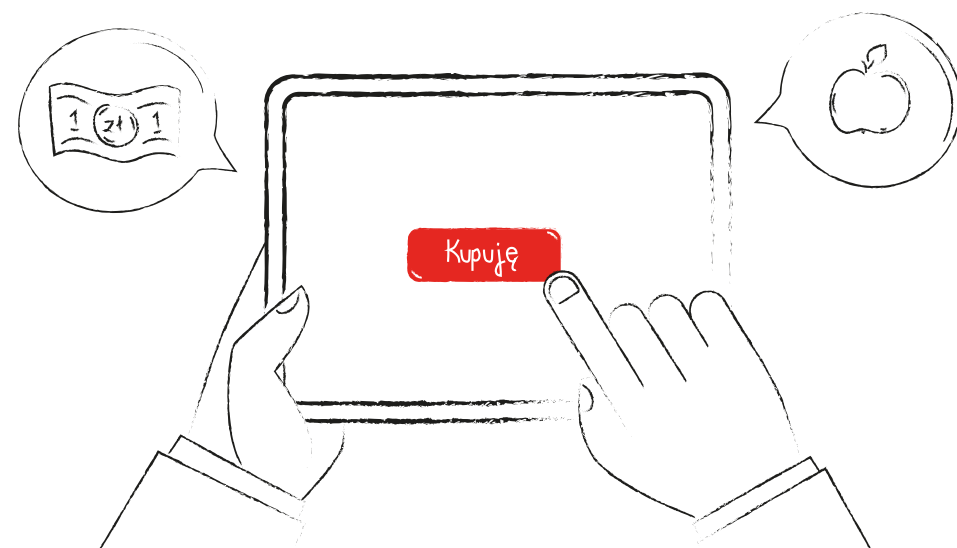
# Ocena sytuacji firmy

Pomimo zeszłorocznego kryzysu, który najmocniej odczuły średnie firmy – w tej edycji zauważamy wzrost indeksu oceniającego sytuację firm o 19,4 pkt.

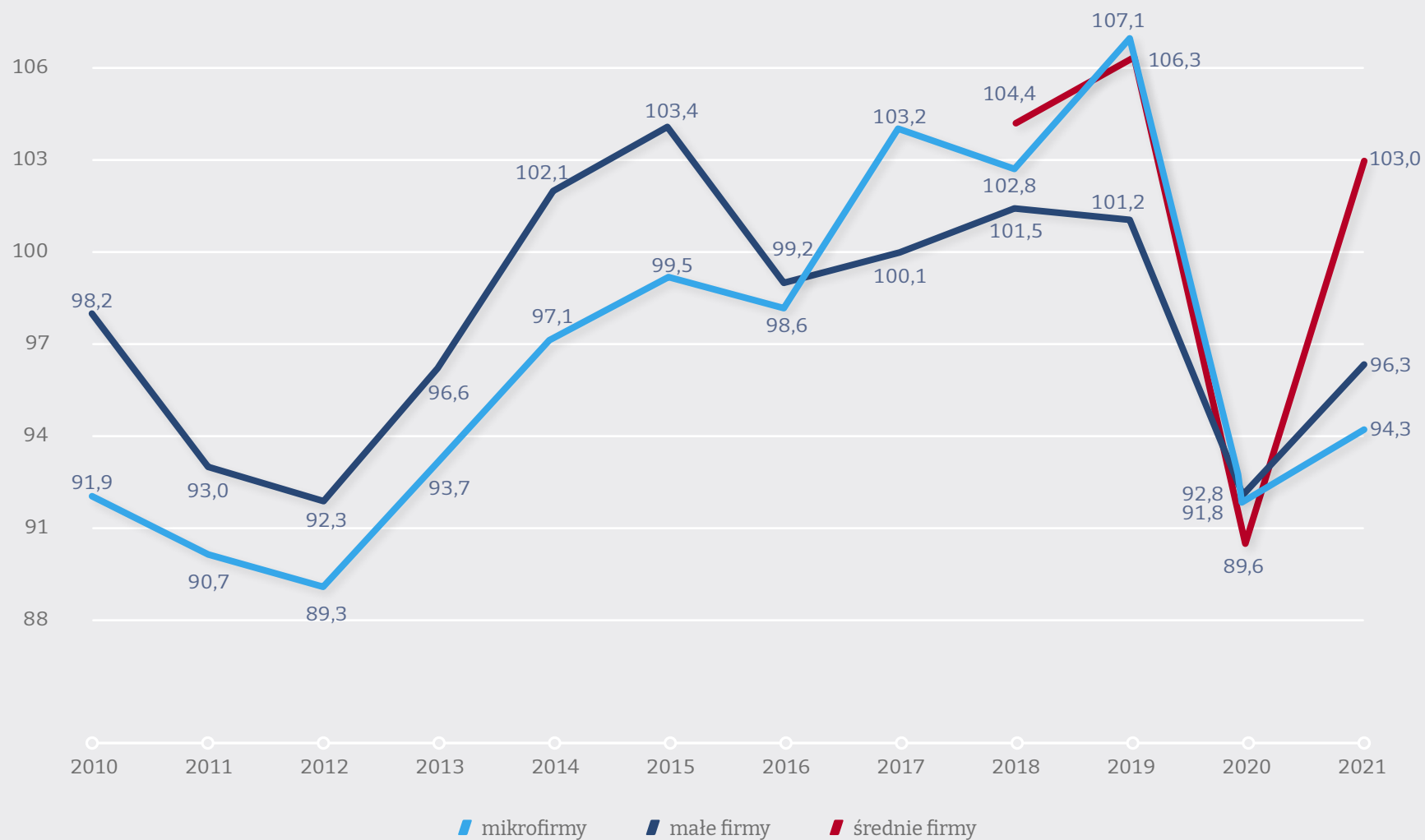
Wpływ COVID-19 najlepiej ilustruje niska ocena sytuacji firmy

**01** Najbardziej miarodajny wskaźnik opisujący sytuację sektora MŚP w Polsce – Indeks sytuacji przedsiębiorstw znalazł się na poziomie 91,9 punktów. Rok 2021 pozostał w dalszym ciągu czasem dużej niepewności biznesowej. Rosły ceny materiałów i surowców. Dodatkowo restrykcje w przemieszczaniu się ludności dotknęły nie tylko sektory handlowo-usługowe, ale również sprawiły, że pojawiały się trudności w zatrudnieniu pracowników. Indeks dotyczący kolejnych 12 miesięcy na poziomie 97,0 pokazuje, że Przedsiębiorcy zdają sobie sprawę z długofalowych negatywnych skutków czasów pandemii.

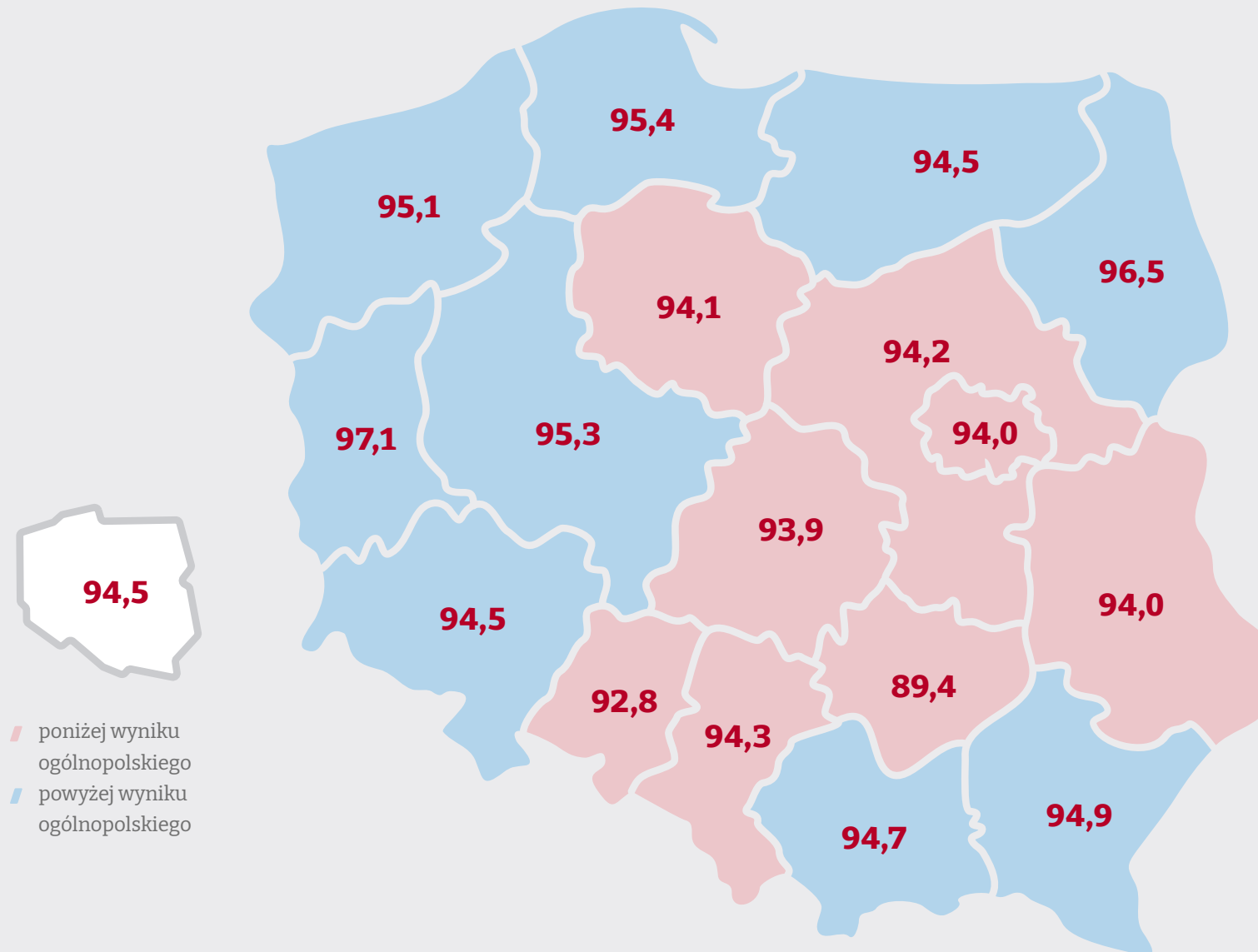
**02** Sektor MŚP w dalszym ciągu stanowi przeważającą większość w Polsce. Pomimo zeszłorocznego kryzysu, który najmocniej odczuły średnie firmy – w tej edycji zauważamy wzrost indeksu oceniającego sytuację firm o 19,4 pkt. Pozostałe Przedsiębiorstwa również wyżej oceniły sytuację ostatnich 12 miesięcy – firmy mikro (91,6 pkt) i małe (94,7 pkt). Zarówno na poziomie regionalnym jak i branżowym nie zauważamy znacznych różnic jeśli chodzi o poprzedni rok. Nie odnotowano wyraźnego spadku – wskazując, że Przedsiębiorcy dostosowali się do trudnego czasu i korzystali z szans, które pojawiały się w czasie pandemii.



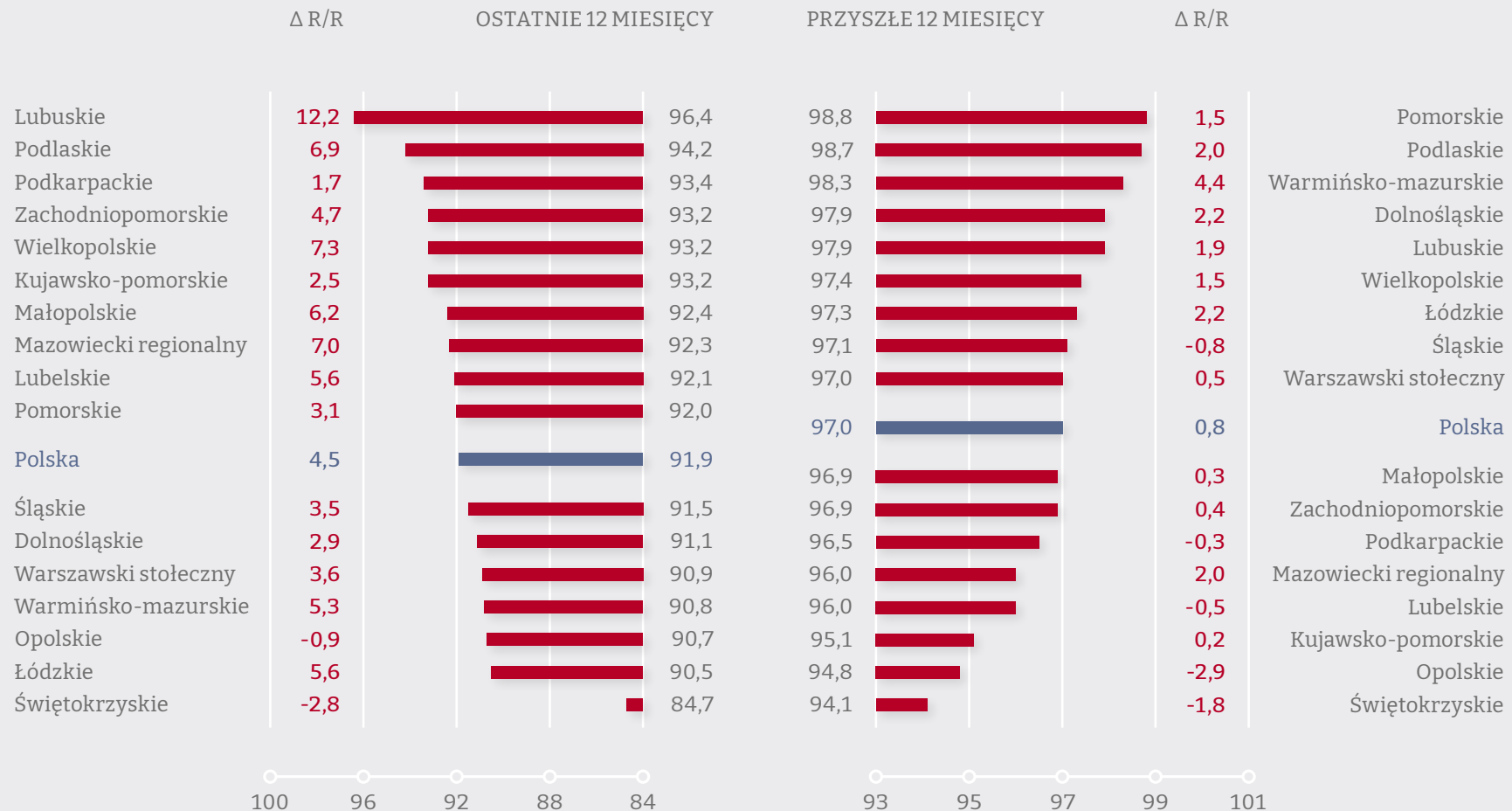
Wykres 23. Ocena sytuacji firmy w latach 2010–2021



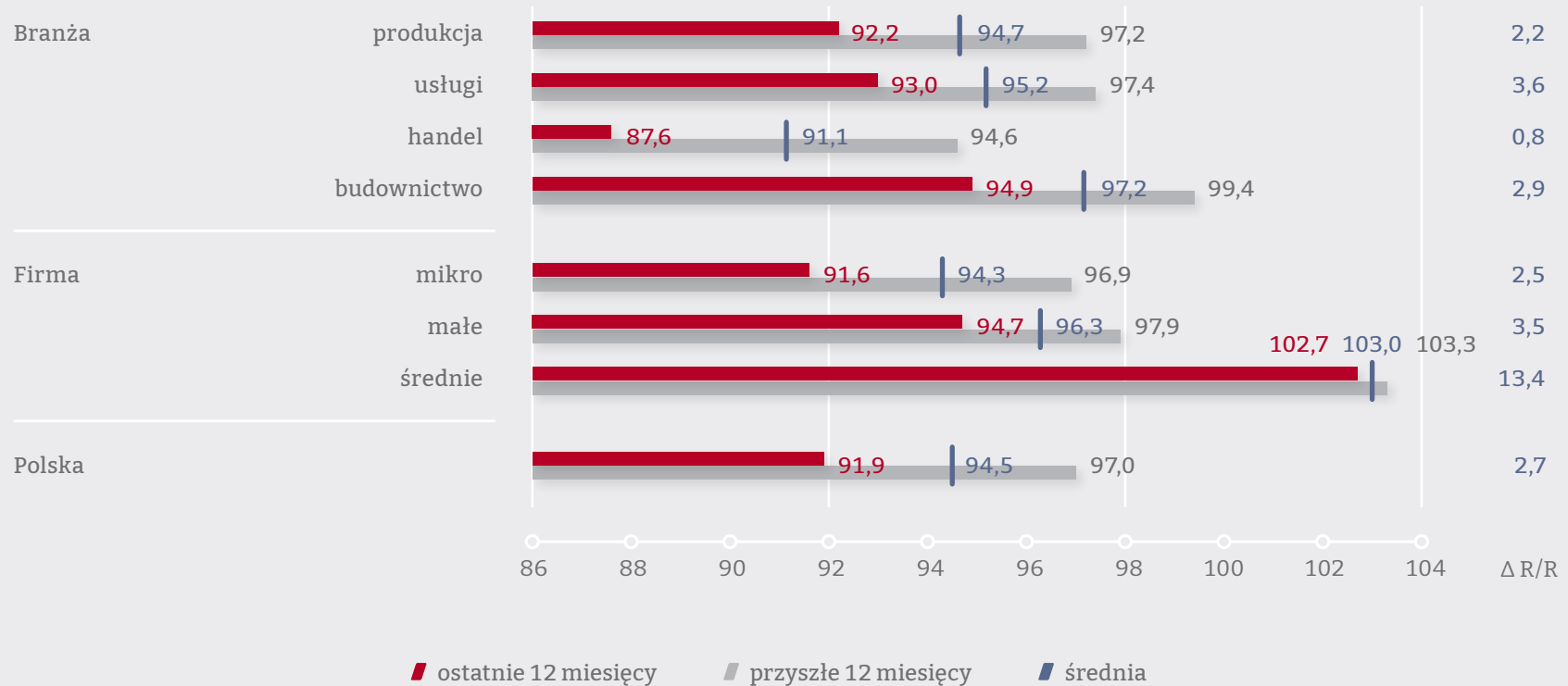
Mapa 20. Ocena sytuacji firmy według regionów



Wykres 24. Ocena sytuacji firmy w ostatnich i kolejnych 12 miesiącach według regionów



Wykres 25. Ocena sytuacji firmy według wielkości firmy oraz branży



# Ocena sytuacji finansowej firmy

---

W grupie MŚP badanej przez Bank największe spadki przychodów w okresie ostatnich 12 miesięcy odnotowano w handlu

---

**01** Ankieta w części poświęconej sytuacji finansowej firmy składa się z trzech części. Przedsiębiorcy są proszeni o ocenę przychodów, wyniku finansowego (zysk lub strata) oraz długości oczekiwania na zapłatę za sprzedane towary i usługi.

**02** Ankietowani właściciele firm podobnie jak w badaniu zeszłorocznym ocenili przychody i wynik finansowy poniżej poziomu neutralnego. W dalszym ciągu związane jest to z kształtowaniem się sytuacji czynników finansowych. Wynik finansowy oraz ocena długości oczekiwania na zapłatę znajdują się na takim poziomie jak w roku 2020.

**03** Indeks oceny przychodów oraz wyniku finansowego za ostatnie 12 miesięcy osiągnął poziom odpowiednio 91,3 oraz 91,6 pkt. Wyniki są bardzo zbliżone względem siebie. Poprzednio ocena wyniku finansowego była każdorazowa lepsza niż ocena przychodów. W czasie pandemii firmy nie miały możliwości ograniczania kosztów, więc nie dochodziło do poprawy wyniku finansowego. Jednakże wzrost indeksu można interpretować korzystaniem z programów pomocowych, cięciem kosztów, które nie miały wpływu na utrzymanie działalności firmy. Przedsiębiorcy

optymistycznie patrzą na kolejny rok. Indeks dla przychodów w kolejnych 12 miesiącach jest bowiem ponownie wyższy (97,5 pkt) niż wskaźnik oceny wyniku finansowego (96,5 pkt). Firmy zakładają, że w perspektywie najbliższych kilkunastu miesięcy będą zmuszone ponosić koszty, które negatywnie wpłyną na ich zyski.

**04** Największego spadku przychodów doświadczyła działalność handlowa. Ograniczenia i restrykcje nałożone w okresach szczególnie ważnych dla handlu w dalszym ciągu powodowały spadek obrotów. Zmieniły się także zapotrzebowania konsumentów. W usługach, produkcji i budownictwie możemy zauważyć nieznaczną zmianę w stosunku do roku 2020.

**05** W grupie MŚP badanej przez Bank największe spadki przychodów w okresie ostatnich 12 miesięcy odnotowano w handlu. Branżą, która najmniej odczuła spadek przychodów były branża budowlana i produkcja.

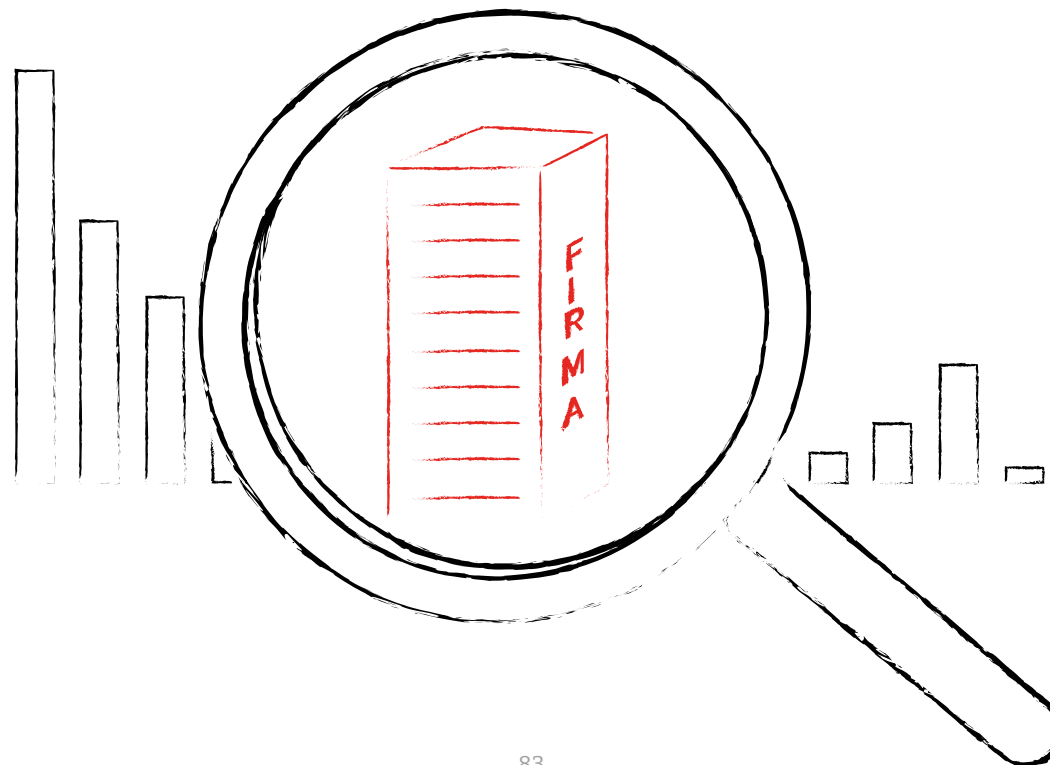
**06** Największe spadki wyniku finansowego wśród ankietowanych, podobnie jak w zeszłym roku, odnotowano w branży handlowej, najmniejsze w budownictwie.

## Zatory płatnicze mniejszym problemem niż spadające przychody

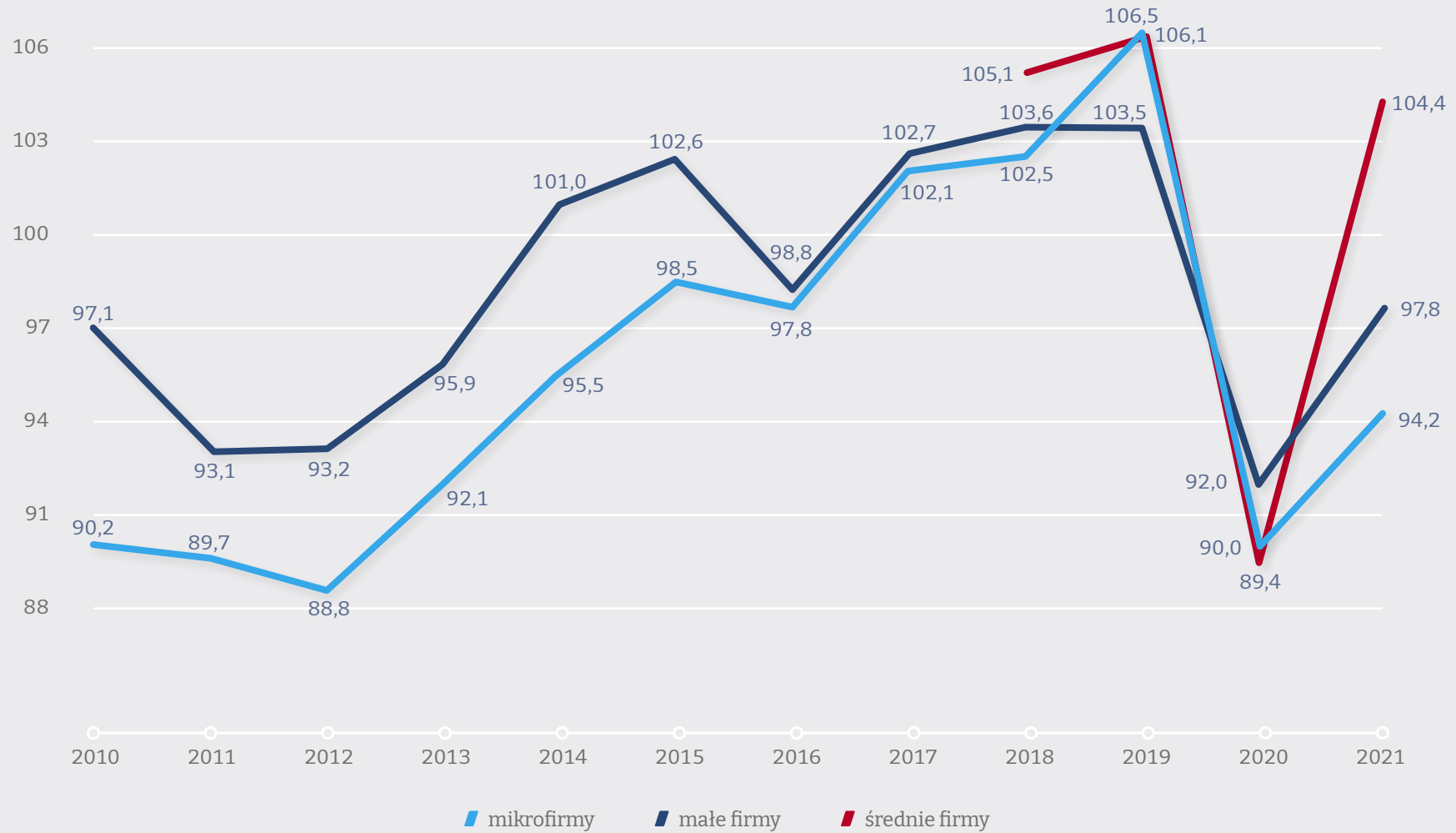
**07** Uruchomione programy pomocowe miały jeszcze większy wpływ na długość oczekiwania na zapłatę za sprzedane towary i usługi – wskaźnik oceny dla tego obszaru w roku 2021 jest niższy od 2020 i wynosi 94,7 pkt. Pozostaje w dalszym ciągu wyższy od indeksów dla

przychodów oraz wyniku finansowego. Przedsiębiorcy w dalszym ciągu chętnie korzystali z programów pomagających podtrzymać płynność finansową, dlatego nie widzimy tutaj zauważalnego spadku rok po roku.

**08** Pomimo trwającej pandemii skala upadłości przedsiębiorstw w każdym z kwartałów 2021 roku była niższa względem analogicznego okresu w 2020 roku.

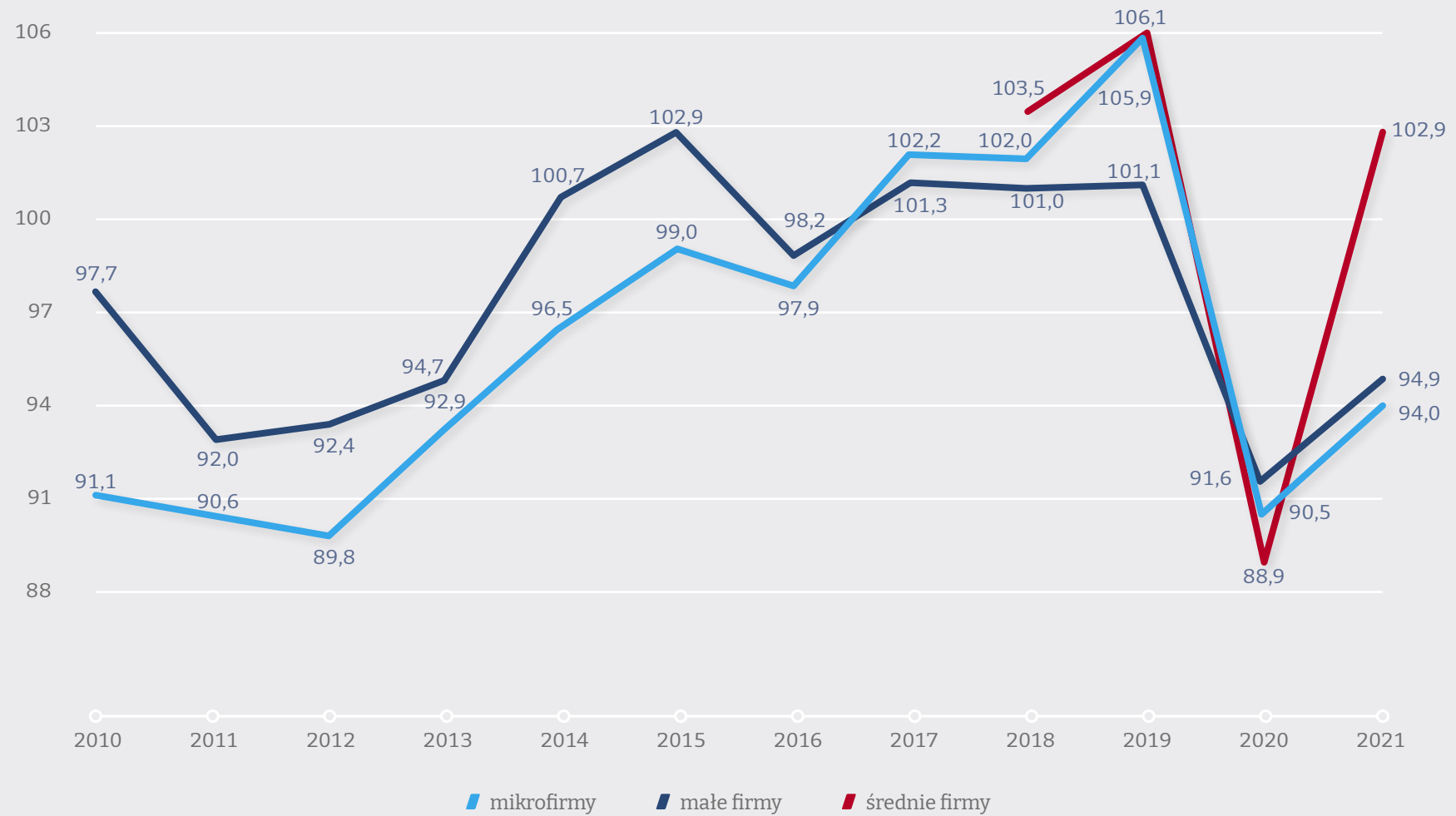


Wykres 26. Ocena przychodów firmy w latach 2010–2021

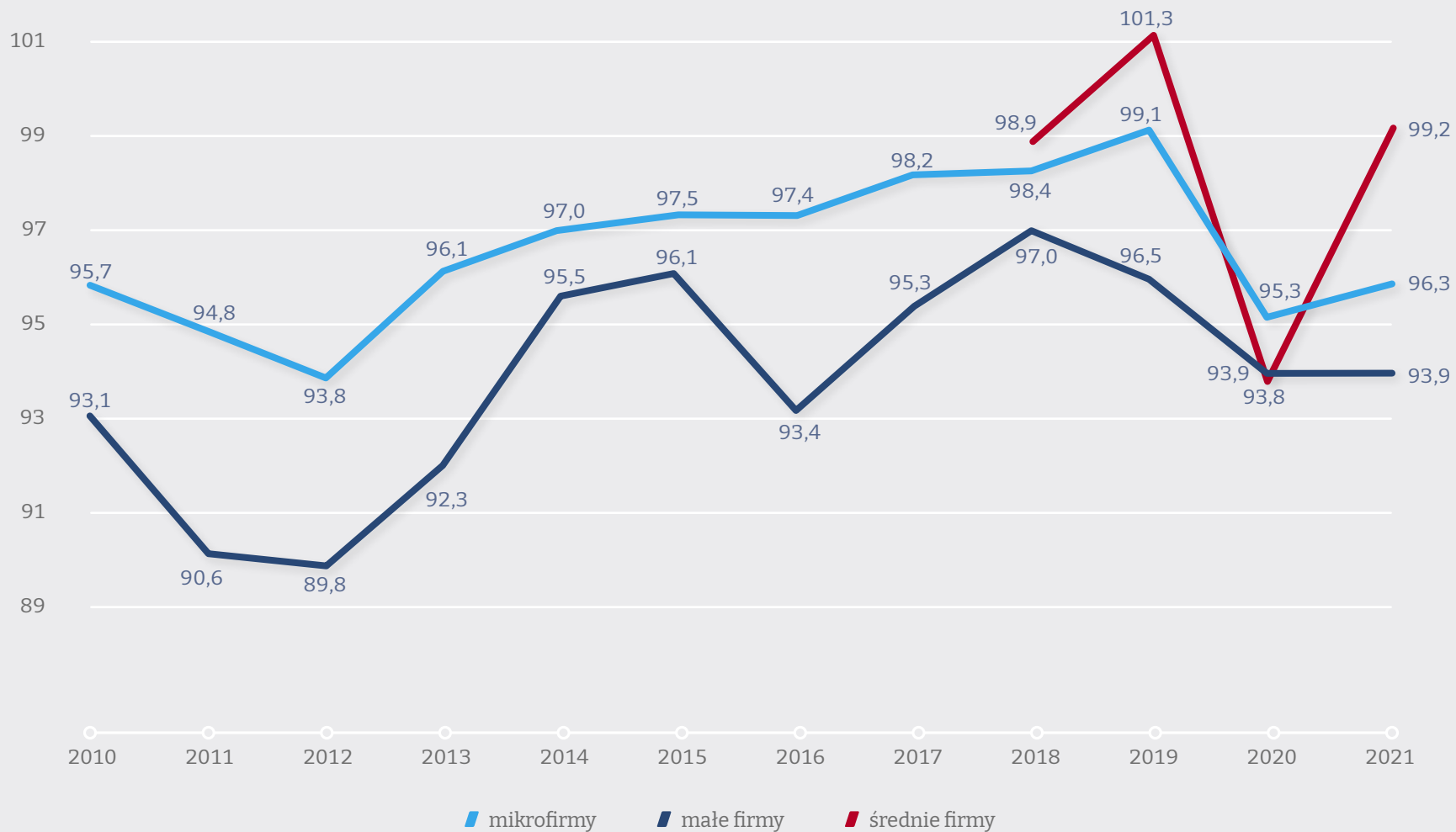




Wykres 27. Ocena wyniku finansowego firmy w latach 2010–2021



Wykres 28. Ocena dłużności oczekiwania na zapłatę za sprzedane towary/usługi w latach 2010–2021



# Ocena dostępności finansowania zewnętrznego

Sektor MŚP był największym beneficjentem pomocy publicznej w ramach walki ze skutkami gospodarczymi pandemii COVID-19

Programy pomocowe zapewniły dostęp do finansowania w czasach kryzysu

**01 Programy finansowe uruchamiane od początku epidemii COVID-19 (zarówno przez rząd, jak również sektor prywatny) pozytywnie wpłynęły na dostępność finansowania zewnętrznego.** Indeks dla tego obszaru wzrósł w stosunku do ubiegłego roku o 1 punkt i **znajduje się na poziomie 97,9 punktów**. Wskaźnik oceny dostępności finansowania zewnętrznego jest drugim najlepszym wynikiem spośród ośmiu obszarów wchodzących w skład Ogólnego Wskaźnika Koniunktury MŚP.

**02 Kwestia zachowania płynności finansowej firm, nie tylko w pierwszych miesiącach ograniczeń wprowadzonych w związku z sytuacją epidemiczną, ale przez cały okres pandemii COVID-19, była kluczowa.** Firmy pozbawione nie z własnej winy z dnia na dzień przychodów i możliwości regulowania bieżących należności musiały zostać wsparte przez sektor publiczny i prywatny w okresie, w którym prowadzenie działalności gospodarczej było utrudnione, a w przypadku niektórych branż wręcz niemożliwe. Uruchomione w tym czasie liczne instrumenty finansowe zapewniające dostęp do **dotacji** (tarcza finansowa PFR), **niskooprocentowanego finansowania**

**obrotowego** (dopłaty do oprocentowania, wakacje kredytowe, preferencyjne linie kredytowe) czy **ułatwienia związane z pozyskaniem finansowania zewnętrznego** (gwarancje kredytowe, rozluźnione procedury oceny zdolności kredytowej w bankach) spowodowały, że udało się w dużym stopniu, sądząc po wynikach badania, zminimalizować negatywne skutki dostępu do finansowania zewnętrznego w warunkach dużego spowolnienia gospodarczego.

**03 Sektor MŚP był największym beneficjentem pomocy publicznej w ramach walki ze skutkami gospodarczymi pandemii COVID-19.** W ramach Tarczy Finansowej Polskiego Funduszu Rozwoju 1.0 (PFR) firmy tego sektora otrzymały wsparcie na kwotę około 60 mld PLN. Blisko 20 mld PLN trafiło do mikroprzedsiębiorstw, a około 40 mld PLN do małych i średnich firm. Ogromne zainteresowanie pomocą publiczną spowodowało uruchomienie kolejnego programu. Wsparcie firm w ramach Tarczy PFR 2.0 wyniosło dodatkowe 13 mld PLN.

**04 Najlepiej dostęp do finansowania zewnętrznego w okresie ostatnich 12 miesięcy oceniają średnie firmy, które w ubiegłym roku oceniały ten obszar bardzo nisko.** Indeks na poziomie 103 punktów jest aż

o 13 punktów wyższy w porównaniu z rokiem 2020. Również mikro-przedsiębiorstwa i małe firmy lepiej oceniają dostęp do finansowania zewnętrznego, wskaźnik w obu przypadkach na poziomie 98 punktów jest odpowiednio o 1 i 3 punkty wyższy w porównaniu z ubiegłym rokiem. Luzowanie kolejnych obostrzeń powoduje, że instytucje finansowe na nowo są bardziej otwarte na finansowanie przedsiębiorstw (Wykres 29).

**05 Wszystkie branże lepiej oceniły dostęp do finansowania zewnętrznego w porównaniu z ubiegłym rokiem. Najbardziej programy zewnętrznego finansowania doceniły przedsiębiorstwa budowlane.** Nie ma dużych różnic branżowych przy ocenie ostatnich 12 miesięcy, ale może zaskakiwać, że właśnie przedsiębiorstwa produkcyjne w roku 2020 miały najniższy wskaźnik zewnętrznego finansowania.

Kontynuacja programów pomocowych powinna wspierać płynność firm...

**06 Wartości indeksów dostępności zewnętrznego finansowania w kolejnych 12 miesiącach wskazują, że przedsiębiorcy spodziewają się lekkiej poprawy w tym obszarze.** Wskaźniki w układzie regionalnym oraz branżowym są bardzo podobne. Różnice nie przekraczają 5 punktów (Wykresy 29–31, Mapa 21). Najwyższy wskaźnik wyprzedzający notowany jest wśród średnich firm i wynosi 103 punktów.

...ale jednocześnie ograniczy popyt na kredyty

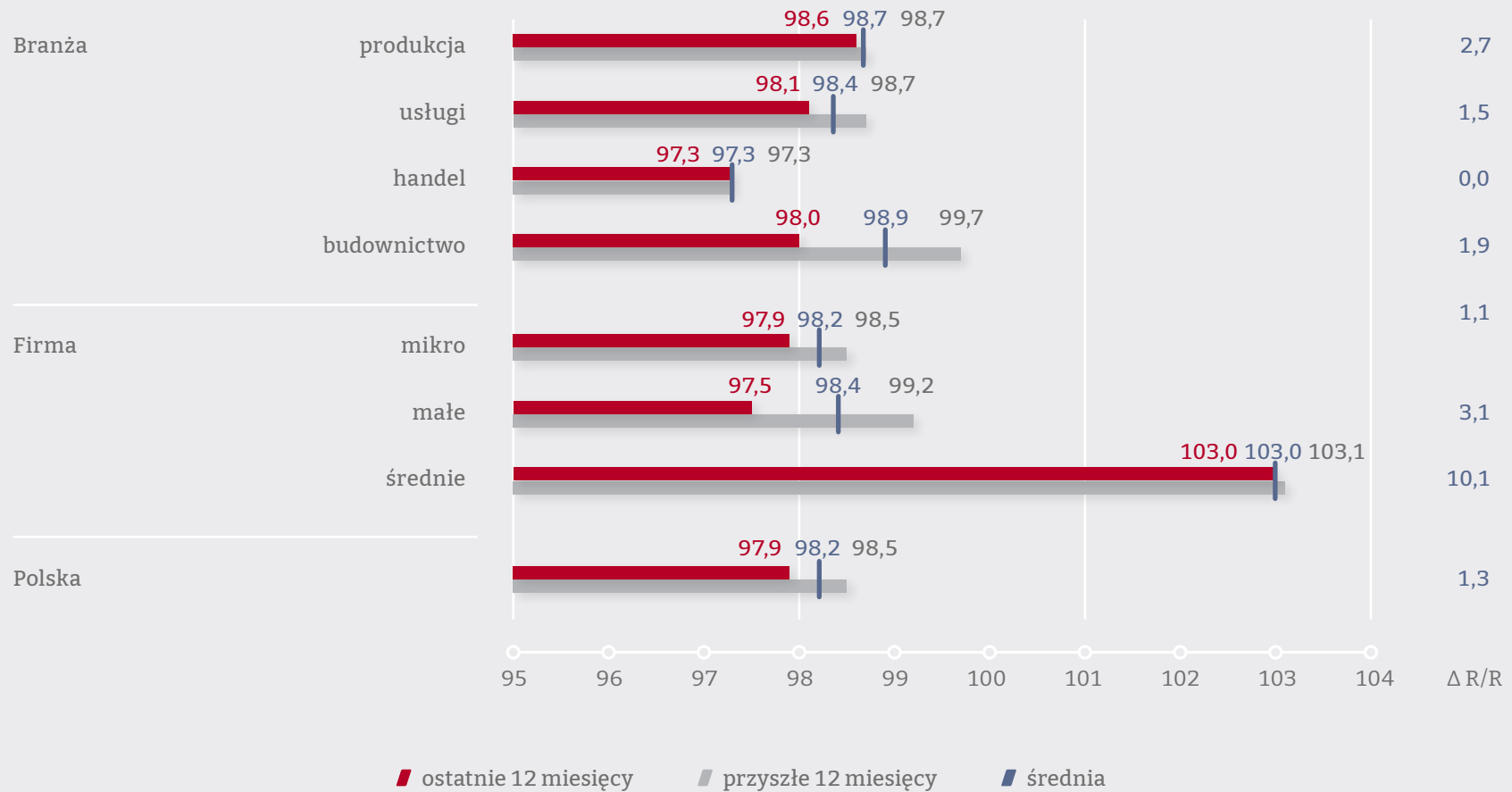
**07 W najnowszym badaniu spadł odsetek firm korzystających z zewnętrznych źródeł finansowania przy prowadzeniu działalności**

gospodarczej w porównaniu do 2020 roku. Przypomnijmy, że w poprzednim badaniu odnotowano rekordowy odsetek firm korzystających z zewnętrznych źródeł finansowania wynoszący 32%. Prawdopodobnie jednak nie były to środki bankowe, tylko programy rządowe. Poziom wskaźnika w 2021 roku wyniósł 26% i był zbieżny z wartością, wokół której oscylował przed 2020 rokiem. Na pytanie o przyczynę finansowania działalności wyłącznie ze środków własnych wygenerowanych z bieżącej działalności, większość ankietowanych wskazywało wówczas na brak potrzeby albo niechęć do zadłużenia. Potrzeba ta pojawiła się wraz z początkiem pandemii, kiedy przy kurczących się środkach własnych, firmy znacznie częściej niż do tej pory posilkowały się zewnętrznymi źródłami finansowania (Wykres 32).

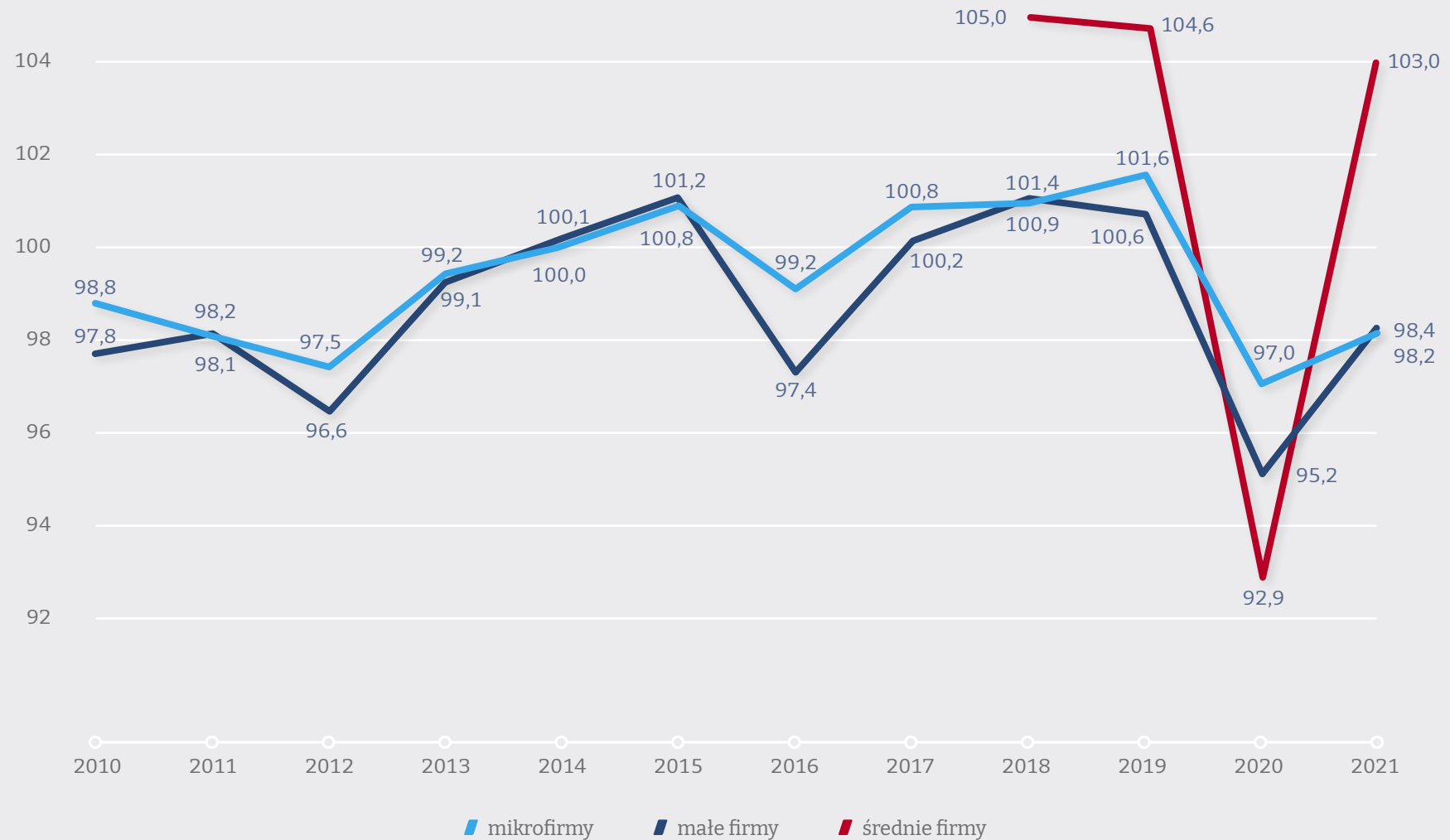
**08 Subwencje PFR ograniczyły popyt przedsiębiorstw na kredyty bankowe poprzez efekt substytucji.** Dotyczyło to w szczególności firm MŚP, które generalnie są niechętnie zaciąganiu zobowiązań w bankach i często nie posiadają wystarczających zabezpieczeń dla zaciągania zobowiązań bankowych. Stan depozytów przedsiębiorstw na koniec 2021 roku był o 9,5 mld PLN wyższy niż na początku 2021 roku, co wskazuje, że wsparcie publiczne zapewniło płynność i dostęp do finansowania w trudnym gospodarczo okresie.

**09 W roku 2022 jedynie 22% chce w dalszym ciągu finansować bieżącą działalność środkami zewnętrznymi.** W ostatnich latach widać, że wzrasta skłonność przedsiębiorstw do finansowania bieżącej działalności środkami własnymi. Potwierdza to tezę, że finansowanie zewnętrzne pochodziło w 2020 roku przede wszystkim z programów rządowych, a duży wzrost odsetka firm korzystających z takiego finansowania należy traktować raczej jako zdarzenie jednorazowe.

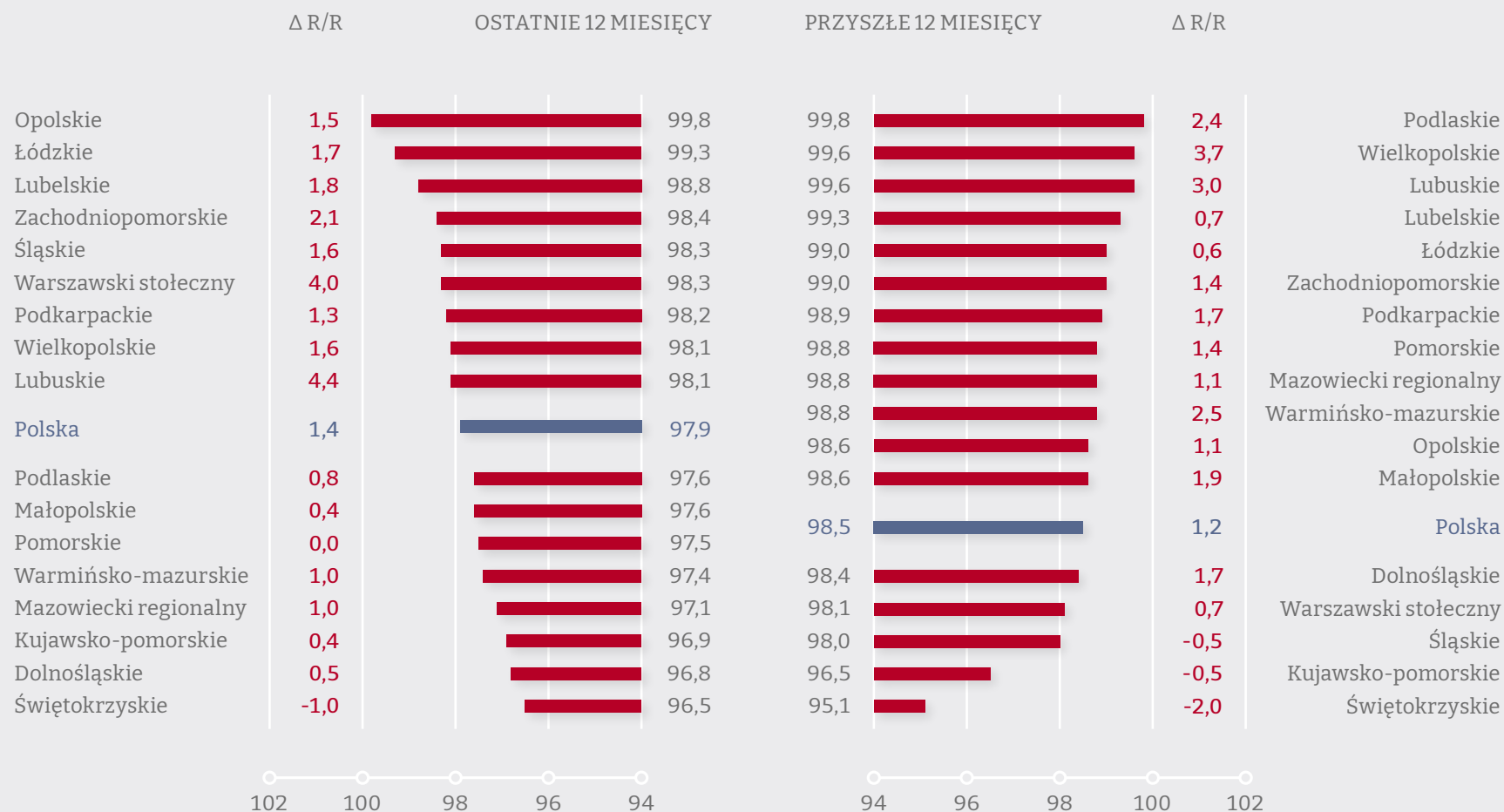
Wykres 29. Ocena dostępności finansowania zewnętrznego według wielkości firmy oraz branż



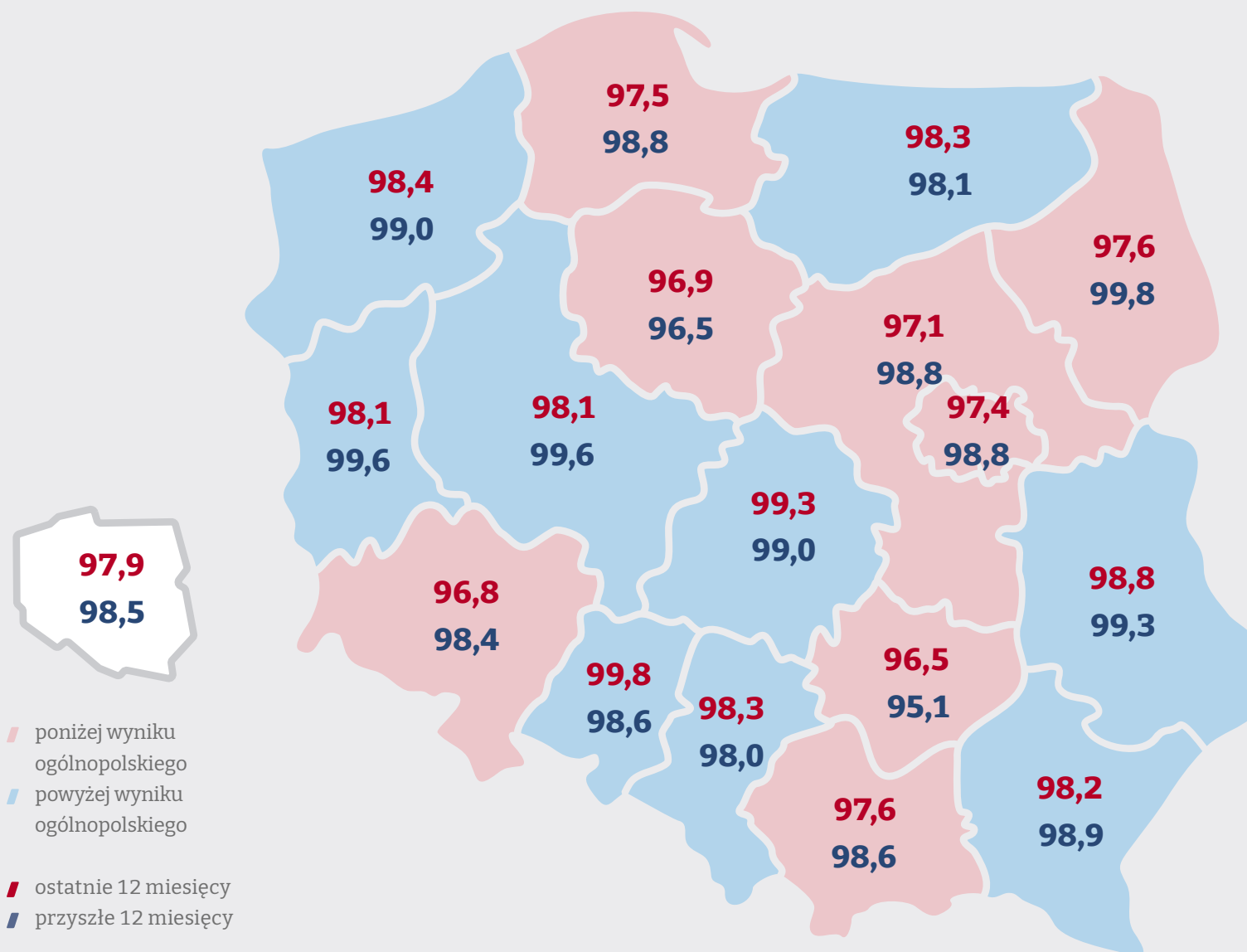
Wykres 30. Ocena dostępności finansowania zewnętrznego w latach 2010–2021



Wykres 31. Ocena dostępności finansowania zewnętrznego w ostatnich i kolejnych 12 miesiącach według regionów

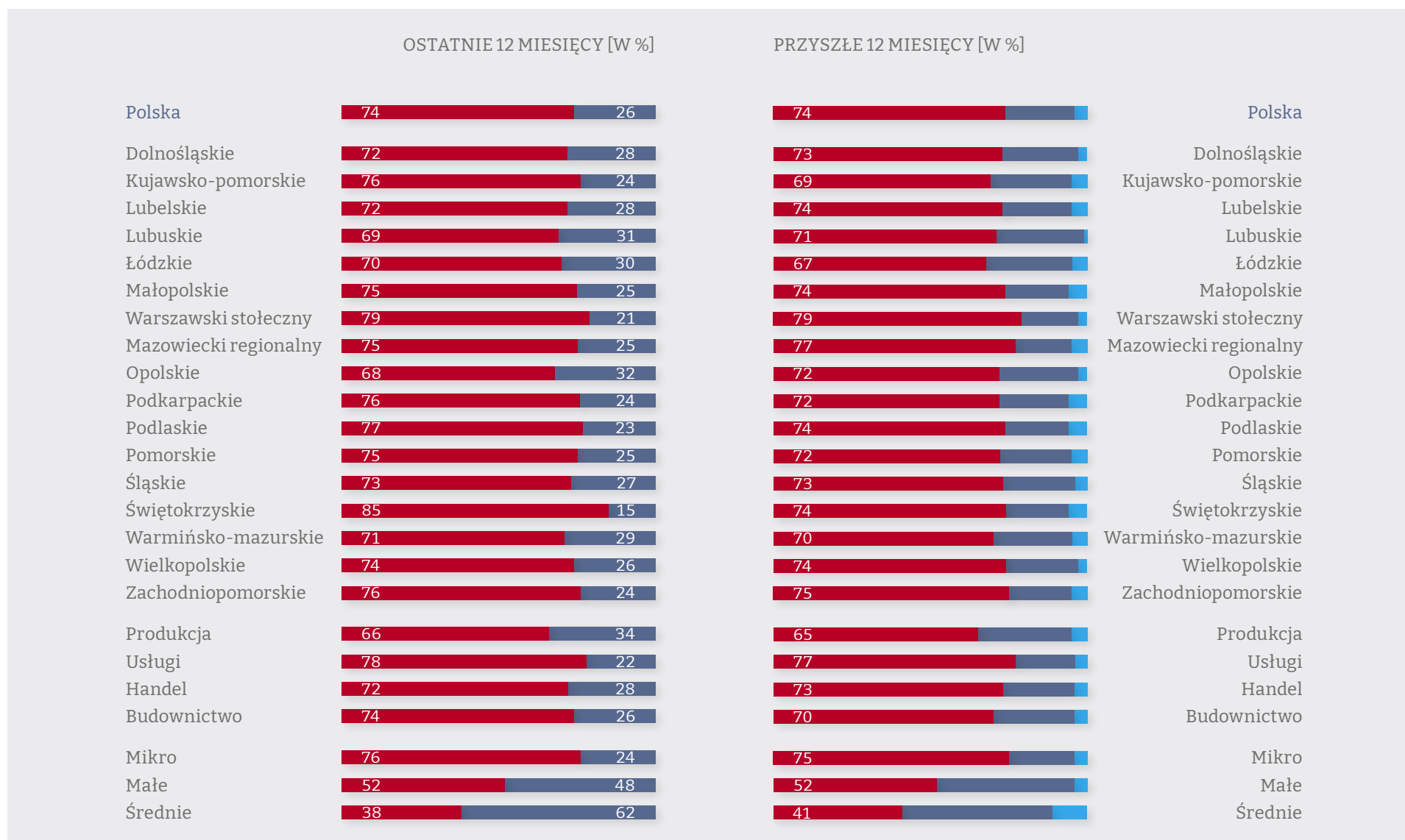


Mapa 21. Ocena dostępności finansowania zewnętrznego według regionów





Wykres 32. Źródła finansowania bieżącej działalności firmy



■ wyłącznie środki własne   ■ środki własne oraz finansowanie zewnętrzne (np. kredyt)   ■ trudno powiedzieć

## Opinia eksperta

Stwierdzenie, że przedsiębiorstwa z sektora MŚP są w trudniejszej sytuacji rynkowej, niż ich więksi konkurenci, nie jest kontrowersyjne. Dlatego też w większości krajów europejskich MŚP są adresatami różnorodnych programów wsparcia lub ochrony. W ostatnich latach, najpierw na skutek pandemii COVID, a teraz na skutek rosyjskiej agresji na Ukrainę, słabsza pozycja MŚP na rynku jest widoczna szczególnie wyraźnie. Odzwierciedla się na przykład w badaniach koniunktury GUS dotyczących poziomu optymizmu w poszczególnych sektorach gospodarki. Różnice pomiędzy największymi i najmniejszymi firmami były obecne zawsze, jednak znacząco wzrosły zarówno po wybuchu pandemii, jak i po wybuchu wojny.

Szczególnie istotną kwestią są różnice w dostępie do finansowania pomiędzy dużymi i małymi firmami. Różnice te widać wyraźnie w kolejnych edycjach badania NBP dotyczącego sytuacji na rynku kredytowym, gdzie zmienność kryteriów udzielania kredytów pomiędzy okresami dobrymi i złymi, jest wyraźnie większa dla firm małych, niż dużych. Nie inaczej było w okresie pandemii i nie inaczej jest w obecnym, wojennym, kryzysie. Przekłada się to oczywiście na dynamikę wartości udzielonych kredytów – według danych NBP, w końcu kwietnia

2022 roku wartość kredytów dla MŚP w portfelach sektora bankowego była wciąż o 2,7% niższa, niż w końcu 2019 roku (czyli przed pandemią COVID), podczas gdy w przypadku dużych firm wartość ta była już o 23,1% wyższa.

Receptą na trudności z finansowaniem jest wprowadzanie ułatwień w dostępie do kredytu. Od początku pandemii obserwujemy wyraźny wzrost wartości gwarancji *de minimis*, udzielanych przez BGK małym i średnim przedsiębiorstwom. We wcześniejszych latach gwarancjami tymi objęte było około 10% całkowitej wartości kredytów dla MŚP, podczas gdy w końcu 2021 roku odsetek ten wynosił już prawie 20% i cały czas rośnie. Jak wskazują wyniki naszych badań, gwarancje te pomagają firmom w przetrwaniu kryzysów i ułatwiają dalszy rozwój. Mam nadzieję, że ta oraz inne formy pomocy, pomogą małym i średnim firmom w Polsce przetrwać kolejny trudny okres i że sektor ten będzie motorem zrównoważonego rozwoju gospodarczego w następnych latach.

**MATEUSZ WALEWSKI**

Dyrektor Departamentu Badań i Analiz,  
Główny Ekonomista Banku Gospodarstwa Krajowego

# Ocena zatrudnienia w firmie

Dostosowanie rynku pracy do gorszej koniunktury odbywało się w głównej mierze przez ograniczenie czasu pracy.

Niewielki spadek zatrudnienia w trudnych warunkach rynkowych

**01** Indeks oceny zatrudnienia wyniósł 99,2 pkt i był najwyższy spośród wszystkich obszarów wchodzących w skład Ogólnego Wskaźnika Koniunktury MŚP. Pomimo bardzo poważnej sytuacji gospodarczej, przedsiębiorcy generalnie starali się zapewnić funkcjonowanie swoich przedsiębiorstw przy wykorzystaniu innych metod niż zwolnienia pracowników.

**02** Problemy ze znalezieniem pracowników w latach poprzednich, postrzeganie pandemii jako przejściowego szoku oraz szerokie wsparcie publiczne spowodowały, że mieliśmy do czynienia ze zjawiskiem „chomikowania” zatrudnienia. Stopa bezrobocia rejestrowanego w pierwszym kwartale 2021 roku wynosiła 6,4% i była o 1 pp. wyższa niż w analogicznym okresie roku poprzedniego. W kolejnych kwartałach nastąpił jednak spadek stopy bezrobocia rejestrowanego do poziomów odpowiednio: 6,0% na koniec drugiego kwartału, 5,6% na koniec trzeciego kwartału oraz 5,4% na koniec czwartego kwartału i w każdym z tych okresów była niższa niż w analogicznych okresach roku 2020.

**03** Dostosowanie rynku pracy do gorszej koniunktury odbywało się w głównej mierze przez ograniczenie czasu pracy. Było to możliwe dzięki uruchomieniu takich instrumentów jak postojowe, dopłaty do wynagrodzeń, zwolnienia ze składek na ZUS, odroczenia płatności podatków oraz subwencje. Skala spadku liczby pracujących w sektorze przedsiębiorstw była wyraźnie niższa od spadku przeciętnego zatrudnienia, które jest przeliczane na pełne etaty.

**04** Wyniki Badania Aktywności Ekonomicznej Ludności (BAEL) wskazują, że w drugim kwartale 2021 roku w tygodniu objętym badaniem blisko 839 tys. pracowników nie wykonywało pracy z powodu przerwy w działalności zakładu pracy. W badaniu przeprowadzonym w roku 2020 było to 700 tys. pracowników.

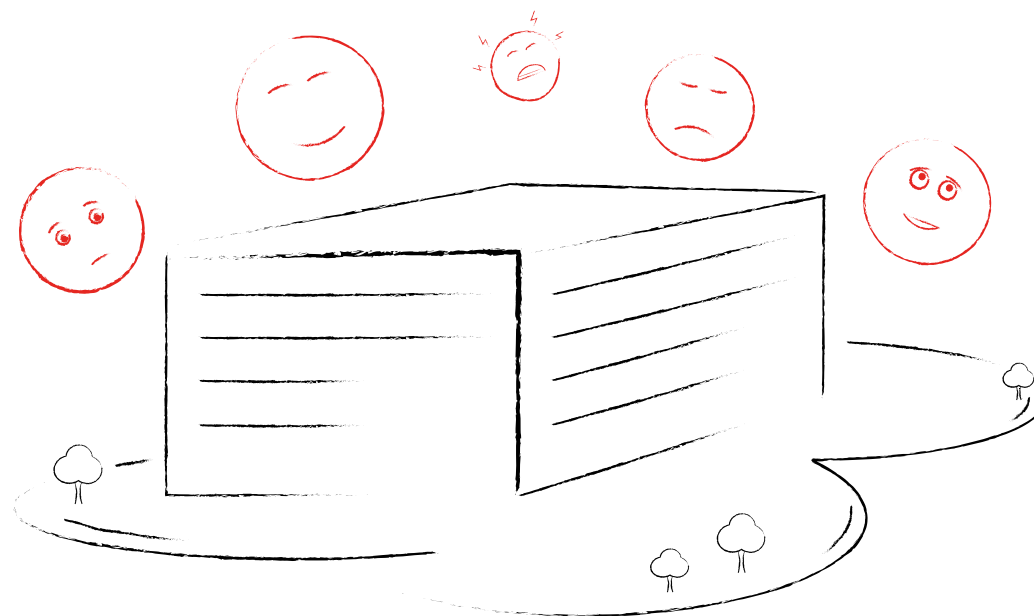
**05** W ramach Tarczy Finansowej Polskiego Funduszu Rozwoju 1.0 oraz 2.0 blisko 395 tys. małych i średnich firm zatrudniających 3,4 mln pracowników otrzymało wsparcie finansowe. Większość subwencji może zostać **umorzona**, pod warunkiem utrzymania firmy i poziomu zatrudnienia.

**06** Indeks zatrudnienia za ostatnie 12 miesięcy wynosi 97,7 punktów i wskazuje na minimalny wzrost w porównaniu z ubiegłym rokiem. Najwięcej miejsc pracy przybyło w średnich firmach ze wskaźnikiem zatrudnienia wynoszącym niecałe 101 punktów. Także wskaźnik wyprzedzający jest najwyższy w tej grupie przedsiębiorstw. W roku 2020 średnie firmy posiadały najniższy indeks zatrudnienia oraz wskaźnik wyprzedzający.

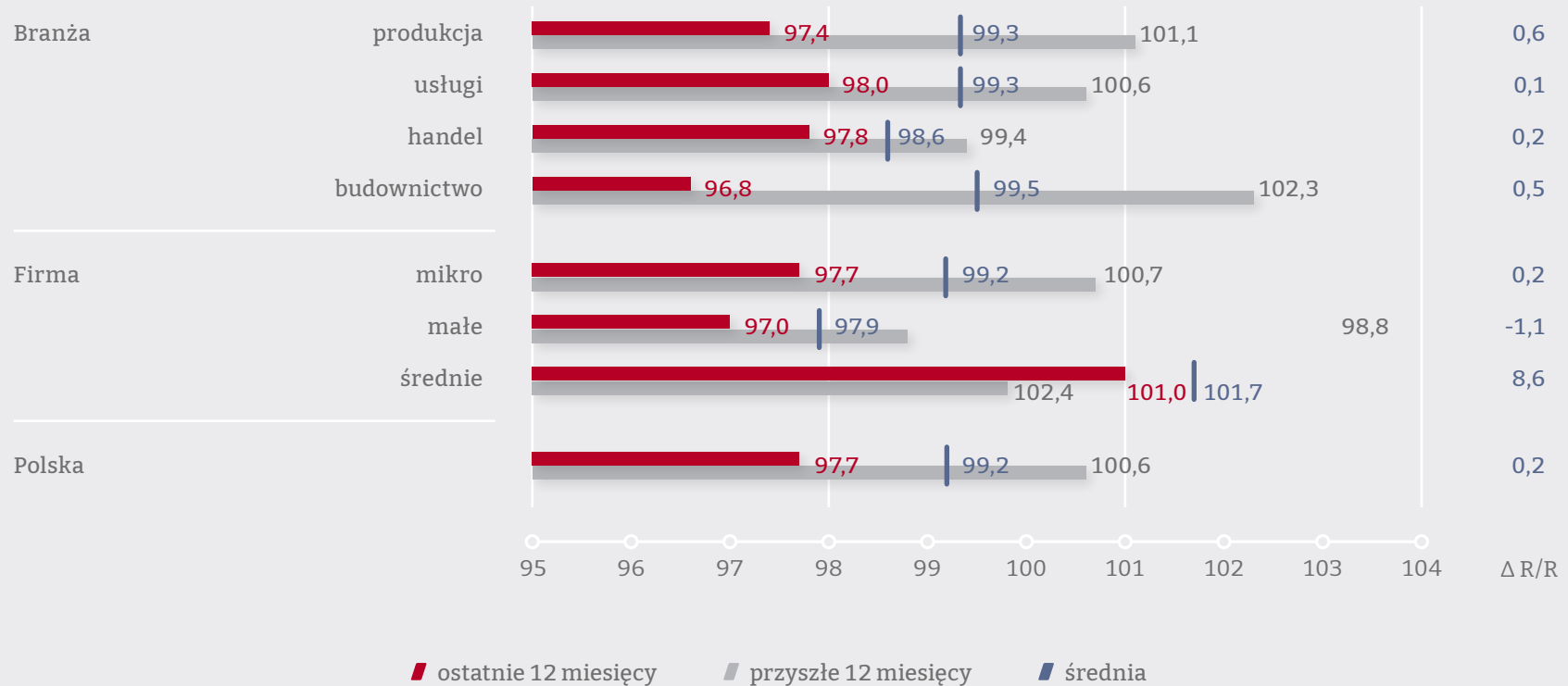
**07** Indeksy oceny zatrudnienia za okres ostatnich 12 miesięcy w mikro oraz małych firmach, jak również w czterech analizowanych branżach podobnie jak w roku 2020 oscylują wokół 97–99 punktów (Wykres 33).

## Nadal dobre prognozy zatrudnienia na rok 2022

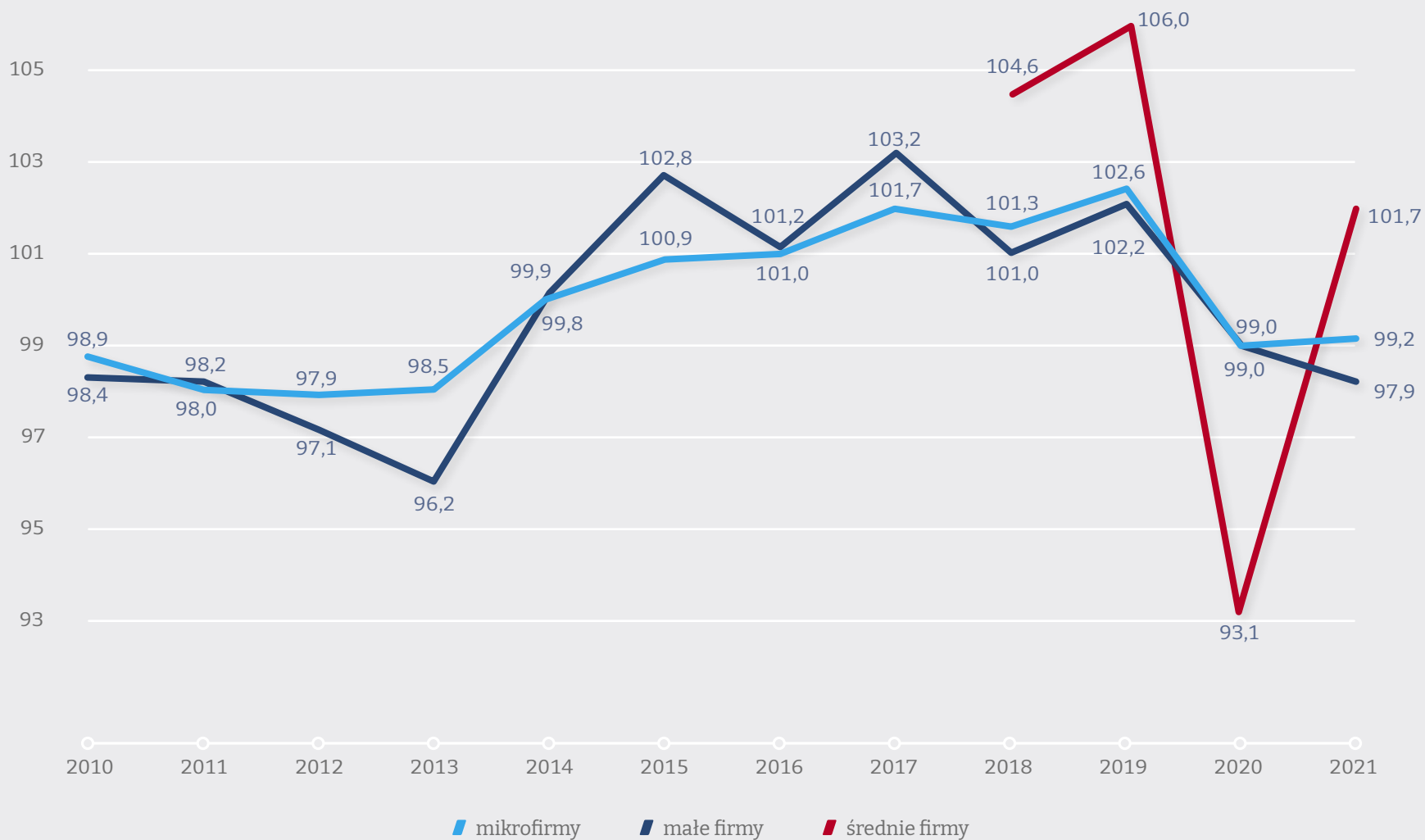
**08** Wskaźniki zatrudnienia na kolejne 12 miesięcy już od ubiegłego roku są jedynymi, dla których pojawiają się wartości większe niż 100 punktów, co sugeruje poprawę sytuacji w stosunku do aktualnej. Za wyjątkiem sektora małych przedsiębiorstw, prognozy zatrudnienia są optymistyczne. Najwięcej nowych miejsc pracy powinno powstać w średnich przedsiębiorstwach oraz przedsiębiorstwach budowlanych i produkcyjnych.



Wykres 33. Ocena zatrudnienia w firmie według wielkości firmy oraz branż



Wykres 34. Ocena zatrudnienia w firmie w latach 2010–2021



# Inwestycje

---

W kolejnych 12 miesiącach projekty inwestycyjne zamierza realizować jedynie 34% ankietowanych MŚP i jest to spadek o 1 punkt procentowy w porównaniu z rokiem 2020.

---

Niepewność nie sprzyja inwestycjom – spadek odsetka inwestujących MŚP

**01** W najnowszym badaniu obserwujemy duży spadek inwestycji w sektorze mikro, małych i średnich przedsiębiorstwach spowodowany cięciami kosztów oraz niepewnością. Przy nagłej zmianie sytuacji gospodarczej, gdy kluczowe staje się ratowanie płynności finansowej i firmy starają się do minimum ograniczać wszelkie zbędne wydatki, inwestycje stają się często pierwszą ofiarą działań oszczędnościowych. Pandemia generuje także bezprecedensową niepewność co do perspektyw gospodarczych w większości branż. W takich okolicznościach podejmowanie decyzji inwestycyjnych jest ekstremalnie trudne z uwagi na niemożność oszacowania potencjalnych stóp zwrotu oraz brak uzasadnienia ekonomicznego dla rozbudowy potencjału produkcyjnego (obniżenie oczekiwań co do przyszłej aktywności gospodarczej).

**02** Odsetek firm inwestujących w okresie ostatnich 12 miesięcy zmniejszył się z 44% w roku 2020 do 43% w roku bieżącym. W roku 2019 r. wskaźnik firm inwestujących znajdował się na poziomie 52%. Inwestycje najbardziej ograniczyły mikroprzedsiębiorstwa o 1 punkt procentowy do

poziomu 42%. W roku 2021 nastąpił zauważalny wzrost inwestujących średnich firm z 40% w roku 2020 do 60% w roku bieżącym. Odsetek inwestujących średnich firm osiągnął zatem poziom niemal sprzed pandemii COVID-19, kiedy w roku 2019 wyniósł 62% (Wykres 35). Właściciele średnich firm w ostatnich 12 miesiącach zwiększali wydatki, zwiększając zarówno inwestycje, jak również zatrudnienie w swoich przedsiębiorstwach.

**03** Ciekawie prezentuje się rozkład inwestujących firm w układzie regionalnym. Tegoroczny Ogólny Wskaźnik Koniunktury MŚP jest najniższy w województwie opolskim, w którym powyższy wskaźnik w roku 2020 znajdował się na najwyższym poziomie. Najwyższy wskaźnik osiągnęły województwa lubuskie i lubelskie. Nie ma zauważalnego jednego trendu dotyczącego odsetka inwestujących przedsiębiorstw. Są województwa, takie jak opolskie, dolnośląskie, świętokrzyskie, w których nastąpiły spadki odsetka inwestujących firm w stosunku do roku ubiegłego. Natomiast są także regiony, w których zauważamy wzrost, są to przykładowo województwa pomorskie, lubelskie, lubuskie. Przykładowo w województwie śląskim i kujawsko-pomorskim tegoroczny odsetek inwestujących firm nie zmienił się w porównaniu z rokiem 2020 (Wykres 36).

**04** W kolejnych 12 miesiącach projekty inwestycyjne zamierza realizować jedynie 34% ankietowanych MŚP i jest to spadek o 1 punkt procentowy w porównaniu z rokiem 2020. W średniej perspektywie impulsem do wzrostu aktywności inwestycyjnej przedsiębiorstw może być współpraca przy realizacji projektów finansowanych ze środków publicznych. Jednak realny wzrost inwestycji będzie możliwy dopiero po zakończeniu pandemii COVID-19.

#### Znaczny spadek nakładów na inwestycje

**05** Spadkowi odsetka inwestujących firm w roku 2021 towarzyszy również znaczny spadek nakładów inwestycyjnych, które w okresie ostatnich 12 miesięcy wyniosły średnio 58 tysięcy PLN. W poprzednim roku nakłady inwestycyjne wynosiły średnio ponad dwukrotnie więcej (128 tys. PLN). Także mikroprzedsiębiorstwa, które zrealizowały projekty inwestycyjne, wydały na ten cel średnio ponad dwukrotnie mniej niż w roku 2020, spadek z 101 tys. PLN do 42 tys. PLN; małe

firmy – 201 tys. PLN (spadek z 393 tys. PLN), a średnie – 495 tys. PLN (spadek z 639 tys. PLN). Spadek wydatków inwestycyjnych w stosunku do roku 2020 wystąpił we wszystkich branżach.

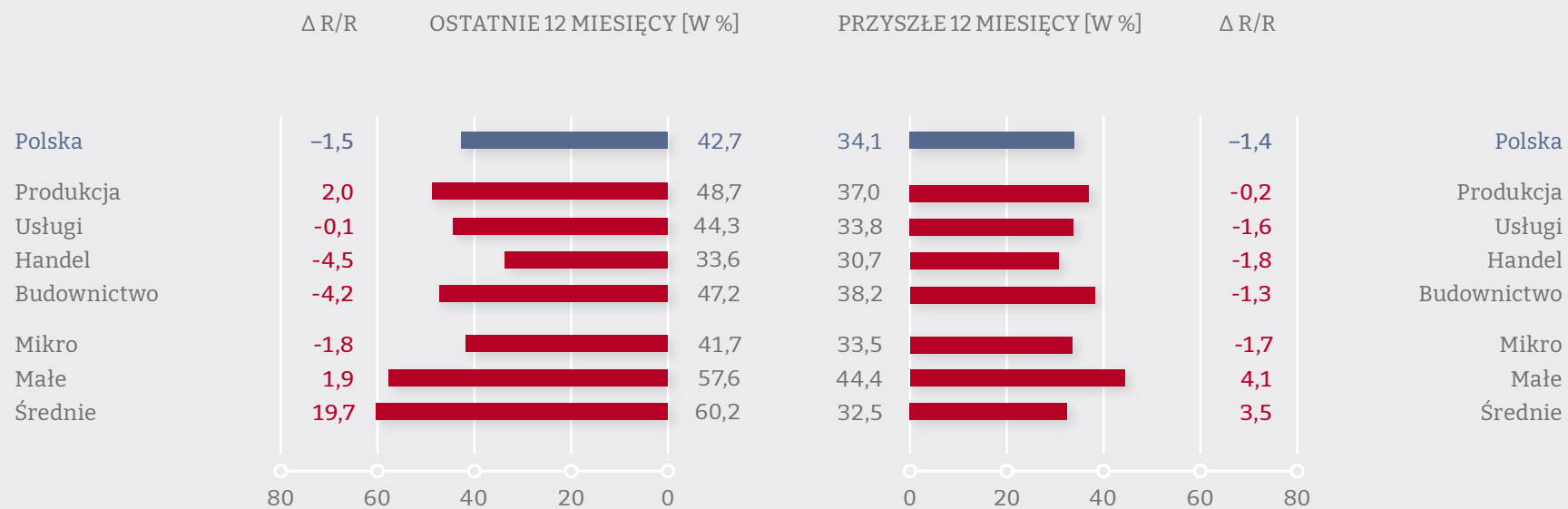
#### Kredyt czy leasing uzupełnieniem finansowania inwestycji

**06** Dominującym źródłem finansowania inwestycji pozostają środki własne. Odsetek firm, które w ostatnich 12 miesiącach korzystały z zewnętrznych źródeł finansowania, takich jak kredyt, leasing czy dotacje, zmniejszył się w stosunku do roku 2020 (Wykres 37). W sytuacji, gdy zdecydowanie większa liczba firm korzystała w ostatnich miesiącach z wewnętrznego finansowania płynnościowego, podobne zjawisko obserwujemy również przy okazji inwestycji. Można przypuszczać, że firmy, które miały przygotowane inwestycje, zrealizowały je zgodnie z wcześniejszymi założeniami, w tym w zakresie źródeł finansowania, natomiast te firmy, które po rozpoczęciu epidemii miały kłopot z zamknięciem finansowania dla inwestycji, rezygnowały z tych projektów.

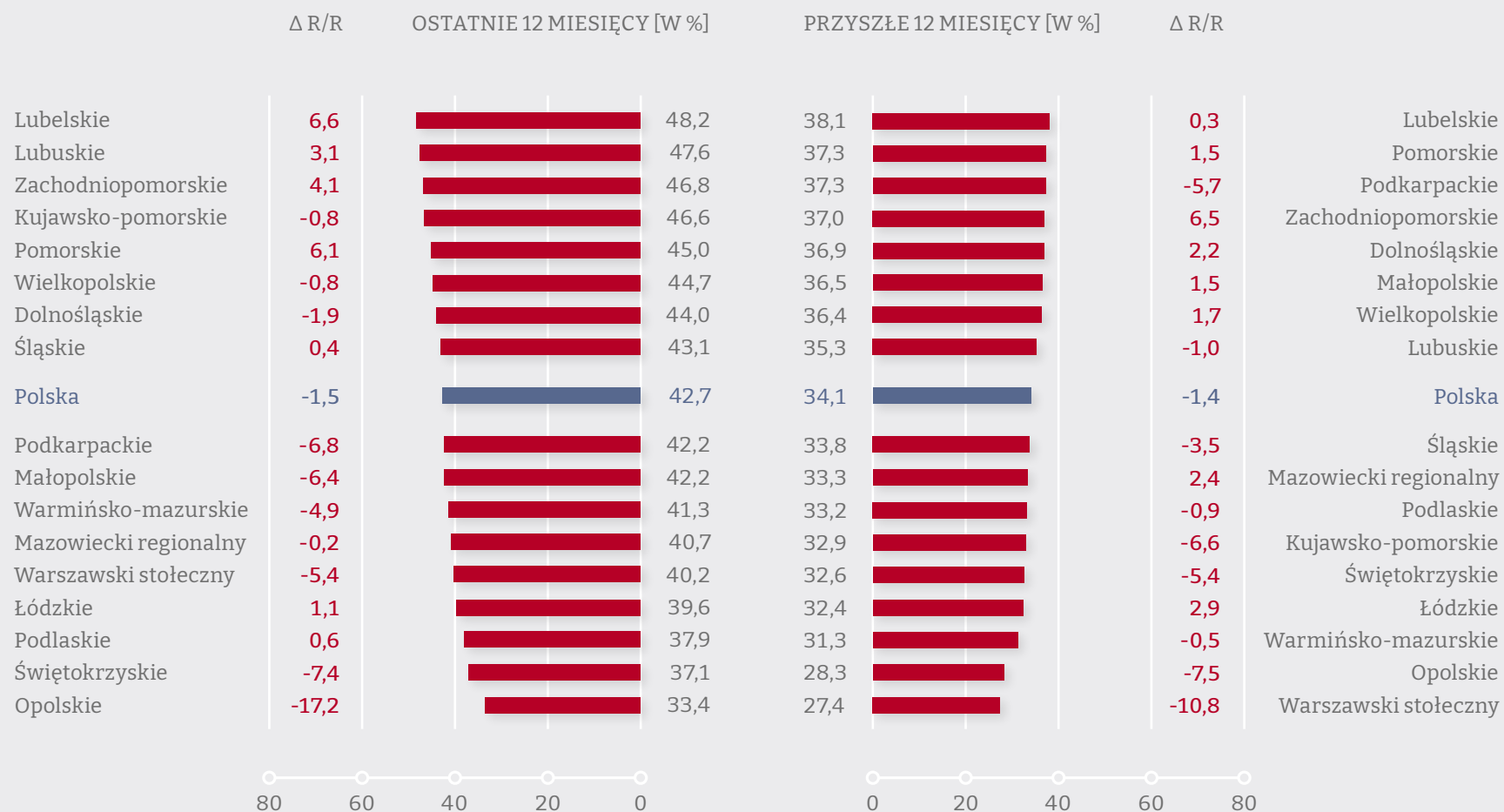




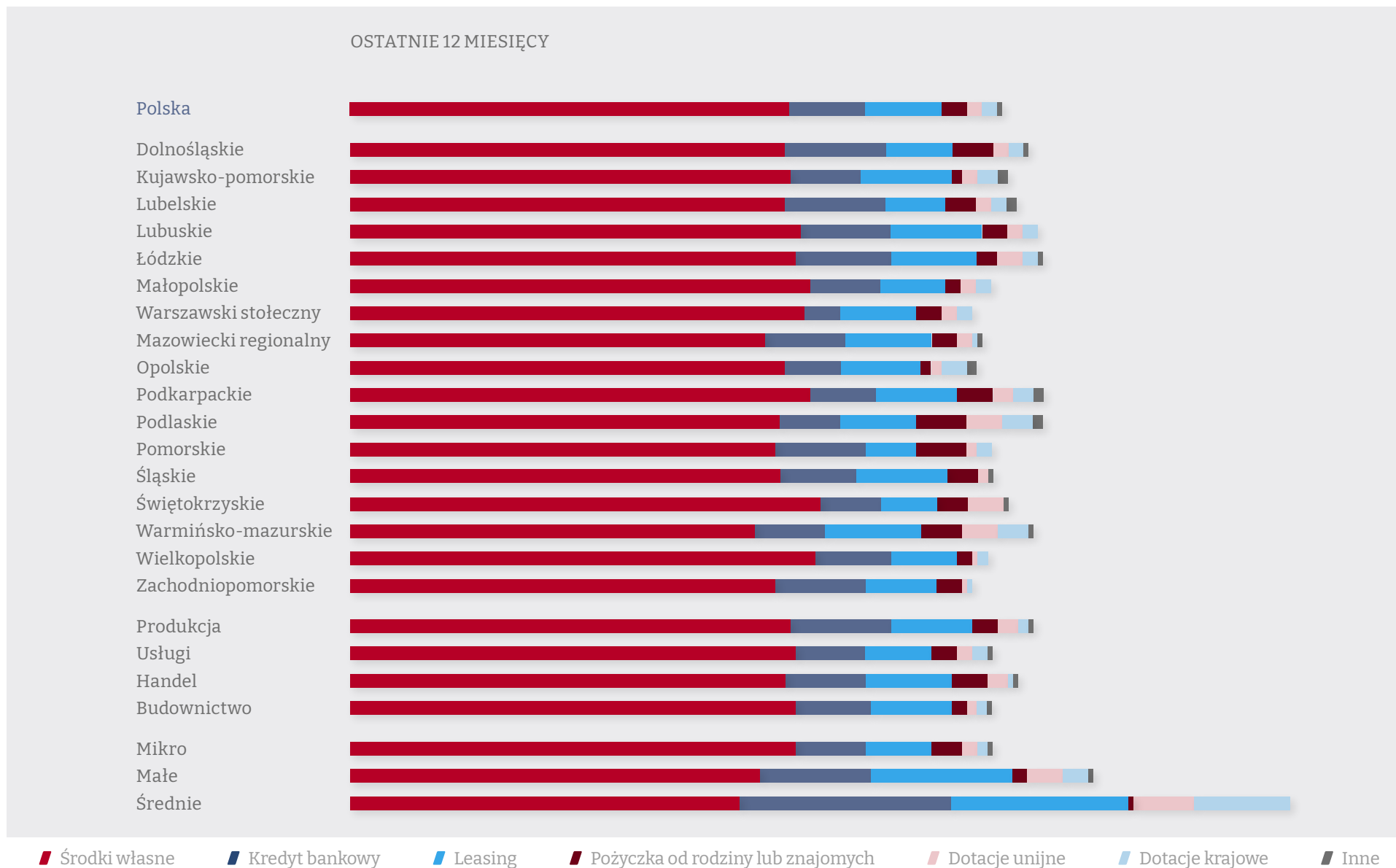
Wykres 35. Odsetek inwestujących firm według wielkości oraz branży



Wykres 36. Odsetek inwestujących firm w ostatnich i kolejnych 12 miesiącach według regionów

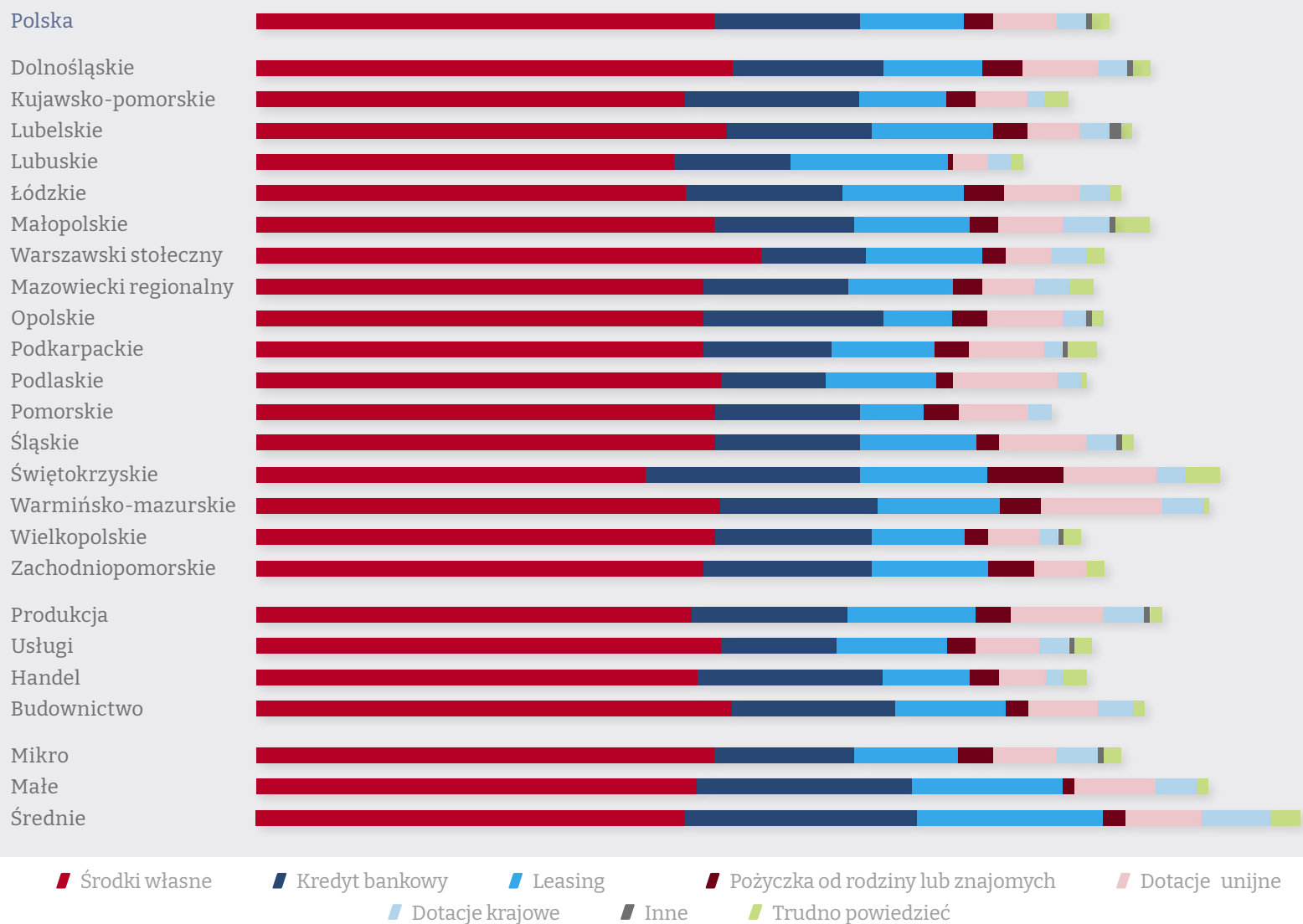


Wykres 37. Źródła finansowania inwestycji w ostatnich i kolejnych 12 miesiącach według województw, wielkości firmy i branży, w %

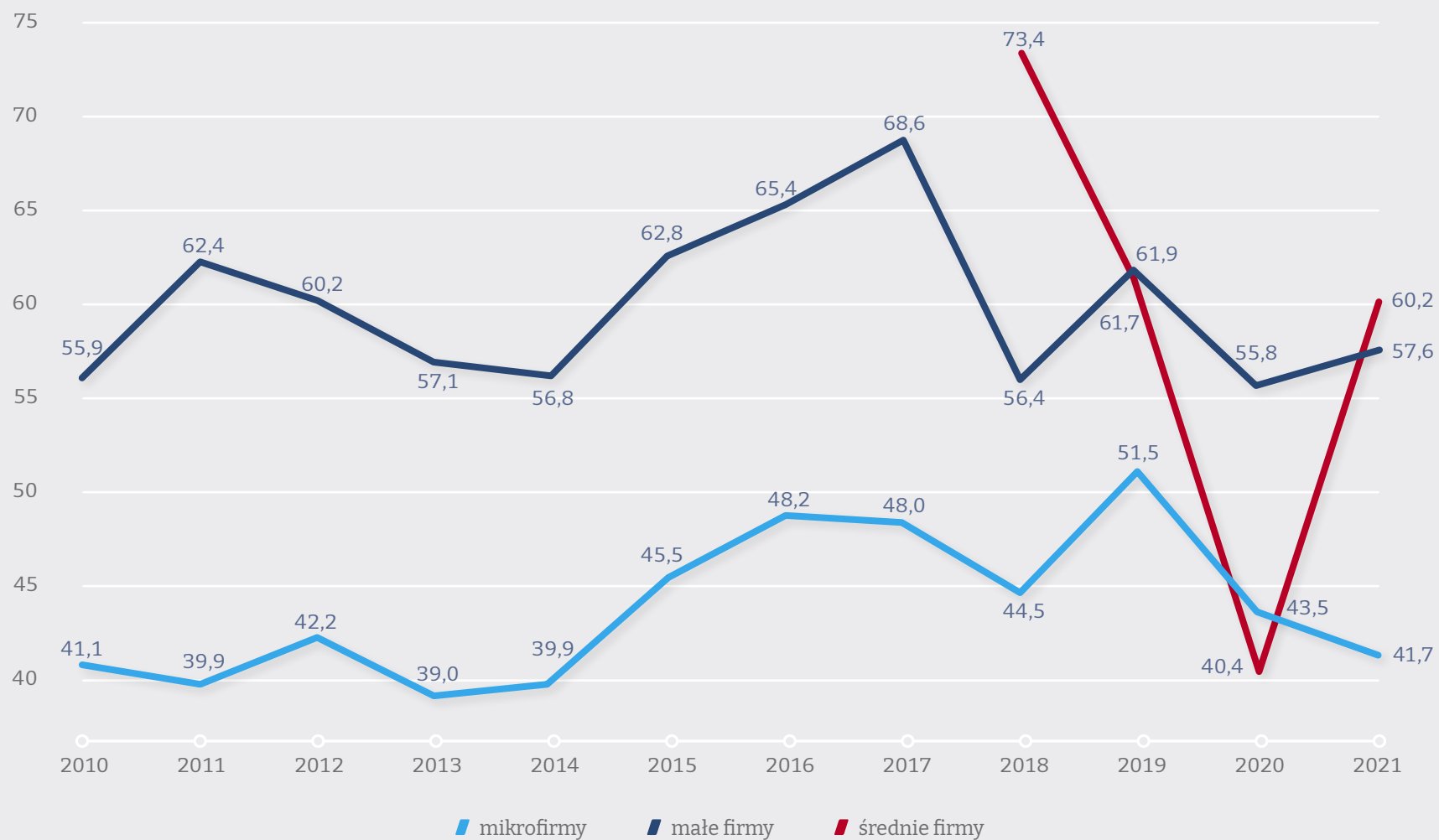


Wykres 37. cd. Źródła finansowania inwestycji w ostatnich i kolejnych 12 miesiącach według województw, wielkości firmy i branży, w %

PRZYSZŁE 12 MIESIĘCY



Wykres 38. Odsetek inwestujących firm w latach 2010–2021



## Opinia eksperta

Początek pandemii i pierwszy lockdown w 2020 r. stanowiły szok dla wszystkich przedsiębiorców. Nastąpiło po nich „oswajanie „choroby” – uczenie się, jak radzić sobie z brakiem pracowników, zaburzeniami w łańcuchach dostaw i niestabilnością rynków, a także jak korzystać z tarcz antykryzysowych. Mimo tych trudnych do zarządzania czynników ryzyka, w 2020 r. w Polsce zwiększyła się liczba firm w sektorze MŚP, nawet w sektorach najbardziej dotkniętych trudnościami. Oznacza to, że przedsiębiorcy widzieli szansę na działanie nawet w tak trudnych i nieprzewidywalnych warunkach. Firmy z sektora MŚP utrzymały zatrudnienie i nie tylko nie utraciły płynności finansowej, ale wręcz ją zwiększyły. Obniżyły natomiast nakłady inwestycyjne, czemu akurat trudno się dziwić.

Kolejny rok (2021) był o tyle łatwiejszy, że przedsiębiorcy nie mierzyli się już z czymś zupełnie nieznanym. Zdobyli wiedzę i doświadczenie, jak działać w warunkach pandemii. Dzięki elastyczności, wysokiej płynności finansowej, zbudowanym wcześniej relacjom, do gry wróciła większość firm z prawie wszystkich sekcji gospodarki. I gdy wydawało się, że światło w tunelu jest coraz lepiej widoczne, zaczęły drastycznie rosnąć koszty surowców i materiałów, a w lutym 2022 r. Rosja rozpoczęła wojnę przeciw Ukrainie. Co prawda zaangażowanie eksportowe i importowe polskich firm, szczególnie z sektora MŚP, na tych rynkach nie jest duże, nie oznacza to jednak braku poważnych kłopotów tych firm, które na rynku rosyjskim i ukraińskim koncentrowały swoją działalność.

Dzisiaj przedsiębiorstwa mierzą się z bardzo wysoką inflacją produkcyjną, ciągłymi zaburzeniami w łańcuchach dostaw, problemami z pozyskaniem pracowników (co szczególnie dotyka najmniejsze podmioty), wysokimi kosztami zewnętrznego finansowania, spadającymi zamówieniami eksportowymi, presją płacową, zmiennością kursu złotego oraz wynikającymi z powyższych czynników, a także z niestabilności systemu podatkowego, ryzykami ograniczającymi ich skłonność do inwestowania. A właśnie inwestycje są teraz najbardziej potrzebne. Niezbędna jest rozbudowa infrastruktury IT, bo szybki wzrost sprzedaży on-line w okresie pandemii wykazał duże braki w tym zakresie wśród polskich MŚP. Aktualne wyzwania to m.in. cyfryzacja, robotyzacja i zmiana modeli biznesowych, pozwalająca na wdrażanie innowacji nie tylko produktowych czy procesowych, ale w zdecydowanie większym niż dotychczas stopniu innowacji organizacyjnych i marketingowych (biznesowych). Aby te inwestycje były efektywne, przedsiębiorcy muszą inwestować także w kompetencje pracowników. Warto również, by przygotowali się do udziału w programach odbudowy Ukrainy.

dr **MAŁGORZATA STARCZEWSKA-KRZYSZTOSEK**  
Wydział Nauk Ekonomicznych, Uniwersytet Warszawski

# Eksport

W okresie ostatnich 12 miesięcy sprzedaż towarów i/lub usług na rynki zagraniczne zadeklarowało 12% przedsiębiorców

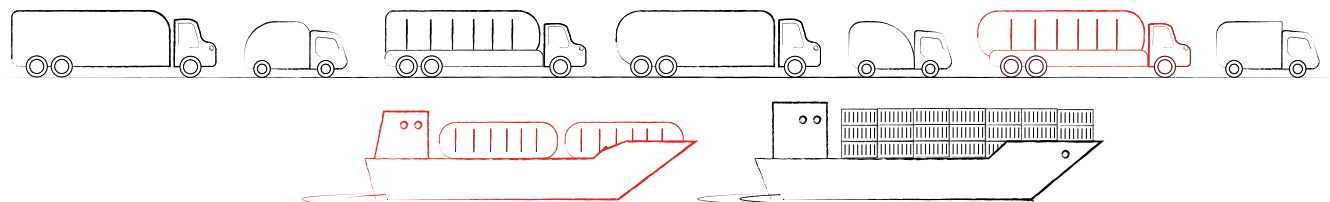
Polski eksport ucierpiał w mniejszym stopniu niż w innych krajach UE

**01** W roku 2021 odnotowujemy w każdym miesiącu nominalny wzrost eksportu w porównaniu do roku 2020. Największy wzrost eksportu występuje w drugim kwartale, co jest konsekwencją głębokiego załamania eksportu w ubiegłym roku, spowodowanego zaburzeniami w funkcjonowaniu globalnych łańcuchów dostaw oraz „zamrożeniem” funkcjonowania niektórych branż gospodarki. Zniesienie obostrzeń epidemiologicznych i stopniowe udrożnienie łańcuchów dostaw sprzyjało odbiciu eksportu w kolejnych miesiącach.

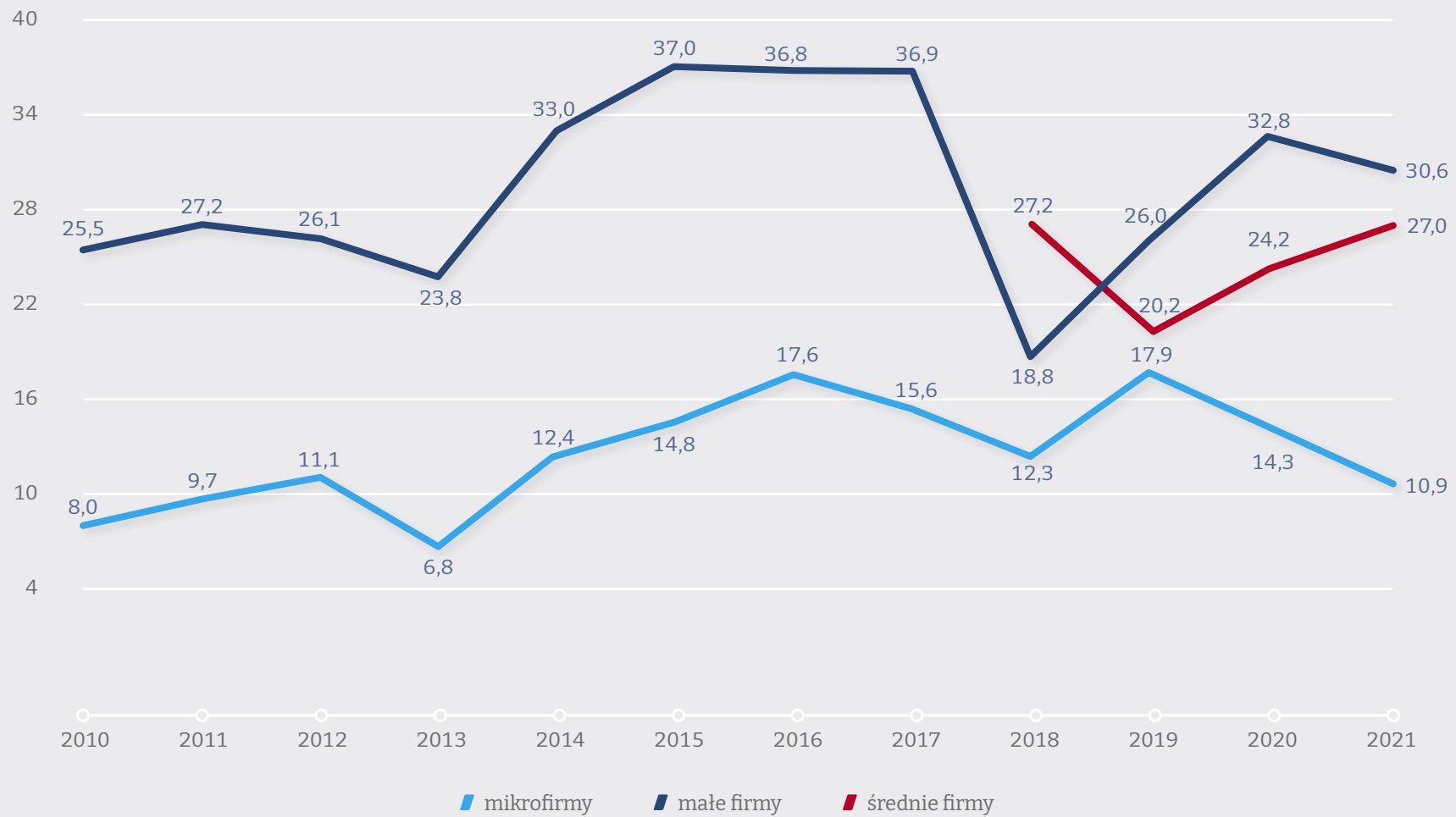
**02** Zdywersyfikowana produktowo struktura polskiego eksportu oraz **ściśle związki**

handlowe z gospodarką niemiecką, która relatywnie doświadczyła mniejszej skali dekonunktury niż inne duże gospodarki europejskie, ograniczały skalę szoku eksportowego w Polsce.

**03** W okresie ostatnich 12 miesięcy sprzedaż towarów i/lub usług na rynki zagraniczne zadeklarowało 12% przedsiębiorców. Jest to wynik o 3 punkty procentowe niższy niż w roku ubiegłym. Warto natomiast zauważyć, że spadek odsetka eksporterów o 3 pp. wynika ze spadku w gronie mikroprzedsiębiorstw z 14% do 11% oraz małych firm z 33% do 27%. W przypadku średnich firm, podobnie jak w ubiegłym roku, obserwujemy wzrost odsetka eksporterów o 7 punktów procentowych. Może to oznaczać, że w przypadku większych firm jedną ze strategii zarządzania kryzysowego było poszukiwanie klientów na rynkach zagranicznych.



Wykres 39. Odsetek eksportujących firm w latach 2010–2020





# Innowacje

---

Wydatki na innowacje tylko nieznacznie zwiększyły się w porównaniu z ubiegłym rokiem – średnie nakłady innowacyjne w sektorze MŚP miały wartość 68 950 PLN.

---

Polskie firmy nie wykorzystały innowacji do walki ze skutkami pandemii

**01** Kryzysowa sytuacja nie spowodowała przełomu we wdrażaniu innowacji. Innowacje produktowe w ostatnim roku wprowadziło 21,9% MŚP, natomiast innowacje procesowe jedynie 16,5% mikro, małych i średnich przedsiębiorstw. Mogłoby się wydawać, że trudna sytuacja związana z pandemią spowoduje, że firmy w znacznym stopniu niż do tej pory będą dostosowywać się do nowych warunków poprzez wprowadzanie innowacji produktowych (nowych lub ulepszonych produktów i usług) czy przede wszystkim innowacji procesowych (nowe lub ulepszone metody wytwarzania lub dystrybucji produktów i usług).

**02** Żaden z tych procesów nie nastąpił ani w okresie ostatnich 12 miesięcy, ani prawdopodobnie nie nastąpi w perspektywie kolejnych 12 miesięcy. Plany na wdrożenie innowacji produktowych i procesowych w roku 2021 ma odpowiednio 24,5% i 20,4% firm. Zwyczajowo odsetek firm faktycznie wdrażających innowacje w danym roku jest o kilka punktów procentowych niższy niż prognozy z badania z roku poprzedniego.

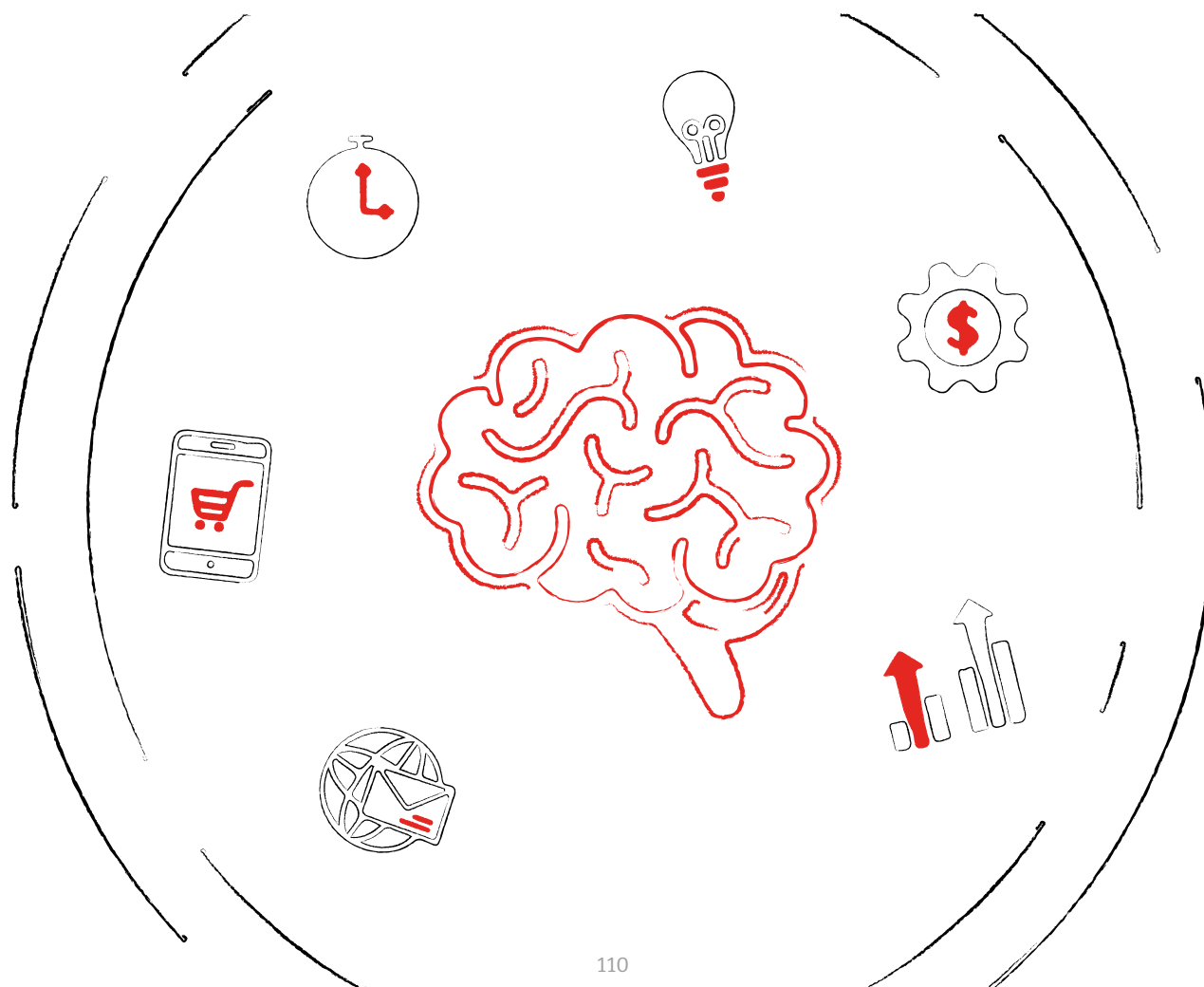
**03** Wydatki na innowacje tylko nieznacznie zwiększyły się w porównaniu z ubiegłym rokiem – średnie nakłady innowacyjne w sektorze MŚP miały wartość 68 950 PLN. O ile nakłady te zmniejszyły się rok do roku w grupie mikroprzedsiębiorstw, firmy małe, a zwłaszcza średnie zainwestowały znacznie większe kwoty w innowacje.

**04** Jedynie 28,6% przedsiębiorstw wykorzystało innowacje do adaptacji do trudnych warunków prowadzenia biznesu. Są to firmy, które w ostatnich 12 miesiącach wdrożyły przynajmniej jeden typ innowacji. Jest to niezwykle niski odsetek, zważywszy ogromne zmiany jakie zaszły w ciągu ostatnich miesięcy choćby w sprzedaży towarów i usług.

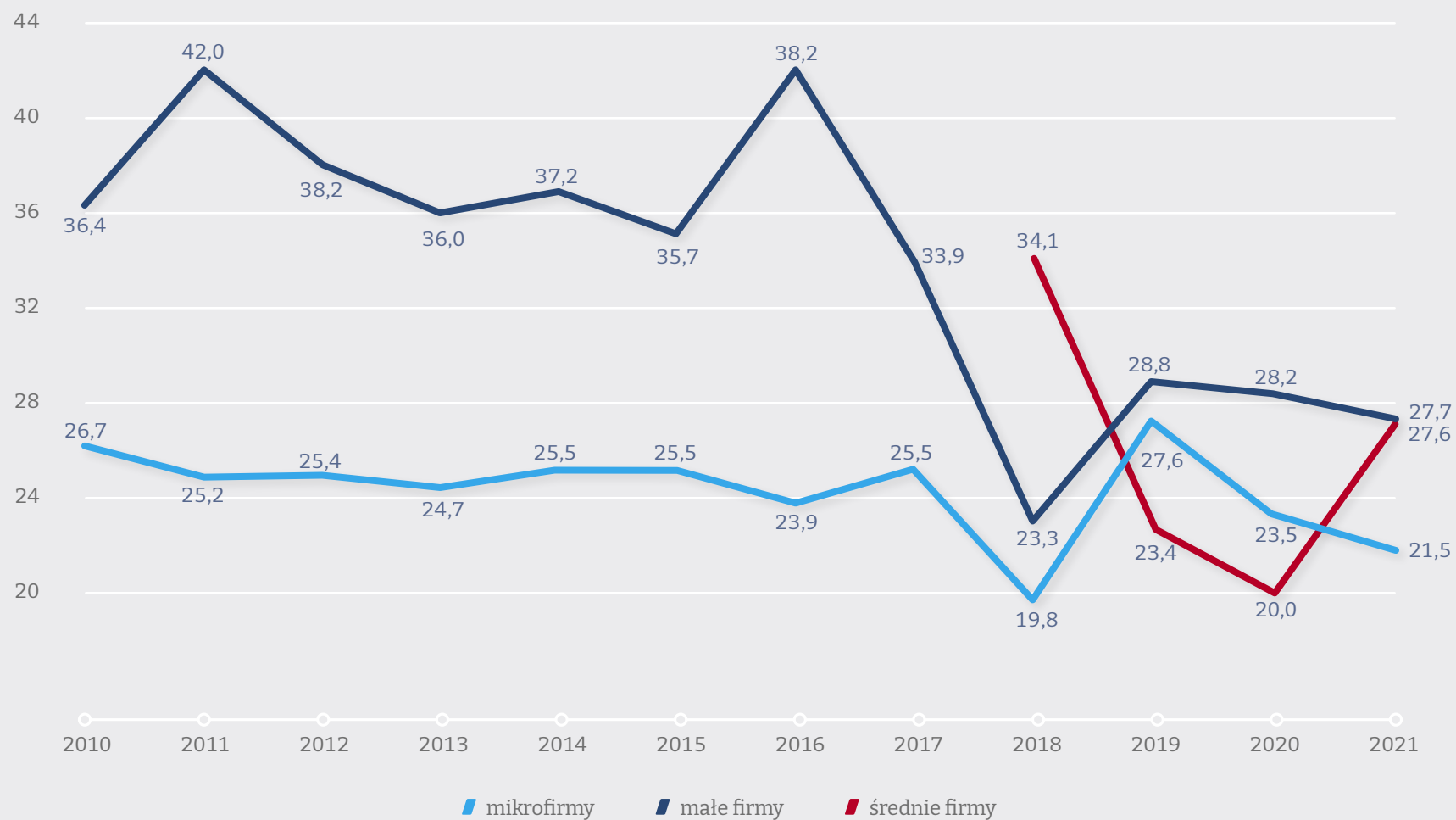
**05** Jakkolwiek brzmi to przewrotnie, trudno o lepszy moment na wdrożenie nowych rozwiązań jak sytuacja kryzysowa, kiedy otoczenie biznesowe zmienia się radykalnie i trzeba szybko stosować rozwiązania, które nawet jeśli były przewidywane, do tej pory nie zostały w firmie wprowadzone. Przykładowo, jedynie 14,5% firm handlowych wdrożyło innowacje procesowe, w sytuacji gdy obostrzenia epidemiczne w tej branży były największe i naturalne wydawać się mogło poszukiwanie nowych metod dystrybucji, na przykład poprzez wdrożenie sprzedaży internetowej.

06 W obliczu strukturalnych wyzwań stojących przed polskimi przedsiębiorcami (m.in. stopniowo kurcząca się przewaga po stronie kosztów pracy czy rosnąca presja regulacyjna związana m.in. z kwestiami

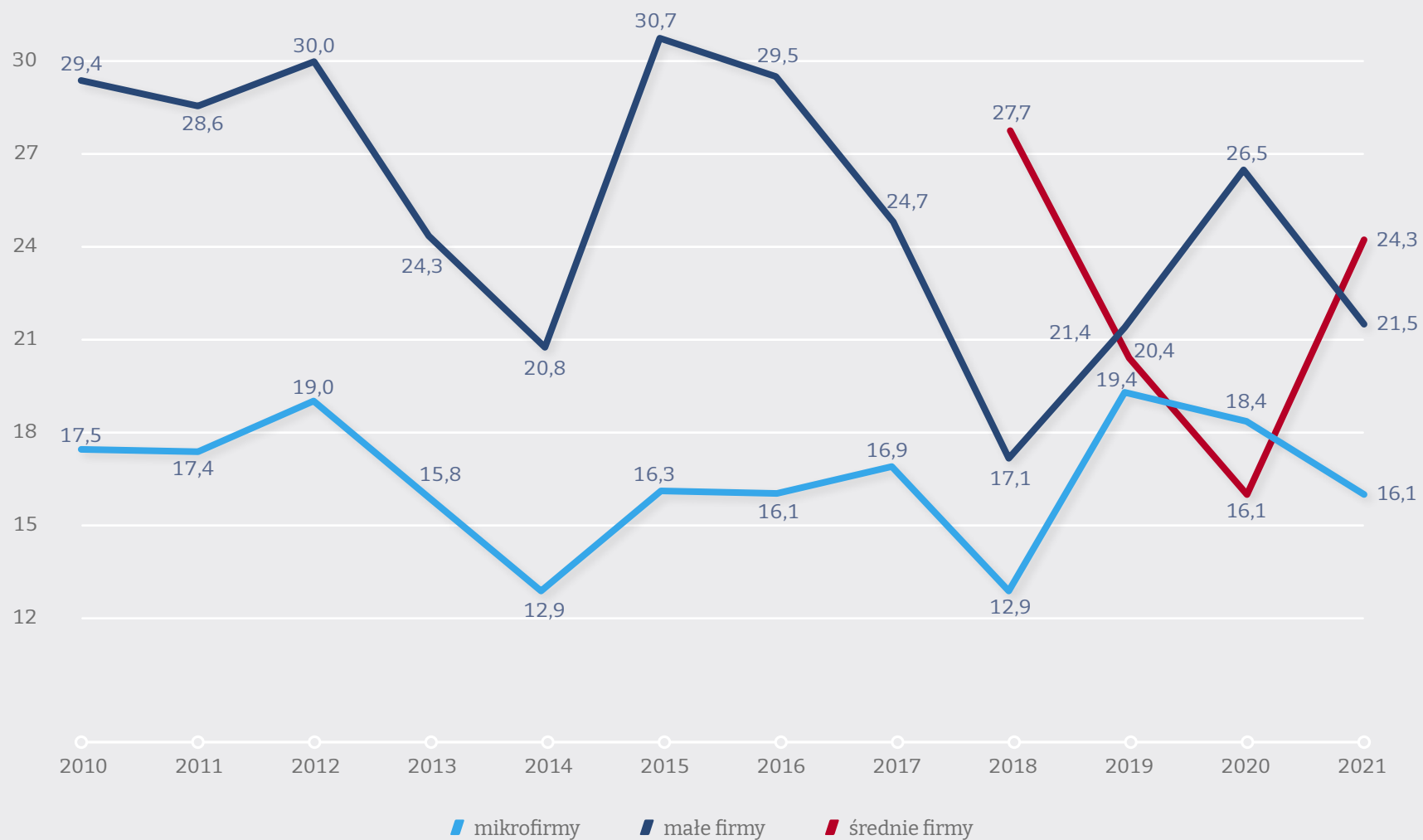
ekologii) w dłuższej perspektywie kluczowe będzie zintensyfikowanie wysiłków ukierunkowanych na poprawę innowacyjności firm (zwłaszcza MŚP).



Wykres 40. Odsetek firm wdrażających innowacje produktowe w latach 2010–2021



Wykres 41. Odsetek firm wdrażających innowacje procesowe w latach 2010–2021



# Barierzy prowadzenia działalności

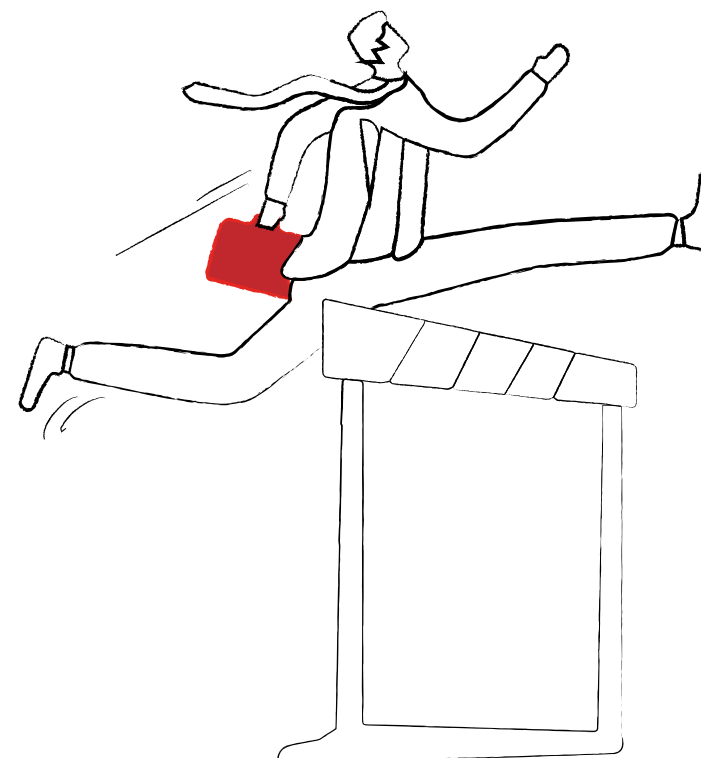
W roku 2021 średnia wartość barier nieznacznie różniła się od średniej z roku 2020 i wyniosła 2,73 pkt (wobec 2,74 pkt rok temu).

Brak dostępu do pracowników największą barierą rozwoju dla firm.

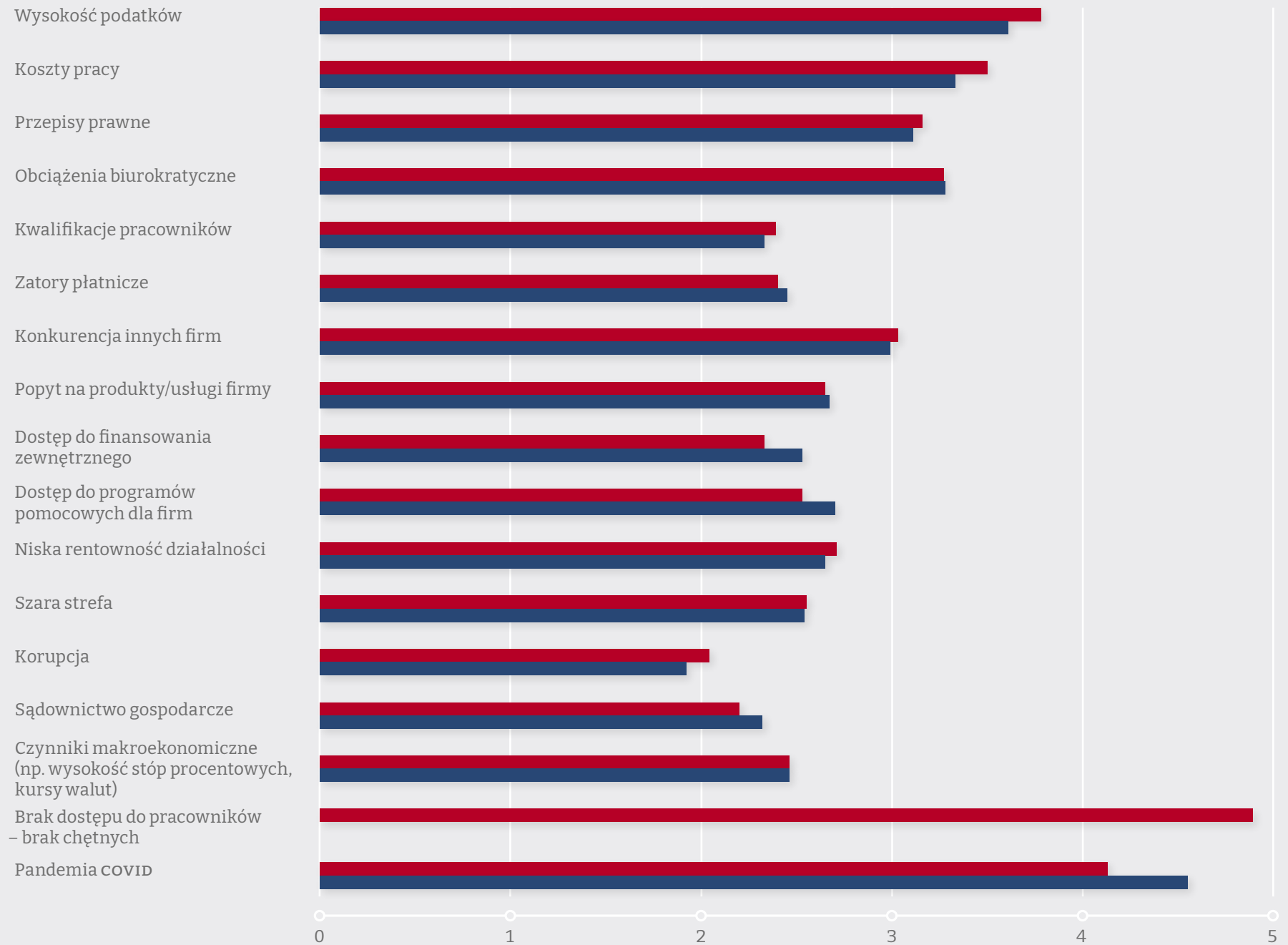
**01** Dotychczasowe trzy najważniejsze bariery rozwojowe dla polskich MŚP nadal utrzymują się w czołówce od roku 2019 – są to wysokość podatków, koszty pracy oraz obciążenia biurokratyczne.

**02** Od roku 2012 Bank pyta przedsiębiorców o bariery prowadzenia działalności gospodarczej. Właściciele oceniają każdą z odczytywanych w trakcie ankiety barier w skali od 1 (brak bariery) do 5 (bardzo ważna bariera). W roku 2021 średnia wartość barier nieznacznie różniła się od średniej z roku 2020 i wyniosła 2,73 pkt (wobec 2,74 pkt rok temu). Dodatkowo, w bieżącym roku rozszerzono badanie o pytanie dotyczące barier prowadzenia działalności o odpowiedź dotyczącą braku dostępu do pracowników (brak chętnych). Powyższa przyczyna uzyskała rekordową średnią wartość na poziomie 4,89 pkt. Warto podkreślić, że średnia wartość dla tej bariery związanej z pandemią **COVID-19** wyniosła 4,13 pkt. W celu zapewnienia porównywalności danych, powyższe zmienne dotyczące braku pracowników oraz pandemii **COVID-19** nie były uwzględnione w wyliczeniach.

**03** W porównaniu z ubiegłorocznym badaniem wzrosły następujące bariery: wysokość podatków, koszty pracy, przepisy prawne, konkurencja innych firm, niska rentowność, korupcja, czynniki makroekonomiczne (np. wysokość stóp procentowych, kursy walut).



Wykres 42. Bariery rozwoju mikro, małych i średnich firm



■ indeks za 2021    ■ indeks za 2020

## Opinia eksperta

Współcześnie przedsiębiorcy zmuszeni są funkcjonować w bardzo turbulentnym otoczeniu. Co prawda, w roku 2021 nastroje dotyczące perspektyw rozwojowych uległy pewnemu polepszeniu w porównaniu do 2020, było to jednak spowodowane głównie wygaszaniem pandemii oraz stopniowym znoszeniem obostrzeń związanych z przeciwdziałaniem koronawirusowi. Trudno jednak uznać, że zmiana ta otwiera wyraźny trend „optymizmu” rozwojowego. Rok 2022 przyniósł nowe negatywne zmiany w otoczeniu gospodarczym, w szczególności wynikające z wybuchu wojny w Ukrainie, szybko rosnącej inflacji oraz radykalnego wzrostu stóp procentowych, zapoczątkowanego jesienią 2021 r. i cały czas kontynuowanego, jak również nieudanego startu programu „Polski Ład”.

Obecnie przedsiębiorcom bardzo trudno jest ocenić, jakie będą długofalowe konsekwencje tych zdarzeń, co uzasadnia raczej podejście zachowawcze, oparte na obserwacji konsekwencji zmian i na tej podstawie podejmowania decyzji rozwojowych. Wszystkie wspomniane czynniki na pewno pogłębiają główną bolączkę polskiego sektora gospodarczego tj. utrzymujący się od lat niski poziom inwestycji. Z dużą dozą prawdopodobieństwa czynniki te będą potęgować to niekorzystne

zjawisko. Przykładowo, rosnąca inflacja jest czynnikiem skracającym horyzont decyzji gospodarczych – nie sprzyja podejmowaniu wysiłków inwestycyjnych, a wręcz je ogranicza, podnosząc koszt kredytu. Jednocześnie bardzo trudno jest przewidzieć, kiedy presja inflacyjna zmaleje, szczególnie biorąc pod uwagę znoszące się efekty polityki monetarnej (wzrost stóp procentowych) oraz fiskalnej (wprowadzanie na rynek nowych pieniędzy wzmacniających wydatki konsumpcyjne).

W świetle faktów kształtujących makrootoczenie gospodarcze, do odnotowanych w 2021 r. krótkookresowych, pozytywnych zmian nastrojów przedsiębiorców, trzeba podchodzić z dużą rezerwą. Decydujące znaczenie będzie mieć ocena przez przedsiębiorców siły oddziaływania niekorzystnych czynników na ich interesy gospodarcze. Scenariusz, który wydaje się najbardziej prawdopodobny to zbliżająca się recesja, na którą przedsiębiorcy muszą się przygotować.

dr **MACIEJ GAJEWSKI**

Policy & Action Group Uniconsult Sp. z o.o.

# Rynek Leasingu w Polsce w latach 2020–2021

Rok 2021 był dla branży leasingu rokiem dużych wzrostów. Branża odnotowała wzrost dynamiki finansowanych wolumenów w każdym obszarze.

Rok **2020** dla całego rynku leasingu był okresem spadków. Rynek odnotował wynik **70 mld PLN** wartości netto inwestycji z dynamiką **–10% r/r**. Pandemia koronawirusa oraz jej konsekwencje skutkowały przerwami w dostawach części zamiennych do pojazdów i maszyn – głównych aktywów finansowanych przez całą branżę leasingową.

Największy udział w rynku leasingu w 2020 r. wynoszący **66,8%** stanowiły pojazdy.

Wdrożenie Pakietu Mobilności, poważny kryzys gospodarczy w strefie euro oraz obostrzenia w transporcie pasażerskim spowodowane pandemią wywołały silne spadki w obszarach związanych z transportem międzynarodowym i transportem zbiorowym. W konsekwencji tego rynek leasingu odnotował duże spadki (**–26,8% r/r**) w finansowaniu **transportu ciężkiego**.

W finansowaniu **pojazdów lekkich** rok 2020 zakończył się ujemną dynamiką (**–5,7% r/r**), pomimo spadku w Q2 2020 (**–35,2%**). Pozytywny wpływ na ten wynik miały subwencje w ramach Tarczy Finansowej 1.0 udzielone głównie firmom w sektorze Mikro i MŚP. Pozwoliło to na utrzymanie płynności oraz utrzymanie poziomu zatrudnienia w firmach, które skorzystały z tego wsparcia.

Rynek **Maszyn i Urządzeń**, stanowiący **29,5%** portfela odnotował dynamikę ujemną (**–5% r/r**), mniej odczuł konsekwencje pandemii dzięki znaczącemu finansowaniu sektora **maszyn rolniczych (11,7% r/r)**, maszyn dla **przemysłu spożywczego (10,3% r/r)** oraz **sprzętu medycznego (15,5% r/r)**. Największą wagę w portfelu stanowiły **maszyny rolnicze (29,4%)**, których wolumen wyniósł **5,45 mld**. Duże spadki odnotował sektor maszyn budowlanych (**–9,1% r/r**) oraz maszyn do produkcji tworzyw sztucznych i obróbki metali (**–21,1% r/r**). Spadki sprzedaży spowodowane były głównie zamknięciem fabryk w Azji i przerwaniem tempa bieżącej produkcji komponentów, jak również zahamowaniem inwestycji przez klientów. Bieżące inwestycje w środki trwałe zostały odłożone w czasie, a zawarte kontrakty zostały w dużej mierze aneksowane w zakresie terminu dostaw maszyn.

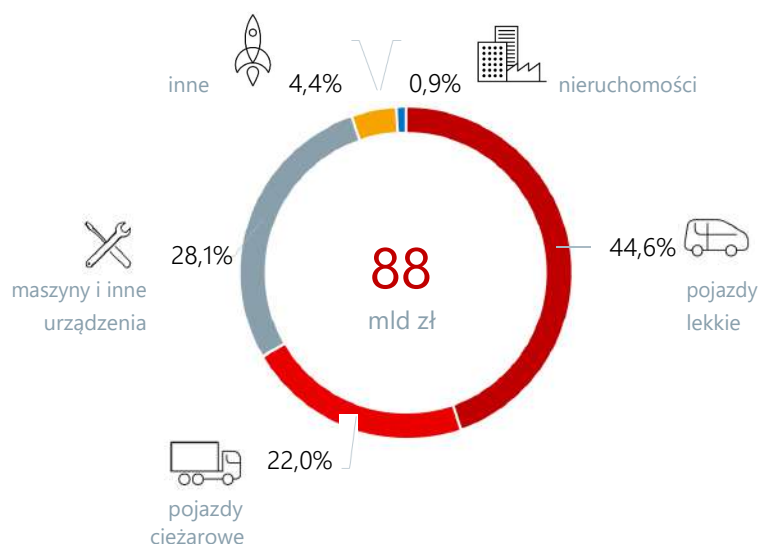
Rok 2021 był dla branży leasingu rokiem dużych wzrostów. Branża odnotowała wzrost dynamiki finansowanych wolumenów w każdym obszarze. Czynniki które przyczyniły się do wzrostów wolumenu na rynku leasingu były realizacje przesuniętych w czasie dostaw z roku 2020 oraz wzrost cen spowodowany zwiększonym popytem na aktywa, utrzymujące się ograniczenie podaży oraz mocy wytwórczych producentów.



Ogółem w 2021 r. zostało sfinansowanych **88 mld PLN** aktywów (+**30,7% r/r**). Poniżej prezentujemy strukturę udziału poszczególnych aktywów w portfelu spółek leasingowych.

Wykres 43.<sup>1</sup>

#### STRUKTURA FINANSOWANIA PRZEDMIOTÓW



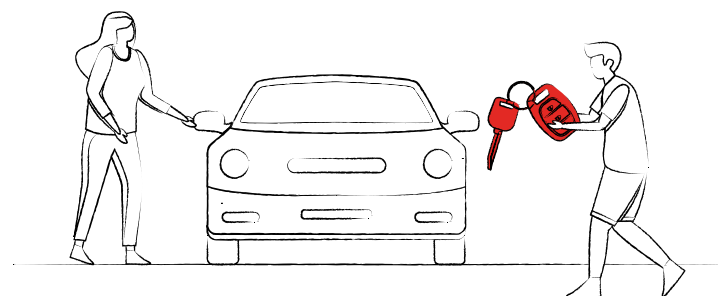
Leasing **pojazdów lekkich** odnotował dynamikę **22,9% r/r** przy wolumenie transakcji **39 mld PLN**.

<sup>1</sup> Łączne aktywa sfinansowane przez firmy leasingowe w 2021r zarówno leasingiem jak i pożyczką leasingową. Źródło ZPL.

W **pojazdach ciężkich** duża dynamika dodatnia (**63,3% r/r**) spowodowana była głównie wzrostem finansowania naczip (85,5%) i ciągników siodłowych (69% r/r).

Należy zaznaczyć, że rynek pojazdów borykał się z poważnymi problemami w dostawach komponentów mocno ograniczającymi możliwości produkcyjne.

Wzrost wolumenu w obszarze finansowania maszyn i urządzeń (MiU) wynosił w 2021 r. **25,9% r/r**. Wartość inwestycji w tym obszarze wynosiła **24,7 mld PLN**. Największy udział w portfelu MiU odnotowano w finansowaniu **maszyn rolniczych (18,3% r/r)**, które stanowiły **29,4%** portfela wszystkich MiU, w **maszynach budowlanych (32% r/r)** 16,4% portfela oraz maszyn do **produkcji tworzyw sztucznych i obróbki metali (35% r/r)** stanowiących **12,9%** wolumenu sfinansowanych w 2021 MiU.



## Struktura klientów firm leasingowych w 2021 r. wg danych z ZPL

Według danych publikowanych przez ZPL około 73,7% stanowiły firmy z segmentu mikro i małych firm o obrotach do 20 mln.

Wykres 44.<sup>2</sup>



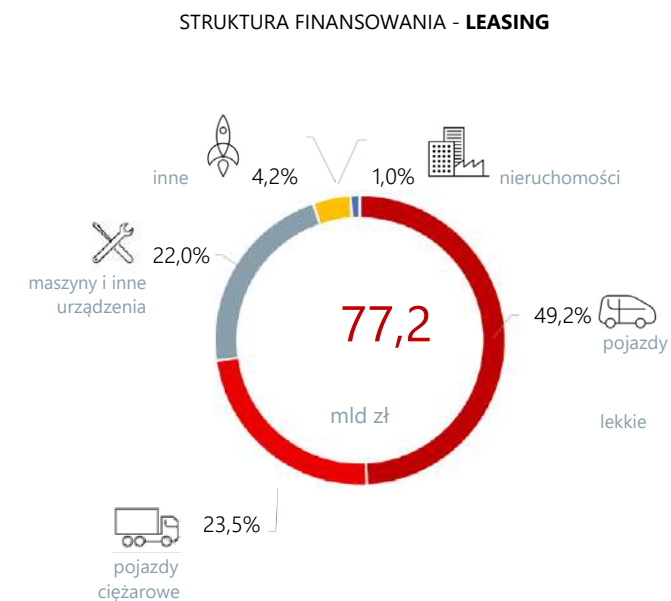
To oznacza, że branża leasingu koncentruje swoje inwestycje w tym segmencie klientów. Według danych z portfela Pekao Leasing w tym segmencie mamy ponad 80% klientów.

<sup>2</sup> Podział klientów leasingowych na rynku polskim w zależności od obrotów rocznych w 2021 r. Źródło ZPL.

## Forma finansowania aktywów w branży leasingowej w 2021 r.

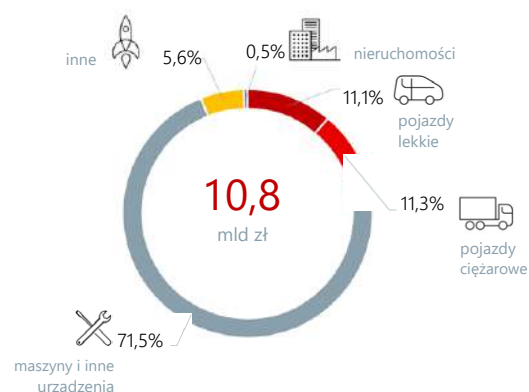
Najczęściej przedsiębiorcy decydują się na finansowanie w postaci leasingu. W 2021 r. 88,7% aktywów sfinansowanych było leasingiem. Pożyczki stanowiły 12,7% portfela. Po pożyczki sięgają klienci poszukujących rozwiązania na finansowanie inwestycji ze wsparciem dotacji z UE. Ta forma finansowania jest preferowana przez rolników i stanowi ponad 85% inwestycji w sektorze maszyn rolniczych.

Wykres 45.<sup>3</sup>



<sup>3</sup> Łączne aktywa sfinansowane przez firmy leasingowe w podziale na leasing i pożyczką leasingową. Źródło ZPL.

#### STRUKTURA FINANSOWANIA - POŻYCZKA



#### Prognoza na rok 2022

Bazując na wynikach branży leasingu po Q1 2022 r. należy spodziewać się ujemnej dynamiki w finansowaniu pojazdów lekkich, czego powodem jest problem z ich dostępnością. Potwierdzeniem tego faktu są wyniki rejestracji pojazdów publikowane przez SAMAR – spadek rejestracji po marcu 2022 r. wynosił – **13,4% r/r**. To znajduje odzwierciedlenie w wolumenie finansowanych pojazdów lekkich gdzie rynek odnotował ujemną dynamikę na poziomie – **13,52%**. W **pojazdach ciężkich** prognozowane są spadki kilkuprocentowe.

Wysokie i rosnące ceny paliwa skłaniają klientów do zakupów samochodów z innymi napędami niż konwencjonalne w związku z czym rośnie sprzedaż samochodów hybrydowych oraz elektrycznych. Znajduje to odzwierciedlenie w wynikach branży leasingowej za 2021 r. Ilość sfinansowanych pojazdów elektrycznych (BEV + PHEV) wzrosła r/r

o 130% i wynosiła 8194. Firmy leasingowe i CFM korzystają ze wsparcia programu **Mój Elektryk**, do którego spółka Pekaó Leasing przystąpiła w kwietniu 2022 r. Otwieramy się tym samym na zwiększenie wolumenu w tym segmencie poprzez umożliwienie naszym klientom skorzystania z tej formy wsparcia inwestycji dla pojazdów elektrycznych – dodaje Dawid Charkiewicz (Dyr. ds. Rynku Transportu).

Branża upatruje również wzrostów w zakresie finansowania **instalacji fotowoltaicznych**, których wolumen w 2021 r. wyniósł **662,5 mln**.

Pekaó Leasing chce zwiększyć udział w rynku **fotowoltaiki** poprzez dostosowanie swoich produktów do oczekiwań klientów i dostawców. W celu zwiększenia atrakcyjności oferowanego przez Pekaó Leasing finansowania, spółka podpisała umowę o współpracy z EBI (**European Investment Bank**), dzięki której nasi Klienci mogą liczyć na preferencyjne finansowanie.

Według ogólnodostępnych danych w Polsce możemy korzystać z około 1000 godz. słonecznych rocznie. Po zmianie przepisów w kwietniu 2022 r. (zmiana modelu rozliczania energii) w dalszym ciągu inwestycja w instalacje fotowoltaiczną jest opłacalna z uwagi na rosnące koszty energii.

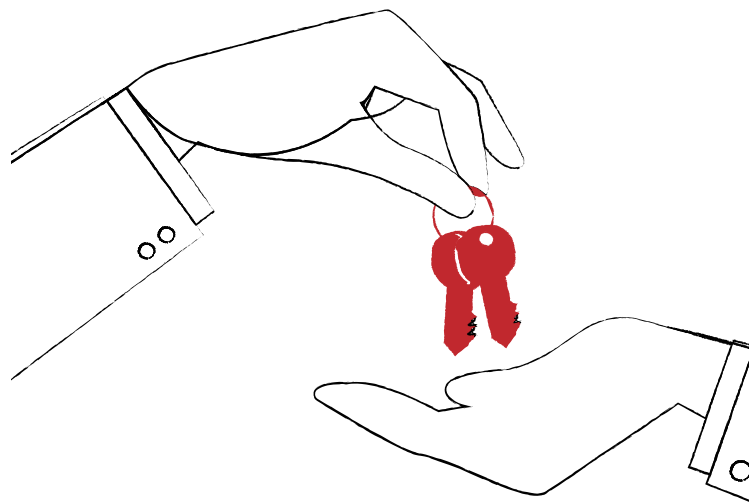
Wg prognozowanych danych rynek OZE będzie się dalej rozwijał bardzo szybko, pomimo rosnących kosztów instalacji PV oraz sposobu rozliczania wytworzonej energii – podsumowuje Tomasz Jasionka (Dyr. ds. Maszyn i Urządzeń w Pekaó Leasing)

Istotną wagę w portfelu aktywów finansowanych przez spółki leasingowe stanowią **maszyny rolnicze**. Pomimo pandemii wolumen finansowanych maszyn rolniczych rósł co roku o kilkanaście procent.

Wg raportu ZPL tendencja wzrostu utrzymuje się również po Q1 2022 r. (**3,31% r/r**). Czynnikiem pobudzającym inwestycje w maszyny rolnicze będą rosnące ze względu na wojnę w Ukrainie ceny zbóż (nawet do 50% r/r) oraz dotacje z UE. Dużym wyzwaniem dla producentów maszyn będzie realizacja złożonych już zamówień i sprostanie ciągle dużemu popytowi. Obecnie ta sytuacja przekłada się na znaczący wzrost cen maszyn, sięgający u niektórych producentów nawet 30%. Czynnikiem, który hamuje klientów przed podjęciem finalnej decyzji o inwestycji jest znaczący wzrost kosztu pieniądza. Utrzymanie dynamiki dodatniej r/r w tym sektorze jest możliwe pod warunkiem, że nie nastąpią zaburzenia pogodowe i producenci nadążą

z dostarczaniem zamówionych już maszyn na czas – powiedział Marcin Nogal (Dyr. ds. Rynku VENDOR).

Spółka Pekao Leasing również oferuje produkt dedykowany dla przedsiębiorców świadczących usługi w rolnictwie oraz rolników indywidualnych. Chcąc wyjść naprzeciw oczekiwaniom klientów proponujemy długie okresy finansowania (do 10 lat), preferencyjne finansowania dzięki umowie z **EIB (European Investment Bank)** oraz programy finansowania fabrycznego wspierane przez producentów maszyn, którzy chcą subsydiować część kosztów odsetek jakie ponosi klient wybierając ich produkty.



# Faktoring w niepewnych czasach

## wsparcie w płynności, zarządzanie należnościami, weryfikacja kontrahenta

Faktoring cieszy się coraz większym uznaniem klientów, co przekłada się na dynamiczny wzrost obrotów faktoringowych.

### Otoczenie biznesowe pełne wyzwań

Ostatnie lata są czasem wyjątkowych turbulencji w otoczeniu biznesowym. Pandemia, która rozpoczęła się w 2020 roku nie zdążyła jeszcze na dobre dać o sobie zapomnieć, gdy zaczął się okres konfliktu militarnego na terenie Ukrainy. Wydarzenia, które obserwujemy przez ostatnie miesiące mogą stanowić spore wyzwanie w prowadzeniu biznesu. W kontekście rosnących kosztów produkcji czy pozrywanych łańcuchów dostaw, wsparcie płynnościowe w postaci faktoringu okazuje

się wyjątkowo cenne. Spółka Pekao Faktoring konsekwentnie wspiera swoich klientów w tym trudnym dla nich okresie, nie zaprzestając udzielania nowych limitów faktoringowych.

### Rynek faktoringowy w Polsce

Dynamika wzrostu rynku faktoringowego w Polsce wyróżnia się na tle innych europejskich krajów. Faktoring cieszy się coraz większym uznaniem klientów, co przekłada się na dynamiczny wzrost obrotów faktoringowych.

Tabela 9: Obroty firm faktoringowych za 2021 oraz 2020 rok\*

Faktor	Obroty 2021 (mln PLN)	Obroty 2020 (mln PLN)	Zmiana %
Pekao Faktoring	72 898	59 127	+23
ING Commercial Finance	52 960	36 966	+43
BNP Paribas Faktoring	50 493	42 256	+19
Santander Faktoring	35 556	30 024	+18
mFaktoring	29 797	23 837	+25
Bank Millenium	27 195	23 235	+17
Coface Poland Faktoring	25 981	18 612	+40
PKO Faktoring	22 515	18 574	+21

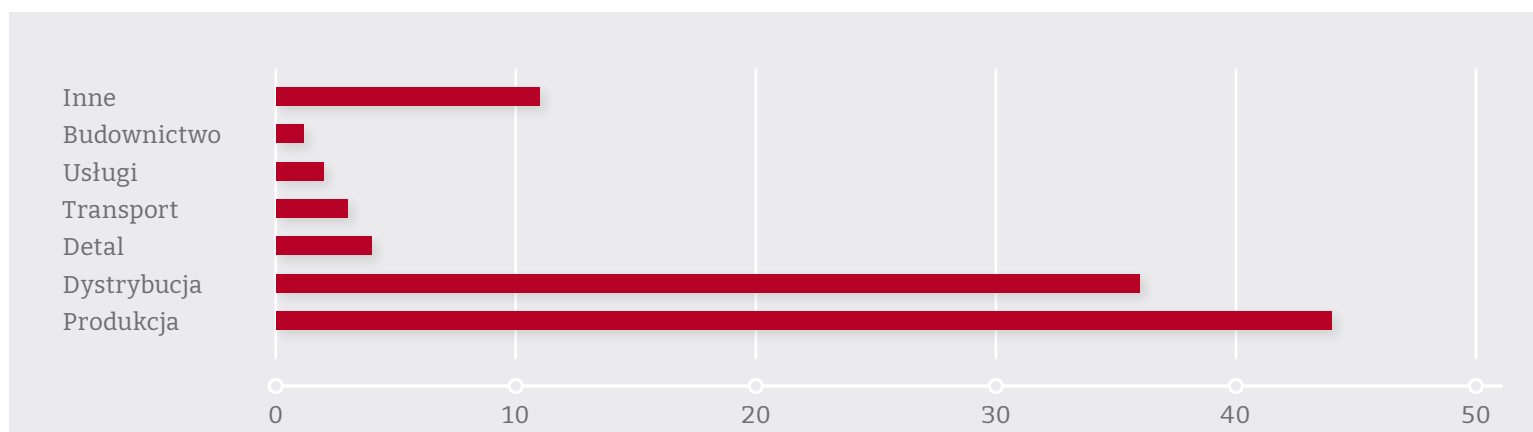
Źródło\*: Polski Związek Faktorów (PZF)

W pierwszym kwartale 2022 roku faktoryzy współpracowali z ponad 20 tysiącami firm, obsługując 5,5 mln faktur. Firmom faktoringowym powierzono do obsługi 105 mld PLN wierzytelności, co przekładało się na 33% wzrost obrotów w pierwszym kwartale 2022 r.\*

Dynamiki wzrostu potwierdzają fakt, że faktoring to rozwiązanie na każde czasy, ale jest szczególnie doceniane w trudnym otoczeniu rynkowym i kryzysach gospodarczych.

Z usług faktoringu korzystają firmy z różnych branż, ale największą popularnością cieszy się w branżach produkcji i dystrybucji.

Wykres 46: Struktura obrotów firm zrzeszonych w PZF w 2021 r. w ujęciu sektorowym\*



Firmy faktoringowe rozpoczęły działalność w Polsce w latach dziewięćdziesiątych, a Pekao Faktoring jest jedną z pierwszych spółek faktoringowych działających na naszym rynku.

Szacuje się, że obecnie na rynku funkcjonuje około kilkadziesiąt firm faktoringowych włączając Fintechy, z których 26 najprężniej działających zrzeszonych jest w Polskim Związku Faktorów, dzieląc się informacjami dotyczącymi rozwoju tego rynku.

Podstawowe formy funkcjonowania faktorów na rynku krajowym to:

1. Wyspecjalizowane podmioty należące do grup bankowych funkcjonujących jako spółki zależne lub banki w ramach swoich struktur,
2. Spółki nienależące do grup bankowych,

3. Spółki, które wyrosły z firm windykacyjnych lub firm zarządzających należnościami,
4. Fintechy faktoringowe – zautomatyzowany proces online, niskie kwoty.

Przy wyborze firmy faktoringowej klienci najczęściej kierują się kryteriami ceny, jakości obsługi, faktu bycia obsługiwanym w ramach jednej grupy bankowej, elastyczności oraz renomy faktora.\*\*

### Z czego wynika taka popularność faktoringu?

Wielu przedsiębiorcom faktoring kojarzy się z finansowaniem faktur, ale to tylko jedna z funkcji usługi faktoringu. Oprócz finansowania, faktoring to także administrowanie oraz zarządzanie spływem należności, badanie oraz monitoring kontrahentów, a czasami czynności windykacyjne. Weryfikacja kontrahentów oraz zarządzanie spływem należności w dzisiejszych czasach niepewności rynkowej zyskują na popularności.

W turbulentnym otoczeniu rynkowym znaczenia nabiera faktoring pełny, czyli usługa finansowania wraz z przejściem ryzyka braku zapłaty przez odbiorców. Do tej usługi faktor może wykorzystać polisę ubezpieczenia należności klienta lub objąć ubezpieczeniem finansowane należności w ramach własnej polisy faktora, a także udzielić limit kredytu kupieckiego samodzielnie.

Wzrost popularności faktoringu pełnego potwierdzają dane Polskiego Związku Faktorów, które obrazują rosnący udział faktoringu pełnego do poziomu 51% w 2021 r. z 49% w 2020 roku\*.

O rosnącej popularności rozwiązań faktoringowych świadczy fakt, że zdolność kredytowa to nie to samo co zdolności faktoringowa. Źródłem

Tabela 10: Struktura obrotów firm zrzeszonych w PZF za 2021 r. (mln PLN)\*

Faktor	2021	2020
Faktoring pełny	184 751	140 291
Faktoring niepełny	177 647	147 860

spłaty w faktoringu są kontrahenci. Klient o gorszej sytuacji finansowej posiadający dobry portfel kontrahentów może być w stanie uzyskać limit faktoringowy zapewniający finansowanie jego działalności bieżącej. Komponentami branżowymi pod uwagę w ocenie zdolności faktoringowej klienta, oprócz jego sytuacji finansowej są m.in.: portfel kontrahentów, historia współpracy z nimi i ich dotychczasowa dyscyplina płatnicza, forma dokumentowania wiarygodności oraz w przypadku faktoringu pełnego zdolność asekuracji kredytu kupieckiego przez ubezpieczyciela lub faktora. Klienci, którzy nie posiadają zdolności kredytowej mogą posiadać zdolność faktoringową.

### Faktoring a segment klienta

W minionej dekadzie rozwiązania w postaci faktoringu wykorzystywane były zazwyczaj przez duże firmy i kojarzone zwykle z drogim i skomplikowanym rozwiązaniem. Ale te czasy już dawno minęły. Od lat po faktoring sięgają firmy z obszaru małych i średnich przedsiębiorstw i coraz częściej mikroprzedsiębiorcy.

Nieco inny jest cel wykorzystania faktoringu oraz oczekiwania klienta w zależności od segmentu, natomiast faktem jest, że produkt cieszy się niesłabnącym zainteresowaniem w różnych segmentach.

Tabela 11: Cel wykorzystania faktoringu i oczekiwania klienta w zależności od segmentu.

Segment klienta	MIKRO	MŚP	KORPO	KLIENCI STRATEGICZNI
	↔		↔	
Cel wykorzystania faktoringu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Źródło finansowania</li> <li>• Eliminacja zatorów płatniczych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Źródło finansowania</li> <li>• Eliminacja zatorów płatniczych</li> <li>• Monitoring płatności</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Źródło finansowania</li> <li>• Weryfikacja kontrahentów</li> <li>• Monitoring płatności</li> <li>• Wskaźniki i struktura bilansu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poprawa wskaźników/struktura bilansu</li> <li>• Zarządzanie relacjami z dostawcami i odbiorcami</li> <li>• Optymalizacja płynności</li> <li>• Transfer ryzyka transakcji z odbiorcą poza firmę</li> </ul>
Oczekiwania klienta	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Szybka decyzja kredytowa</li> <li>• Proces on-line</li> <li>• Prosta dokumentacja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Przejęcie ryzyka niewypłacalności</li> <li>• Szybkość procesu</li> <li>• Stabilne źródło finansowania</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Przejęcie ryzyka niewypłacalności</li> <li>• Szybkość procesu</li> <li>• Cena</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bezobsługowość</li> <li>• Integracja systemowa z systemami faktora</li> <li>• Automatyzacja procesów</li> <li>• Cena</li> </ul>





## Segment mikro oraz małych i średnich przedsiębiorstw

Według badania przeprowadzonego przez PZF<sup>4</sup> w 2021 roku co piąty polski przedsiębiorca zmaga się z utrudnieniami związanymi z pandemią oraz niedoborem zamówień czy sprzedaży. Wielu przedsiębiorców widzi wyzwania dotyczące braku doświadczonego personelu, podwyżek cen zaopatrzenia i transportu oraz opóźnień. Problemem jest także ściąganie należności od kontrahentów jak również ograniczenia w płynności finansowej. Coraz częściej podejmuje się w rozmowach z kontrahentami temat wydłużenia terminów płatności. Warto zauważyć, że usługa w postaci faktoringu pozwala rozwiązać powyższe problemy.

Obszar MŚP jest kluczowy w polskiej gospodarce, a Pekao Faktoring czuje szczególną odpowiedzialność za wsparcie przedsiębiorców w tym segmencie, charakteryzującym się zwykle niższym zapleczem kapitałowym niż duże korporacje.

Spółka w początkowych latach swojej działalności skupiała się głównie na obsłudze klientów korporacyjnych, natomiast od kilku lat zdecydowała się wykorzystać doświadczenie faktoringowe wspierając także klientów MŚP, co spotkało się z dużym zainteresowaniem z ich strony. Rozumienie potrzeb klientów oraz wykorzystanie synergii wynikającej z przynależności do Grupy Pekao pozwala na zaoferowanie klientom dedykowanych rozwiązań z obszaru wsparcia płynności i zarządzania należnościami.

Szacuje się, że w Polsce działa ponad 2,2 miliona przedsiębiorstw, z czego ok 99% to małe i średnie przedsiębiorstwa. Polskie firmy z obszaru MŚP działają głównie w sektorze usług i handlu. Niezależnie

w jakim obszarze działają polskie MŚP, klienci z tego obszaru w trakcie prowadzenia działalności napotykać na liczne wyzwania. Jednym z nich jest ograniczony dostęp do płynności, który jest istotny w prowadzeniu biznesu przez polskich przedsiębiorców. Zatory płatnicze, monitoring płatności oraz właściwe zarządzanie kapitałem obrotowym to kolejne wyzwania wśród małych i średnich firm. Szczególnie dotknięte są w obecnym czasie przedsiębiorstwa, które swoje produkty oferowały na rynki wschodnie, a w związku z sytuacją za naszą wschodnią granicą muszą poszukać alternatywnych rynków zbytu.

Bez dostępu do kapitału trudno jest mówić o wzroście biznesu i planować ekspansję. Jednak polscy przedsiębiorcy otwarci są na innowacje i z zaciekawieniem i zaufaniem przyjmują kolejne nowości technologiczne. W obszarze zarządzania płynnością, firmy MŚP coraz częściej korzystają z finansowania w postaci faktoringu zamieniając faktury na gotówkę. Takie rozwiązanie zabezpiecza dostęp do płynności, jest dopasowane do bieżących potrzeb i skorelowane z poziomem sprzedaży firmy. Oczekiwanie przedsiębiorców z obszaru MŚP to także digitalizacja procesów udzielania finansowania. Proces powinien być przyjazny, z minimalnymi wymogami dokumentowymi oraz przewidywalny. Spółka Pekao Faktoring doskonale rozumie potrzeby przedsiębiorców z tego segmentu oraz udziela ciągłego wsparcia płynnościowego dla przedsiębiorców.

Strategicznym celem spółki w ubiegłym roku było rozszerzenie oferty produktowej dla wszystkich potrzebujących przedsiębiorców, dlatego od grudnia 2021 r. spółka Pekao Faktoring wprowadziła nowy produkt o nazwie „Płynnościomat”, dedykowany mikroprzedsiębiorcom. Usługa umożliwiła mniejszym biznesom dostęp do rozwiązań dotychczas zarezerwowanych głównie dla korporacji, a wykorzystując innowacyjną technologię, zapewnia otrzymanie limitu faktoringowego

<sup>4</sup> Źródło: Postrzeganie faktoringu wśród przedsiębiorców w Polsce, PZF, 2021.

kilkuminutowym procesem decyzyjnym, pozbawionym konieczności dostarczania formularzy oraz dokumentacji. Wprowadzenie „Płynnościomatu”, nad którym intensywne prace rozpoczęły się w połowie 2021 roku, pozwoliło na uzupełnienie portfolio produktowego spółki o rozwiązania faktoringowe dla mniejszych biznesów, które są fundamentem polskiej gospodarki.

Klient biznesowy, tak nazywany jest w Pekao Faktoring mikroprzedsiębiorca, z założenia nie posiada rozbudowanej administracji i dokumentacji finansowej, dlatego mikrofaktoring w Pekao Faktoring przygotowany został w oparciu o zautomatyzowany proces on-line pozbawiony konieczności przygotowywania przez klienta wniosku o przyznanie limitu oraz dostarczania dokumentacji finansowej. Przygotowanie oferty dla klienta jest wsparte zestawem algorytmów decyzyjnych na podstawie tzw. czynników behawioralnych, pozwalających w rezultacie dopasować ofertę do potrzeb klienta w możliwie najkrótszym czasie.

#### Wypowiedź eksperta: Dariusz Jamroży, Prezes Zarządu Pekao Faktoring

„Małe i średnie firmy są motorem polskiej gospodarki i to właśnie one mają największy wkład w PKB wytwarzając blisko połowę polskiego PKB, gdzie sektor usług jest zdecydowanym liderem. Warto uświadomić sobie, że obszar MŚP stanowi największą ilość firm działających

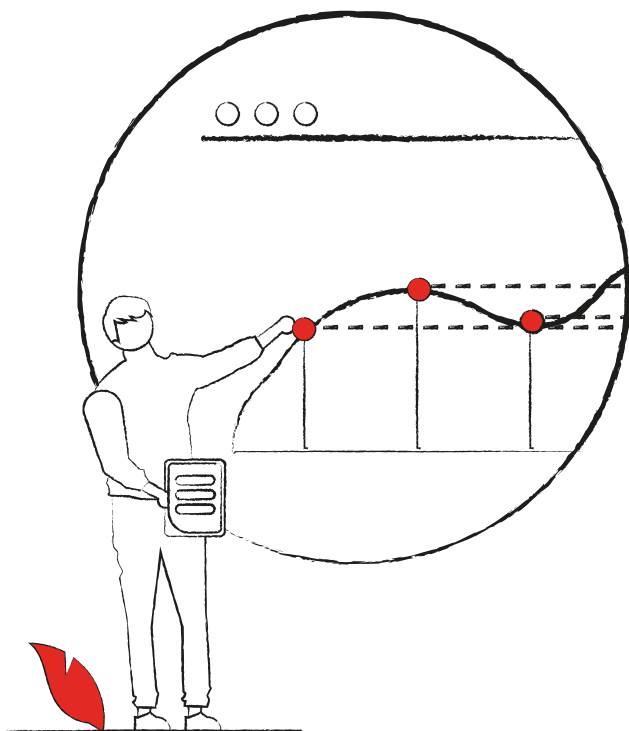
w Polsce – zgodnie z danymi GUS, najliczniejszą grupą są mikroprzedsiębiorstwa ok. 97%, małe firmy ponad 2%, średnie i duże firmy poniżej 1%. Obserwujemy, że coraz więcej przedsiębiorców obawia się utraty płynności finansowej z uwagi na opóźnienia w płatnościach, spadek popytu na usługi czy wysoki poziom zadłużenia. Nie bez znaczenia jest także utrudniony dostęp do wykwalifikowanych pracowników czy wzrost cen surowców.

W mojej ocenie jest to jedna z przyczyn dynamicznie rosnącego zainteresowania rozwiązaniami z obszaru faktoringu w ostatnich miesiącach.

Będąc największą spółką faktoringową, naszą ambicją było objęcie wsparciem płynnościowym firm z obszaru mikroprzedsiębiorstw w Polsce. Dlatego cieszymy się, że od grudnia 2021 r. oprócz wsparcia faktoringowego w obszarach małych i średnich przedsiębiorstw oraz korporacji poszerzyliśmy naszą ofertę o segment mikroprzedsiębiorców i możemy dzisiaj powiedzieć, że mamy kompleksową ofertę niezależnie od skali działalności klienta – od dużych korporacji po mikroprzedsiębiorstwa. Cały czas pracujemy nad rozwojem kolejnych rozwiązań, jakich oczekują nasi klienci, ulepszeniem naszej oferty produktowej oraz jej kompleksowości. Priorytetem na najbliższe miesiące, oprócz rozwoju produktowego, jest praca nad dalszym ułatwieniem klientom współpracy z nami oraz automatyzacją i uproszczeniem procesów w firmie.”

# Ankiety

W tej części chcielibyśmy podzielić się z Państwem doświadczeniem przedsiębiorców-klientów Banku Pekao, którzy zgodzili się opowiedzieć, jak wpłynęła na ich biznes pandemia Koronawirusa, ale też sytuacja związana z wojną w Ukrainie. Nie jest to łatwy temat, bo opowiada o kryzysie, o emocjach, nastrojach, jakie towarzyszyły przedsiębiorcom w tak trudnym czasie. Tym bardziej dziękujemy Państwu-przedsiębiorcom za to, że opowiedzieliście o swoich doświadczeniach. Jednakże rozmowy te są także o planach na przyszłość. Kryzys, jak przyznają przedsiębiorcy często jest impulsem do zmian, do poszukiwania nowych rozwiązań i nowych możliwości.



Zapraszamy do lektury o doświadczeniach przedsiębiorstw:

Alin Łukasz Nowak  
 Allfil Filter Technologies Polska Sp. z o.o.  
 Bruno Sp. J.  
 Glinik Sp. z o.o.  
 Led-Lume  
 Maxform s.c  
 Megan  
 Nobilus Ent.  
 P.P.H.U. Atm Agnieszka Świrta  
 Pphu Gastronomik Dariusz Zych.  
 Przedsiębiorstwo Kostrzewa Sp. J.  
 Reiter Sp. J  
 Sadowscy  
 Toroidy.pl Transformatory L. Lachowski Spółka Komandytowa  
 Wmkm  
 Zakład Piekarniczo-Cukierniczy ABR  
 z.P.O.iW. Motyl Sp.J.  
 Wierzbowsky s.c.

## ALIN Łukasz Nowak

Firma ALIN Łukasz Nowak zajmuje się doradztwem finansowym w zakresie relacji inwestorskich.

### **W jaki sposób pandemia wpłynęła na Państwa firmę?**

– Początkowo, chyba jak wszyscy, byliśmy trochę zaskoczeni zaistniałą sytuacją i wprowadzonym lockdownem. Natomiast później po zmianie trybu pracy i przyzwyczajeniu się do panujących warunków przywróciliśmy równowagę w funkcjonowaniu firmy.

### **Co było dla Państwa firmy największym wyzwaniem w czasie pandemii?**

– Największym wyzwaniem dla naszej firmy w czasie pandemii, było przeniesienie budowania relacji z klientami/inwestorami do sieci. Dotychczas spotykaliśmy się osobiście, co pozwalało na budowanie trwałych i bliskich relacji z potencjalnymi kontrahentami ułatwiając tym samym zakończenie negocjacji sukcesem. Na spotkaniach online nawiązanie takiej relacji spotyka się z dużo większym oporem i dystansem.

### **Jak zmieniały się nakłady inwestycyjne firmy w tym czasie?**

– Przeszliśmy przez kilka etapów związanych z nakładami inwestycyjnymi. Począwszy od wyhamowania, poprzez stagnację i równowagę do wzrostu.

### **Jakie były największe sukcesy Państwa firmy w czasie pandemii?**

– Pomimo czasu pandemii, największym sukcesem naszej firmy było odnotowanie wzrostu dochodów na koniec lat 2020 i 2021.

### **Jak oceniają Państwo kondycję firmy w porównaniu do okresu sprzed pandemii?**

– Porównując te okresy oceniamy kondycję firmy jako dobrą, jak nie bardzo dobrą.

**Z jakich programów pomocowych (tarcza finansowa, kredyty z gwarancjami BGK lub EFi, pożyczki płynnościowe, inne) skorzystali Państwo? Jak oceniają Państwo te programy?**

– Nie korzystaliśmy z programów pomocowych.

**Czy sytuacja związana z wojną na terenie Ukrainy ma wpływ na działalność Państwa firmy? Jeśli tak to jaki?**

– Tak, ma wpływ. Zauważyliśmy znaczną powściągliwość w podejmowaniu decyzji finansowych przez naszych kontrahentów. Zdarza się, że kontrakty nie dochodzą do realizacji w końcowej fazie, co jest spowodowane niestabilną sytuacją gospodarczą.

**Czy pracownicy zgłaszają się o wyższe wynagrodzenie powołując się na inflację?**

– Na ten moment nie.

**Czy planujecie ograniczyć liczbę zatrudnionych ze względu na presję płacową czy odwrotnie inwestujecie i myślicie o zatrudnianiu nowych ludzi?**

– W obu przypadkach nie planujemy.

**Co jest aktualnie największym wyzwaniem Państwa firmy?**

– Aktualnie największym wyzwaniem jest poradzenie sobie z obiekcjami naszych inwestorów wynikających z aktualnej i niepewnej sytuacji rynkowej.

**Jakie są dalsze plany rozwojowe/inwestycyjne Państwa firmy?**

– Planujemy zrealizować założone plany inwestycyjne na poziomie 100%

Odpowiedzi na pytania udzielił:



## All Good S.A.

Coffeedesk zajmuje się głównie sprzedażą kawy specjalty oraz akcesoriów. Docieramy do wszystkich miłośników kawy poprzez sklep internetowy, sprzedaż hurtową jak i dystrybucję w systemie B2B oraz szeregiem usług związanych z kawą, np. obsługą eventów, szkoleniami, konsultacjami. Swoją siedzibę mamy w Kołobrzegu i tu też otworzyliśmy naszą pierwszą kawiarnię, połączoną z showroomem i pracownią. Obecnie posiadamy łącznie 4 showroomy, z czego 3 zlokalizowane w Warszawie. Naszą misją jest dostarczanie najwyższej jakości kawy do szerokiego grona odbiorców i sprawianie, aby świat kawy każdego dnia stawał się lepszym miejscem. Jesteśmy liderem eCommerce na polskim rynku kawy i jedną z najszybciej rozwijających się firm w regionie CEE według rankingu Financial Times.

All Good s.A.  
Mazowiecka 24 i/u9  
78-100 Kołobrzeg

[www.coffeedesk.pl](http://www.coffeedesk.pl)

## Okres pandemii 2020–2021

### W jaki sposób pandemia wpłynęła na Państwa firmę?

– W roku 2020, w którym 6 na 10 przedsiębiorstw w Polsce odczuło negatywne skutki epidemii COVID-19 w postaci niższych niż planowano przychodów, zamrożenia inwestycji czy też zwolnień personelu (Deloitte, 2020), w Coffeedesk sprzedaż wzrosła prawie 1,5 krotnie w stosunku do roku ubiegłego. W tym okresie rozpoczęliśmy realizację strategicznych projektów rozwojowych, zwiększyliśmy zatrudnienie oraz poprawiliśmy rentowność (EBITDA +3,7 p.p). W związku z pandemią, w roku 2020 trend przejścia z offline do online (O2O) znacznie

przyspieszył zmieniając przyzwyczajenia zakupowe konsumentów, co pozytywnie wpłynęło na rozwój naszej firmy i wzrost przychodów w 2020 roku o ponad 44% w stosunku do roku ubiegłego.

### Co było dla Państwa firmy największym wyzwaniem w czasie pandemii?

– Myślę, że niepewność na początku, stres pracowników związany ze zmianami i przejściem do pracy online. Z perspektywy czasu widzimy, że umiejętność przystosowania się do nowej rzeczywistości pozwoliła nam na wypracowanie dobrych wyników jak również rozpoczęcia strategicznych projektów, tj. wdrożenie nowej platformy czy otwarcie kolejnej kawiarni.

### Czy firma podejmowała działania mitygujące negatywne konsekwencje pandemii?

– Jeden z naszych kanałów sprzedaży to e-commerce B2C. Zamknięcie tradycyjnych sklepów oraz pozostanie ludzi w domach, spowodowało przejście konsumentów z offline do kanału online, na czym spółka skorzystała. Trudno zrezygnować z picia dobrej kawy, ludzie nadal pracowali w domach i zaopatrywali się w ulubioną kawę czy akcesoria do jej parzenia.

**Ciekawostka:** w roku 2020 sprzedaż spieniaczy do mleka wzrosła o prawie 600%! Czy firma zmieniła w tym czasie profil działalności lub go rozszerzyła o nowe usługi/produkcję?

### Jak zmieniały się nakłady inwestycyjne firmy w tym czasie?

– Rok 2020 pod wieloma względami był dla nas przełomowy. Kontynuowaliśmy realizację naszych planów rozwojowych i nie podjęliśmy decyzji o zastopowaniu inwestycji. Dzięki inwestorom społecznościowym, których pozyskaliśmy dzięki kampanii crowdfundingowej pozyskaliśmy kapitał na ich realizację. W roku pandemii uruchomiliśmy

trzeci showroom oraz rozpoczęliśmy projekt wdrożenia nowych platform e-commerce. Z pewnością przyspieszenie rozwoju e-commerce w tym okresie pomogło nam w podjęciu takiej decyzji.

#### **Jakie były największe sukcesy Państwa firmy w czasie pandemii?**

– Niewątpliwie to utrzymanie ducha pracy zespołowej, wszyscy pracownicy bardzo wspierali zmiany, pomagali nam dostosowywać organizację do aktualnych potrzeb. To pozwoliło nam na szybkie przesterowanie się na pracę zdalną i realizację założonych celów. Przeprowadziliśmy kampanię crowdfundingową, podpisaliśmy ważne umowy handlowe czy uruchomiliśmy nową kawiarnię. A to wszystko w czasie trwającego lockdownu.

#### **Jak oceniają Państwo kondycję firmy w porównaniu do okresu sprzed pandemii?**

– Rok 2020 był dla nas historycznie najlepszym, widzimy, że spółka przyspieszyła swój rozwój o kilka lat. Obecnie widzimy stabilizację i powrót trendów sprzedaży do czasów sprzed pandemii. Na pewno stabilna sytuacja finansowa w ostatnich dwóch latach pomogła nam w realizacji inwestycji, które będą katalizatorem rozwoju w kolejnych latach.

#### **Z jakich programów pomocowych (tarcza finansowa, kredyty z gwarancjami BGK lub EFi, pożyczki płynnościowe, inne) skorzystali Państwo? Jak oceniają Państwo te programy?**

– Nie dotyczy

#### **Czy wydłużające się terminy dostaw odbiły się na kondycji firmy? Czy wpłynęło to na szukanie dostawców w najbliższej okolicy?**

– Coffeedesk to kawa, ludzie i relacje, w tym z dostawcami. Nasza drużyna ciężko pracuje nad tym aby nasi klienci nie odczuli globalnego kryzysu

w łańcuchu dostaw. Dziś mamy zabezpieczone towary i nasi klienci nadal będą mogli zamawiać swoje ulubione produkty w Coffeedesk.

#### **Czy obawiają się Państwo jeszcze dalszych negatywnych skutków ewentualnego powrotu pandemii?**

– W naszym przypadku nie widzimy biznesowo negatywnych skutków pandemii. Z pewnością wyzwaniem jakie jest przed nami w przypadku jej powrotu to zmierzenie się z pracą zdalną i poradzenie sobie często ze zmęczeniem psychicznym i fizycznym pracowników, w tym spadku poziomu motywacji czy przeciążenia spotkaniami online.

#### **Sytuacja obecna (m.in. wojna w Ukrainie) oraz plany na przyszłość**

#### **Czy sytuacja związana z wojną na terenie Ukrainy ma wpływ na działalność Państwa firmy? Jeśli tak to jaki?**

– Nie bezpośrednio, ponieważ nie prowadzimy działalności na tym rynku czy też w Rosji. Widzimy jednak zmianę w dynamice wzrostu sprzedaży po wybuchu wojny. Konsumenci w Polsce są bardziej wstrzeźliwi a po wybuchu wojny skupili się głównie na pomocy potrzebującym. Zakładaliśmy wyższe wzrosty i obecnie rewidujemy nasze cele sprzedażowe na rok 2022.

#### **Czy zauważyliście Państwo odpływ pracowników z Ukrainy czy też ruchy kadrowe pracowników z Polski?**

– Nasza firma ciągle się rozwija i wciąż rekrutujemy. Nie zauważyliśmy jeszcze zmian na rynku. W naszym przypadku nie posiadamy dużego grona pracowników z Ukrainy, dlatego trudno nam ocenić wpływ wydarzeń ostatnich miesięcy na kadrę tej narodowości.

**Czy w obecnej sytuacji zagrożenia brakiem pracowników, planujecie większą automatyzację produkcji / działań?**

- Nie jesteśmy firmą produkcyjną, nie mniej procesy logistyczne, które wciąż doskonalimy to istotny element pracy e-commerce. W przyszłości planujemy inwestycje w ich automatyzację w celu poprawy np. czasu dostawy produktów do klienta.

**Czy pracownicy zgłaszają się o wyższe wynagrodzenie powołując się na inflację?**

- Zdecydowanie widzimy już skutki inflacji w postaci presji płacowej.

**Czy planujecie ograniczyć liczbę zatrudnionych ze względu na presję płacową czy odwrotnie inwestujecie i myślicie o zatrudnianiu nowych ludzi?**

- Spółka ciągle się rozwija, dlatego będziemy inwestować w naszych pracowników. Oczywiście przyglądamy się kosztom kapitału ludzkiego, stawiamy jednak na poprawę efektywności naszej pracy co pozwoli nam uniknąć nieproporcjonalnego wzrostu kosztów wynagrodzeń.

**Co jest aktualnie największym wyzwaniem Państwa firmy?**

- Dziś przedsiębiorcy tacy jak my, muszą zmierzyć się z rosnącymi kosztami działalności przy jednoczesnym spadku popytu, dlatego skupiamy się na efektywności procesowej aby zapewnić dalszy, stabilny wzrost.

**Jakie są dalsze plany rozwojowe/inwestycyjne Państwa firmy?**

- Będziemy realizować naszą strategię i rozwijać rynek specjalty w regionie. Przed nami rozwój platformy e-commerce B2B, ekspansja

zagraniczna oraz rozwój kanału B2C. Mamy sporo projektów w piplinie i plany na kilka kolejnych lat.

**Czy w związku z wojną w Ukrainie planujecie rozszerzyć działalność? O jakie PKD?**

- Obecnie nie mamy takich planów.

**Czy zauważacie zainteresowanie swoimi produktami/działalnością nowych klientów z Ukrainy?**

- Nie byliśmy aktywni na tym rynku w kanale B2C i nie jest to nasz rynek docelowy. Widzieliśmy zaś zainteresowanie naszymi kawami, z których przychód był przeznaczony na pomoc humanitarną.

**Czy jest więcej chętnych ukraińskich firm/inwestorów z Ukrainy, którzy chcą nawiązać współpracę?**

- Nie obserwujemy w naszym sektorze takich ruchów.

**Czy w związku z zaniechaniem działalności wielu firm w Ukrainie, zauważyliście zwiększoną liczbę zapytań klientów z krajów UE, którzy szukają nowych dostawców?**

- W przypadku naszej działalności nie widzimy takiego trendu, ponieważ Ukraina nie specjalizowała się w dystrybucji czy produkcji kawy specjalty.

Monika Cimochowska, Dyrektor Finansowy

## ALLFIL Filter Technologies Polska Sp. z o.o.

Działalność spółki ALLFIL Filter Technologies Polska Sp. z o.o. jest związana z produkcją filtrów, ich projektowaniem, wdrażaniem i uruchamianiem rozwiązań w zakresie urządzeń oraz instalacji mających wszechstronne zastosowanie w przemyśle: motoryzacyjnym, farmaceutycznym, chemicznym, kosmetycznym, spożywczym, dodatków do żywności, napojów, petrochemicznym, biofarmaceutycznym, nutraceutywnym, win i alkoholi oraz paliw alternatywnych.

### **W jaki sposób pandemia wpłynęła na Państwa firmę?**

– Spółka odnotowała zwiększenie sprzedaży o 40% w roku 2021 w porównaniu do roku 2020, między innymi poprzez zmianę preferencji klientów w Europie. Istotnym czynnikiem zwiększenia obrotów spółki był duży wzrost kosztów transportu z Chin (podwyżka z 2800 USD na 14 000 – 17 000 USD za kontener 40 HC), COVID nie spowodował przerwy w działalności gospodarczej. We wcześniejszych latach 2013 – 2019 wzrost produkcji wynosił średnio 24% rok do roku. Od początku działalności otrzymujemy co roku tytuł „Gazet Biznesu” i już wiemy, że zostanie on nam przyznany 6 raz z rzędu, za 2021 rok.

### **Co było dla Państwa firmy największym wyzwaniem w czasie pandemii?**

– Zapewnienie ciągłości produkcji, poprzez zapewnienie surowców.

### **Czy firma podejmowała działania mitygujące negatywne konsekwencje pandemii?**

– Tak. Wdrożona została produkcja masek ochronnych, kombinezonów ochronnych oraz fartuchów dla szpitali, domów opieki itp. Jednak nie były to działania z koncentrowaniem się na efekt komercyjny, żartujemy, że „ratowaliśmy świat”.

### **Czy firma zmieniła w tym czasie profil działalności lub go rozszerzyła o nowe usługi/produkcję?**

– Nie było zmiany profilu, ponieważ w dotychczasowej działalności (przemysłowa, procesowa filtracja cieczy) mamy jeszcze do wykorzystania bardzo duży potencjał i dużo przestrzeni do rozwoju. Wdrożona została produkcja zbiorników ciśnieniowych (obudów filtracyjnych) ze stali kwasoodpornej.

### **Jak zmieniały się nakłady inwestycyjne firmy w tym czasie?**

– Rozpoczęliśmy największy projekt w dotychczasowej historii firmy, polegający na budowie nowego zakładu produkcyjno-magazynowego z częścią biurową o powierzchni 5400 m<sup>2</sup> wraz z wdrożeniem do produkcji nowych innowacyjnych filtrów do produkcji cieczy, jednak należy zaznaczyć, że wpływ na decyzję miała otrzymana dotacja z PARP.

### **Jakie były największe sukcesy Państwa firmy w czasie pandemii?**

– Wzrost produkcji aż o 40% w roku 2021 w porównaniu do poprzedniego, wdrożenie i certyfikacja systemu zarządzania środowiskiem ISO 14001:2015 oraz rozpoczęcie certyfikacji nowego systemu ISO 3834 (nadzór w spawalnictwie). Wdrożenie nowego oprogramowania ERP oraz MES do zarządzania produkcją było bardzo dużym i czasochłonnym wyzwaniem, ale zakończonym sukcesem, dzięki czemu jesteśmy bardzo dobrze przygotowani na kolejne wzrosty produkcji.

### **Jak oceniają Państwo kondycję firmy w porównaniu do okresu sprzed pandemii?**

– Pandemia nie miała znaczącego wpływu na kondycję firmy. Były problemy z dostępnością surowców oraz z absencją pracowników, jednak odnotowaliśmy również pozytywny trend większego zainteresowania produkcją zlokalizowaną w Europie. Uważamy, że bardzo dobrze poradziliśmy sobie z kłopotami i jednocześnie wykorzystaliśmy nowe szanse.





**Z jakich programów pomocowych (tarcza finansowa, kredyty z gwarancjami BGK lub EFI, pożyczki płynnościowe, inne) skorzystali Państwo? Jak oceniają Państwo te programy?**

– Nie korzystaliśmy z żadnych z wymienionych form pomocy. Tak jak wszystkie firmy byliśmy zwolnieni ze składem ZUS w okresie marzec–maj 2020 roku.

**Czy wydłużające się terminy dostaw odbiły się na kondycji firmy? Czy wpłynęło to na szukanie dostawców w najbliższej okolicy?**

– Problemy, z którymi musieliśmy się zmierzyć, wpłynęły finalnie pozytywnie na nasze operacje, serwis i obsługę klientów. Od czasu wybuchu pandemii do chwili obecnej koncentrujemy się nad uniezależnieniem od dostawców z rynków wschodnich, poprzez wdrażanie do produkcji komponentów, które do tej pory zakupywaliśmy.

**Czy obawiają się Państwo jeszcze dalszych negatywnych skutków ewentualnego powrotu pandemii?**

– Nie mamy obaw związanych z pandemią. Jesteśmy obecnie znacznie lepiej przygotowani na wszelkie ewentualne problemy niż było to 3–4 lata temu.

**Czy sytuacja związana z wojną na terenie Ukrainy ma wpływ na działalność Państwa firmy? Jeśli tak to jaki?**

– Nie ma wpływu. Od początku działalności strategią było skoncentrowanie się na najbardziej wymagających klientach i rynkach w Europie Zachodniej. Dostawy wewnątrzspółnotowe UE to ponad 90% naszej produkcji.

**Czy zauważyliście Państwo odpływ pracowników z Ukrainy czy też ruchy kadrowe pracowników z Polski?**

– Nigdy nie mieliśmy kłopotów z naborem pracowników. Wszyscy nasi pracownicy zarabiają powyżej pensji minimalnej a nawet powyżej planowanym podwyżką płacy minimalnej na kolejne lata.

**Czy w obecnej sytuacji zagrożenia brakiem pracowników, planujecie większą automatyzację produkcji/działań?**

– Poczyniliśmy już dużo kroków w kierunku automatyzacji. W roku 2021 przygotowana została mapa drogowa „Plan wdrożenia zmian w zakresie cyfryzacji, automatyzacji i robotyzacji w przedsiębiorstwie ALLFIL Filter Technologies Polska Sp. z o.o. w celu transformacji w kierunku Przemysłu 4.0”. Obecnie w budowie jest automatyczna linia do produkcji filtrów zgrzewanych gorącym powietrzem i ultradźwiękami.

**Czy pracownicy zgłaszają się o wyższe wynagrodzenie powołując się na inflację?**

– Tak, jest to argument, którego pracownicy używają szczególnie w roku 2022.

**Planujecie ograniczyć liczbę zatrudnionych ze względu na presję płacową czy odwrotnie inwestujecie i myślicie o zatrudnianiu nowych ludzi?**

– W związku z rozpoczęciem nowych wyrobów zatrudniamy systematycznie nowych pracowników. W przeciągu ostatniego roku zwiększyliśmy zatrudnienie o 26 osób, czyli w naszym przypadku jest to wzrost o 45%.

**Co jest aktualnie największym wyzwaniem Państwa firmy?**

– Zapewnienie dostępności surowców i ciągłości dostaw naszym klientom, dokończenie budowy i uruchomienie produkcji nowych rodzajów filtrów.

**Jakie są dalsze plany rozwojowe/inwestycyjne Państwa firmy?**

– Spółka zainwestuje w nowe maszyny i wyposażenie kwotę ponad 11 mln złotych, dzięki dotacji pozyskanej z PAPP. Oferta firmy zostanie powiększona o nowe innowacyjne filtry do przemysłowej filtracji cieczy. Spółka zainwestuje w nowy park maszynowy wyposażenie i pro-ekologiczny budynek produkcyjno-magazynowy z częścią biurową kwotę ponad 27 mln złotych, dzięki dotacji pozyskanej z PAPP i kredytowaniu w Pekao S.A. Oferta firmy zostanie powiększona o nowe

innowacyjne filtry do przemysłowej filtracji cieczy na co posiadamy zastrzeżenia patentowe.

**Czy w związku z wojną w Ukrainie planujecie rozszerzyć działalność? O jakie PKD?**

– Nie jest planowane rozszerzenie działalności o nowe PKD. Obecna działalność ma jeszcze dużo możliwości na rozwój i zwiększenie udziałów w rynku.

**Czy zauważacie zainteresowanie swoimi produktami/działalnością nowych klientów z Ukrainy?**

– Nie odnotowaliśmy takiego zainteresowania, chociaż oferowaliśmy pomoc firmom ukraińskim, działającym w naszej branży w zapewnieniu ciągłości produkcji, dostępności wyrobów itp.

**Czy jest więcej chętnych ukraińskich firm/inwestorów z Ukrainy, którzy chcą nawiązać współpracę?**

– Nie odnotowaliśmy takiego zainteresowania.

Odpowiedzi na pytania udzielił:

**Mariusz Michalczyk**

Wiceprezes Zarządu Allfil Filter Technologies Polska Sp. z o.o.



Bruno Sp.j.

Firma Bruno działa na rynku już od roku 1998. Początkowo spółka zajmowała się głównie produkcją i sprzedażą okien oraz drzwi PCV. W miarę rozwoju firmy do sprzedaży trafiły również moskitiery, rolety, żaluzje a także stolarka aluminiowa.

BRUNO Sp.j.  
Drużków Pusty 91,  
32-862 Porąbka Iwkowska  
www.brunopcv.pl

**W jaki sposób pandemia wpłynęła na Państwa firmę?**

– Pandemia nie wpłynęła znacząco na działalność naszych firm

**Co było dla Państwa firmy największym wyzwaniem w czasie pandemii?**

– Największym wyzwaniem w czasie pandemii było dla nas zaplanowanie usługi montażowej u klienta ze względów bezpieczeństwa, gdyż wiele osób w ostatniej chwili zgłaszało złe samopoczucie czy też przebywanie na kwarantannie.

**Czy firma podejmowała działania mitygujące negatywne konsekwencje pandemii?**

– W okresie pandemii firma Bruno zwiększyła nakłady inwestycyjne na nowo powstające biura, aby zapewnić pracownikom komfort i bezpieczeństwo pracy, co okazało się dużym sukcesem firmy.

**Jak oceniają Państwo kondycję firmy w porównaniu do okresu sprzed pandemii?**

– W naszej ocenie kondycja firmy w czasie pandemii nie pogorszyła się w porównaniu do czasu sprzed pandemii.

**Z jakich programów pomocowych (tarcza finansowa, kredyty z gwarancjami BGK lub EFI, pożyczki płynnościowe, inne) skorzystali Państwo? Jak oceniają Państwo te programy?**

– Pomimo szeregu dostępnych pomocy rządowych nasza jednostka skorzystała jedynie z miesięcznego zwolnienia z opłacania składek ZUS, co świadczy o stabilnej kondycji firmy w tym czasie.

**Czy sytuacja związana z wojną na terenie Ukrainy ma wpływ na działalność Państwa firmy? Jeśli tak to jaki?**

– Działalność naszej jednostki w obecnej sytuacji została nieco zachwiana w wyniku niestabilnych, wysokich cen towarów a także ich dostępności.

**Czy zauważyliście Państwo odpływ pracowników z Ukrainy czy też ruchy kadrowe pracowników z Polski?**

– Patrząc na ruchy kadrowe w naszej firmie nie dostrzegamy większych zmian.

**Czy w obecnej sytuacji zagrożenia brakiem pracowników, planujecie większą automatyzację produkcji/działań?**

– Struktura zatrudnienia kształtuje się na jednakowym poziomie i na chwilę obecną jednostka nie planuje zwiększenia automatyzacji produkcji starając się zadbać o pracę i uczciwe wynagrodzenie dla obecnych pracowników.

**Co jest aktualnie największym wyzwaniem Państwa firmy?**

– Aktualnie największym wyzwaniem dla naszej firmy jest zadbanie o klienta zarówno hurtowego jak i indywidualnego, zapewnienie im najlepszej jakości produktu w satysfakcjonującej cenie.

**Jakie są dalsze plany rozwojowe/inwestycyjne Państwa firmy?**

– W obecnej sytuacji nie planujemy poszerzać swojej działalności ani ponosić kosztów na dodatkowe inwestycje – priorytetem w tym trudnym czasie są dla nas zadowoleni klienci jak i pracownicy.

**Czy w związku z wojną w Ukrainie planujecie rozszerzyć działalność? O jakie PKD?**

– W obecnej sytuacji nie planujemy poszerzać swojej działalności.

Odpowiedzi na pytania udzielił: **Bogdan Nowak**, właściciel



**GLINIK**  
DRILLING TOOLS

Jesteśmy  
częścią



TDJ

GLINIK Sp. z o.o.

Spółka Narzędzia i Urządzenia Wiertnicze Glinik Sp. z o.o. została utworzona w 1996 r. (w ramach grupy Fabryki Maszyn Glinik S.A.) będąc kontynuatorem tradycji firmy Glinik założonej w 1883 r. Przedmiotem działalności Spółki jest prowadzenie działalności wytwórczej, badawczo-rozwojowej, usługowej i handlowej w zakresie produkcji narzędzi i osprzętu dla wiertnictwa, górnictwa, geofizyki i geotermii oraz świadczenie usług obróbki cieplnej i cieplno-chemicznej.

GLINIK Sp. z o.o.

ul. Michalusa 1

38-320 Gorlice

www.glinik.com.pl

#### **W jaki sposób pandemia wpłynęła na Państwa firmę?**

– Pandemia spowodowała pogorszenie wyników finansowych związanych ze spadkiem wolumenu zamówień/sprzedaży oraz częściową reorganizacją działalności Spółki (w zakresie organizacji pracy) w związku z zaleceniami sanitarnymi.

#### **Co było dla Państwa firmy największym wyzwaniem w czasie pandemii?**

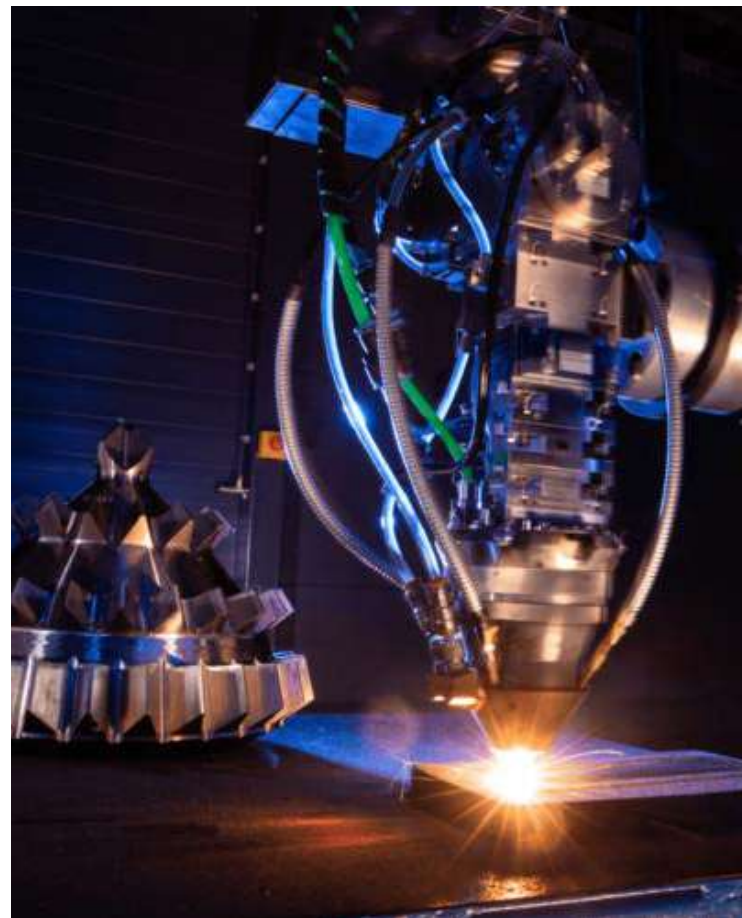
– Utrzymanie poziomu działalności Spółki bez konieczności restrukturyzacji zatrudnienia, pozyskanie dodatkowych środków pomocowych, a także dostosowanie procesu pracy do wymogów reżimu sanitarnego.

#### **Jak zmieniały się nakłady inwestycyjne firmy w tym czasie?**

– Zostały ograniczone ze względu na nieprzewidywalność rozwoju sytuacji i ograniczenie produkcji/sprzedaży.

#### **Jakie były największe sukcesy Państwa firmy w czasie pandemii?**

– Utrzymanie stanu zatrudnienia i kontaktów handlowych, co pozwoliło na dynamiczne odrobienie strat i rozwój w latach 2021–2022.



#### **Jak oceniają Państwo kondycję firmy w porównaniu do okresu sprzed pandemii?**

– Jest lepsza niż w 2019 r. w związku z bardzo sprzyjającą Spółce sytuacją na rynku wiertniczym w II połowie 2021 r., a zwłaszcza w I połowie 2022 r. nastąpił dynamiczny wzrost sprzedaży dzięki zwiększonym

zamówieniom firm z segmentu ENERGY (wysokie zyski koncernów i firm naftowych/gazowych przełożyły się na inwestycje w poszukiwania nowych złóż węglowodorów, a tym samym zwiększone zapotrzebowanie na narzędzia i osprzęt wiertniczy produkowanych w naszej Spółce).

**Z jakich programów pomocowych (tarcza finansowa, kredyty z gwarancjami BGK lub EFI, pożyczki płynnościowe, inne) skorzystali Państwo? Jak oceniają Państwo te programy?**

– Trzymiesięczny program dopłat do wynagrodzeń z Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Krakowie.

**Czy wydłużające się terminy dostaw odbiły się na kondycji firmy? Czy wpłynęło to na szukanie dostawców w najbliższej okolicy?**

– Zmniejszona dostępność i wysokie ceny strategicznych dla Spółki towarów/materiałów (głównie stal) spowodowały zwiększenie zapotrzebowania na kapitał obrotowy, a specyfika sprzedaży i wymogi głównych odbiorców z USA wymusiły konieczność otworzenia się na zakupy towarów, materiałów i usług na rynku amerykańskim, co obecnie w obliczu trwającego konfliktu rosyjsko-ukraińskiego i zmniejszonej dostępności w/w dóbr na europejskich rynkach, okazało się dla Spółki bardzo korzystnym działaniem.

**Czy obawiają się Państwo jeszcze dalszych negatywnych skutków ewentualnego powrotu pandemii?**

– Tak, obawiamy się.

**Czy sytuacja związana z wojną na terenie Ukrainy ma wpływ na działalność Państwa firmy? Jeśli tak to jaki?**

– Bezpośrednio – wpływ ograniczony, pośrednio – wpływ znaczący: z jednej strony efekty wojny na Ukrainie przyczyniły się do zwiększenia sprzedaży Spółki (spadek podaży węglowodorów, przy jednoczesnym

wzroście popytu na nie, spowodował wzrost zysków firm z *oil-gas market* i pozwolił na zwiększenie inwestycji w zakresie poszukiwań i wierceń węglowodorowych, co z kolei przełożyło się na zwiększenie zamówień wyrobów Spółki; podobny wpływ miało ograniczenie działalności konkurentów Spółki z Ukrainy i Rosji), z drugiej strony powoduje wzrost kosztów działalności Spółki (głównie kosztów energii, materiałów do produkcji, spedycji).

**Czy zauważyliście Państwo odpływ pracowników z Ukrainy czy też ruchy kadrowe pracowników z Polski?**

– Nie, nie zauważyliśmy.

**Czy w obecnej sytuacji zagrożenia brakiem pracowników, planujecie większą automatyzację produkcji/działań?**

– W ograniczonym stopniu.

**Czy pracownicy zgłaszają się o wyższe wynagrodzenie powołując się na inflację?**

– Z początkiem 2022 r. Spółka wprowadziła program podwyżek wynagrodzeń rekompensujących wzrost inflacji.

**Planujecie ograniczyć liczbę zatrudnionych ze względu na presję płacową czy odwrotnie inwestujecie i myślicie o zatrudnianiu nowych ludzi?**

– Spółka stopniowo zwiększyła zatrudnienie proporcjonalnie do wzrostu wolumenu zamówień, produkcji i sprzedaży swoich wyrobów/usług.

**Co jest aktualnie największym wyzwaniem Państwa firmy?**

– Zapewnienie ciągłości łańcucha dostaw, dotrzymanie terminowości produkcji i zapewnienie płynności Spółki w związku ze wzrostem kosztów działalności oraz utrwalenie pozycji Spółki na rynku wiertniczym.

**Jakie są dalsze plany rozwojowe/inwestycyjne Państwa firmy?**

– Kontynuacja działalności w oparciu o dotychczasowe kontakty handlowe – zwiększanie wolumenów sprzedaży i poprawa wyników finansowych. Spółka planuje i dokonuje niezbędnych inwestycji, które pomagają w zwiększeniu efektywności produkcji i obniżeniu kosztów działalności oraz prowadzeniu działalności zgodnej z wymogami ekologicznymi.

**Czy zauważacie zainteresowanie swoimi produktami/działalnością nowych klientów z Ukrainy?**

– W obecnej sytuacji wojny – nie, ale w razie zakończenia działań wojennych takie zainteresowanie zapewne wystąpi.

**Czy jest więcej chętnych ukraińskich firm/inwestorów z Ukrainy, którzy chcą nawiązać współpracę?**

– Na tą chwilę – nie (ze względu na trwającą wojnę i niepewność polityczną z nią związaną).

Odpowiedzi na pytania udzielili: **Wojciech Tomkiewicz**, Wiceprezes Zarządu oraz **Paweł Nikiel**, Manager Controlling & Financial



## LED-LUME

Firma LED-LUME powstała z myślą o klientach poszukujących zaawansowanych technologicznie rozwiązań oświetleniowych w oparciu o wysokiej jakości produkty LED. Jesteśmy producentem i dystrybutorem profesjonalnego oświetlenia LED.

Led-Lume  
ul. Bukowa 55 G  
Walerianowo  
62-052 Komorniki  
www.ledlume.pl

### **W jaki sposób pandemia wpłynęła na Państwa firmę?**

– Pandemia wpłynęła negatywnie w wielu obszarach. Od problemów produkcyjnych spowodowanych lockdown'ami, zachwianiem łańcucha dostaw, brakiem komponentów, po problemy sprzedażowe, związane z rezygnacją Klientów z inwestycji i zamknięciem na długi czas kluczowych grup Klientów (kina, restauracje, kluby). Pozytywnym aspektem było silne parcie na poszukiwanie nowych grup Klientów, nowych rynków zbytu i nowych produktów, co w efekcie pozwoliło Firmie przejść przez COVID i dać impuls do rozwoju w przyszłości.

### **Co było dla Państwa firmy największym wyzwaniem w czasie pandemii?**

– Największym wyzwaniem w czasie pandemii było utrzymanie pracowników i szukanie nowego pomysłu na siebie (nowe kanały sprzedaży, poszerzenie oferty produktowej).

### **Czy firma podejmowała działania mitygujące negatywne konsekwencje pandemii?**

– Tak, poprzez rozwój nowych produktów, dla innych grup Klientów, branż mniej dotkniętych obostrzeniami, rozwój komunikacji w kanałach zdalnych.

### **Czy firma zmieniła w tym czasie profil działalności lub go rozszerzyła o nowe usługi/produkcję?**

– Tak, Firma rozszerzyła swoją działalność poprzez ofertę dla samorządów (oświetlenie boisk, orlików) oraz większą koncentrację na projektach budowlanych (oświetlenie zewnętrzne budynków) kosztem kin, teatrów, klubów.

### **Jakie były największe sukcesy Państwa firmy w czasie pandemii?**

– Utrzymanie tej samej liczby pracowników oraz rozszerzenie oferty.

### **Jak oceniają Państwo kondycję firmy w porównaniu do okresu sprzed pandemii?**

– W tym roku Firma powinna mieć wyższe przychody niż w rekordowym 2019 roku.

### **Z jakich programów pomocowych (tarcza finansowa, kredyty z gwarancjami BGK lub EFI, pożyczki płynnościowe, inne) skorzystali Państwo? Jak oceniają Państwo te programy?**

– Kredyt obrotowy z gwarancją BGK 80%, Tarcza Finansowa, umorzenie na 3 miesiące składek ZUS. Programy te na pewno w znacznym stopniu pomogły utrzymać pracowników.



**Wydłużające się terminy dostaw odbiły się na kondycji firmy? Czy wpłynęło to na szukanie dostawców w najbliższej okolicy?**

– Mamy stałych dostawców i co do kluczowych partnerów nie szukaliśmy alternatywy. Kontrahenci w dużej mierze byli wyrozumiali. Jechaliśmy w końcu wszyscy „na tym samym wózku”. Problemem nie były terminy, ale dużo mniejsza liczba inwestycji, a co za tym idzie zamówień.

**Czy sytuacja związana z wojną na terenie Ukrainy ma wpływ na działalność Państwa firmy? Jeśli tak to jaki?**

– Ma jeśli chodzi o łańcuch dostaw z Chin, dostęp do komponentów, ceny surowców i materiałów.

**Zauważyliście Państwo odpływ pracowników z Ukrainy czy też ruchy kadrowe pracowników z Polski?**

– Wręcz przeciwnie, zatrudniliśmy pracowników z Ukrainy, gdzie wcześniej nie praktykowaliśmy tego.

**Czy pracownicy zgłaszają się o wyższe wynagrodzenie powołując się na inflację?**

– Tak jak wszyscy - odczuwamy presję płacową spowodowaną inflacją.

**Planujecie ograniczyć liczbę zatrudnionych ze względu na presję płacową czy odwrotnie inwestujecie i myślicie o zatrudnianiu nowych ludzi?**

– Chcemy zachować obecny stan zatrudnienia, aczkolwiek nie wykluczamy też rozszerzenia skali działalności. Najbliższe miesiące będą w tym aspekcie decydujące.

**Co jest aktualnie największym wyzwaniem Państwa firmy?**

– Największym wyzwaniem jest sfinansowanie zakupów towarów i komponentów, wynikające ze zwiększenia skali zamówień.

**Jakie są dalsze plany rozwojowe/inwestycyjne Państwa firmy?**

– Planujemy przenieść się do większej siedziby, z większym zapleczem magazynowo-produkcyjnym, ponieważ zaczyna nam być ciasno. Plany związane z wystawieniem stoiska na międzynarodowych Targach w Barcelonie oraz wprowadzenie i promocja nowego produktu z zastrzeżonym wzorem przemysłowym.

Odpowiedzi na pytania udzieliła: **Alicja Roslan-Gozdecka**, właścicielka

## Maxform S.C

Firma Maxform s.c. jest producentem wyrobów z tworzyw sztucznych – blistrów, obudów do urządzeń medycznych, systemów transportowych, części maszyn i urządzeń. Nasze Produkty trafiają do branż takich jak: transport, elektronika, catering, budownictwo, automotiv, branża medyczna i wiele innych.

Maxform s.c.  
ul. Różana 4  
83-032 Kolnik

[www.maxform.pl](http://www.maxform.pl)

### **W jaki sposób pandemia wpłynęła na Państwa firmę?**

– W naszej branży nie odczuliśmy drastycznie skutków pandemii. Elastyczny profil firmy pozwolił nam na dostosowanie się do potrzeb rynku w tym okresie. W początkowej fazie pandemii skierowaliśmy naszą produkcję na potrzeby rynku, aby gospodarka mogła funkcjonować (przyłbice, osłony antybakteryjne).

### **Co było dla Państwa firmy największym wyzwaniem w czasie pandemii?**

– Dotrzymanie terminu produkcji zamówionych produktów. Dostępność materiałów na rynku została ograniczona. Problemy z transportem i produkcją w fabrykach tworzyw sztucznych.

### **Czy firma podejmowała działania mitygujące negatywne konsekwencje pandemii?**

– Tak. Zabezpieczanie materiału na przyszłe produkcje, których nie było w portfelu zamówień.

### **Czy firma zmieniła w tym czasie profil działalności lub go rozszerzyła o nowe usługi/produkcję?**

– Ze względu na szeroki wachlarz usług oraz elastyczność produkcji jaką oferuje nasza firma, nie było wyzwań, którym nie potrafilibyśmy sprostać.

### **Jak zmieniały się nakłady inwestycyjne firmy w tym czasie?**

– Okres pandemii to okres realizacji projektu UE, wdrażanie nowej technologii profilu naszej działalności. Budowa i przeniesienie firmy do nowej siedziby. Nakłady inwestycyjne w stosunku do planowanych wydatków wzrosły 30%.

### **Jakie były największe sukcesy Państwa firmy w czasie pandemii?**

– Szybka odpowiedź na potrzeby rynku związane z zabezpieczeniem stanowisk pracy. Utrzymanie zatrudnienia w naszej firmie. Pomoc szkołom i szpitalom w funkcjonowaniu.

### **Jak oceniają Państwo kondycję firmy w porównaniu do okresu sprzed pandemii?**

– Ze względu na nowe możliwości technologiczne i produkcyjne kondycja firmy utrzymała się na dobrym poziomie.

### **Z jakich programów pomocowych (tarcza finansowa, kredyty z gwarancjami BGK lub EFI, pożyczki płynnościowe, inne) skorzystali Państwo? Jak oceniają Państwo te programy?**

– Skorzystaliśmy z tarczy finansowej 2.0, która pozwoliła na zachowanie płynności finansowej w tym okresie. Tego rodzaju pomoc dla firm pozwala na ciągłość w strategicznych działaniach oraz utrzymaniu pełnego zatrudnienia. Czytelna i uproszczona forma błyskawicznego dostępu do tych środków zasługuje na uznanie.

**Czy wydłużające się terminy dostaw odbiły się na kondycji firmy?**

**Czy wpłynęło to na szukanie dostawców w najbliższej okolicy?**

– Długie terminy dostaw i ograniczenia ilościowe surowców z fabryk zagranicznych spowodowały, że firma szukała dostawców w najbliższej okolicy. Zakupy na rynku lokalnym w dużej mierze wiązały się z wysokimi cenami towaru, co powodowało niską marżowość naszych produktów.

**Czy obawiają się Państwo jeszcze dalszych negatywnych skutków ewentualnego powrotu pandemii?**

– Przerwanie łańcuchów dostaw w znacznej mierze wpływa niekorzystnie na ceny towarów na rynku lokalnym. Wiąże się to z brakiem możliwości dotrzymania terminów dostaw gotowych produktów dla Naszych klientów.

**Czy sytuacja związana z wojną na terenie Ukrainy ma wpływ na działalność Państwa firmy? Jeśli tak to jaki?**

– Wojna spowodowała wzrost ceny energii w całej Europie, która drastycznie wpłynęła na kolejne podwyżki surowców. Podjęliśmy pierwsze decyzje o wpisaniu się w filozofie zrównoważonego rozwoju 2030 instalując odnawialne źródła energii ( instalacje fotowoltaiczną OZE). Dzięki temu nasze produkty są bardziej „zielone”. Rynek wschodni nie jest bezpośrednio odbiorcą naszych produktów, ale w niektórych obszarach widać jest spadek ilości zamówień.

**Zauważyliście Państwo odpływ pracowników z Ukrainy czy też ruchy kadrowe pracowników z Polski?**

– W naszej branży liczba pracowników stałych z Ukrainy utrzymuje się na tym samym poziomie. Rekrutujemy cały czas nowych pracowników i zasilamy nasz zespół. Mamy wrażenie, że jest nieznacznie większy dostęp do pracownika niskowykwalifikowanego na rynku pracy.

**Czy w obecnej sytuacji zagrożenia brakiem pracowników, planujecie większą automatyzację produkcji/działań?**

– Tak, jest to stały trend w naszej Firmie.

**Czy pracownicy zgłaszają się o wyższe wynagrodzenie powołując się na inflację?**

– Nie zauważyliśmy takiej sytuacji.

**Planujecie ograniczyć liczbę zatrudnionych ze względu na presję płacową czy odwrotnie inwestujecie i myślicie o zatrudnianiu nowych ludzi?**

– Ze względu na bardzo duży portfel zamówień inwestujemy i myślimy o zatrudnieniu nowych ludzi.

**Co jest aktualnie największym wyzwaniem Państwa firmy?**

– Utrzymanie terminu dostaw gotowych produktów do klienta, ze względu na opóźniające się dostawy surowców do produkcji.

**Jakie są dalsze plany rozwojowe/inwestycyjne Państwa firmy?**

– Rozbudowa firmy i zwiększenie możliwości przerobowej produkcji.

**Czy w związku z wojną w Ukrainie planujecie rozszerzyć działalność?**

**O jakie PKD?**

– Nie planujemy, rozwijamy dziedzinę, w której się specjalizujemy.

**Czy zauważacie zainteresowanie swoimi produktami/działalnością nowych klientów z Ukrainy?**

– Nie.

Odpowiedzi na pytania udzieliła: **Wioletta Czartoryska-Chojnowska**,  
współniczka



## Megan

Firma Megan powstała w 1990 roku, zajmuje się produkcją i dystrybucją pokarmów dla zwierząt domowych, m.in.: ptaki ozdobne, gryzonie, króliki.

Megan  
ul. Chałupnika 14  
31-464 Kraków

[www.megan.com.pl](http://www.megan.com.pl)

### **W jaki sposób pandemia wpłynęła na Państwa firmę?**

– Okres pandemii spowodował większe zainteresowanie społeczeństwa zwierzętami domowymi, co przełożyło się później na zwiększenie produkcji i sprzedaży.

### **Co było dla Państwa firmy największym wyzwaniem w czasie pandemii?**

– Największym problemem okresu początkowego pandemii było utrzymanie miejsc pracy w pierwszych miesiącach działalności po wprowadzeniu ograniczeń.

### **Czy firma podejmowała działania mitygujące negatywne konsekwencje pandemii?**

– Tak, m.in. znacząco zwiększyliśmy udział sprzedaży online, ograniczyliśmy koszty działalności oraz intensywnie szukaliśmy nowych rynków zbytu

### **Czy firma zmieniła w tym czasie profil działalności lub go rozszerzyła o nowe usługi/produkcję?**

– Profil pozostał ten sam, natomiast opracowaliśmy i wprowadziliśmy do sprzedaży nowe rodzaje produktów, które dobrze przyjęły się na rynku.

### **Jak zmieniały się nakłady inwestycyjne firmy w tym czasie?**

– Nakłady inwestycyjne zostały ograniczone do niezbędnego minimum i właściwie w całości wydatkowane na prace związane z poszerzeniem oferty produkcyjnej.

### **Jakie były największe sukcesy Państwa firmy w czasie pandemii?**

– Przeprowadzenie firmy przez zupełnie nowe i nagłe warunki prowadzenia działalności, utrzymanie a nawet zwiększenie liczby zatrudnionych osób.

### **Jak oceniają Państwo kondycję firmy w porównaniu do okresu sprzed pandemii?**

– W przypadku naszej firmy kondycja jest lepsza, zwiększyły się przychody ze sprzedaży rok do roku pozyskaliśmy nowych klientów

### **Z jakich programów pomocowych (tarcza finansowa, kredyty z gwarancjami BGK lub EFI, pożyczki płynnościowe, inne) skorzystali Państwo? Jak oceniają Państwo te programy?**

– Tarcza finansowa PFR 1.0, program w naszym wypadku bardzo przydatny, pomógł naszej firmie przejść łagodniej przez pierwszy, szokowy okres pandemii.

### **Czy wydłużające się terminy dostaw odbiły się na kondycji firmy? Czy wpłynęło to na szukanie dostawców w najbliższej okolicy?**

– Przerwanie łańcucha dostaw oczywiście nas dotknęło, w kilku przypadkach straciliśmy wieloletnich dostawców i często jesteśmy zmuszeni dokonywać jednorazowych transakcji zakupu surowców, opakowań etc., co nie wpływa korzystnie na budowanie solidnych więzi biznesowych.



**Czy obawiają się Państwo jeszcze dalszych negatywnych skutków ewentualnego powrotu pandemii?**

– Oczywiście, że mamy takie obawy a zwłaszcza teraz, kiedy do standardowych problemów dołączyła napaść Rosji na Ukrainę.

**Czy sytuacja związana z wojną na terenie Ukrainy ma wpływ na działalność Państwa firmy? Jeśli tak to jaki?**

– Tak, Ukraina jest jednym z największych producentów zbóż na świecie, a jest to nasz podstawowy surowiec używany do produkcji. Jego brak na rynku spowodował lawinowy wzrost cen.

**Czy zauważyliście Państwo odpływ pracowników z Ukrainy czy też ruchy kadrowe pracowników z Polski?**

– W naszej ocenie Polskę opuścili głównie mężczyźni z Ukrainy, jeżeli chodzi o pracowników z Polski to problemem jest odpowiedzialne podchodzenie do swoich obowiązków, dlatego inwestujemy w pracowników z długim stażem w naszej firmie

**Czy w obecnej sytuacji zagrożenia brakiem pracowników, planujecie większą automatyzację produkcji/działań?**

– Tak, w najbliższym czasie będzie to dla nas najważniejsze pole działania. Mamy nadzieję, że dzięki temu uzyskamy możliwość rozwoju bez konieczności zatrudniania nowych, często niepoważnych osób.

**Czy pracownicy zgłaszają się o wyższe wynagrodzenie powołując się na inflację?**

– Oczywiście, że tak.

**Planujecie ograniczyć liczbę zatrudnionych ze względu na presję płacową czy odwrotnie inwestujecie i myślicie o zatrudnianiu nowych ludzi?**

– Planujemy (tak jak teraz) inwestować w najlepszych pracowników odpowiednio doceniając ich finansowo oraz zwiększać automatyzację procesu produkcji.

**Co jest aktualnie największym wyzwaniem Państwa firmy?**

– Zapewnienie odpowiedniej ilości surowców produkcyjnych. W naszej ocenie wygra nie ten, kto zaoferuje najtańszy produkt, a ten, kto zagwarantuje ciągłość dostaw.

**Jakie są dalsze plany rozwojowe/inwestycyjne Państwa firmy?**

– W chwili obecnej zakończyliśmy budowę silosów do przechowywania zboża, kończymy budowę nowej hali magazynowej. Po analizie wpływu

tych inwestycji na działalność firmy i zależnie od sytuacji związanej z wojną podejmiemy dalsze decyzje.

**Czy w związku z wojną w Ukrainie planujecie rozszerzyć działalność? O jakie PKD?**

– Nie. Uważamy, że rozpoznawalność naszej marki na rynku *petfood* i ponad 30-letnie doświadczenie umożliwia nam kontynuowanie działalności i rozwój w ramach obecnego segmentu.

**Czy zauważacie zainteresowanie swoimi produktami/działalnością nowych klientów z Ukrainy?**

– Tak. Są to głównie firmy z zachodniej Ukrainy oferujące dostawę zbóż.

**Czy jest więcej chętnych ukraińskich firm/inwestorów z Ukrainy, którzy chcą nawiązać współpracę?**

– Tak, ale z racji owocnej współpracy z wyłącznym importerem naszych produktów, który ma siedzibę we Lwowie bezpośrednio nie podpisujemy nowych umów.

**Czy w związku z zaniechaniem działalności wielu firm w Ukrainie, zauważyliście zwiększoną liczbę zapytań klientów z krajów UE, którzy szukają nowych dostawców?**

– Tak. Wystąpił duży wzrost liczby kontaktów, głównie w kwestii dostaw surowców do produkcji.

Odpowiedzi na pytania udzielił: **Artur Wolski**, współwłaściciel

## Nobilus ENT

Nobilus Ent powstał w 1990 roku, jako prywatna firma produkująca substancje czynne. Dzięki elastyczności i nastawieniu na sukces możliwy jest stały wzrost i rozwój naszej firmy. Obecnie zatrudniamy ponad 120 osób w dwóch oddziałach, liczba ta sukcesywnie zwiększa się. W obu oddziałach produkcja jest prowadzona zgodnie z normami Dobrej Praktyki Wytwarzania (GMP). Pierwszy oddział mieści się w Jabłoncej (okolice Warszawy). Tu produkujemy niesterylne formy płynne i półpłynne, niektóre substancje czynne oraz R&D.

Drugi oddział został utworzony w 1999 roku w Kutnie. Substancje czynne są tu syntezowane lub izolowane z materiału roślinnego. W kwietniu 2005 produkcja została przeniesiona do nowego zakładu, wyposażonego w nowoczesną aparaturę produkcyjną i laboratoryjną również tu prowadzone są badania i rozwój naszych produktów.

### **W jaki sposób pandemia wpłynęła na Państwa firmę?**

– Pandemia COVID-19 wprowadziła zamieszanie w terminach odstaw oraz dostępności różnych usług. Znacząco wydłużyły się i podniosły koszty w szczególności wszelkich rodzajów działań inwestycyjnych. Wzrosły również koszty wysyłek oraz koszty samych surowców. Skutkuje to znaczącym wydłużeniem czasu trwania wszelkich działań i projektów oraz wzrostem kosztów. Brak możliwości spotkań bezpośrednich z kontrahentami. Znaczącym ułatwieniem był wzrost możliwości załatwiania spraw administracyjnych i urzędowych w formie on-line.

### **Co było dla Państwa firmy największym wyzwaniem w czasie pandemii?**

– Wzrost niepewności, wydłużenie terminów realizacji wszelkich działań. Brak dostępności do niektórych rozpuszczalników na początku pandemii – zostały wykupione do produkcji płynów dezynfekcyjnych.

Wzrost absencji pracowników ze względu na kwarantanny, zwolnienia lekarskie, reorganizację pracy, skutkujący dodatkowym wydłużeniem cykli produkcyjnych.

Wzrost kosztów. Brak możliwości lub wydłużenie terminów serwisowania urządzeń. Znaczący wzrost kosztów energii i w szczególności gazu.

### **Czy firma podejmowała działania mitygujące negatywne konsekwencje pandemii?**

– Tak – wprowadzaliśmy udoskonalenia w systemie organizacji pracy, szukanie nowych źródeł zaopatrzenia, udoskonalanie technologii w celu ograniczenia zużycia surowców, poszukiwanie nowych rynków zbytu i sposobów wysyłek/dystrybucji.

### **Czy firma zmieniła w tym czasie profil działalności lub go rozszerzyła o nowe usługi/produkcję?**

– Nie zmieniliśmy profilu działalności. Mimo pandemii wprowadzamy nowe produkty i pracujemy nad nowymi projektami, w tym rozbudową fabryki.

### **Jak zmieniły się nakłady inwestycyjne firmy w tym czasie?**

– Rozpoczęliśmy nowe projekty inwestycyjne – nakłady wzrosły.

### **Jakie były największe sukcesy Państwa firmy w czasie pandemii?**

– Dokończenie wcześniej rozpoczętych projektów rozwojowych, rozpoczęcie nowych projektów.

### **Jak oceniają Państwo kondycję firmy w porównaniu do okresu sprzed pandemii?**

– Zbliżona.





Z jakich programów pomocowych (tarcza finansowa, kredyty z gwarancjami BGK lub EFI, pożyczki płynnościowe, inne) skorzystali Państwo? Jak oceniają Państwo te programy?

– Tarcza PFR. Pożyczka płynnościowa przez bank Pekao SA z oprocentowaniem 0% gwarantowanym przez BGK. Dotacja na kapitał dla średnich przedsiębiorstw – PARP z funduszy UE. Dotacja na wynagrodzenia – z Wojewódzkiego Urzędu Pracy.

Czy wydłużające się terminy dostaw odbiły się na kondycji firmy?  
Czy wpłynęło to na szukanie dostawców w najbliższej okolicy?

– Tak. Wydłużające się terminy wpłynęły na opóźnienia realizacji części zamówień.

Tak poszukujemy dostawców alternatywnych, w tym lokalnych.

Czy obawiają się Państwo jeszcze dalszych negatywnych skutków ewentualnego powrotu pandemii?

– Tak, obecna sytuacja w Chinach nie napawa optymizmem.

Czy sytuacja związana z wojną na terenie Ukrainy ma wpływ na działalność Państwa firmy? Jeśli tak to jaki?

– Bezpośrednio – nieznaczny. Pośrednio – dotyczą nas kolejne znaczące podwyżki cen energii, głównie paliw (skutkiem, czego koszty transportu) a wkrótce pewnie również gazu.

Czy zauważyliście Państwo odpływ pracowników z Ukrainy czy też ruchy kadrowe pracowników z Polski?

– Nie.

Czy w obecnej sytuacji zagrożenia brakiem pracowników, planujecie większą automatyzację produkcji/działań?

– Tam gdzie to możliwe.

Czy pracownicy zgłaszają się o wyższe wynagrodzenie powołując się na inflację?

– Tak.

Czy planujecie ograniczyć liczbę zatrudnionych ze względu na presję płacową czy odwrotnie inwestujecie i myślicie o zatrudnianiu nowych ludzi?

– Inwestujemy. Planujemy zatrudnianie nowych osób.

Co jest aktualnie największym wyzwaniem Państwa firmy?

– Utrzymanie płynności i zyskowności. Dokończenie wdrażeń nowych projektów.



**Jakie są dalsze plany rozwojowe/inwestycyjne Państwa firmy?**

– Wdrażanie nowych projektów oraz produktów.

**Czy w związku z wojną w Ukrainie planujecie rozszerzyć działalność?**

**O jakie PKD?**

– Nie, nie planujemy.

**Czy zauważacie zainteresowanie swoimi produktami/działalnością nowych klientów z Ukrainy?**

– Nieznaczne. Pojawiają się zgłoszenia od dostawców chcących dostarczyć surowce.

**Czy jest więcej chętnych ukraińskich firm/inwestorów z Ukrainy, którzy chcą nawiązać współpracę?**

– Spotkaliśmy się z jedną taką ofertą – przedsiębiorstwo chciało przenieść swoją produkcję do Polski, docelowo również maszyny.

**Czy w związku z zaniechaniem działalności wielu firm w Ukrainie, zauważyliście zwiększoną liczbę zapytań klientów z krajów UE, którzy szukają nowych dostawców?**

– Raczej w związku z sytuacją w Chinach można zauważyć zwiększone zapotrzebowania na produkcję lokalną.

Odpowiedzi na pytania udzielił:



P.P.H.U. ATM Agnieszka Świrta

Firma została założona w 2006 r., i jest firmą usługowo-produkcyjną. Zakres działalności obejmuje projektowanie, budowę, montaż oraz serwis maszyn dla przemysłu tytoniowego i spożywczego jak i również, produkcję gilz papierosowych na zlecenie klienta. Posiadamy własny warsztat, wykonujemy zlecenia, nietypowe na podstawie własnych projektów w pełni dostosowane do potrzeb klienta.

P.P.H.U. ATM Agnieszka Świrta

ul. Boczna 43

27-200 Starachowice

[www.firma-atm.pl](http://www.firma-atm.pl)

**W jaki sposób pandemia wpłynęła na Państwa firmę?**

– Pandemia w pierwszej fazie rozwoju, przyczyniła się do zmniejszenia sprzedaży produkowanych, przez nas wyrobów. Największy wpływ miały na to problemy transportowe. Po trzech miesiącach sytuacja się ustabilizowała.

**Co było dla Państwa firmy największym wyzwaniem w czasie pandemii?**

– Największym wyzwaniem dla naszej firmy, było utrzymanie produkcji i przetrwanie trudnej sytuacji ekonomicznej.

**Czy firma podejmowała działania mitygujące negatywne konsekwencje pandemii?**

– Firma nie podjęła takich działań.

**Czy firma zmieniła w tym czasie profil działalności lub go rozszerzyła o nowe usługi/produkcję?**

Nie zmieniła, a także nie rozszerzyła profilu swojej działalności.



**Jak zmieniały się nakłady inwestycyjne firmy w tym czasie?**

– Brak nakładów inwestycyjnych.

**Jakie były największe sukcesy Państwa firmy w czasie pandemii?**

– Firma nie osiągnęła w tym czasie większych sukcesów. Najważniejszym było utrzymanie firmy w miarę dobrej kondycji, a także utrzymanie zatrudnienia na poziomie z przed pandemii.

**Jak oceniają Państwo kondycję firmy w porównaniu do okresu sprzed pandemii?**

– Kondycja firmy pozostaje na niewiele niższym poziomie w porównaniu z tym z przed pandemii.

**Z jakich programów pomocowych (tarcza finansowa, kredyty z gwarancjami BGK lub EFI, pożyczki płynnościowe, inne) skorzystali Państwo? Jak oceniają Państwo te programy?**

– Firma skorzystała z tarczy finansowej w ramach pomocy z PFR, oraz

dofinansowania z Powiatowego Biura Pracy, do wynagrodzeń pracowników. Oceniam te programy na poziomie dobrym.

**Czy wydłużające się terminy dostaw odbiły się na kondycji firmy?**

**Czy wpłynęło to na szukanie dostawców w najbliższej okolicy?**

– Nie odczuliśmy potrzeby szukania nowych dostawców.

**Czy obawiają się Państwo jeszcze dalszych negatywnych skutków ewentualnego powrotu pandemii?**

– Uważam, że ewentualny powrót pandemii nie powinien już negatywnie wpłynąć na rozwój naszej firmy.

**Czy sytuacja związana z wojną na terenie Ukrainy ma wpływ na działalność Państwa firmy? Jeśli tak to jaki?**

– Wojna w Ukrainie, spowodowała wzrost kosztów utrzymania firmy między innymi ze względu na podwyżki cen opału, spowodowała także problemy z dostępnością podzespołów i materiałów niezbędnych do budowy maszyn, w trakcie których jesteśmy.

**Zauważyliście Państwo odpływ pracowników z Ukrainy czy też ruchy kadrowe pracowników z Polski?**

– Nie zauważyliśmy takiej sytuacji, ponieważ firma nigdy nie zatrudniała pracowników z Ukrainy.

**Czy w obecnej sytuacji zagrożenia brakiem pracowników, planujecie większą automatyzację produkcji/działań?**

– Póki co, nie planujemy z tego względu wprowadzać automatyzacji produkcji.

**Czy pracownicy zgłaszają się o wyższe wynagrodzenie powołując się na inflację?**

– Do dnia dzisiejszego nie było takiej sytuacji w firmie.

**Planujecie ograniczyć liczbę zatrudnionych ze względu na presję płacową czy odwrotnie inwestujecie i myślicie o zatrudnianiu nowych ludzi?**

– Nie planujemy takich zmian.

**Co jest aktualnie największym wyzwaniem Państwa firmy?**

– Największym wyzwaniem jest utrzymanie firmy na zadowalającym poziomie finansowym.

**Jakie są dalsze plany rozwojowe/inwestycyjne Państwa firmy?**

– Firma planuje rozszerzenie działalności, w kierunku innych branż istniejących na rynku.

**Czy w związku z wojną w Ukrainie planujecie rozszerzyć działalność? O jakie PKD?**

– Rozszerzenie naszej działalności nie ma związku z wojną w Ukrainie

**Zauważacie zainteresowanie swoimi produktami/działalnością nowych klientów z Ukrainy?**

– Nie zauważyłam takiego zainteresowania.

**Czy jest więcej chętnych ukraińskich firm/inwestorów z Ukrainy, którzy chcą nawiązać współpracę?**

– Nie

**Czy w związku z zaniechaniem działalności wielu firm w Ukrainie, zauważyliście zwiększoną liczbę zapytań klientów z krajów UE, którzy szukają nowych dostawców?**

– Nie, nie zauważyliśmy takich działań.

Odpowiedzi na pytania dzieliła: **Agnieszka Świrta**, właścicielka



## PPHU GASTRONOMIK Dariusz Zych

PPHU Gastronomik Dariusz Zych to firma cateringowa, która przygotowuje posiłki z dowozem do Klienta. Od lat dowozi posiłki do wałęckich szkół i przedszkoli. Posiada również dwa lodowozy („Krówka”), *food-truck*, fotobudkę, statki, które pływają po wałęckim jeziorze, na których oprócz przejazdów krajoznawczych można również organizować imprezy okolicznościowe (urodziny, wieczory panieńskie, chrzciny).

PPHU Gastronomik Dariusz Zych  
ul. Kilińskiego 4-7  
78-600 Wałcz

Facebook: PPHU Gastronomik  
Lody Krówka Wałcz

### W jaki sposób pandemia wpłynęła na Państwa firmę?

– Zamknięcie gastronomii, lockdowny oraz restrykcje związane z przeniesieniem uczniów do nauki zdalnej znacznie ograniczyły funkcjonowanie firmy. Ludzie nie mogli organizować imprez, spotykać się. Bardzo bałem się wtedy o swoją firmę i o swoich pracowników. Tak naprawdę to moi pracownicy tworzą tę firmę, choć ja również w niej pracuję często kosztem czasu prywatnego.

### Co było dla Państwa firmy największym wyzwaniem w czasie pandemii?

– Utrzymanie pracowników oraz utrzymanie działalności, czekanie na decyzję rządu kiedy otworzy, poluzuje restrykcje, bałem się z czego dam wynagrodzenia moim pracownikom.

### Czy firma podejmowała działania mitygujące negatywne konsekwencje pandemii?

– Nie, nie było to możliwe w tej branży.

### Czy firma zmieniła w tym czasie profil działalności lub go rozszerzyła o nowe usługi/produkcję?

– Tuż przed pandemią otworzyłem dwa dodatkowe punktu i zakupiłem 2 lodowozy.

### Jak zmieniały się nakłady inwestycyjne firmy w tym czasie?

– Wzrost nakładów, tuż przed pandemią zainwestowałem w nowe punktu i doposażyłem istniejącą kuchnię, w trakcie pandemii wydatki były sprowadzane do minimum.

### Jakie były największe sukcesy Państwa firmy w czasie pandemii?

– Sukcesem jest utrzymanie firmy oraz zatrudnienia.

### Jak oceniają Państwo kondycję firmy w porównaniu do okresu sprzed pandemii?

– Na chwilę obecną jest dużo lepiej, już 2021 rok przyniósł znaczną poprawę.

### Z jakich programów pomocowych (tarcza finansowa, kredyty z gwarancjami BGK lub EFI, pożyczki płynnościowe, inne) skorzystali Państwo? Jak oceniają Państwo te programy?

– PFR, zawieszenie ZUS, dotacje, wakacje kredytowe i leasingowe – bardzo pomogły w przetrwaniu zamknięcia gastronomii.

### Czy obawiają się Państwo jeszcze dalszych negatywnych skutków ewentualnego powrotu pandemii?

– Obawiam się, ale liczę na to, że sytuacja nie powtórzy się. Obecnie martwią mnie ceny nośników energii oraz rosnące stopy procentowe.

### Czy sytuacja związana z wojną na terenie Ukrainy ma wpływ na działalność Państwa firmy? Jeśli tak to jaki?

– Nie, nie ma wpływu.

Czy zauważyliście Państwo odpływ pracowników z Ukrainy czy też ruchy kadrowe pracowników z Polski?

– Nie (nie zatrudniałem pracowników z Ukrainy).

Czy w obecnej sytuacji zagrożenia brakiem pracowników, planujecie większą automatyzację produkcji/działań?

– Nie ma braku pracowników.

Czy pracownicy zgłaszają się o wyższe wynagrodzenie powołując się na inflację?

– Tak, pracownicy regularnie wnioskuje o podwyżki, nie tylko gdy jest inflacja.

Czy planujecie ograniczyć liczbę zatrudnionych ze względu na presję płacową czy odwrotnie inwestujecie i myślicie o zatrudnianiu nowych ludzi?

– Nie planuję ograniczyć ani też zatrudniać. Skład osobowy, który mam zapewnia doskonale działanie firmy.

Co jest aktualnie największym wyzwaniem Państwa firmy?

– Koszty energii, paliwa, ludzie przez inflację mają mniej zasobów na wydatki na przyjemności. Ograniczają liczbę gości na imprezach by ciąć koszty.

Jakie są dalsze plany rozwojowe/inwestycyjne Państwa firmy?

– Na chwilę obecną brak planów rozwoju.

Czy zauważacie zainteresowanie swoimi produktami/działalnością nowych klientów z Ukrainy?

– Nie. Wałcz to małe miasteczko o ludności nieco ponad 20 tysięcy, nie odnotowałem również aby znacznie przybyło obywateli Ukrainy.

Czy w związku z zaniechaniem działalności wielu firm w Ukrainie, zauważyliście zwiększoną liczbę zapytań klientów z krajów UE, którzy szukają nowych dostawców?

– Nie, prowadzę firmę na obszarze lokalnym.

Odpowiedzi na pytania dzielił: **Dariusz Zych**, właściciel

## KOSTRZEWA Sp. j.

Przedsiębiorstwo Kostrzewa sp. j. – jeden z wiodących krajowych producentów kotłów na biomasę o mocy od 8 do 330 kW, sprzedawanych w Polsce oraz większości krajów Europy, w tym m.in. na Litwie, Łotwie, w Niemczech, Czechach, Słowacji, Austrii, Bułgarii oraz Holandii.

P.P.H. KOSTRZEWA Sp. j.  
ul. Suwalska 32 A  
11-500 Giżycko

www.kostrzewa.com.pl

### **W jaki sposób pandemia wpłynęła na Państwa firmę?**

– Pandemia w znaczący sposób wpłynęła na sposób funkcjonowanie naszej firmy. Większość działów przedsiębiorstwa zmuszona została z dnia na dzień podjąć działania adaptacyjne, zmieniliśmy politykę sprzedażową oraz zamówieniową.

### **Co było dla Państwa firmy największym wyzwaniem w czasie pandemii?**

– Musieliśmy zmierzyć się z dwoma podstawowymi wyzwaniami: utrzymania dotychczasowego poziomu zatrudnienia oraz zachowania płynności produkcji. Oba cele zostały osiągnięte – nie było konieczności stosowania cięć zatrudnienia, wprost przeciwnie – zatrudnienie nieznacznie wzrosło. Produkcja, dzięki olbrzymiemu zaangażowaniu naszych pracowników, została utrzymana na zakładanym poziomie.

### **Czy firma podejmowała działania mitygujące negatywne konsekwencje pandemii?**

– Zimą 2020, gdy docierały informacje o dramatycznej sytuacji w prowincji Bergamo, było już wiadomo, jak groźny jest wirus. Wiosną dotarł

na Mazury – sytuacja wymagała wprowadzenia zdecydowanych działań zapobiegawczych. Zastosowaliśmy wszystkie możliwe środki ostrożności, by chronić zdrowie i życie naszych pracowników. Wprowadziliśmy pracę zdalną oraz hybrydową dla pracowników biurowych, minimalizowaliśmy przemieszczanie się osób pomiędzy poszczególnymi działami firmy, na produkcji wdrożyliśmy zmianowość. Zakupiliśmy maseczki oraz szybkie testy antygenowe na COVID-19 do wykorzystania przez pracowników, którzy zaobserwowali u siebie niepokojące objawy. Standardowo dezynfekowaliśmy powierzchnie, ozonowaliśmy pomieszczenia i zachęcaliśmy do częstego mycia i dezynfekcji dłoni. Te wszystkie działania przyniosły oczekiwany efekt – mimo licznych zachorowań nie straciliśmy żadnego członka załogi i utrzymaliśmy płynność produkcji.

### **Czy firma zmieniła w tym czasie profil działalności lub go rozszerzyła o nowe usługi/produkcję?**

– Zasadniczy profil działalności – produkcja urządzeń grzewczych na biomasę – pozostał niezmienny. Jednak pandemia nie powstrzymała firmy przed rozwojem. W tym niełatwym czasie w firmowym laboratorium trwały wzmożone prace nad nowymi urządzeniami grzewczymi – charakteryzującymi się zerową emisją CO<sub>2</sub> – wysokowydajną pompą ciepła typu powietrze-woda oraz nowoczesnym kotłem elektrycznym.

W 2020 r. wprowadziliśmy do sprzedaży nowy model kotła na pellet Mini Matic – niskoemisyjne urządzenie o obsłudze zredukowanej do minimum.

### **Jak zmieniały się nakłady inwestycyjne firmy w tym czasie?**

– Pandemia nie ograniczyła nas w realizacji zaplanowanych wcześniej inwestycji – nakłady inwestycyjne pozostały na zakładanym poziomie. Konsekwentnie realizujemy długofalowe plany rozwojowe. W czasie pandemii kontynuowaliśmy kompleksową rozbudowę firmy.



#### **Jakie były największe sukcesy Państwa firmy w czasie pandemii?**

– Dzięki utrzymaniu rygoru sanitarnego nasz zakład nie zatrzymał produkcji ani na jeden dzień. To z kolei pozwoliło utrzymać stały poziom zatrudnienia. Z perspektywy czasu z całą stanowczością mogę stwierdzić, że bardzo dobrym rozwiązaniem okazało się stosowanie szybkich testów. Dzięki nim pracownicy byli kierowani na kwarantannę, nie dochodziło do dalszego rozprzestrzeniania się choroby.

#### **Z jakich programów pomocowych (tarcza finansowa, kredyty z gwarancjami BGK lub EFI, pożyczki płynnościowe, inne) skorzystali Państwo? Jak oceniają Państwo te programy?**

– Skorzystaliśmy z Subwencji 2020 (PFR, dotacja na kapitał obrotowy, PARP, dofinansowanie do wynagrodzeń 15 gg 2020 – FGŚP). Wszystkie środki przeznaczyliśmy na dofinansowanie wynagrodzeń pracowników. Pomoc finansowa od państwa pomogła nam w bieżącym funkcjonowaniu.

#### **Czy wydłużające się terminy dostaw odbiły się na kondycji firmy?**

##### **Czy wpłynęło to na szukanie dostawców w najbliższej okolicy?**

– Problemy z dostawami nie odbiły się na kondycji firmy, ale zmusiły do szukania nowych dostawców oraz tam, gdzie to było możliwe, do dywersyfikacji zamówień. Konieczne było również planowanie zamówień z bardzo dużym wyprzedzeniem. Dla przykładu – w zakresie sterowników – już na początku roku 2021 zamówiliśmy zapotrzebowanie na cały rok 2022. Firmy, które nie potrafiły dostosować się do planowania produkcji z bardzo dużym wyprzedzeniem, znalazły się w trudnej sytuacji.

##### **Obawiają się Państwo jeszcze dalszych negatywnych skutków ewentualnego powrotu pandemii?**

– Oczywiście, że się obawiamy. Na szczęście mamy już pewne doświadczenie – można powiedzieć, że wypracowaliśmy skuteczne zasady prowadzenia firmy w czasie pandemii. Niestety wiele wskazuje na to, że musimy nauczyć się funkcjonować w warunkach corocznych nawrotów zachorowań na COVID-19.

##### **Czy sytuacja związana z wojną na terenie Ukrainy ma wpływ na działalność Państwa firmy? Jeśli tak to jaki?**

– Nadal borykamy się z brakiem stabilności cen materiałów niezbędnych do produkcji naszych urządzeń oraz problemami przy zamówieniach. Poza tym wzrosły ceny paliw, panuje atmosfera niepewności, trudniej też uzyskać kredyt na budowę domu, co niewątpliwie przełoży się na spadek zamówień kotłów. Sytuacji na rynku bardzo daleko do stabilnej.

##### **Zauważyliście Państwo odpływ pracowników z Ukrainy czy też ruchy kadrowe pracowników z Polski?**

– Bezpośrednio nie odczuliśmy, jednak u naszych kontrahentów prowadzących rozbudowę zakładu nastąpiły nieznaczne opóźnienia związane z powrotem na Ukrainę pracowników budowlanych.

**Czy w obecnej sytuacji zagrożenia brakiem pracowników, planujecie większą automatyzację produkcji/działań?**

– Planujemy dalsze wdrażanie automatyzacji produkcji, ale nie wiążemy tego z ruchami kadrowymi. Automatyzacja stanowi cel długofalowy, obrany na długo przed pandemią i wojną na terenie Ukrainy.

**Czy pracownicy zgłaszają się o wyższe wynagrodzenie powołując się na inflację?**

– Tak, co wydaje się naturalne w związku ze spadkiem siły nabywczej pieniądza. Staramy się w miarę posiadanych możliwości odpowiadać na te potrzeby.



**Planujecie ograniczyć liczbę zatrudnionych ze względu na presję płacową czy odwrotnie inwestujecie i myślicie o zatrudnianiu nowych ludzi?**

– Stale inwestujemy w rozbudowę firmy i planujemy dalszy wzrost zatrudnienia. Będziemy potrzebowali pracowników do nowego działu zajmującego się produkcją pomp ciepła.

**Co jest aktualnie największym wyzwaniem Państwa firmy?**

– Dotrzymanie ciągłości dostaw oraz planu produkcji, a także wprowadzenie pomp ciepła do oferty sprzedażowej oraz ich produkcja na masową skalę. Dla firmy Kostrzewa od 43 lat produkującej kotły na biomasę to zupełnie nowy temat i prawdziwe wyzwanie, któremu pragniemy sprostać.

**Jakie są dalsze plany rozwojowe/inwestycyjne Państwa firmy?**

– W kryzysie paliwowym upatrujemy szansy na przyspieszony rozwój firmy. Unijna polityka klimatyczna zmierza do dekarbonizacji gospodarki oraz odchodzenia od paliw kopalnych w ogrzewnictwie. Marka Kostrzewa już dawno postawiła na czyste ogrzewanie za pomocą pelletu – paliwa produkowanego z pozostałości przemysłu drzewnego. Będziemy w dalszym ciągu doskonalić technologię spalania pelletu i równoległe w najbliższej przyszłości uruchomimy nowy kierunek produkcji, zorientowany na pompy ciepła.

**Czy w związku z wojną w Ukrainie planujecie rozszerzyć działalność? O jakie PKD?**

– Nie planujemy rozszerzania działalności w związku z wojną w Ukrainie.



Czy zauważacie zainteresowanie swoimi produktami/działalnością nowych klientów z Ukrainy?

– Nie zauważyliśmy takiego zainteresowania.

Czy jest więcej chętnych ukraińskich firm/inwestorów z Ukrainy, którzy chcą nawiązać współpracę?

– Nie zauważyliśmy takiej tendencji w naszej branży.

Czy w związku z zaniechaniem działalności wielu firm w Ukrainie, zauważyliście zwiększoną liczbę zapytań klientów z krajów UE, którzy szukają nowych dostawców?

– Nie otrzymaliśmy zapytań dotyczących naszego profilu działalności.

Odpowiedzi na pytania udzielił: **Paweł Kostrzewa** –  
wspólnik, reprezentant firmy

REITER Sp. J

Firma REITER Sp. J. Zajmuje się produkcją, importem i dystrybucją materiałów techniki grzewczej i sanitarnej na rynku polskim i europejskim.

REITER Sp. J  
Kawęczyn 48 A  
87-123 Dobrzejewice

[www.reitersj.eu](http://www.reitersj.eu)

#### **W jaki sposób pandemia wpłynęła na Państwa firmę?**

– Pojawienie się pandemii wywołało przede wszystkim strach i niepewność. Skutkiem tego była szybka i dokładna analiza naszej sytuacji, wydatków oraz kosztów. Wszystkie naszym zdaniem niepotrzebne działania zostały zaprzestane i wprowadzona została duża dyscyplina wydatkowania środków. Z drugiej strony nastąpił przegląd kosztów, ceny zakupu surowców, towarów oraz usług. Zmieniliśmy wielu dostawców z uwagi na korzystniejsze warunki. W ostatecznym rozrachunku organizacja wyszła z pandemii lepiej zarządzana i w zdrowszej kondycji finansowej.

#### **Co było dla Państwa firmy największym wyzwaniem w czasie pandemii?**

– Zachowanie spokoju oraz powstrzymanie się od nadmiernego cięcia kosztów, które w przyszłości mogłoby spowodować efekt odwrotny do zamierzonego. Podam przykład wynagrodzeń, jako parametr, który nie uległ zmianie i dzięki temu ochroniliśmy kadrę pracowników. Jak już wiemy w naszej branży spustoszenia nie ma więc decyzja o ochronie pracowników i ich wynagrodzeń była słuszną.



#### **Czy firma podejmowała działania mitygujące negatywne konsekwencje pandemii?**

– Firma podjęła takie działania na podstawie wcześniejszych doświadczeń z kryzysami globalnymi w 2007 i 2012 roku. Dysponując taką wiedzą i doświadczeniem mogliśmy powstrzymać się od pewnych „nerwowych decyzji”, co okazało się słuszne.

#### **Czy firma zmieniła w tym czasie profil działalności lub go rozszerzyła o nowe usługi/produkcję?**

– Firma w tym czasie poszerzyła paletę produktów oraz podjęła prace w obszarze nowego rynku zbytu w celu zwiększenia dywersyfikacji działalności w celu obniżenia ryzyka spadku obrotu w wąskim jak dotąd obszarze działania.

#### **Jak zmieniały się nakłady inwestycyjne firmy w tym czasie?**

– Na początku pandemii środki na inwestycje zostały zamrożone. Wykonano jedynie dokończenie rozpoczętych inwestycji. Po kilku miesiącach jak zauważyliśmy, że wypełnia się nasz scenariusz napisany

na bazie doświadczeń, firma zainwestowała kolejne środki w celu dywersyfikowania palety produktów i usług.

**Jakie były największe sukcesy Państwa firmy w czasie pandemii?**

– Wprowadzenie z sukcesem nowego produktu, który błyskawicznie stał się hitem sprzedaży.

**Jak oceniają Państwo kondycję firmy w porównaniu do okresu sprzed pandemii?**

– Kondycja firmy ogólnie w naszej ocenie jest lepsza. Jest natomiast bardziej zadłużona, ale posiada większe zdolności do zarabiania.

**Z jakich programów pomocowych (tarcza finansowa, kredyty z gwarancjami BGK lub EFI, pożyczki płynnościowe, inne) skorzystali Państwo? Jak oceniają Państwo te programy?**

– Firma skorzystała z Tarczy Antykryzysowej 1.0 na ochronę miejsc pracy oraz z umorzenia składek ZUS. Korzystaliśmy z tych pomocy w pierwszym momencie gdzie spadek obrotu był istotny i zagrażał kondycji firmy. Po kilku miesiącach widzieliśmy, że nasza branża nie ucierpi w długim okresie, więc nie staraliśmy się o kolejne fundusze pomocowe. Program pomocowy oceniamy bardzo dobrze.

**Czy wydłużające się terminy dostaw odbiły się na kondycji firmy? Czy wpłynęło to na szukanie dostawców w najbliższej okolicy**

– Przerwanie łańcucha dostaw odbiło się na naszej firmie tylko na chwilę i tylko w pierwszym momencie, w którym wszyscy wyszli wszędzie kupić wszystko. Nasi dostawcy otrzymali sporo zamówień i nie nadążali z produkcją. Nasza firma widząc, co się dzieje zaczęła zamawiać towary z większym wyprzedzeniem, co po około 6 miesiącach odniosło planowany skutek. Okupione to zostało koniecznością

zwiększenia finansowania, ponieważ dużo towarów opłacanych jest przy złożeniu zamówienia lub przed jego odbiorem.

**Czy obawiają się Państwo jeszcze dalszych negatywnych skutków ewentualnego powrotu pandemii?**

– W tej chwili obawiamy się ewentualnych negatywnych skutków wojny w Ukrainie. Zagrożenie skutkami pandemii bierzemy pod uwagę natomiast znamy już to zagadnienie i dywersyfikujemy ryzyko poprzez składanie zamówień w różnych regionach i planowanie transportów różnymi drogami.

**Czy sytuacja związana z wojną na terenie Ukrainy ma wpływ na działalność Państwa firmy? Jeśli tak to jaki?**

– Pracując w sektorze budowlanym największym skutkiem obecnego konfliktu jest dla nas duża inflacja oraz wzrost cen energii. Powoduje to wzrost stóp procentowych a te hamują popyt na domy i mieszkania, co przełoży się na wartość sprzedaży naszych systemów grzewczych. Kolejny kłopot to rosnący WIBOR w oparciu, o który firma obsługuje swoje zadłużenie. Koszt kredytu wzrósł bardzo mocno, bo już kilkakrotnie. Obecnie nie wpływa to na stabilność firmy, ale na jej rentowność wpływa istotnie.

**Czy zauważyliście Państwo odpływ pracowników z Ukrainy czy też ruchy kadrowe pracowników z Polski?**

– W naszej firmie nie mamy pracowników Ukrainy.

**Czy pracownicy zgłaszają się o wyższe wynagrodzenie powołując się na inflację?**

– Oczywiście tak.

**Czy planujecie ograniczyć liczbę zatrudnionych ze względu na presję płacową czy odwrotnie inwestujecie i myślicie o zatrudnianiu nowych ludzi?**

– Staramy się poprawić procesy w firmie, aby praca była jeszcze bardziej efektywna. Podwyżki płac z uwagi na inflację to sprzyjający moment, aby wykonać takie działanie. Pracownicy rozumieją fakt, że jak prace rosną, rosną też koszty, więc trzeba dać od siebie coś więcej lub coś zmienić.

**Co jest aktualnie największym wyzwaniem Państwa firmy?**

– Największym wyzwaniem jest próba zwiększenia sprzedaży, nie zwiększając przy tym kosztów za pomocą usprawnienia procesów. Kolejnym trudnym i niezbędnym elementem jest konieczność zwiększenia rentowności w obliczu rosnących kosztów.

**Czy zauważacie zainteresowanie swoimi produktami/działalnością nowych klientów z Ukrainy?**

– Zgłaszają się do nas podmioty z Ukrainy z zapytaniami ofertowymi z uwagi na zniszczone fabryki i brak możliwości zakupu towarów w Ukrainie.

**Czy jest więcej chętnych ukraińskich firm/inwestorów z Ukrainy, którzy chcą nawiązać współpracę?**

– Tak, ale nie ma ich dużo.

Na pytania odpowiadał: **Patryk Stasiuk**, CEO, wspólnik



## Sadowski

Firma „Sadowski” jest firmą rodzinną, która cieszy się wyjątkowo pozytywną opinią wśród swoich kontrahentów, specjalizuje się w produkcji zniczy, wkładów długopalnych oraz kompozycji. Nasz sukces na rynku zawdzięczamy ciężkiej pracy, doświadczeniu oraz fachowej obsłudze w zakresie naszych usług. Współpracujemy zarówno z klientami indywidualnymi, hurtownikami jak i znanymi na całym świecie sieciami handlowymi, nowoczesne technologie pozwalają na wytwarzanie najwyższej jakości produktów, które doceniane są przez naszych odbiorców.

### **W jaki sposób pandemia wpłynęła na Państwa firmę?**

– W związku z podjętymi działaniami jak również dobrymi wynikami finansowymi w poprzednich latach firma uniosła ciężar skutków finansowych i utrudnień wynikających z ograniczeń COVID-19. Rozwój firmy został znacząco zahamowany.

### **Co było dla Państwa firmy największym wyzwaniem w czasie pandemii?**

– Utrzymanie zatrudnienia, płynności finansowej i ciągłości produkcji.

### **Czy firma podejmowała działania mitygujące negatywne konsekwencje pandemii?**

– Firma musiała zabezpieczyć realizację kontraktów w związku z tym zostały odpowiednio wcześniej podjęte działania zabezpieczające dostępność materiałów do produkcji, których w trakcie rozwoju pandemii brakowało na rynku, zarządzanie tym ryzykiem zostało zminimalizowane, została utrzymana ciągłość produkcji.

### **Czy firma zmieniła w tym czasie profil działalności lub go rozszerzyła o nowe usługi/produkcję?**

– Nie

### **Jak zmieniały się nakłady inwestycyjne firmy w tym czasie?**

– Rozpoczęte inwestycje konsekwentnie zostały ukończone, obecnie jednak zostały zawieszono w czasie, co wiąże się z drastycznym wzrostem kosztów planowanych inwestycji.

### **Jakie były największe sukcesy Państwa firmy w czasie pandemii?**

– Utrzymanie poziomu zatrudnienia.

### **Jak oceniają Państwo kondycję firmy w porównaniu do okresu przed pandemią?**

– Znaczący wzrost cen energii paliwa i materiałów i płac zmusza do zaciskania pasa nie ma możliwości oceny kondycji firmy na dzień dzisiejszy nie patrząc do przodu. Sytuacja jest dynamiczna i zmienna musimy patrzeć w przyszłość, która nie daje gwarancji stabilizacji.

### **Z jakich programów pomocowych (tarcza finansowa, kredyty z gwarancjami BGK lub EFL, pożyczki płynnościowe, inne) skorzystali Państwo? Jak oceniają Państwo te programy?**

– Firma skorzystała z Subwencji PFR tarczy antykryzysowej, Mikro pożyczki ze strony Urzędu Pracy. Kredytu z gwarancją BGK. Ocena jest pozytywna.

### **Czy wydłużające się terminy dostaw odbiły się na kondycji firmy? Czy wpłynęło to na szukanie dostawców w najbliższej okolicy?**

– Tak, wydłużające się terminy dostaw odbiły się na kondycji firmy. Wydłużające się terminy dostaw nie były spowodowane odległością do dostawcy tylko dostępnością materiałów, tym samym liczba dostawców nie wzrastała tylko malała, logicznym zatem jest fakt, że dostawców w najbliższej okolicy nie mogło przybyć.

**Czy obawiają się Państwo jeszcze dalszych negatywnych skutków ewentualnego powrotu pandemii?**

– Tak, obawiamy się.

**Czy sytuacja związana z wojną na terenie Ukrainy ma wpływ na działalność Państwa firmy? Jeśli tak to jaki?**

– Tak. Brak dostępności materiałów z Ukrainy i Rosji oraz drastyczny wzrost cen z innych źródeł pozyskania.

**Czy zauważyliście Państwo odpływ pracowników z Ukrainy czy też ruchy kadrowe pracowników z Polski?**

– Nie, nie zauważyliśmy.

**Czy w obecnej sytuacji zagrożenia brakiem pracowników, planujecie większą automatyzację produkcji/działań?**

– Tak, planujemy.

**Czy pracownicy zgłaszają się o wyższe wynagrodzenie powołując się na inflację?**

– Tak.

**Planujecie ograniczyć liczbę zatrudnionych ze względu na presję płacową czy odwrotnie inwestujecie i myślicie o zatrudnianiu nowych ludzi?**

– Planujemy ograniczanie zatrudnienia do niezbędnego minimum.

**Co jest aktualnie największym wyzwaniem Państwa firmy?**

– Zabezpieczenie finansowe na zakup niezbędnych do produkcji materiałów w celu realizacji kontraktów.

**Jakie są dalsze plany rozwojowe/inwestycyjne Państwa firmy?**

– Obecnie obserwujemy rynek wstrzymując inwestycje w oczekiwaniu na sprzyjające warunki do kontynuacji planów rozwojowych.

**Czy w związku z wojną w Ukrainie planujecie rozszerzyć działalność?**

**O jakie PKD?**

– Nie, nie planujemy.

Odpowiedzi na pytania udzielił:

## TOROIDY.PL Transformatory L. Lachowski Sp. K.

TOROIDY.PL Transformatory L. Lachowski Spółka Komandytowa funkcjonuje na rynku od 4 maja 2015 roku i jest kontynuacją działalności firmy TOROIDY.PL Transformatory Lech Lachowski założonej w dniu 4 maja 1992 roku, jako jednoosobowe Przedsiębiorstwo Wdrożeniowo-Produkcyjno-Handlowe. Firma jest właścicielem dwóch marek – TOROIDY.PL oraz FEZZ AUDIO.

Transformatory produkowane pod marką TOROIDY.PL można znaleźć w olbrzymiej liczbie urządzeń produkowanych przez rodzimych przedsiębiorców, zarówno w produkcji wysokoseryjnej jak i małych niszowych rozwiązaniach technicznych. W 2021 roku firma uzyskała status certyfikowanego dostawcy NATO.

Kamieniem milowym w rozwoju przedsiębiorstwa i obu marek była realizacja projektu BGK w ramach Poddziałania 3.2.2 Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój 2014–2020 Kredyt na innowacje technologiczne. W 2019 roku powstała nowoczesna siedziba firmy w Kolonii Koplany. Zakład wyposażony został w najnowocześniejsze technologie z zakresu produkcji elektroniki i elektrotechniki oraz doskonale wyposażone laboratorium pomiarowe, w którym realizowane są prace z zakresu R+D.

### **W jaki sposób pandemia wpłynęła na Państwa firmę?**

– Początek pandemii był najtrudniejszym czasem działalności firmy. Duża część partnerów biznesowych rezygnowała z wcześniejszych zamówień, a stali odbiorcy zawiesili kontrakty i współpracę.

### **Co było dla Państwa firmy największym wyzwaniem w czasie pandemii?**

– Zdecydowane zmniejszenie produkcji oraz choroba części załogi, co zmusiło nas do zwiększonego zaangażowania pozostałych pracowników, a także do poszukiwania nowych, potencjalnych rynków zbytu.

### **Czy firma podejmowała działania mitygujące negatywne konsekwencje pandemii?**

– Mniejszy skład osobowy firmy podjął decyzję o skierowaniu oferty do większego grona odbiorców, wymagających bardziej wyszukanych wyrobów o szczególnie wysokiej jakości. Zmniejszyliśmy także MOQ zamówień. Zidentyfikowaliśmy nowych, potencjalnych klientów i zintensyfikowaliśmy działania mające na celu ich pozyskanie.

### **Czy firma zmieniła w tym czasie profil działalności lub go rozszerzyła o nowe usługi/produkcję?**

– Nastąpiła zmiana w proporcjach oferowanych wyrobów. Wzrosła produkcja transformatorów do celów audio (trudne do wykonania, lecz o wysokiej jakości i cenie), jak też wyrobów elektronicznych marki Fezz, sprzedawanych głównie na eksport.

### **Jak zmieniły się nakłady inwestycyjne firmy w tym czasie?**

– Rozszerzenie oferty o najwyższej klasy sprzęt audio, jak też akcesoriów elektronicznych o lampy elektronowe, transformatory głośnikowe i zasilające wymagało zmiany technologii produkcji niektórych elementów. Wymagało to zakupu nowych maszyn i urządzeń oraz weryfikacji w dotychczas stosowanym cyklu produkcyjnym. Dzięki kredytom bankowym oraz dotacji z PARP uzyskano oczekiwane efekty.

### **Jakie były największe sukcesy Państwa firmy w czasie pandemii?**

– W wyniku przeprowadzonych zmian w podstawowej ofercie produkcji firma odzyskała swoją skalę sprzedażową, utrzymała zatrudnienie, a od pewnego czasu można mówić o tendencji wzrostowej.

**Jak oceniają Państwo kondycję firmy w porównaniu do okresu sprzed pandemii?**

– Obecnie kondycja firmy dzięki pewnej zmianie profilu produkcji, skierowanej bardziej na wyższej jakości wyroby jest dobra. Znacznie wzrósł eksport oraz ilość kontrahentów.

**Czy obawiają się Państwo jeszcze dalszych negatywnych skutków ewentualnego powrotu pandemii?**

– Pandemia zawsze jest groźna dla ludzi i przemysłu. Droga jaką przeszliśmy wskazała na słabości, jakie mogą wystąpić i pokazała nam jak należy się przed nimi bronić.

**Czy sytuacja związana z wojną na terenie Ukrainy ma wpływ na działalność Państwa firmy? Jeśli tak to jaki?**

– Wszelkie niepokoje na świecie źle wpływają na działalność każdej firmy. W naszym przypadku mocno odczuliśmy wzrost cen energii oraz

surowców i podzespołów stosowanych do produkcji. Sytuacja podobna jest do czasu pandemii. Wzrost cen robocizny oraz materiałów do produkcji musi powodować wzrost cen wyrobów. Tak jak w czasach pandemii, znowu zaczyna się szukanie „nowych, tańszych dostawców”.

**Co jest aktualnie największym wyzwaniem Państwa firmy?**

– Największym wyzwaniem jest nieuporządkowany rynek zaopatrzenia w materiały i surowce potrzebne do produkcji. Występują częste braki, ceny zmieniają się w ciągu miesiąca.

**Jakie są dalsze plany rozwojowe/inwestycyjne Państwa firmy?**

– Ze względu na niestabilną sytuację rynkową, nie planujemy podejmowania nowych inwestycji. Będą kontynuowane prace badawcze i rozwojowe w tematach wcześniej rozpoczętych.

Odpowiedzi na pytania udzielił:



## Zakład Piekarniczo-Cukierniczy ABR Wierzbowsky S.C

Zaopatrujemy w pieczywo większość hoteli, uzdrowisk, lokali gastronomicznych oraz szkół w Kołobrzegu. Prowadzimy także sprzedaż ciast i wyrobów cukierniczych.

Zakład Piekarniczo-Cukierniczy ABR Wierzbowsky S.C.  
ul. Starynowska 1  
78-100 Kołobrzeg

### **W jaki sposób pandemia wpłynęła na Państwa firmę?**

– Pandemia była dla nas drastycznym doświadczeniem, przychody spadły okropnie – zaopatrujemy większość hoteli, uzdrowisk, lokali gastronomicznych oraz szkół

w Kołobrzegu w pieczywo. Kiedy wszystko zostało zamknięte nie było zamówień, a wiadomo, to tam kierowaliśmy ogromne ilości pieczywa. Pracownicy nie mieli co robić, bo wszystko stanęło, ale nie chcieliśmy ich zwalniać bo są z nami praktycznie od początku i są częścią firmy. Dlatego też, wynagrodzenia, ZUS itp. płacone były z oszczędności jakie posiadaliśmy.

### **Co było dla Państwa firmy największym wyzwaniem w czasie pandemii?**

– Pierwsze co się nasuwa to „Przetrwać” - bez drastycznych kroków (tu mam na myśli pracowników). Mamy to szczęście, że lokal jest naszą własnością, więc nie mamy dodatkowych kosztów dzierżawy, itp.

### **Czy firma podejmowała działania mitygujące negatywne konsekwencje pandemii?**

– Niestety w naszej branży np. szukanie nowych odbiorców nie miało sensu z uwagi na to, że to naszych głównych kontrahentów również dotknęło, w równie mocny sposób. Nie ma klienta, czy kuracjusza – to nie ma dla kogo zamawiać. Lokale gastronomiczne zamknięte, więc brak zamówień.

### **Czy firma zmieniła w tym czasie profil działalności lub go rozszerzyła o nowe usługi/produkcję?**

– Zastanawialiśmy się nad tym, jednak jako piekarnia uważam, że mieliśmy małe możliwości.

### **Jak zmieniały się nakłady inwestycyjne firmy w tym czasie?**

– Nakłady inwestycyjne zeszły na drugi plan, najważniejsze dla nas było to, żeby utrzymać firmę i pracowników zatrudnionych. Bez ostrych cięć. Na to przeznaczaliśmy oszczędności.

### **Jakie były największe sukcesy Państwa firmy w czasie pandemii?**

– Za największy nasz sukces uważam to, że przetrwaliśmy pandemię w tym samym składzie i bez obniżki wynagrodzeń.

### **Jak oceniają Państwo kondycję firmy w porównaniu do okresu sprzed pandemii?**

– Kondycja firmy znacznie się pogorszyła, nie wróciliśmy do tej samej ilości zamówień, co sprzed pandemii.

### **Z jakich programów pomocowych (tarcza finansowa, kredyty z gwarancjami BGK lub EFi, pożyczki płynnościowe, inne) skorzystali Państwo? Jak oceniają Państwo te programy?**

– Tak, korzystaliśmy z Tarczy 1.0 oraz z pożyczki płynnościowej, jednak teraz trzeba płacić raty miesięczne, więc poniekąd to też jest dodatkowym obciążeniem.

### **Czy wydłużające się terminy dostaw odbiły się na kondycji firmy?**

### **Czy wpłynęło to na szukanie dostawców w najbliższej okolicy?**

– W najbliższej okolicy dostarczaliśmy pieczywo naprawdę do większości hoteli, uzdrowisk, lokali gastronomicznych oraz szkół. Na szczęście nie mieliśmy opóźnień w dostawie mąki czy produktów do wypieków.



Natomiast zamówienia były w tym czasie po prostu minimalne, albo ich brak. Naszymi odbiorcami są głównie firmy, które w czasie pandemii były po prostu zamknięte. Klient indywidualny nie nadgoni niestety tej sprzedaży.

**Czy obawiają się Państwo jeszcze dalszych negatywnych skutków, ewentualnego powrotu pandemii?**

– Tak, bardzo boję się tego co przyniesie czas, w którą stronę to pójdzie.

**Czy sytuacja związana z wojną na terenie Ukrainy ma wpływ na działalność Państwa firmy? Jeśli tak to jaki?**

– Tak, w naszej Branży ceny paliwa, mąki, oleju, cukier, generalnie wszystkich artykułów, z których korzystamy wzrosły. Jednak najgorsze co mogło się stać to ceny gazu i prądu. Za gaz płaciliśmy w granicach 4–5 tys. teraz nasz miesięczny rachunek to 49 tys. zł.

**Czy zauważyliście Państwo odpływ pracowników z Ukrainy czy też ruchy kadrowe pracowników z Polski?**

– Myślę, że nas to nie dotyczy, bo mamy swoich pracowników i jest to temat dla nas nieodczuwalny.

**Czy planujecie ograniczyć liczbę zatrudnionych ze względu na presję płacową czy odwrotnie inwestujecie i myślicie o zatrudnianiu nowych ludzi?**

– Zwolniać nie będziemy. Z kolei zatrudniać nowych osób na razie nie potrzebujemy.

**Co jest aktualnie największym wyzwaniem Państwa firmy?**

– Myślę, że tak jak za czasów pandemii-po prostu przetrwać.

Odpowiedzi na pytania udzieliła: **Bogumiła Wierzbowska**,  
współniczka



Z.P.O.iW. MOTYL Sp. J.

Polska firma rodzinna z 40-letnim doświadczeniem w produkcji wysokiej jakości chrzanu, majonezu i warzyw konserwowych.

[www.motyl.net.pl](http://www.motyl.net.pl)

[www.instagram.com/motyl\\_firma\\_z\\_tradycjami](https://www.instagram.com/motyl_firma_z_tradycjami)

#### **W jaki sposób pandemia wpłynęła na Państwa firmę?**

– Zanotowaliśmy spadek w sektorze HoReCa w związku z zamknięciem bądź znacznym ograniczeniem działalności hotelarstwa i gastronomii. Jednocześnie konsumenci wykazywali bardzo silne zainteresowanie warzywami pasteryzowanymi, z długim terminem przydatności, a także produktami prozdrowotnymi (chrzan, ogórki kiszane). W skali firmy efekty pandemii okazały się zatem być nie aż tak dotkliwe.

#### **Co było dla Państwa firmy największym wyzwaniem w czasie pandemii?**

– Zapewnienie ciągłości dostaw surowców i opakowań do produkcji, tak by na bieżąco realizować kontrakty dla naszych wieloletnich odbiorców. Dzięki dobrym i również długoletnim relacjom biznesowym z naszymi dostawcami i zaangażowaniu naszych pracowników, udało się to w 100%.

#### **Czy firma podejmowała działania mitygujące negatywne konsekwencje pandemii?**

– Wzmocniliśmy monitoring dostępności surowców i opakowań tak, aby zagwarantować płynność dostaw oraz zawarliśmy dodatkowe kontrakty na produkcję wyrobów Private Label z dużymi sieciami handlowymi by zrównoważyć negatywny wpływ spadków w sektorze HoReCa.

#### **Czy firma zmieniła w tym czasie profil działalności lub go rozszerzyła o nowe usługi/produkcję?**

– Udało nam się opracować i wdrożyć trzy nowe produkty, których wprowadzenie na rynek na dużą skalę planujemy w roku 2022.

#### **Jak zmieniały się nakłady inwestycyjne firmy w tym czasie?**

– Konsekwentnie realizowaliśmy plany inwestycyjne, które z pewnością zaowocują w przyszłości, jednocześnie ostrożnie podchodząc do dodatkowych projektów najbliższym czasie.

#### **Jakie były największe sukcesy Państwa firmy w czasie pandemii?**

– Utrzymanie poziomu sprzedaży, zapewnienie ciągłości dostaw i wywiązywanie się w 100% z dotychczasowych oraz nowych kontraktów na produkty Private Label.

#### **Jak oceniają Państwo kondycję firmy w porównaniu do okresu sprzed pandemii?**

– Z perspektywy dwóch lat należy uznać, że wyzwania związane z pandemią nie wpłynęły negatywnie na kondycję firmy – przeszliśmy przez ten czas suchą stopą.

#### **Z jakich programów pomocowych (tarcza finansowa, kredyty z gwarancjami BGK lub EFI, pożyczki płynnościowe, inne) skorzystali Państwo? Jak oceniają Państwo te programy?**

– Skorzystaliśmy z Tarczy Finansowej PFR 1.0. Należy pochwalić tę instytucję za szybkie przepracowanie wniosku i wypłatę środków. Pozwoliły nam one na swobodniejsze prowadzenie sezonowego skupu warzyw.

**Czy wydłużające się terminy dostaw odbiły się na kondycji firmy?**

**Czy wpłynęło to na szukanie dostawców w najbliższej okolicy?**

– Perturbacje związane z dostawami były wyzwaniem, ale dzięki utrzymaniu stałej bazy dostawców, z którymi łączą nas wieloletnie relacje, nie wystąpiły problemy braków komponentów niezbędnych do funkcjonowania firmy.

**Czy obawiają się Państwo jeszcze dalszych negatywnych skutków ewentualnego powrotu pandemii?**

– Na tym etapie sytuacja wydaje się być opanowana i zdobyliśmy doświadczenie jak sobie z nią radzić – chociaż rzeczywistość niestety lubi nas coraz częściej zaskakiwać.

**Czy sytuacja związana z wojną na terenie Ukrainy ma wpływ na działalność Państwa firmy? Jeśli tak to jaki?**

– Na tę chwilę nie odnotowaliśmy żadnego wpływu. Konsekwentnie unikaliśmy kontaktów handlowych ze wschodem z racji na fakt, że są one obciążone dużym stopniem ryzyka. Co ciekawe, w kontekście bojkotu jednej z marek, nasz majonez wzbudził najwięcej pozytywnych emocji w Sieci.

**Czy zauważyliście Państwo odpływ pracowników z Ukrainy czy też ruchy kadrowe pracowników z Polski?**

– Na szczęście nie – większość personelu z Ukrainy jest z nami od wielu lat i ceni sobie pracę w naszym zakładzie.

**Czy w obecnej sytuacji zagrożenia brakiem pracowników, planujecie większą automatyzację produkcji/działań?**

– My już od wielu lat obserwujemy tendencję zmniejszającej się podaży pracy toteż polityka konsekwentnego inwestowania w nowoczesne i zautomatyzowane w maksymalnym stopniu linie technologiczne już

od dwudziestu lat przygotowała nas w dużej mierze na sytuację jaką mamy obecnie na rynku pracy.

**Czy pracownicy zgłaszają się o wyższe wynagrodzenie powołując się na inflację?**

– Staramy się sami doceniać zaangażowanie naszych pracowników i to z naszej inicjatywy indeksujemy corocznie wynagrodzenia.

**Czy planujecie ograniczyć liczbę zatrudnionych ze względu na presję płacową czy odwrotnie inwestujecie i myślicie o zatrudnianiu nowych ludzi?**

– Utrzymujemy ilość etatów na stałym poziomie, regulując ją pracownikami z Ukrainy w razie potrzeby. Jednocześnie nasza firma jest zawsze otwarta na zatrudnienie osób, które chciałyby się związać z nami na dłużej.

**Co jest aktualnie największym wyzwaniem Państwa firmy?**

– Niewątpliwym wyzwaniem jest w tej chwili rosnąca presja kosztowa (surowce, opakowania, usługi) i konieczność utrzymania marży na rozsądnym poziomie przy jednoczesnym zachowaniu wysokiej jakości naszych produktów. Nie interesuje nas schodzenie z jakości kosztem ceny.

**Jakie są dalsze plany rozwojowe/inwestycyjne Państwa firmy?**

– W tym roku kończymy dwa duże projekty inwestycyjne, nad którymi pracowaliśmy wiele lat. O ich rezultatach nasi klienci przekonają się już wkrótce. Jeden związany jest z poszerzeniem gamy warzyw pasteryzowanych, drugi – zintegracją pionową i skróceniem łańcucha dostaw.

**Czy w związku z wojną w Ukrainie planujecie rozszerzyć działalność?**

**O jakie PKD?**

– Nie planujemy takich zmian – stawiamy na produkty, które od wielu lat znajdują się na polskich stołach.

**Czy zauważacie zainteresowanie swoimi produktami/działalnością nowych klientów z Ukrainy?**

– Na razie nie posiadamy takich danych, niemniej jednak biorąc pod uwagę skalę przyływu ludności zza wschodniej granicy oraz ich zbliżone gusta kulinarne, jesteśmy przekonani, że odbije się to na wzroście wolumenu sprzedaży.

**Czy jest więcej chętnych ukraińskich firm/inwestorów z Ukrainy, którzy chcą nawiązać współpracę?**

– Tak, nawiązaliśmy już współpracę z klientem z Ukrainy – oczywiście przy maksymalnym ograniczeniu ryzyka.

**Czy w związku z zaniechaniem działalności wielu firm w Ukrainie, zauważyliście zwiększoną liczbę zapytań klientów z krajów UE, którzy szukają nowych dostawców?**

– Tak, chociaż zapytania takie pojawiają się regularnie niezależnie od okoliczności.

Odpowiedzi na pytania udzielił:

## WMKM

Warmińsko Mazurski Klaster Meblowy Sp. z o.o. Sp. K.A.

Nasza firma rozwinęła się do jednej z czołowych firm produkujących ekskluzywne meble na rynek polski i światowy. Nasze produkty wyróżnia bardzo dobra jakość, design i oczywiście cena.

Firma WMKM jest kontynuacją tradycji, stylu i jakości w produkcji mebli marki DEKORT, której założycielem jest ten sam właściciel znanej dawniej Fabryki Mebli DEKORT.

„Fabryka Mebli DEKORT została założona w 1981 r. Spółka z całkowicie polskim kapitałem. DEKORT posiada mocną pozycję na rynkach Unii Europejskiej. Od 1991 r. zajmujemy się produkcją mebli. Jesteśmy również eksporterem wysokiej jakości mebli skrzyniowych.”

Warmińsko Mazurski Klaster Meblowy Sp. z o.o. Sp. K.A.

Smolniki

14-200 Iława

### **W jaki sposób pandemia wpłynęła na Państwa firmę?**

– Spółka w początkowym okresie pandemii zaprzestała produkcji mebli. Pracownicy Spółki otrzymali urlopy należne oraz zapłatę za przestój. Spółka zatrudniała w tym czasie około 60 obcokrajowców, jednakże oni opuścili Polskę, wrócili do swoich domów. Za czas przestoju spółka poniosła koszt około 1,3 mln złotych. Po przestoju około 1,5 miesiąca Spółka ponownie podjęła produkcję.

### **Co było dla Państwa firmy największym wyzwaniem w czasie pandemii?**

– Okres pandemii COVID-19 podniósł również w Spółce kolejne wyzwania. Walka z pandemią przy zatrudnieniu około 200



pracowników postawił Zarząd Spółki przed wyzwaniami dotychczas niespotykanymi. Na pracowników z nadzoru, odpowiedzialnych za realizację produkcji oraz służby wspomagające realizację celów, nałożono przez Zarząd zobowiązanie do dodatkowej pracy w postaci zorganizowania zmian godzin rozpoczęcia pracy, jej zakończenia, zorganizowania pomiaru temperatury ciała przed rozpoczęciem pracy, stanowisk dezynfekcji rąk oraz wprowadzenia zmiany nocnej. Przez służby BHP działające w Spółce opracowano regulamin prawidłowego przestrzegania zasad w okresie pandemii. Podpisany przez Zarząd dokument wprowadzono w trybie natychmiastowym. Spółka poniosła dodatkowe koszty związane z dowozem pracowników, ponieważ zakład ma siedzibę w miejscowości Smolniki gmina Iława woj. Warmińsko-Mazurskie i transport pracowników odbywał się transportem własnym, (jeżeli pracownicy posiadają), jak również transportem zorganizowanym przez Spółkę. Ponadto Spółka zapewniał maseczki na twarz dla pracowników.

**Czy firma zmieniła w tym czasie profil działalności lub go rozszerzyła o nowe usługi/produkcję?**

– Spółka nie zmieniła jak również nie rozszerzyła działalności o nowe usługi/produkcję. Spółka realizowała zadania podjęte przed pandemią w Warmińsko Mazurskiej Specjalnej Strefie Ekonomicznej.

**Jak zmieniały się nakłady inwestycyjne firmy w tym czasie?**

– Poza zwiększonymi nakładami na ochronę pracowników nakłady na inwestycje były i są wstrzymane.

**Jakie były największe sukcesy Państwa firmy w czasie pandemii?**

– Sukcesem było i jest w chwili obecnej zwiększony popyt na meble produkowane przez Spółkę.

**Jak oceniają Państwo kondycję firmy w porównaniu do okresu sprzed pandemii?**

– Spółka znajduje się w podobnej jak przed pandemią, dobrej kondycji finansowej.

**Z jakich programów pomocowych (tarcza finansowa, kredyty z gwarancjami BGK lub EFI, pożyczki płynnościowe, inne) skorzystali Państwo? Jak oceniają Państwo te programy?**

– Programy, z których korzystała Spółka w czasie pandemii były pomocne przy realizacji założonych celów. Były to programy takie jak PFR, Fundusz UE na zakup towarów, dofinansowanie do zatrudnienia nowo zatrudnionych pracowników.

**Czy obawiają się Państwo jeszcze dalszych negatywnych skutków ewentualnego powrotu pandemii?**

– Zarząd Spółki realnie patrzy na zdarzenia występujące w ostatnich latach i świadomy odpowiedzialności za zatrudnionych pracowników

i jej działalności przewiduje pokonanie negatywnych skutków w razie powrotu pandemii.

**Czy sytuacja związana z wojną na terenie Ukrainy ma wpływ na działalność Państwa firmy? Jeśli tak to jaki?**

– Spółka nie odczuła negatywnych skutków w związku z sytuacją związaną z wojną w Ukrainie.

**Czy zauważyliście Państwo odpływ pracowników z Ukrainy czy też ruchy kadrowe pracowników z Polski?**

– Zarząd Spółki potwierdza, że wojna w Ukrainie nie spowodowała odpływu pracowników, jedynie nastąpił ich minimalny ruch. Spółka zatrudnia pracowników z wielu krajów świata.

**Czy w obecnej sytuacji zagrożenia brakiem pracowników, planujecie większą automatyzację produkcji/działań?**

– Prace wykonywane przy produkcji mebli z drewna litego poza pracą na różnorodnych maszynach, również angażują dużo pracy ludzkiej ręcznej. Praca rąk ludzkich (przeważnie kobiecych) jest nieodzowna podczas tej produkcji.

**Czy planujecie ograniczyć liczbę zatrudnionych ze względu na presję płacową czy odwrotnie inwestujecie i myślicie o zatrudnianiu nowych ludzi?**

– Spółka posiada status Spółki znajdującej się w WMSSE SA w Olsztynie i zobowiązana jest do utrzymania średniego zatrudnienia rocznego w ilości 198 pracowników zatrudnionych na umowach o pracę. W związku z powyższym Spółka poszukuje pracowników, aby sprostać wypełnieniu zadaniu w podpisanej umowie pomiędzy WMSSE a Spółką. Spółka w obecnej chwili nie podejmuje się rozpoczęcia inwestycji.

**Co jest aktualnie największym wyzwaniem Państwa firmy?**

– Po pierwsze utrzymać na dotychczasowym poziomie stan zatrudnienia, utrzymać na dotychczasowym poziomie rynki zbytu, rozmowy z dostawcami w sprawach podwyżek cen usług i produktów na możliwie dotychczasowym poziomie, negocjacje w sprawie podwyższenia cen z odbiorcami towarów, utrzymanie płynności finansowej wspomaganej kredytami przez zaprzyjaźniony Bank Pekao SA Oddział w Olsztynie.

**Jakie są dalsze plany rozwojowe/inwestycyjne Państwa firmy?**

– Spółka posiada około 10 ha gruntów, zabudowa hal produkcyjnych, biura, urzędzeń i lasu obejmuje około 3 ha. Spółka jest firmą rodzinną. Założona i przekształcana w różne formy istnieje od roku 1981, jest od powstania i obecnie prowadzona przez Zarząd w składzie, którego zasiadam ja – Zygmunt Dmochewicz oraz żona Teresa. W zamiarze obecnego Zarządu jest skłonność przekazania prowadzenia Spółki

przez następców-dzieci posiadających wiedzę w zakresie zarządzania i produkcji zdobywaną przez ponad 25 lat. Plany rozwojowe przy moim doradztwie na pewno nowy Zarząd podejmie.

**Czy w związku z zaniechaniem działalności wielu firm w Ukrainie, zauważyliście zwiększoną liczbę zapytań klientów z krajów UE, którzy szukają nowych dostawców?**

– Produkcja mebli z drewna litego jest wyłącznie domeną firm z bardzo dużym doświadczeniem projektowania, nadzoru i pracowników. Zakłady produkcyjne w Ukrainie nie sprostałyby spełnić produkcji terminowej jak również jakościowej. Wymagania odbiorców są bardzo wysokie. W związku z powyższym Zarząd nie odnotował zmian w zakresie zapytań o produkcję i sprzedaż mebli do krajów UE.

Odpowiedzi na pytania udzielił: **Zygmunt Dmochewicz**, CEO



# Mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa w roku 2021 – wyniki badania na poziomie podregionów

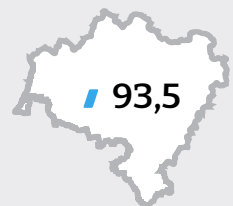


# Województwo dolnośląskie



## Województwo dolnośląskie

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP



■ Polska   ■ województwo dolnośląskie

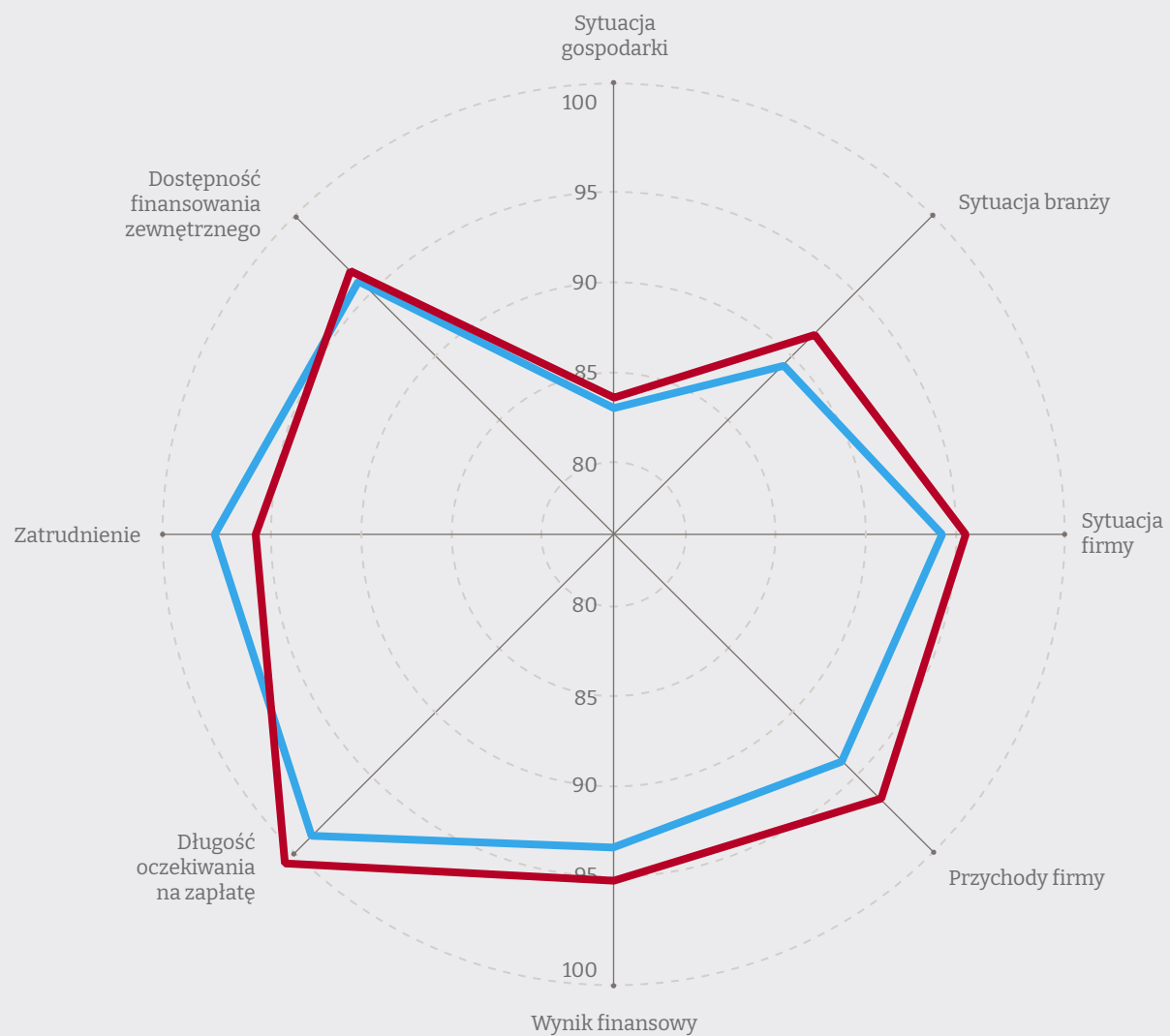
## Region jeleniogórski

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

93,9

93,5

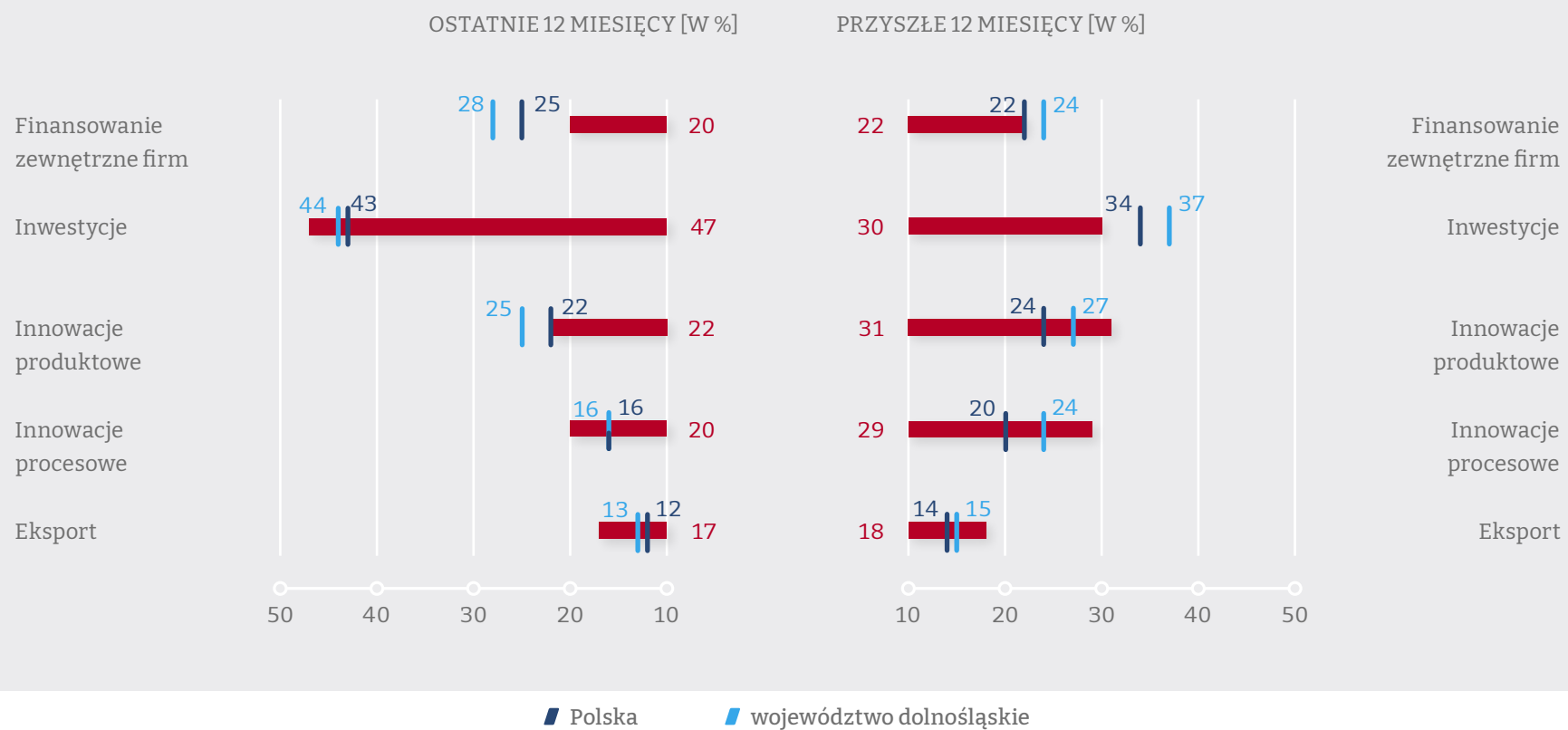
94,4



województwo dolnośląskie

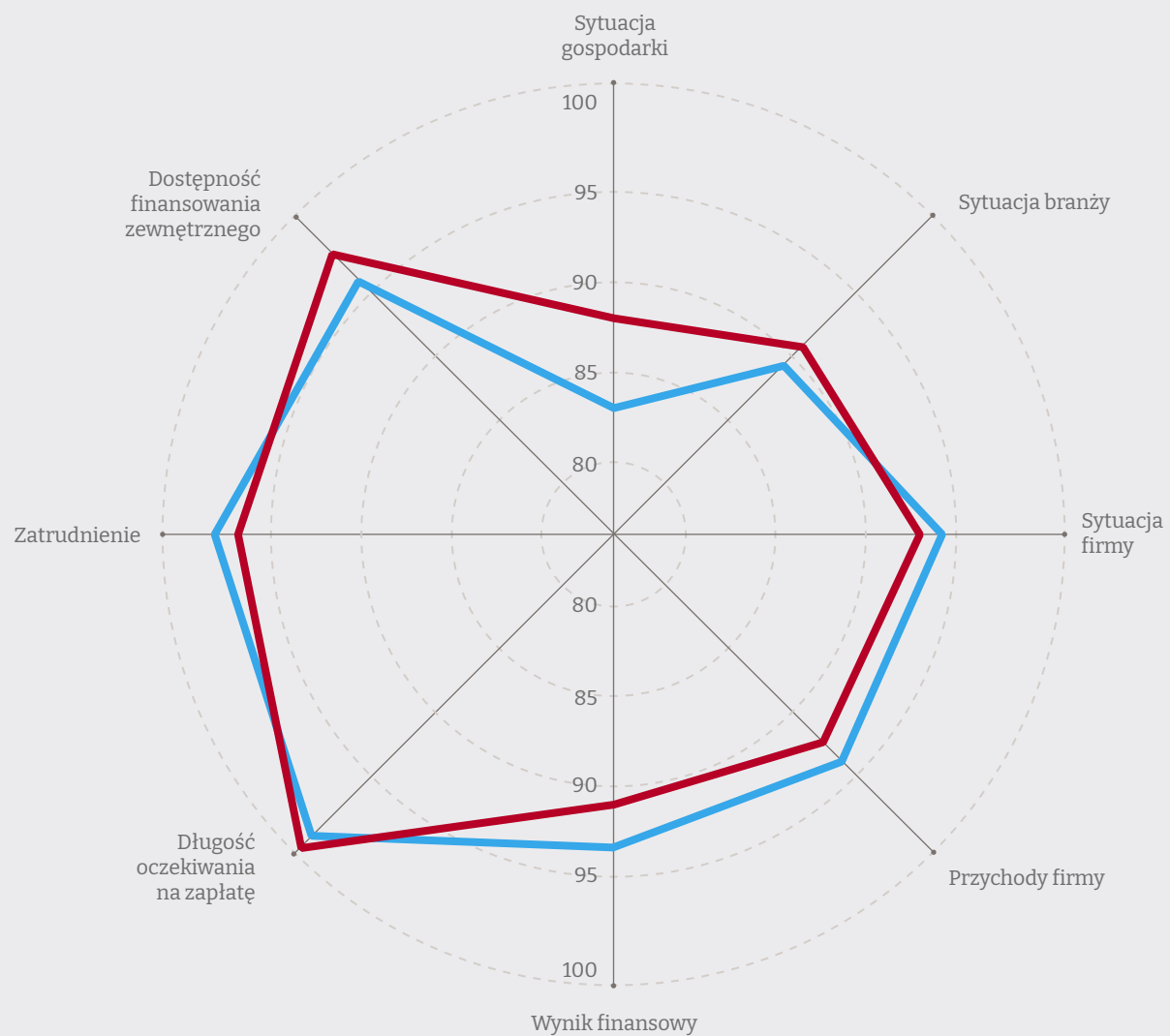
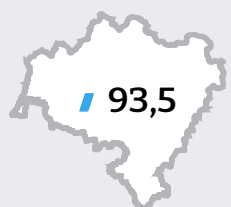
region jeleniogórski

## Region jeleniogórski



## Region legnicko-głogowski

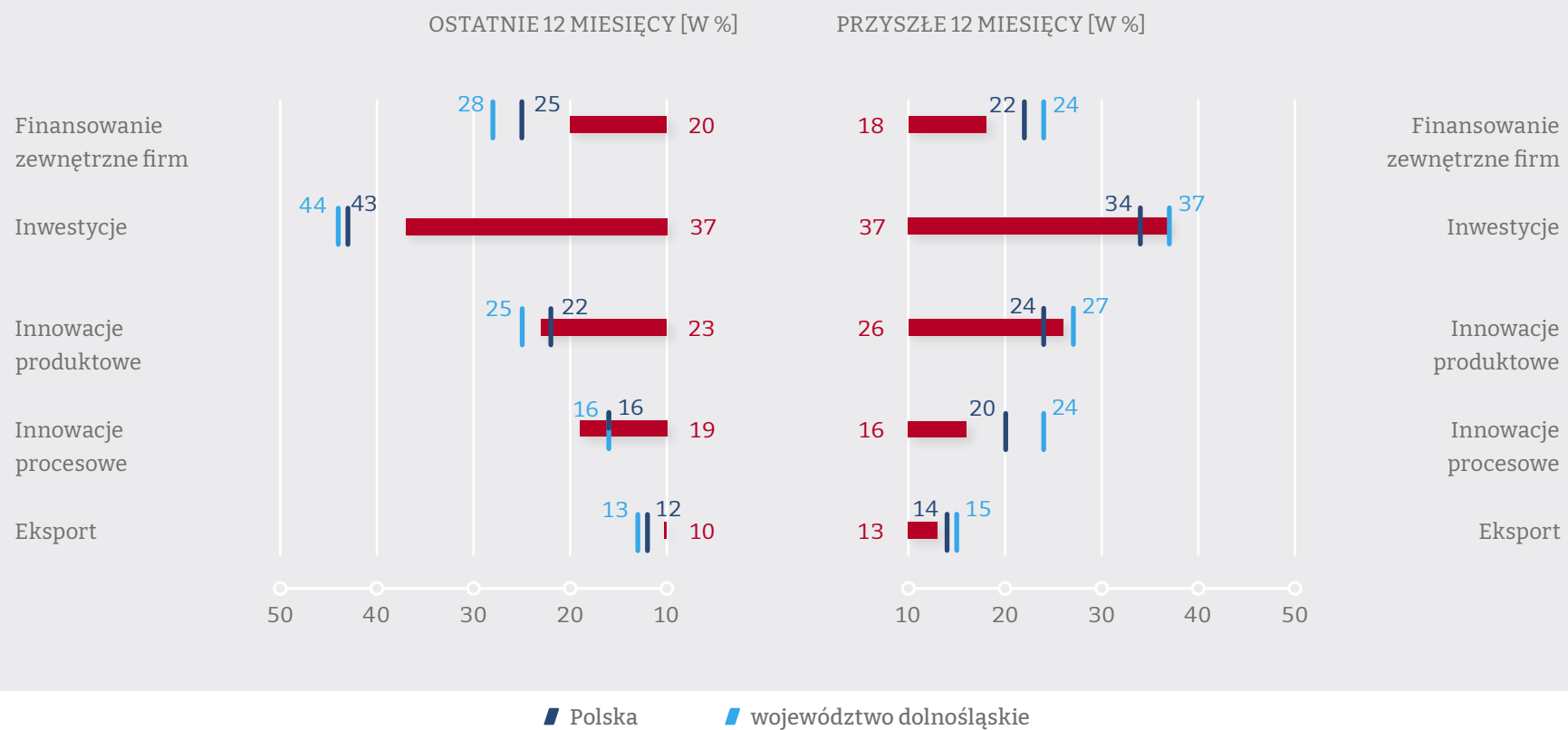
Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP



województwo dolnośląskie

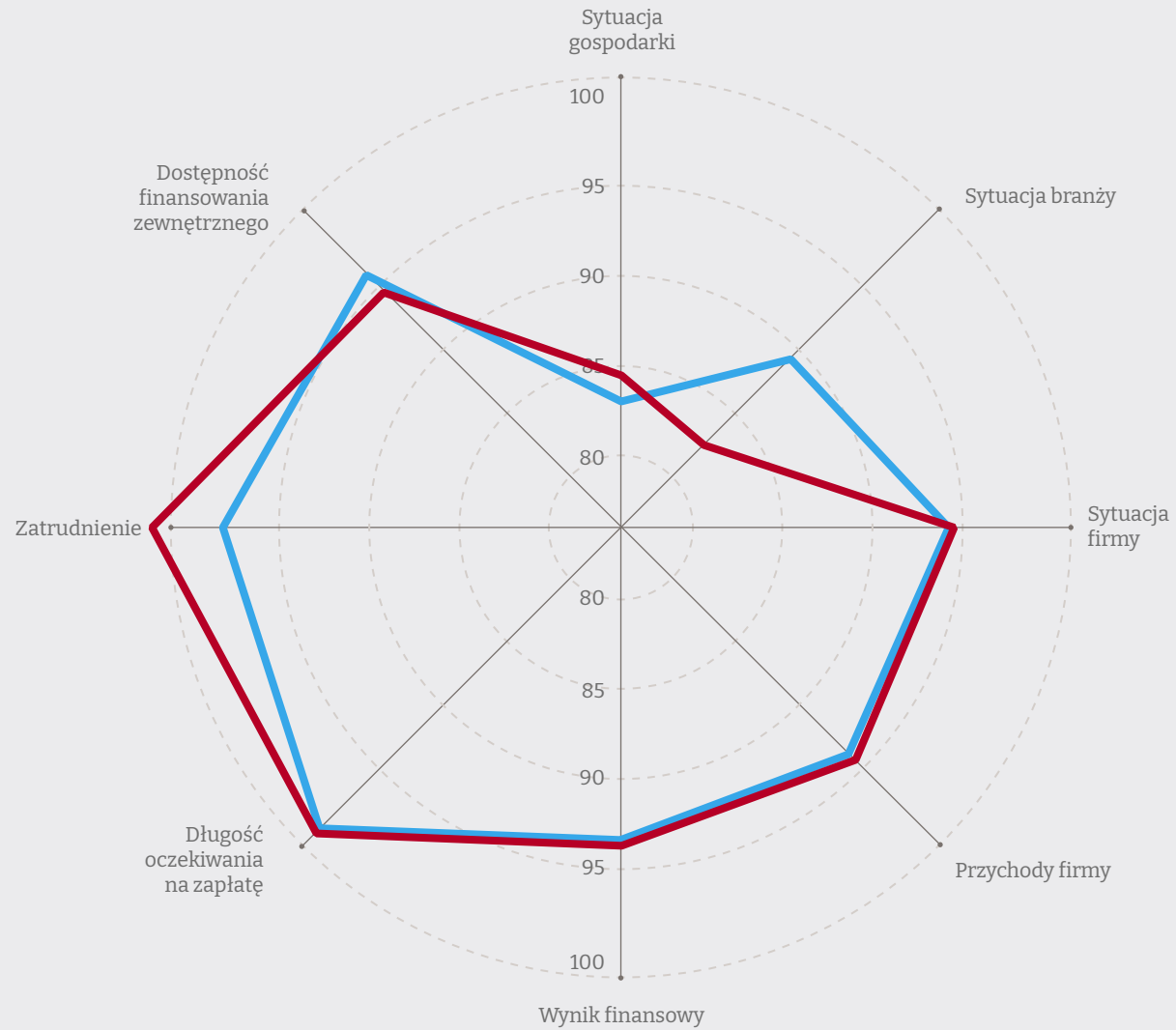
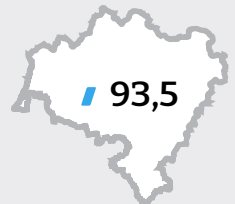
region legnicko-głogowski

## Region legnicko-głogowski



## Miasto Wrocław

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

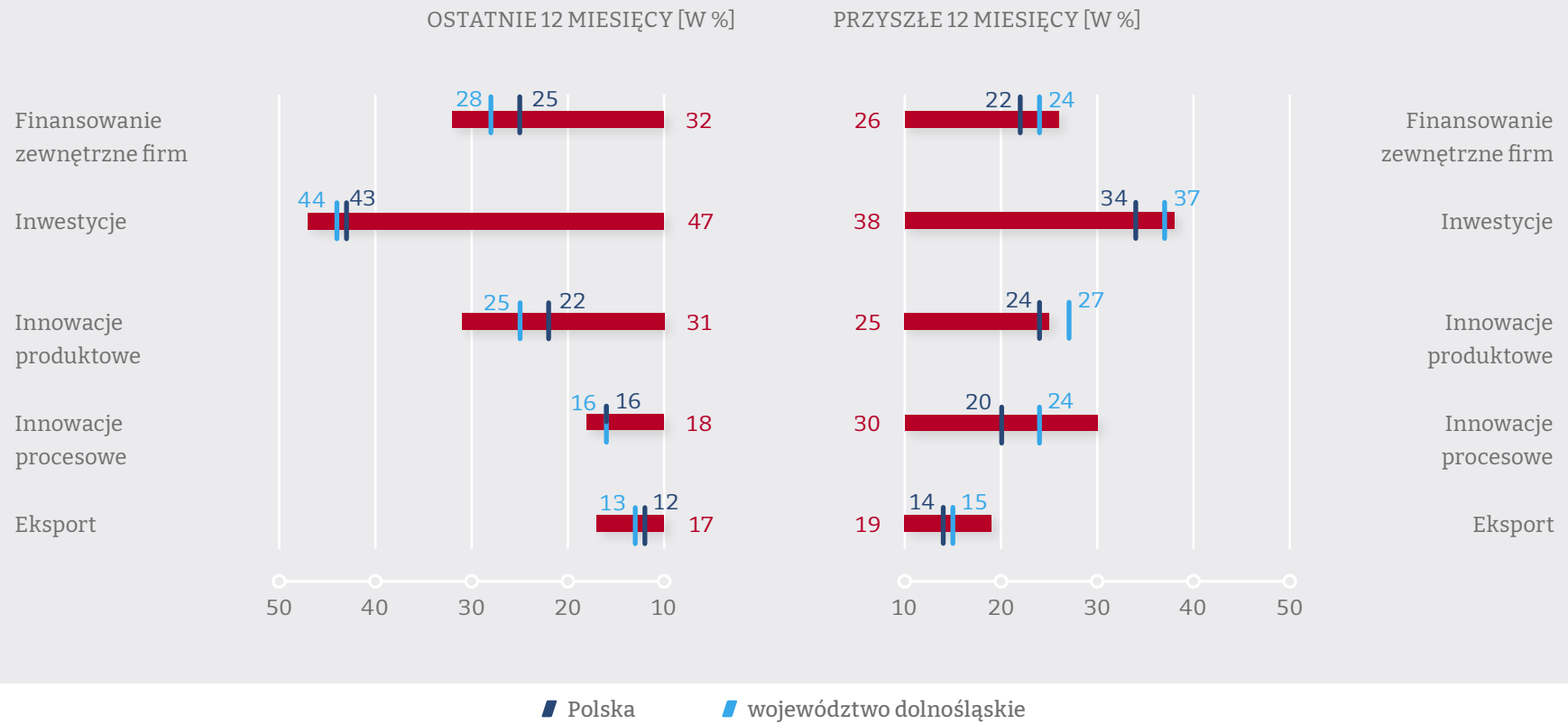


województwo dolnośląskie

miasto Wrocław

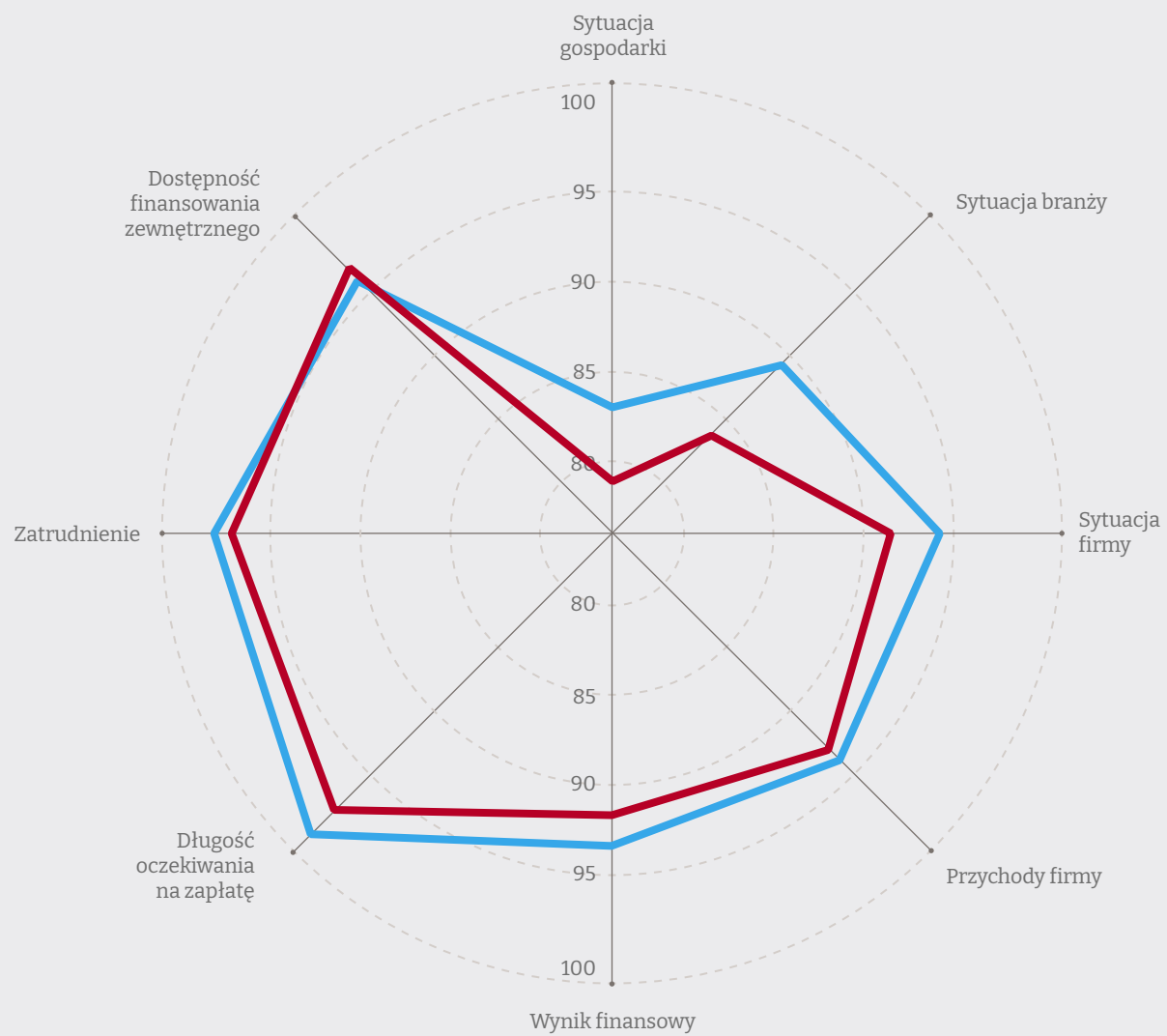
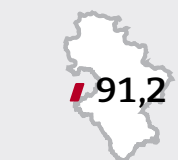
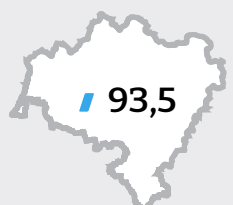


## Miasto Wrocław



## Region wałbrzyski

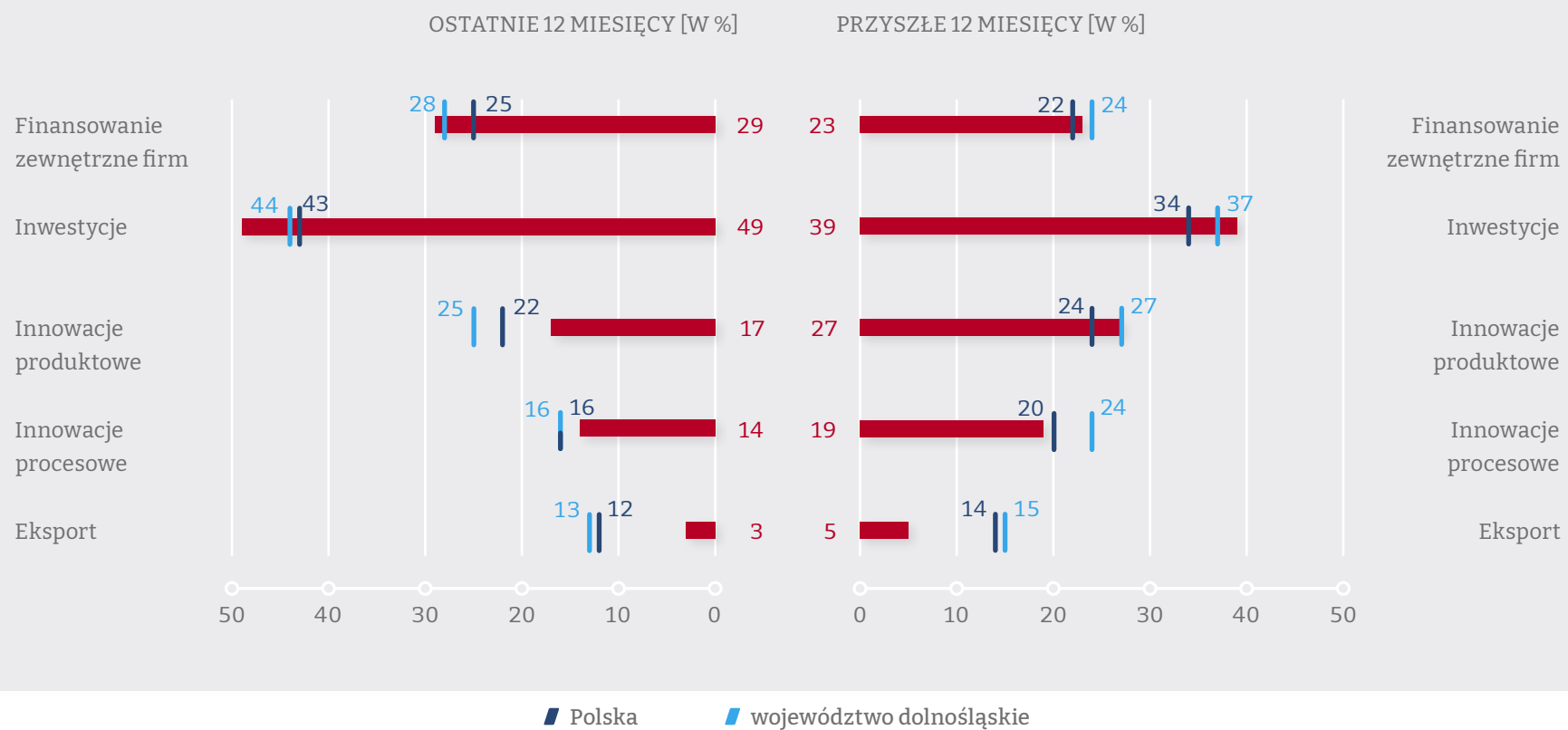
Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP



województwo dolnośląskie

region wałbrzyski

## Region wałbrzyski



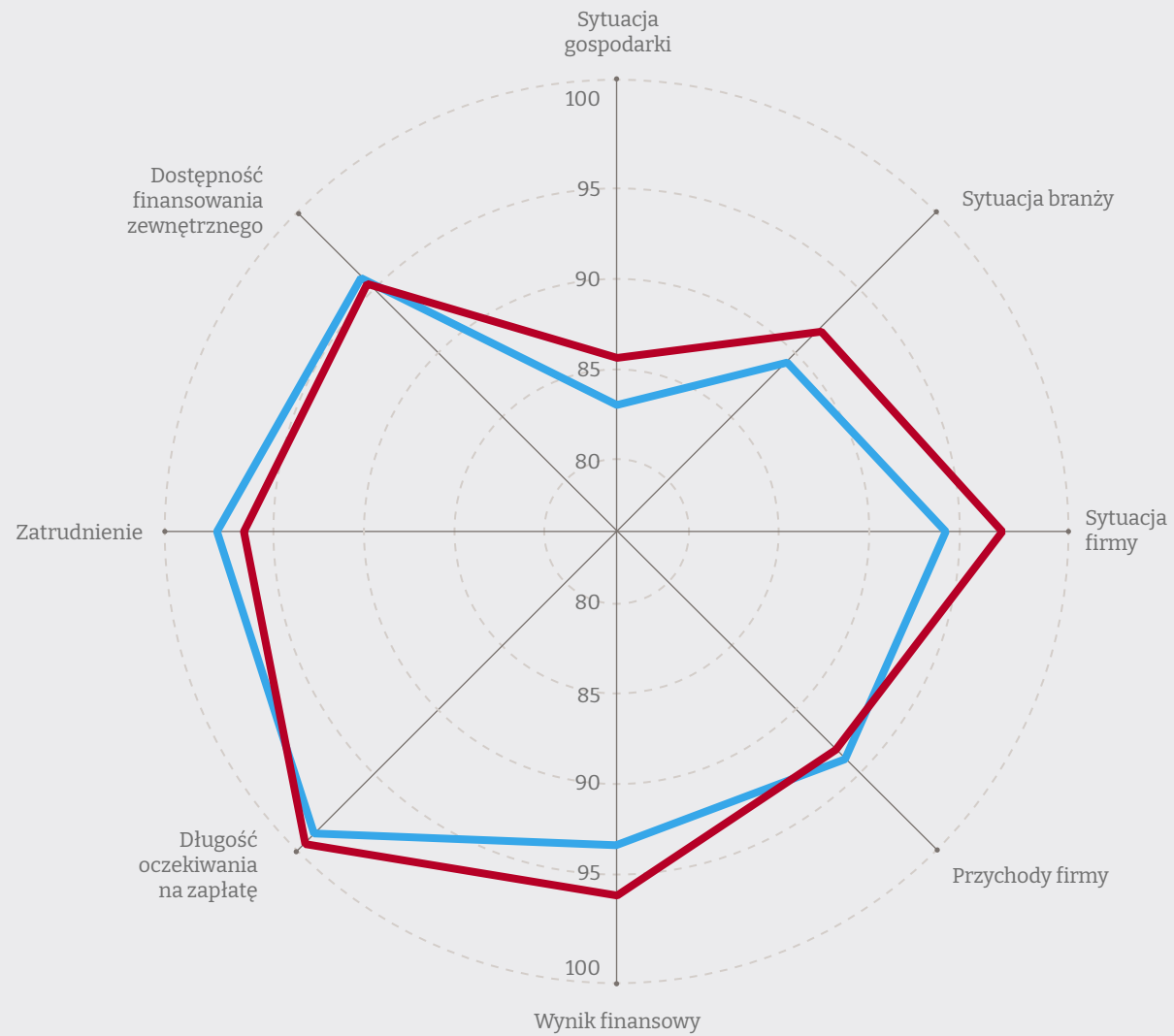
## Region wrocławski

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

93,9

93,5

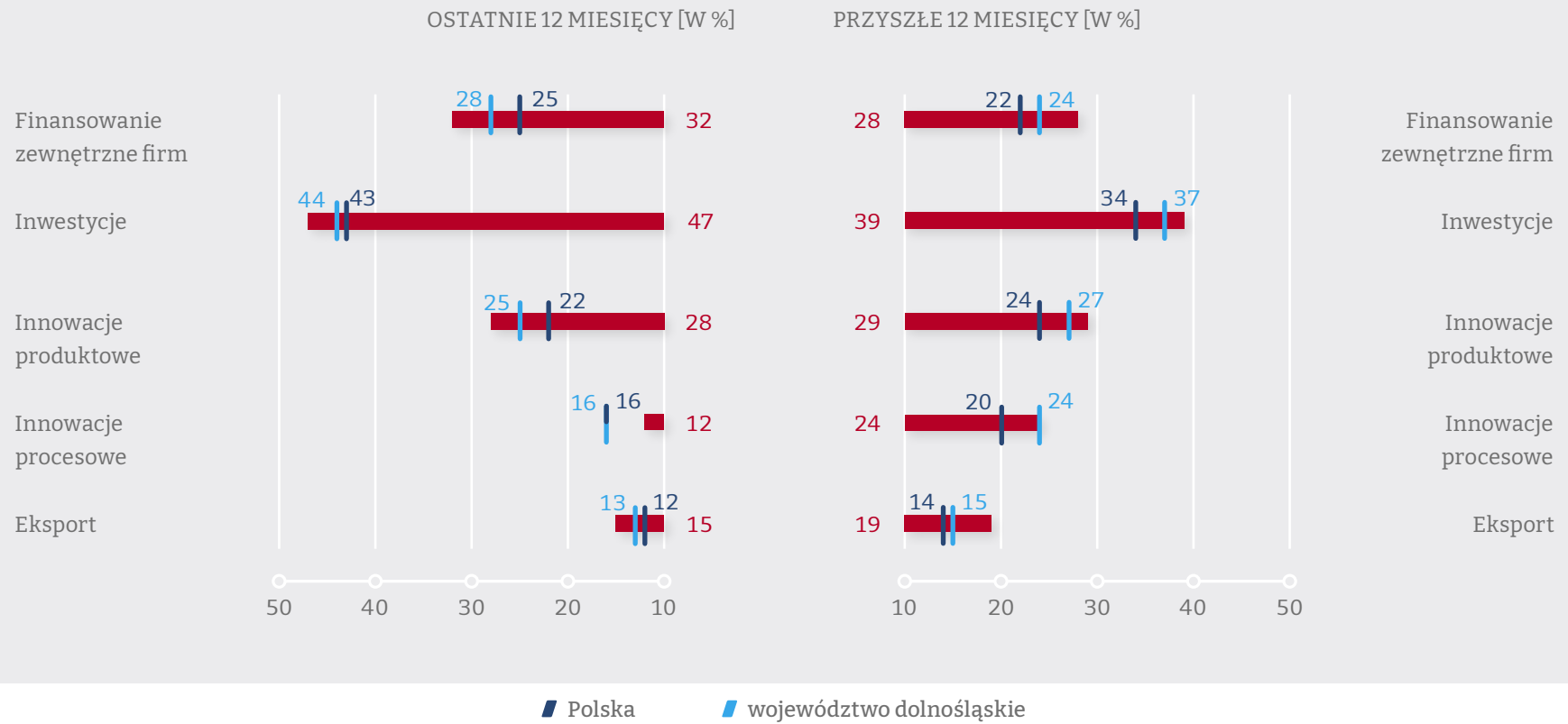
94,3



województwo dolnośląskie

region wrocławski

## Region wrocławski



# Województwo kujawsko-pomorskie



## Województwo kujawsko-pomorskie

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

91,4

91,9



■ Polska

■ województwo kujawsko-pomorskie

## Region bydgosko-toruński

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

91,4

91,9

91,7

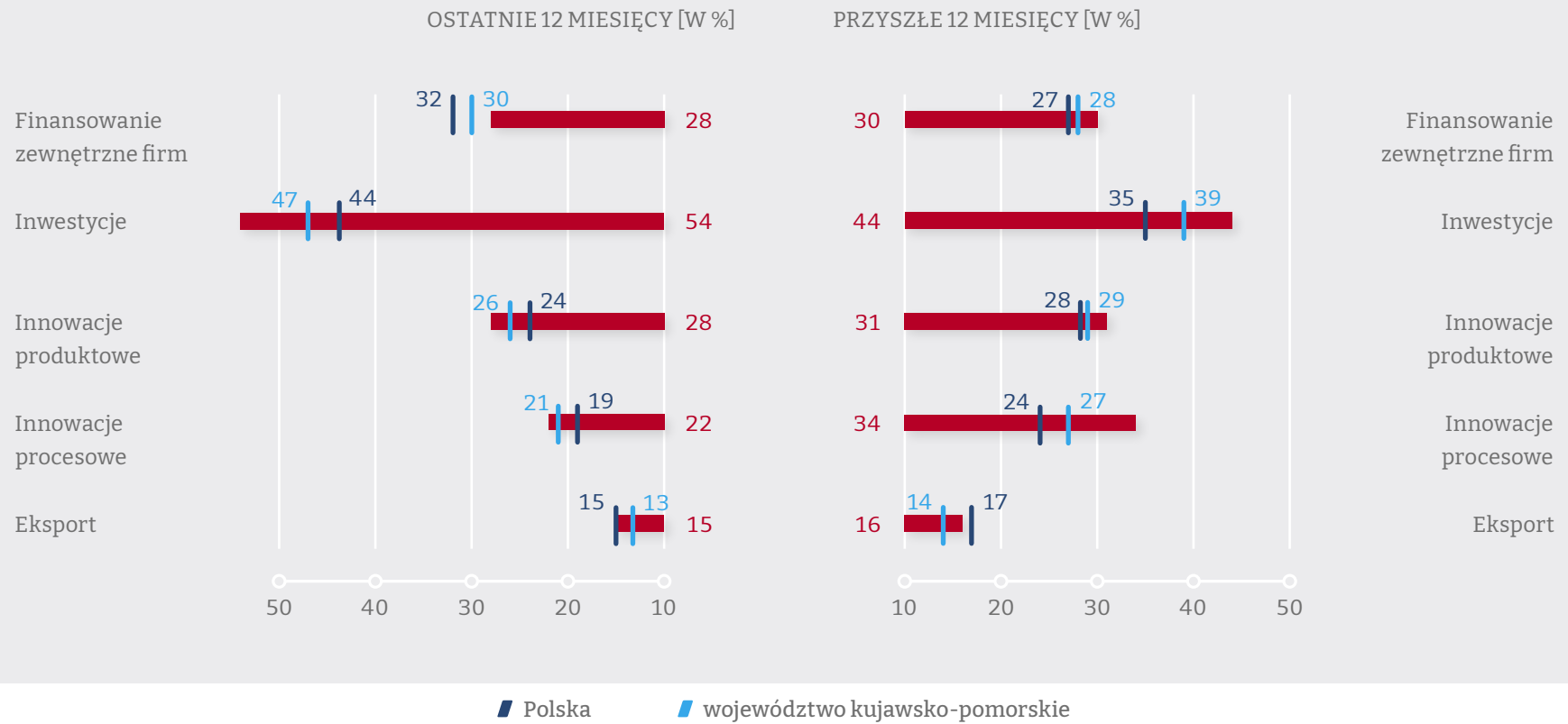


województwo kujawsko-pomorskie

region bydgosko-toruński



## Region bydgosko-toruński



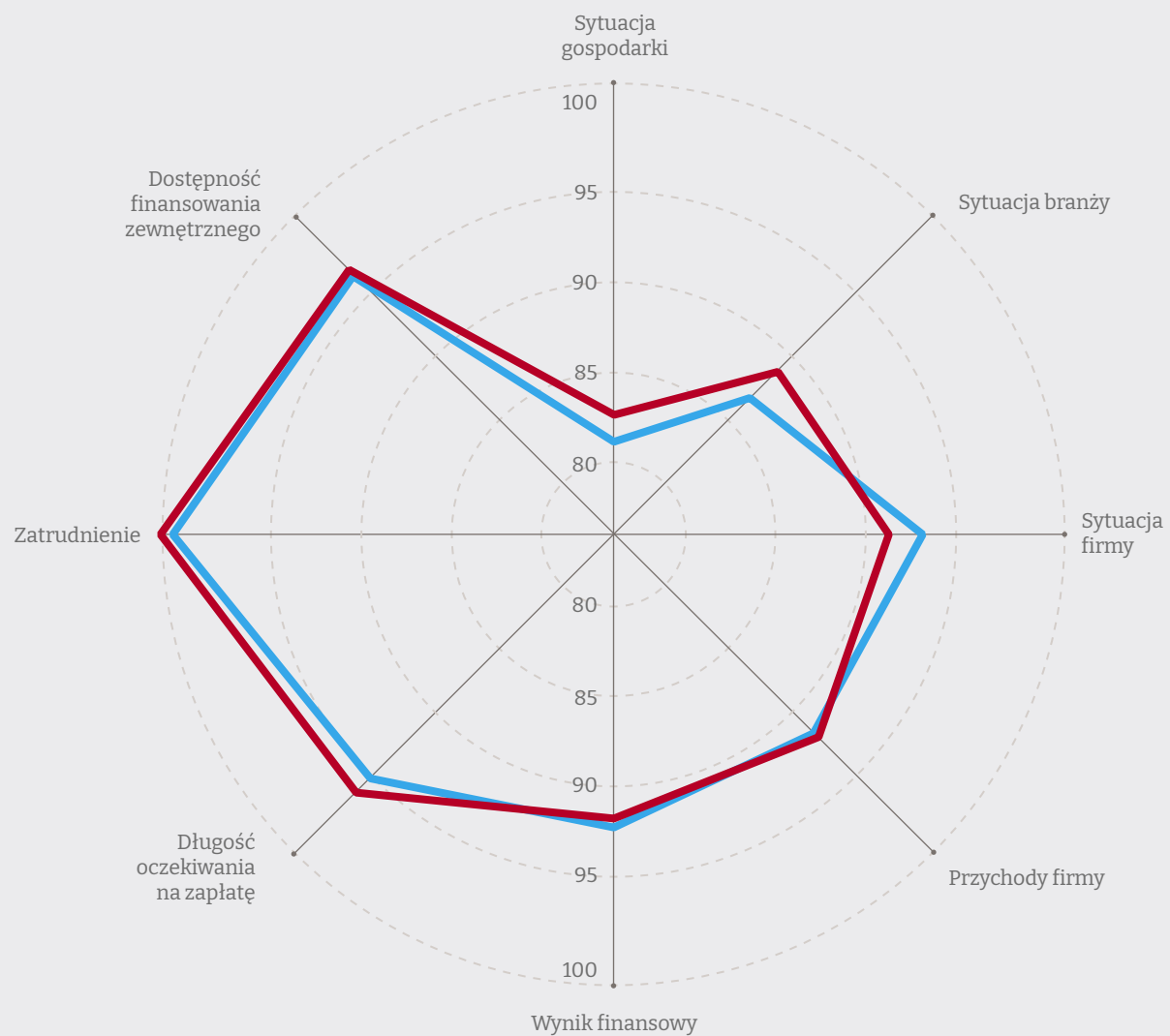
## Region grudziądzki

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

91,4

91,9

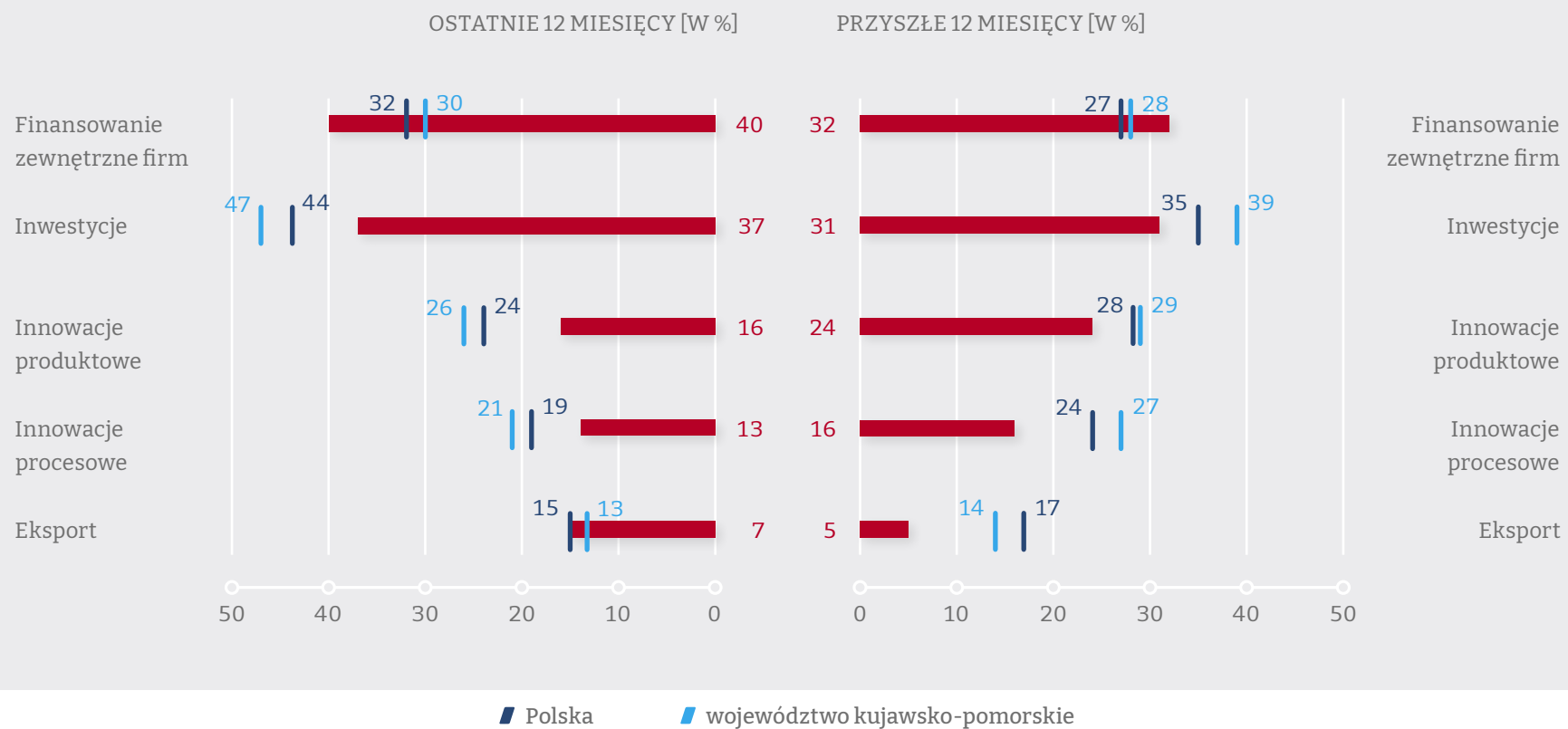
92,4



województwo kujawsko-pomorskie

region grudziądzki

## Region grudziądzki



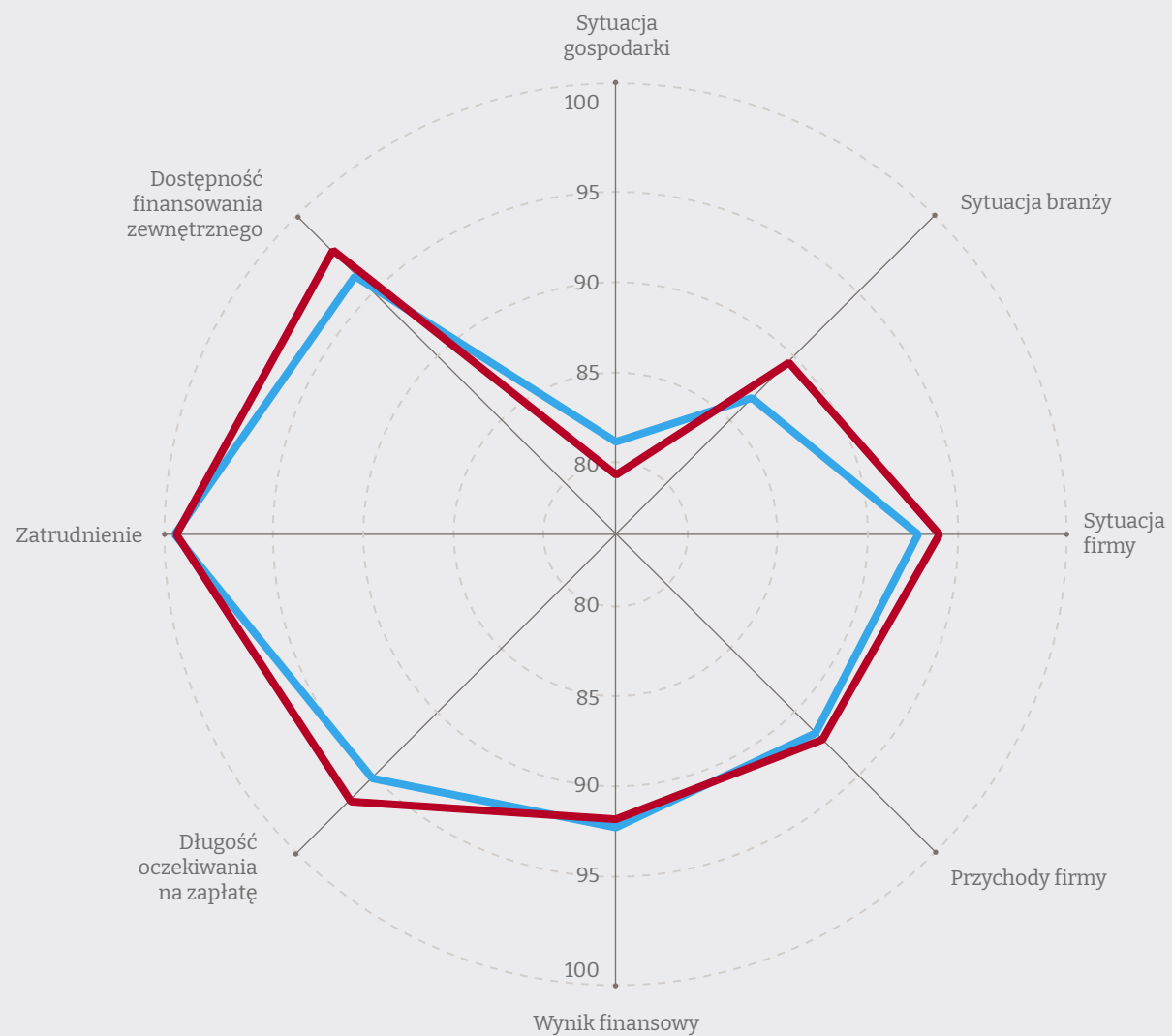
## Region inowrocławski

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

91,4

91,9

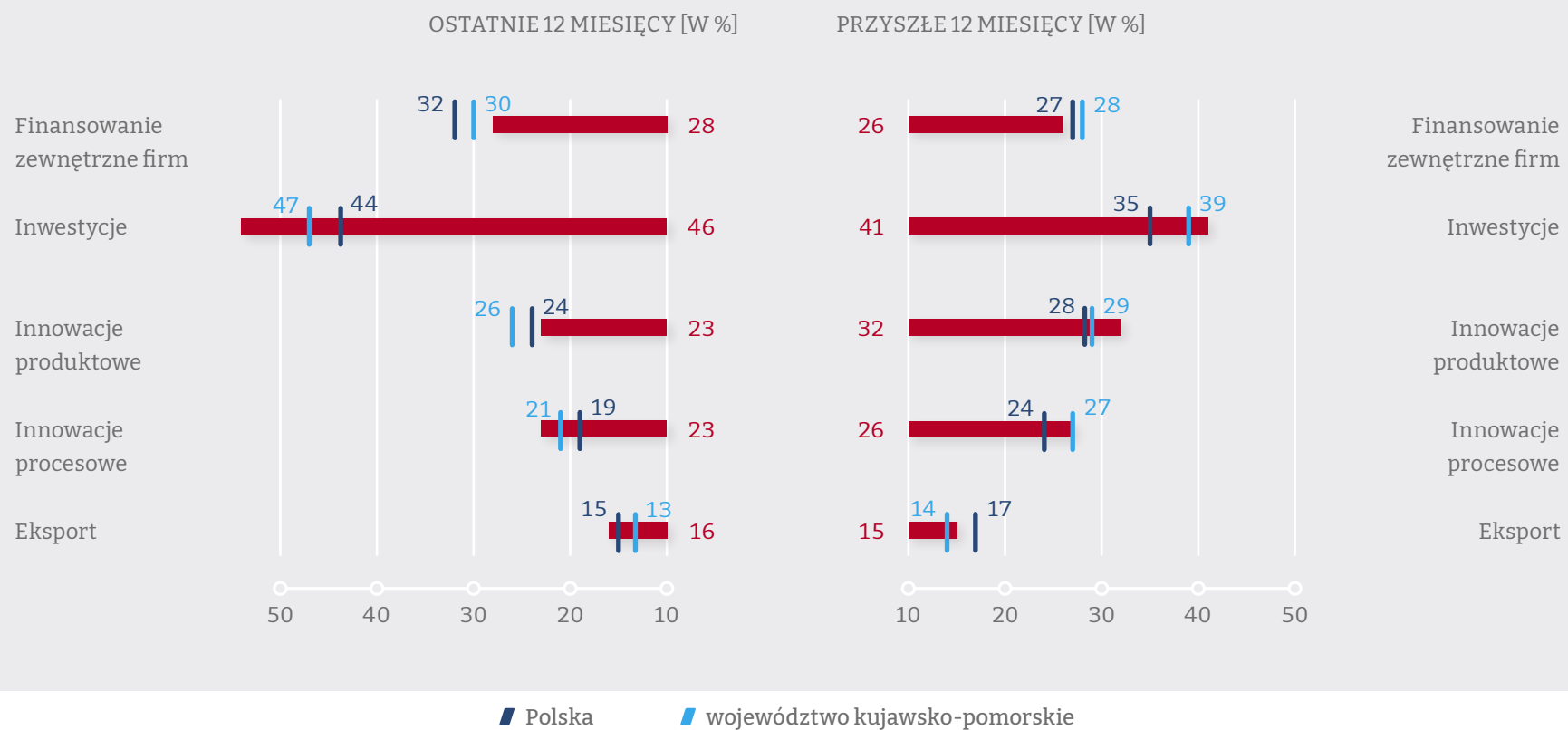
92,4



województwo kujawsko-pomorskie

region inowrocławski

## Region inowrocławski



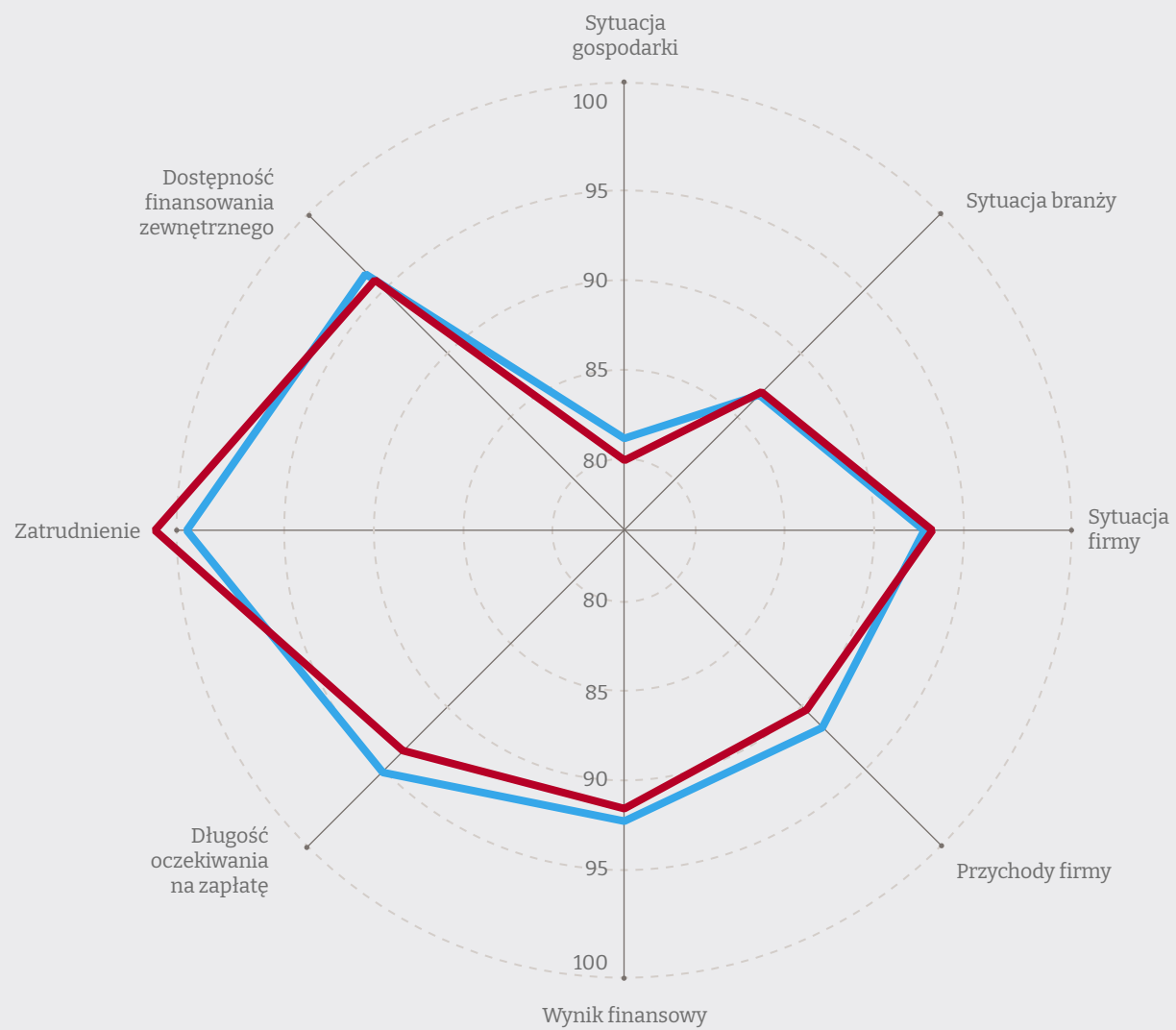
## Region świecki

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

91,4

91,9

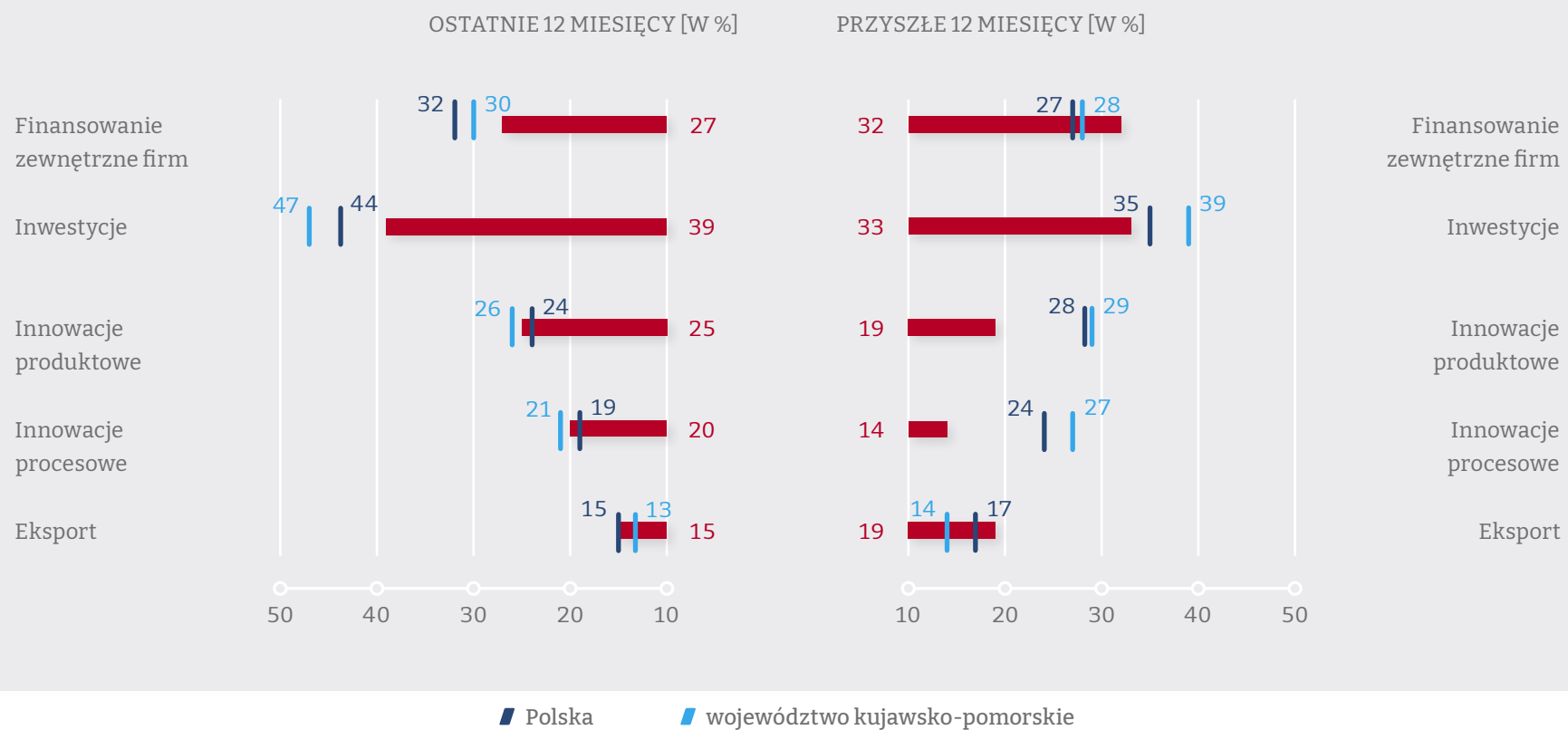
91,5



województwo kujawsko-pomorskie

region świecki

## Region świecki



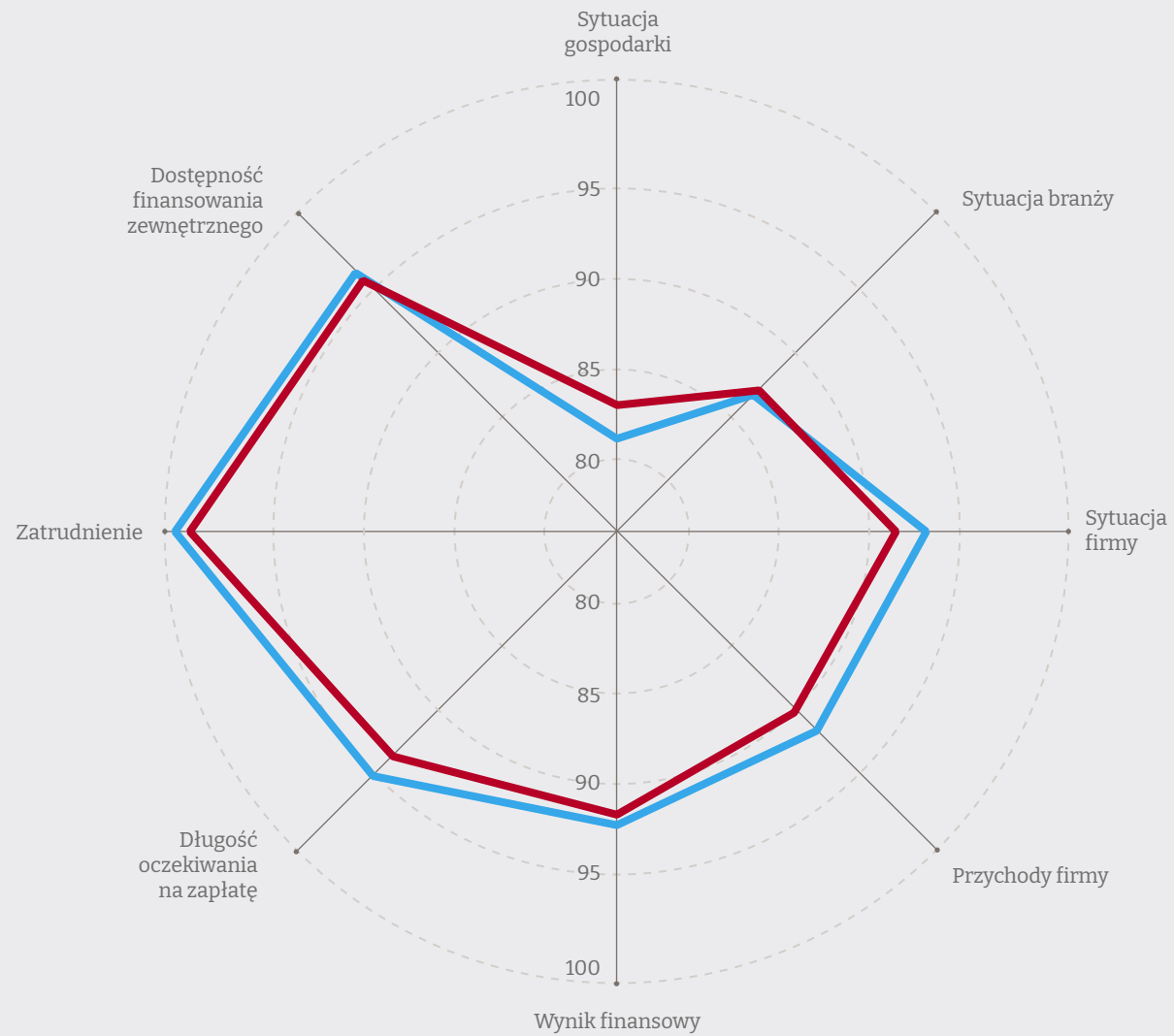
## Region włocławski

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

91,4

91,9

91,4

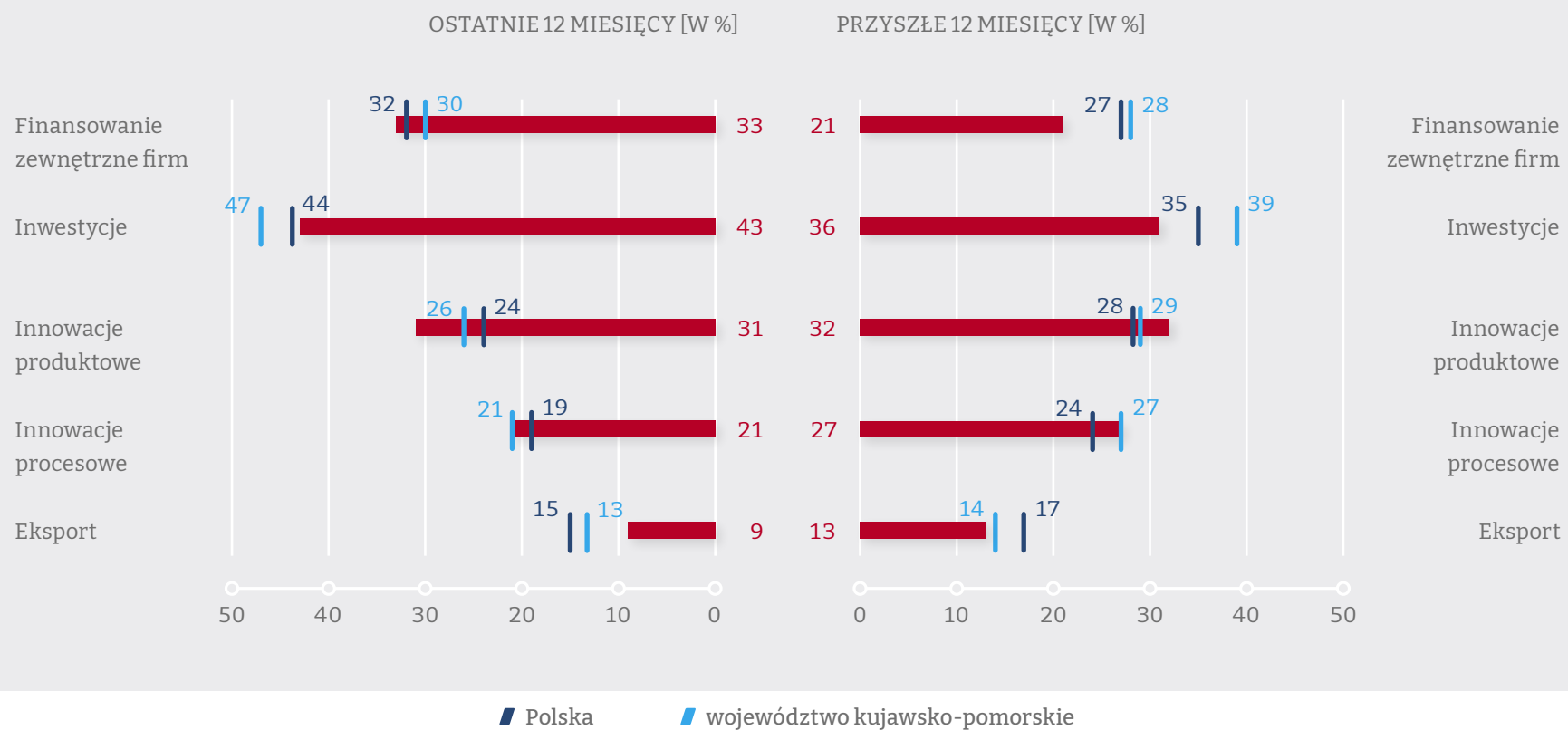


województwo kujawsko-pomorskie

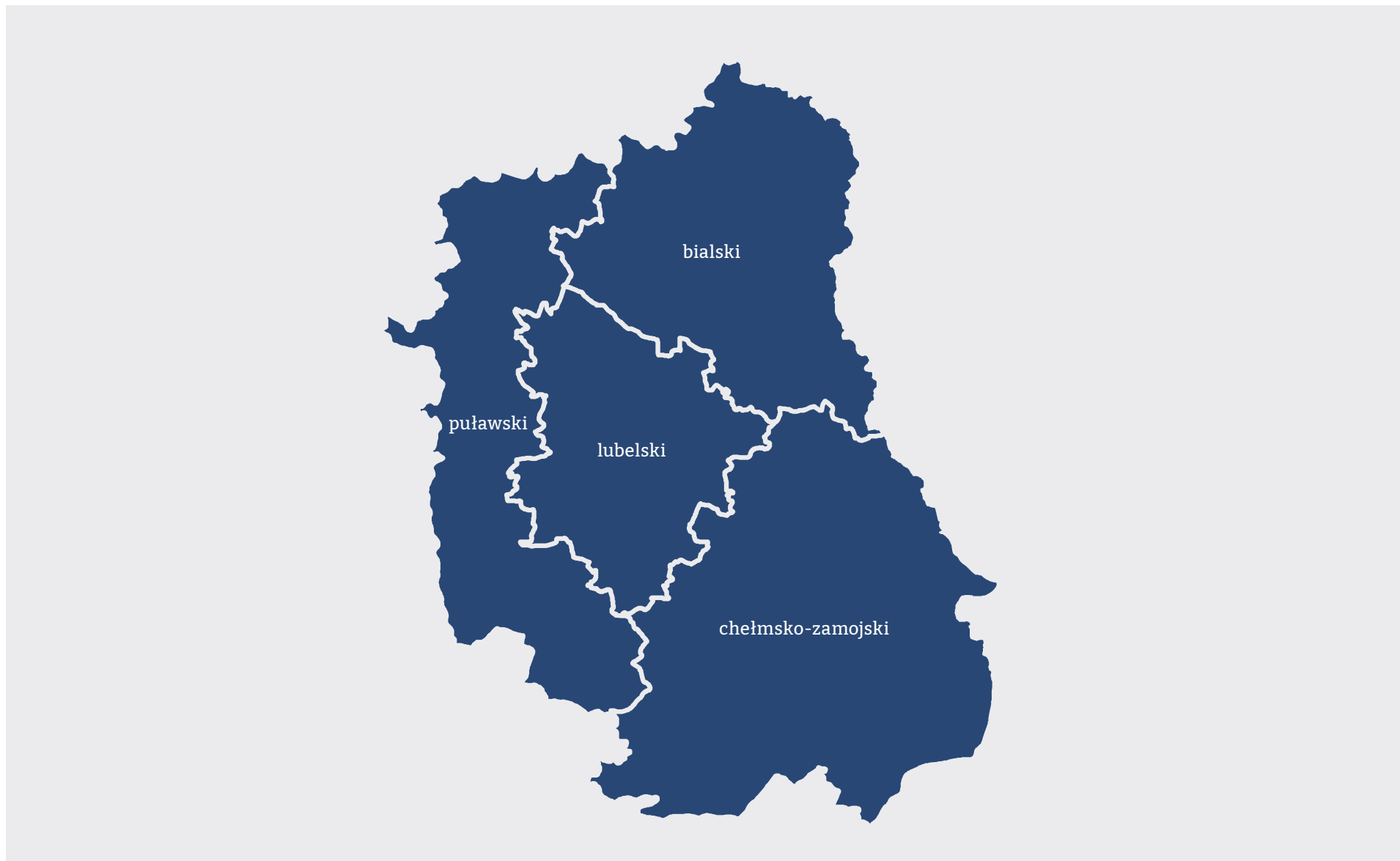
region włocławski



## Region włocławski



# Województwo lubelskie

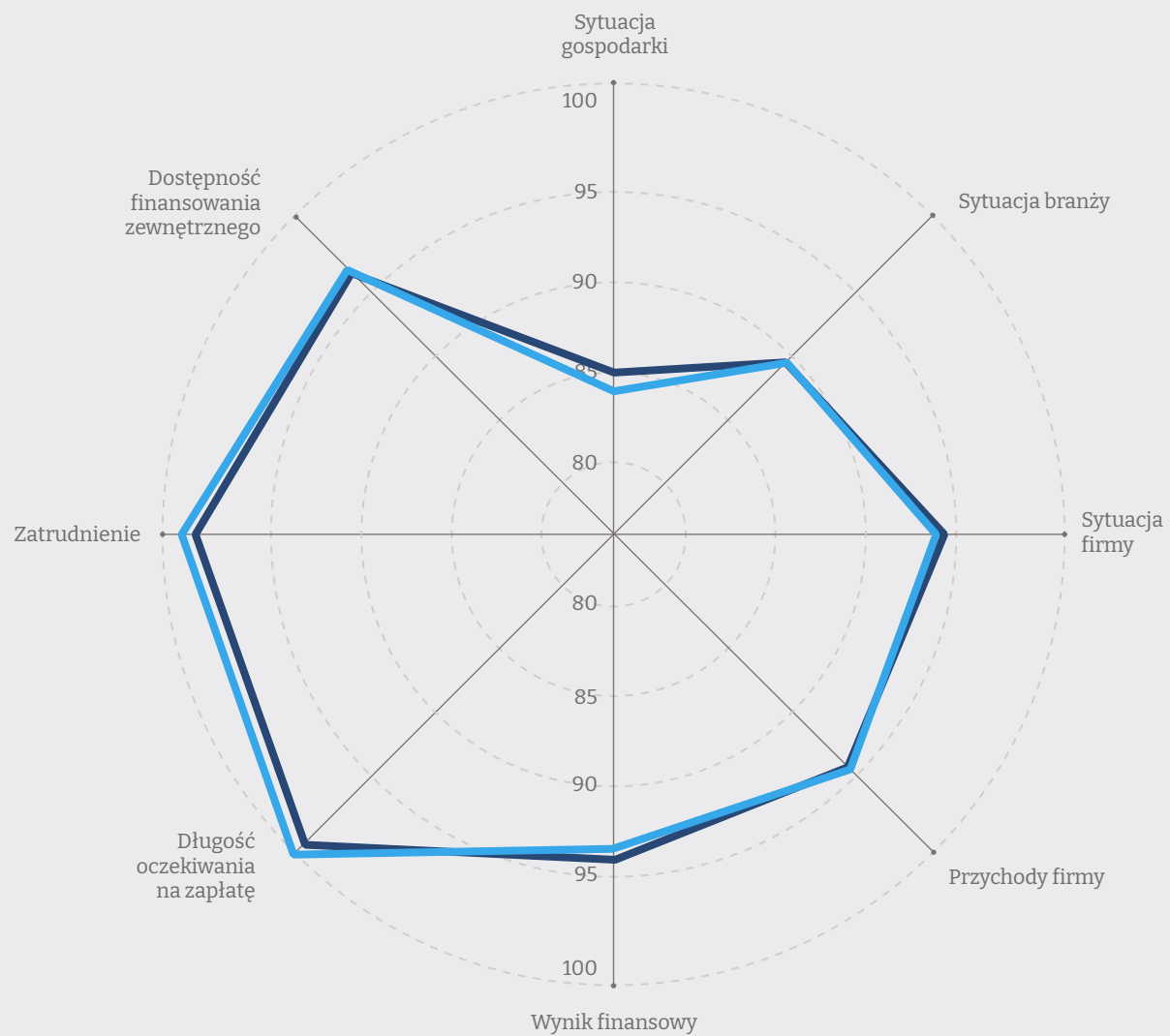


## Województwo lubelskie

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

93,9

93,9



■ Polska

■ województwo lubelskie

## Region bialski

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

93,9

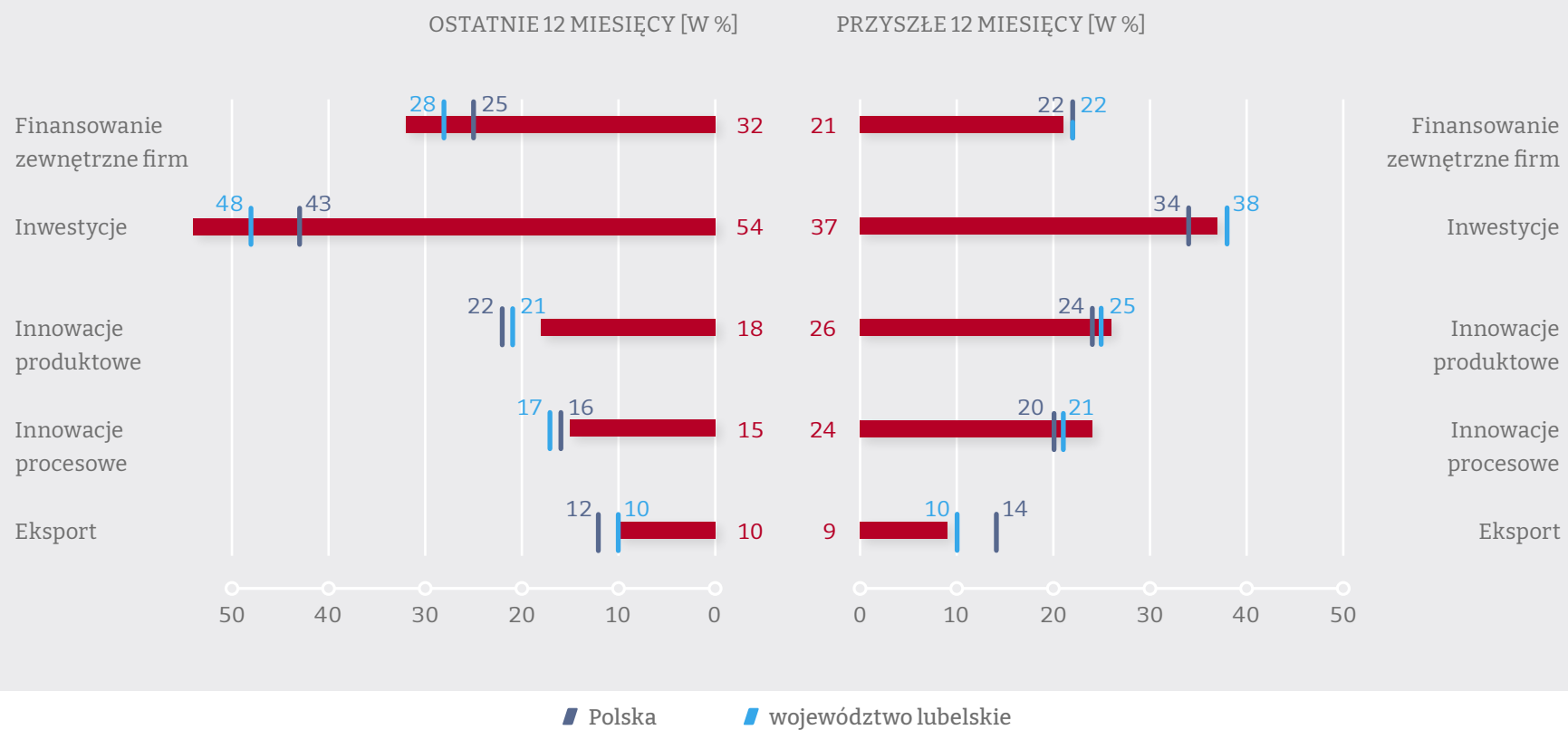
93,9

94,8



województwo lubelskie region bialski

## Region bialski



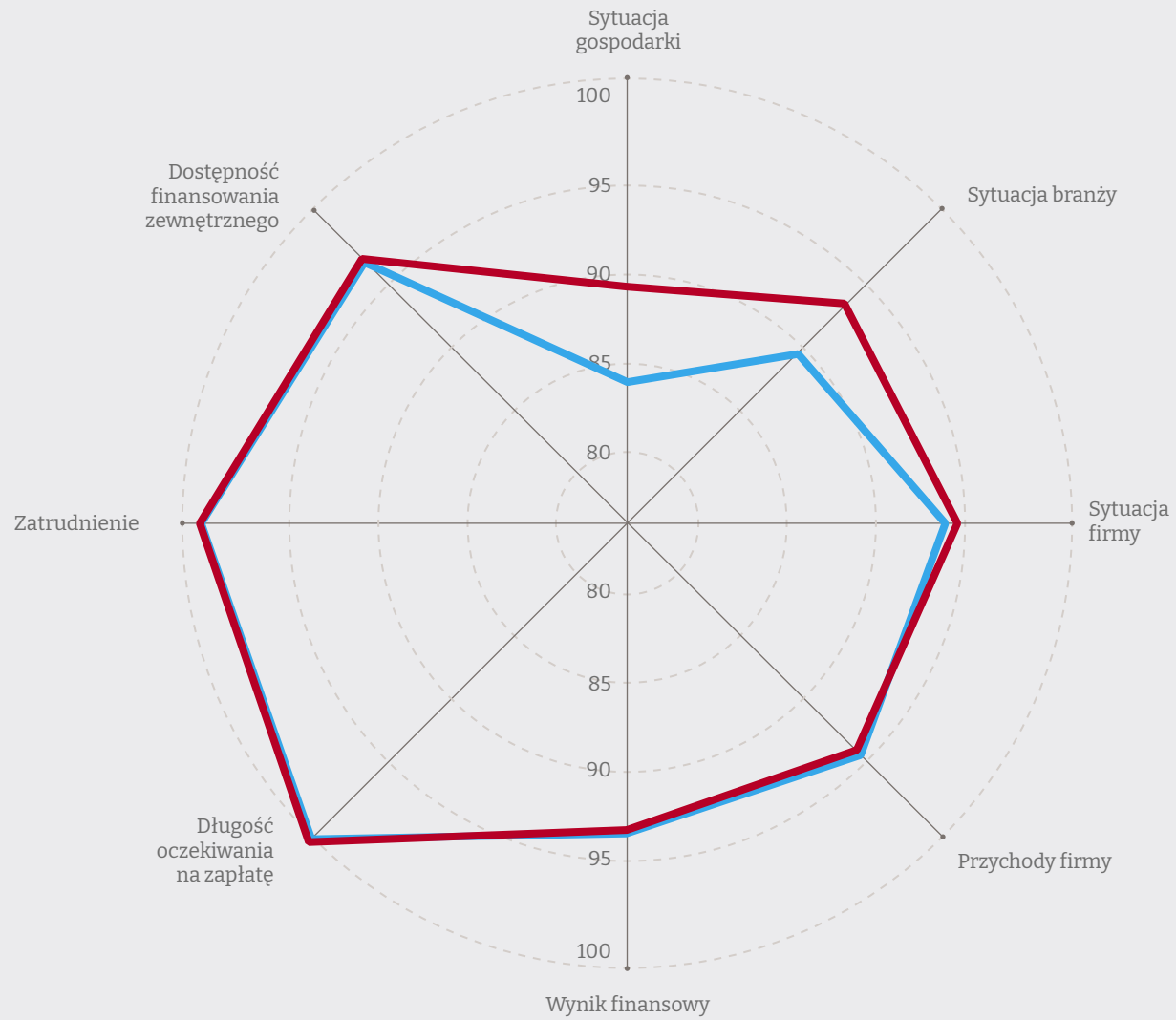
## Region chełmsko-zamojski

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

93,9

93,9

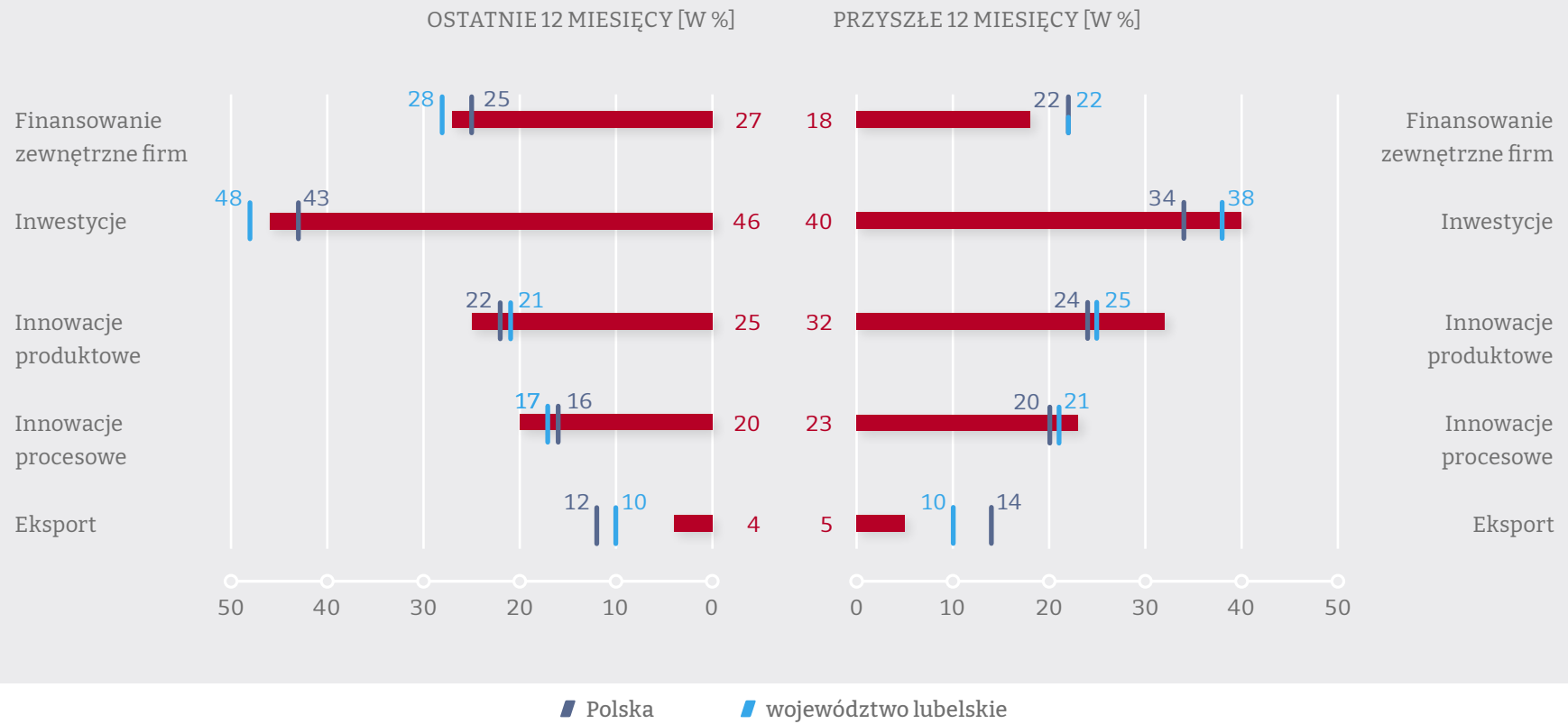
95,0



województwo lubelskie

region chełmsko-zamojski

## Region chełmsko-zamojski



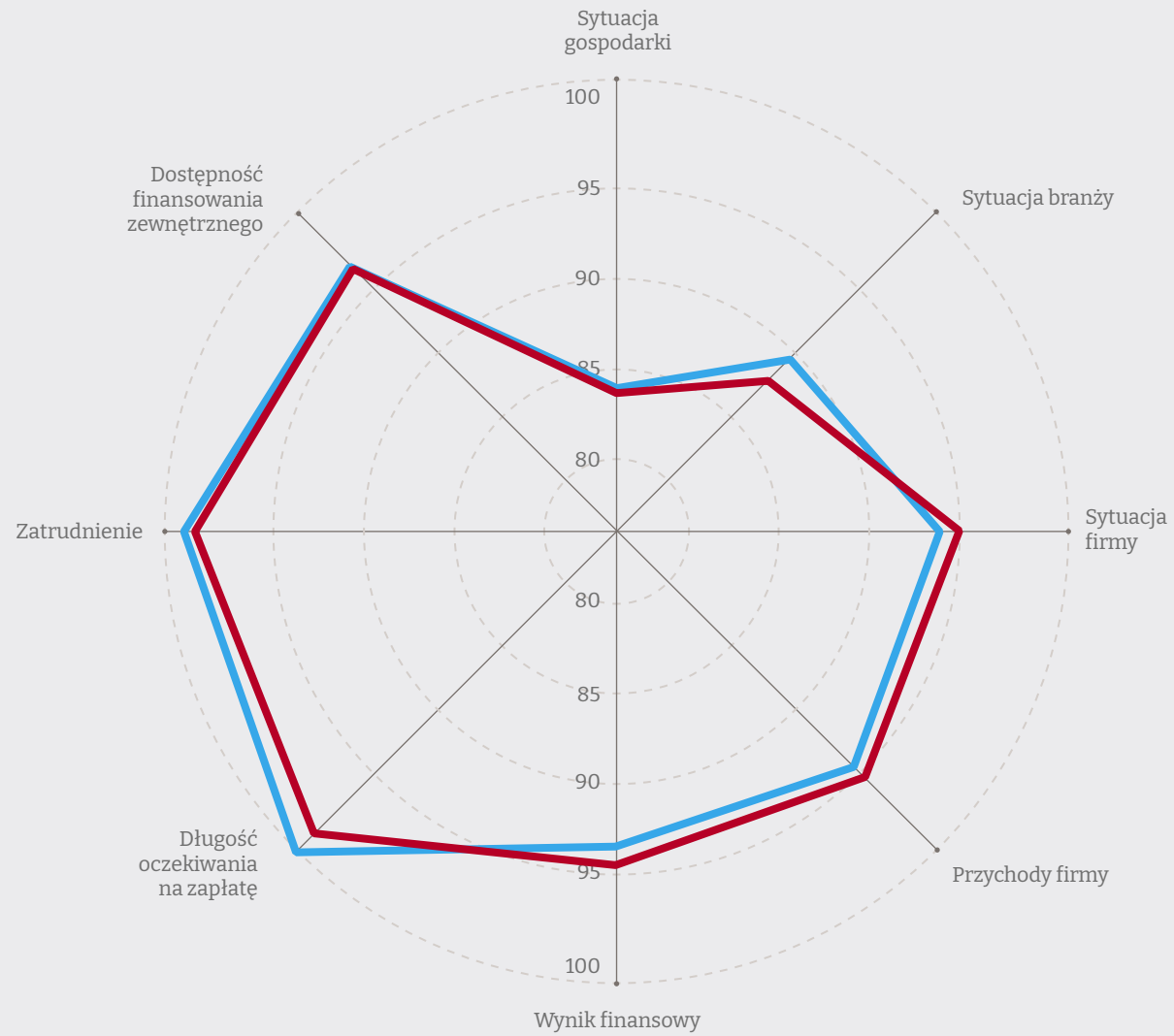
## Region lubelski

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

93,9

93,9

93,8

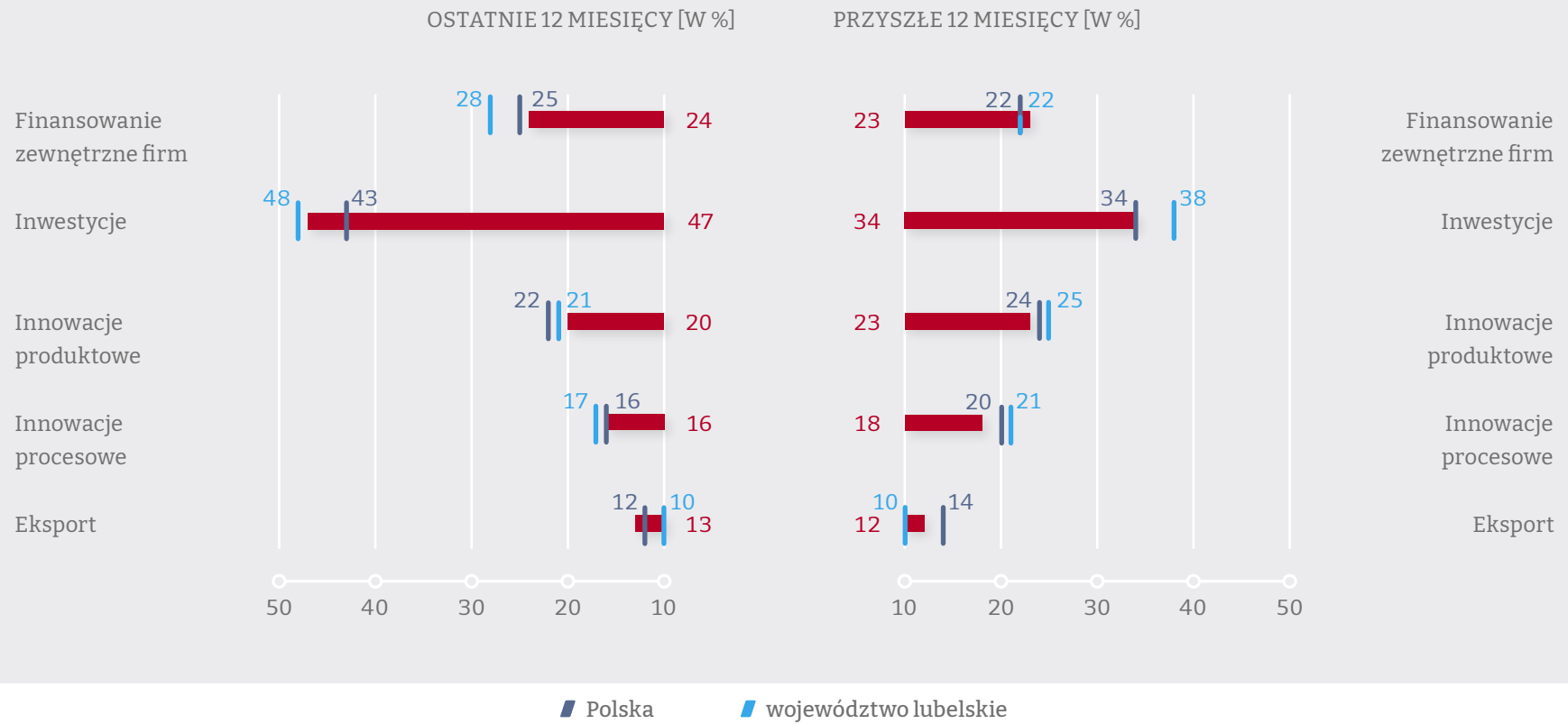


województwo lubelskie

region lubelski

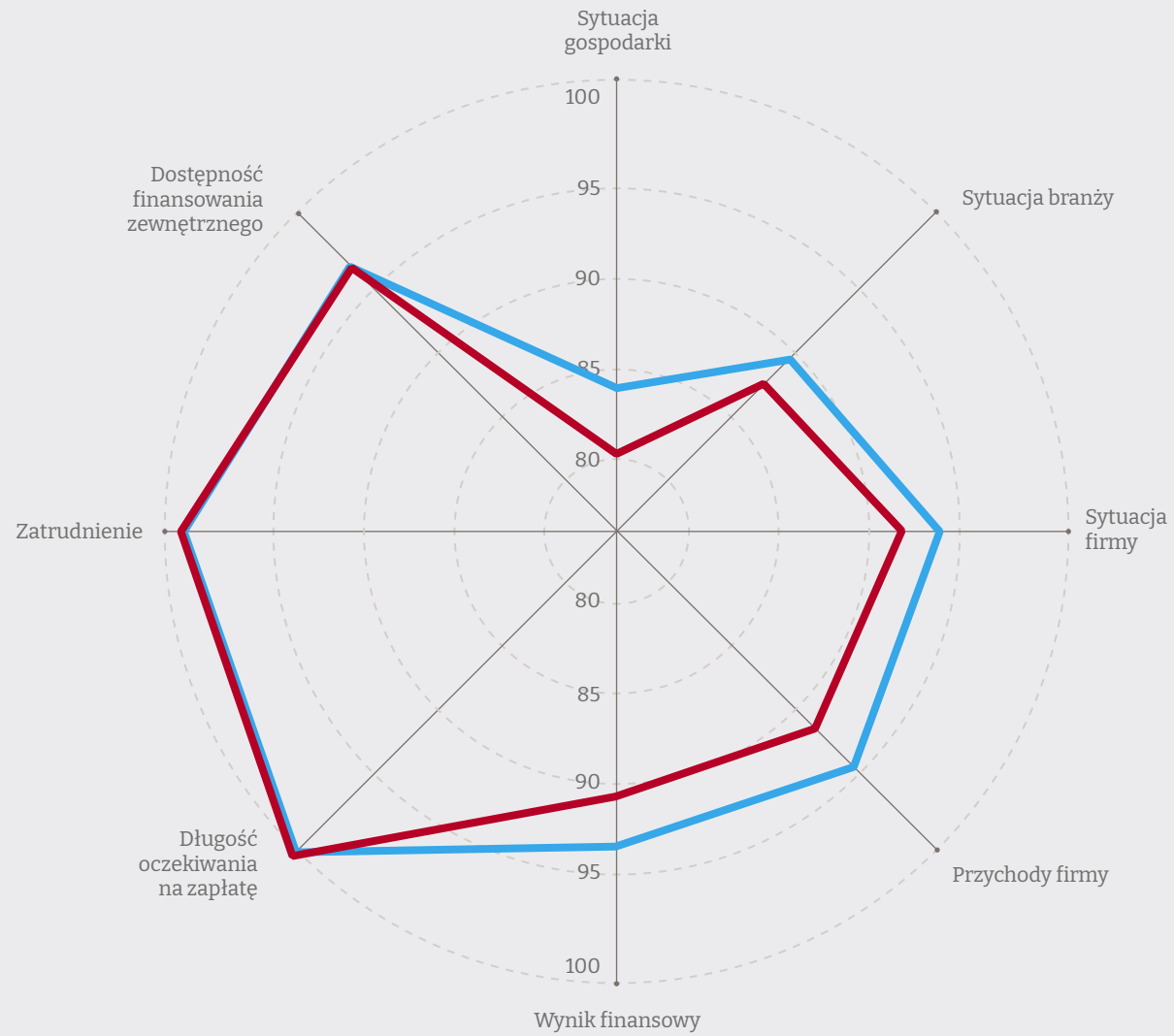
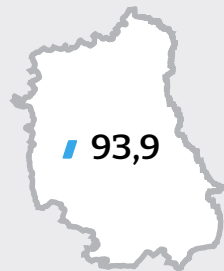


## Region lubelski



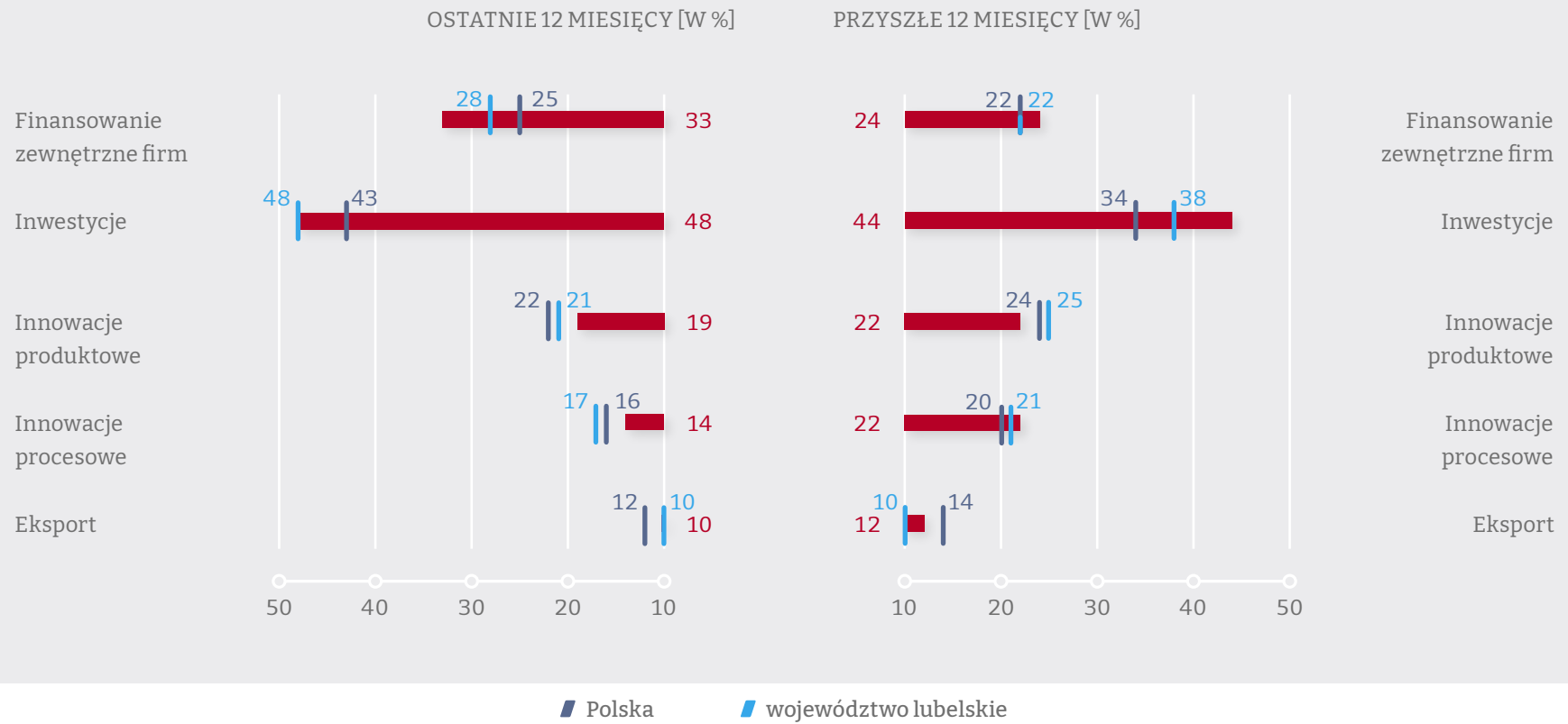
## Region puławski

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

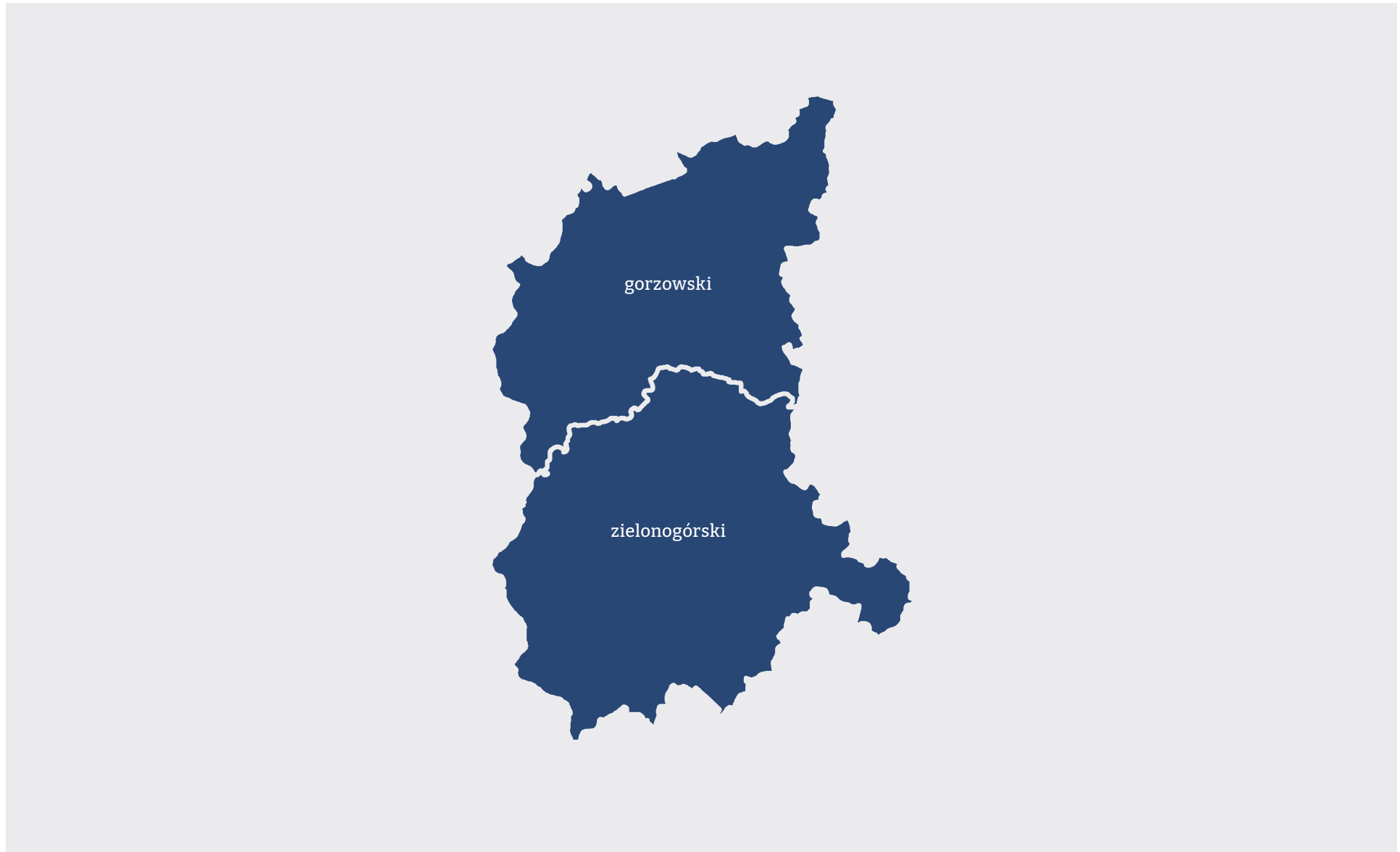


województwo lubelskie region puławski

## Region puławski

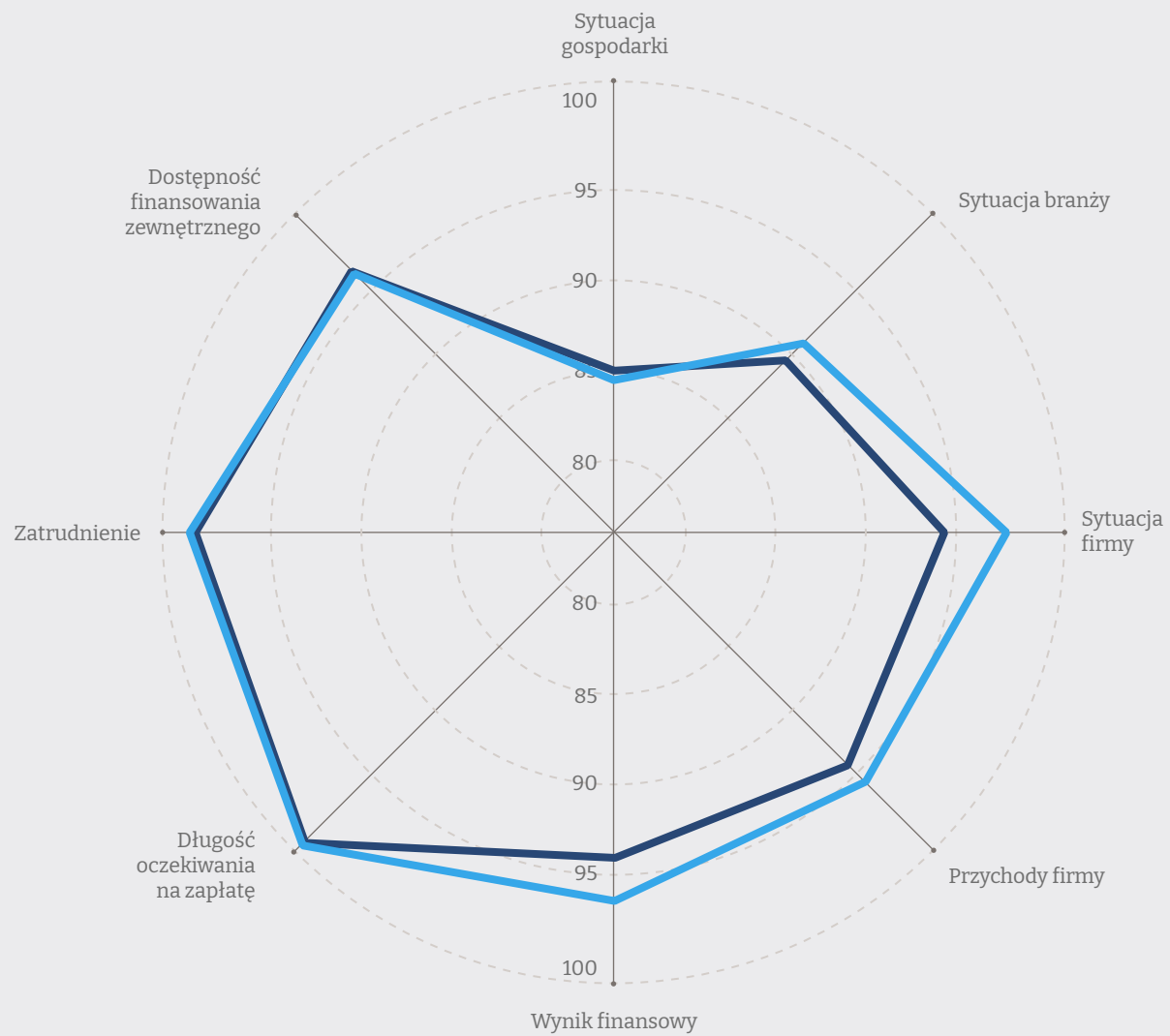


# Województwo lubuskie



## Województwo lubuskie

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP



■ Polska    ■ województwo lubuskie

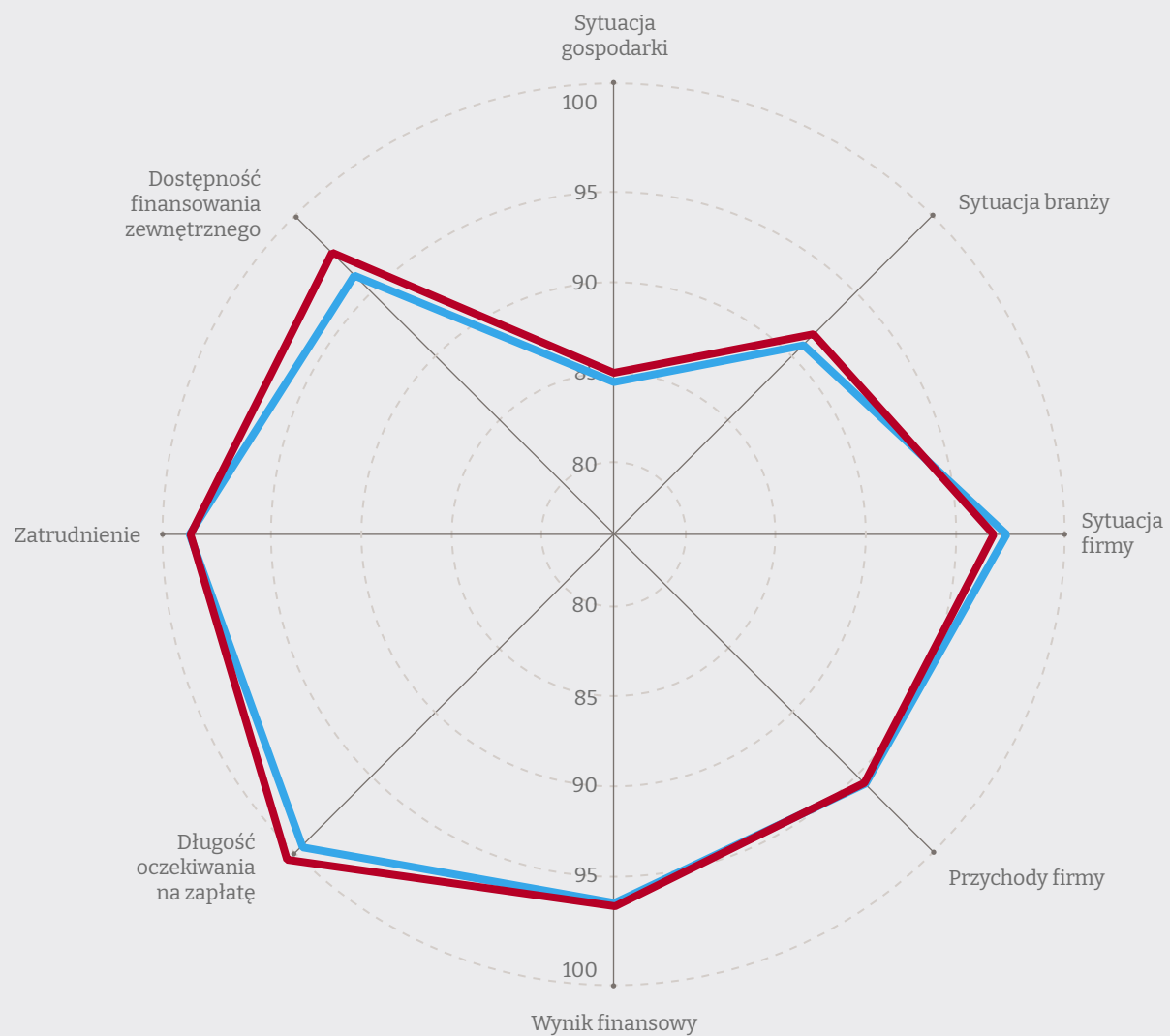
## Region gorzowski

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

93,9

94,8

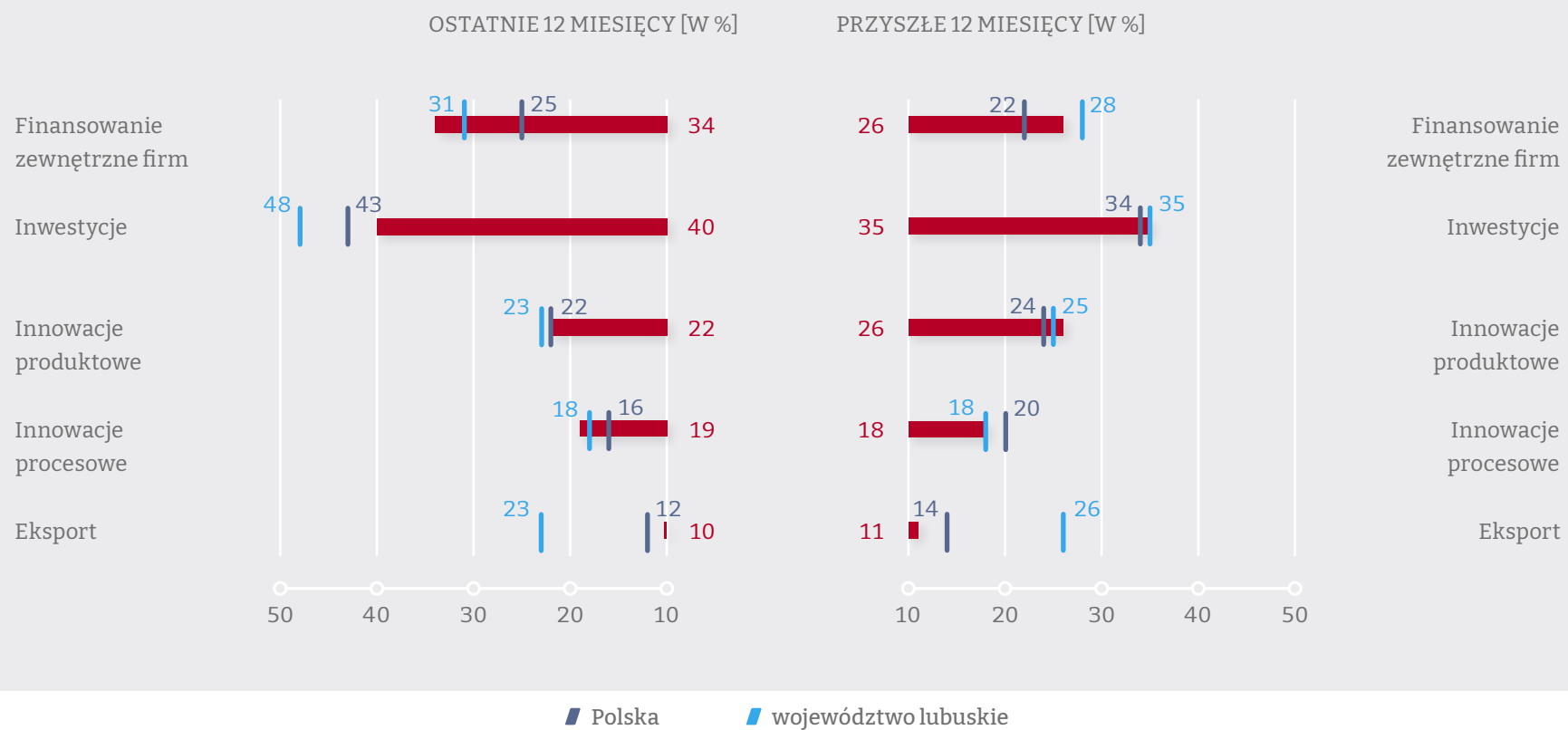
95,2



województwo lubuskie

region gorzowski

## Region gorzowski



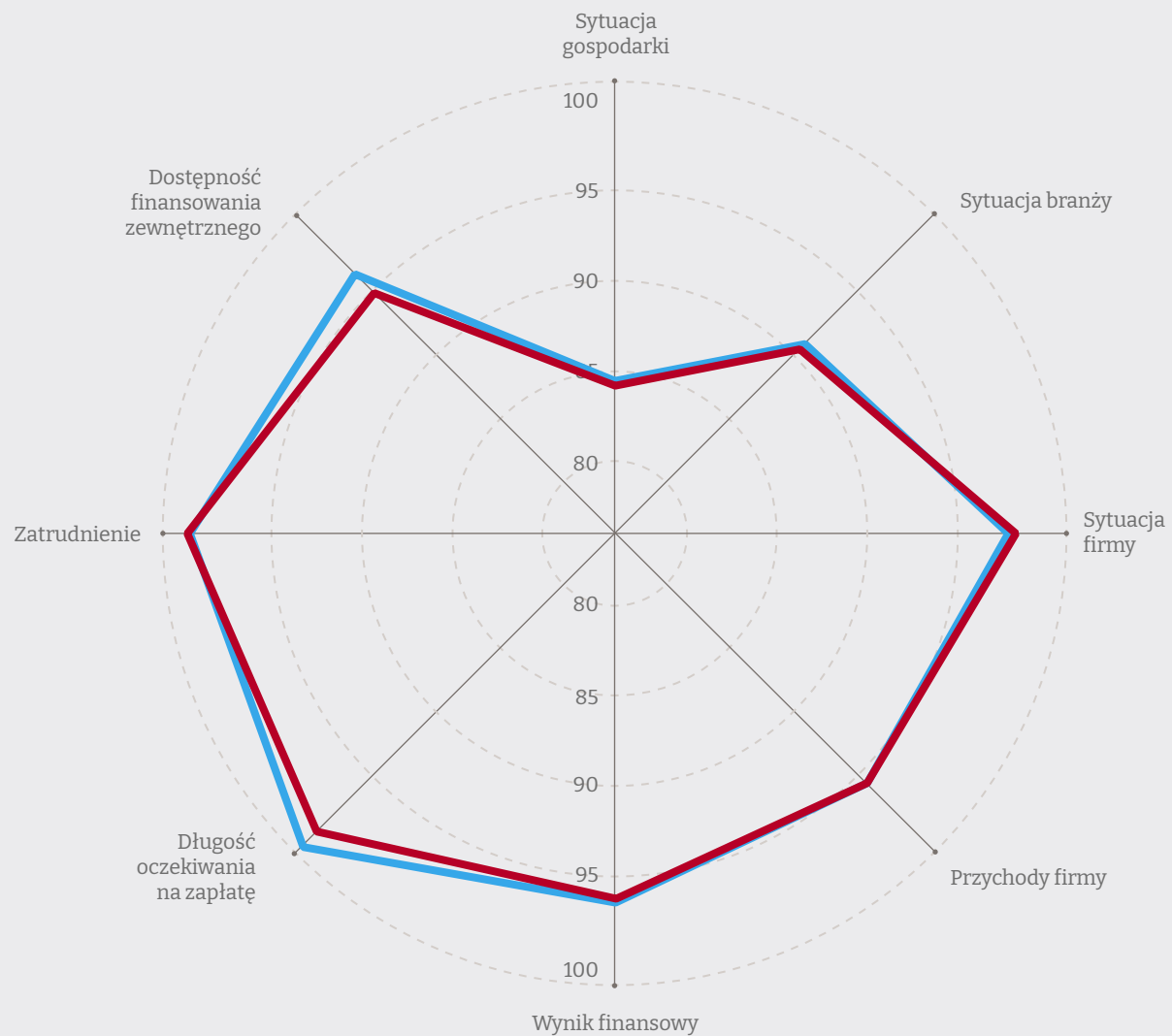
## Region zielonogórski

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

93,9

94,8

94,4

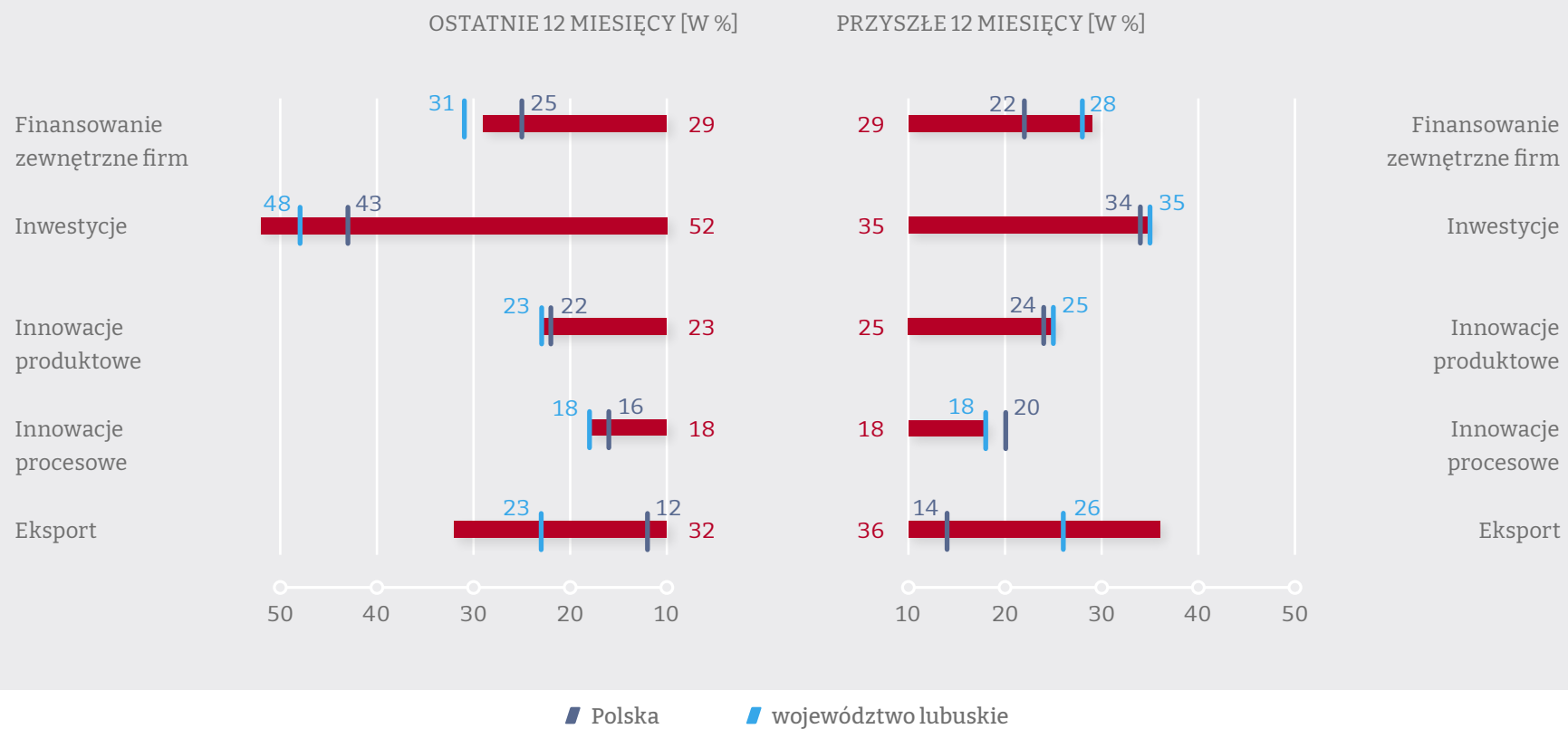


województwo lubuskie

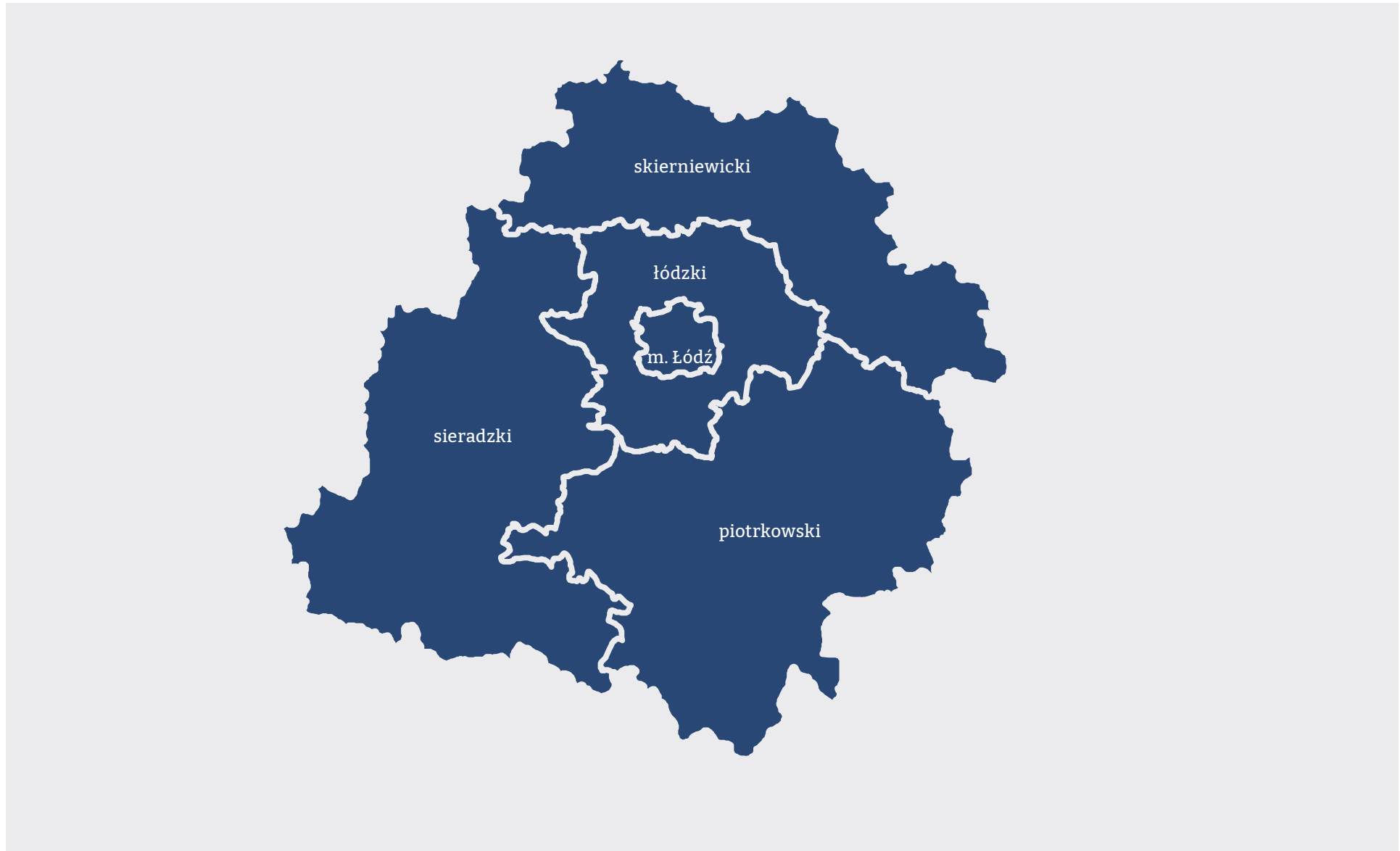
region zielonogórski



## Region zielonogórski



# Województwo łódzkie

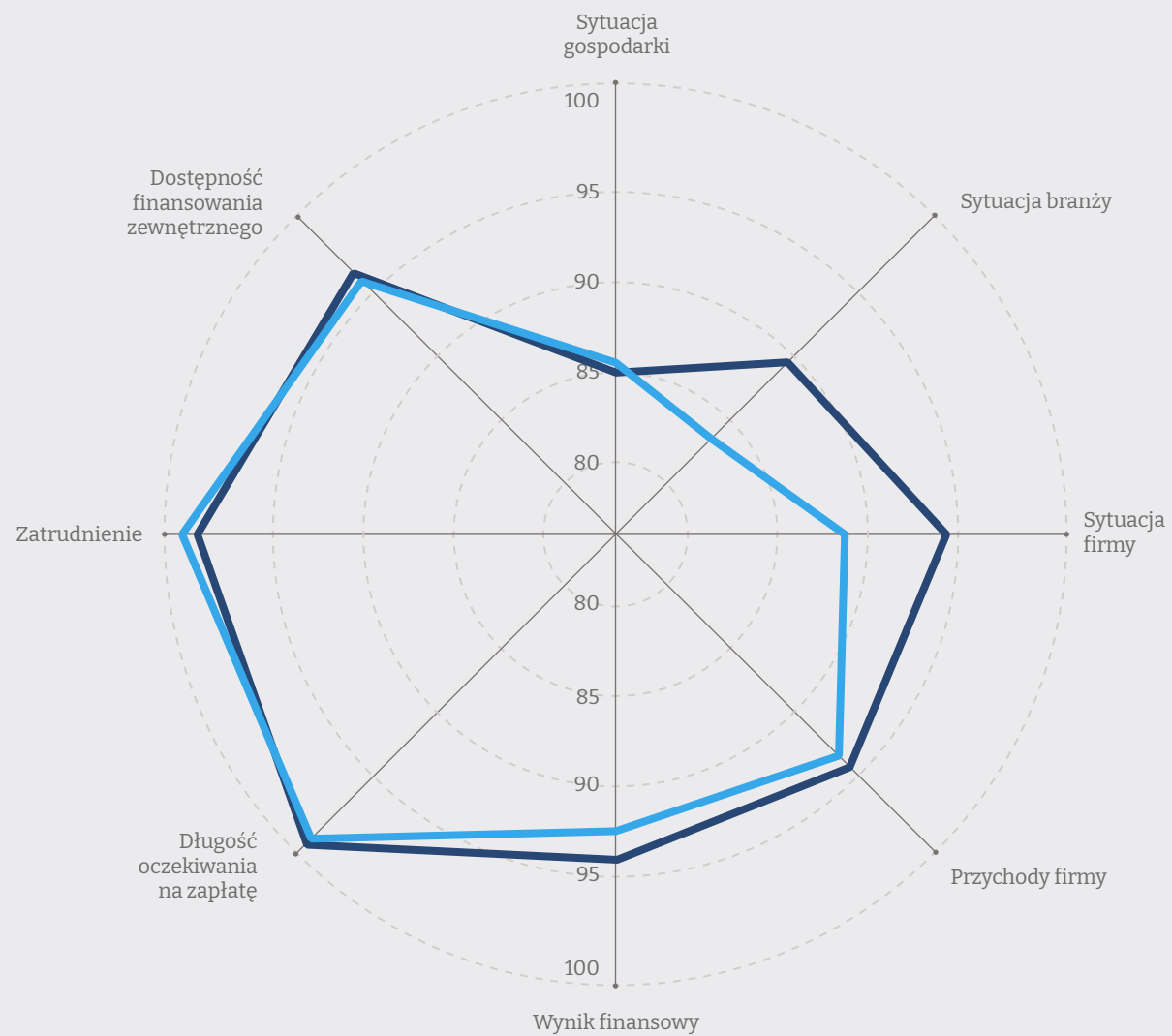


## Województwo łódzkie

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

93,9

93,4



■ Polska    ■ województwo łódzkie

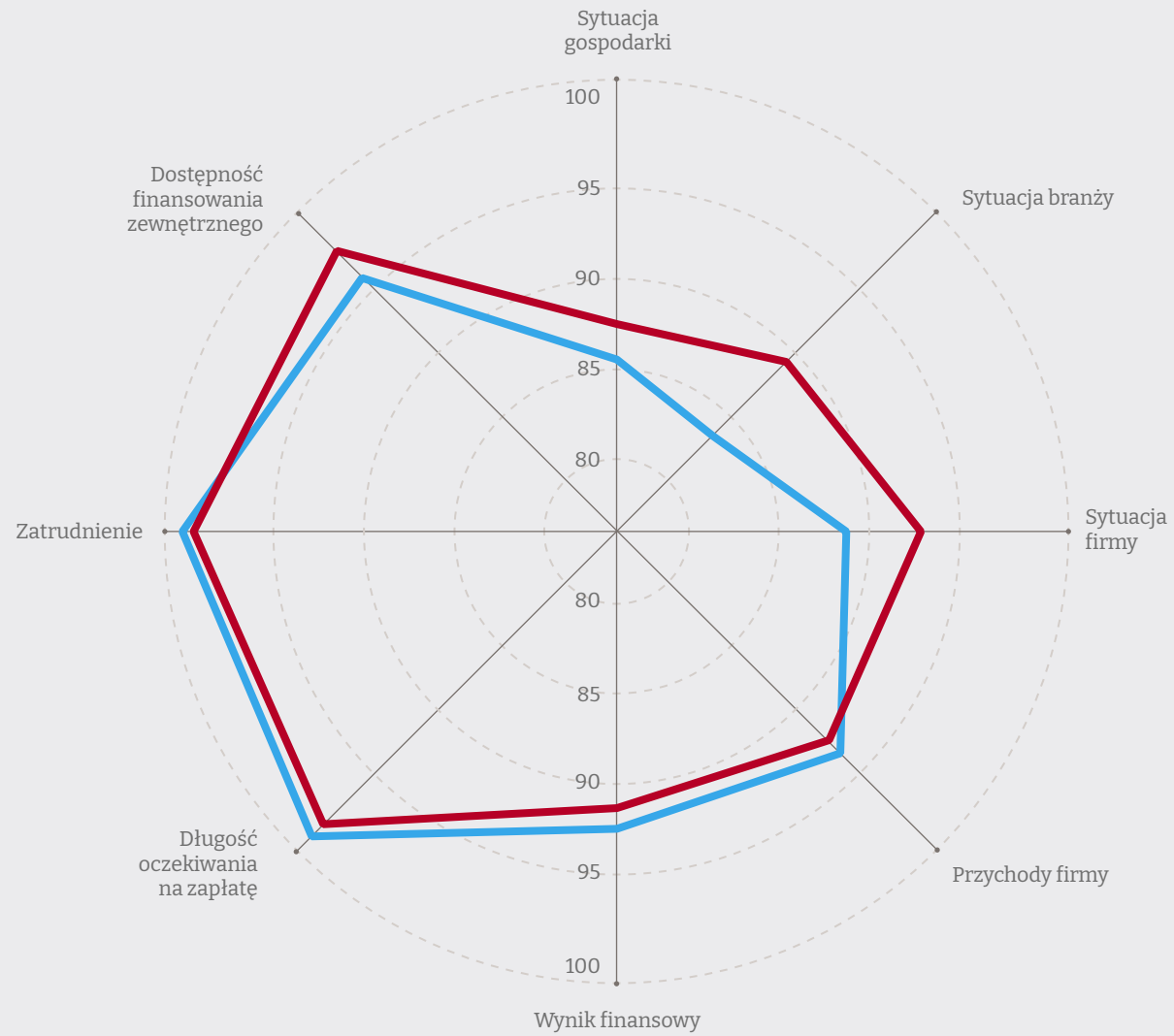
## Region łódzki

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

93,9

93,4

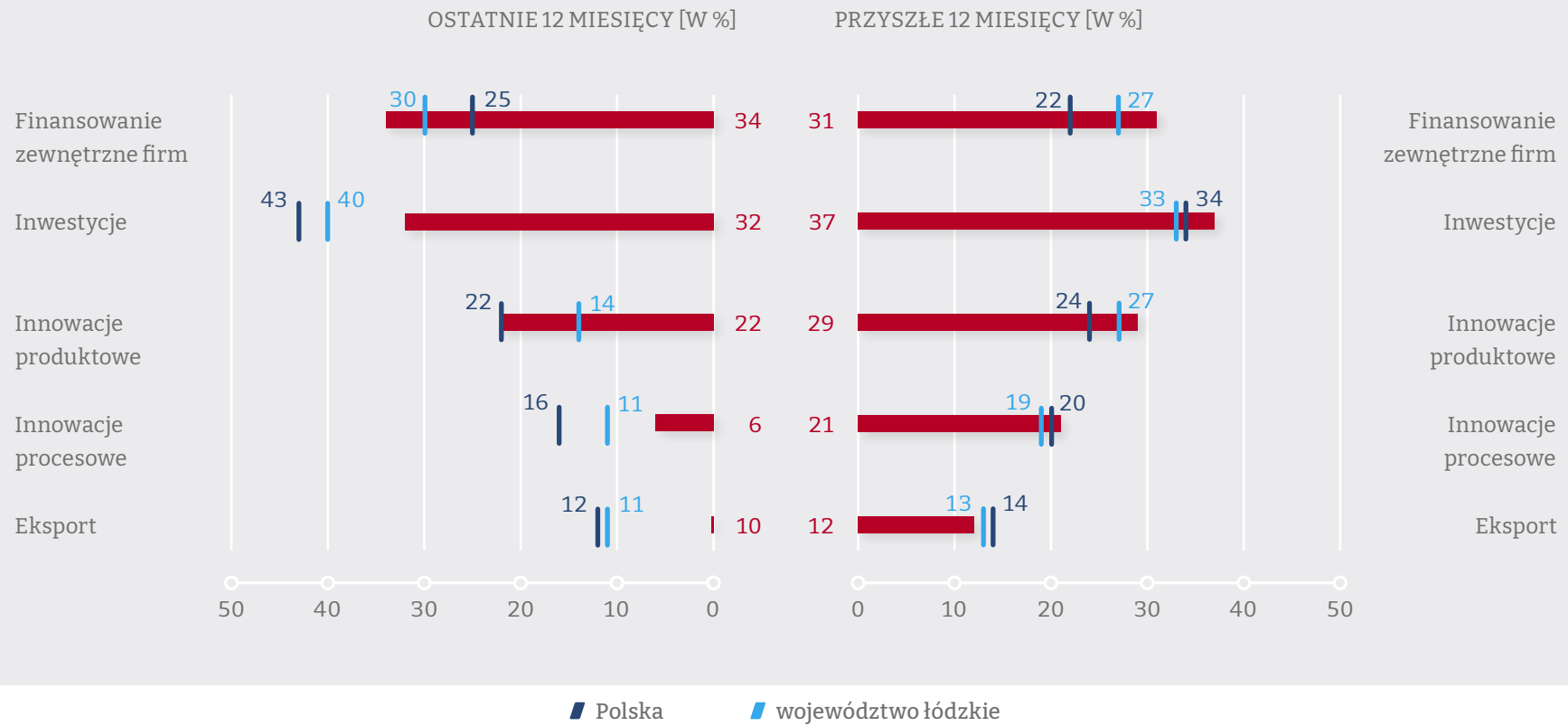
93,4



województwo łódzkie

region łódzki

## Region łódzki



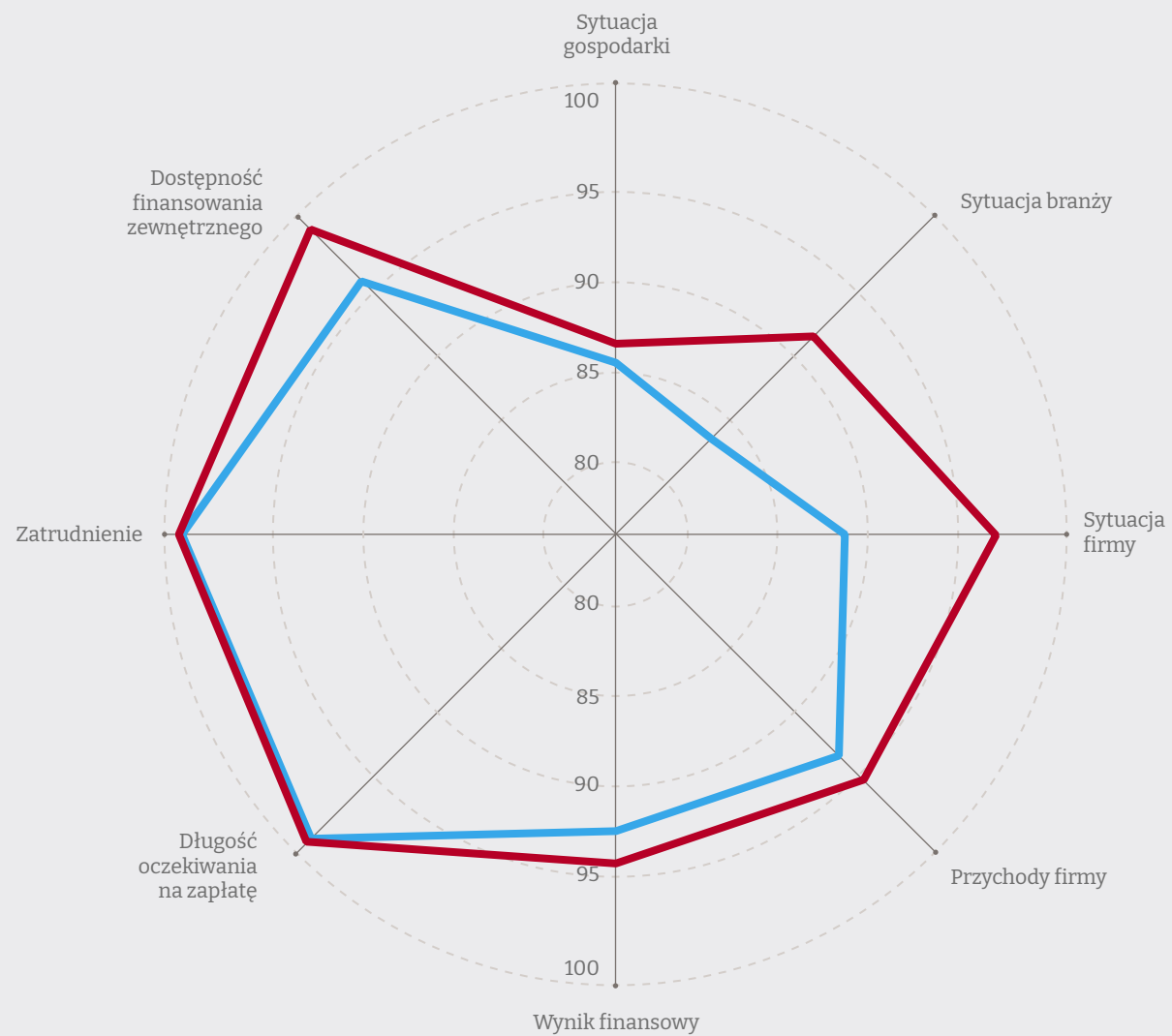
## Miasto Łódź

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

93,9

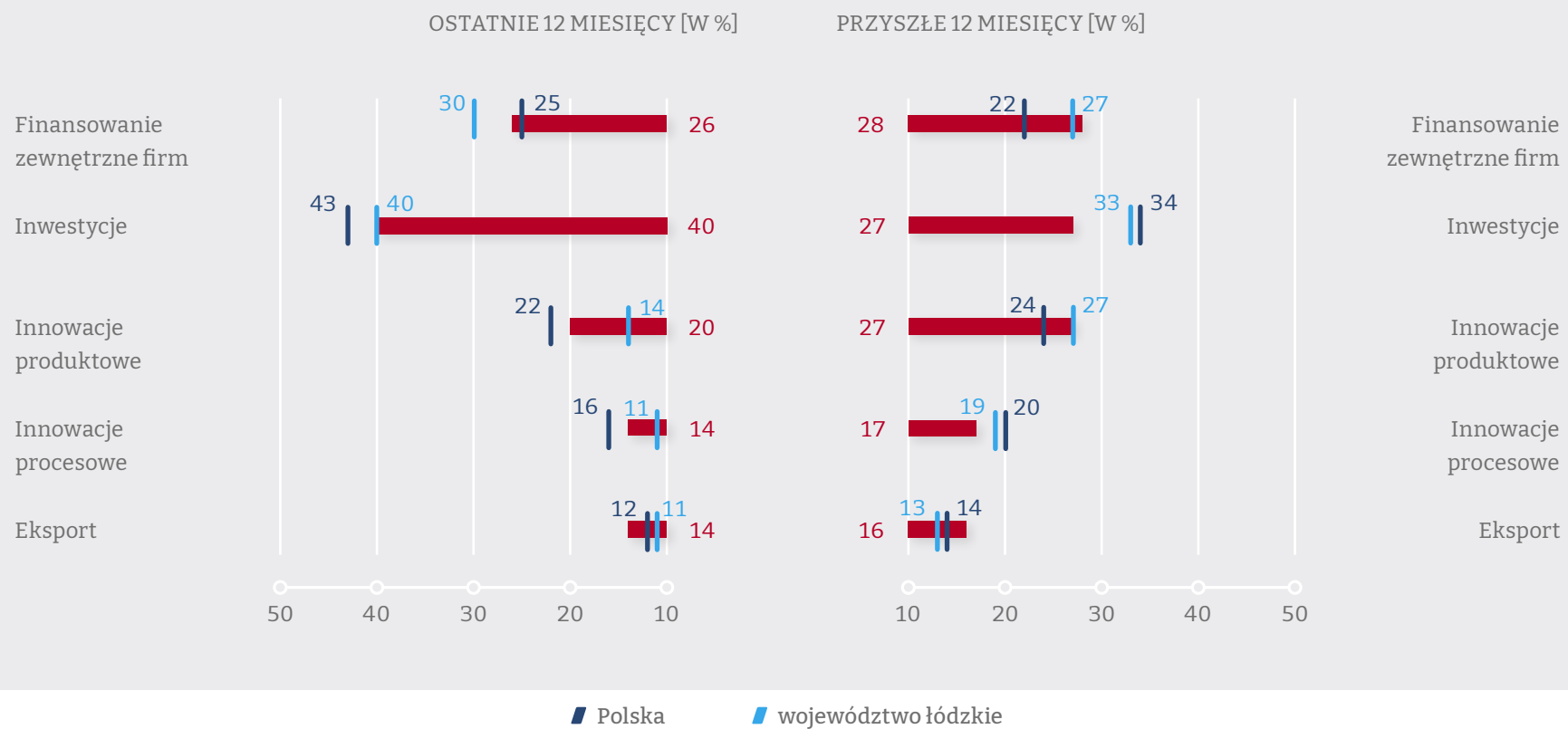
93,4

94,5



województwo łódzkie

miasto Łódź



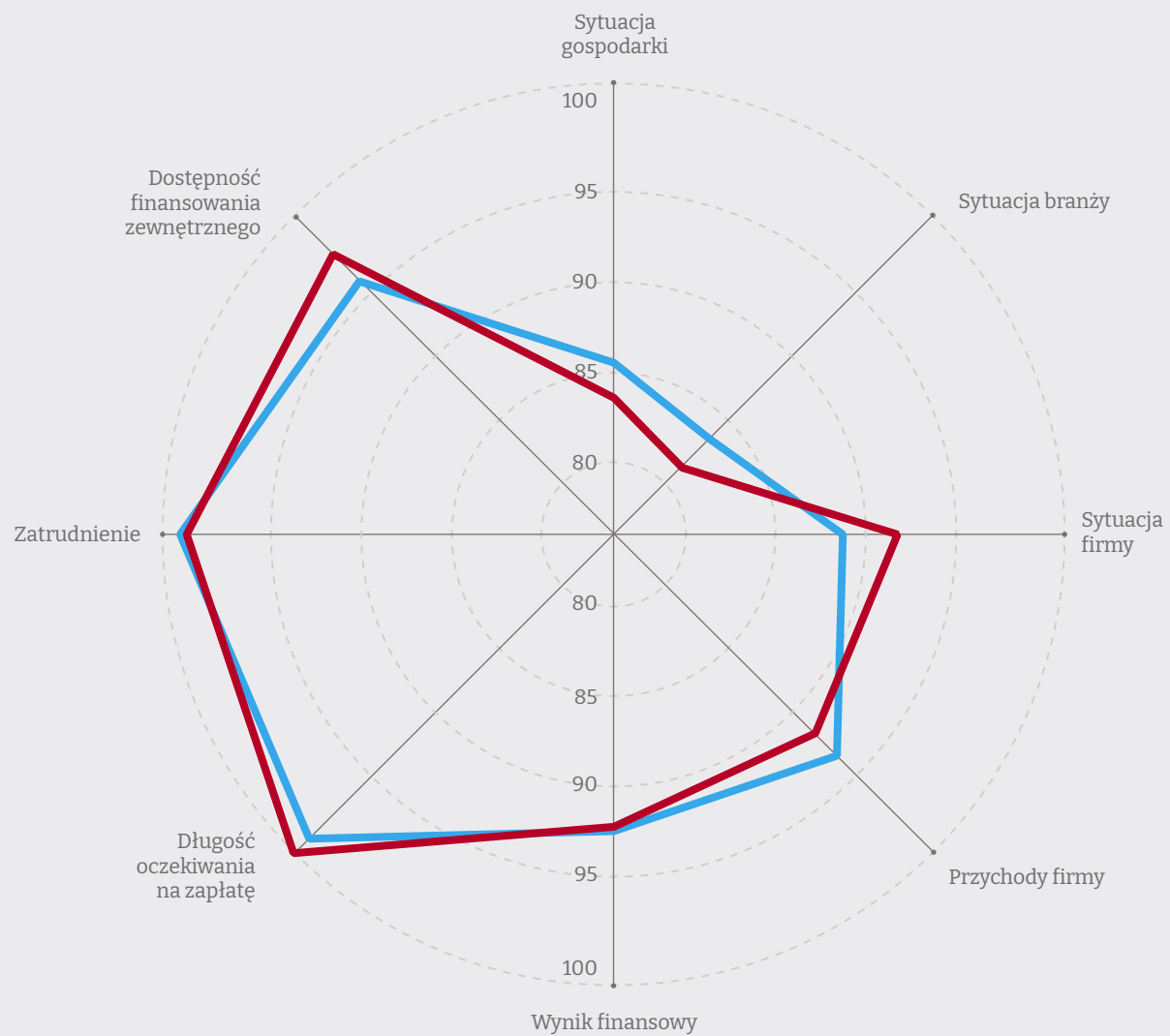
## Region piotrkowski

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

93,9

93,4

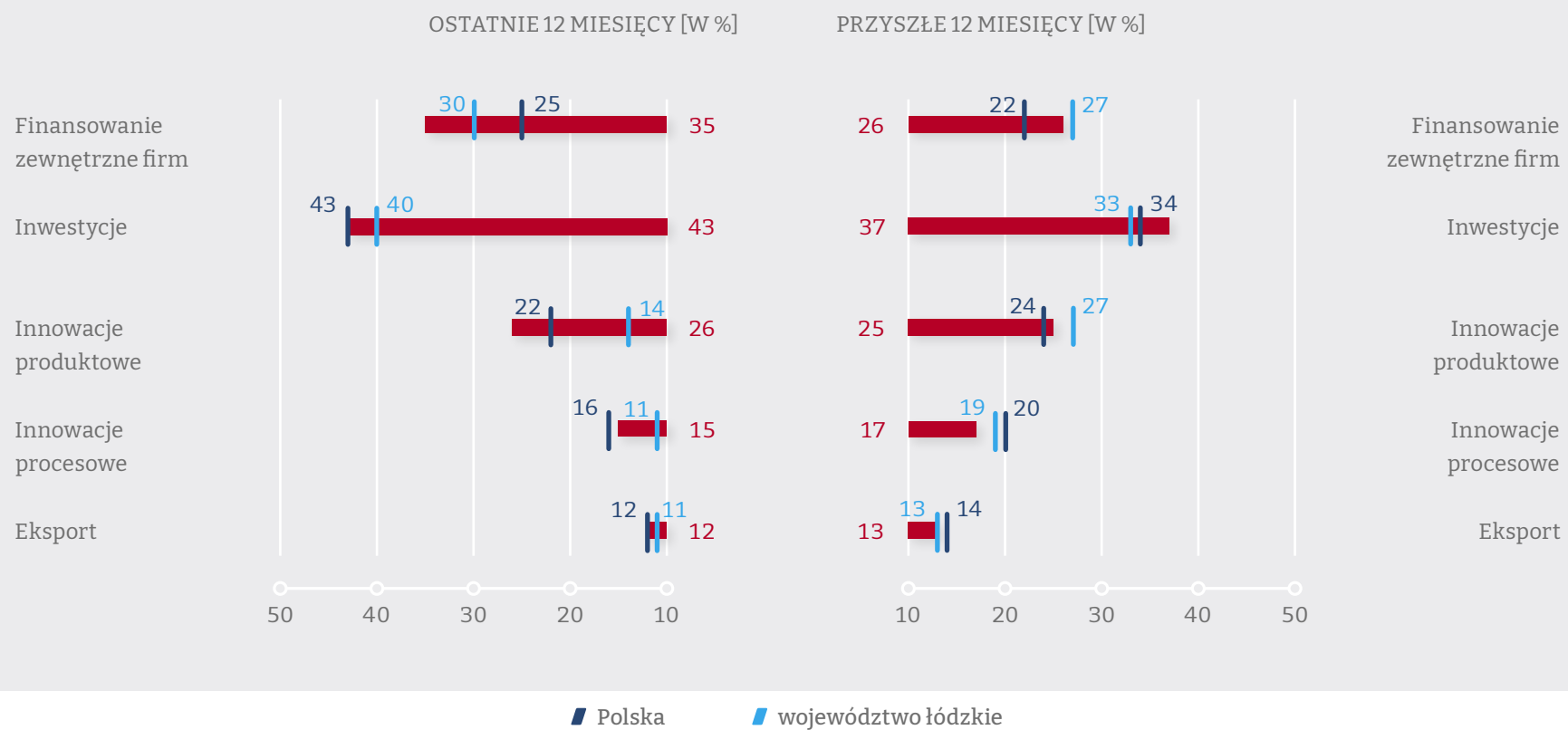
92,8



województwo łódzkie region piotrkowski

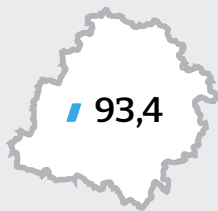


## Region piotrkowski



## Region sieradzki

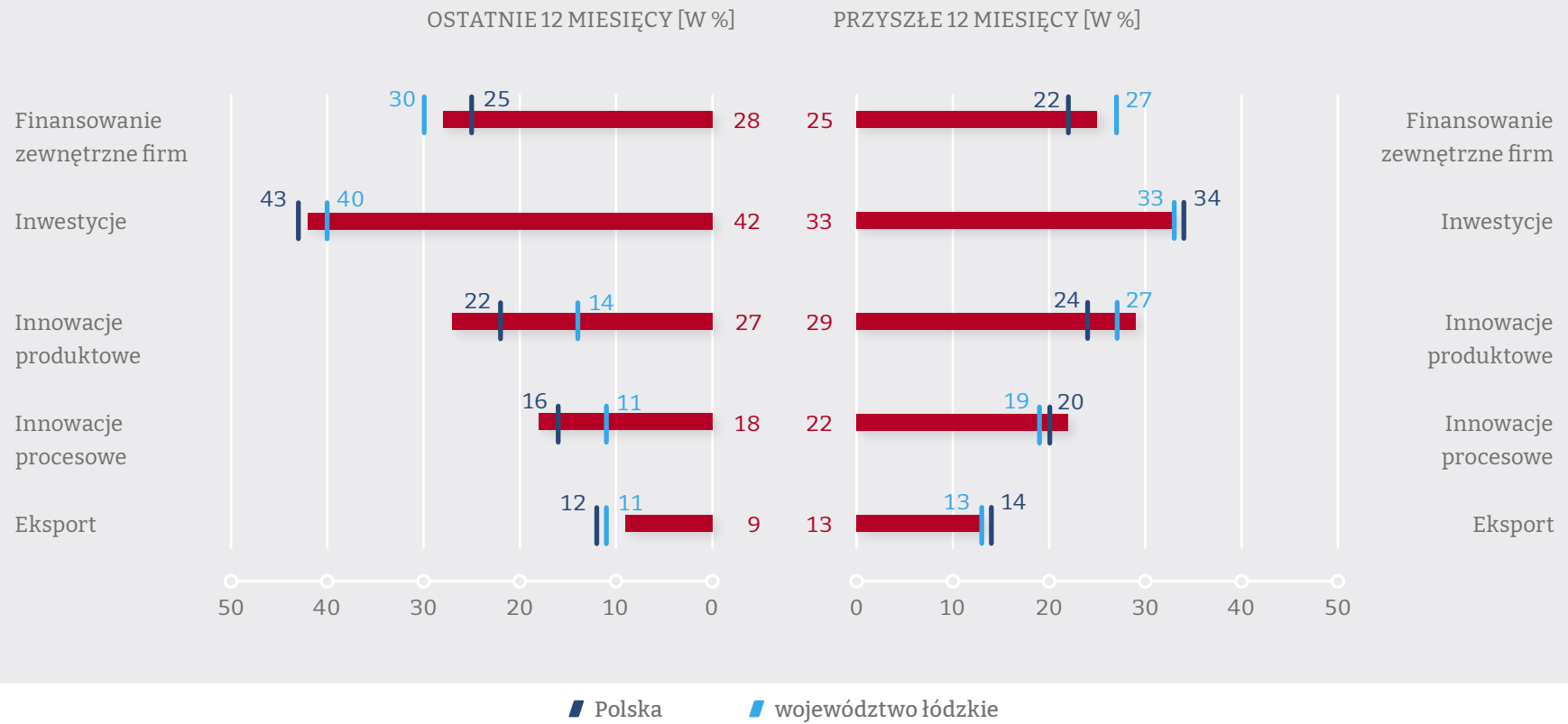
Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP



województwo łódzkie

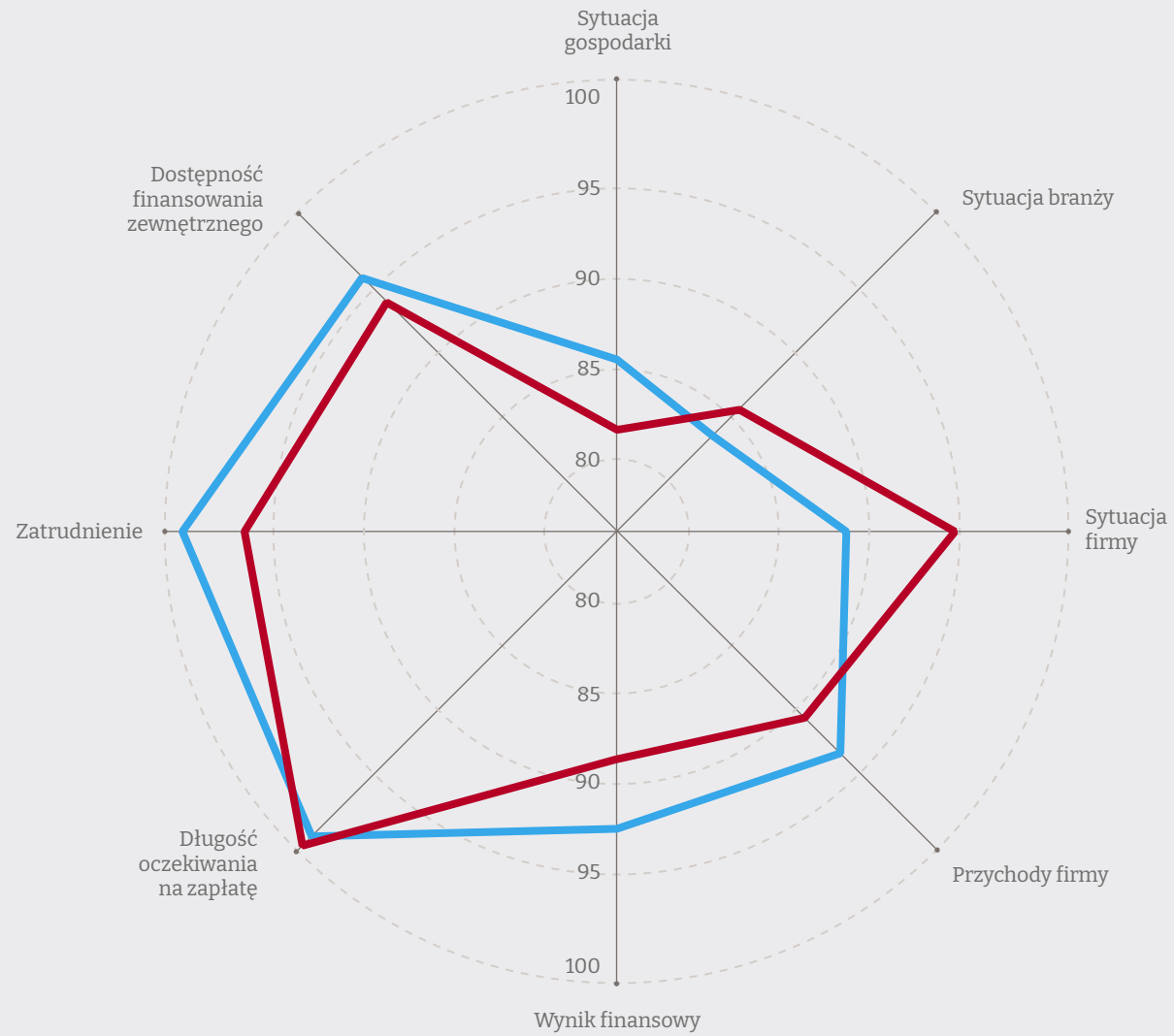
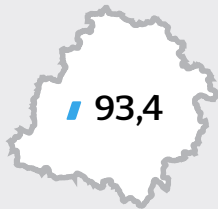
region sieradzki

## Region sieradzki



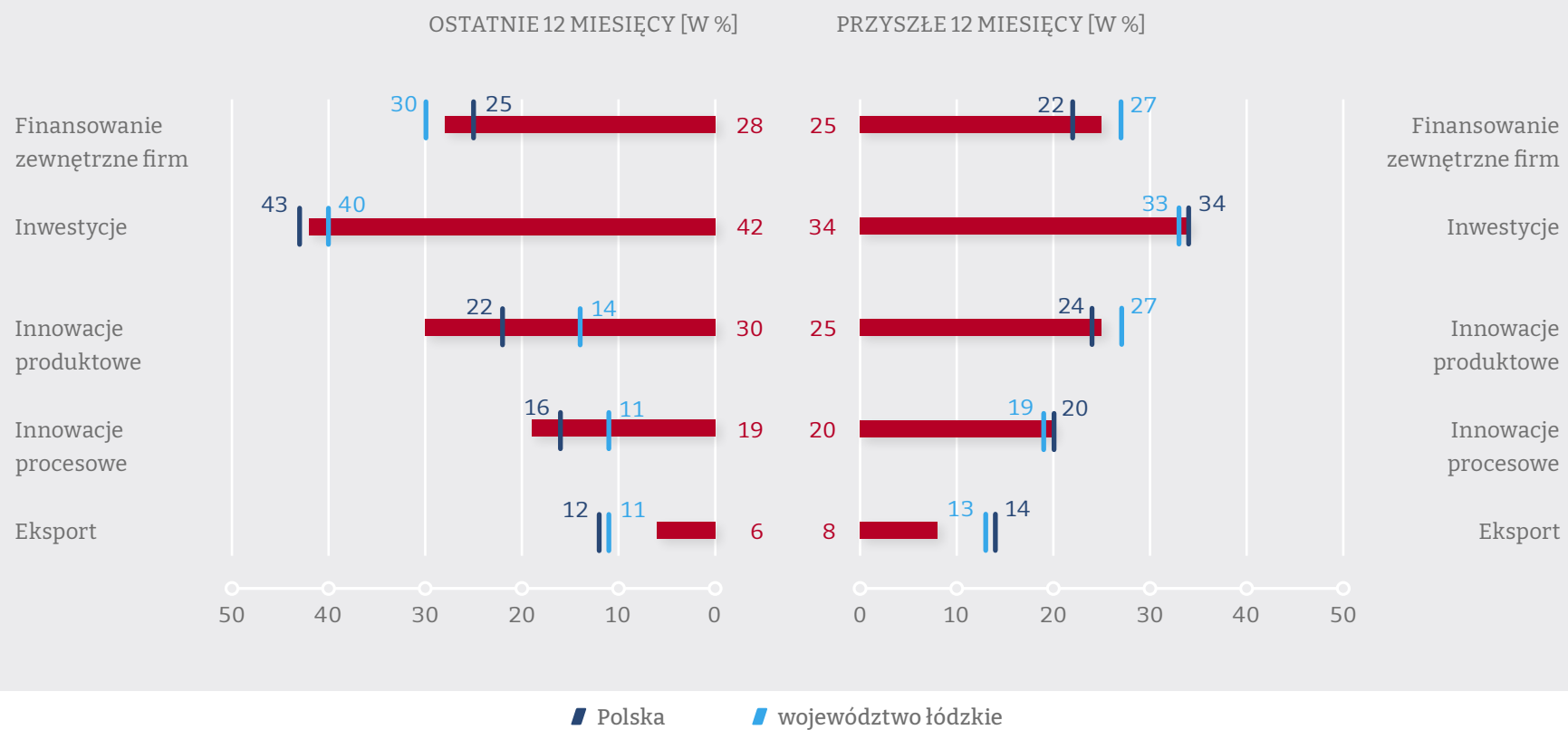
## Region skierniewicki

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP



województwo łódzkie region skierniewicki

## Region skierniewicki

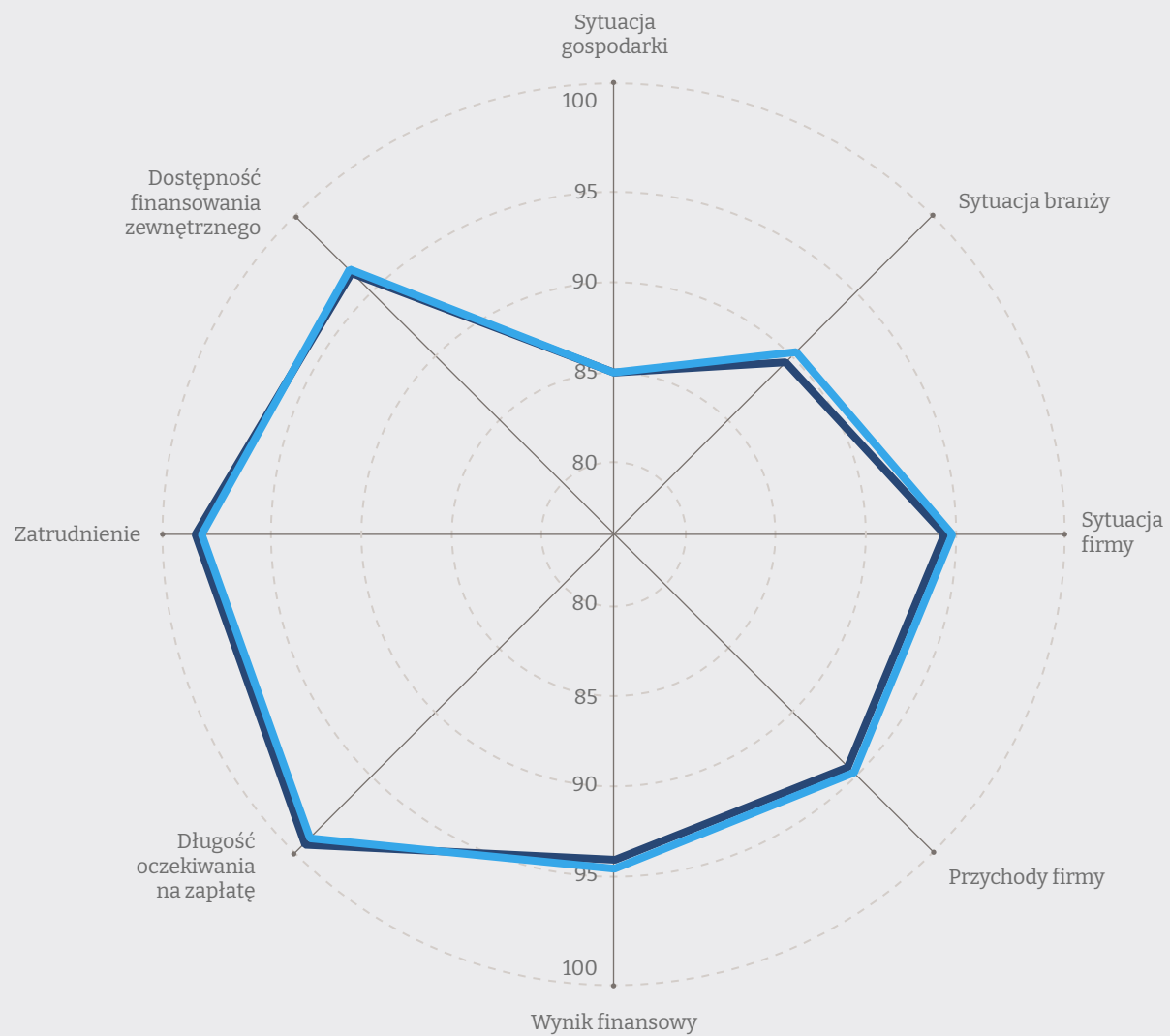
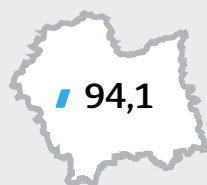


# Województwo małopolskie



## Województwo małopolskie

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP



■ Polska   ■ województwo małopolskie

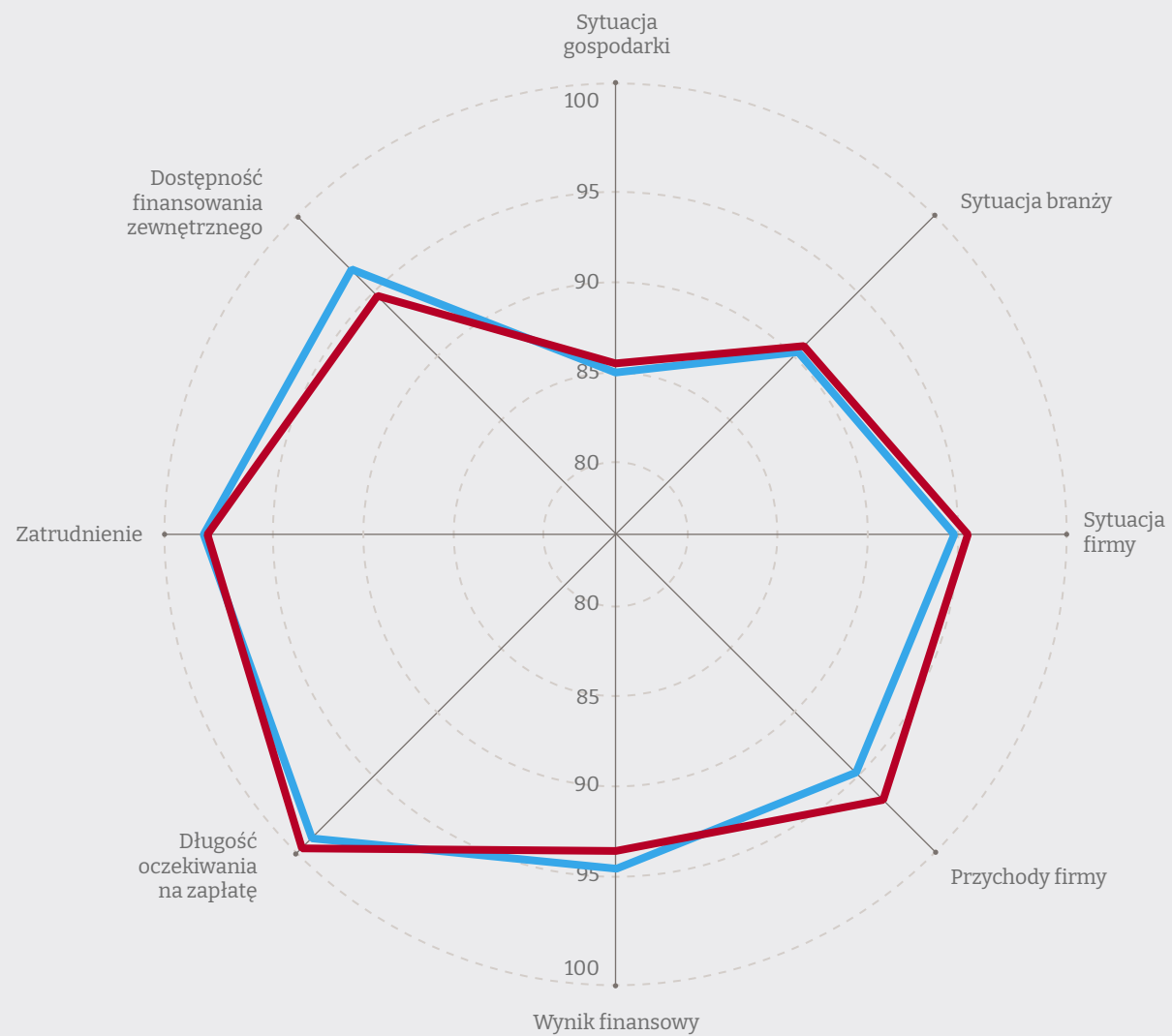
## Region krakowski

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

93,9

94,1

94,2

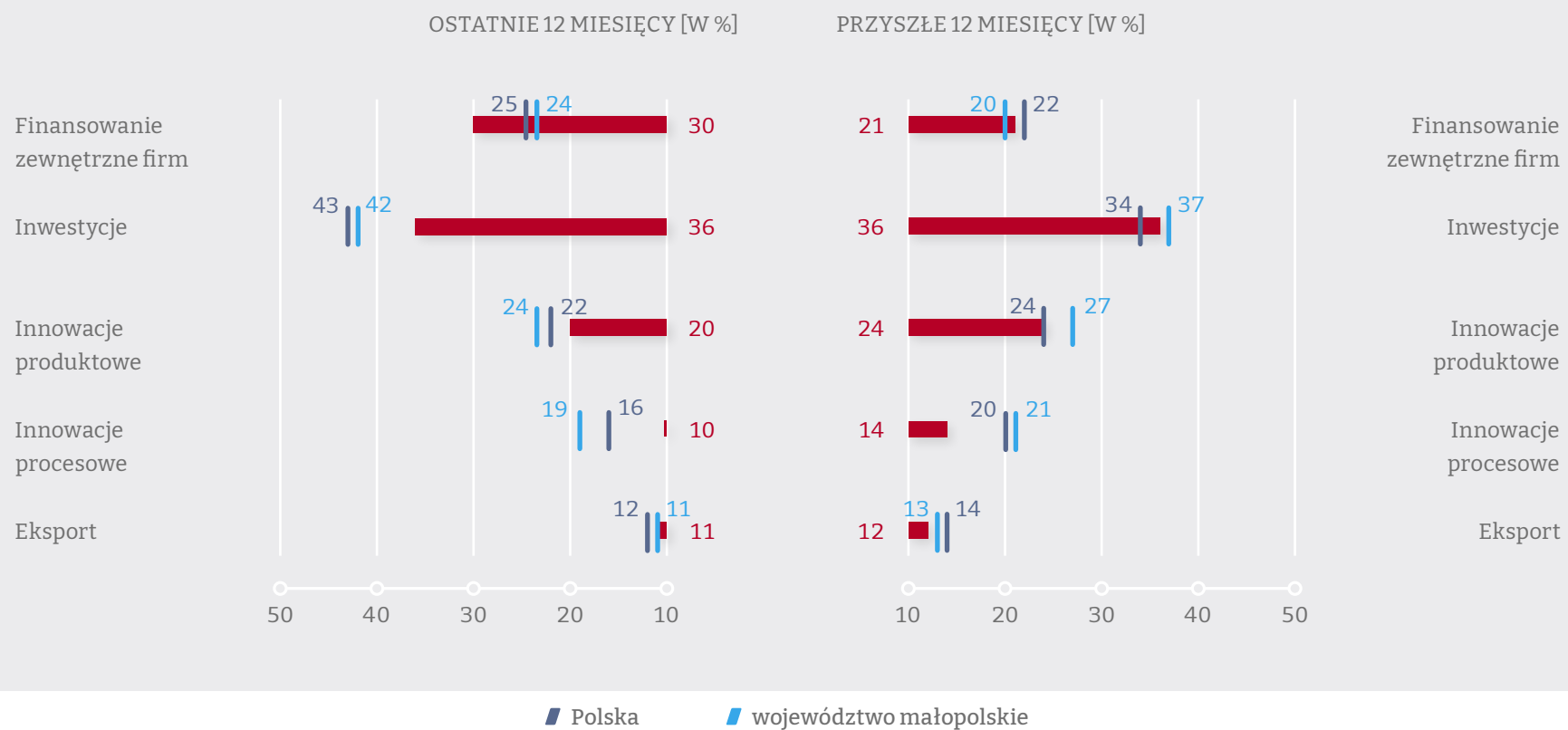


województwo małopolskie

region krakowski



## Region krakowski



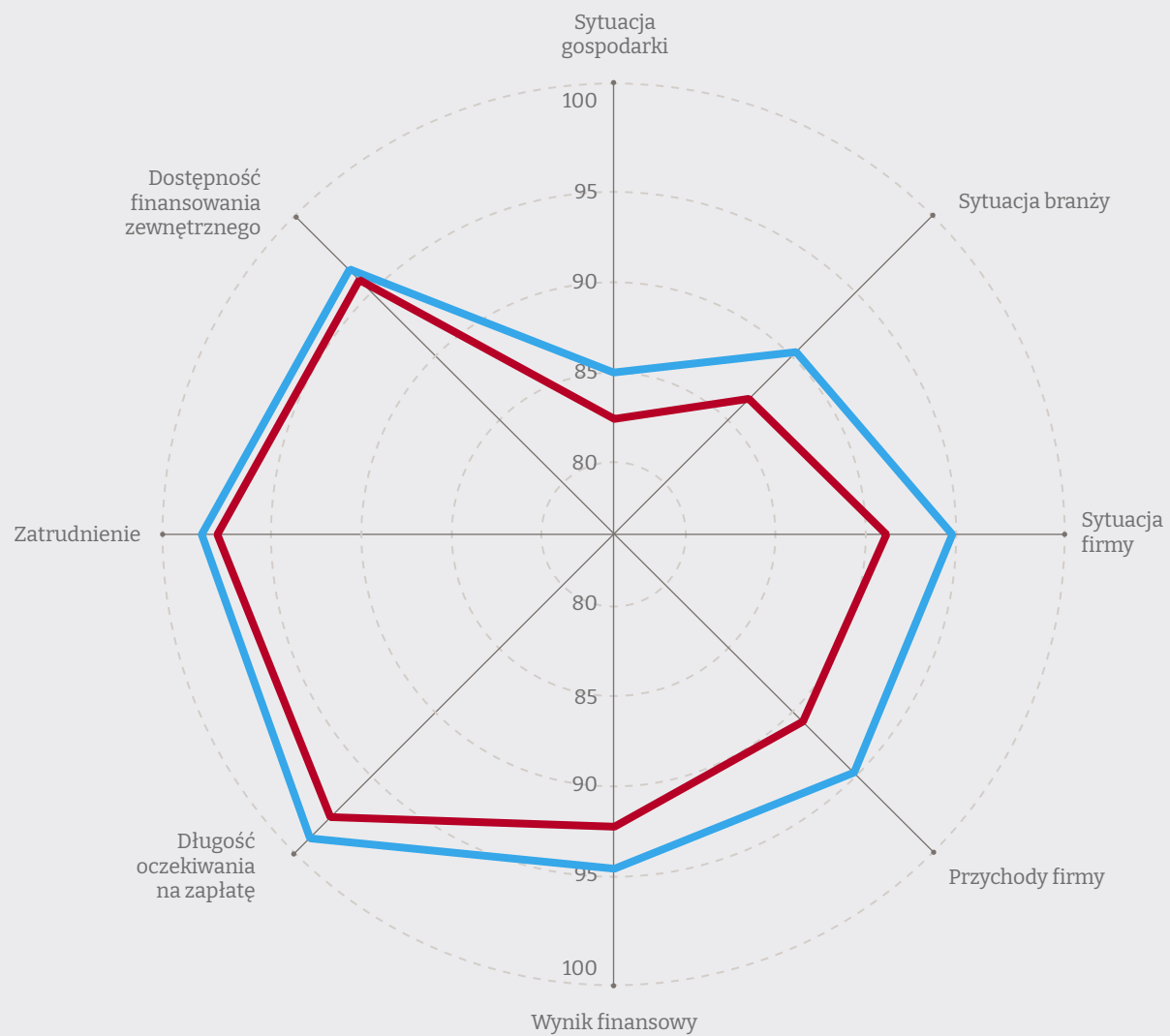
## Miasto Kraków

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

93,9

94,1

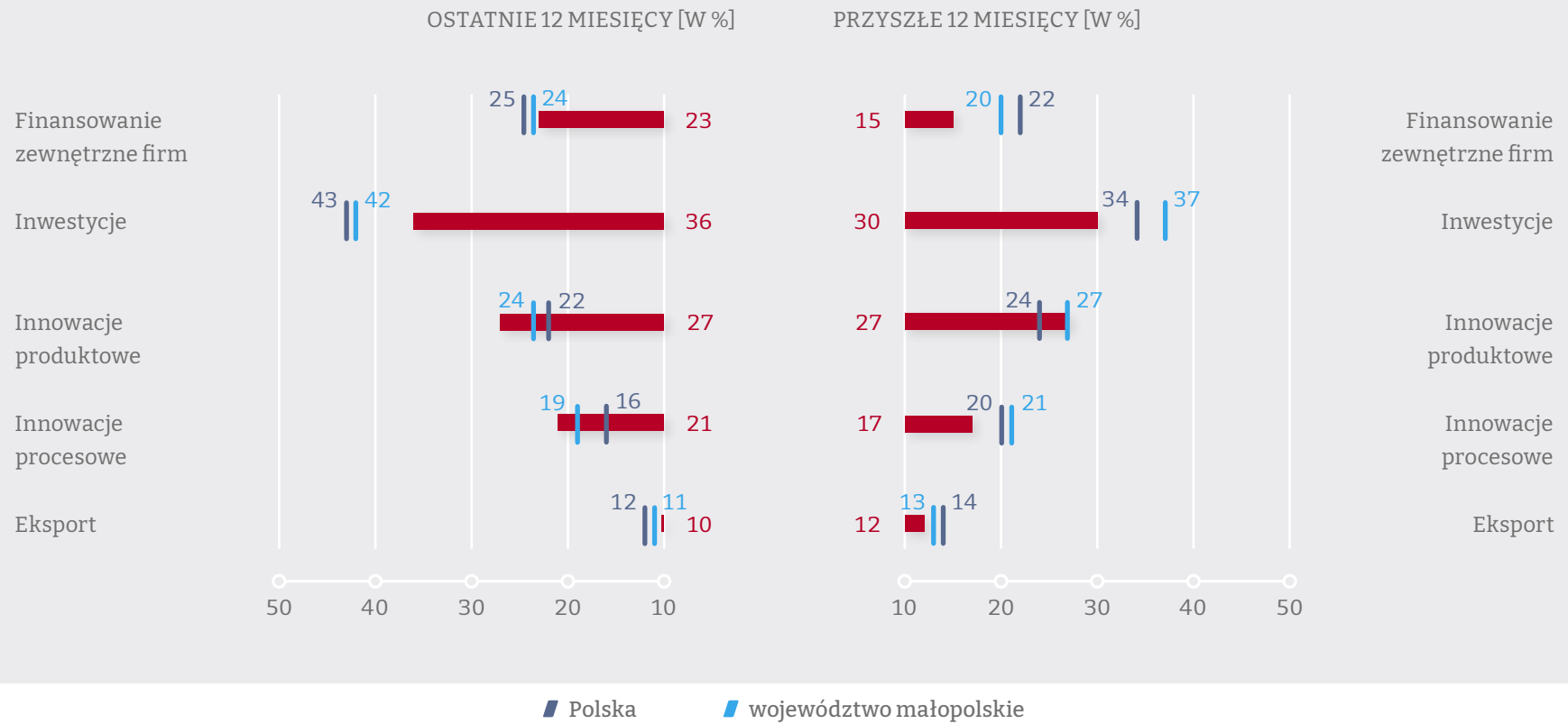
91,7



województwo małopolskie

miasto Kraków

## Miasto Kraków



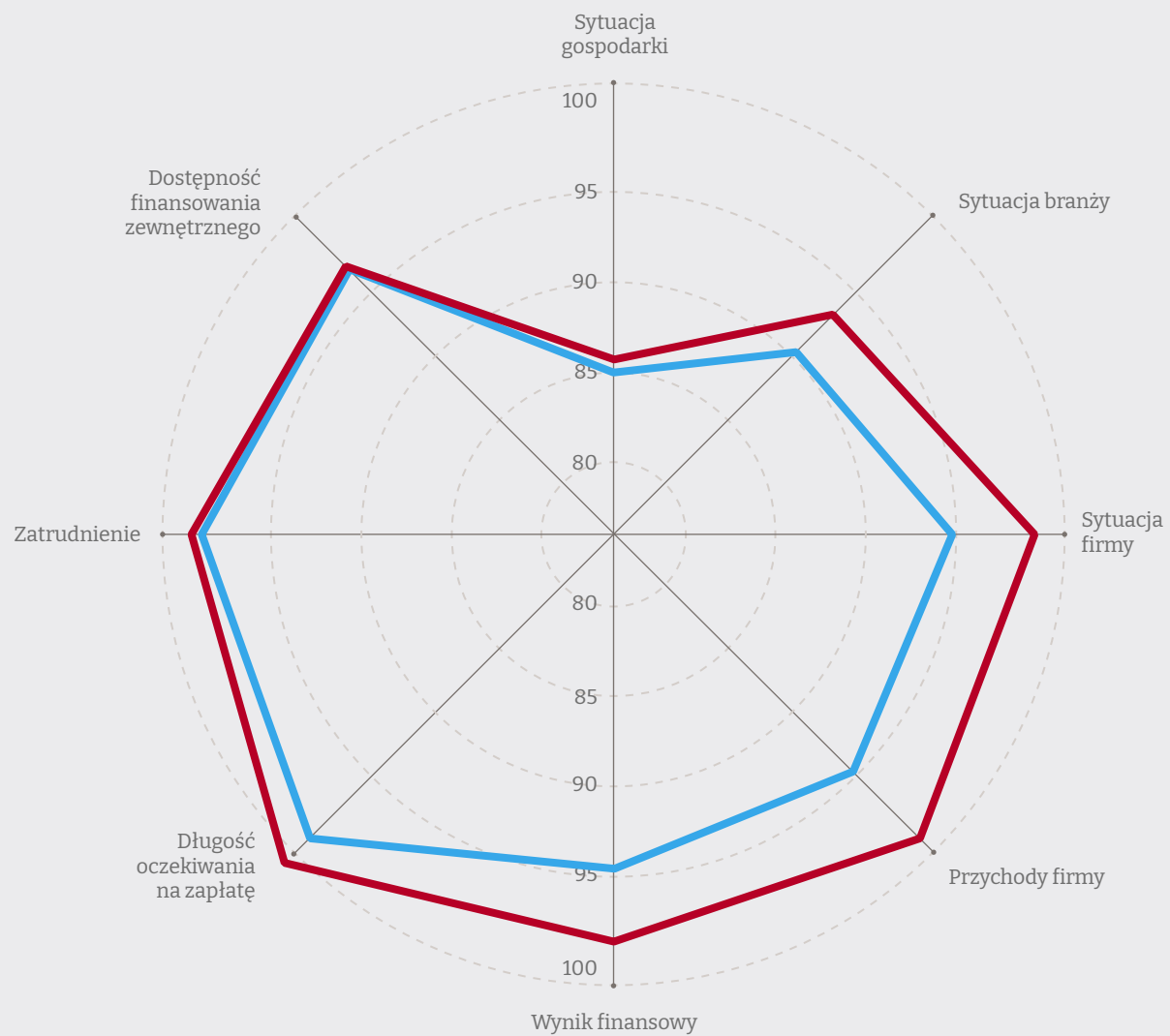
## Region nowosądecki

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

93,9

94,1

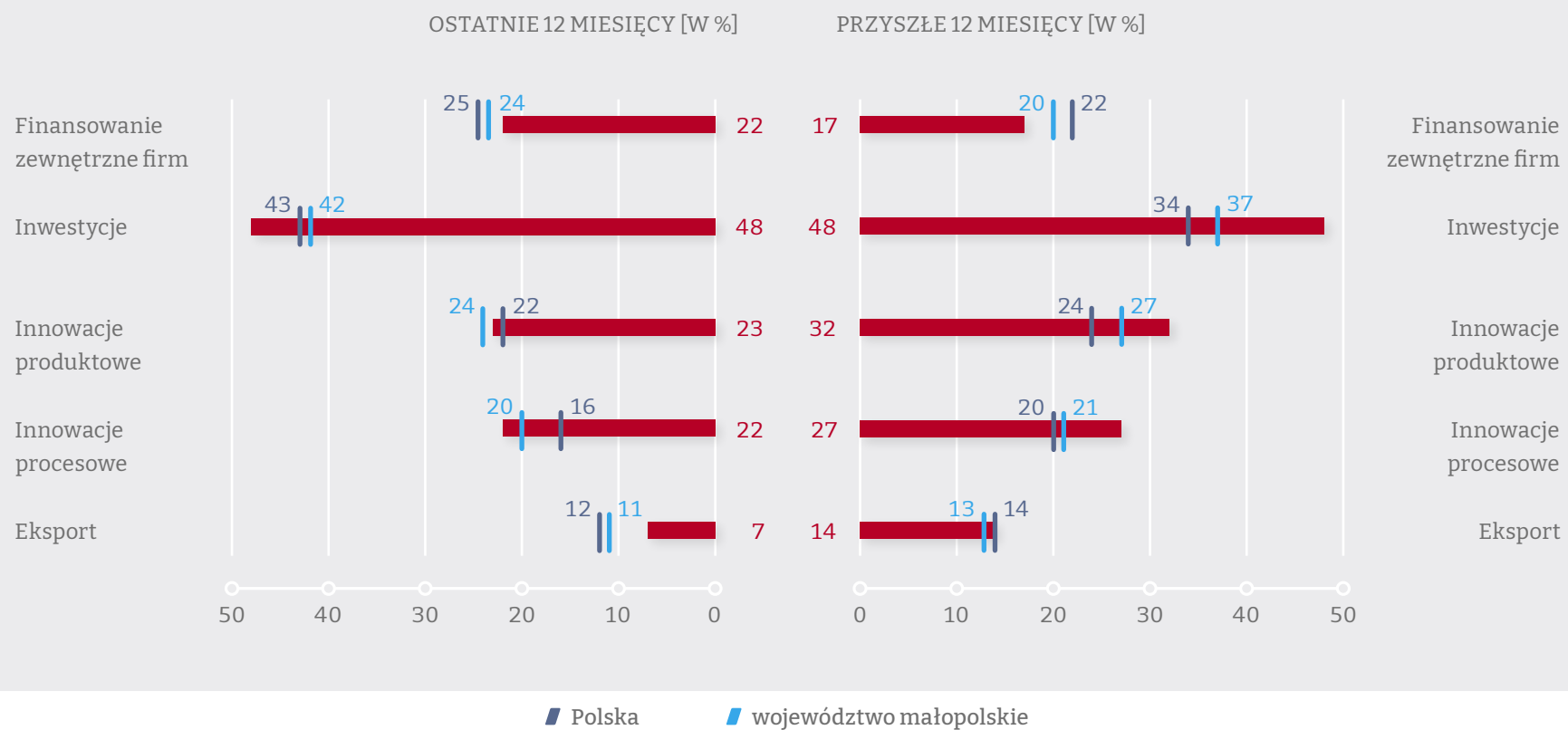
96,3



województwo małopolskie

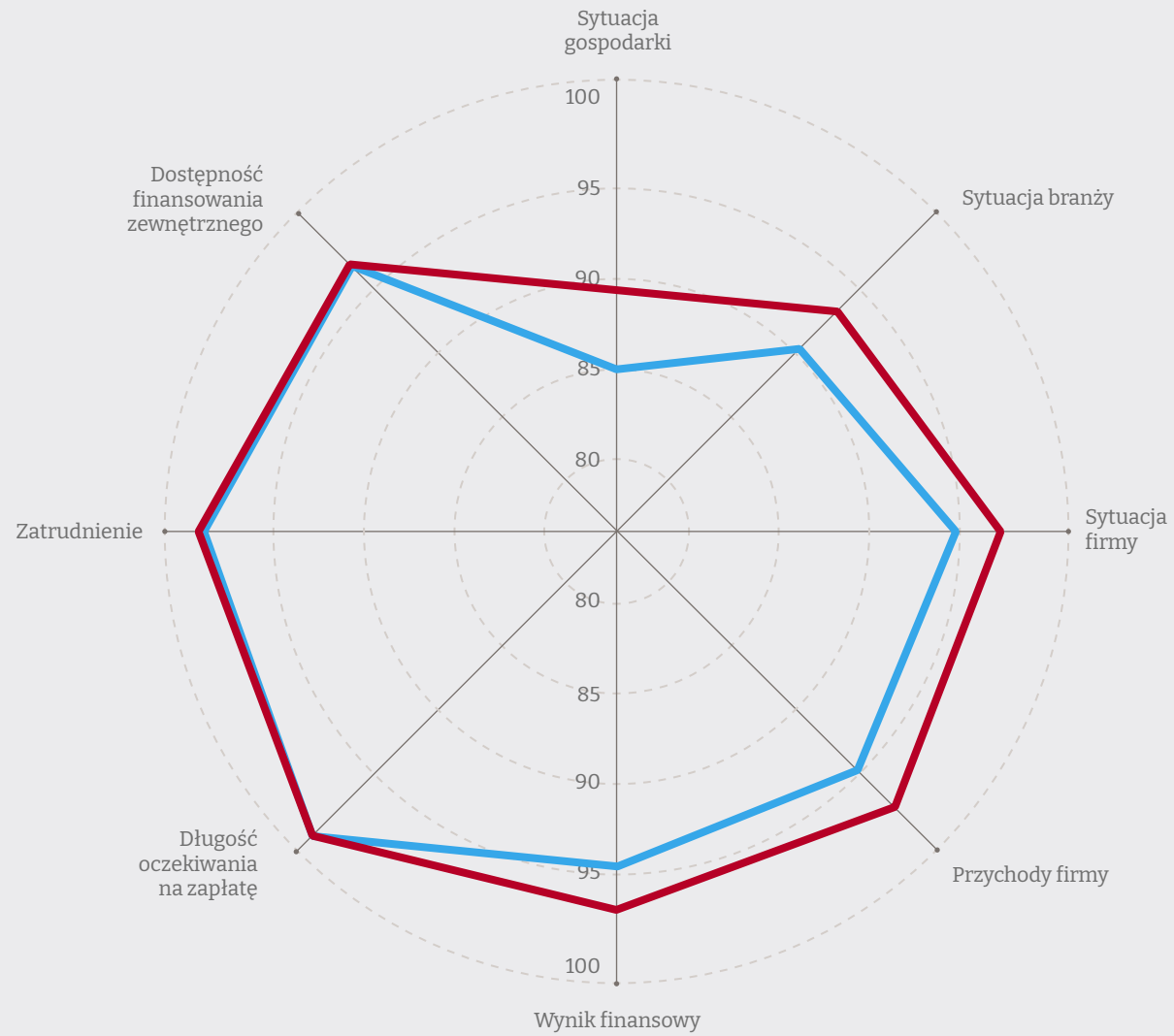
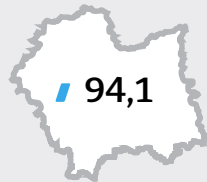
region nowosądecki

## Region nowosądecki



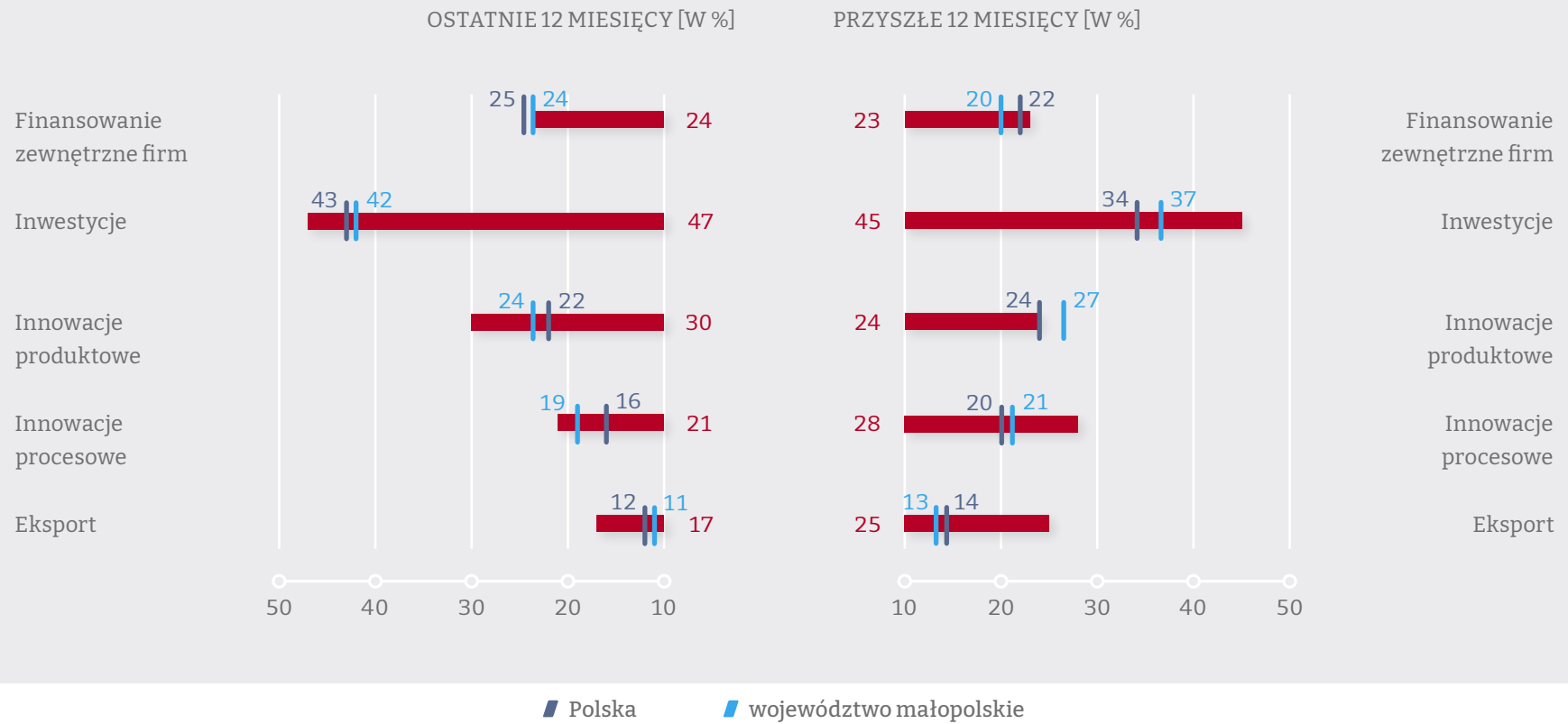
## Region nowotarski

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP



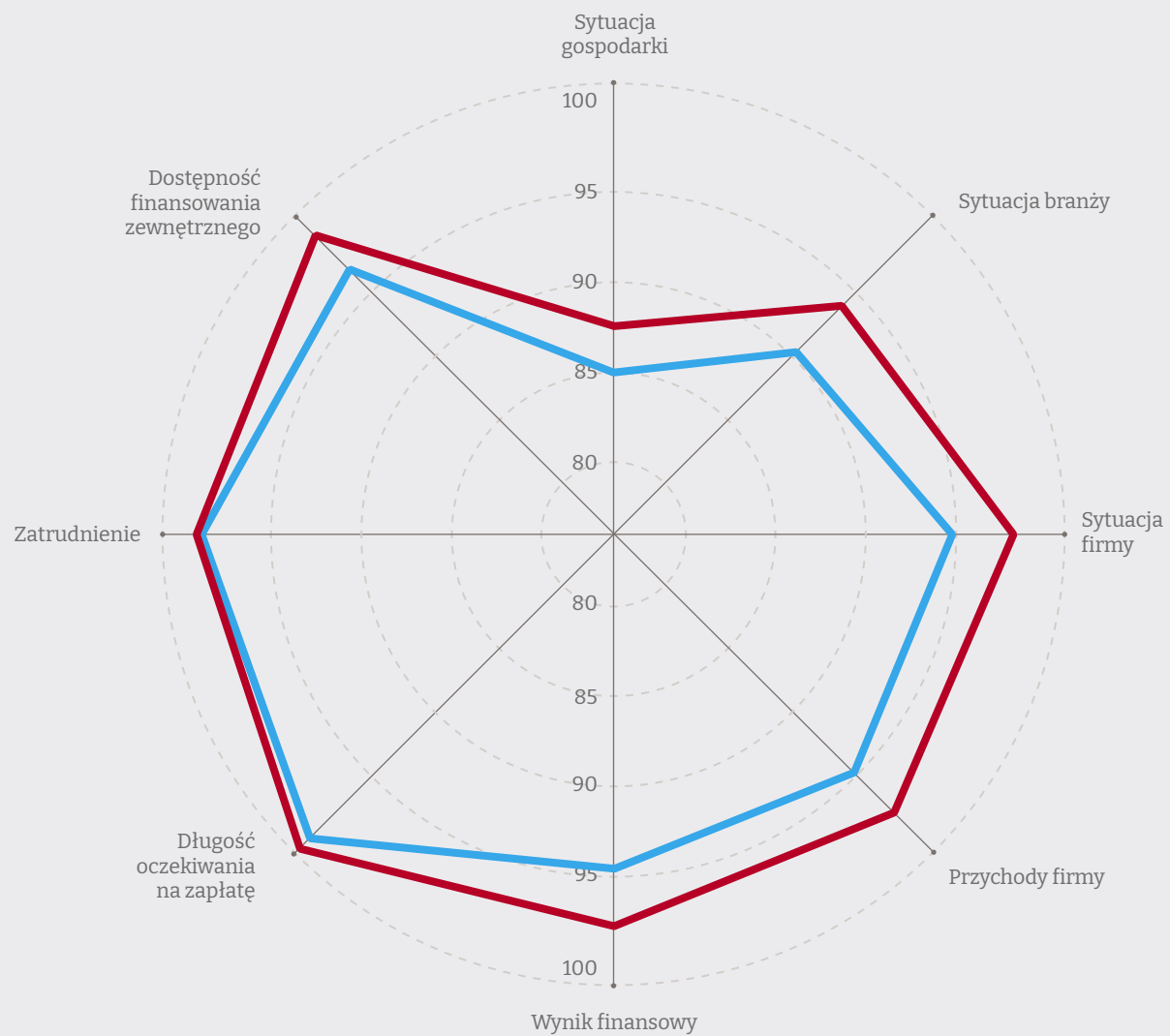
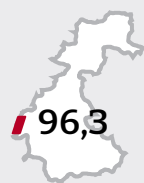
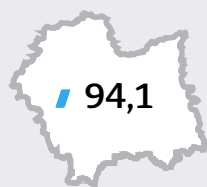
województwo małopolskie region nowotarski

## Region nowotarski



## Region oświęcimski

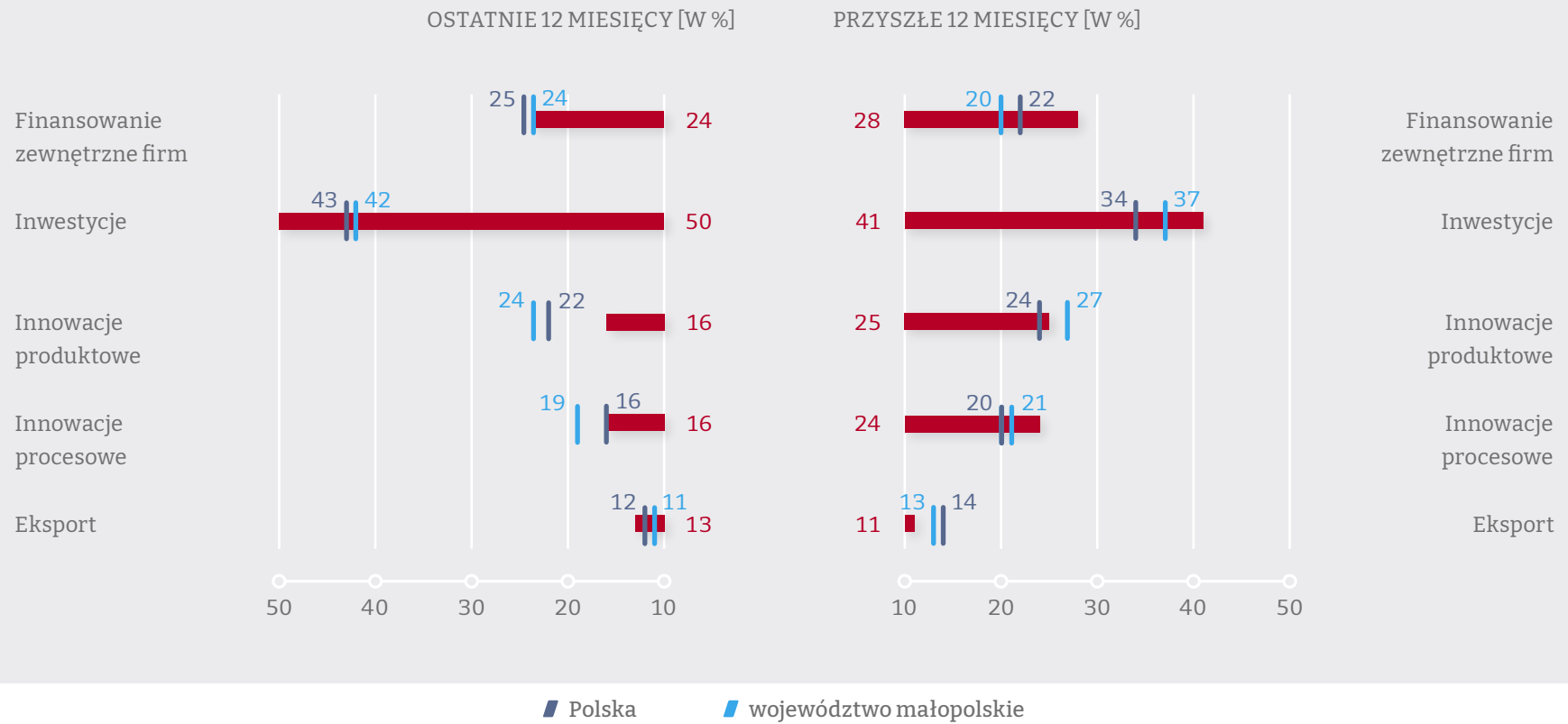
Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP



województwo małopolskie region oświęcimski

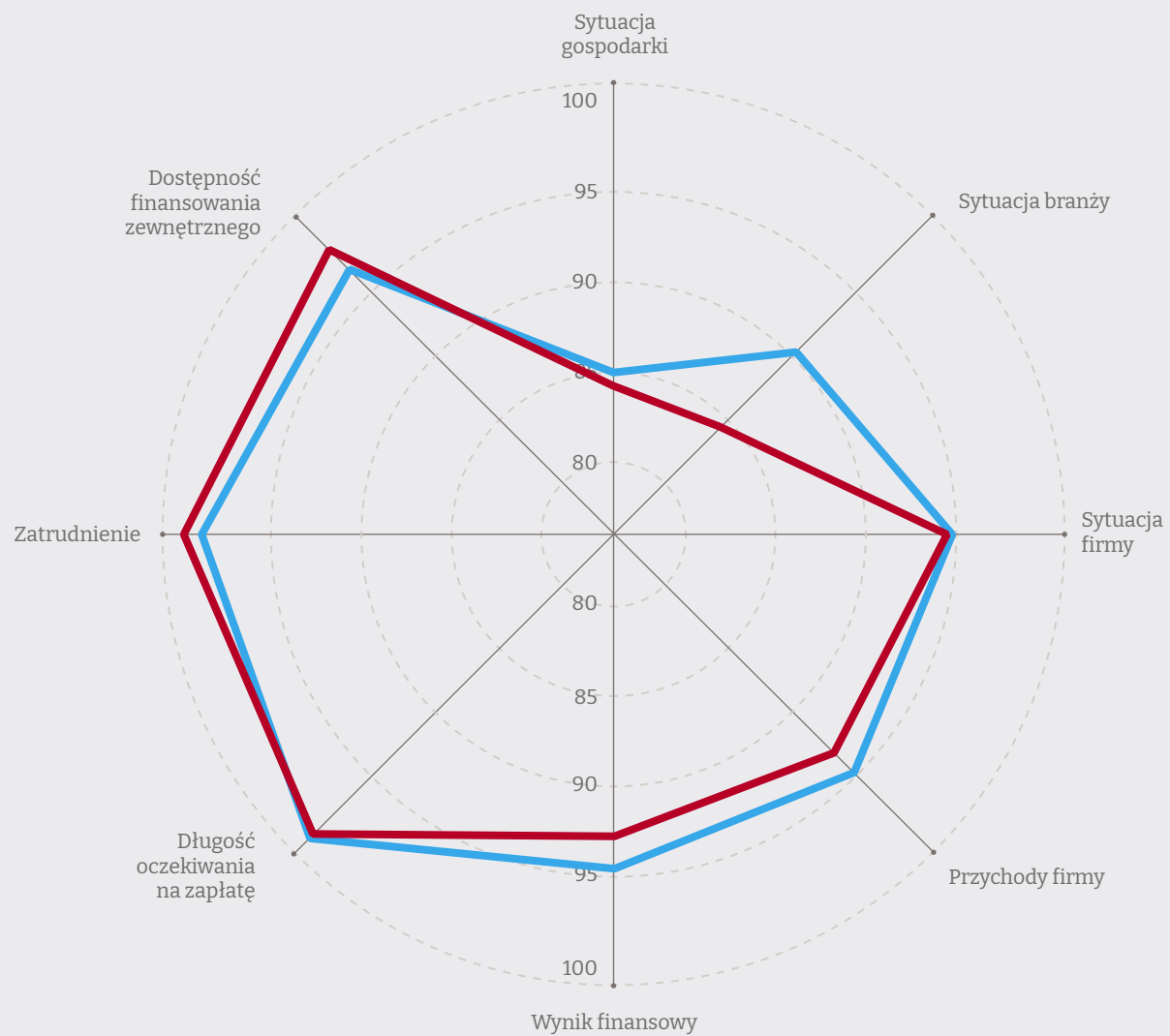
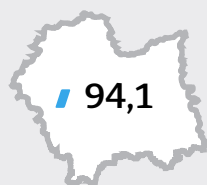


## Region oświęcimski



## Region tarnowski

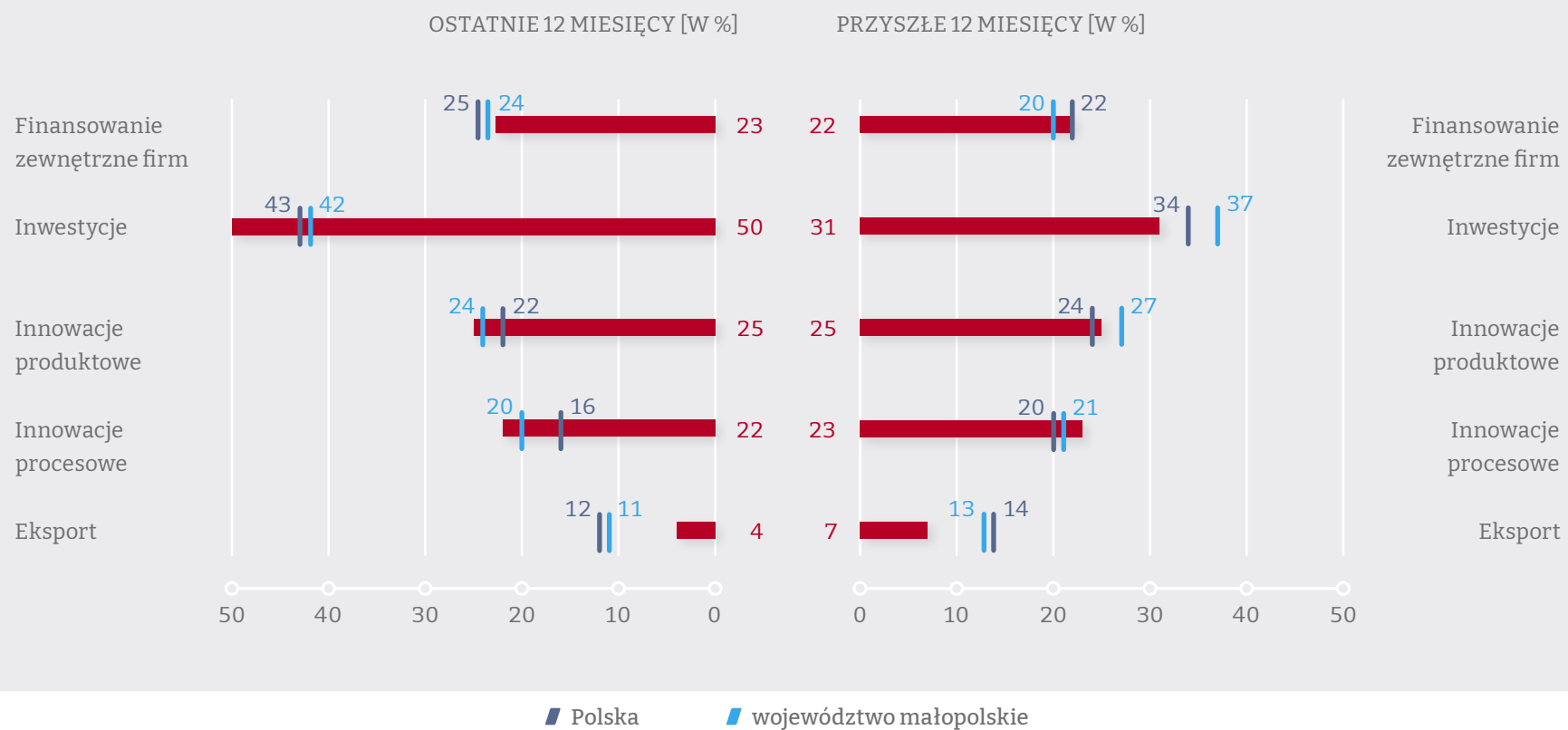
Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP



województwo małopolskie

region tarnowski

## Region tarnowski



# Warszawski stołeczny

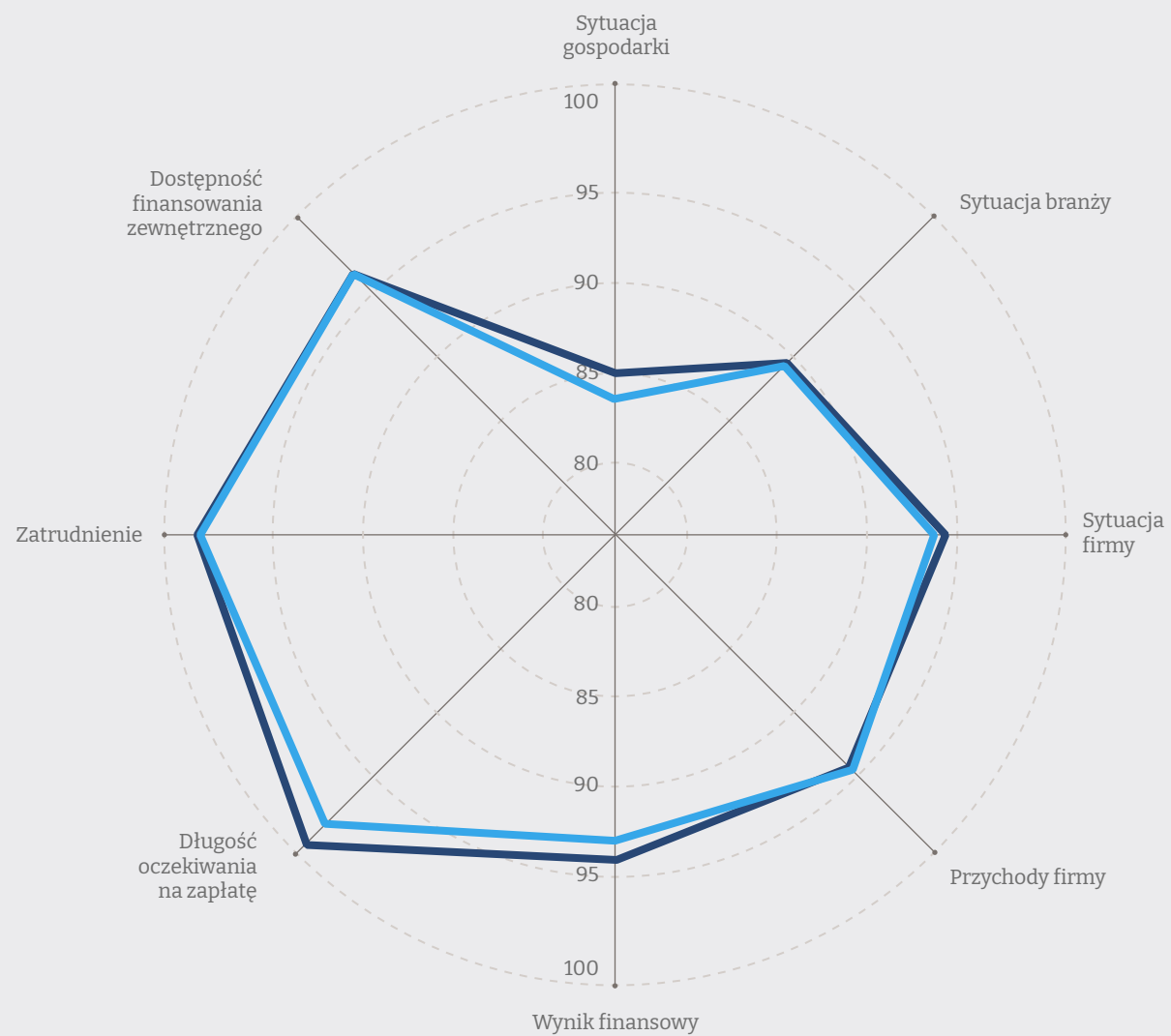


## Warszawski stołeczny

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

93,9

93,3



■ Polska ■ Warszawski stołeczny

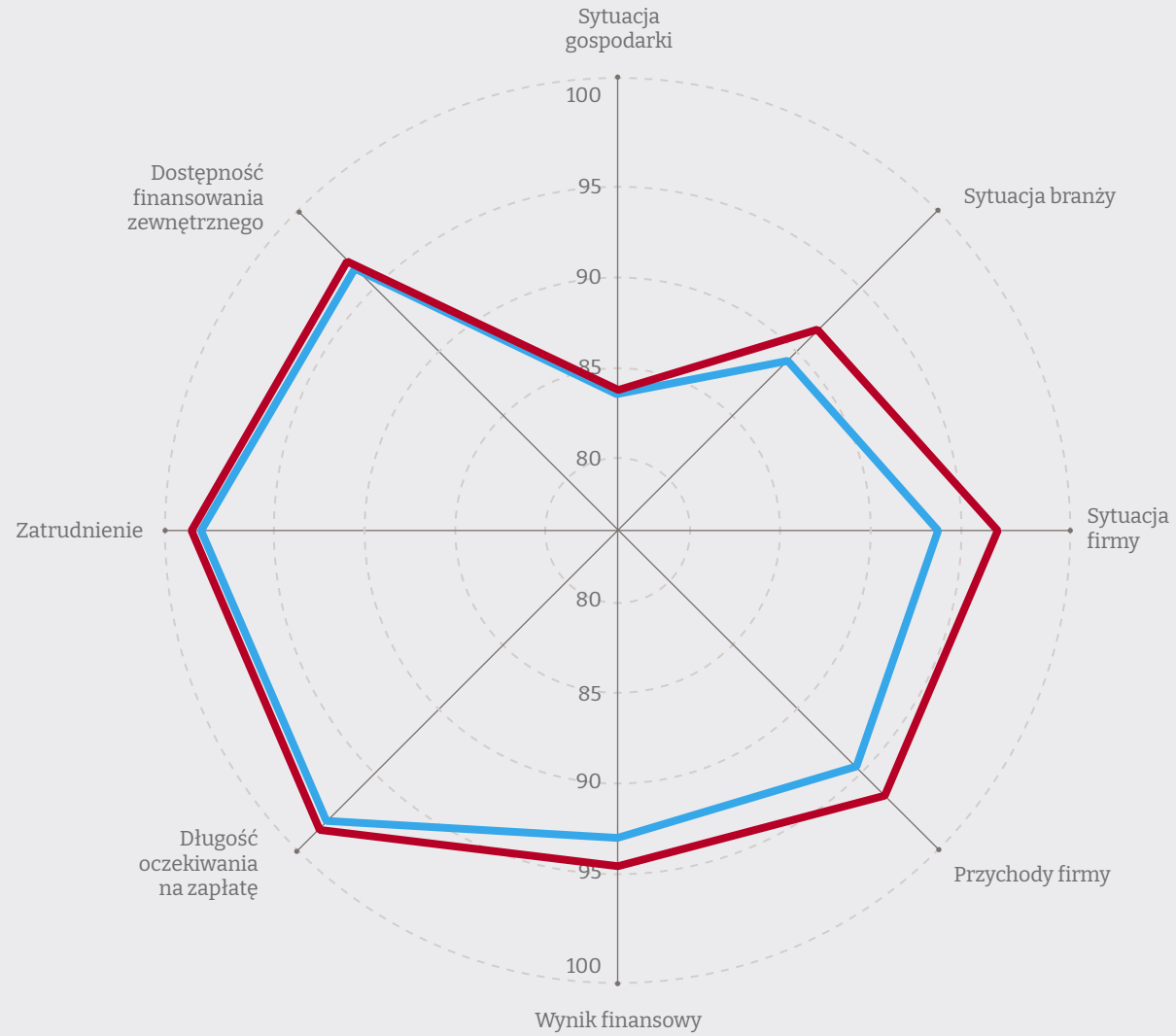
## Miasto Warszawa

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

93,9

93,3

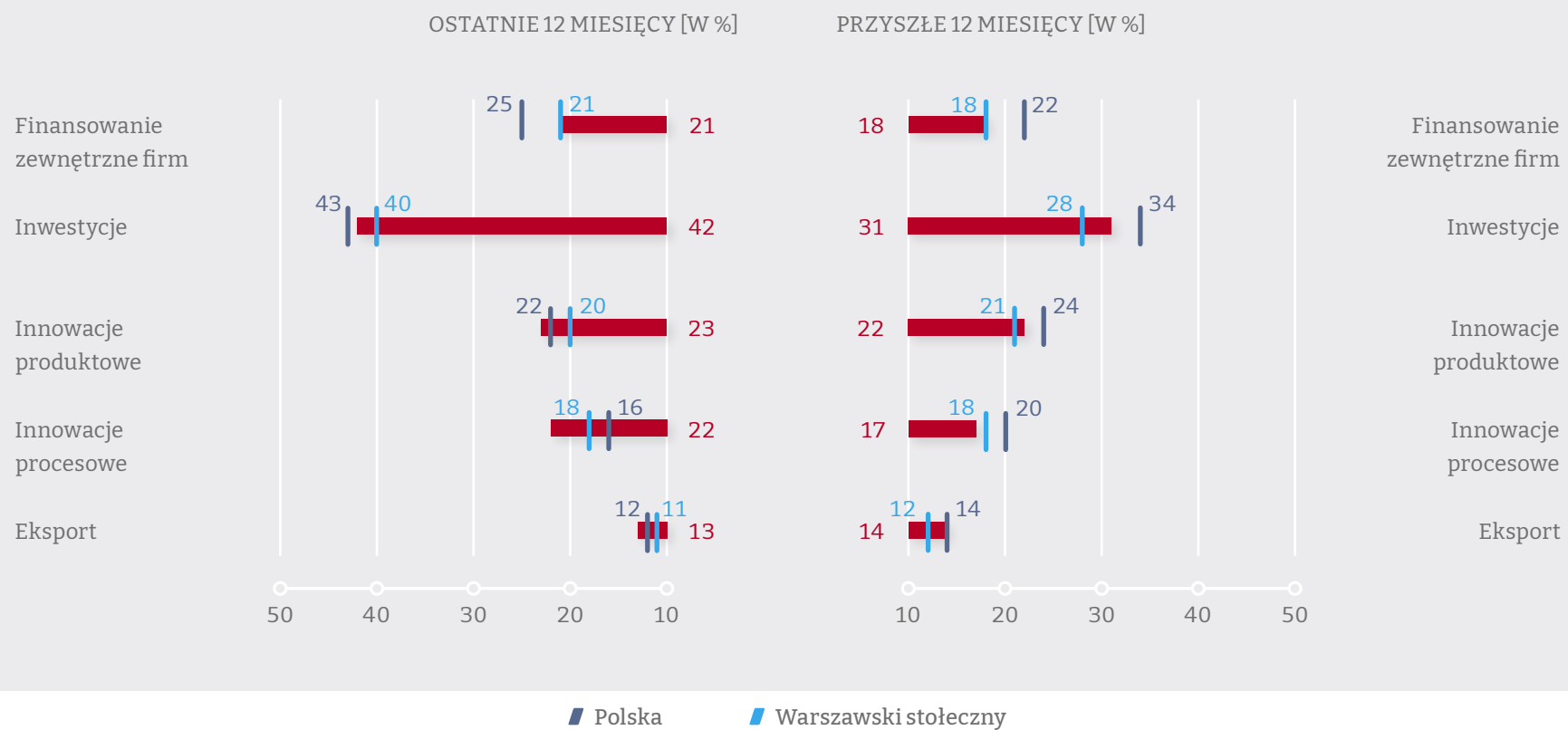
94,7



Warszawski stołeczny

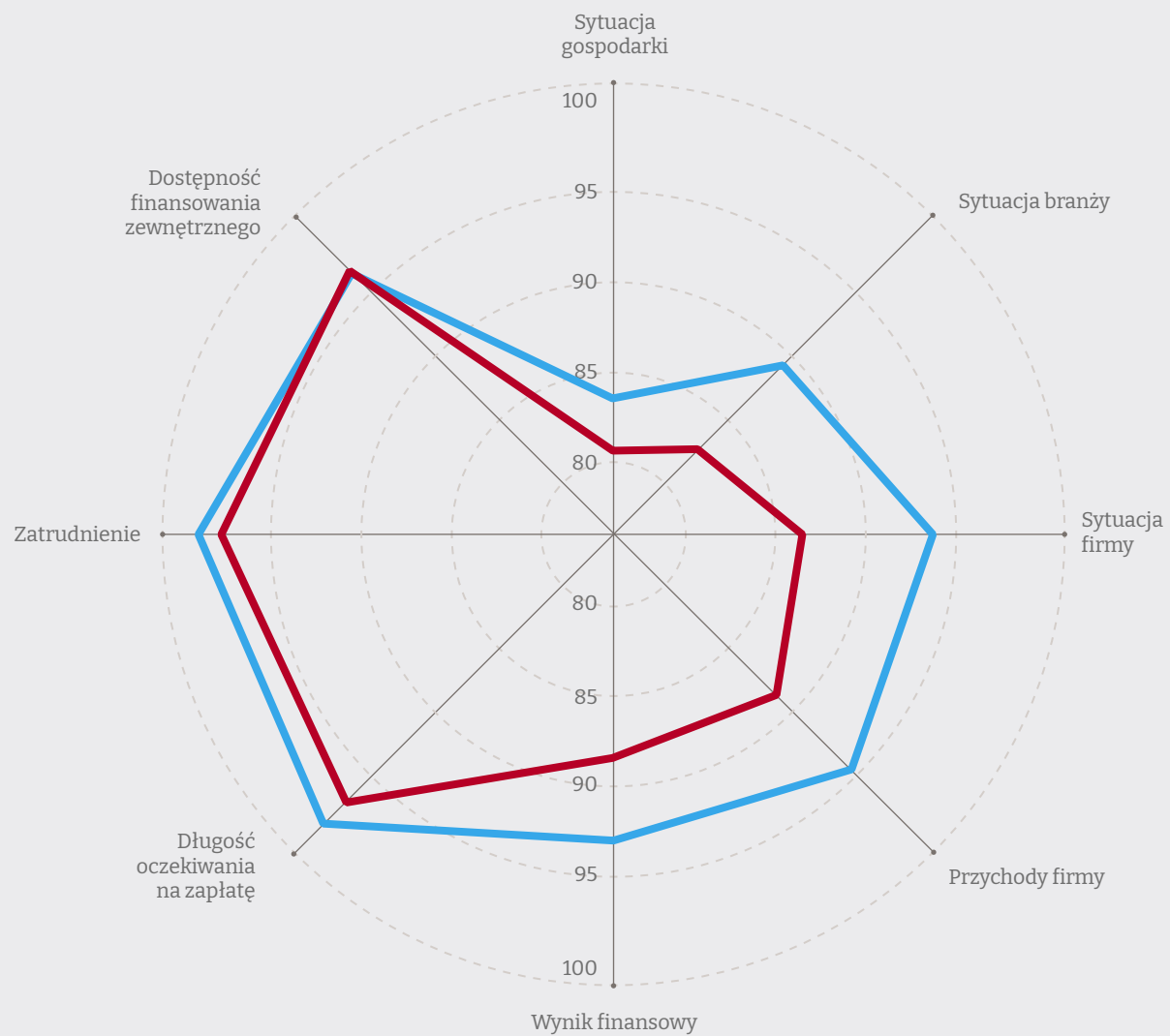
miasto Warszawa

## Miasto Warszawa



## Warszawski wschodni

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

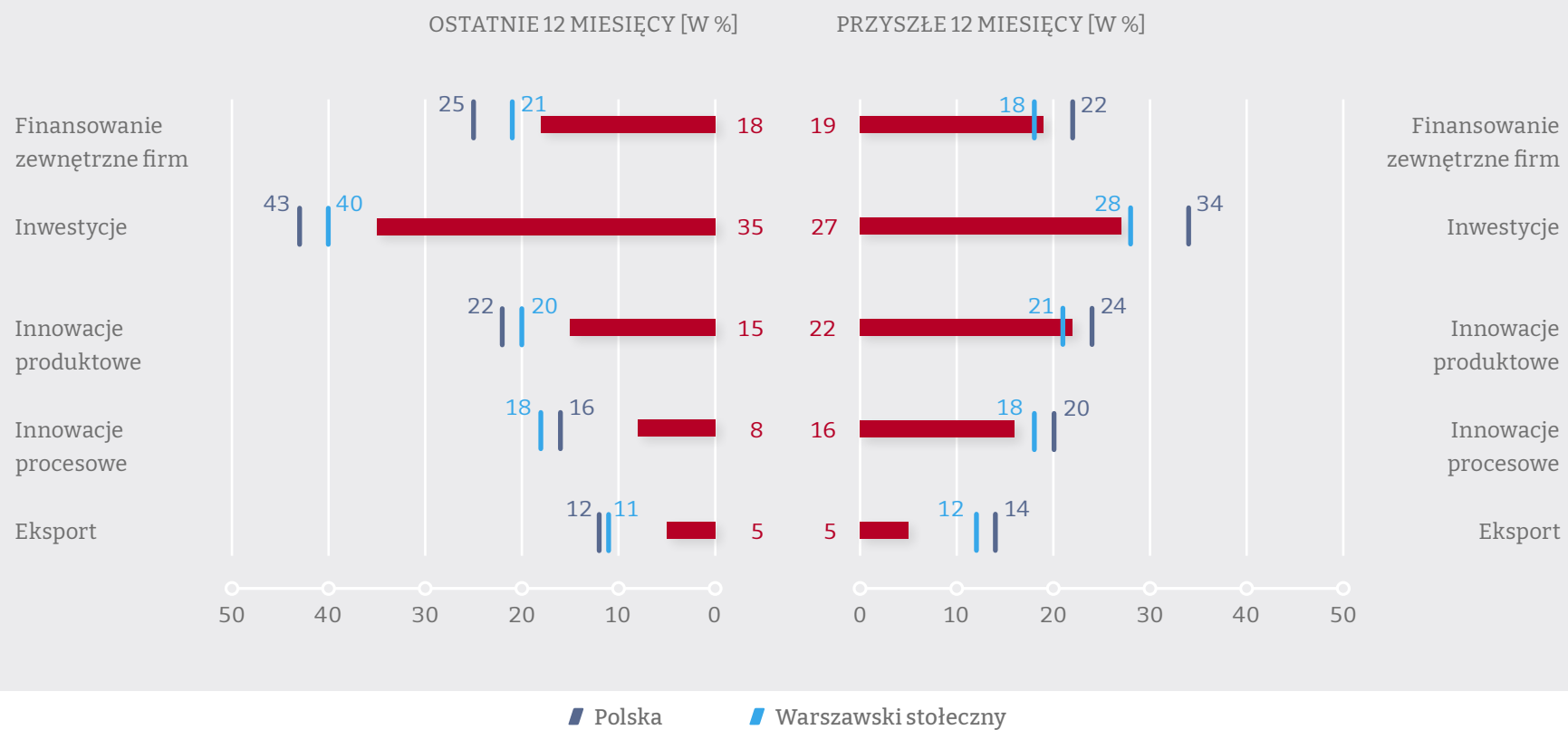


Warszawski stołeczny

warszawski wschodni



## Warszawski wschodni



## Warszawski zachodni

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

93,9

93,3

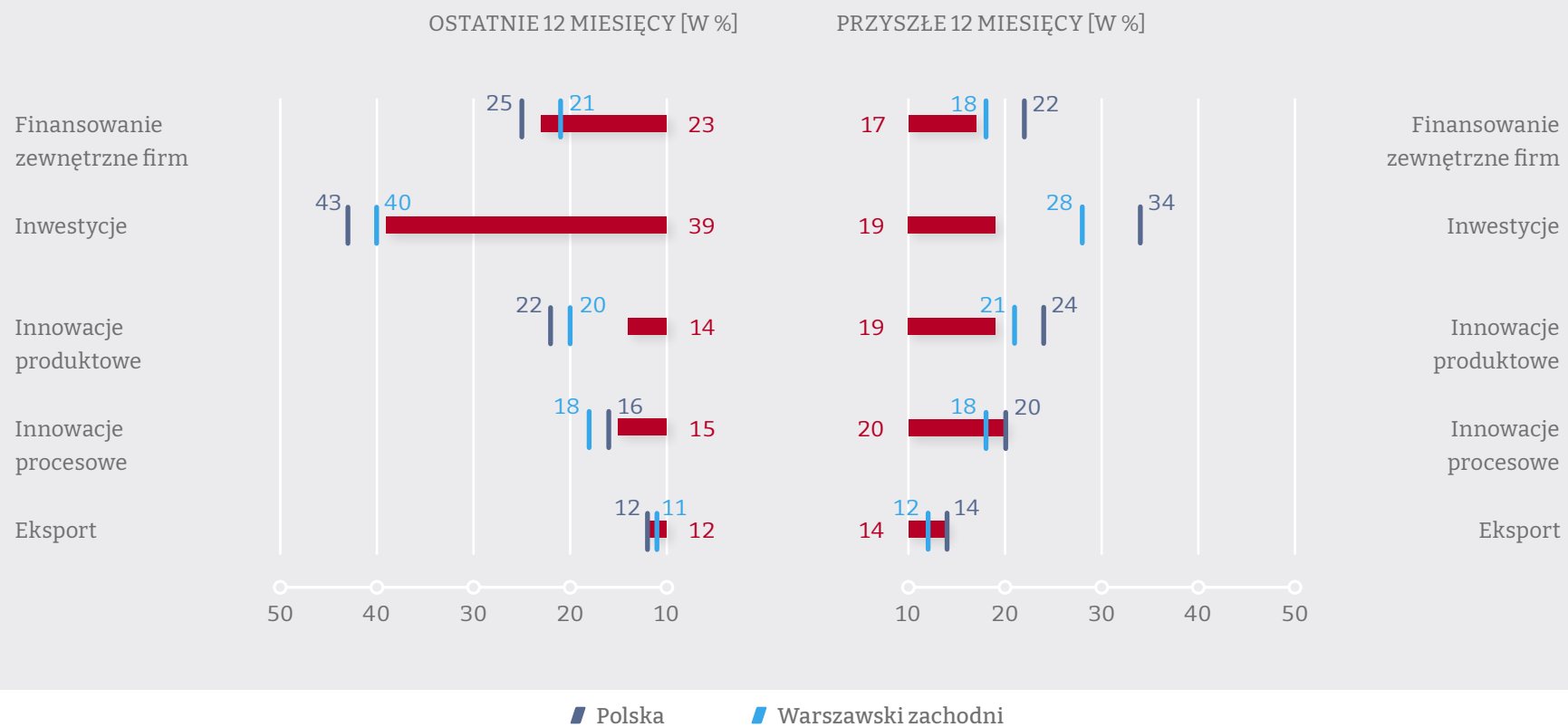
92,5



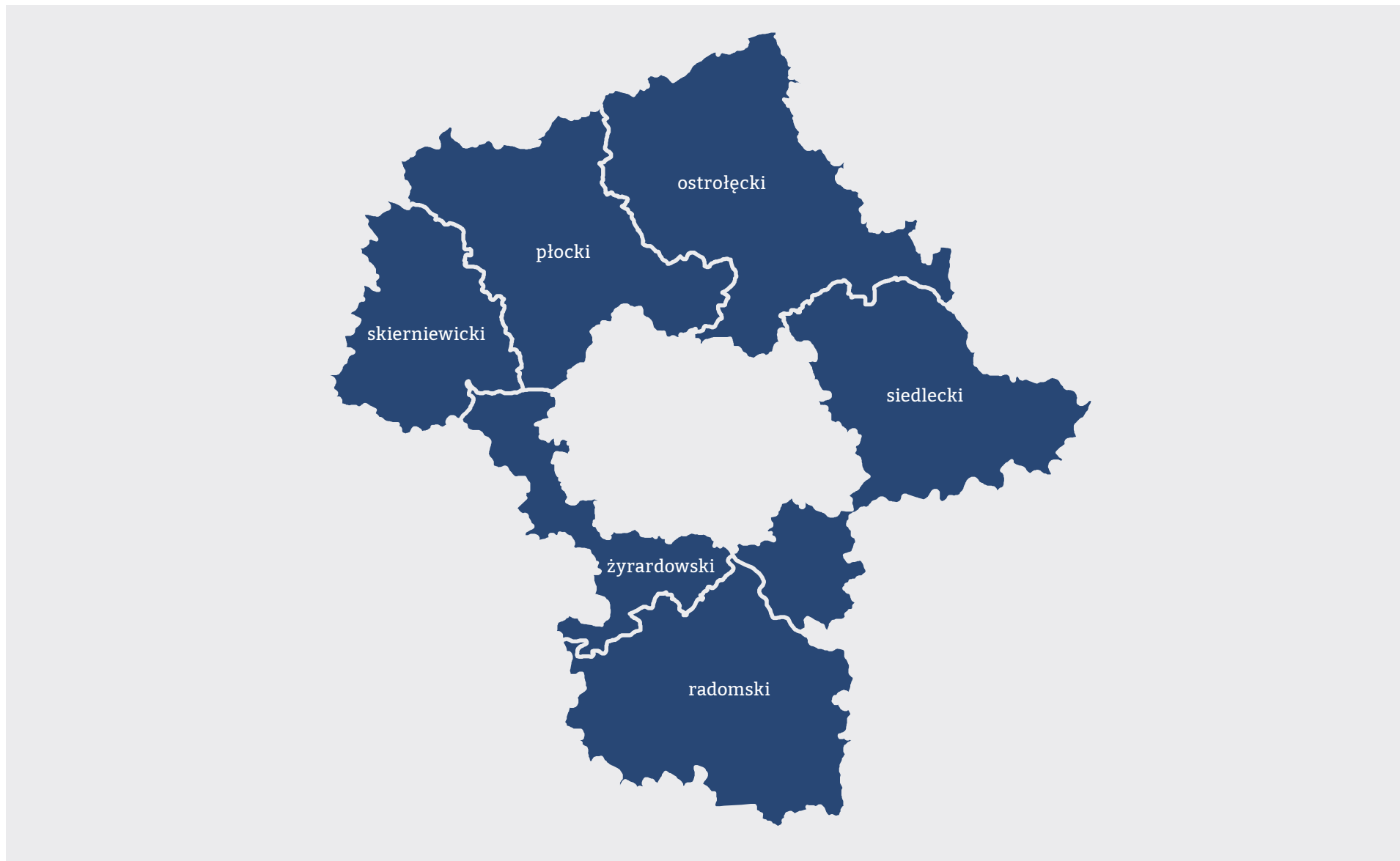
Warszawski stołeczny

warszawski zachodni

## Warszawski zachodni



# Województwo mazowieckie regionalne

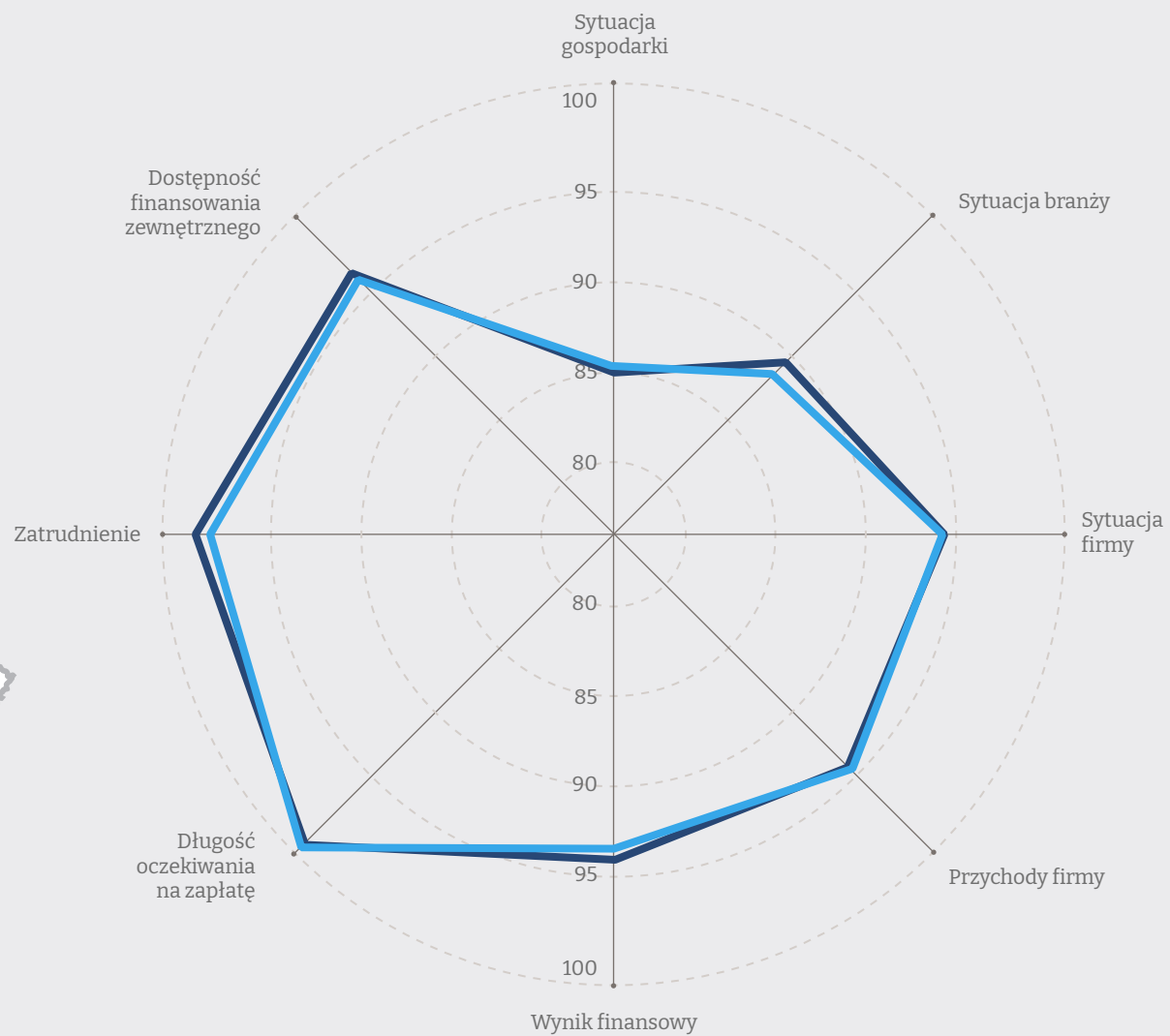


## Województwo mazowieckie regionalne

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

93,9

93,6



■ Polska    ■ województwo mazowieckie regionalne

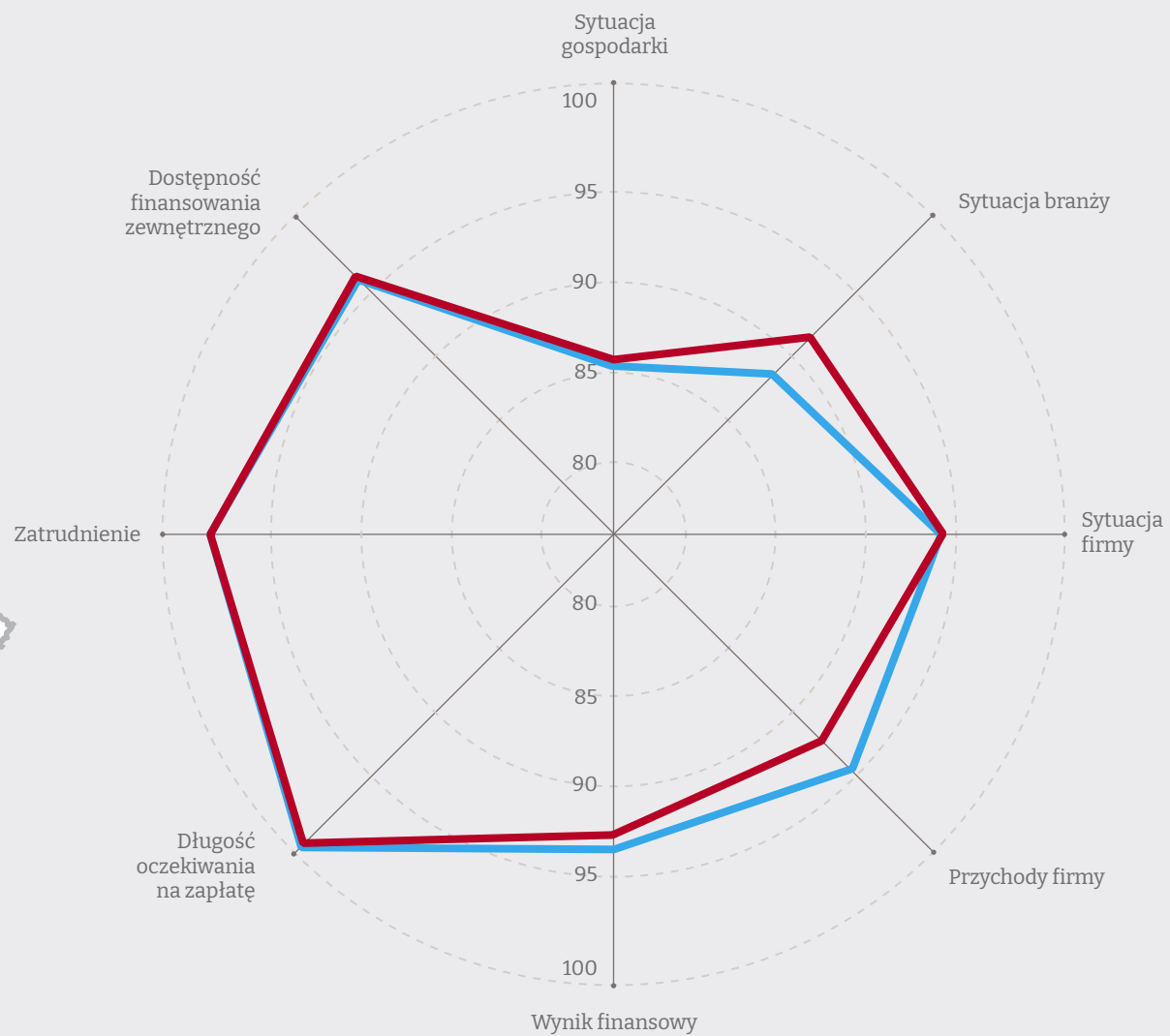
## Region ciechanowski

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

93,9

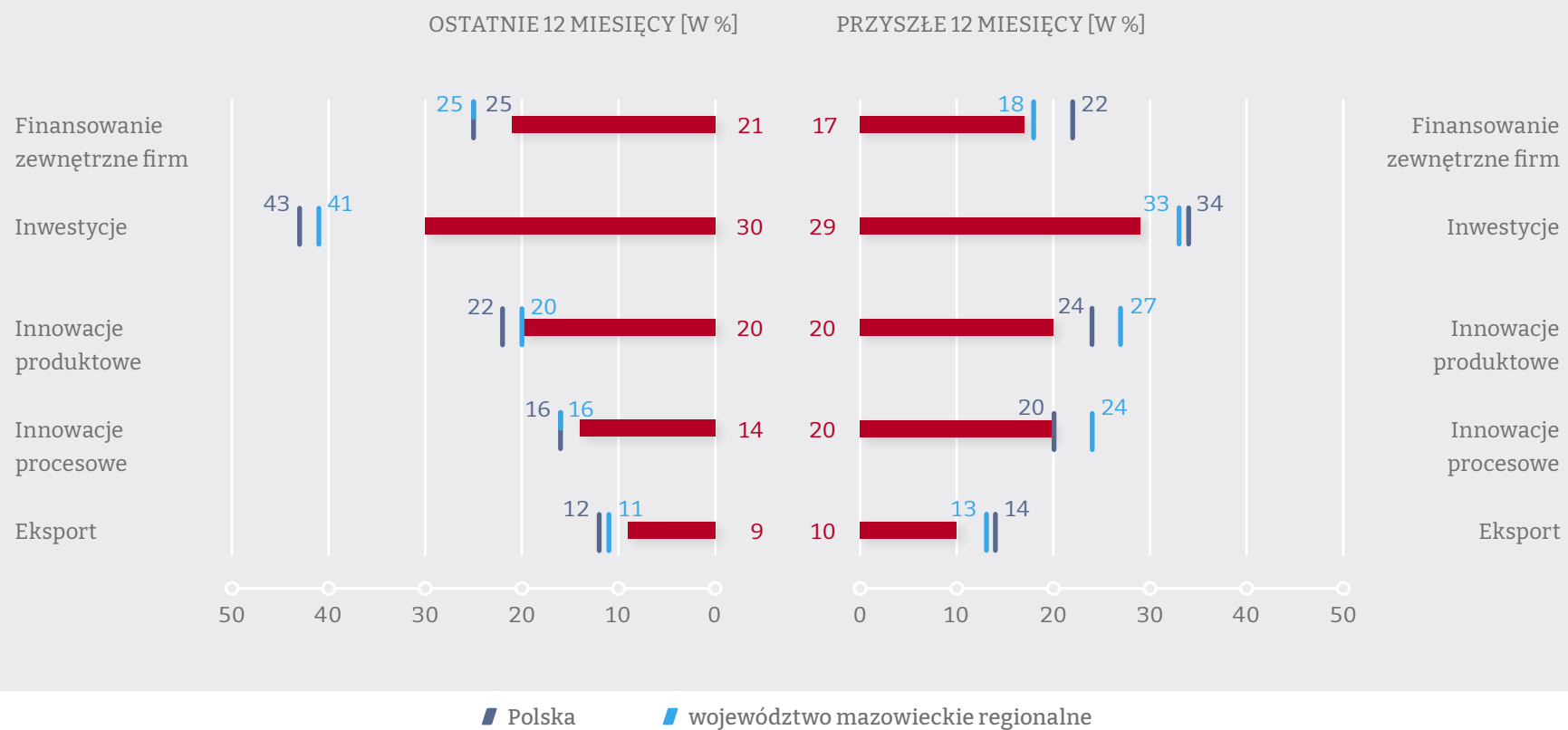
93,6

93,6



województwo mazowieckie regionalne region ciechanowski

## Region ciechanowski



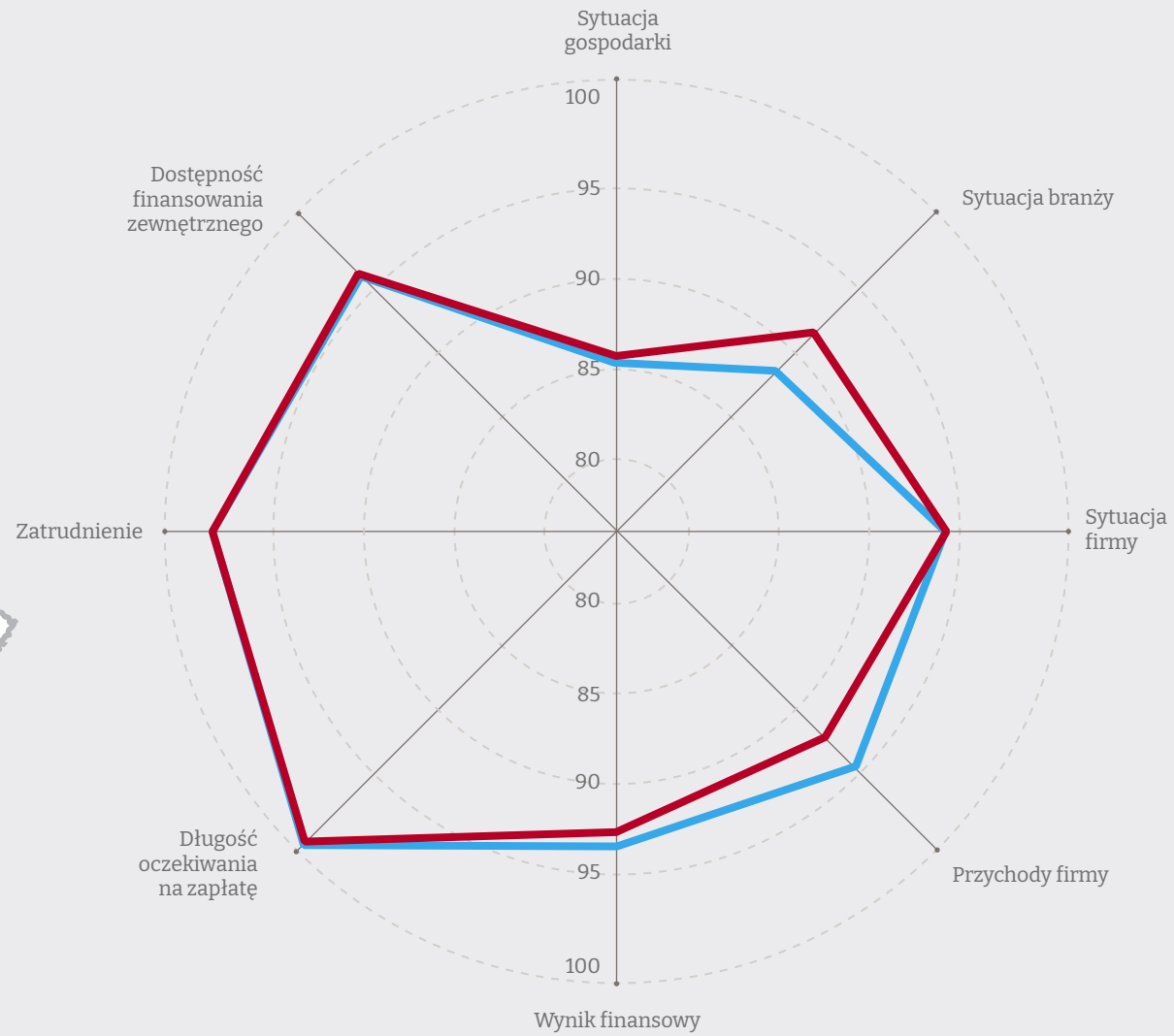
## Region ostrołęcki

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

93,9

93,6

93,6

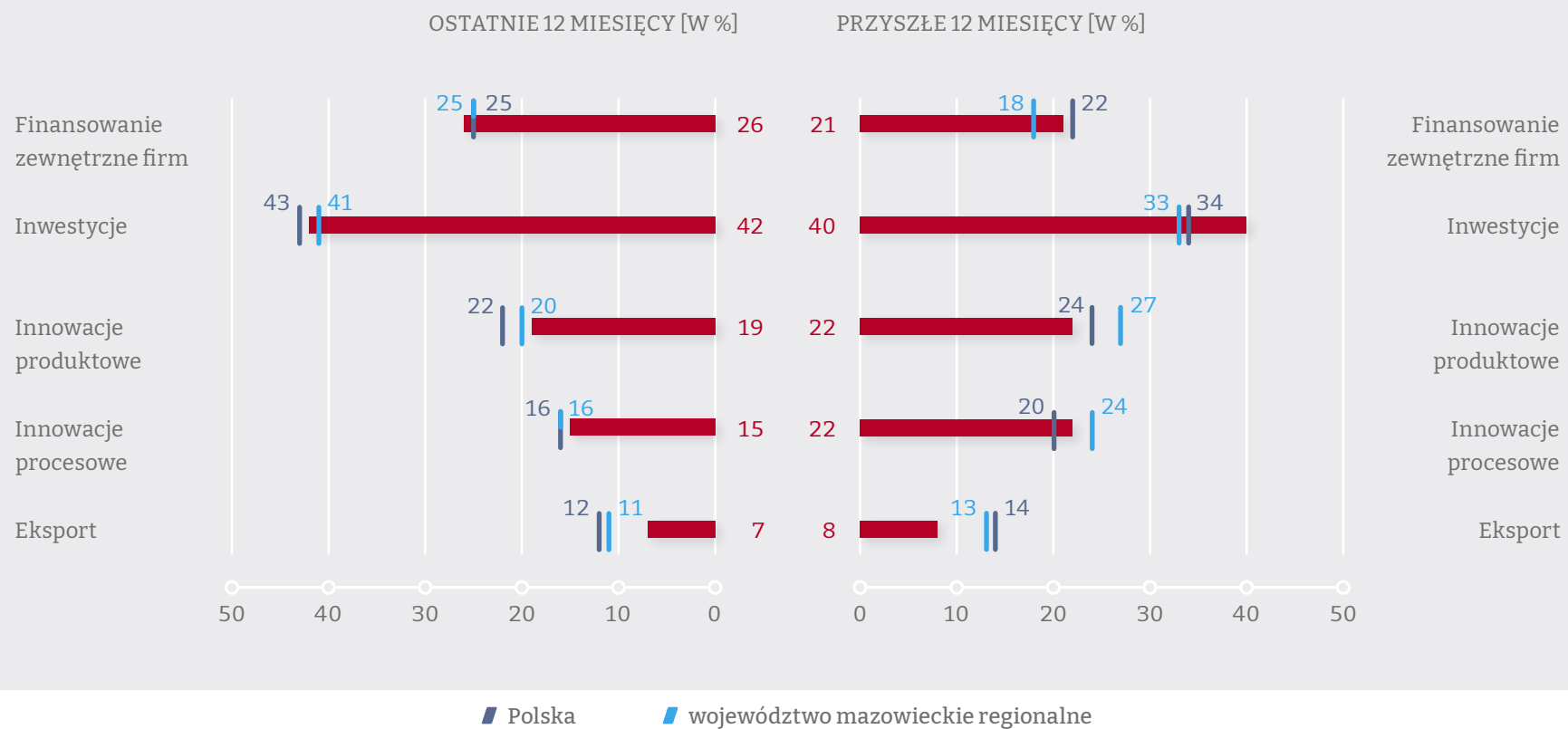


województwo mazowieckie regionalne

region ostrołęcki



## Region ostrołęcki



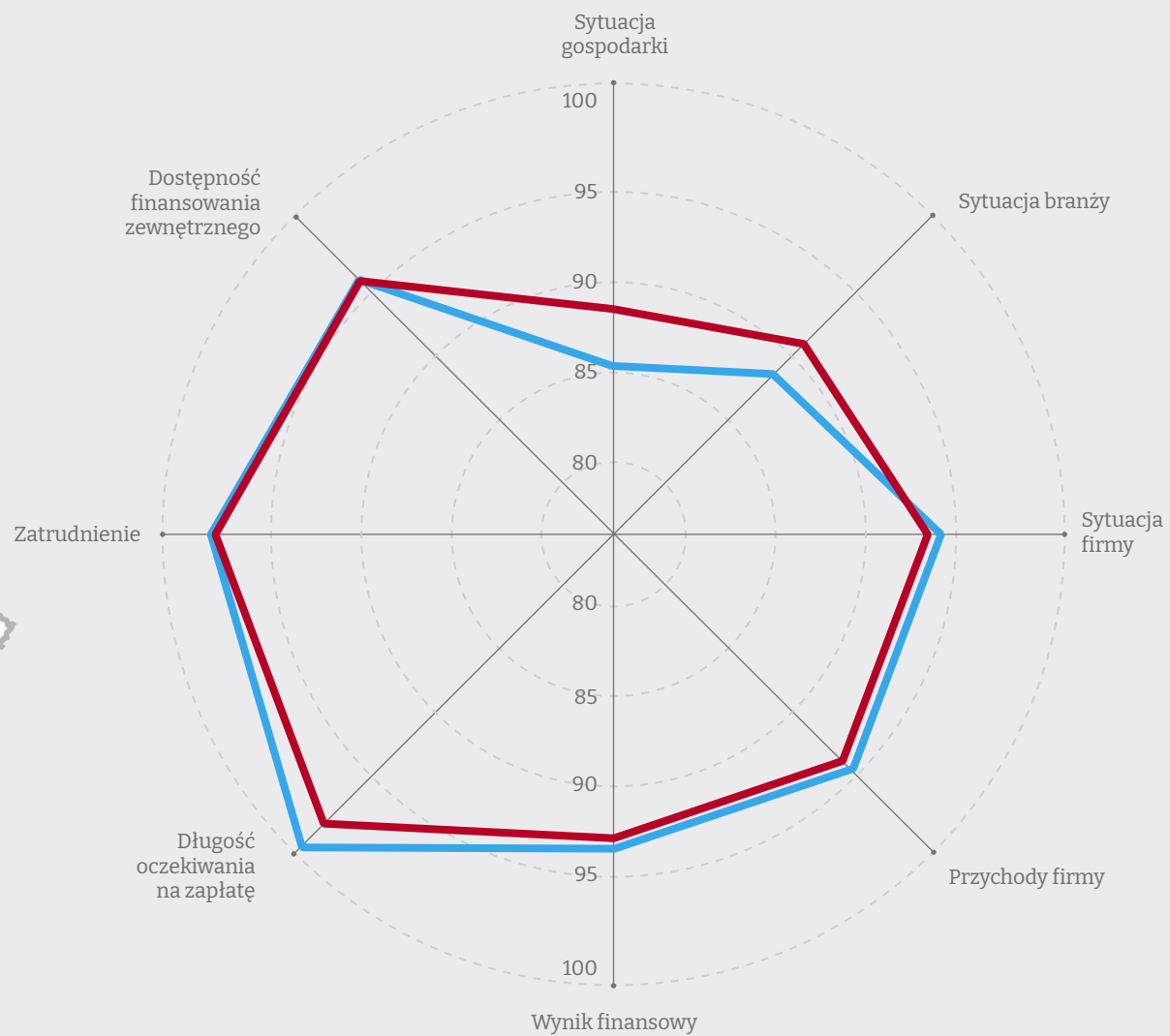
## Region płocki

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

93,9

93,6

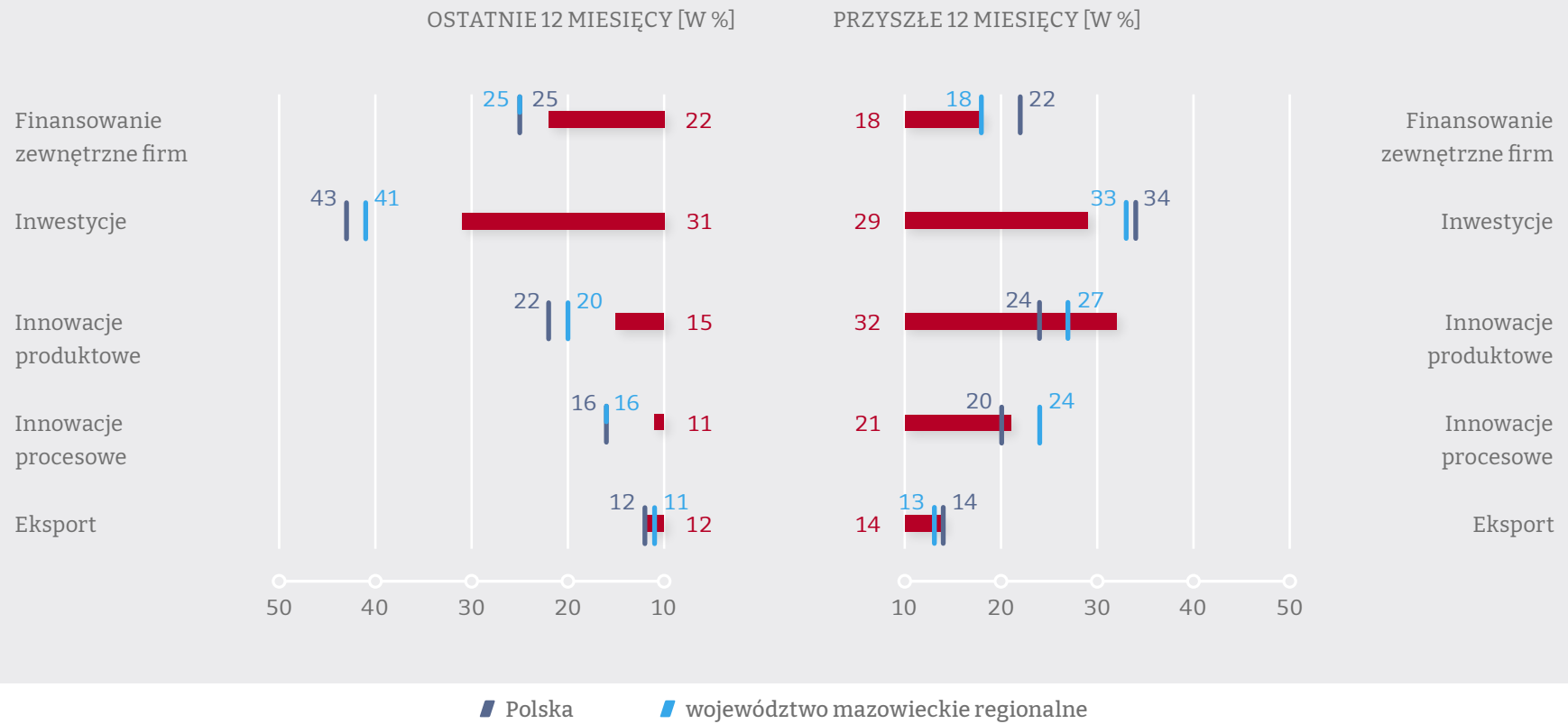
93,8



województwo mazowieckie regionalne

region płocki

## Region płocki



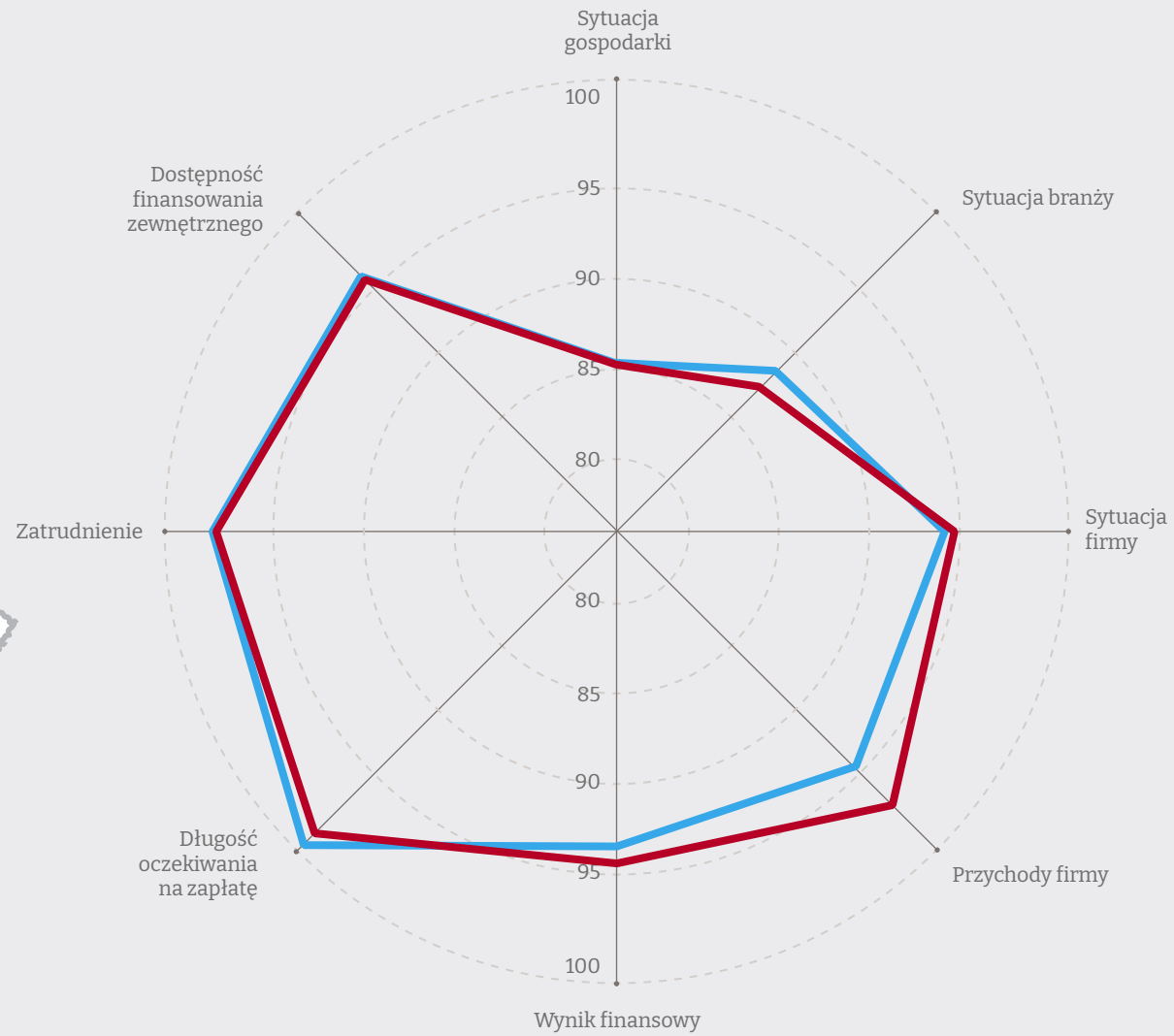
## Region siedlecki

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

93,9

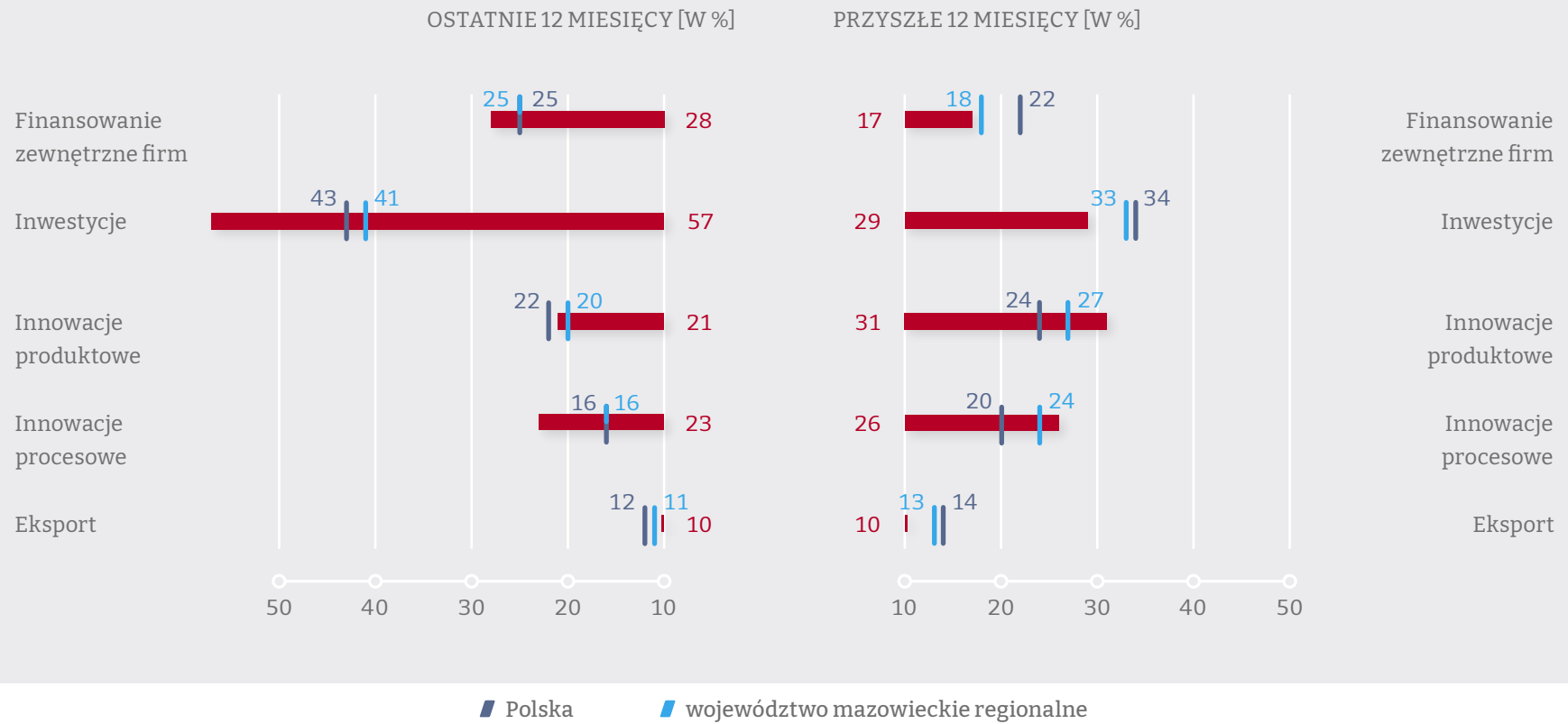
93,6

93,8



województwo mazowieckie regionalne region siedlecki

## Region siedlecki



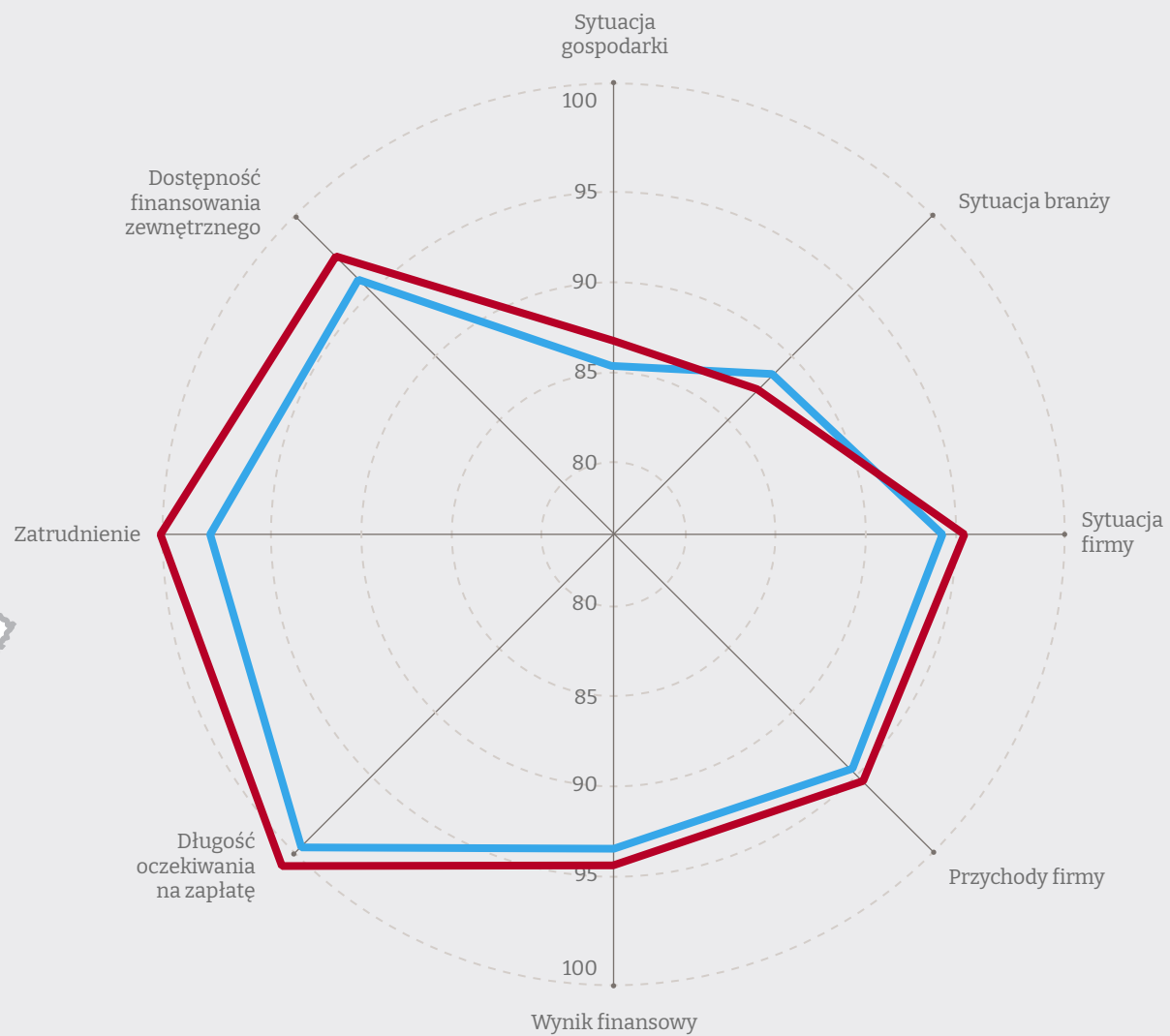
## Region radomski

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

93,9

93,6

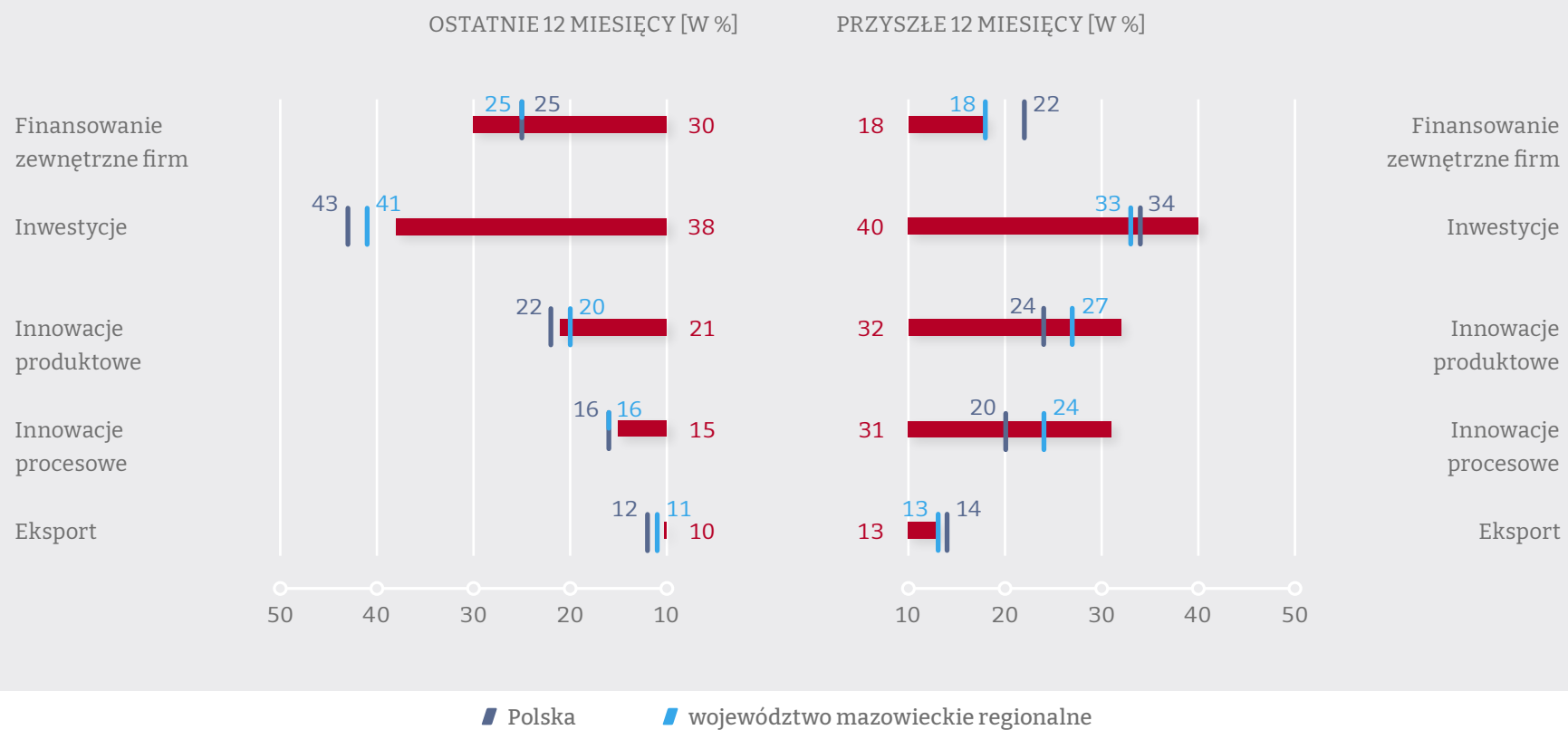
94,6



województwo mazowieckie regionalne

region radomski

## Region radomski



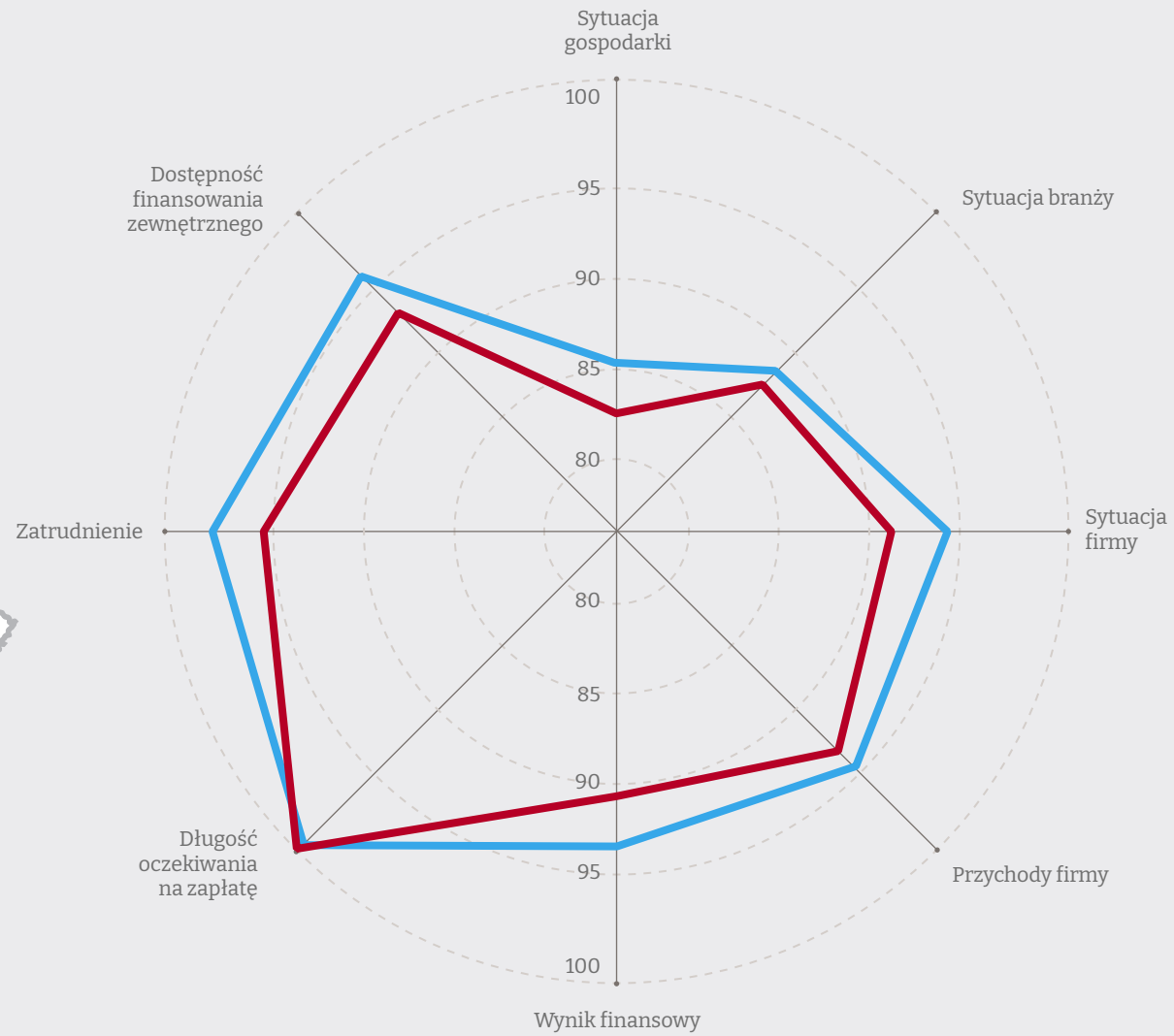
## Region żyrardowski

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

93,9

93,6

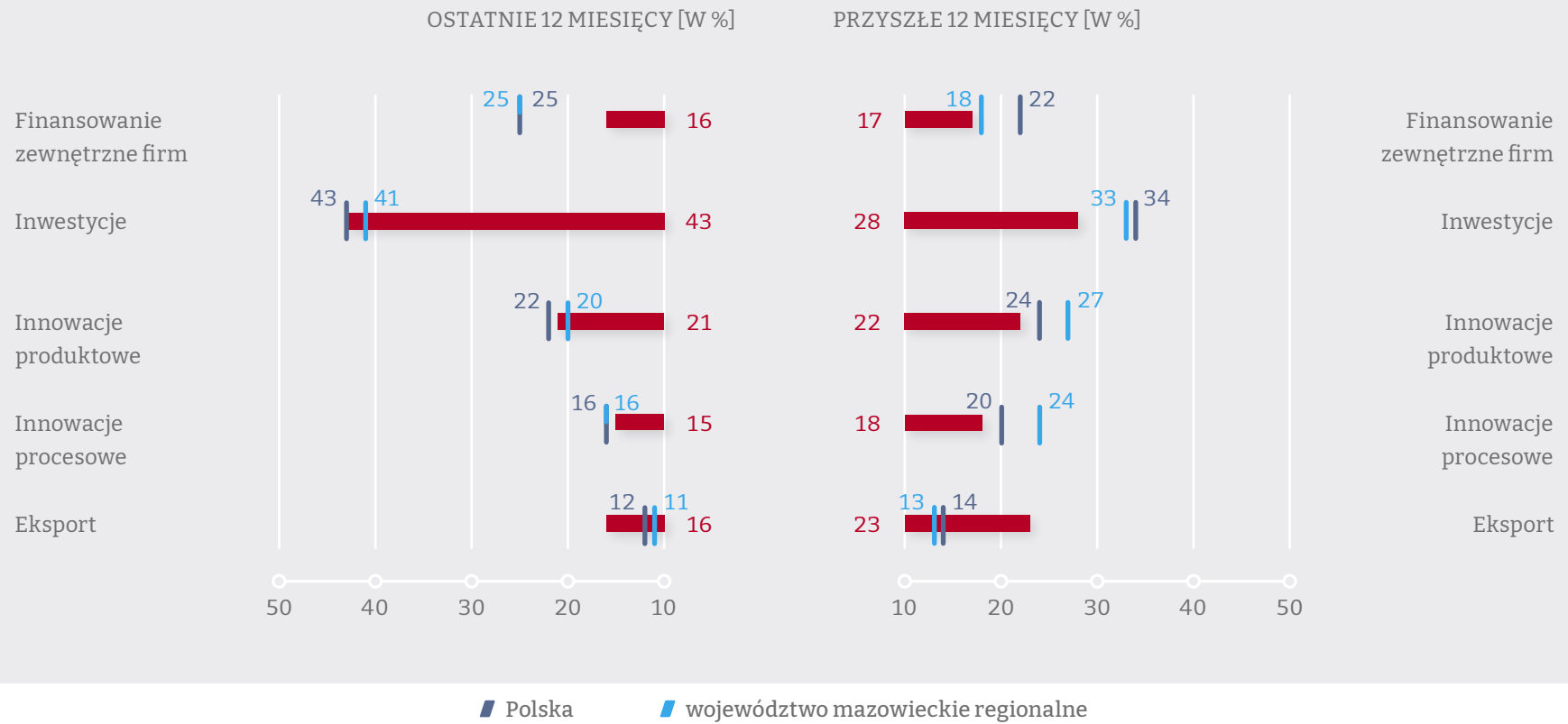
91,7



województwo mazowieckie regionalne region żyrardowski



## Region żyrardowski

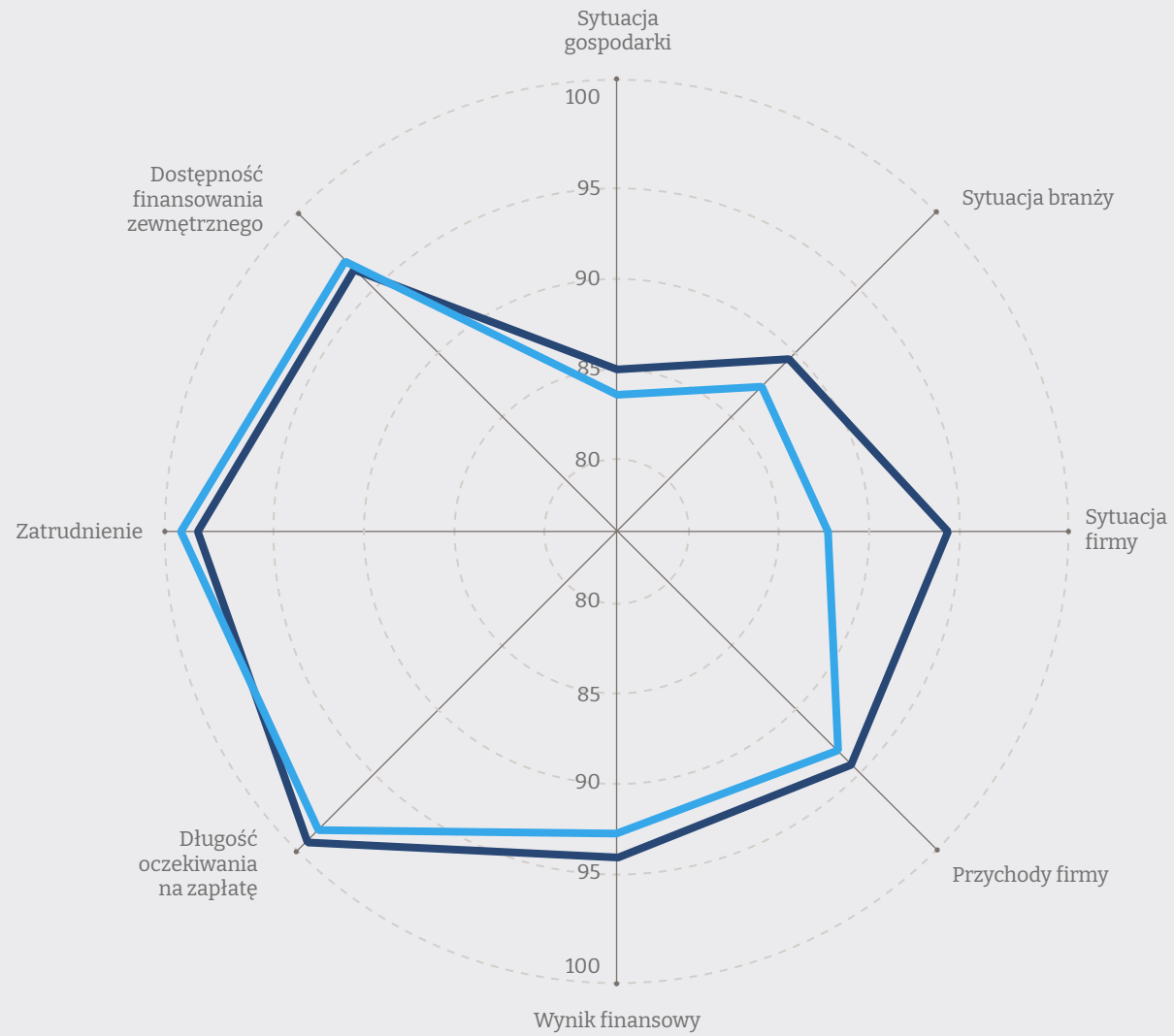
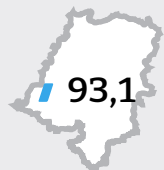


# Województwo opolskie



## Województwo opolskie

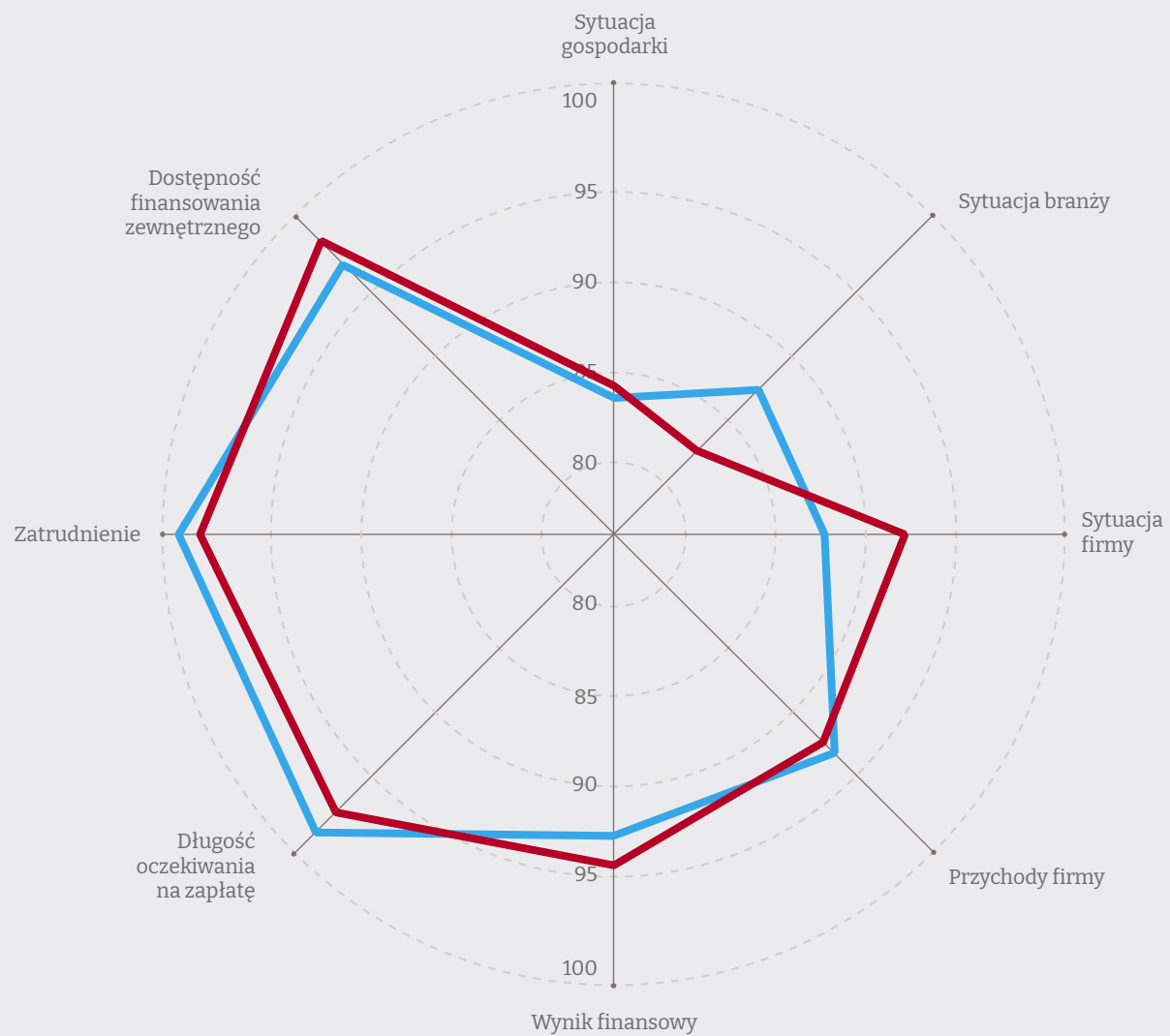
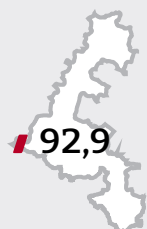
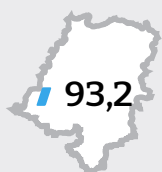
Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP



■ Polska    ■ województwo opolskie

## Region nyski

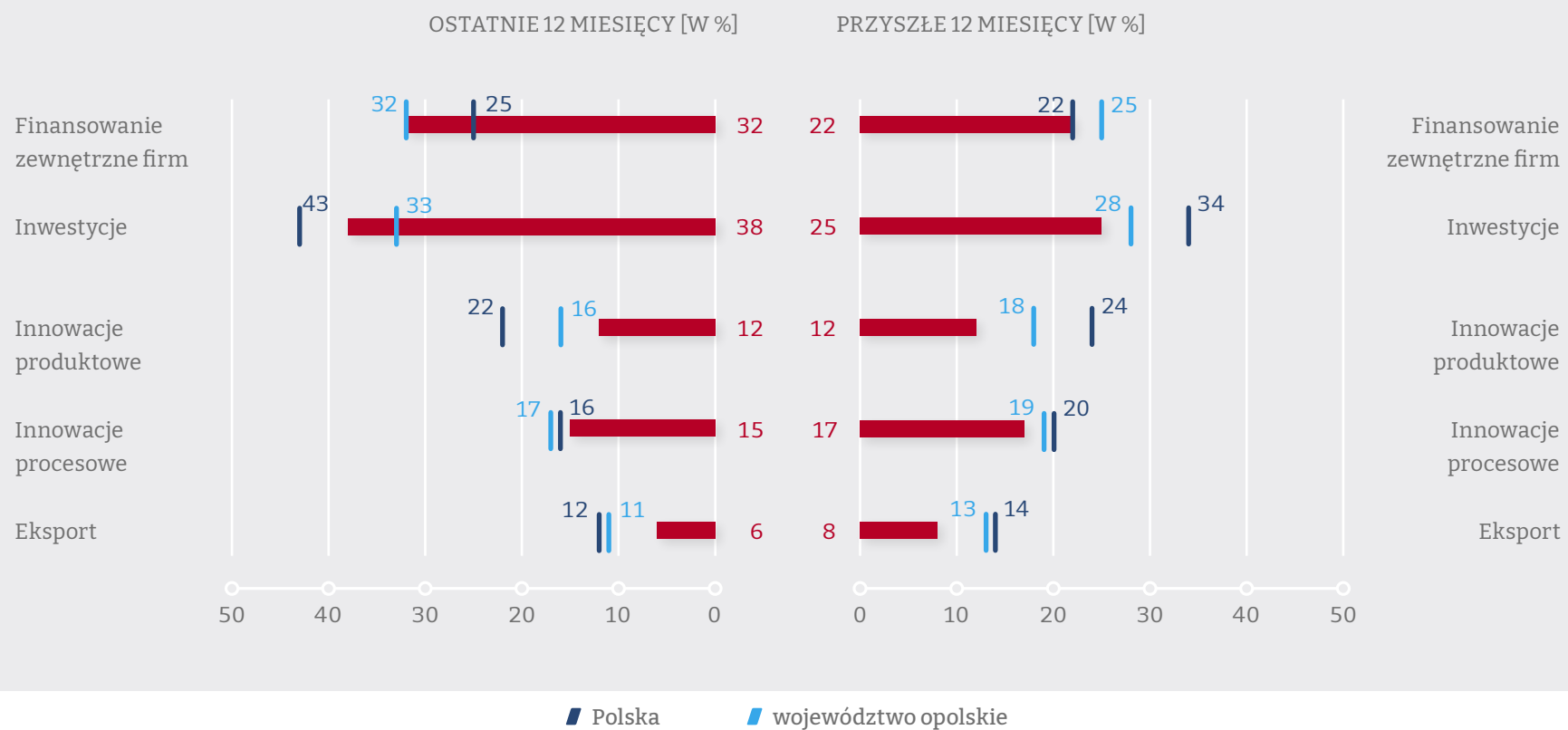
Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP



województwo opolskie

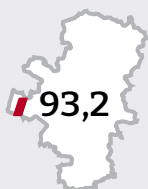
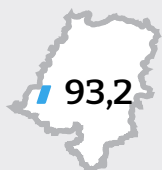
region nyski

## Region nyski



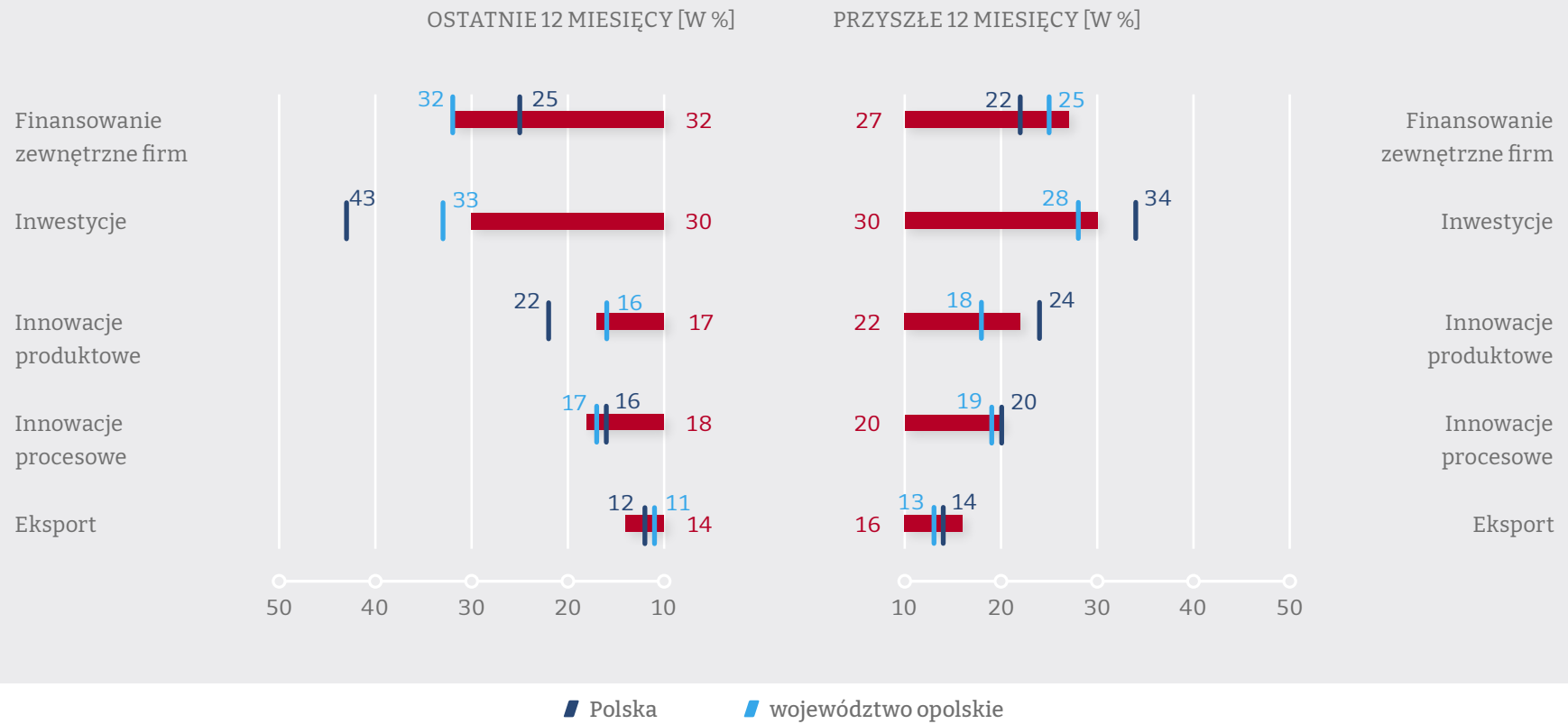
## Region opolski

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

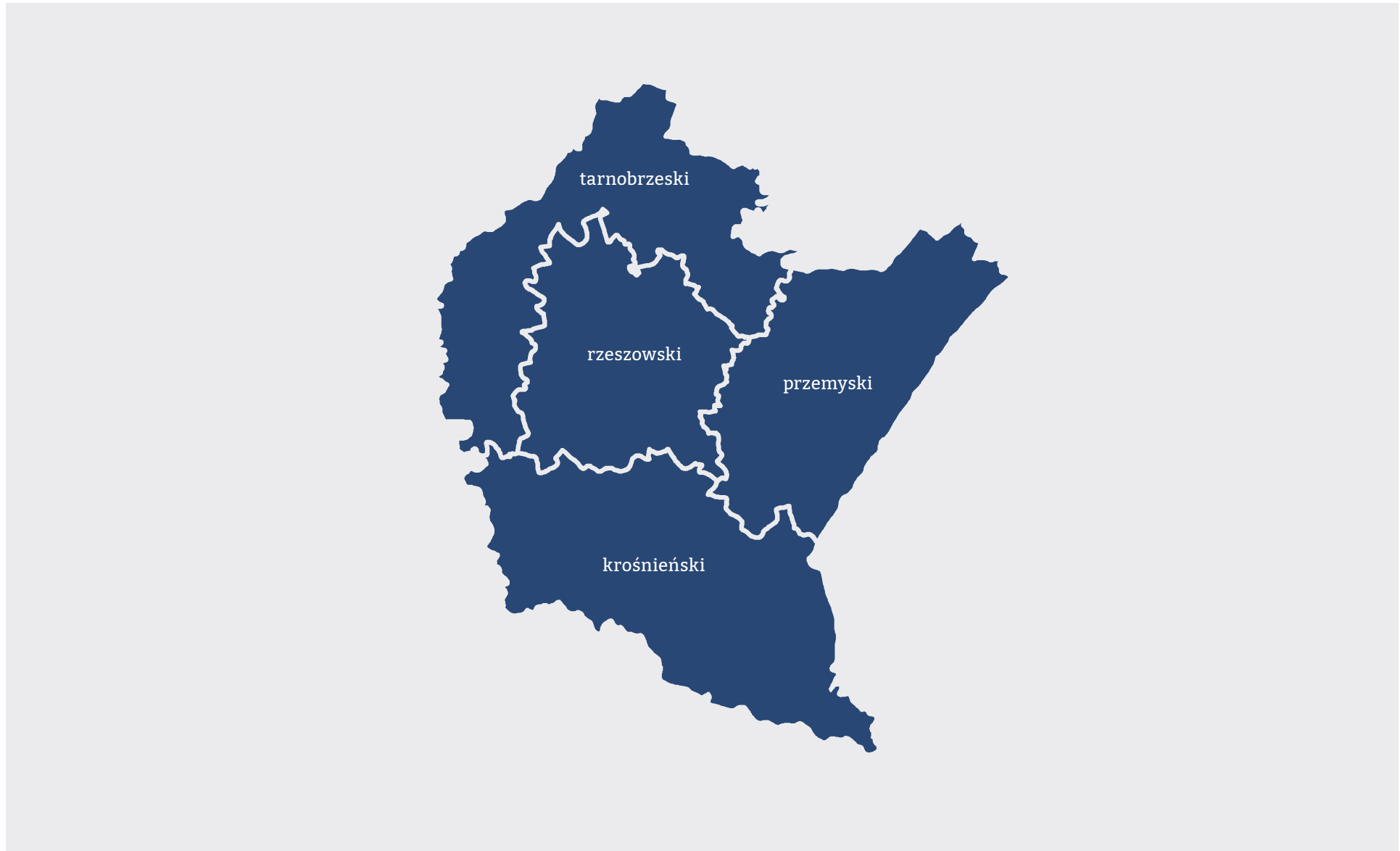


województwo opolskie region opolski

## Region opolski



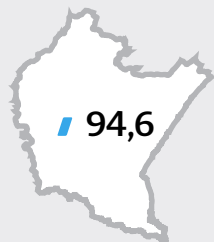
# Województwo podkarpackie





## Województwo podkarpackie

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP



■ Polska    ■ województwo podkarpackie

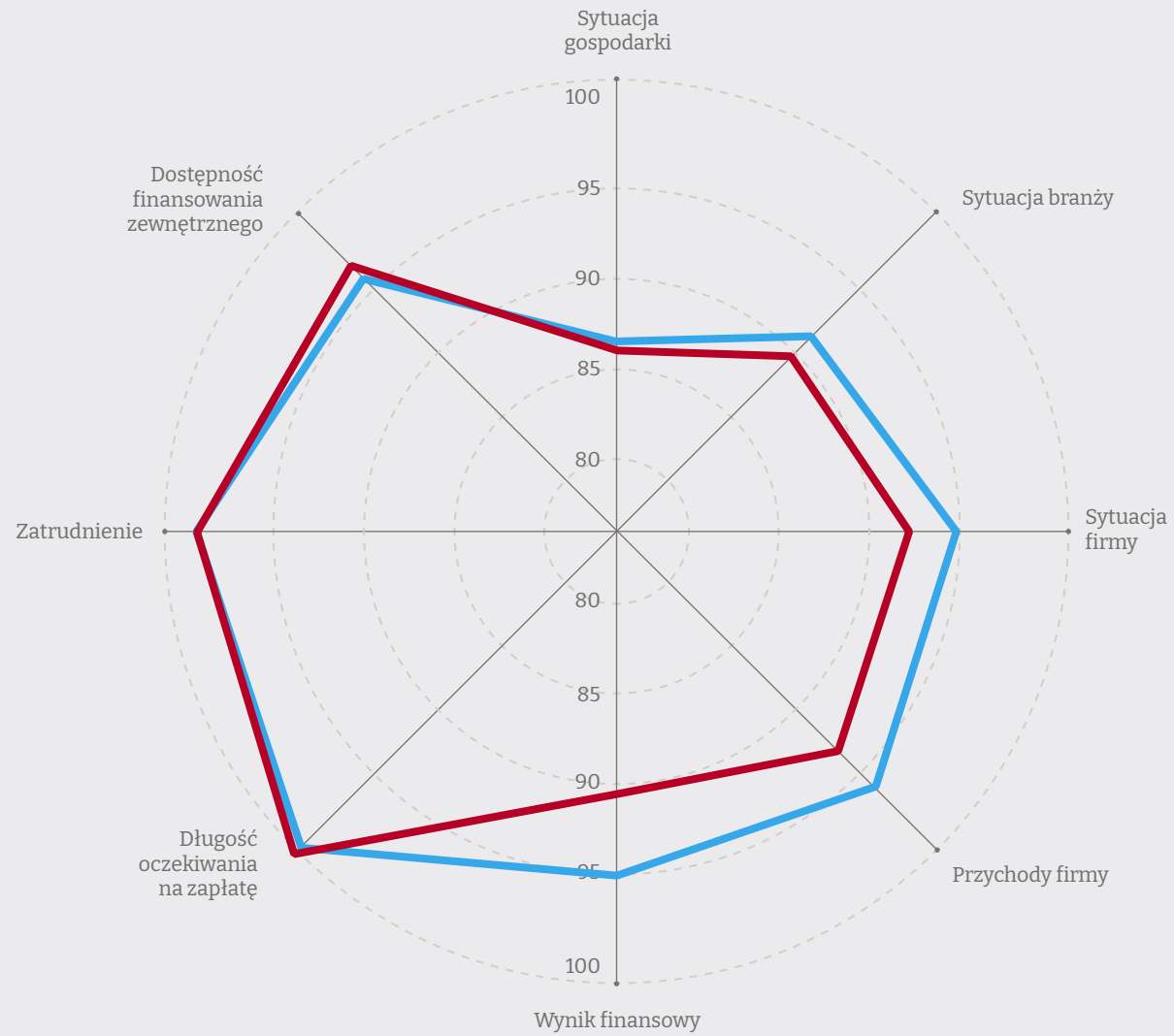
## Region krośnieński

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

93,9

94,6

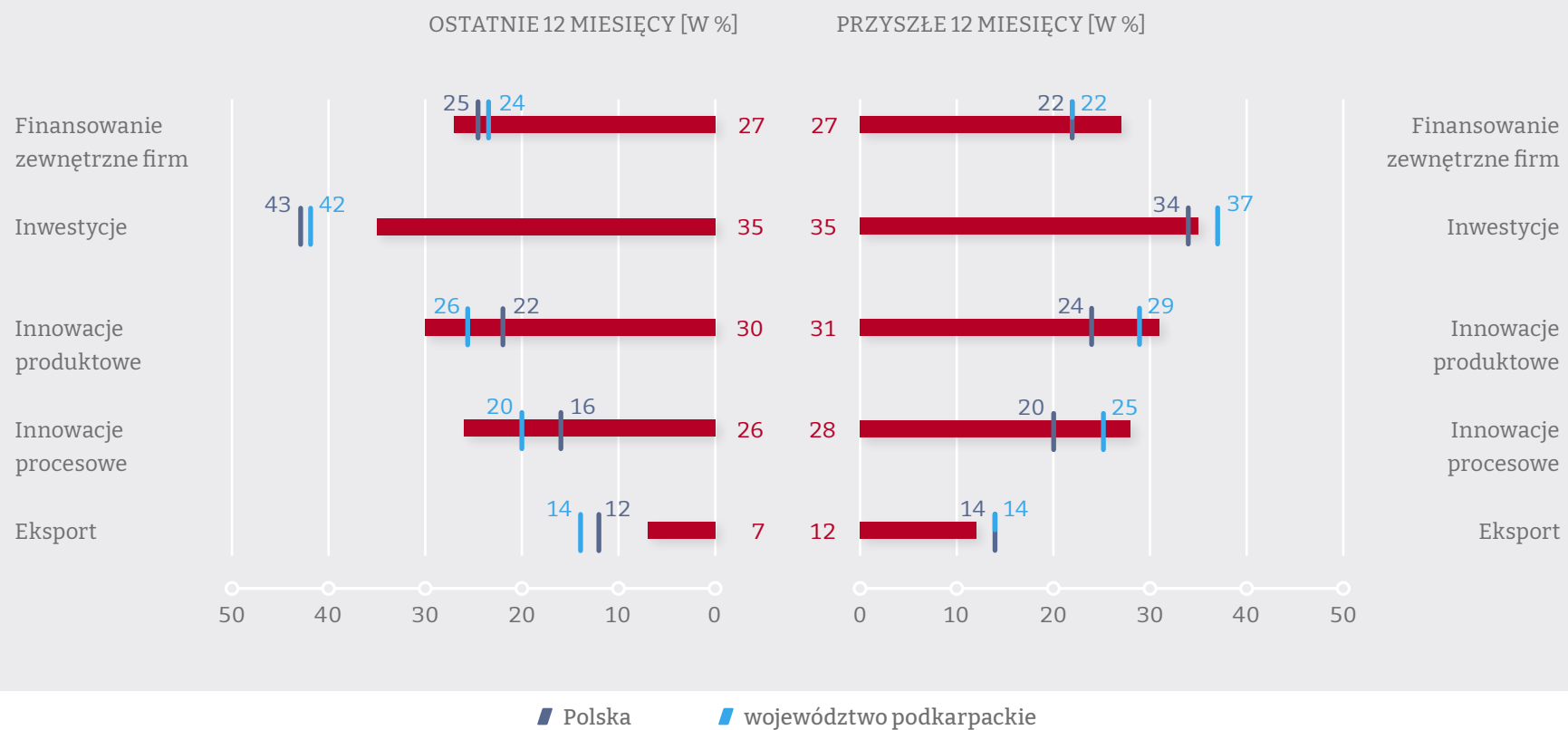
93,3



województwo podkarpackie

region krośnieński

## Region krośnieński



## Region przemyski

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

93,9

94,6

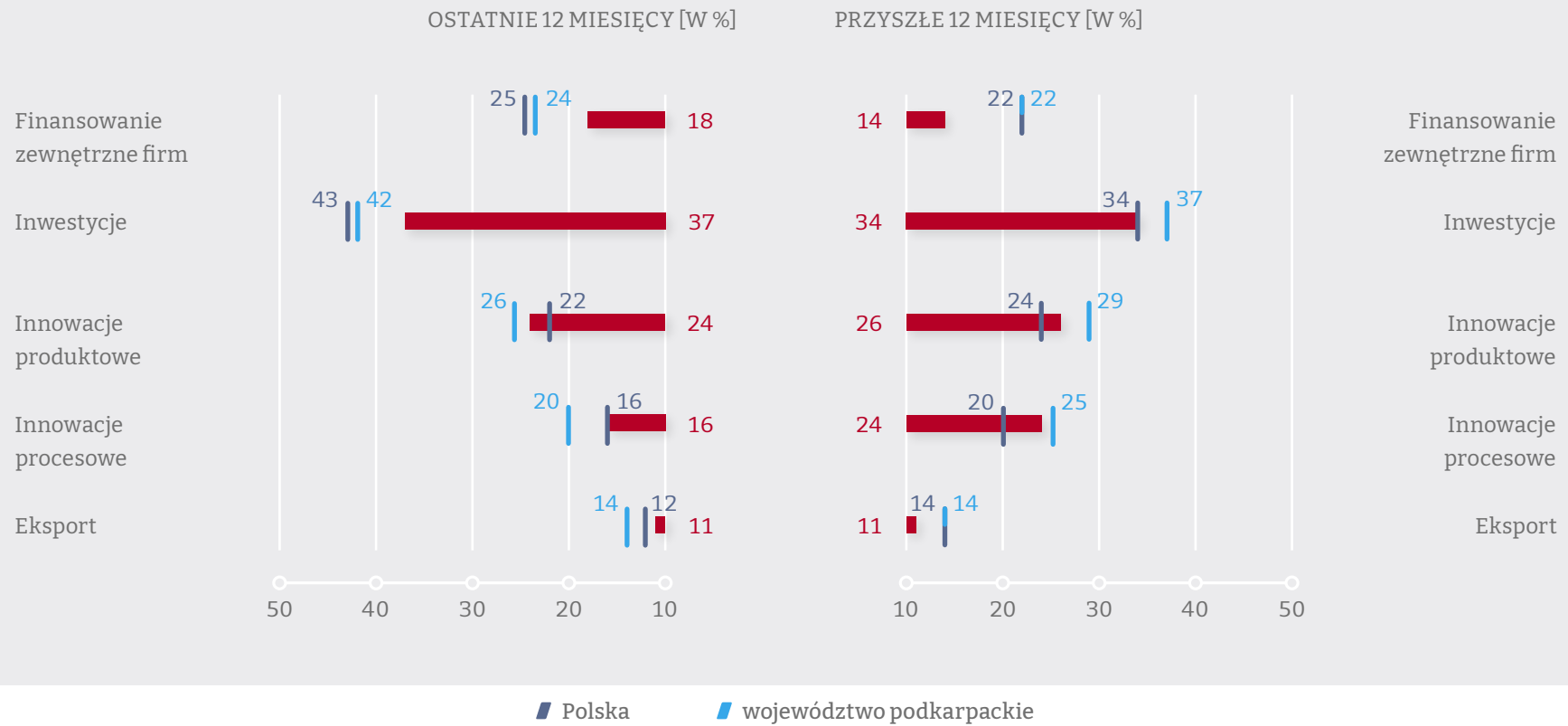
90,7



województwo podkarpackie

region przemyski

## Region przemyski



## Region rzeszowski

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

93,9

94,6

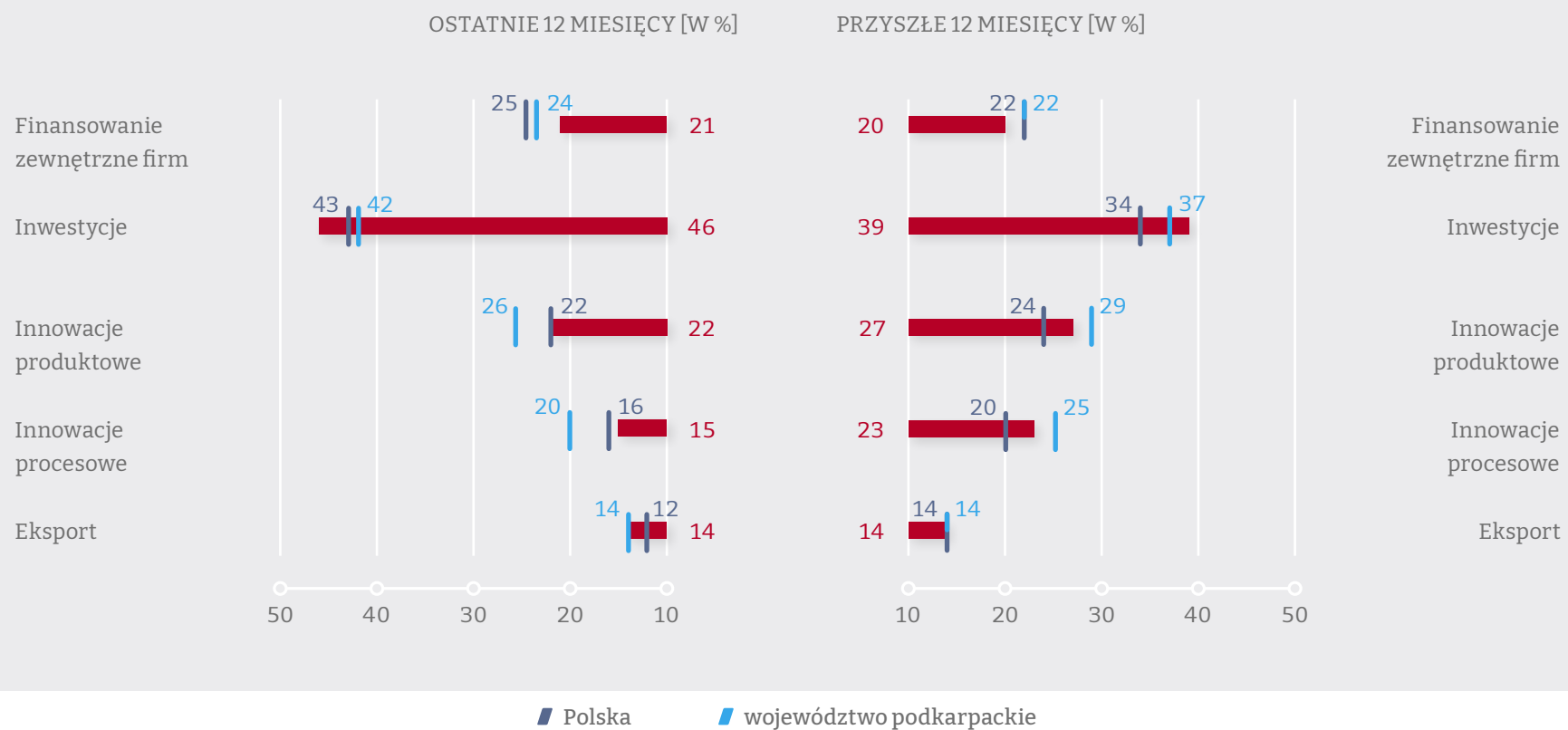
96,1



województwo podkarpackie

region rzeszowski

## Region rzeszowski



## Region tarnobrzeski

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

93,9

94,6

96,3

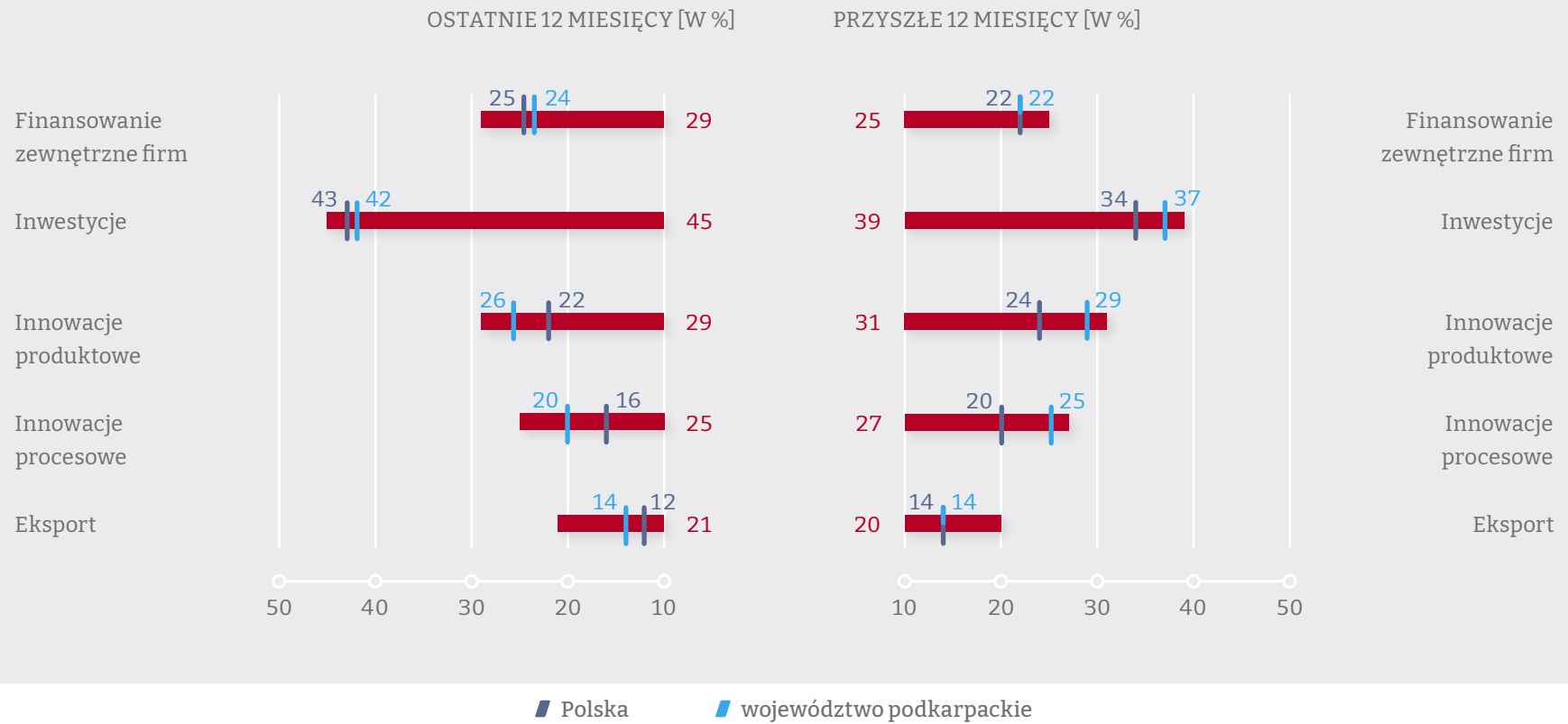


województwo podkarpackie

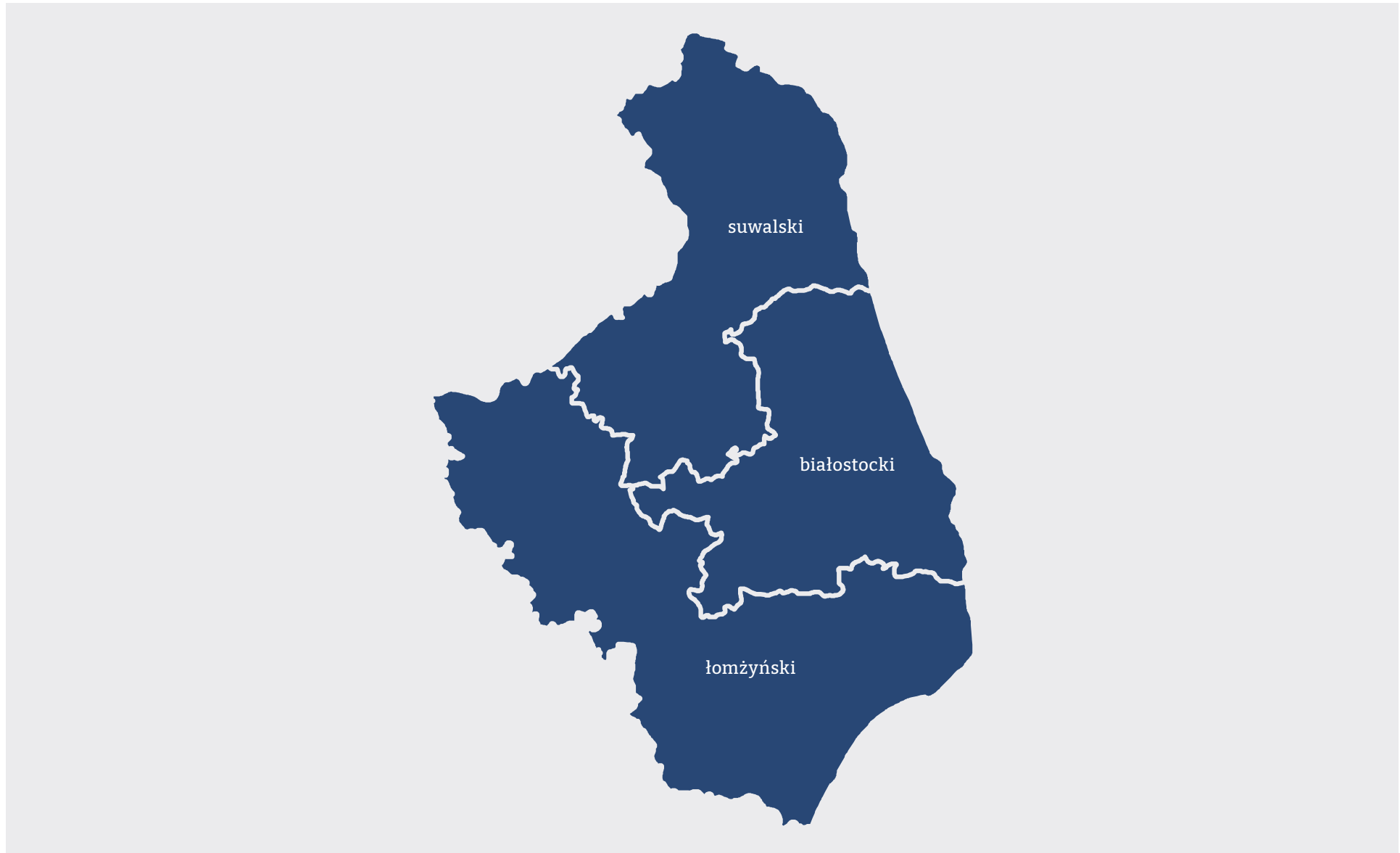
region tarnobrzeski



## Region tarnobrzeski

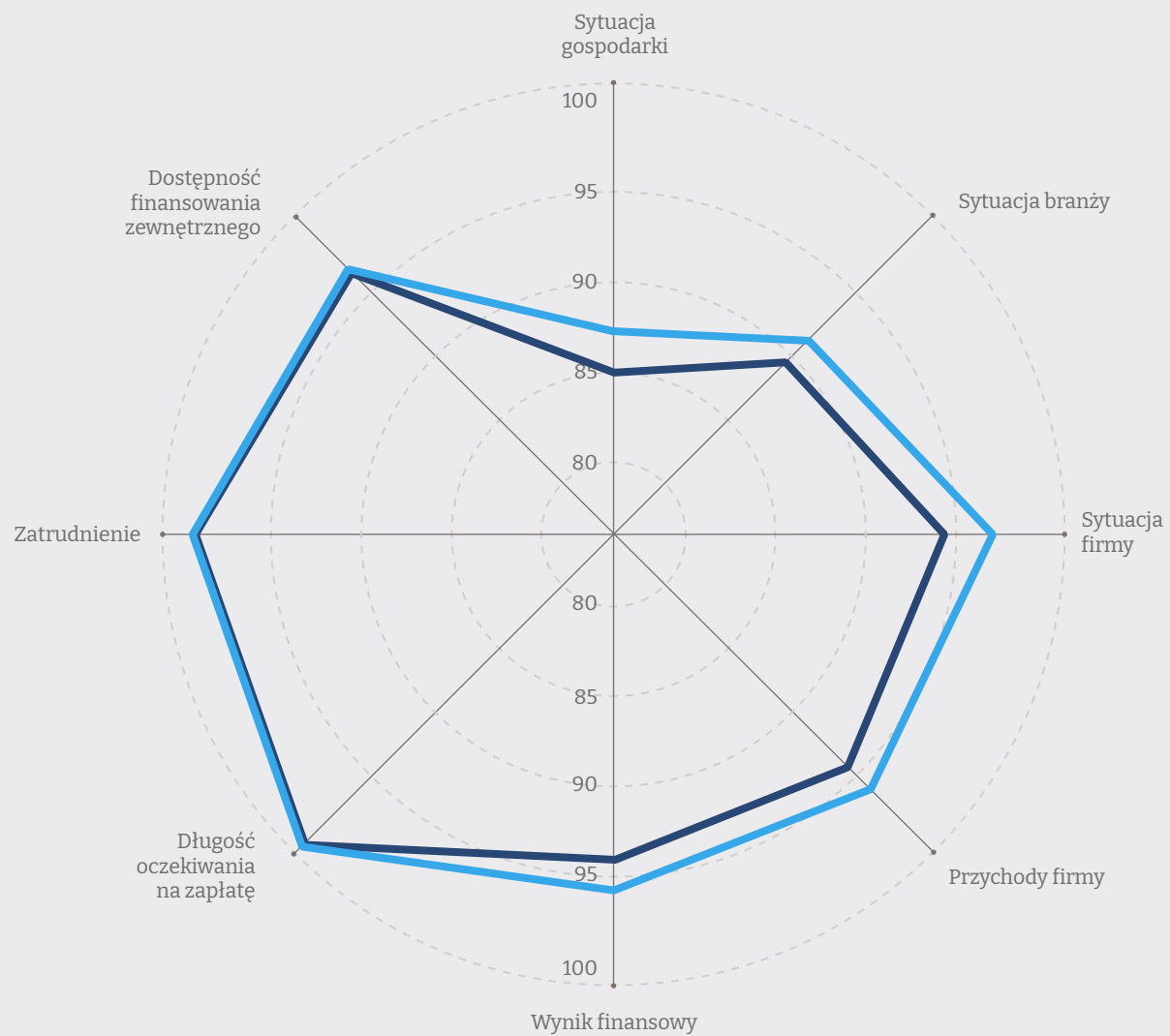
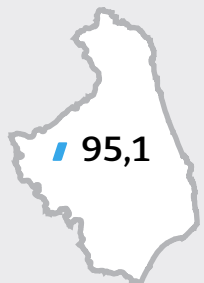


# Województwo podlaskie



## Województwo podlaskie

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP



■ Polska    ■ województwo podlaskie

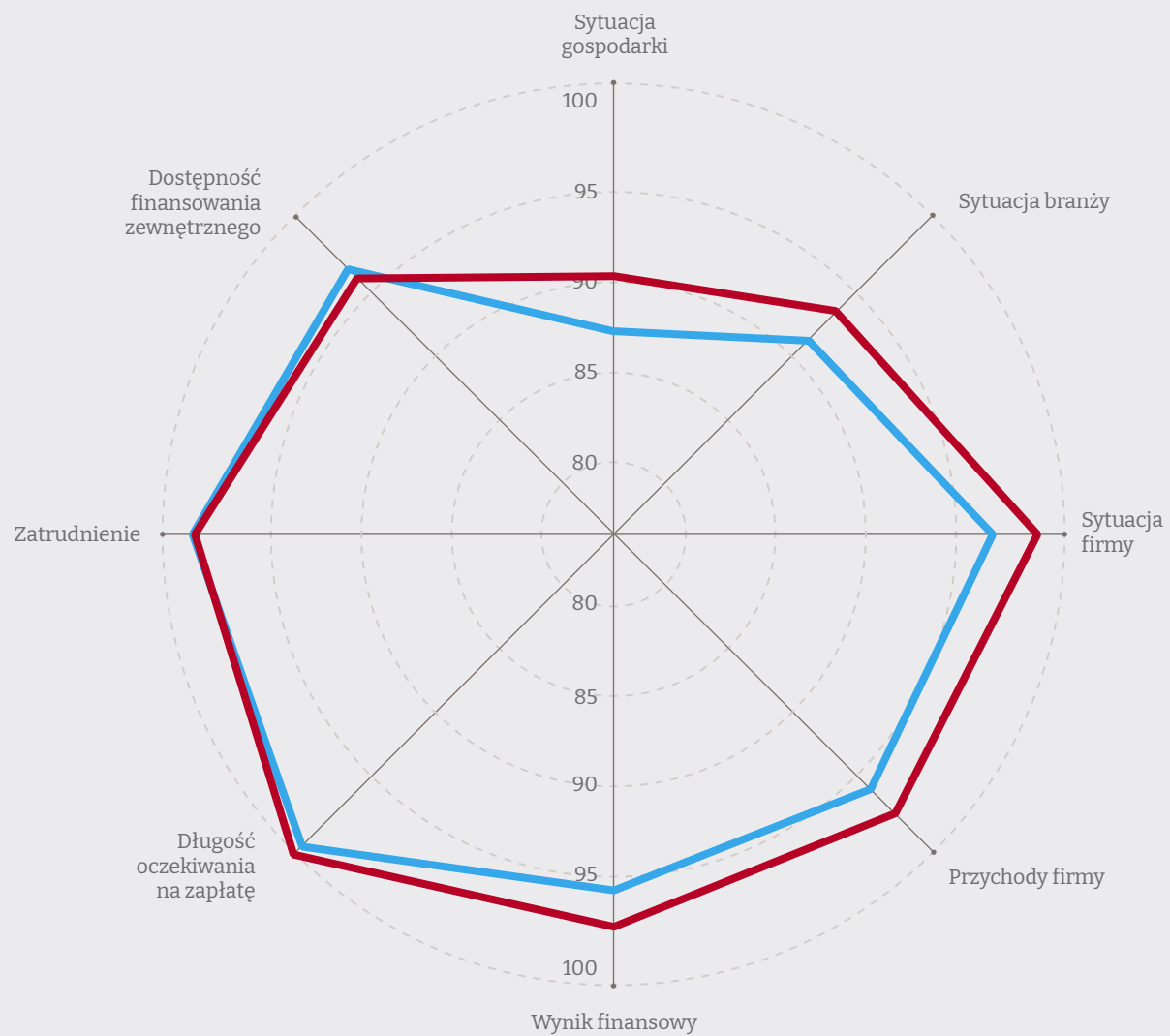
## Region białostocki

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

93,9

95,1

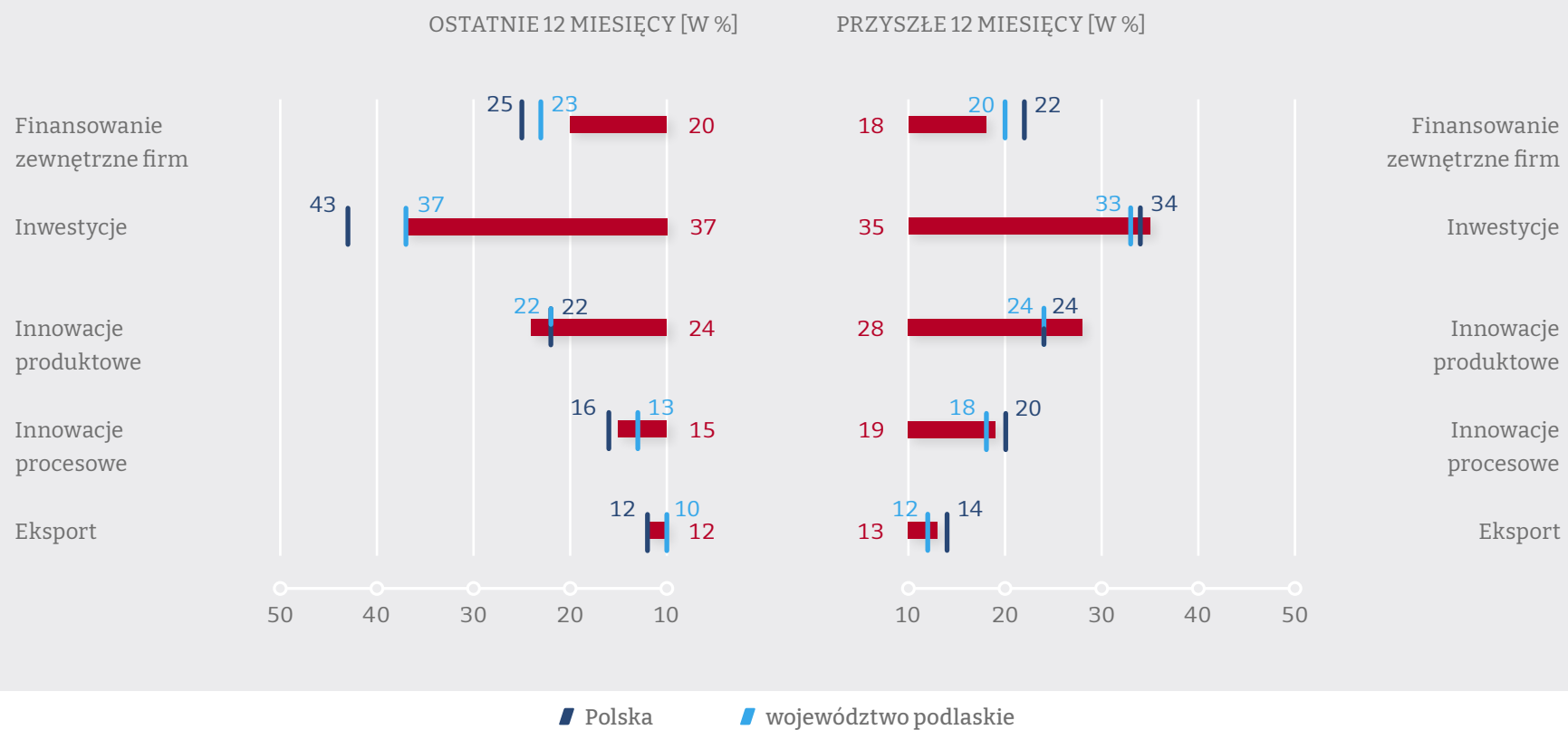
96,4



województwo podlaskie

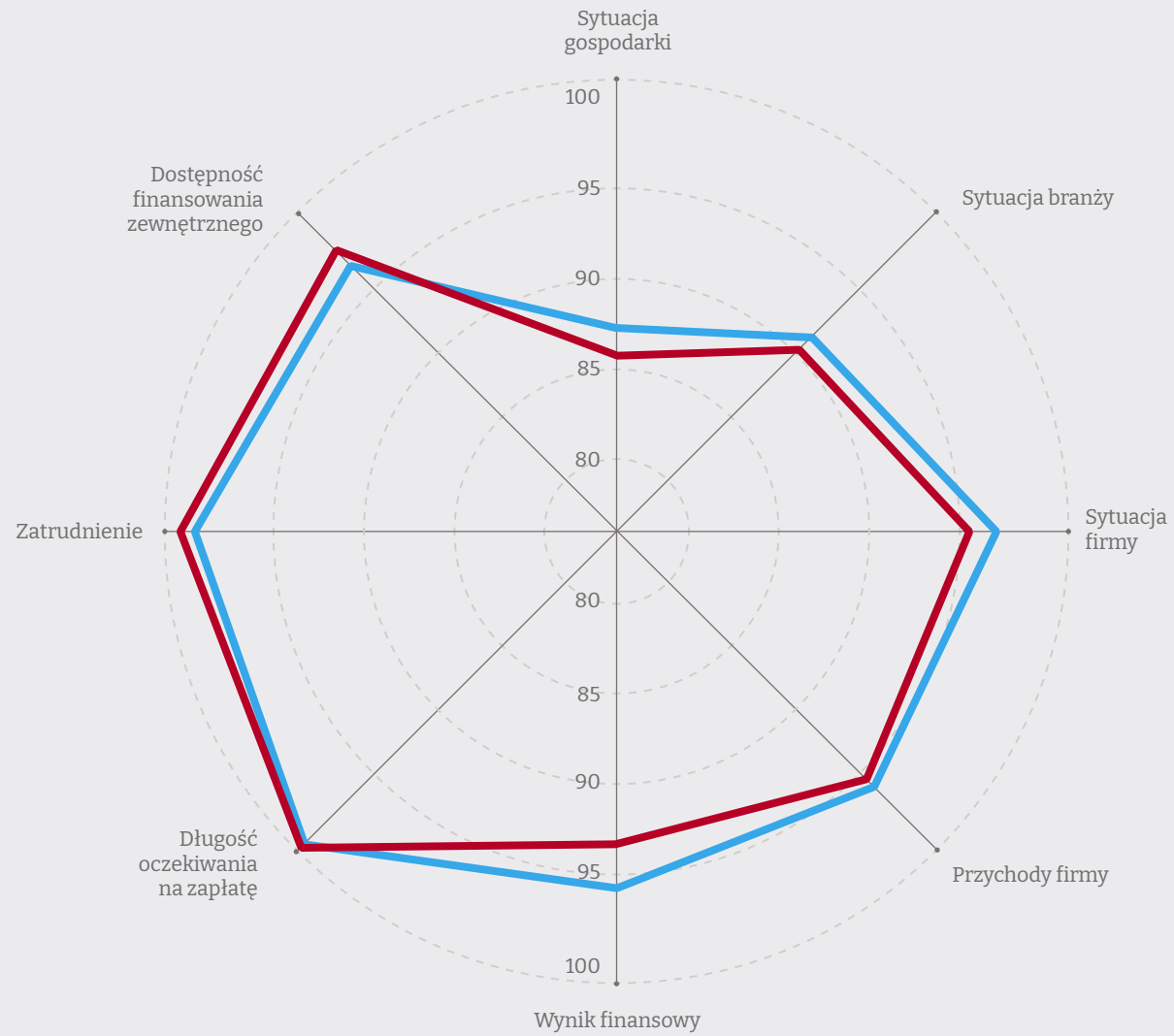
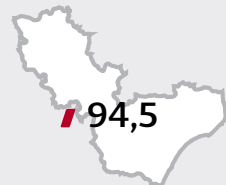
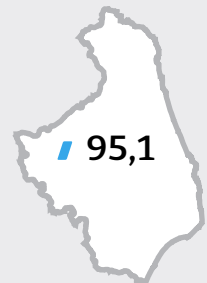
region białostocki

## Region białostocki



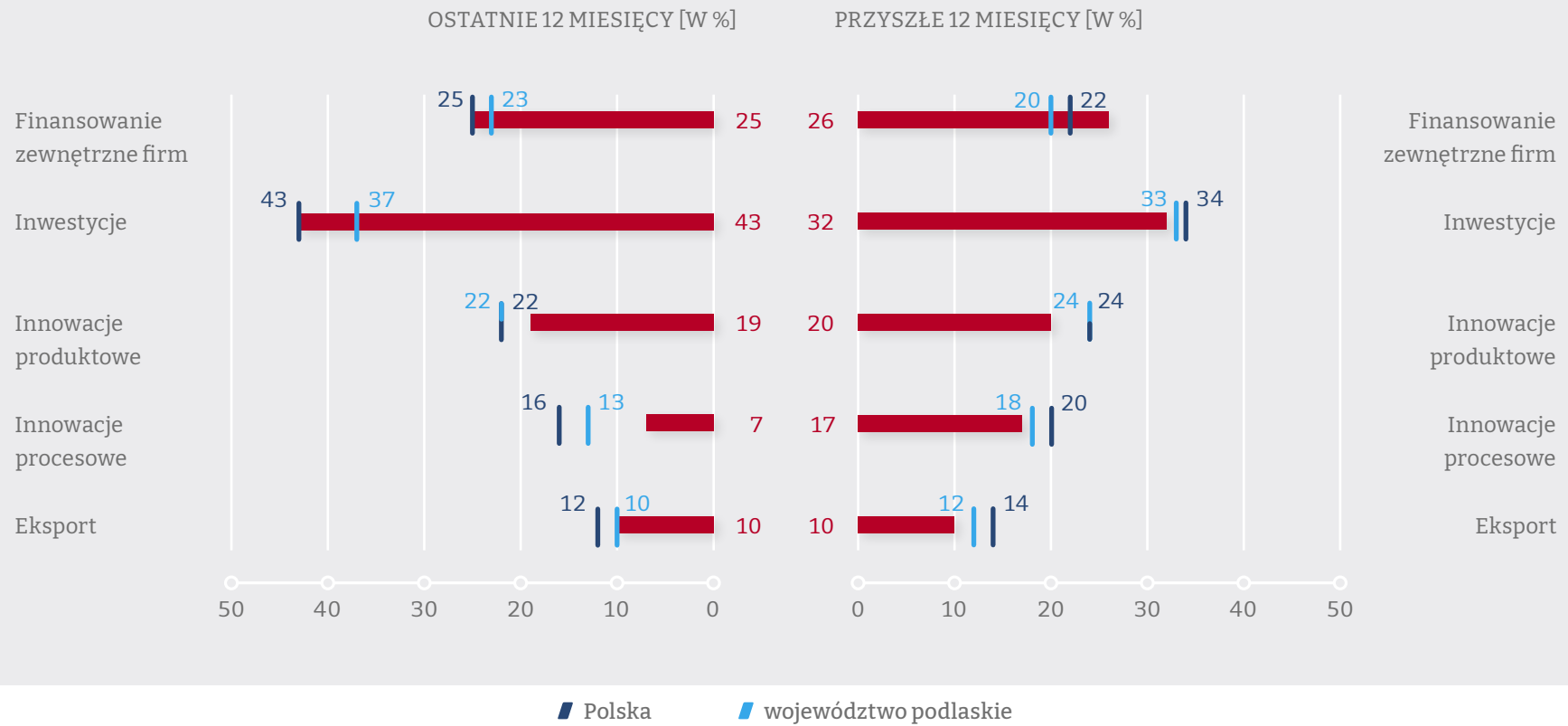
## Region łomżyński

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP



województwo podlaskie    region łomżyński

## Region łomżyński



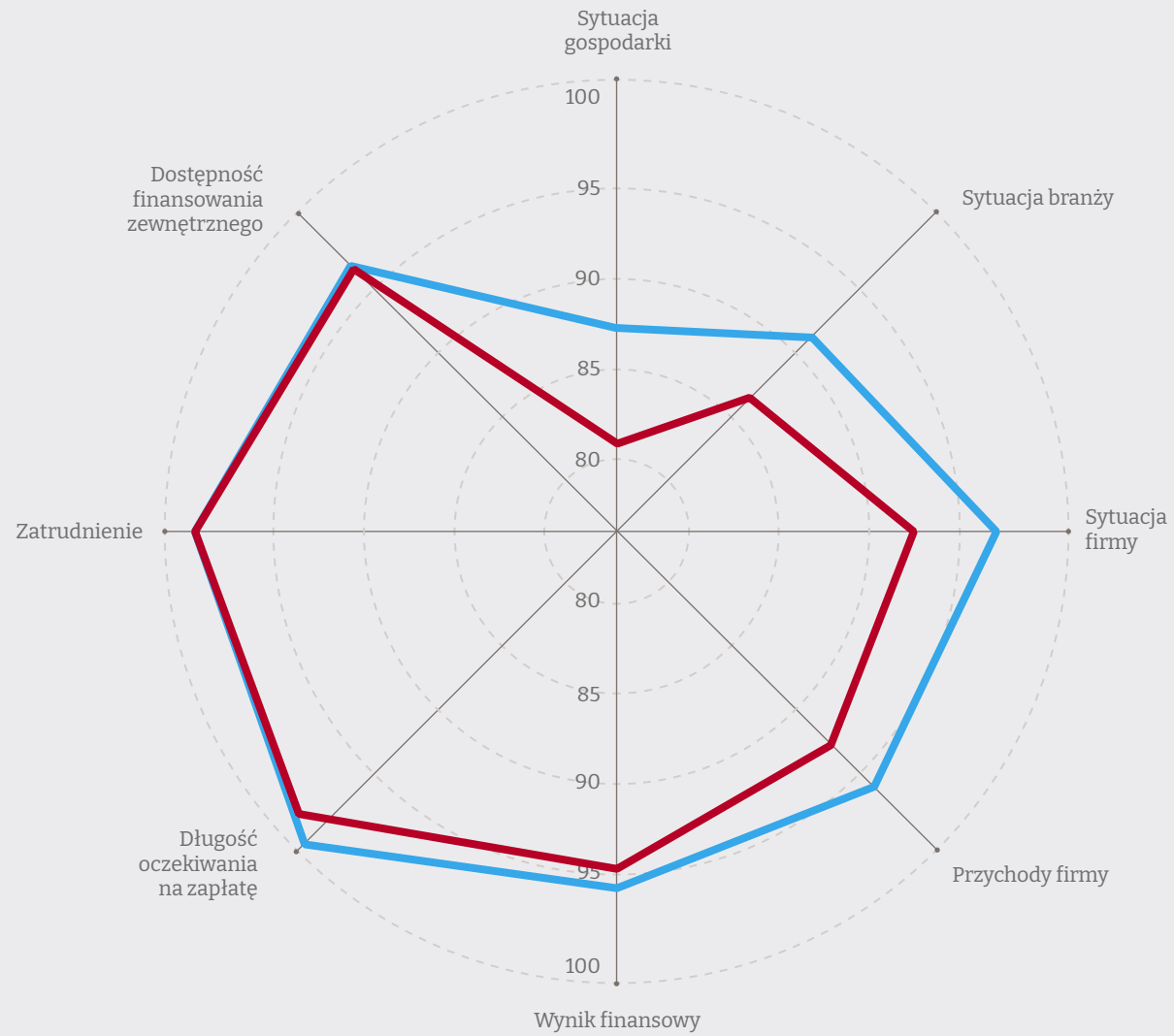
## Region suwalski

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

93,9

95,1

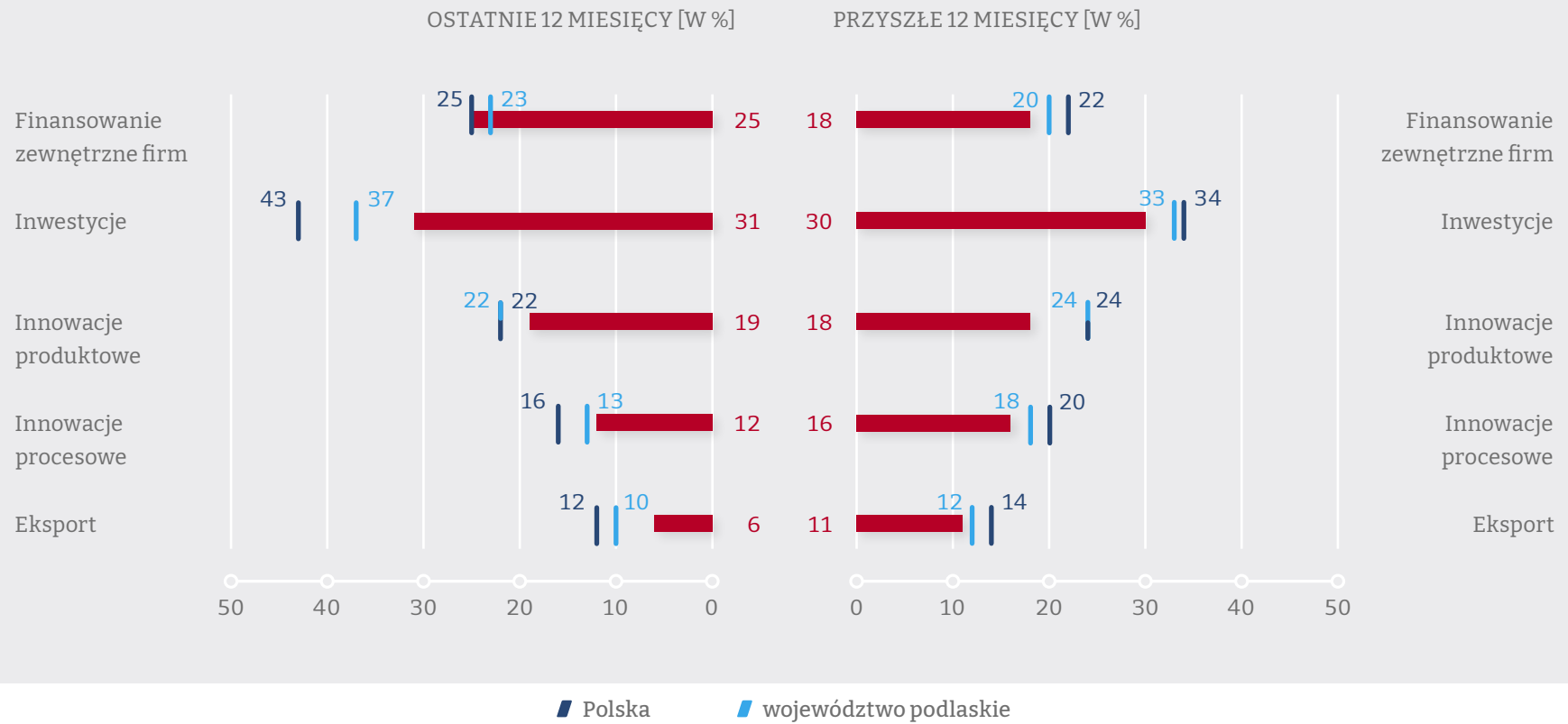
92,5



województwo podlaskie region suwalski



## Region suwalski

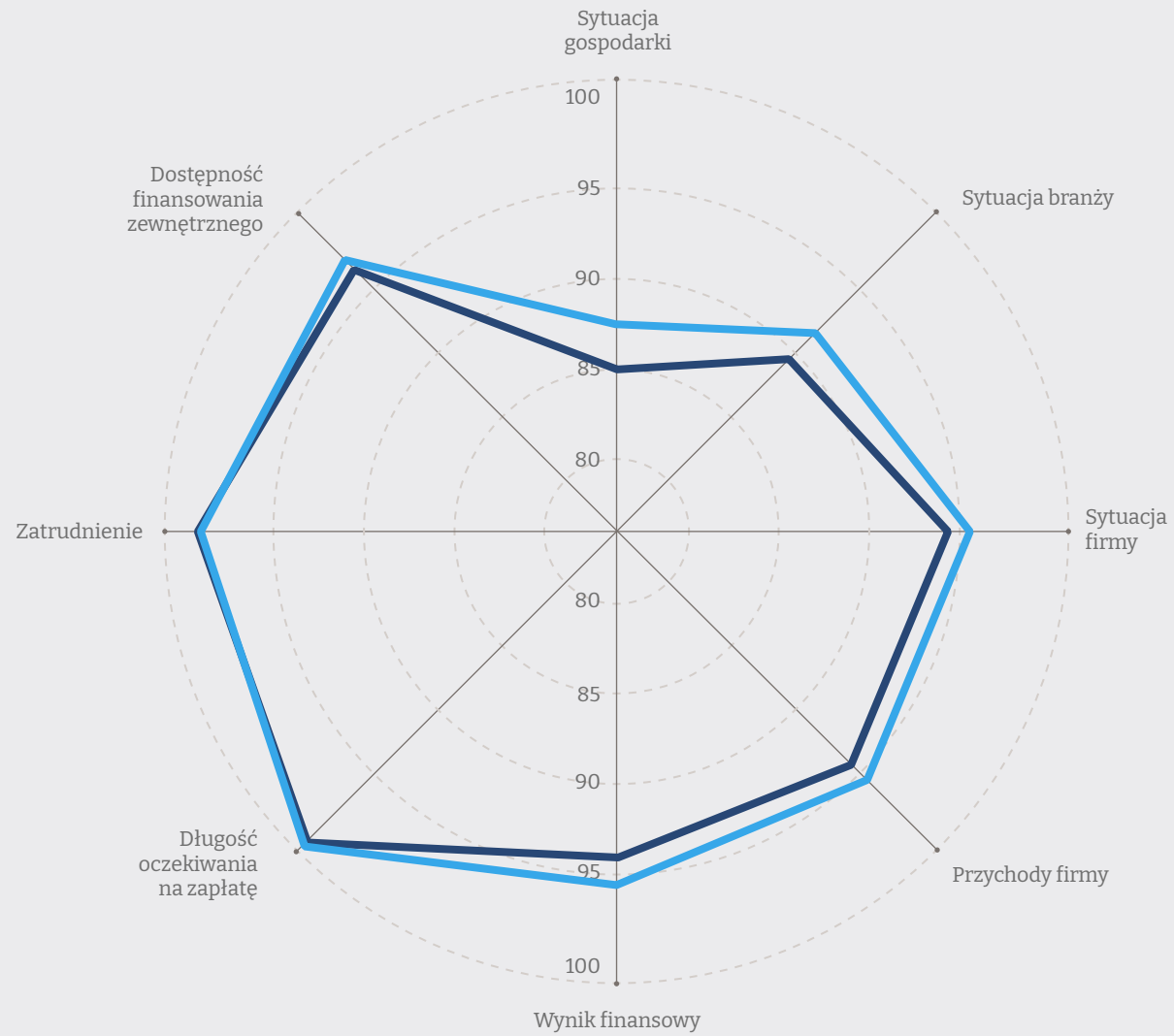


# Województwo pomorskie



## Województwo pomorskie

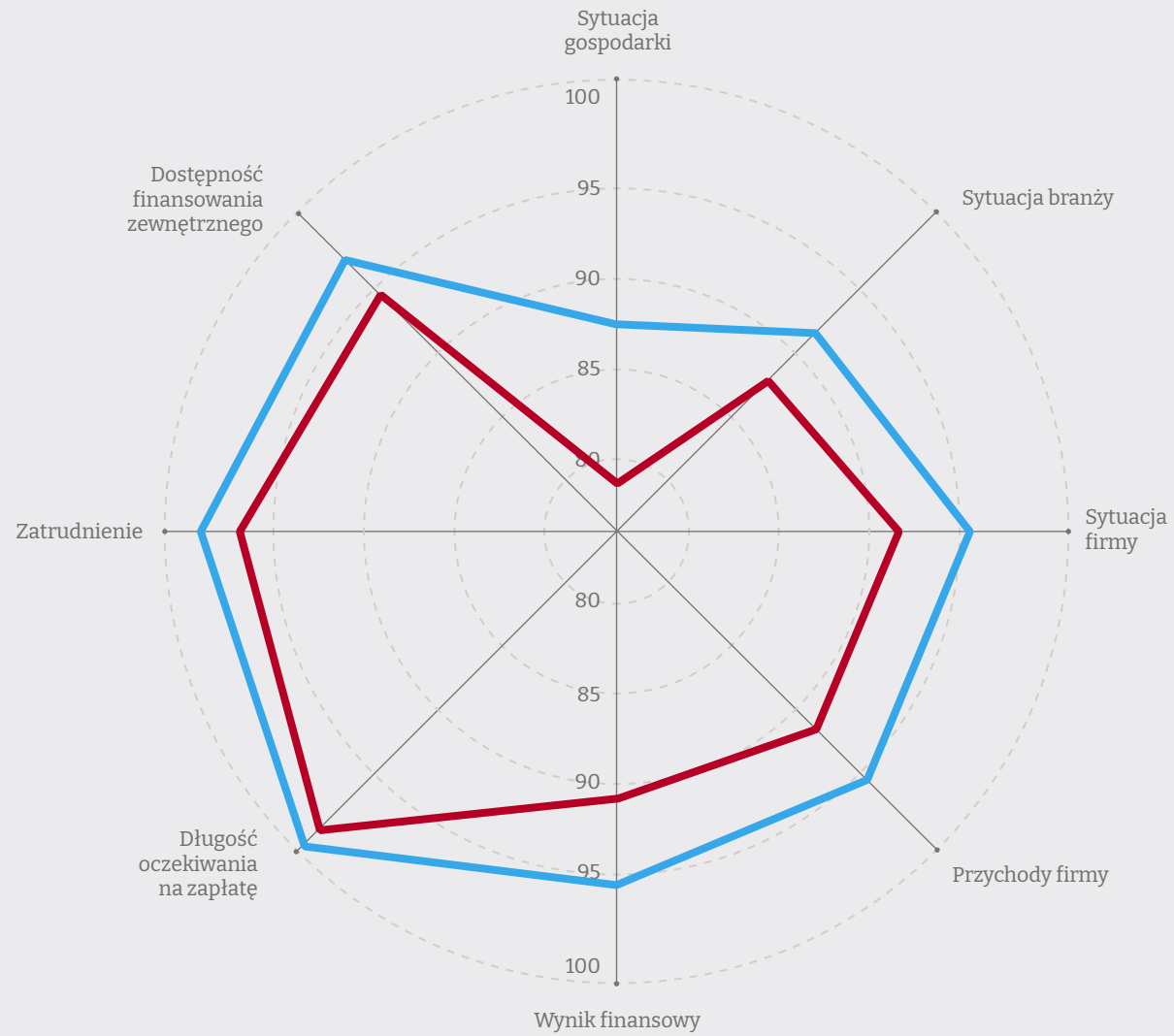
Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP



■ Polska   ■ województwo pomorskie

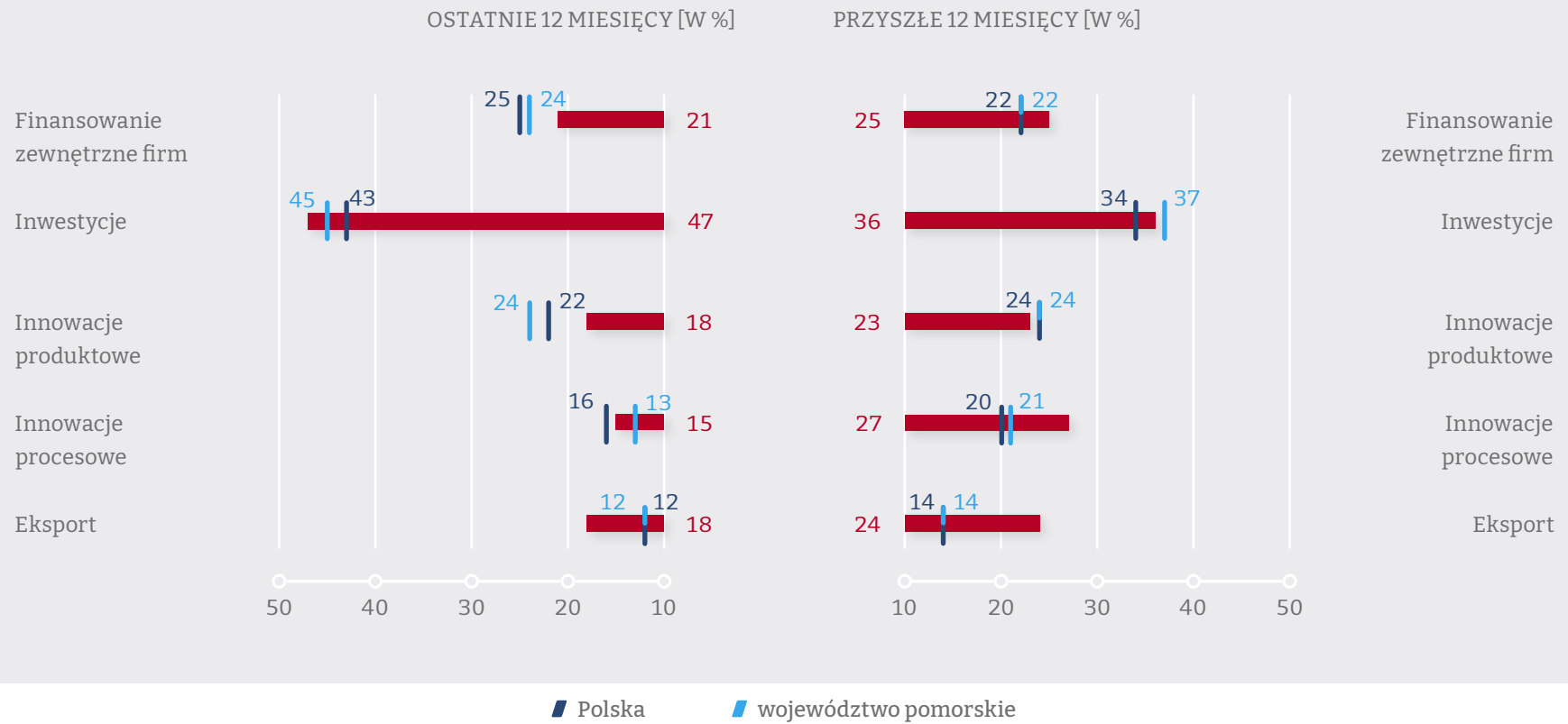
## Region chojnicki

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP



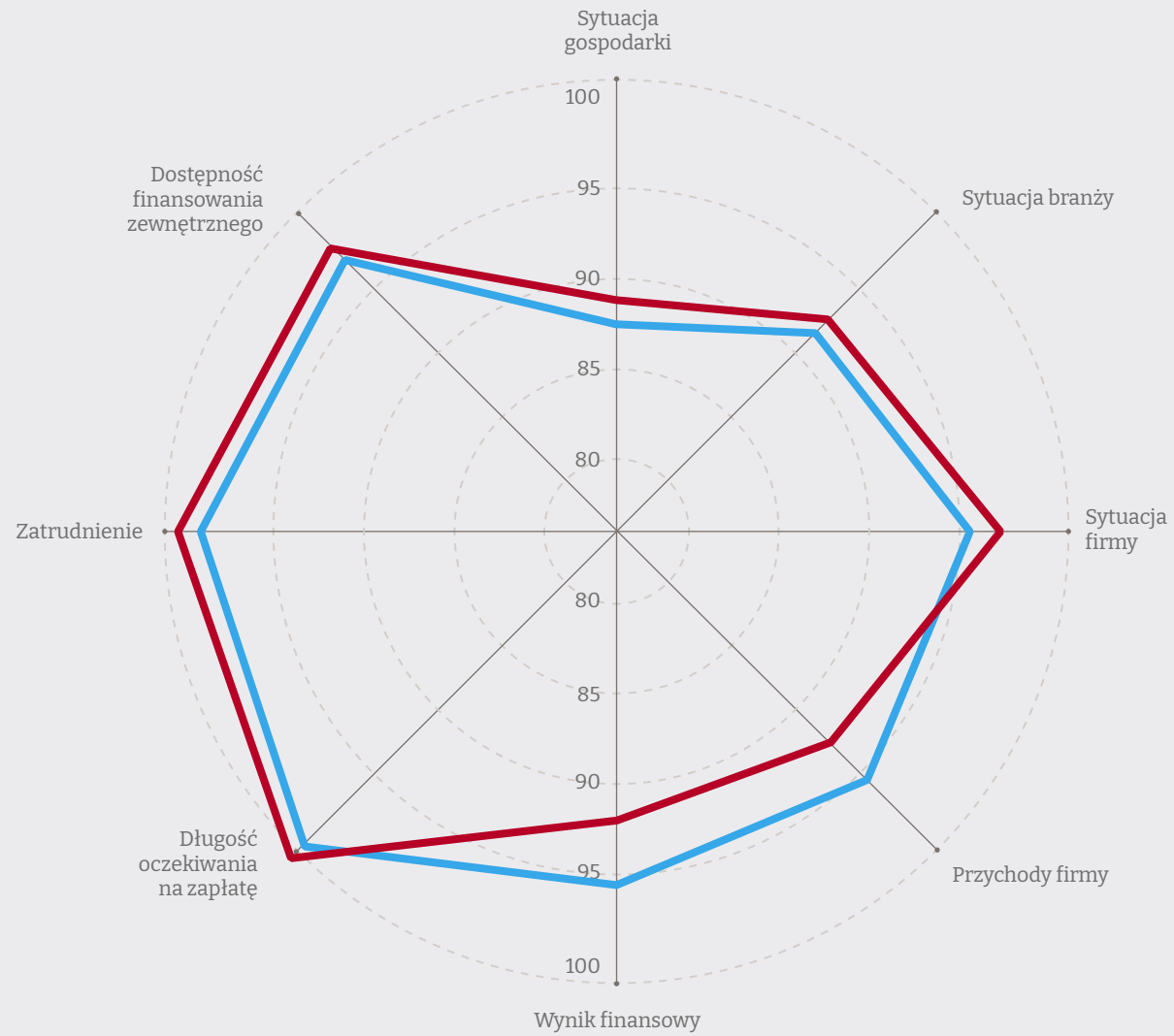
województwo pomorskie region chojnicki

## Region chojnicki



## Region słuński

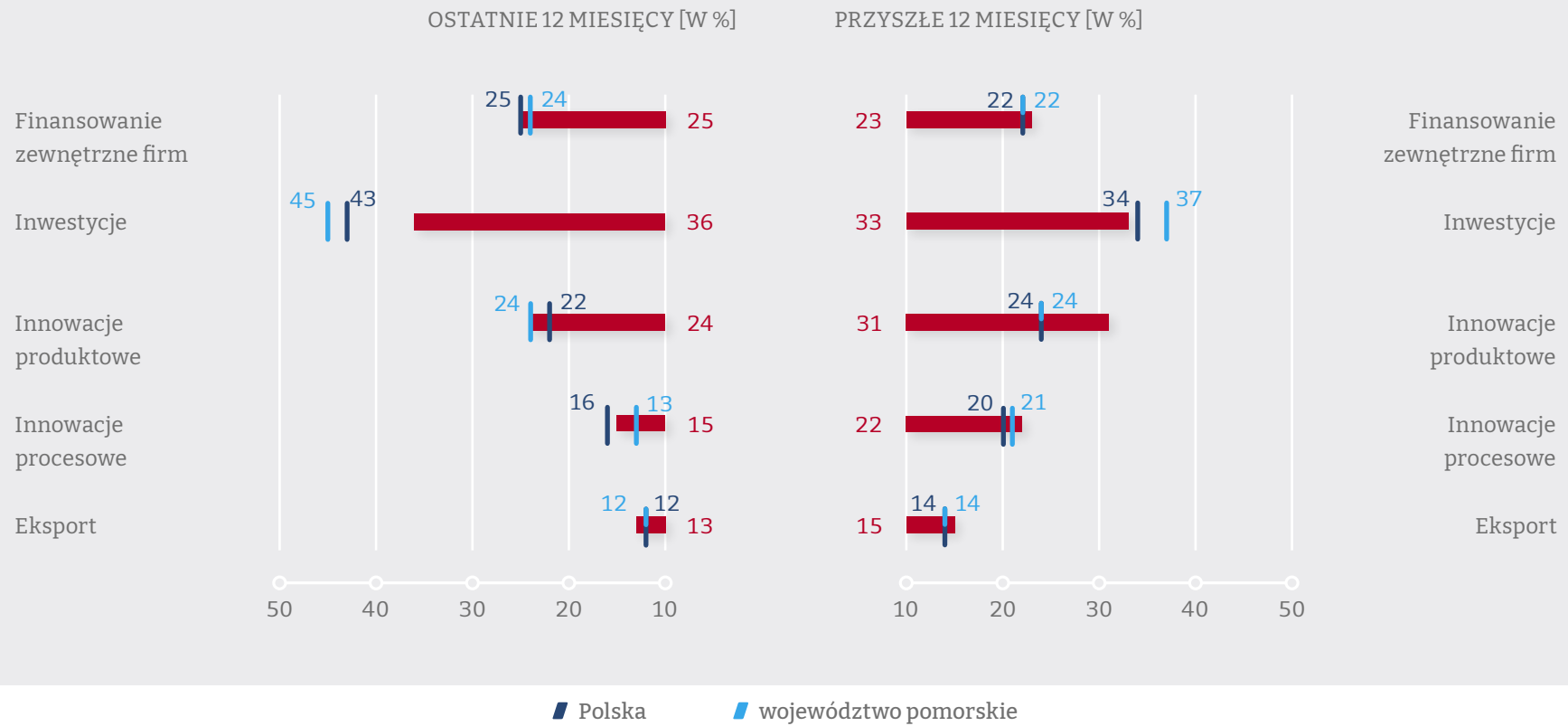
Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP



województwo pomorskie

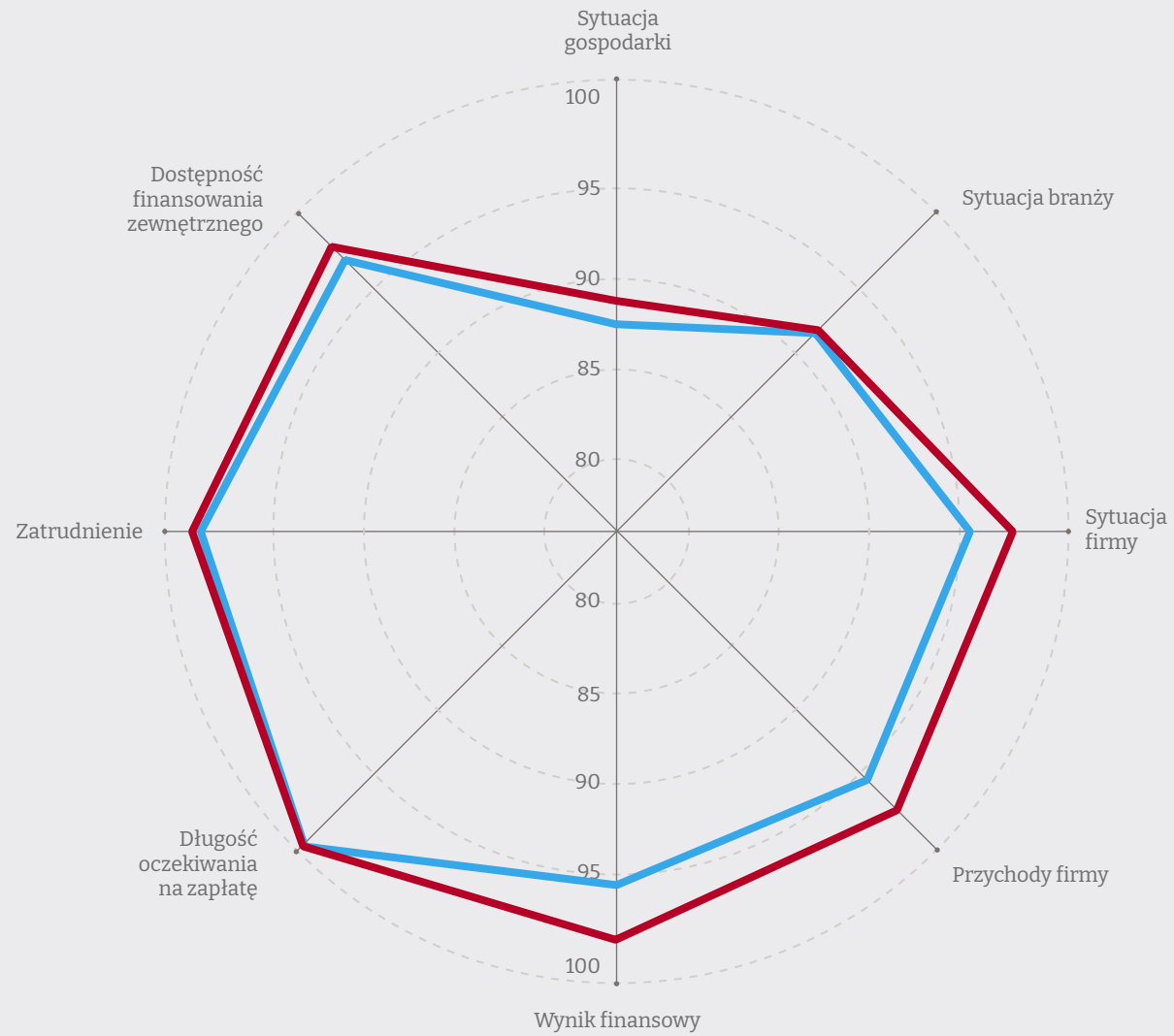
region słuński

## Region słupski



## Region gdański

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

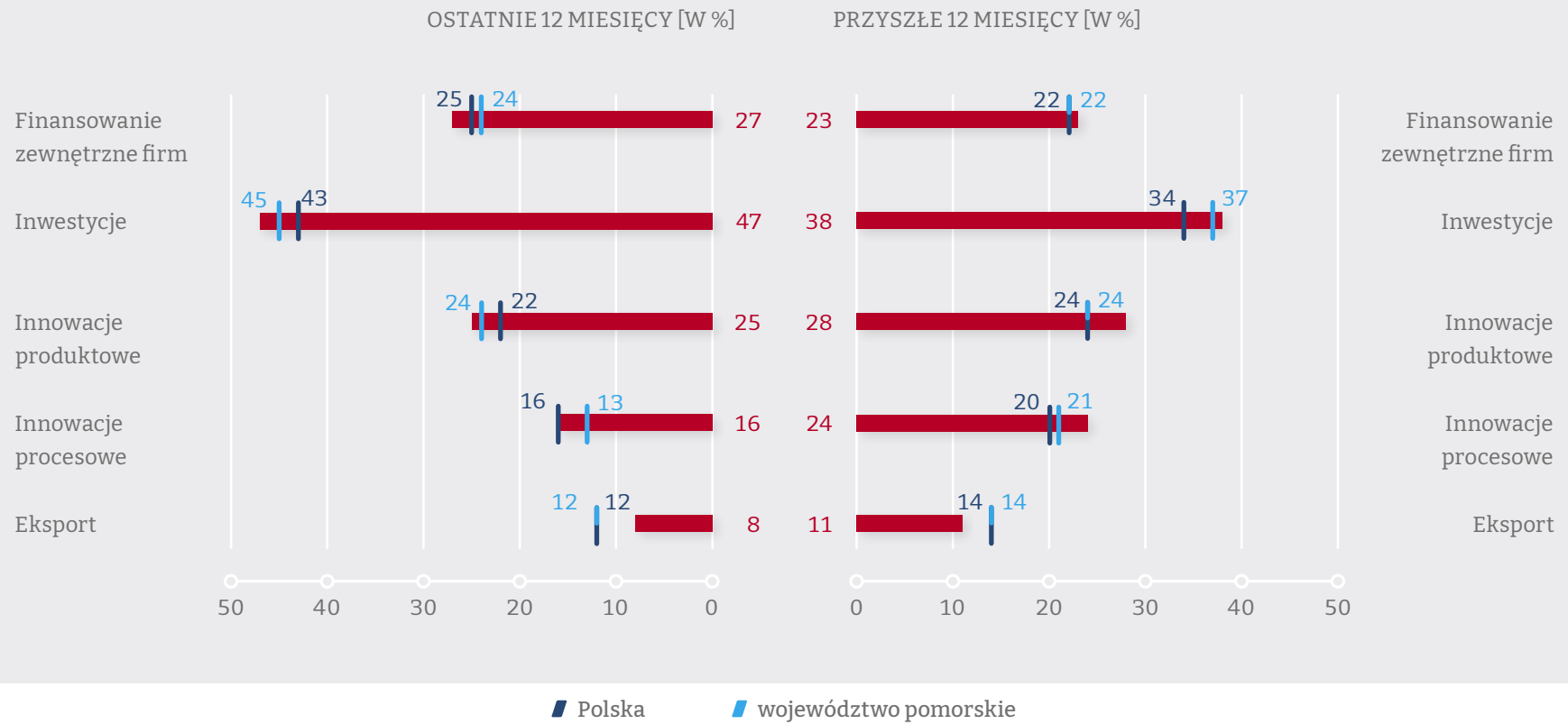


województwo pomorskie

region gdański

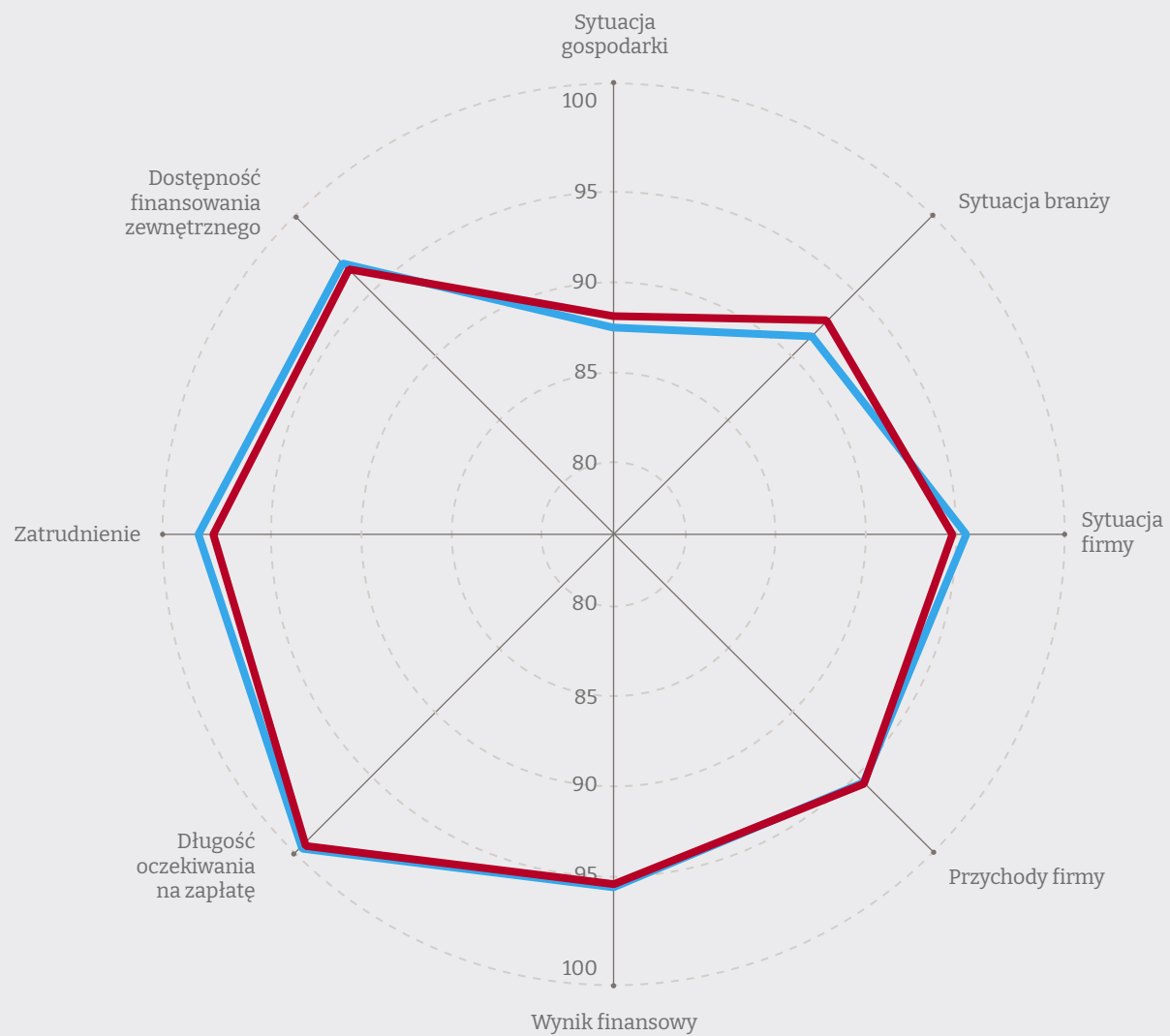


## Region gdański



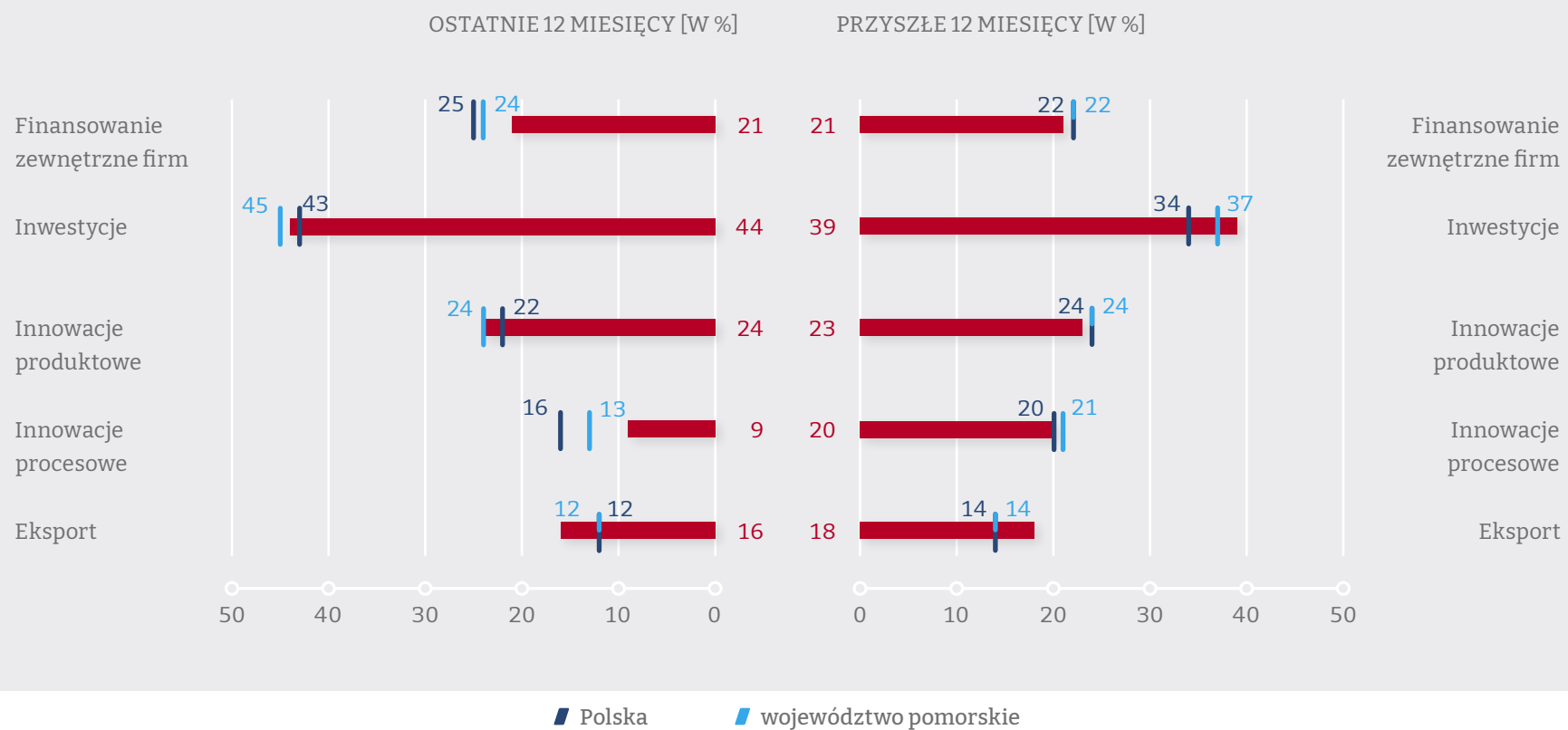
## Region trójmiejski

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP



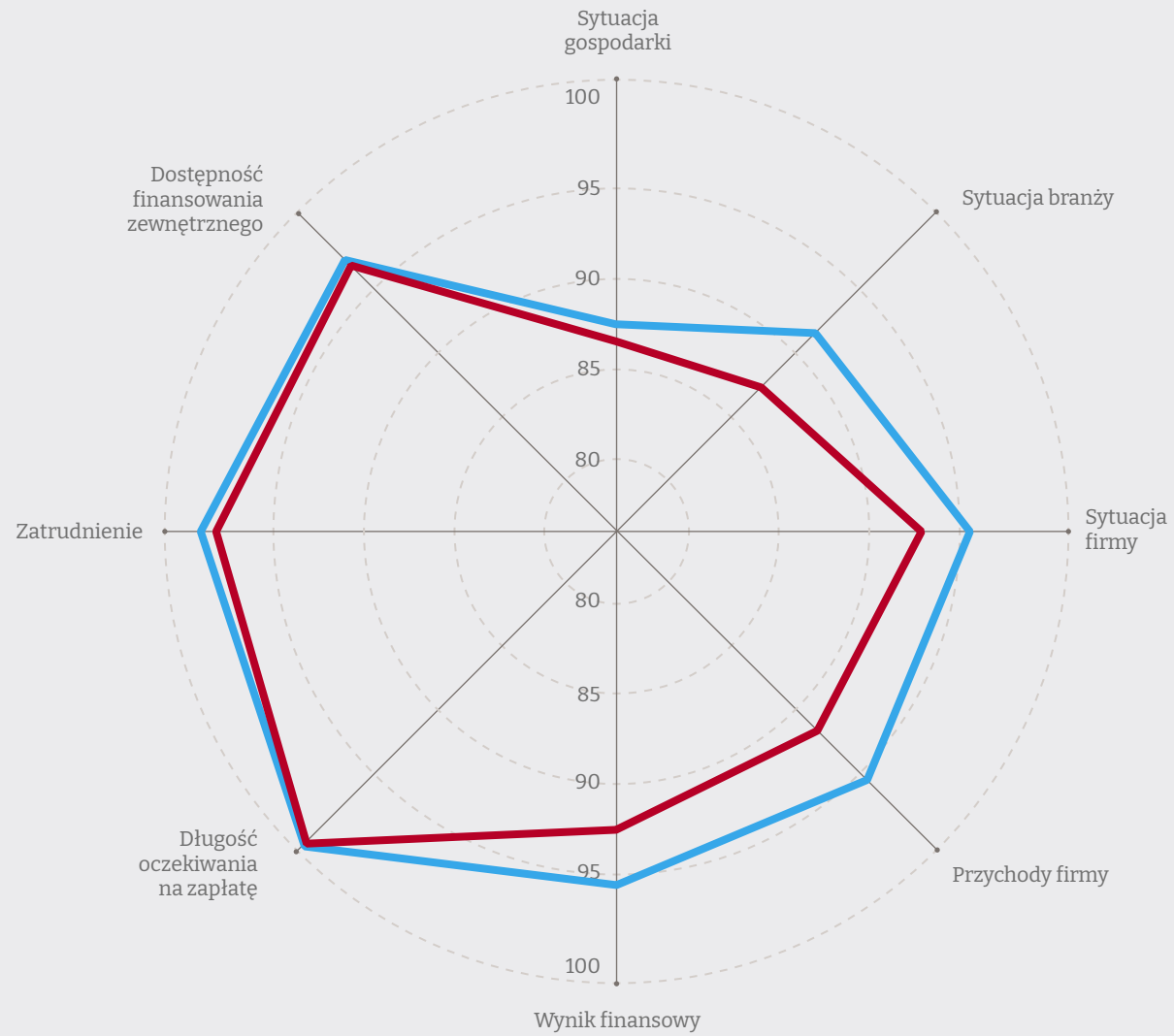
województwo pomorskie region trójmiejski

## Region trójmiejski



## Region starogardzki

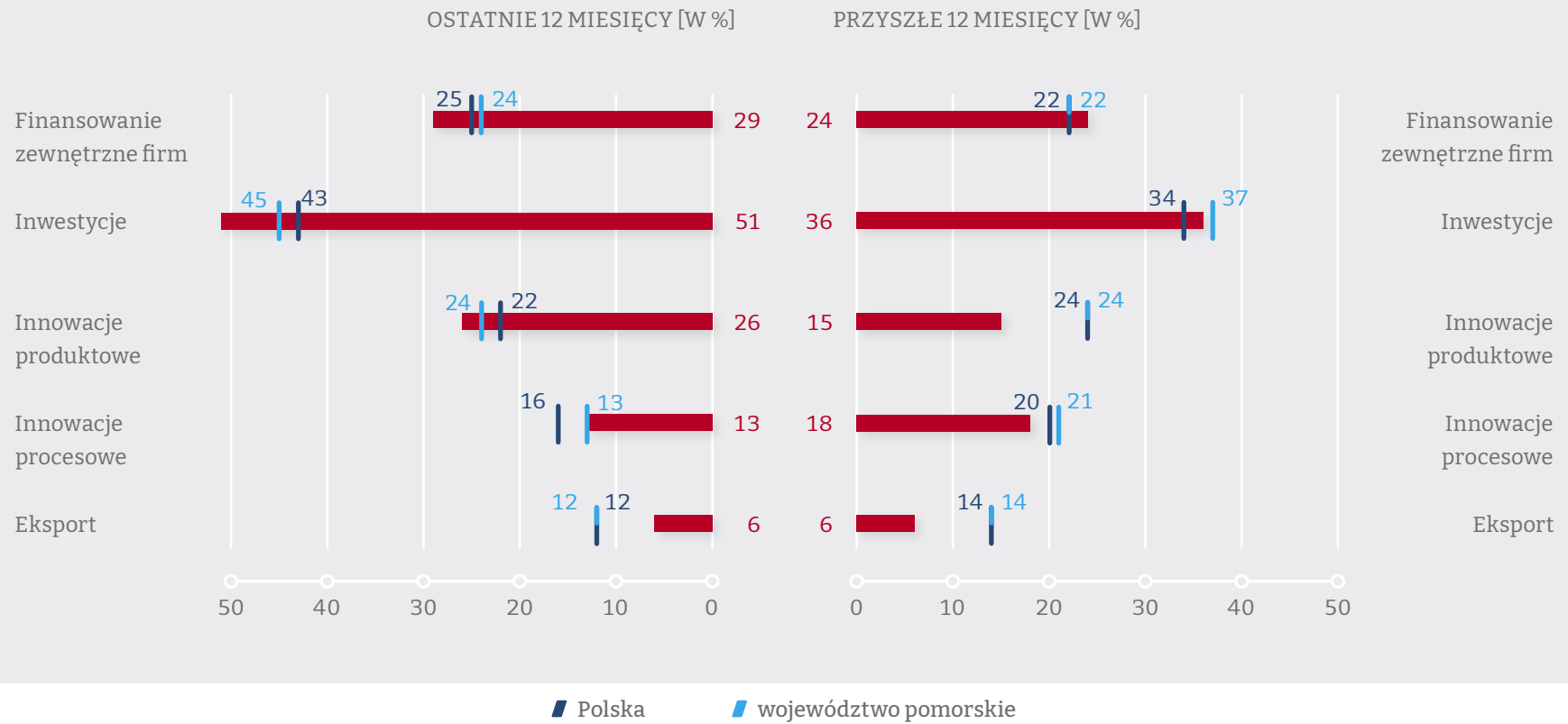
Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP



województwo pomorskie

region starogardzki

## Region starogardzki

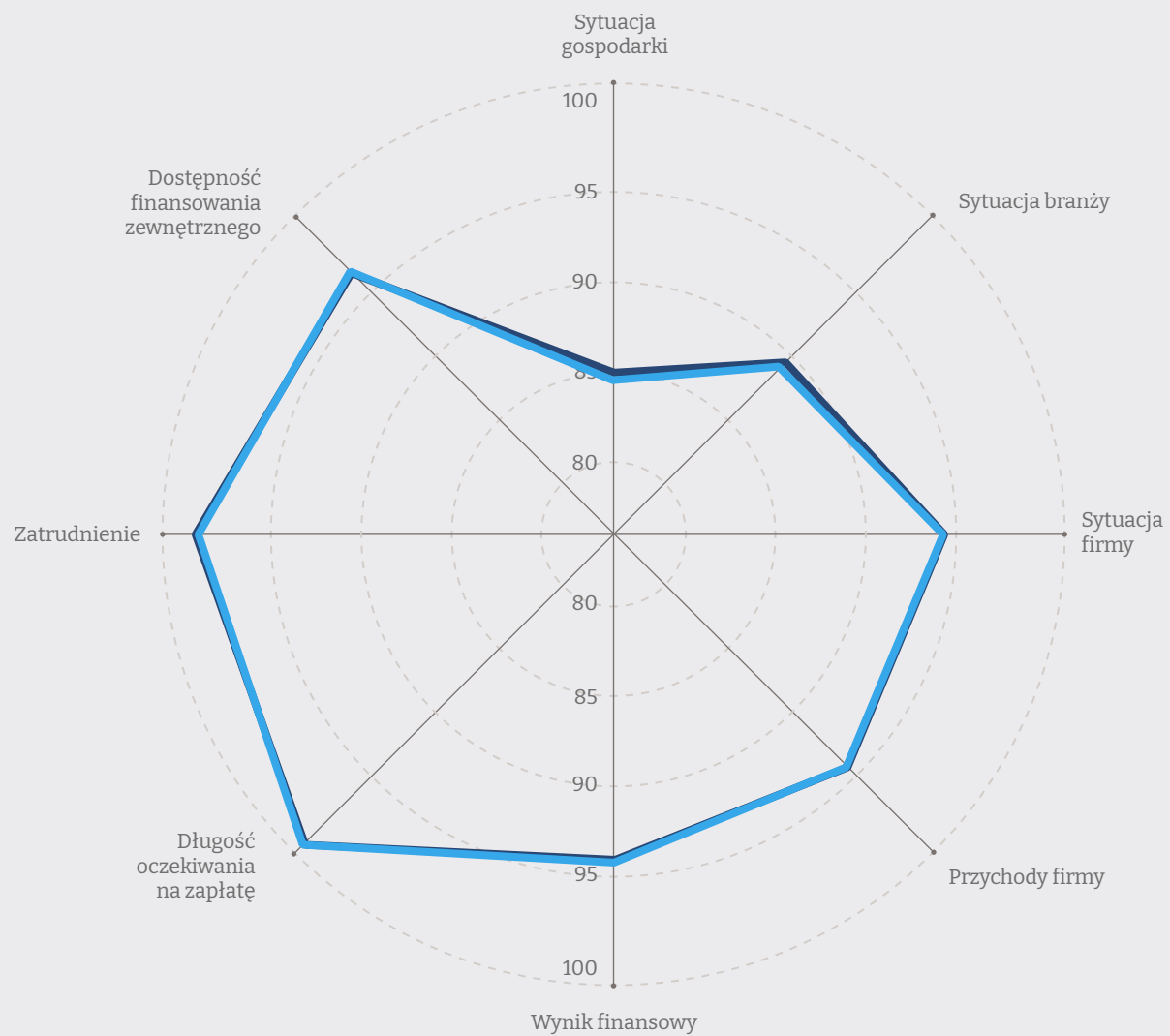


# Województwo śląskie



## Województwo śląskie

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP



■ Polska    ■ województwo śląskie

## Region bielski

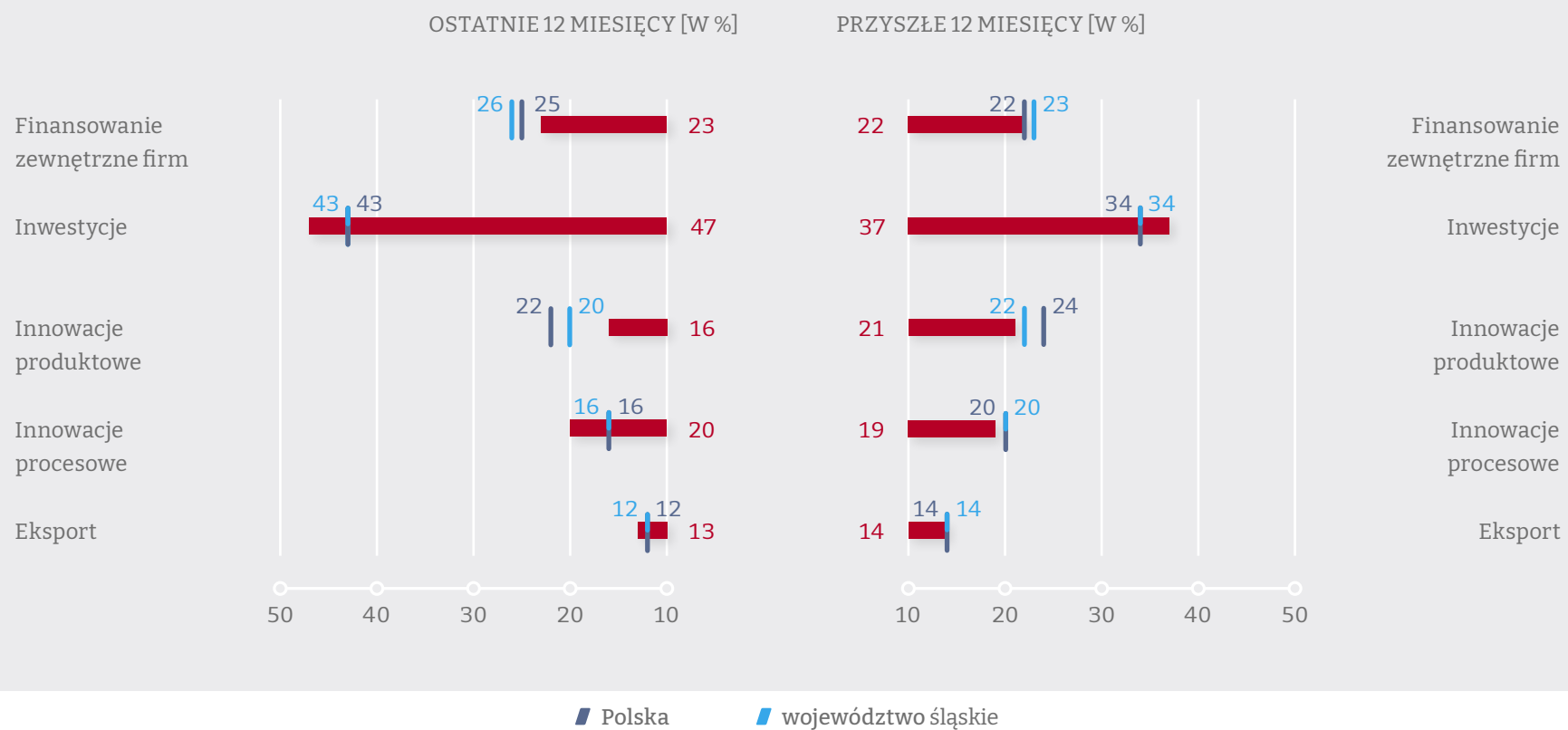
Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP



województwo śląskie region bielski

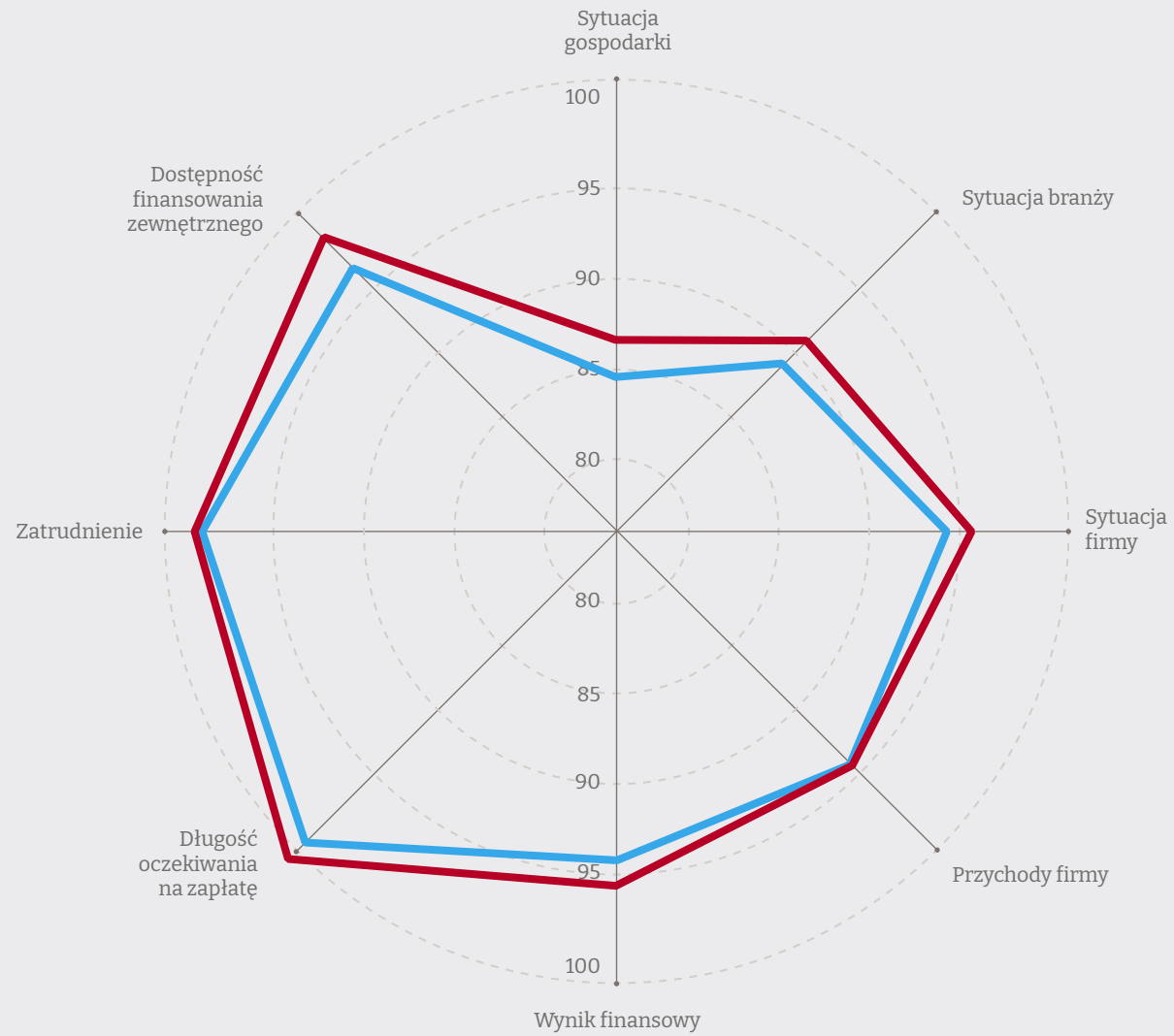
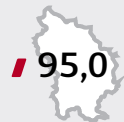


## Region bielski



## Region bytomski

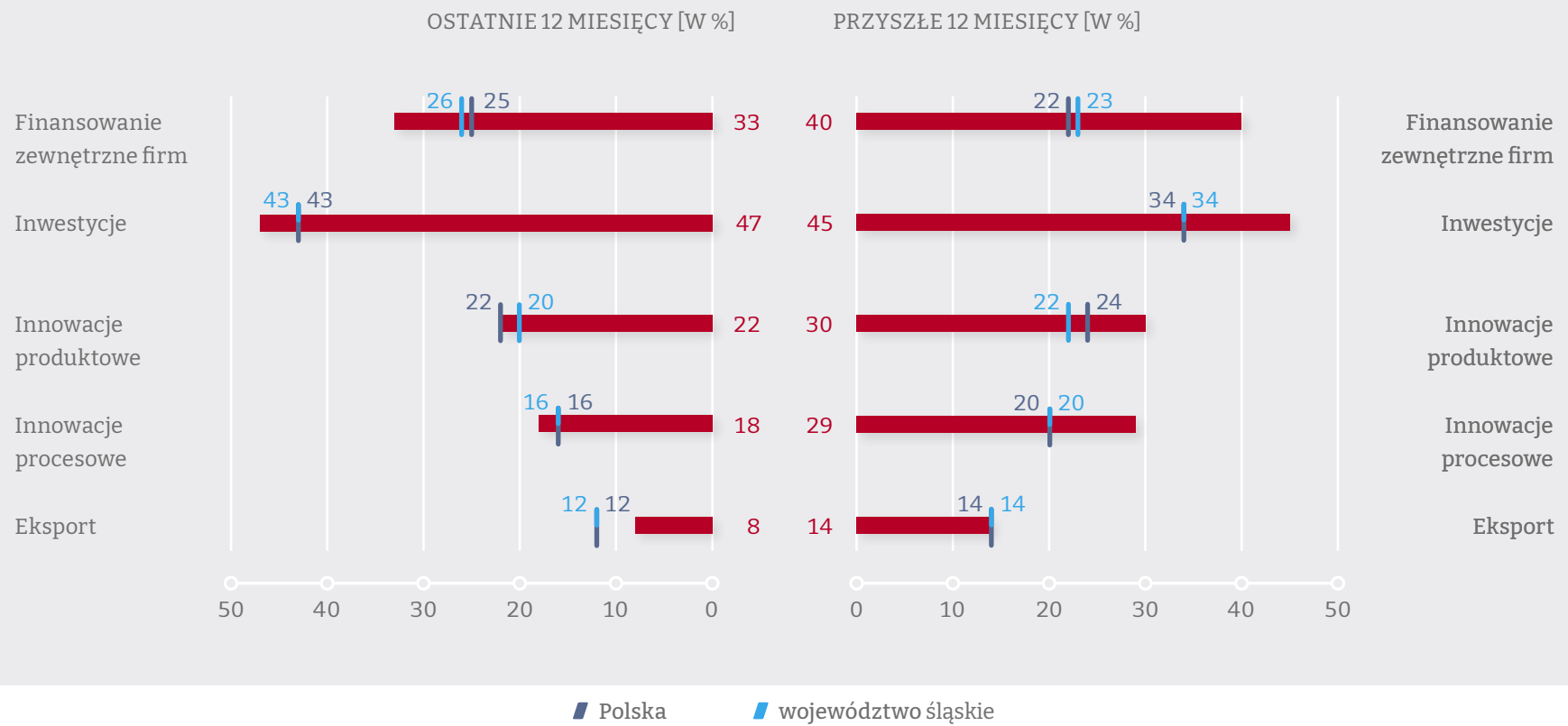
Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP



województwo śląskie

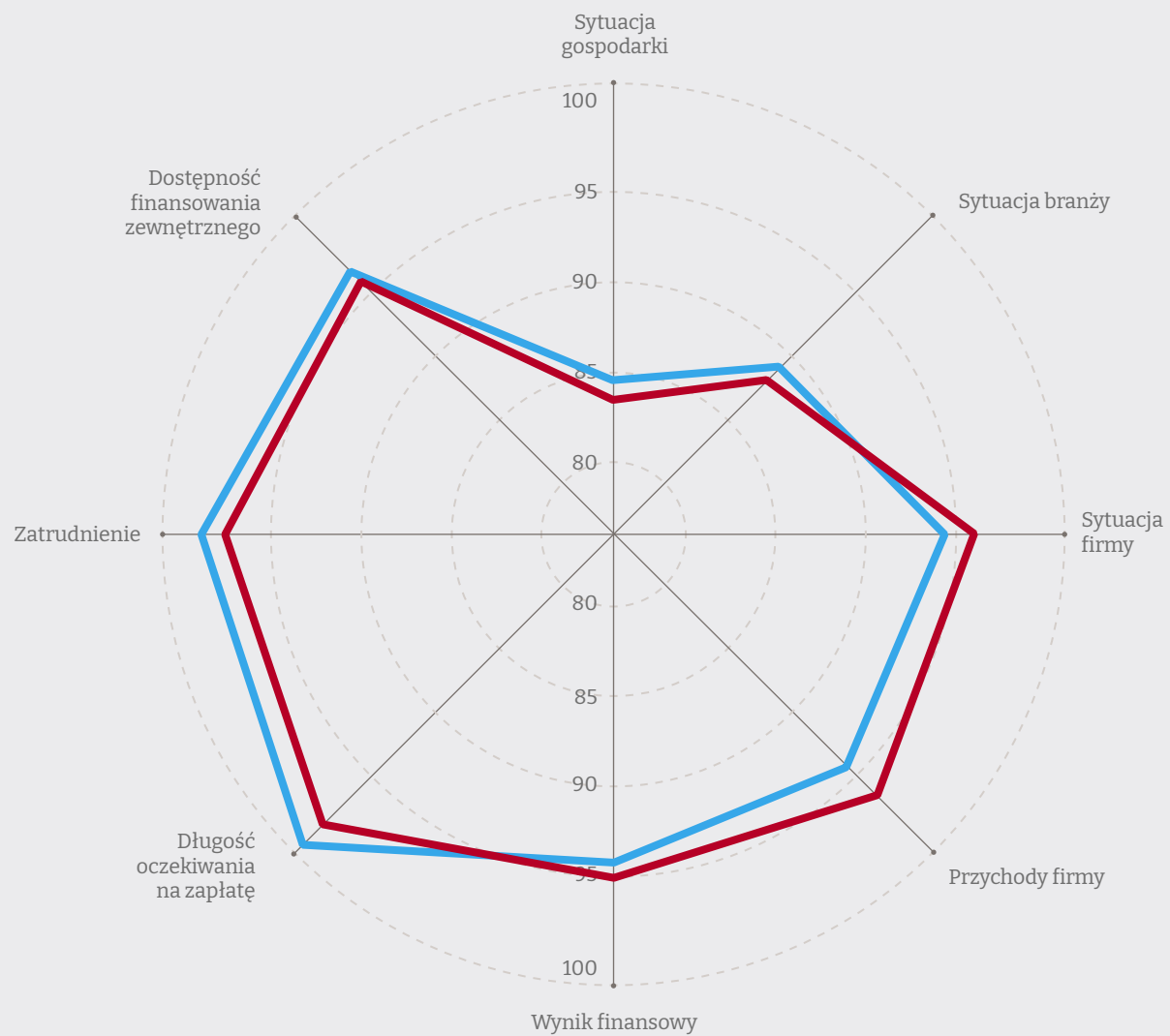
region bytomski

## Region bytomski



## Region częstochowski

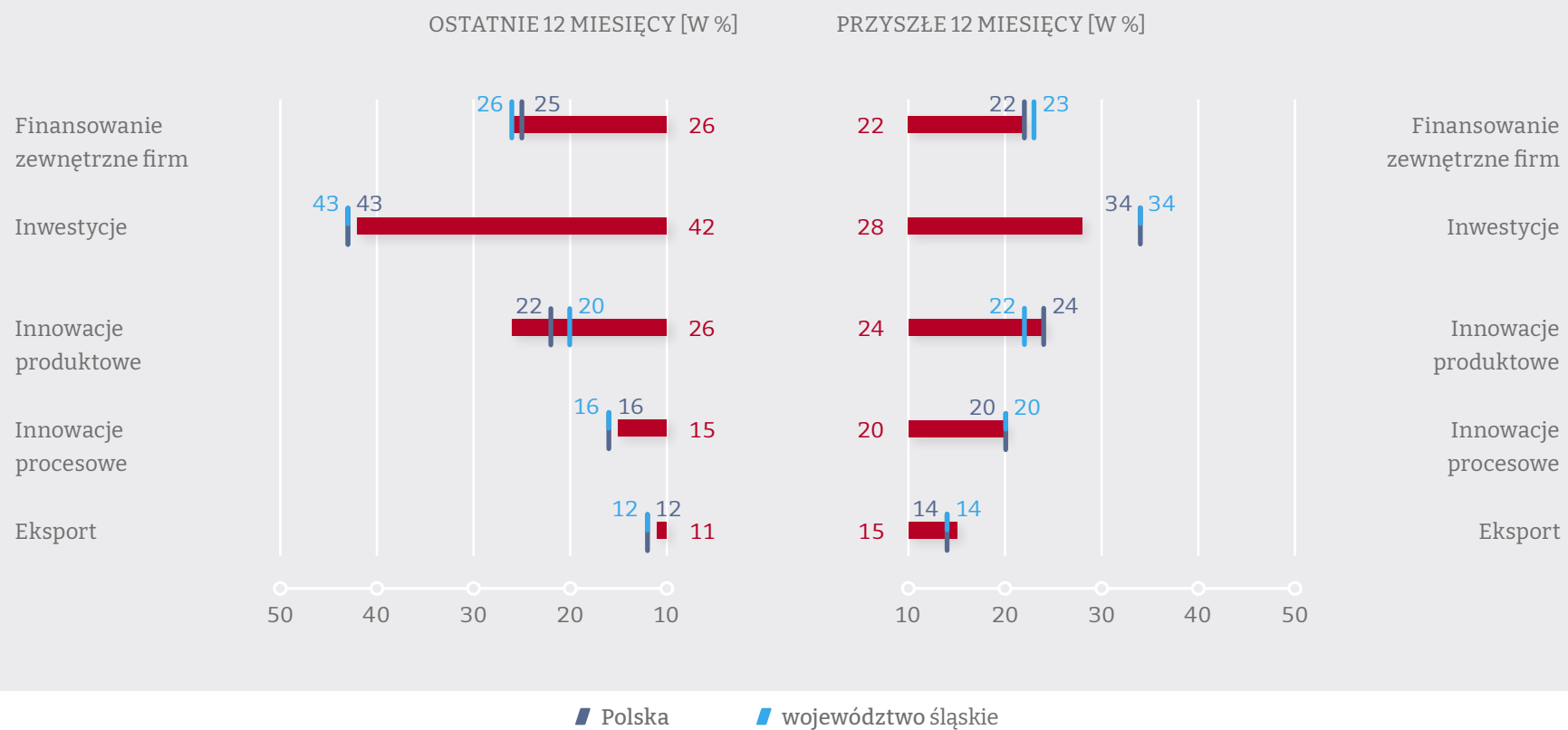
Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP



województwo śląskie

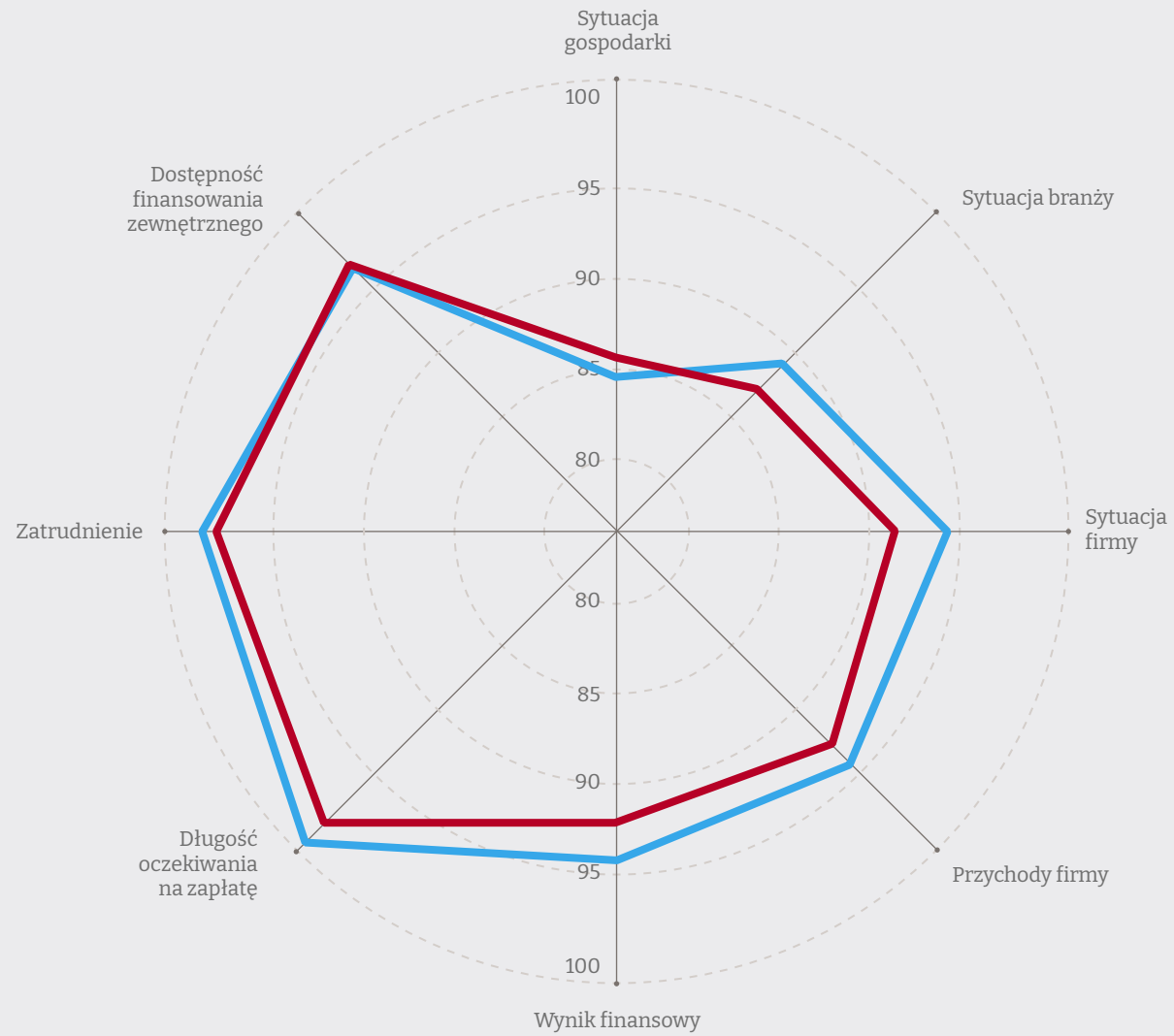
region częstochowski

## Region częstochowski



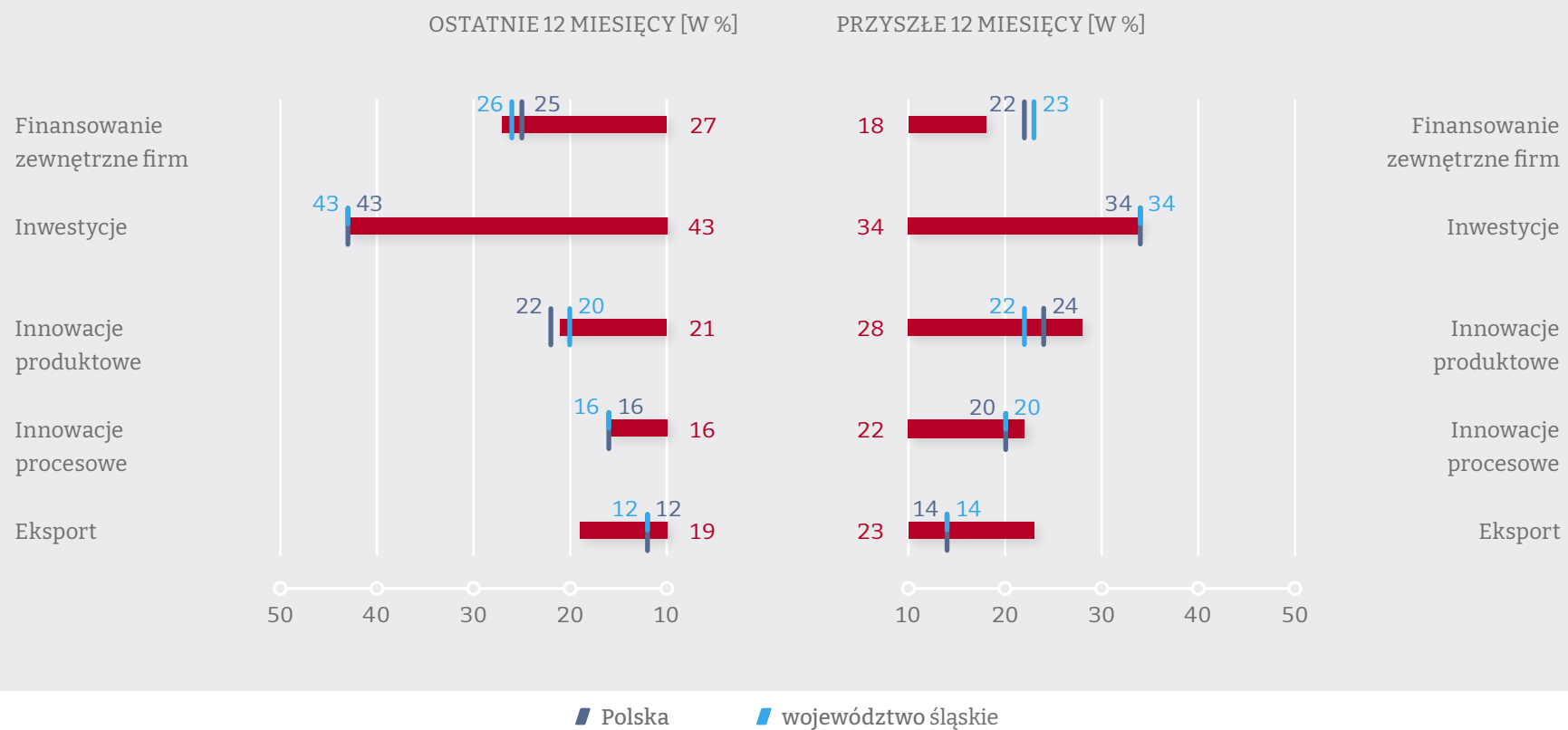
## Region gliwicki

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP



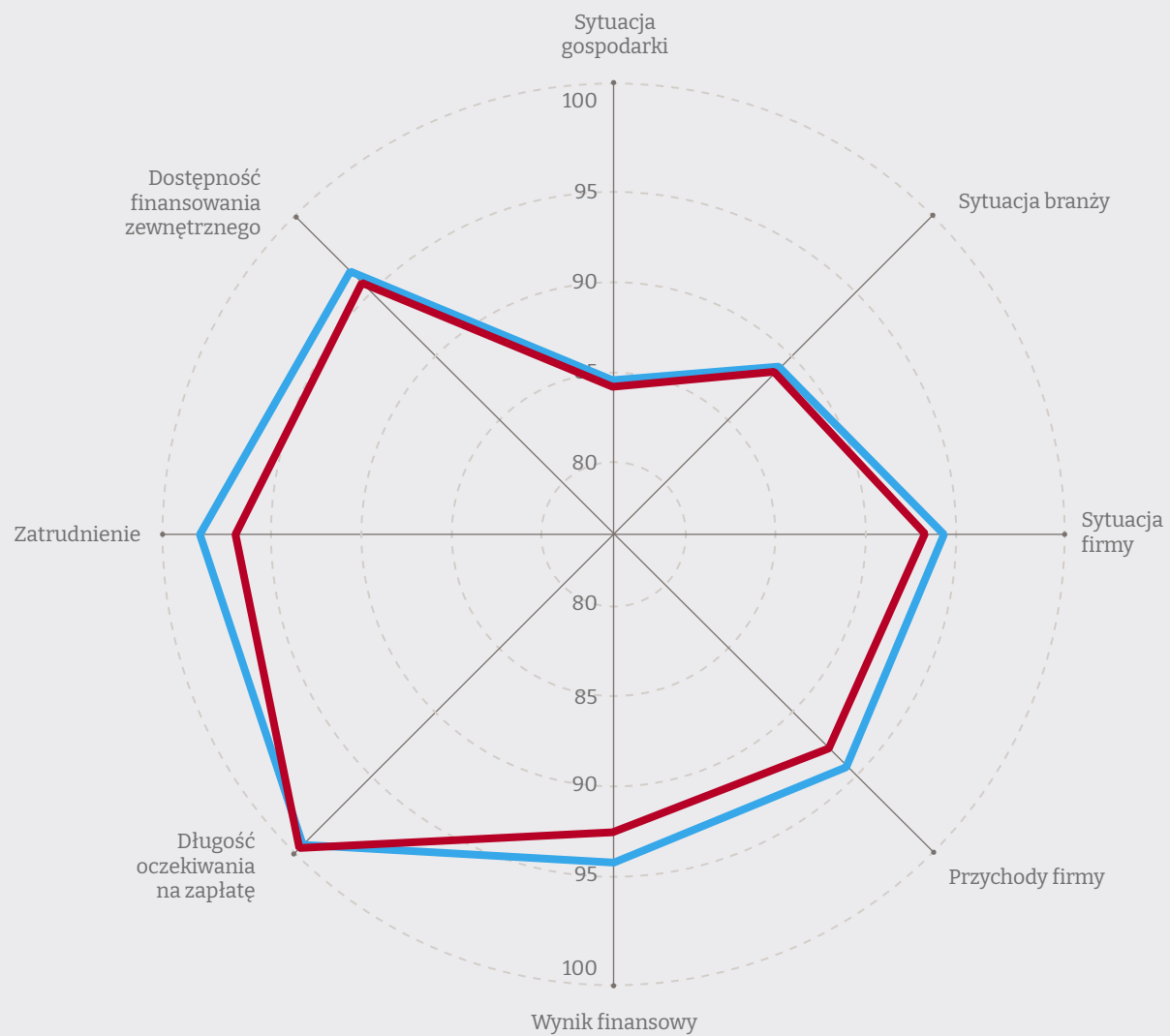
województwo śląskie region gliwicki

## Region gliwicki



## Region katowicki

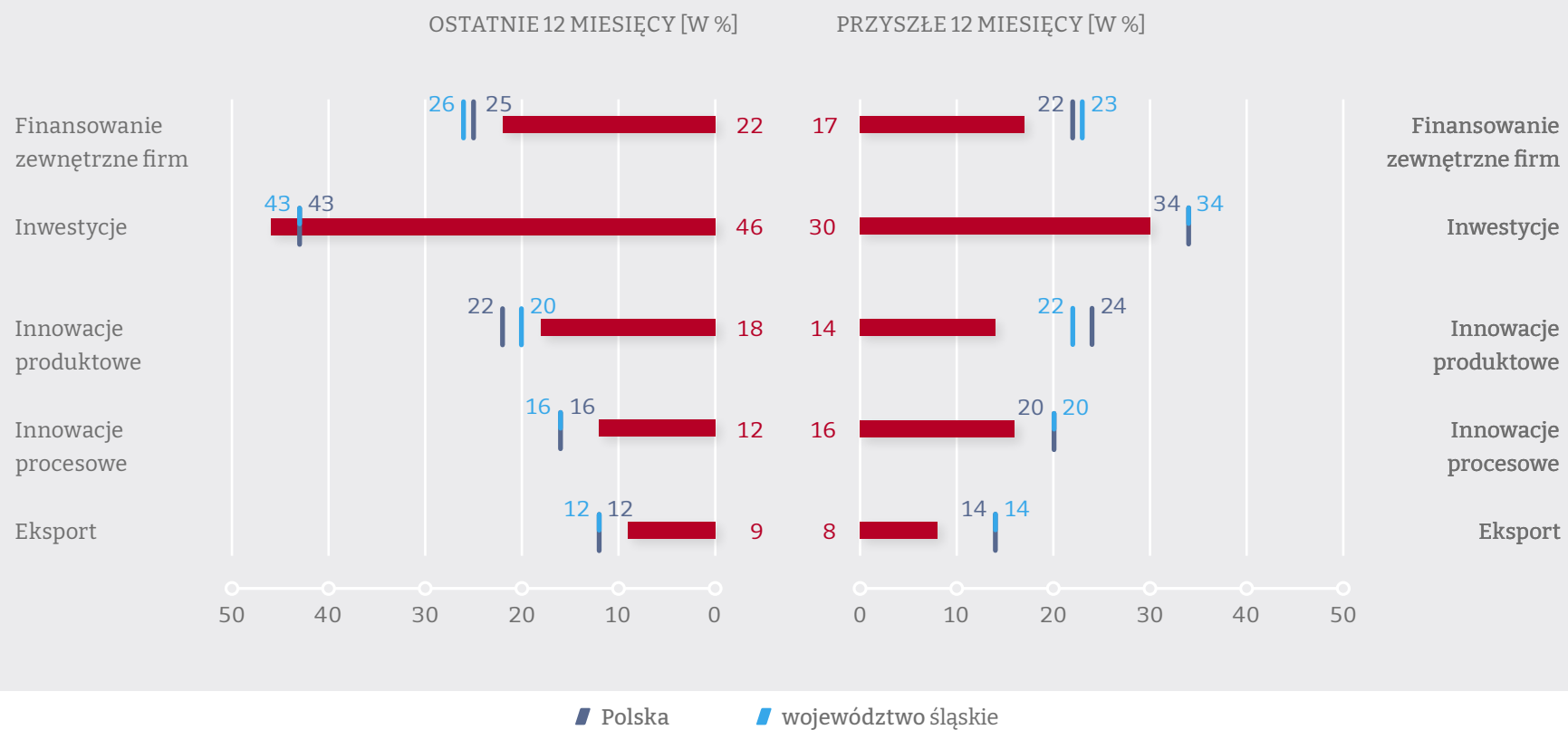
Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP



województwo śląskie region katowicki

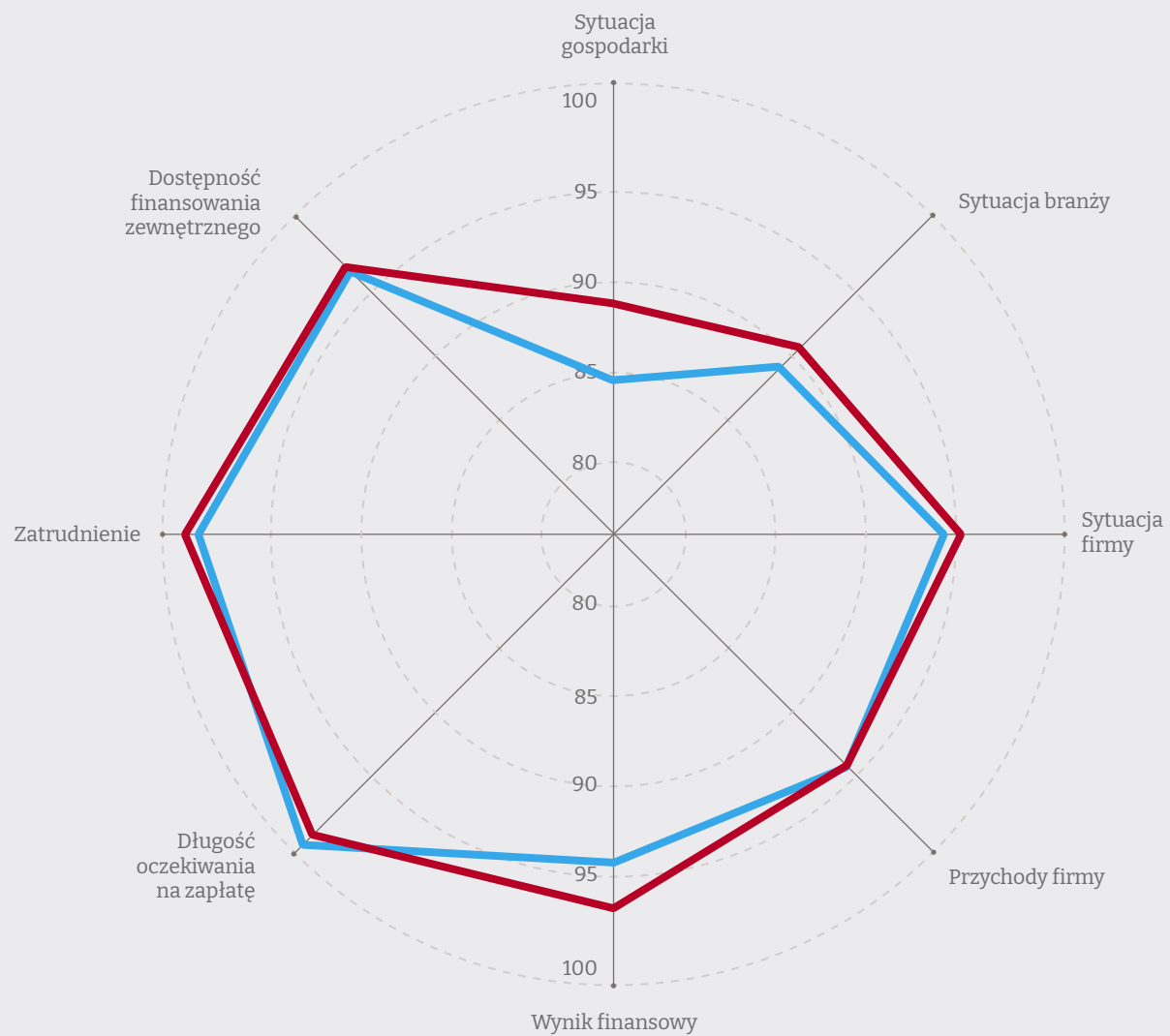


## Region katowicki



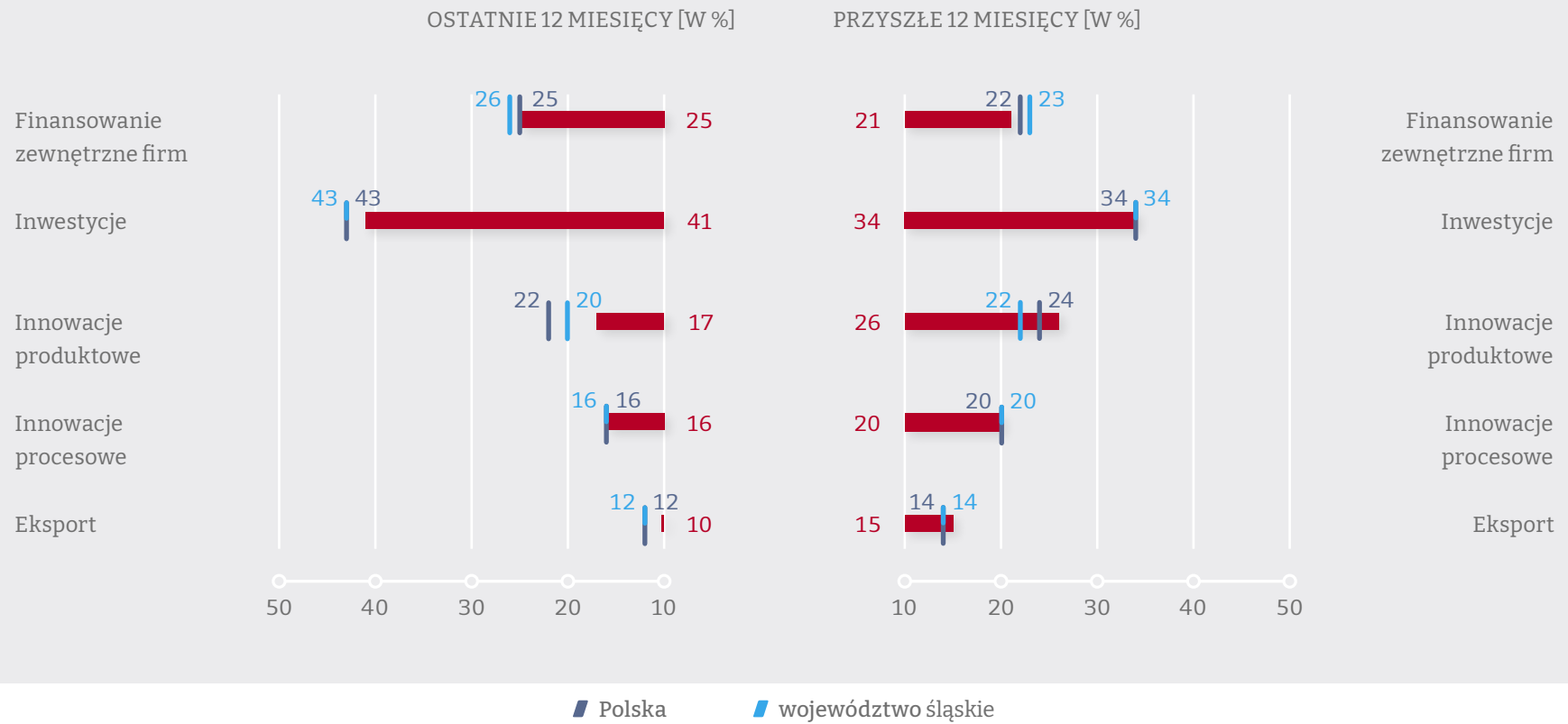
## Region rybnicki

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP



województwo śląskie region rybnicki

## Region rybnicki



## Region sosnowiecki

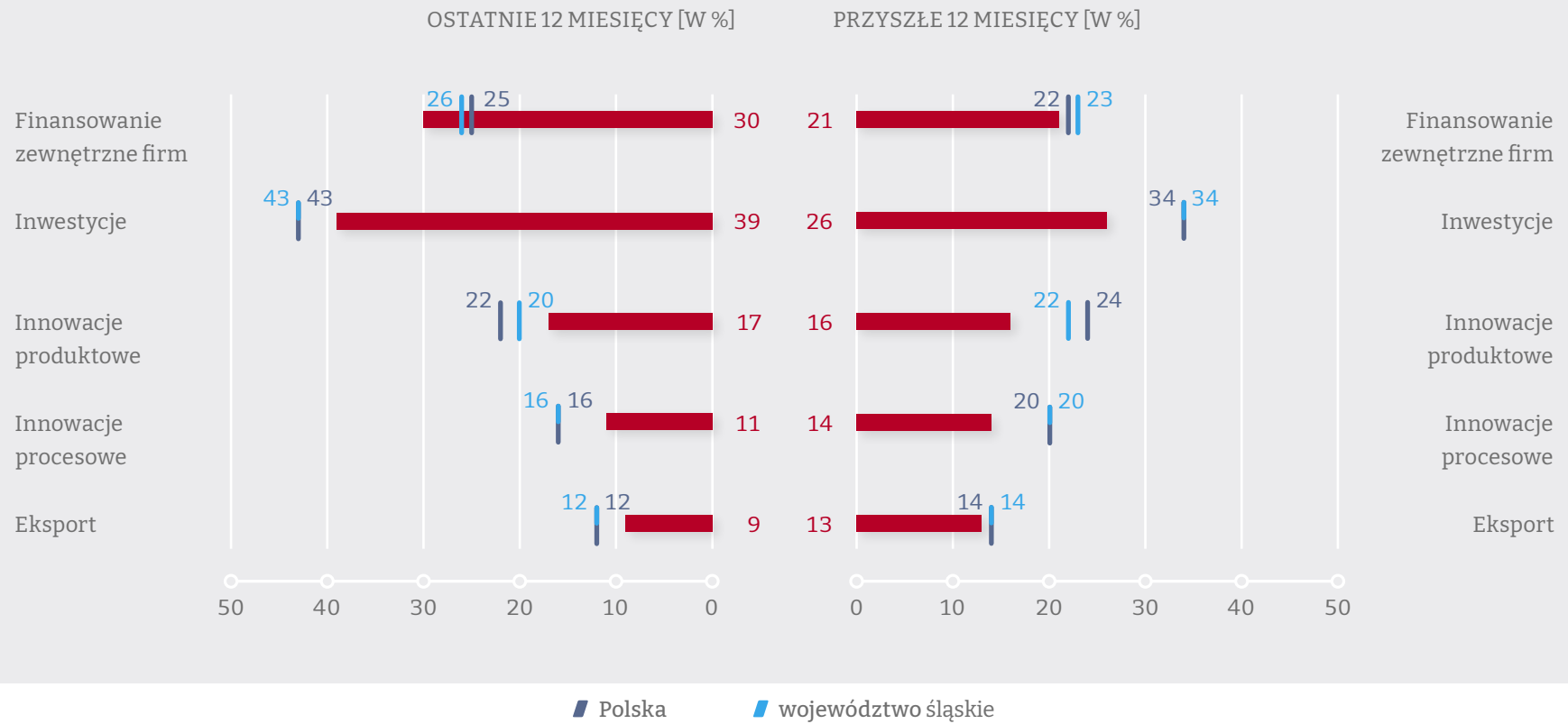
Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP



województwo śląskie

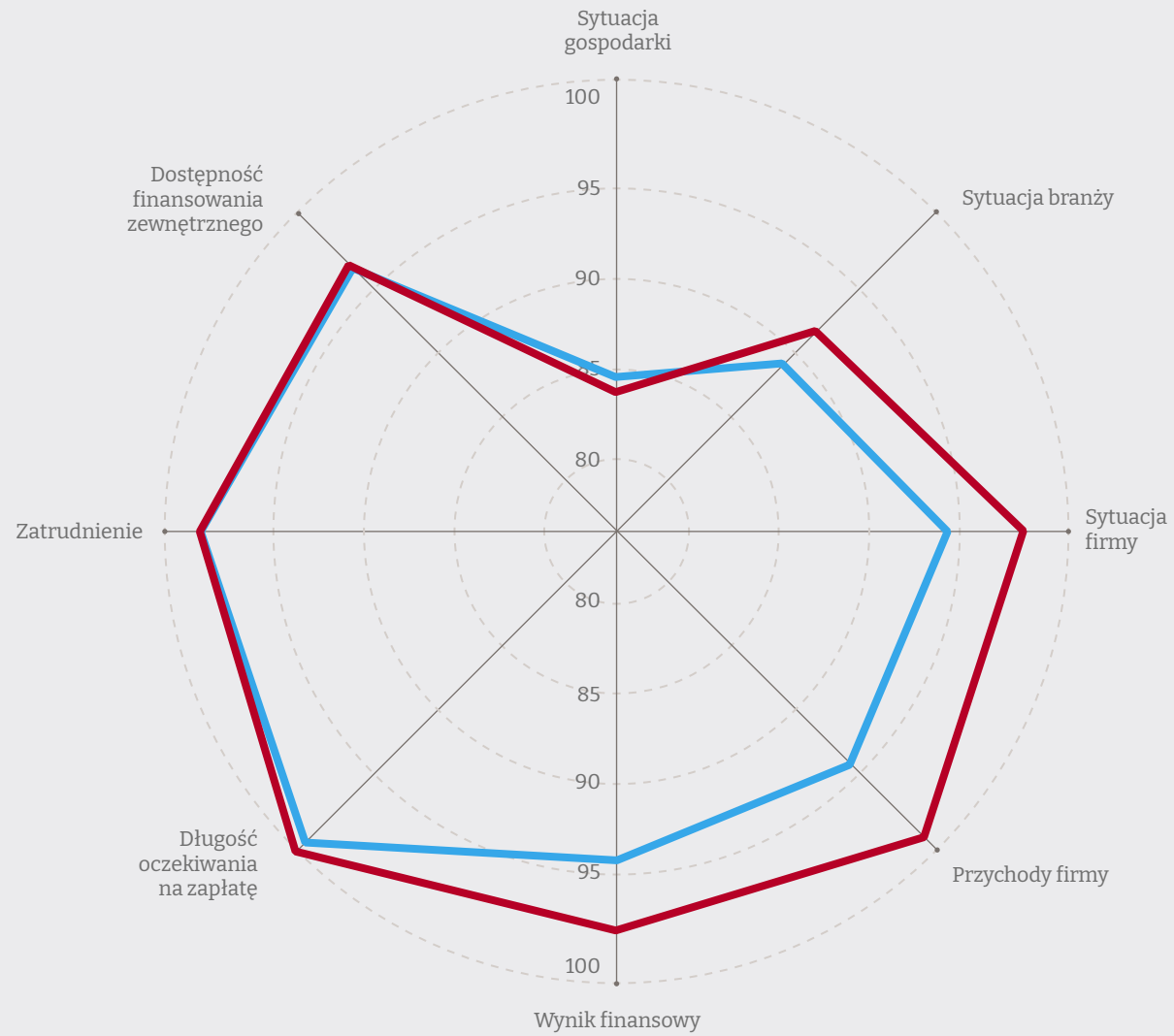
region sosnowiecki

## Region sosnowiecki



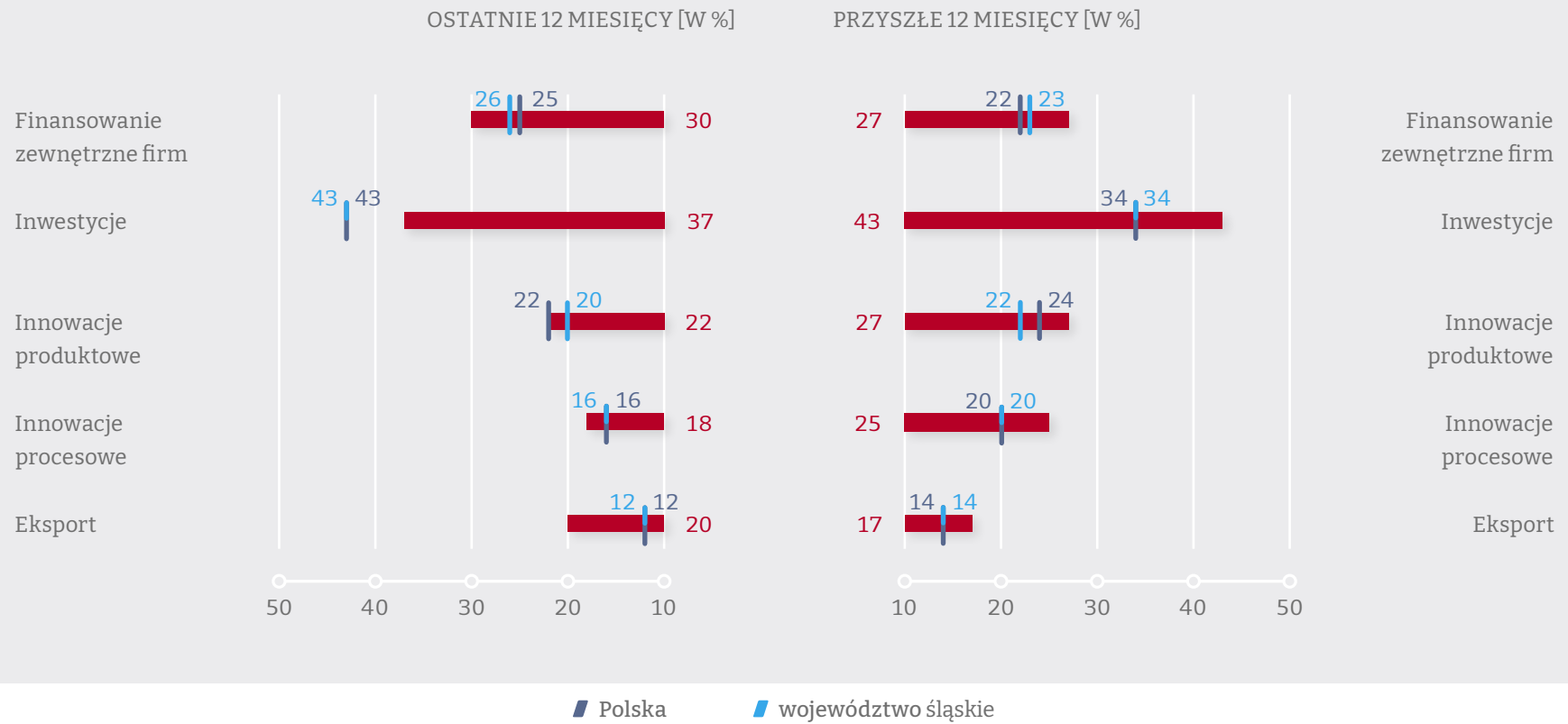
## Region tyski

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP



województwo śląskie region tyski

## Region tyski



# Województwo świętokrzyskie



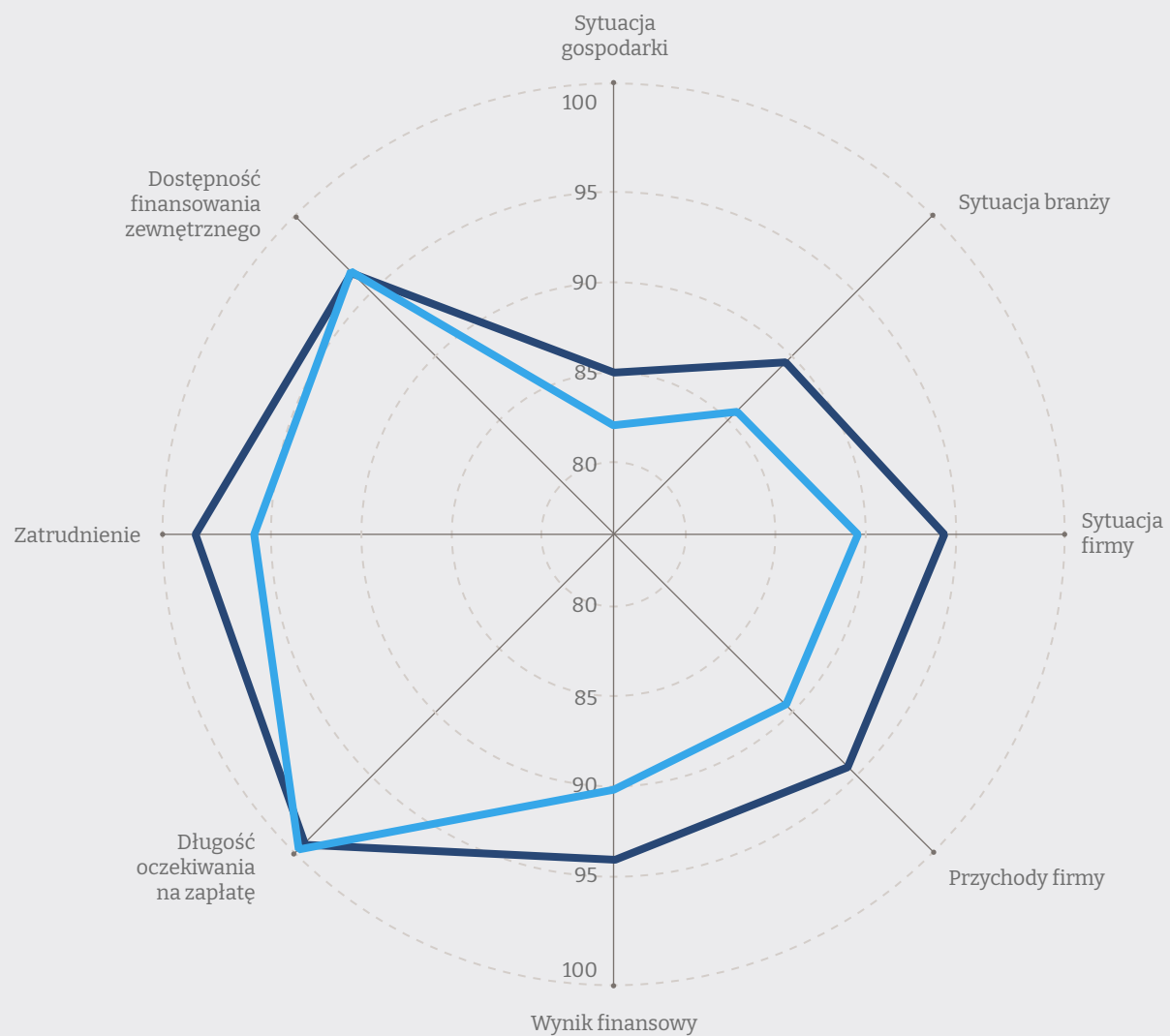


## Województwo świętokrzyskie

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

93,9

91,0



■ Polska    ■ województwo świętokrzyskie

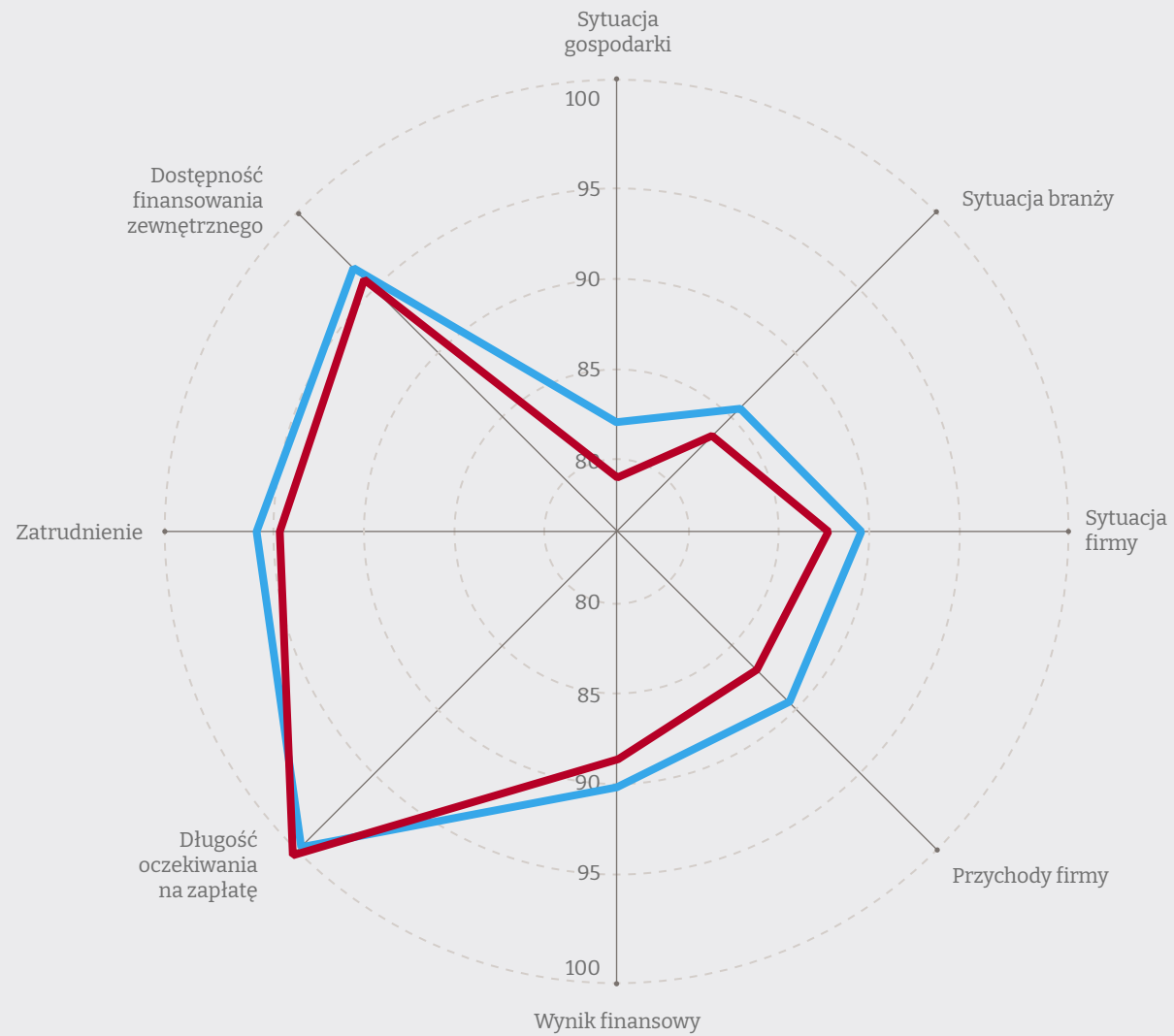
## Region kielecki

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

93,9

91,0

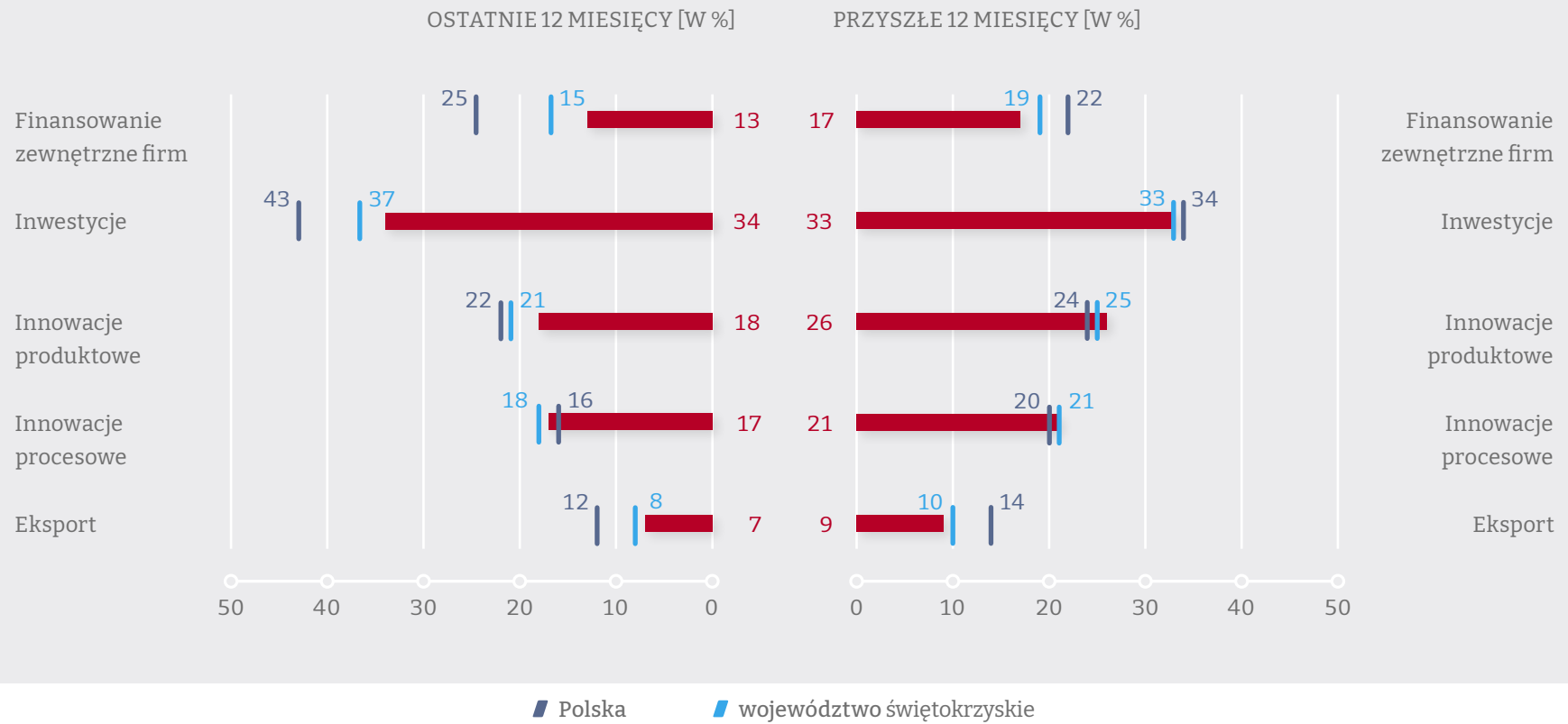
89,5



województwo świętokrzyskie

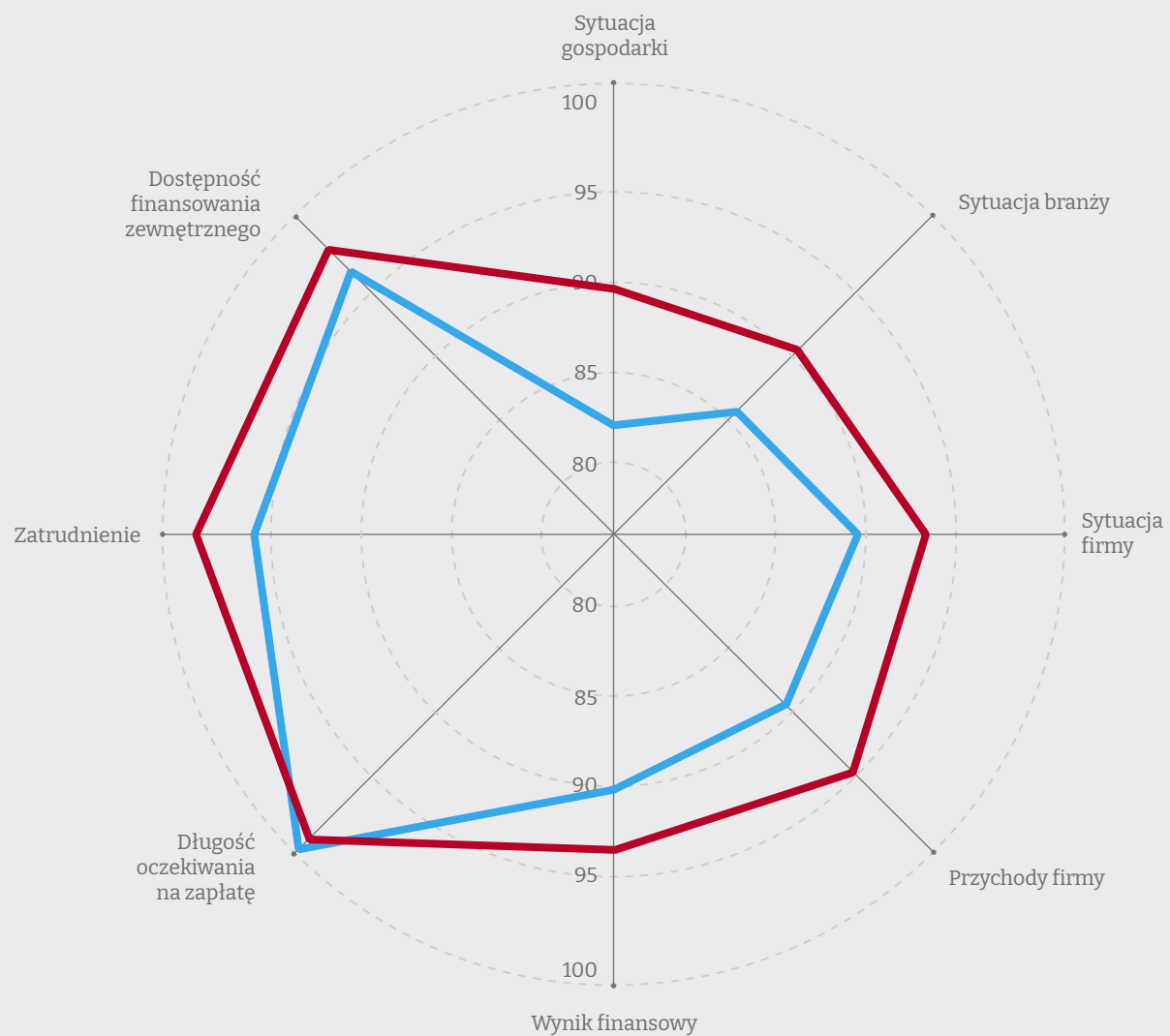
region kielecki

## Region kielecki



## Region sandomiersko-jędrzejowski

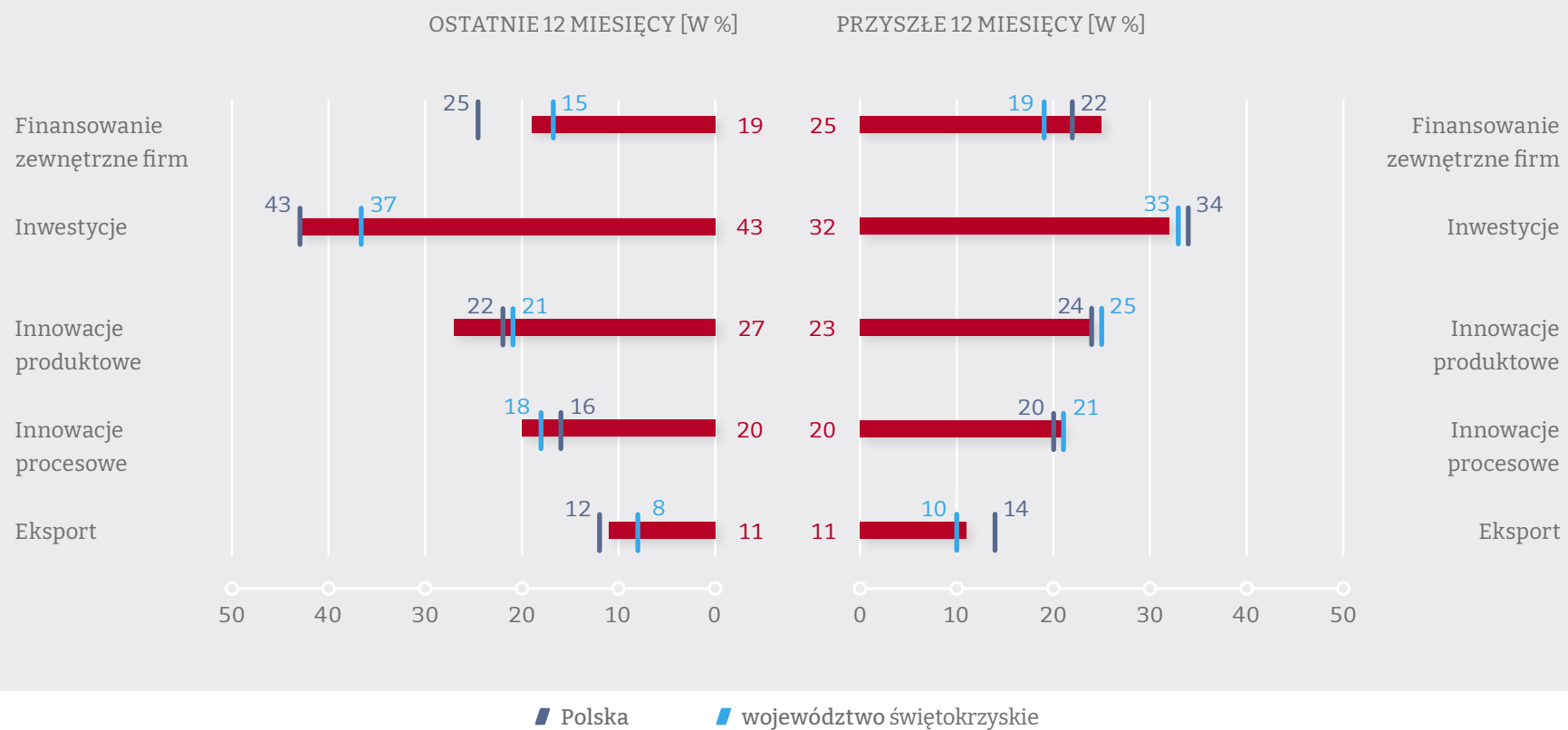
Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP



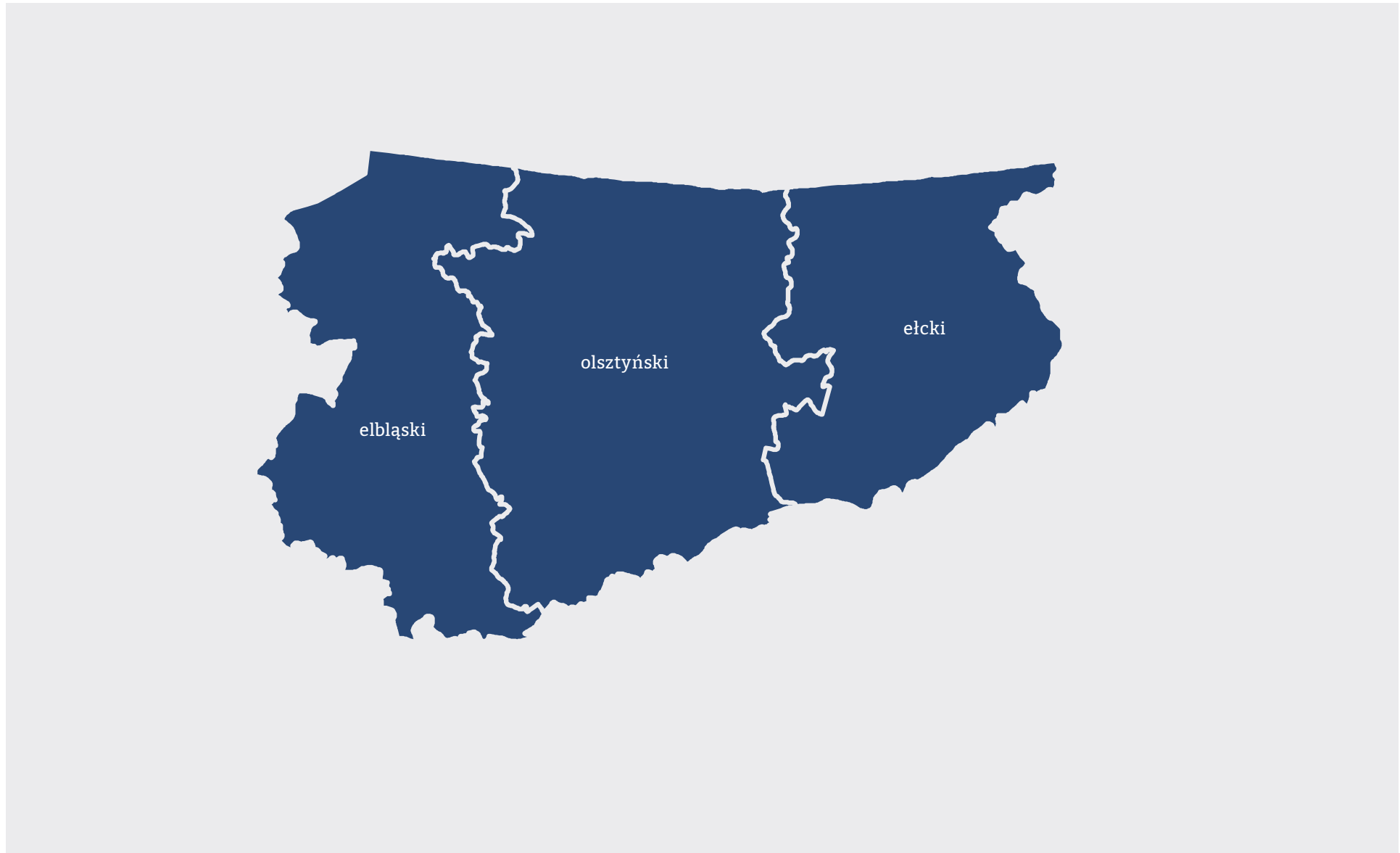
województwo świętokrzyskie

region sandomiersko-jędrzejowski

## Region sandomiersko-jędrzejowski



# Województwo warmińsko-mazurskie

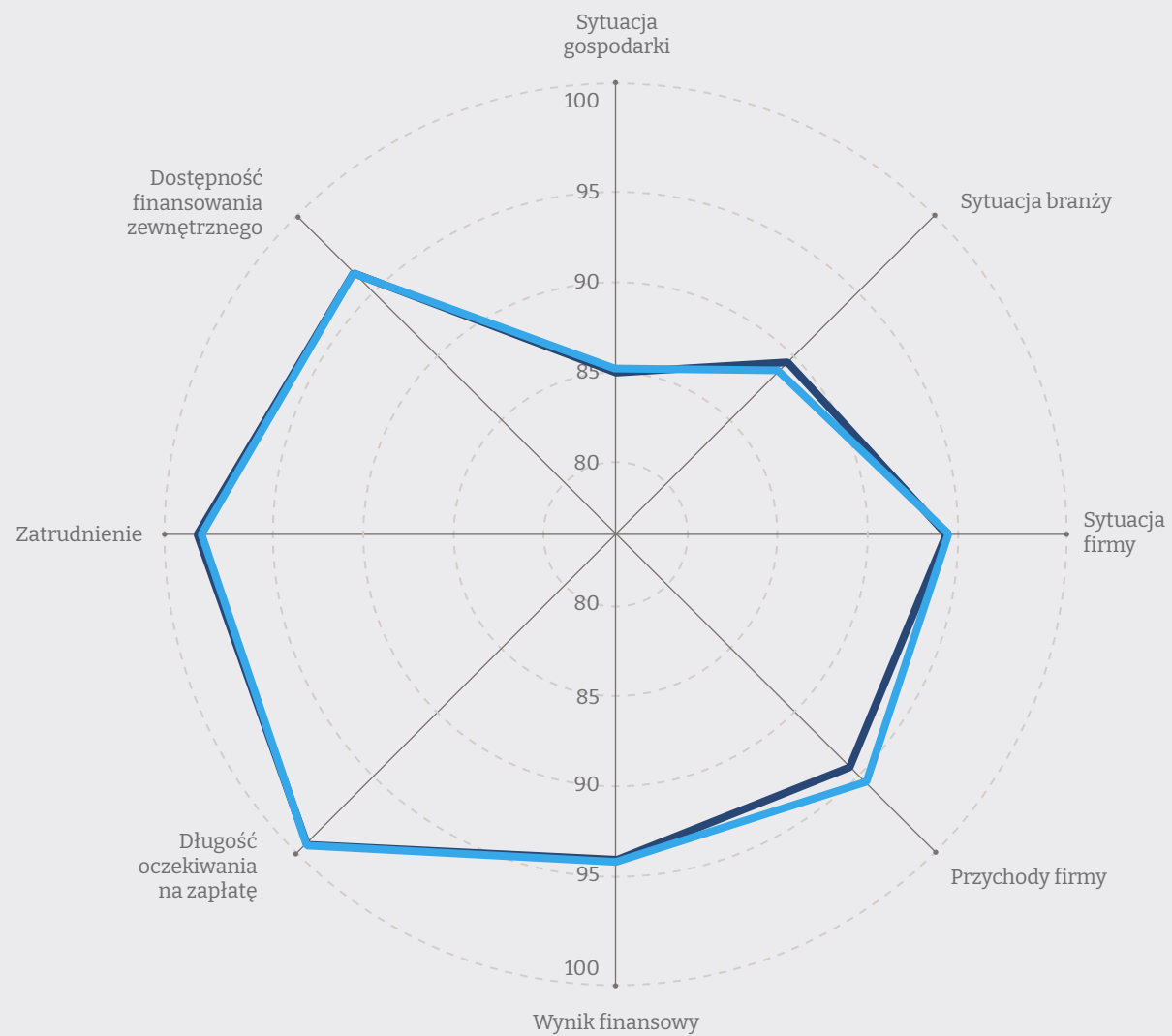


## Województwo warmińsko-mazurskie

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

93,9

94,0

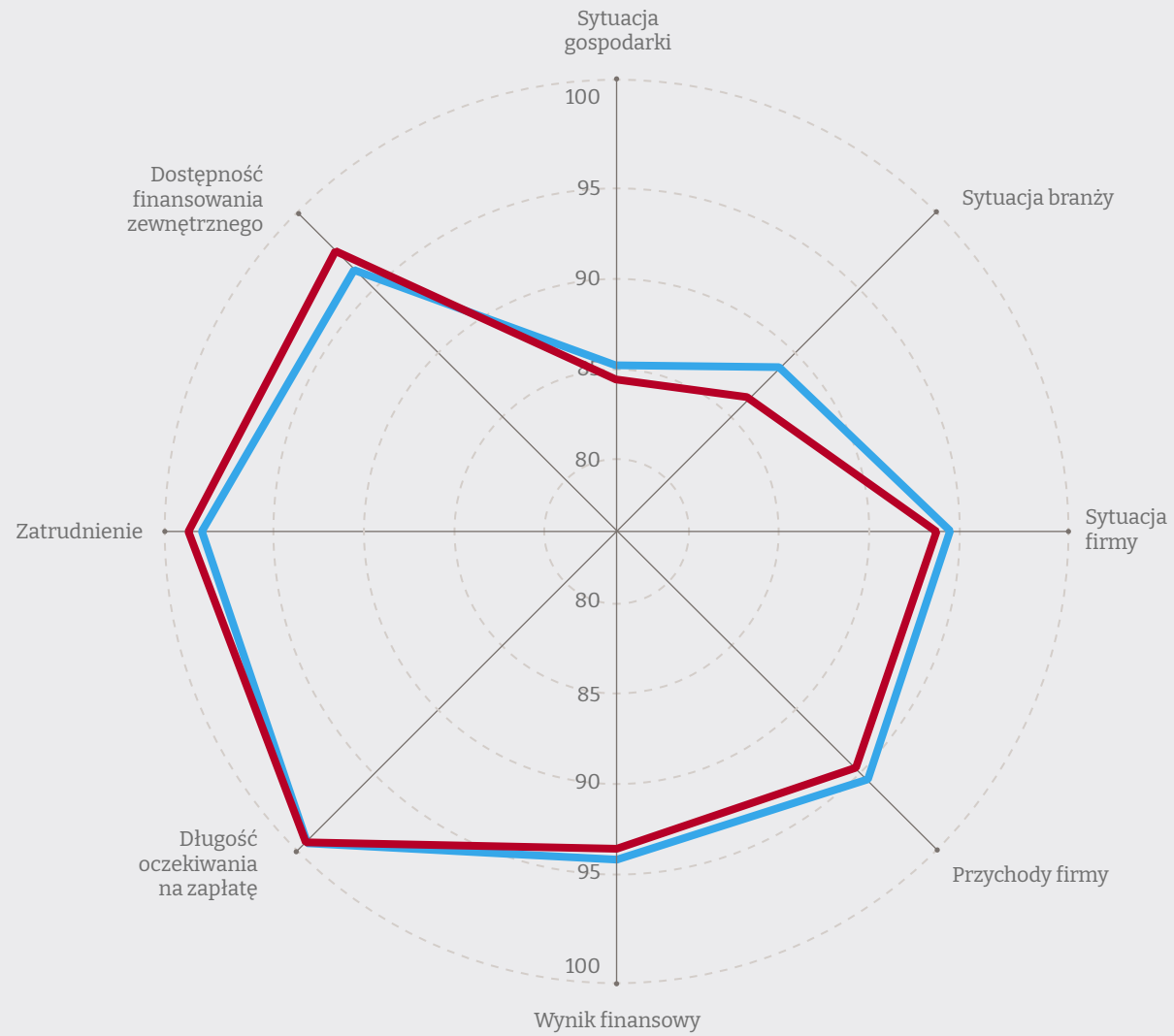
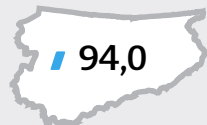


■ Polska

■ województwo warmińsko-mazurskie

## Region elbląski

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

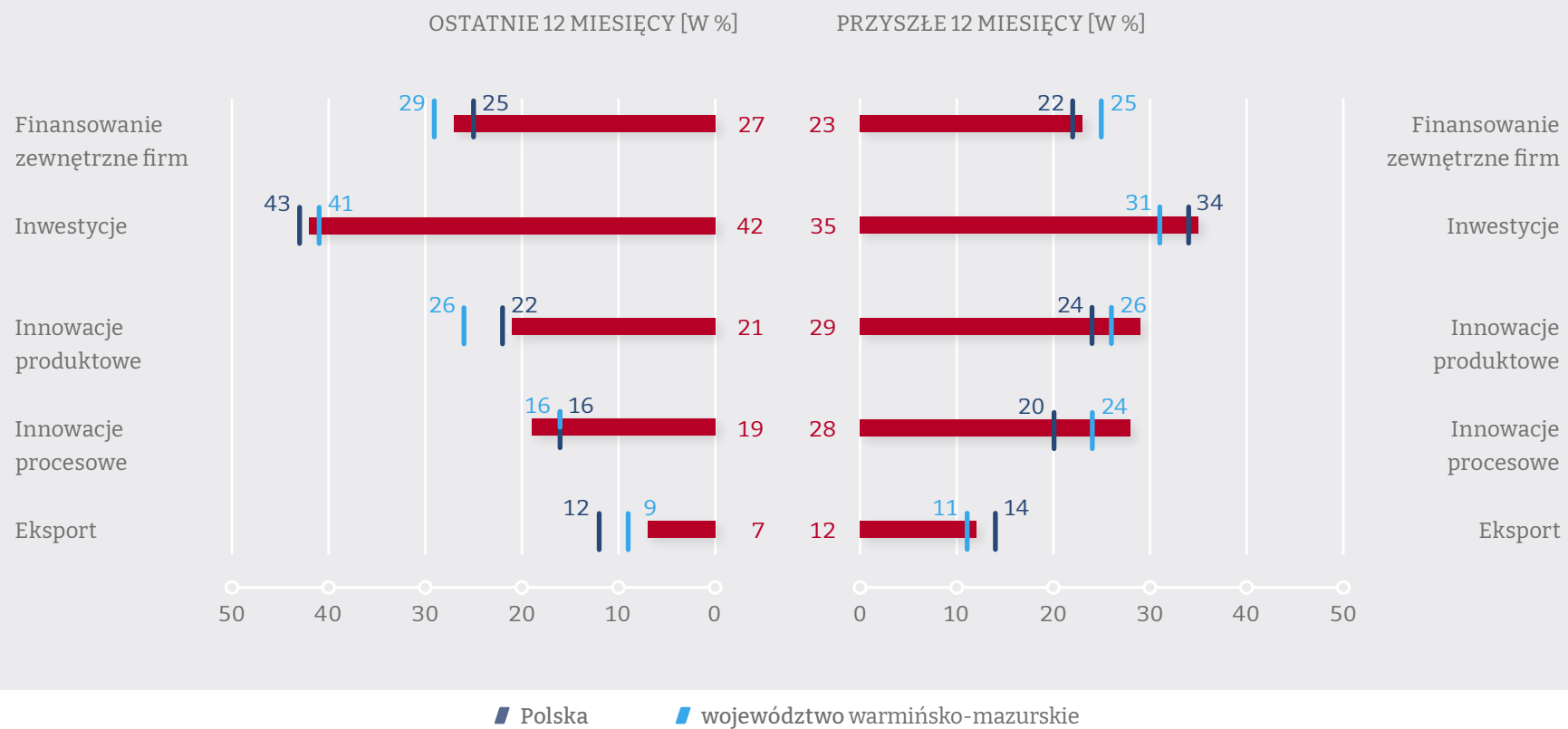


województwo warmińsko-mazurskie

region elbląski

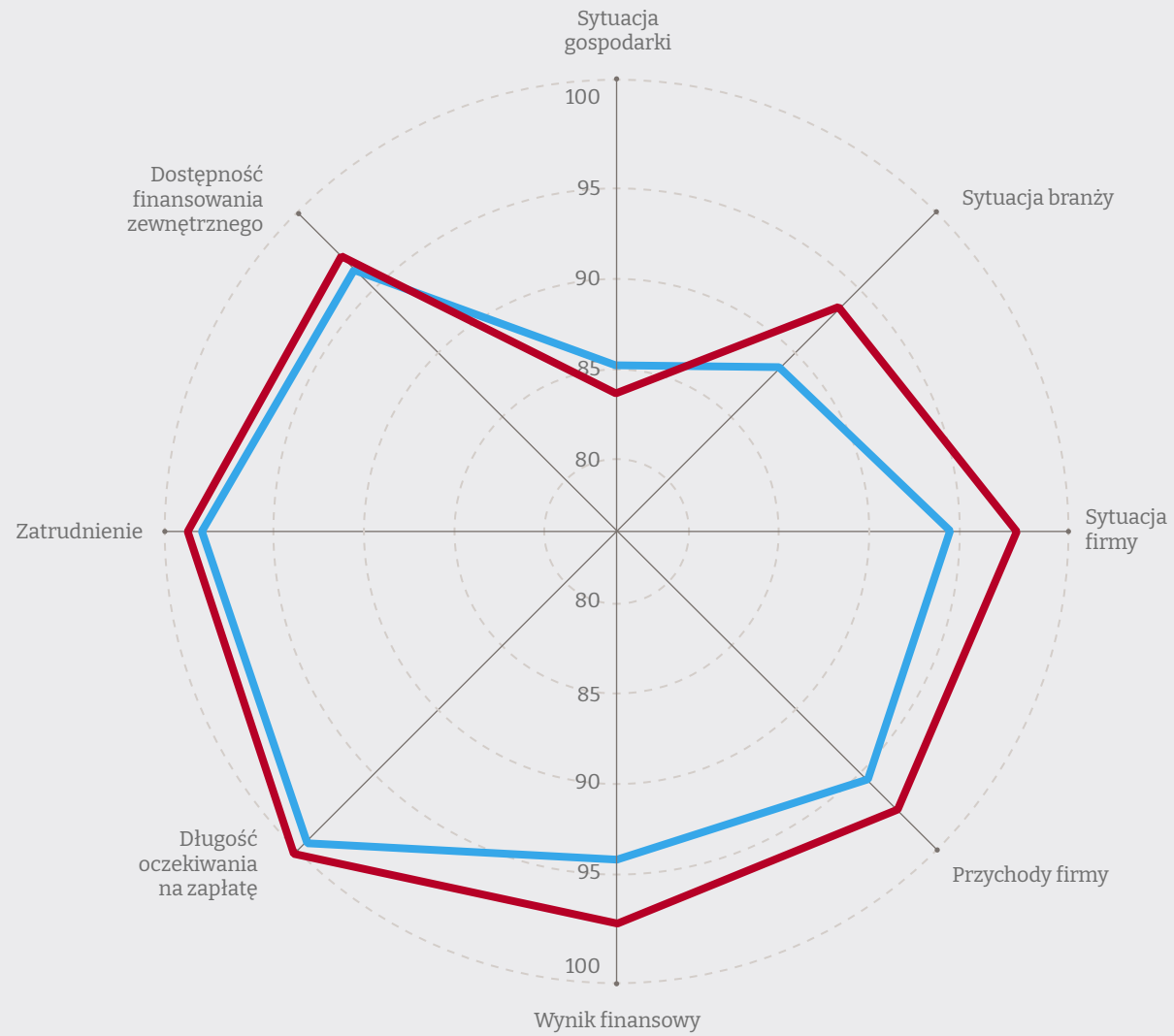
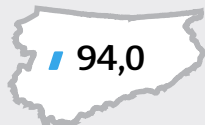


## Region elbląski



## Region ęcki

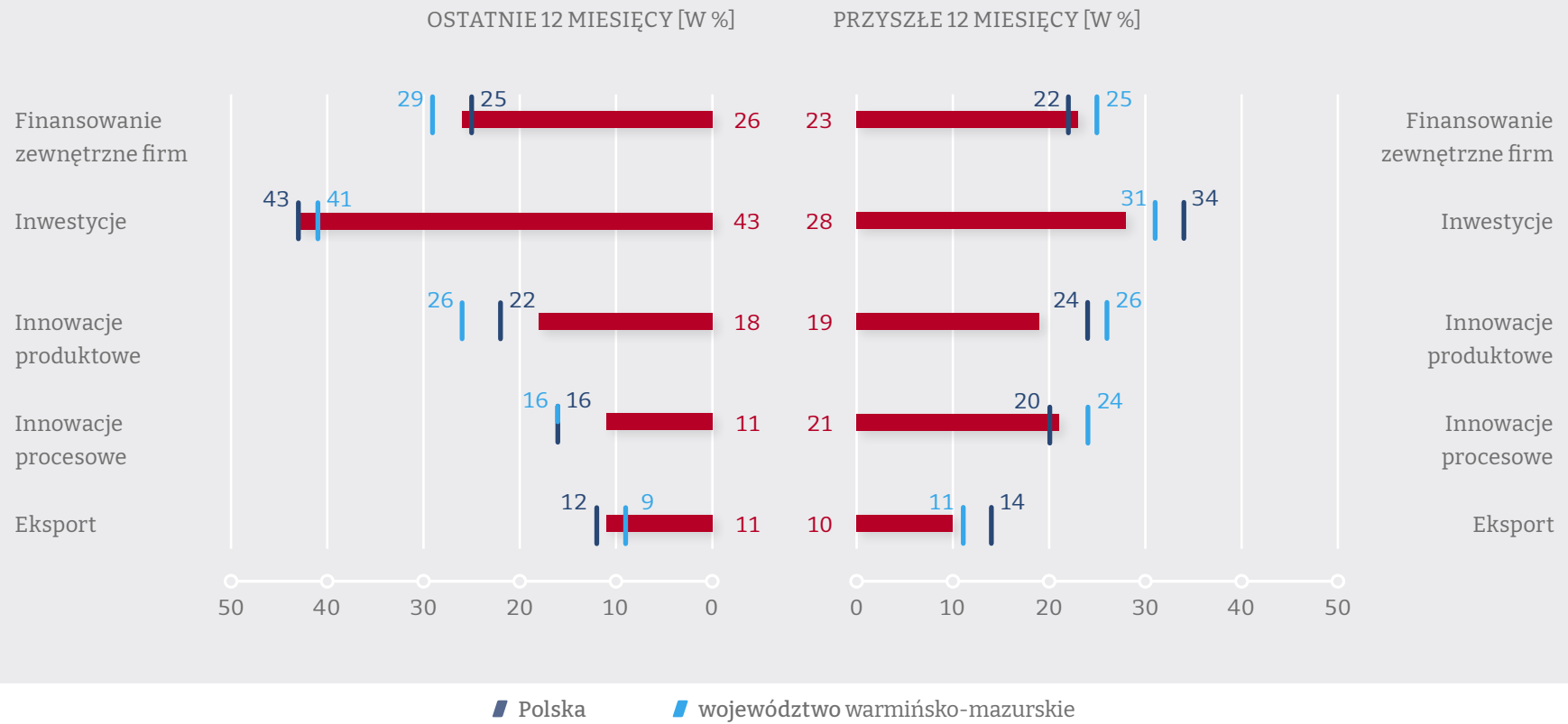
Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP



województwo warmińsko-mazurskie

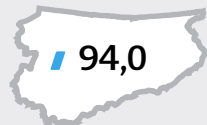
region ęcki

## Region ełcki



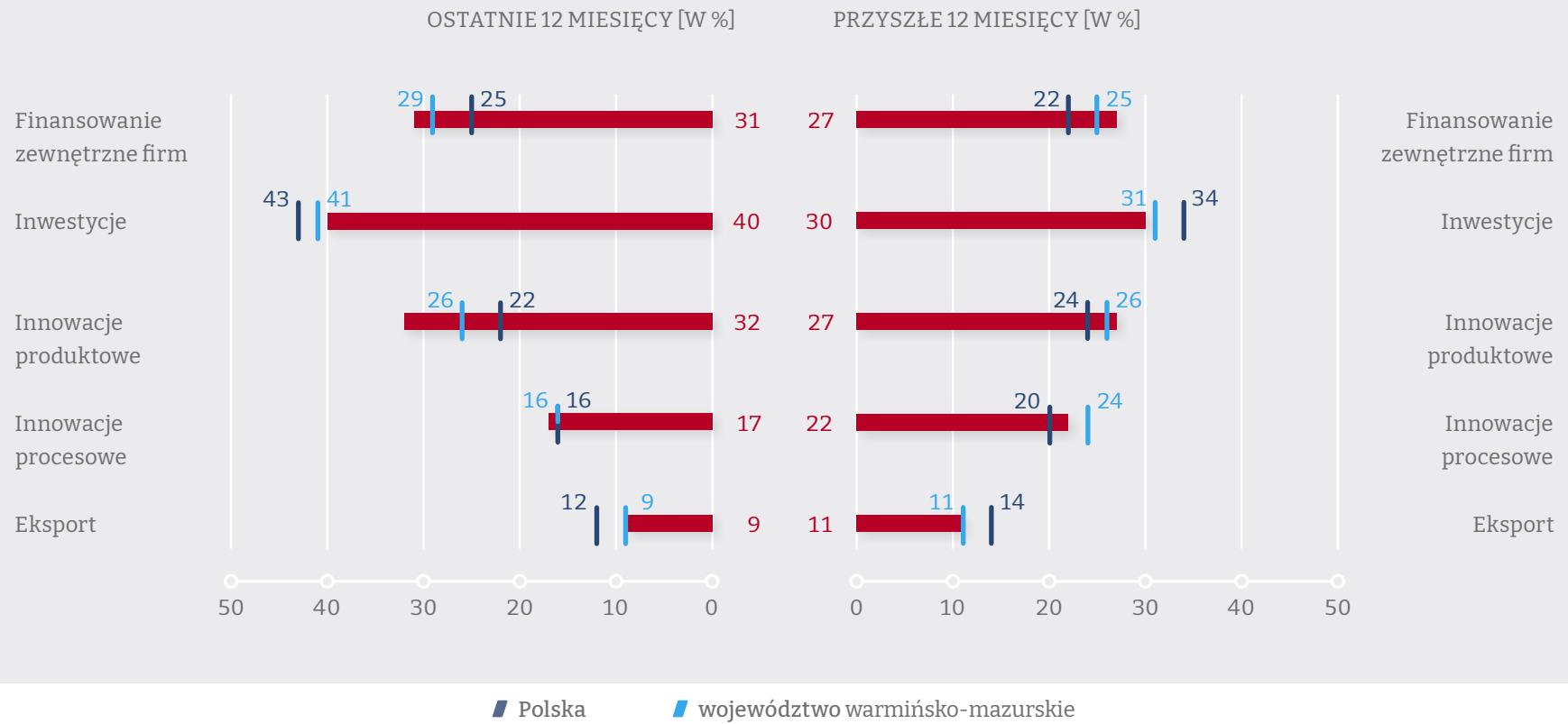
## Region olsztyński

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

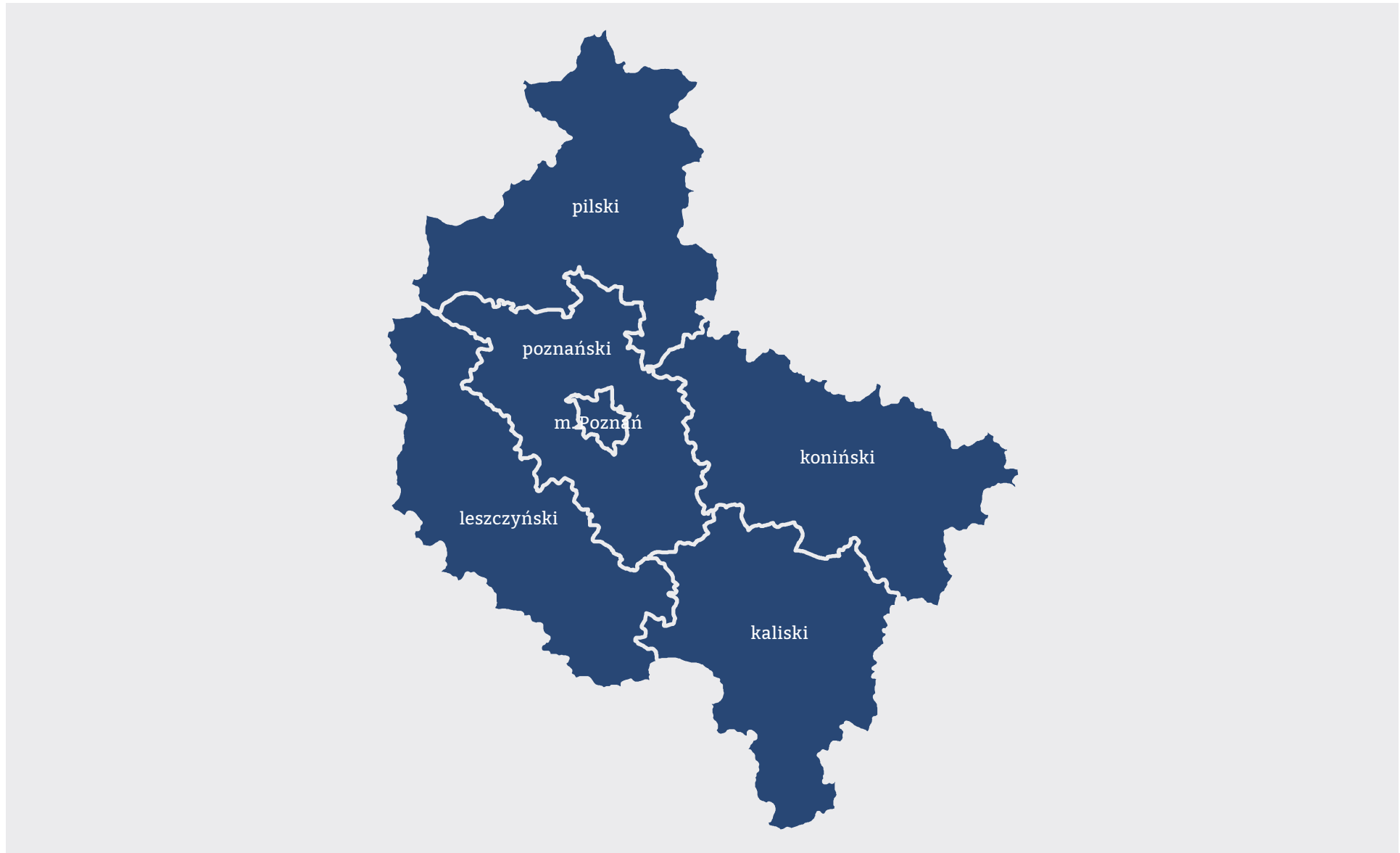


województwo warmińsko-mazurskie region olsztyński

## Region olsztyński

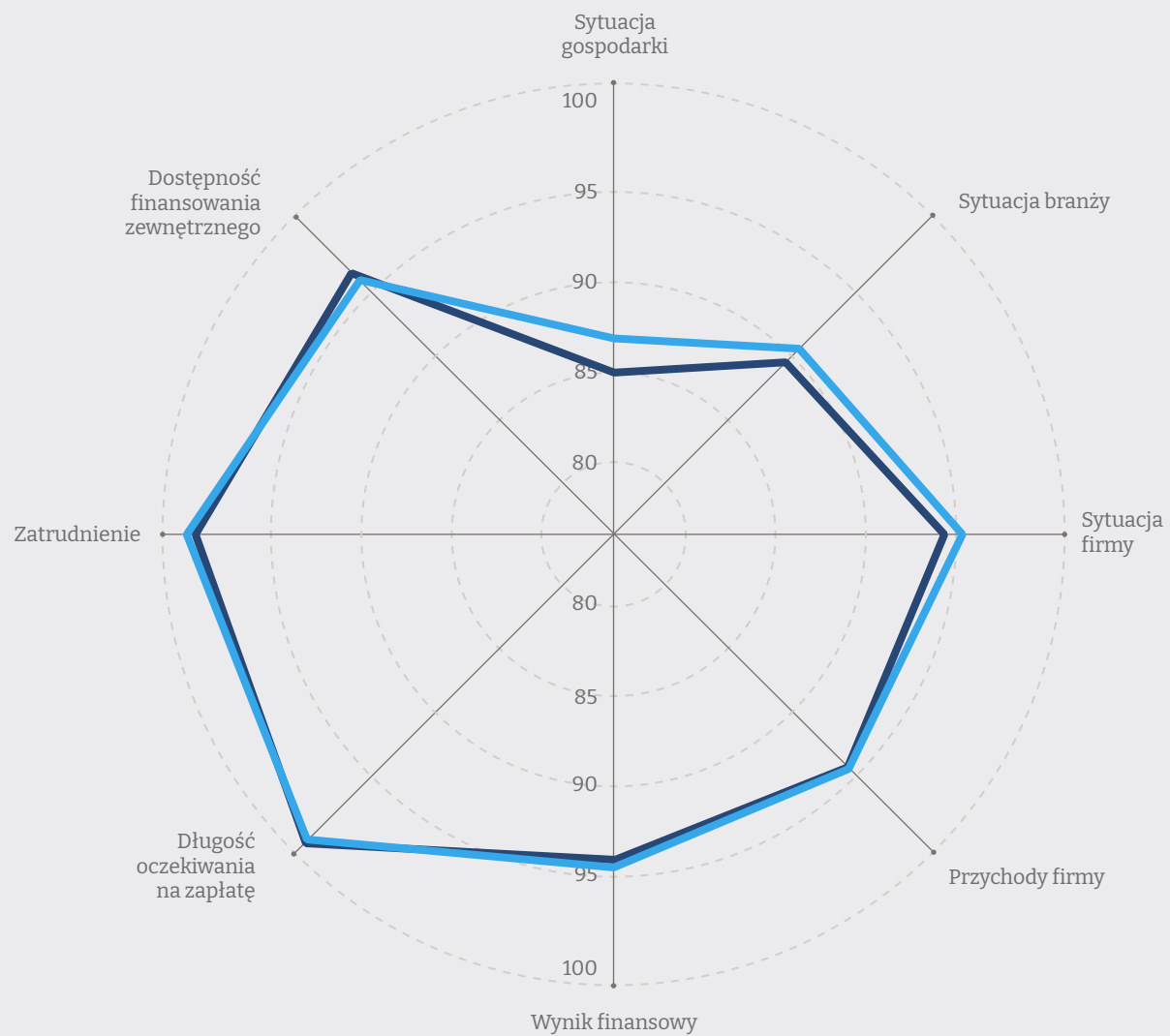
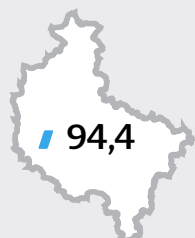


# Województwo wielkopolskie



## Województwo wielkopolskie

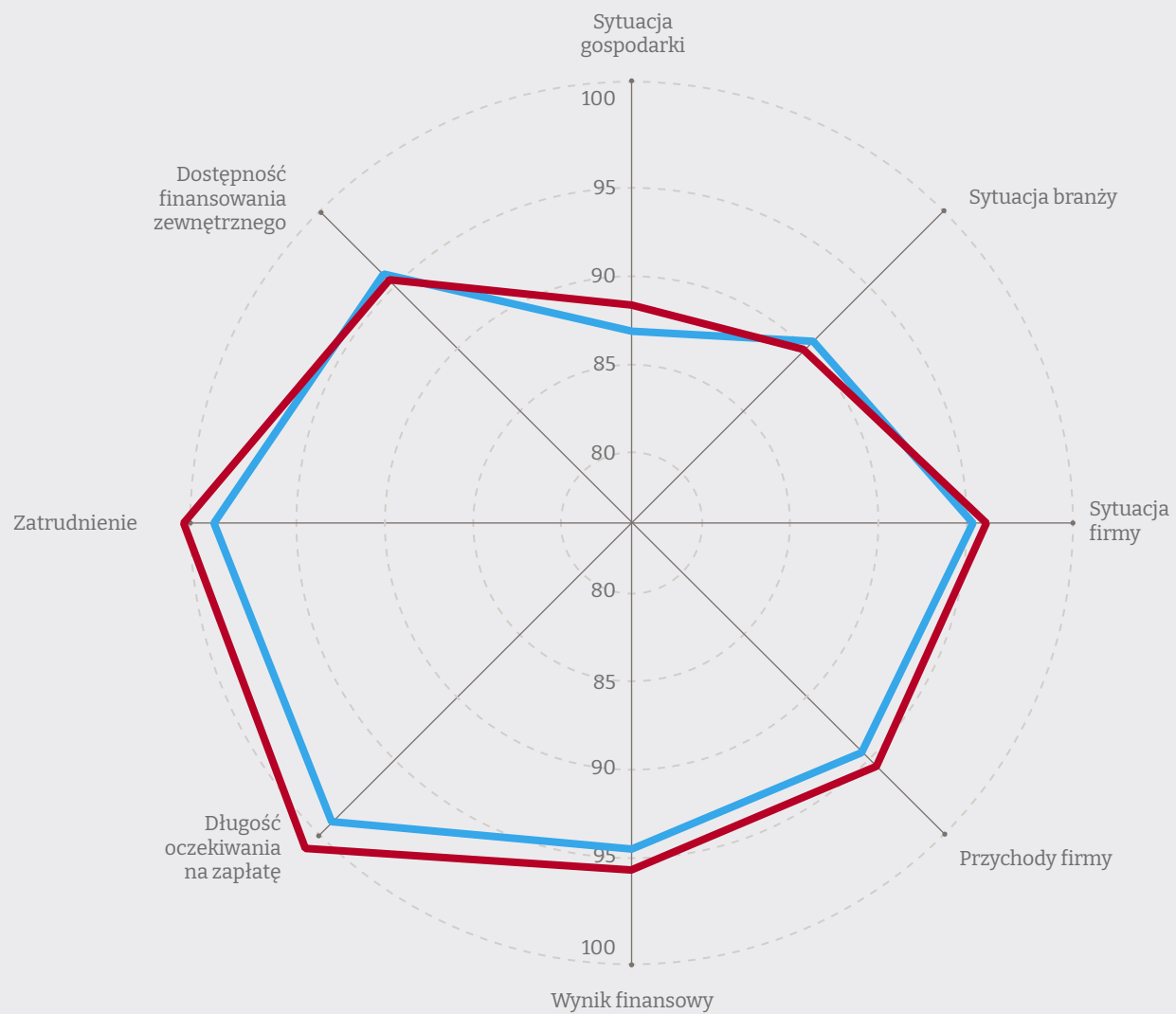
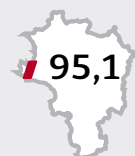
Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP



■ Polska    ■ województwo wielkopolskie

## Region kaliski

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

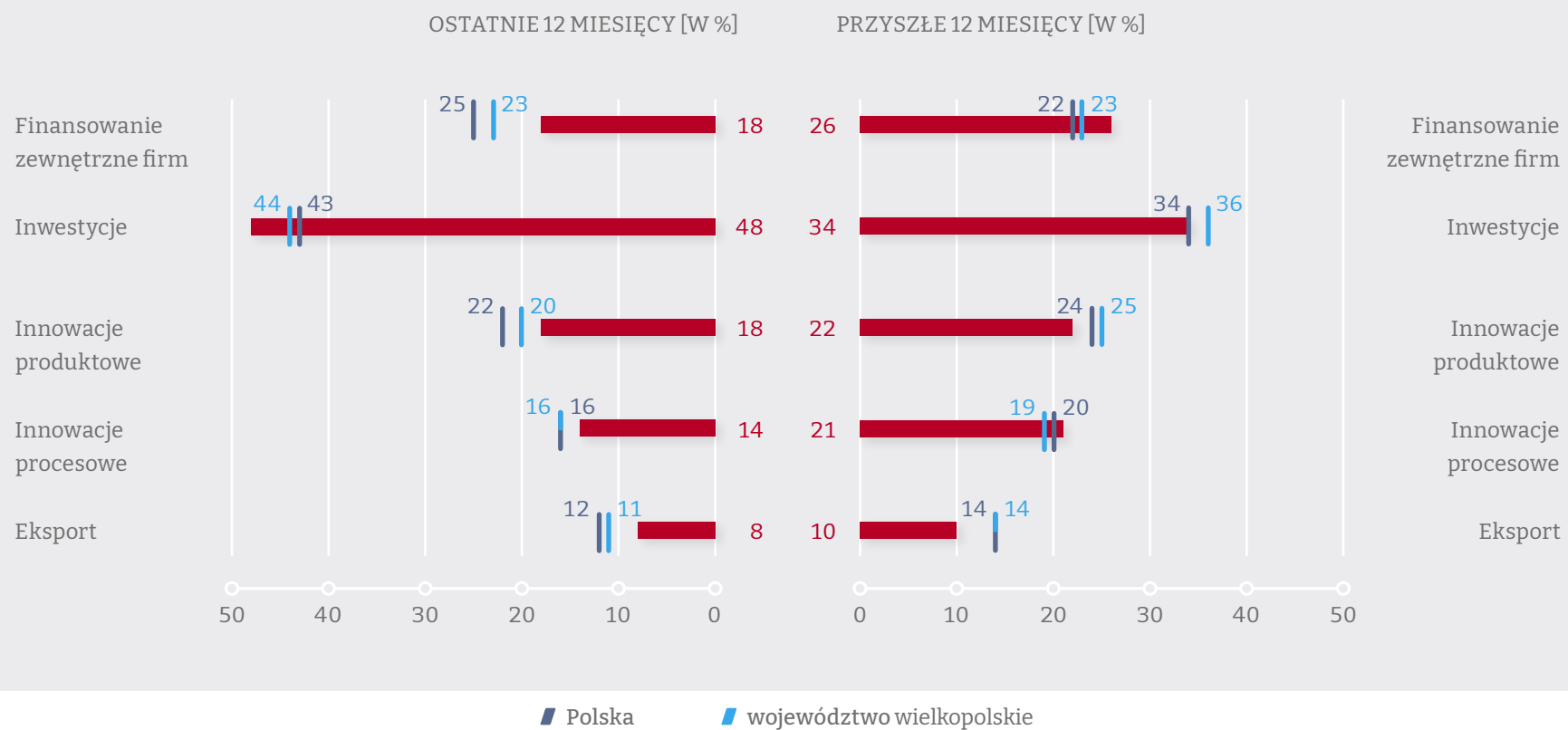


województwo wielkopolskie

region kaliski



## Region kaliski



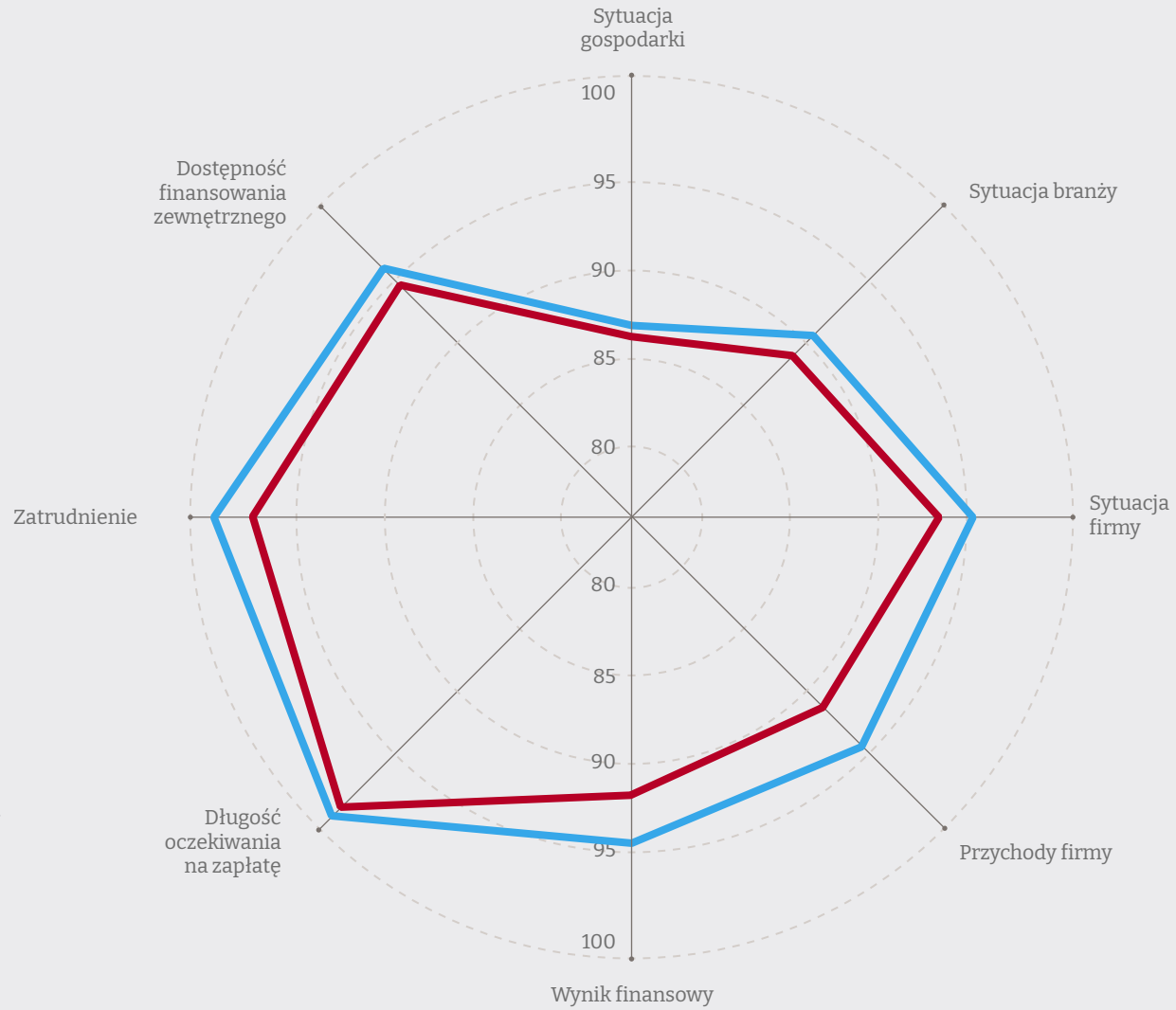
## Region koniński

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

93,9

94,4

92,7



Zatrudnienie

Długość  
oczekiwania  
na zapłatę

Wynik finansowy

Przychody firmy

Sytuacja  
firmy

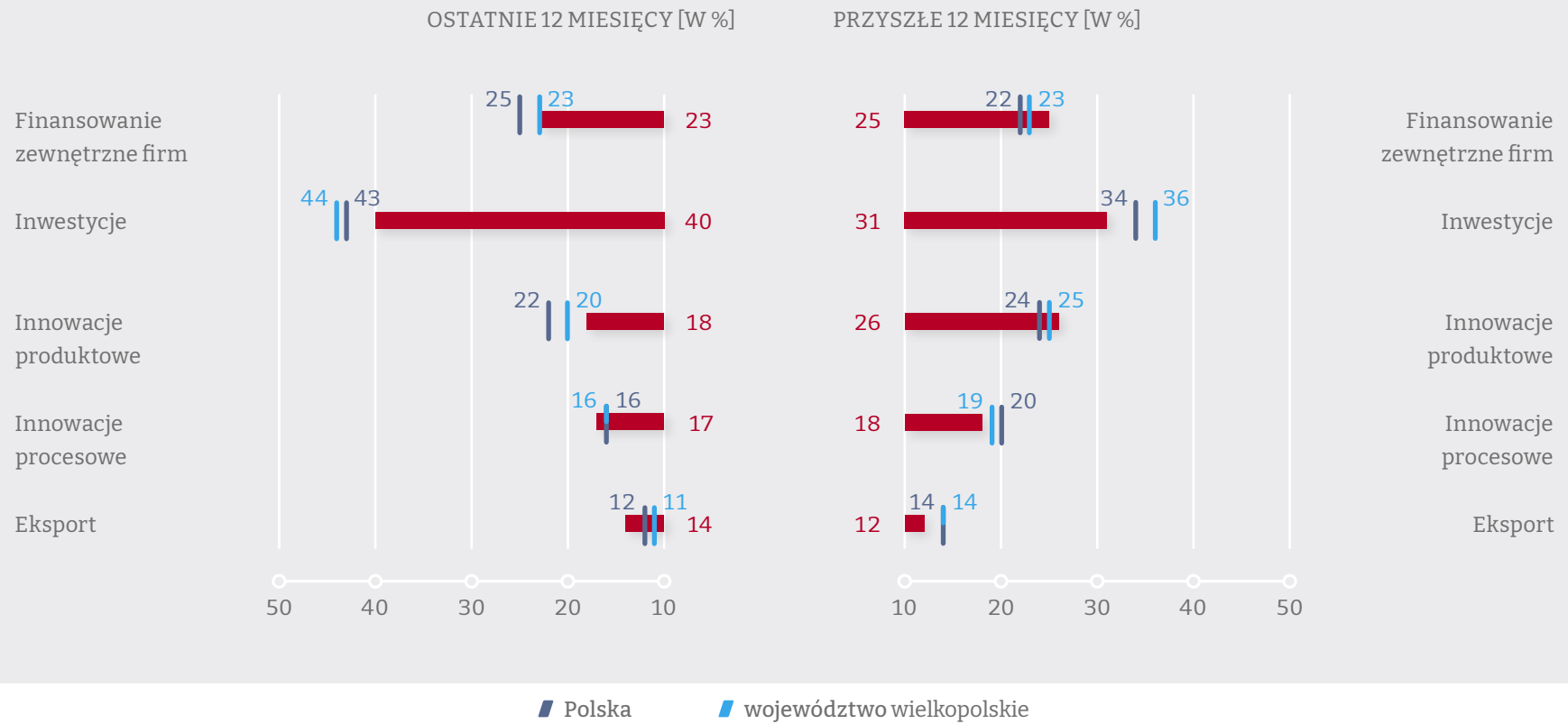
Sytuacja branży

Sytuacja  
gospodarki

województwo wielkopolskie

region koniński

## Region koniński



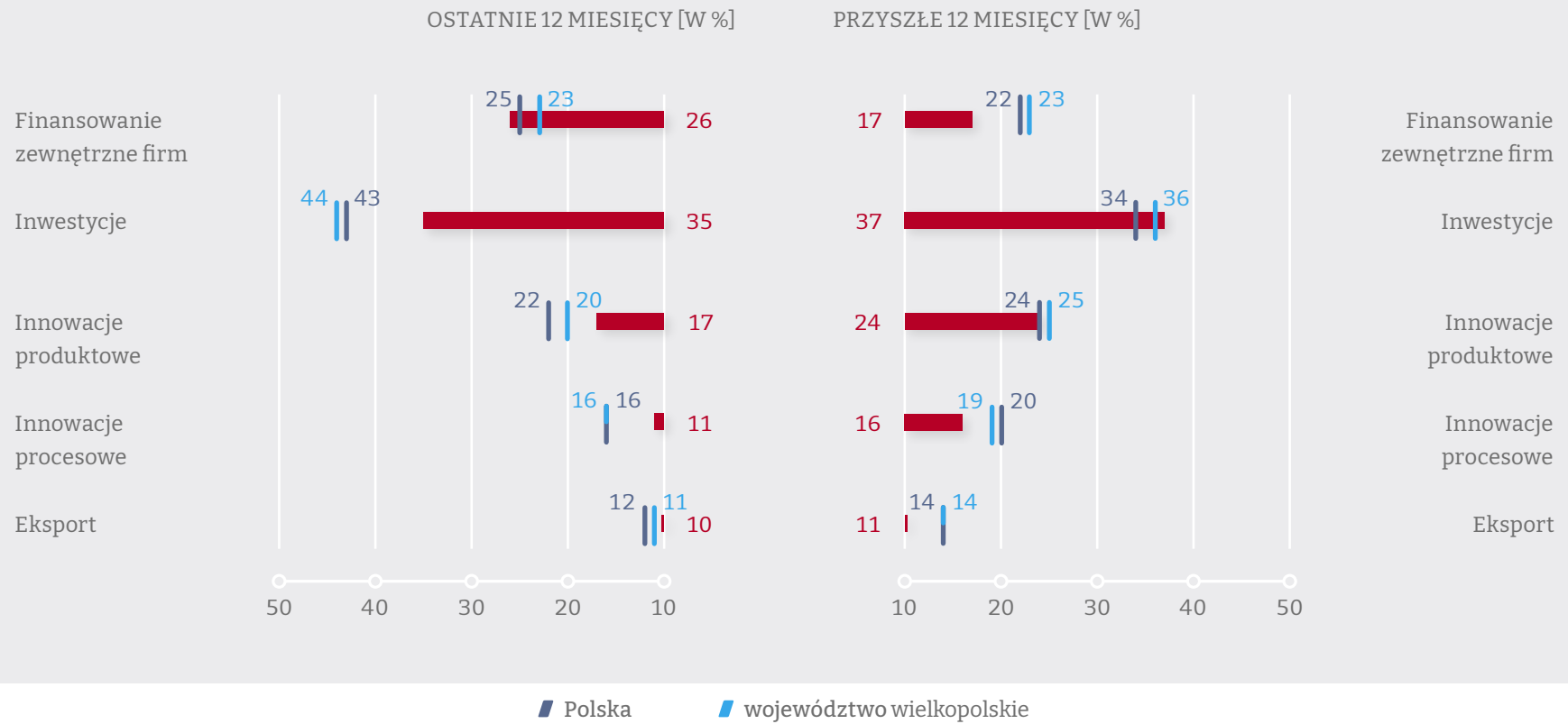
## Region leszczyński

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP



województwo wielkopolskie region leszczyński

## Region leszczyński



## Miasto Poznań

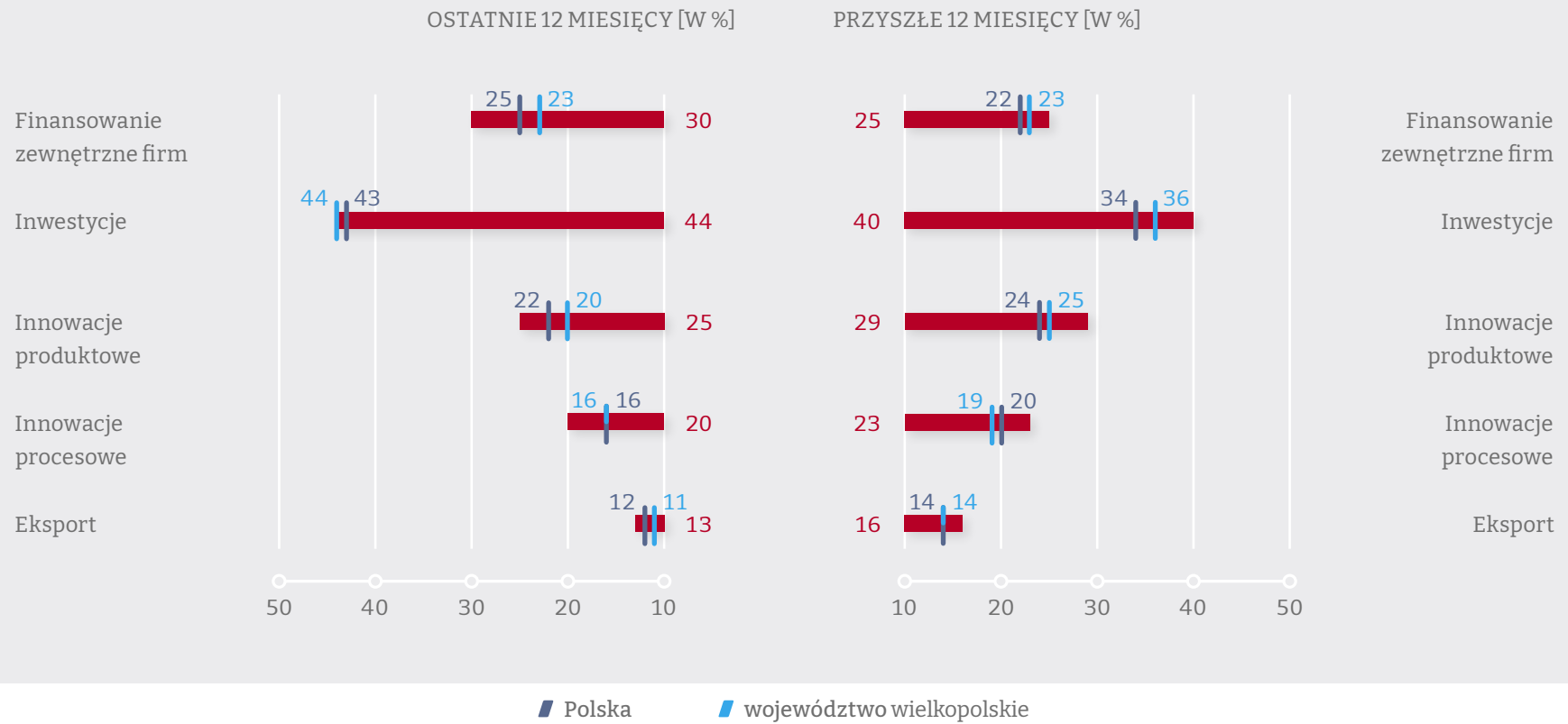
Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP



województwo wielkopolskie

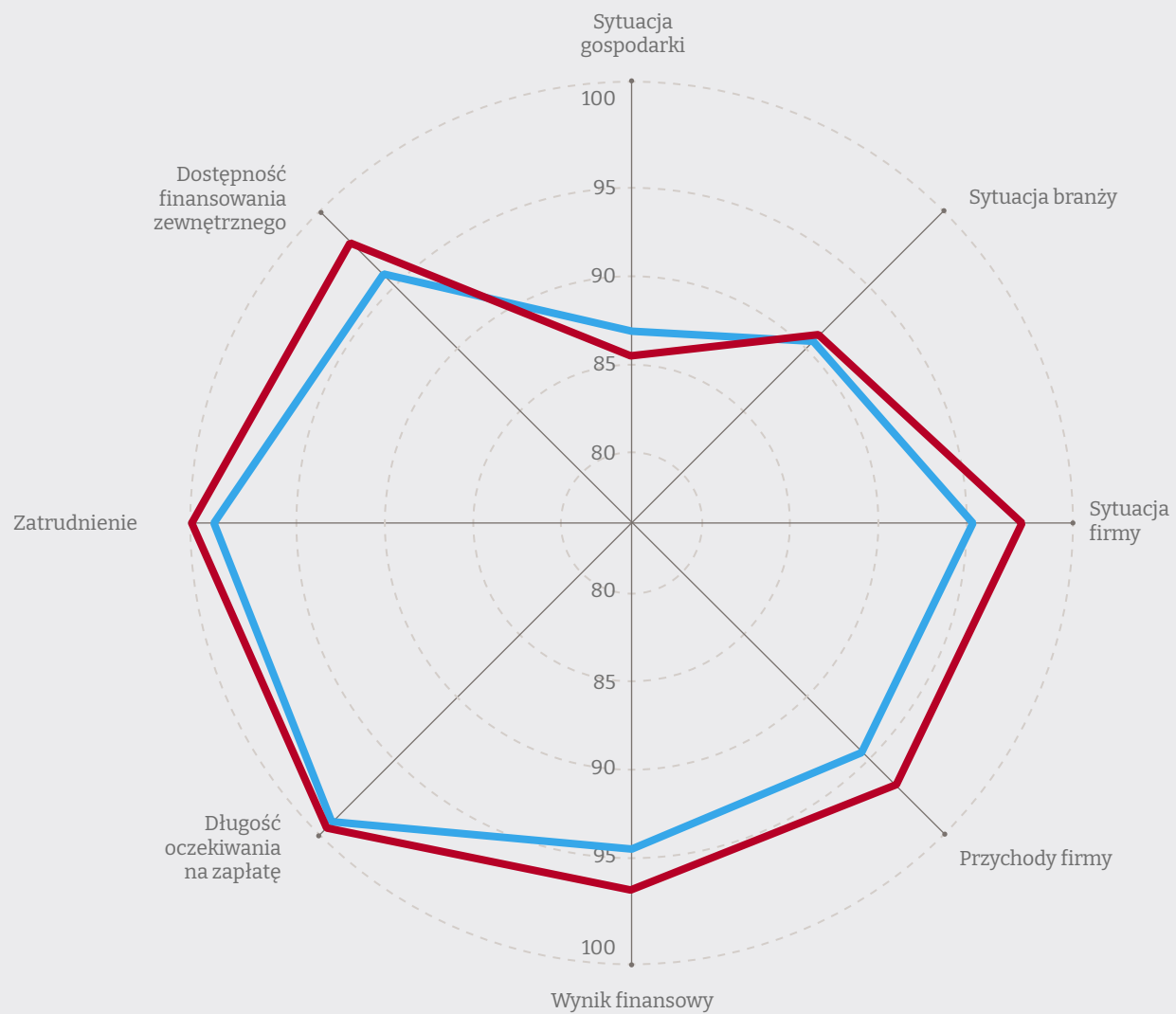
miasto Poznań

## Miasto Poznań



## Region pilski

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

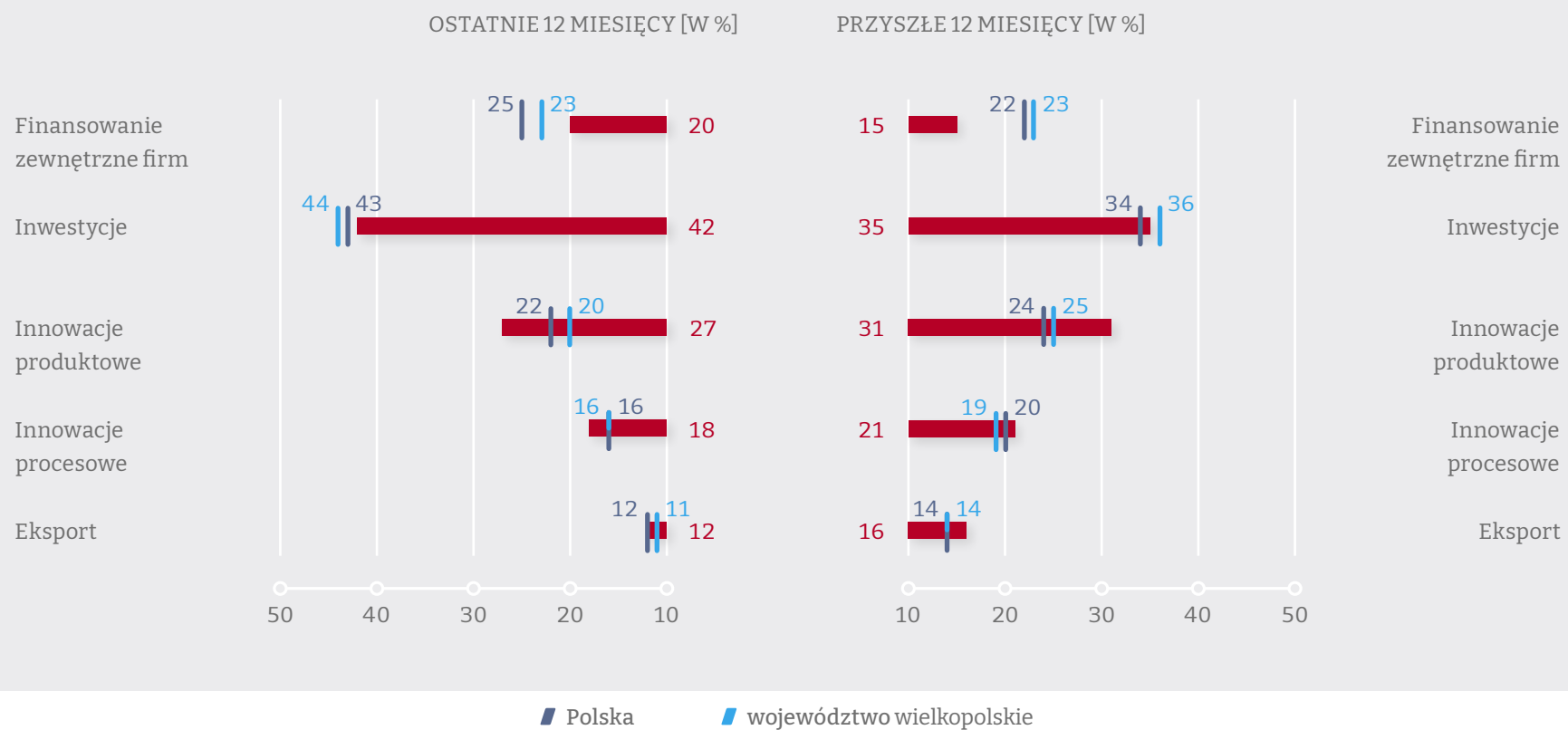


województwo wielkopolskie

region pilski

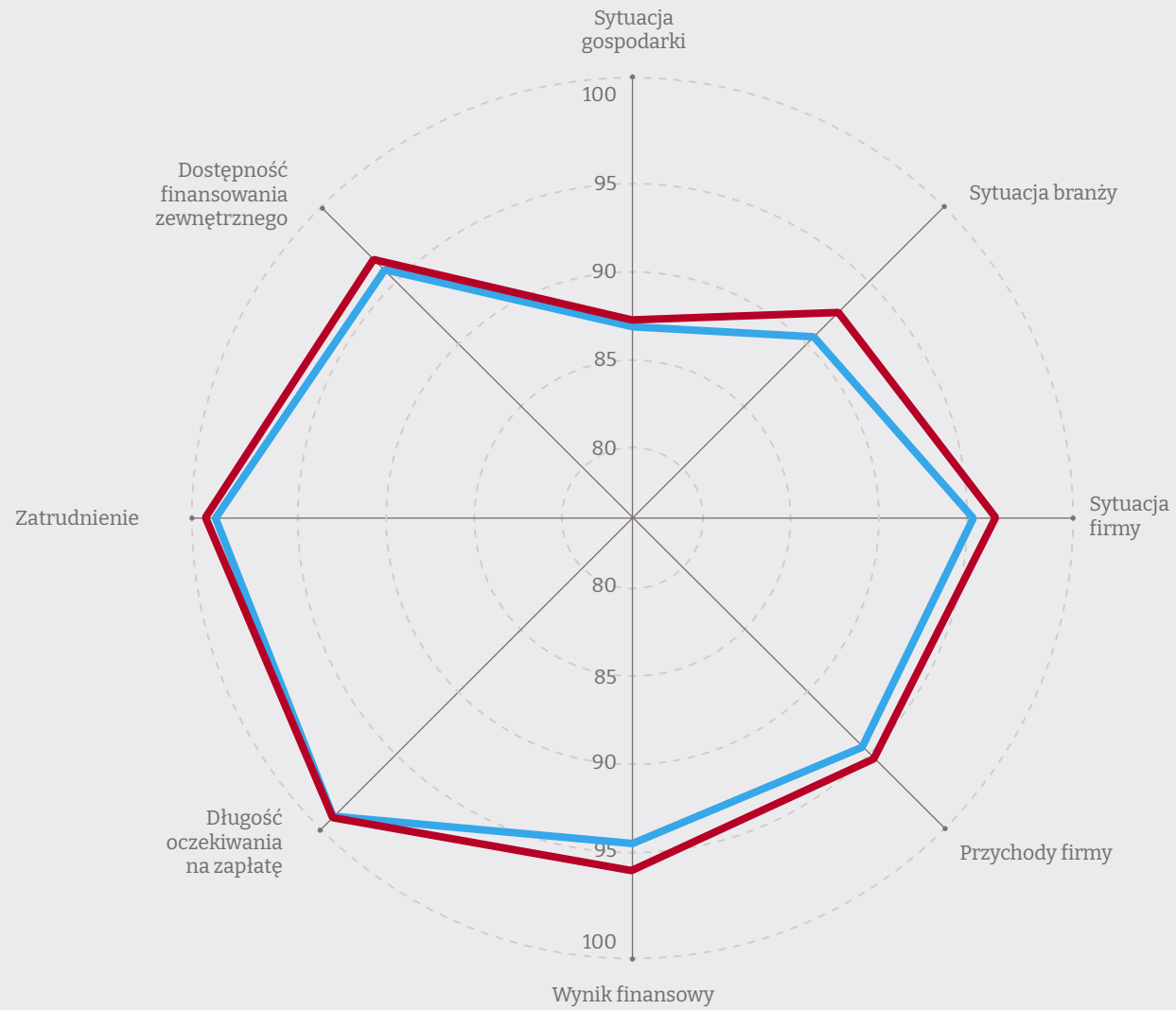


## Region pilski



## Region poznański

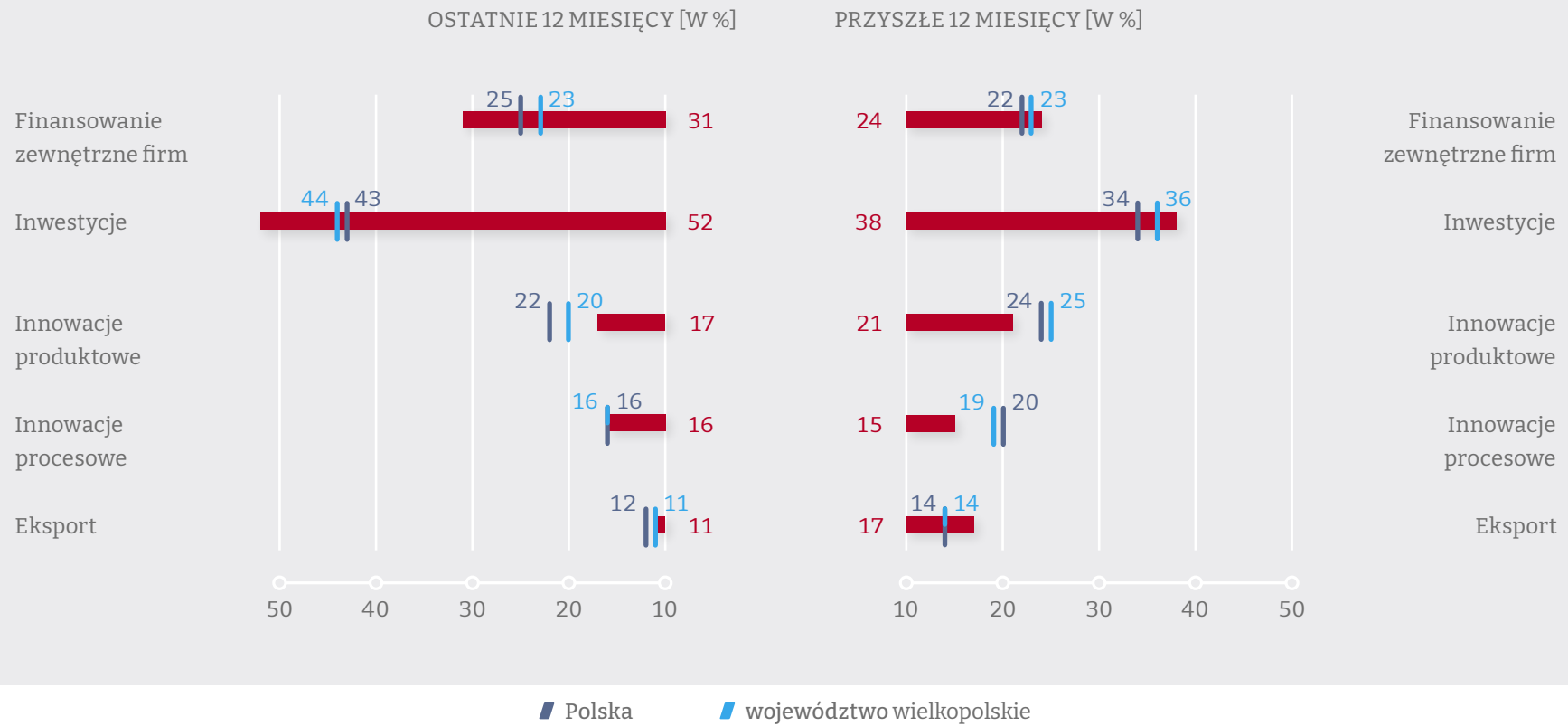
Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP



województwo wielkopolskie

region poznański

## Region poznański

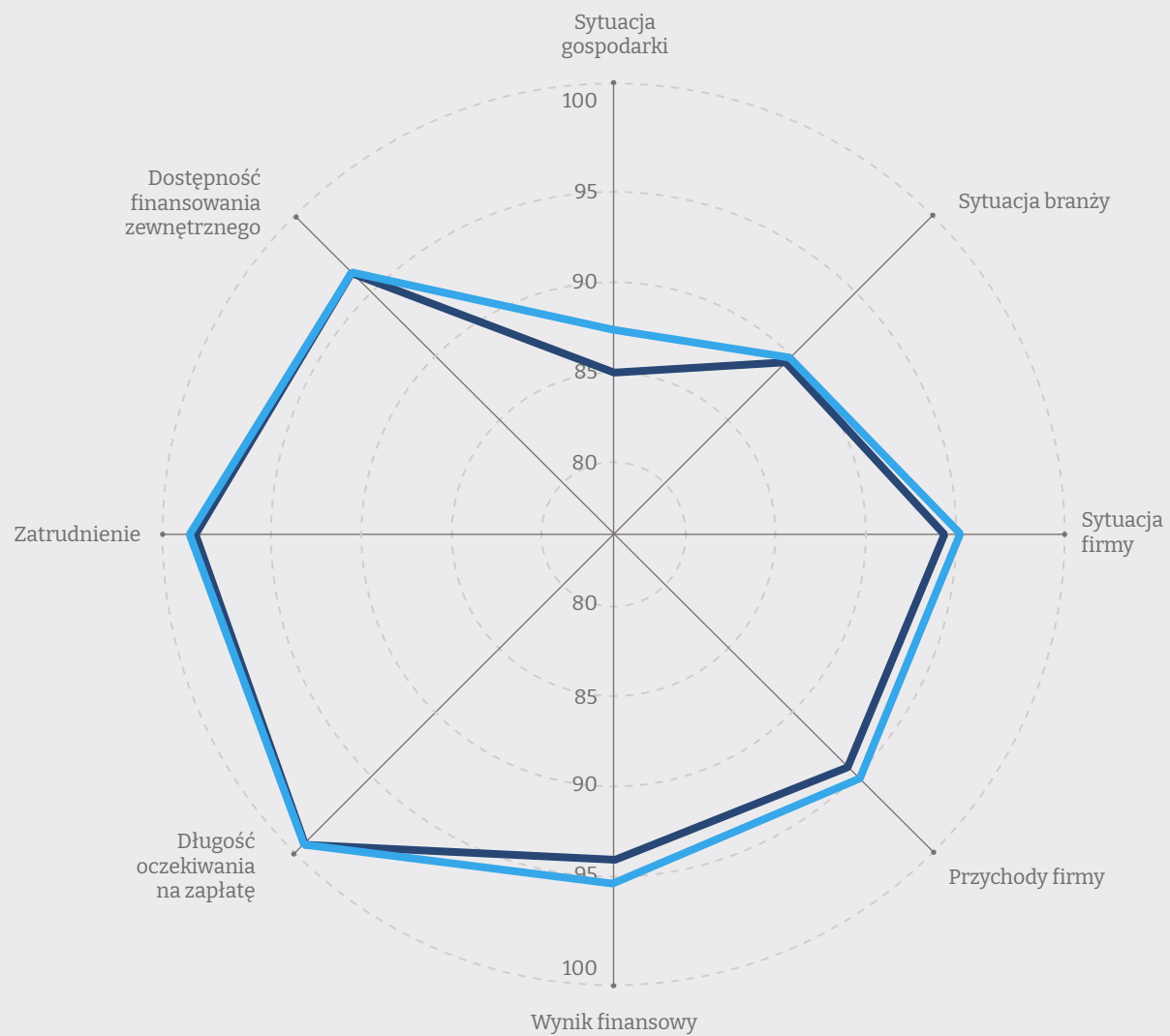
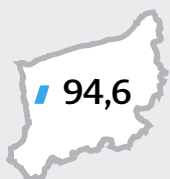


# Województwo zachodniopomorskie



## Województwo zachodniopomorskie

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP



■ Polska    ■ województwo zachodniopomorskie

## Region koszaliński

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

93,9

94,6

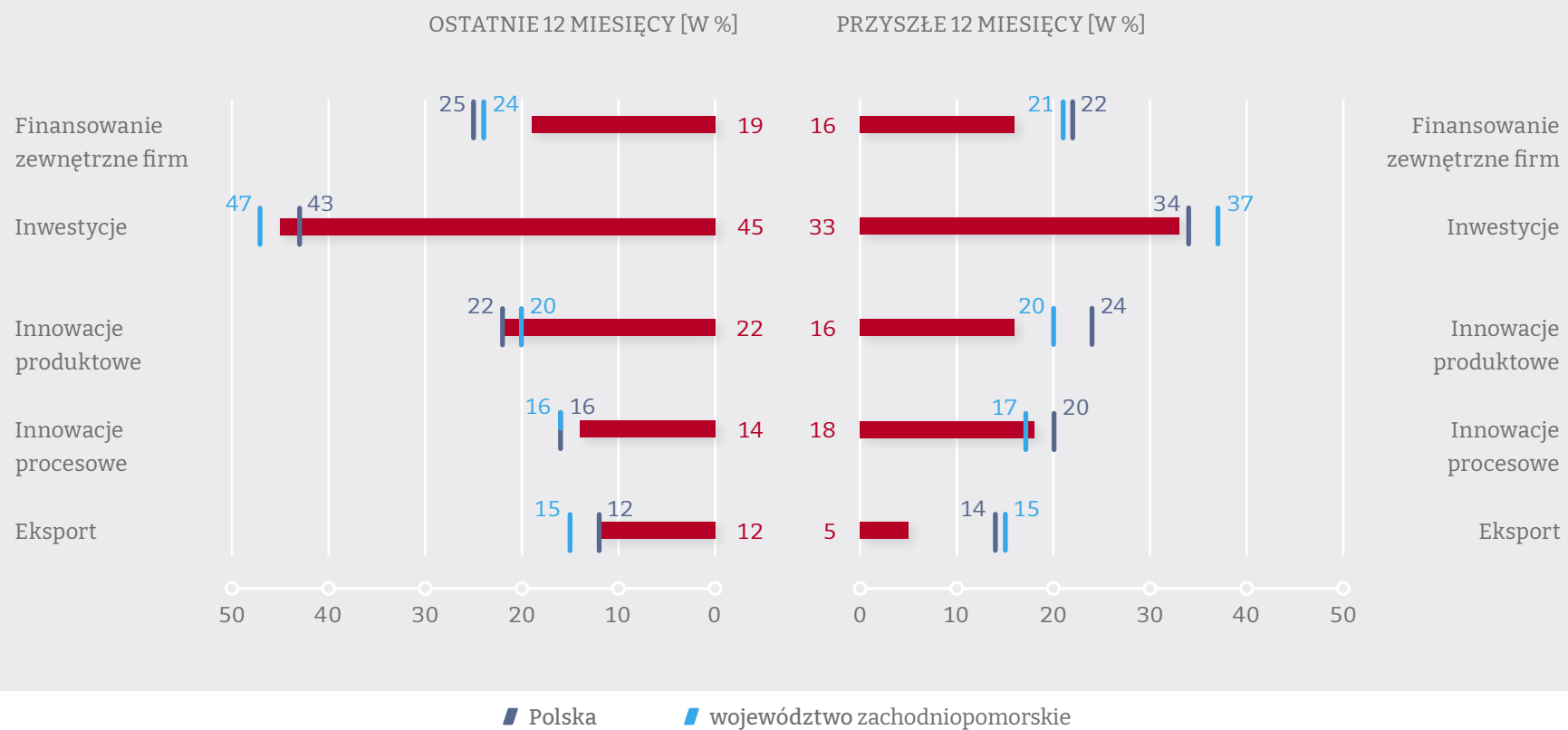
93,8



województwo zachodniopomorskie

region koszaliński

## Region koszaliński



# Miasto Szczecin

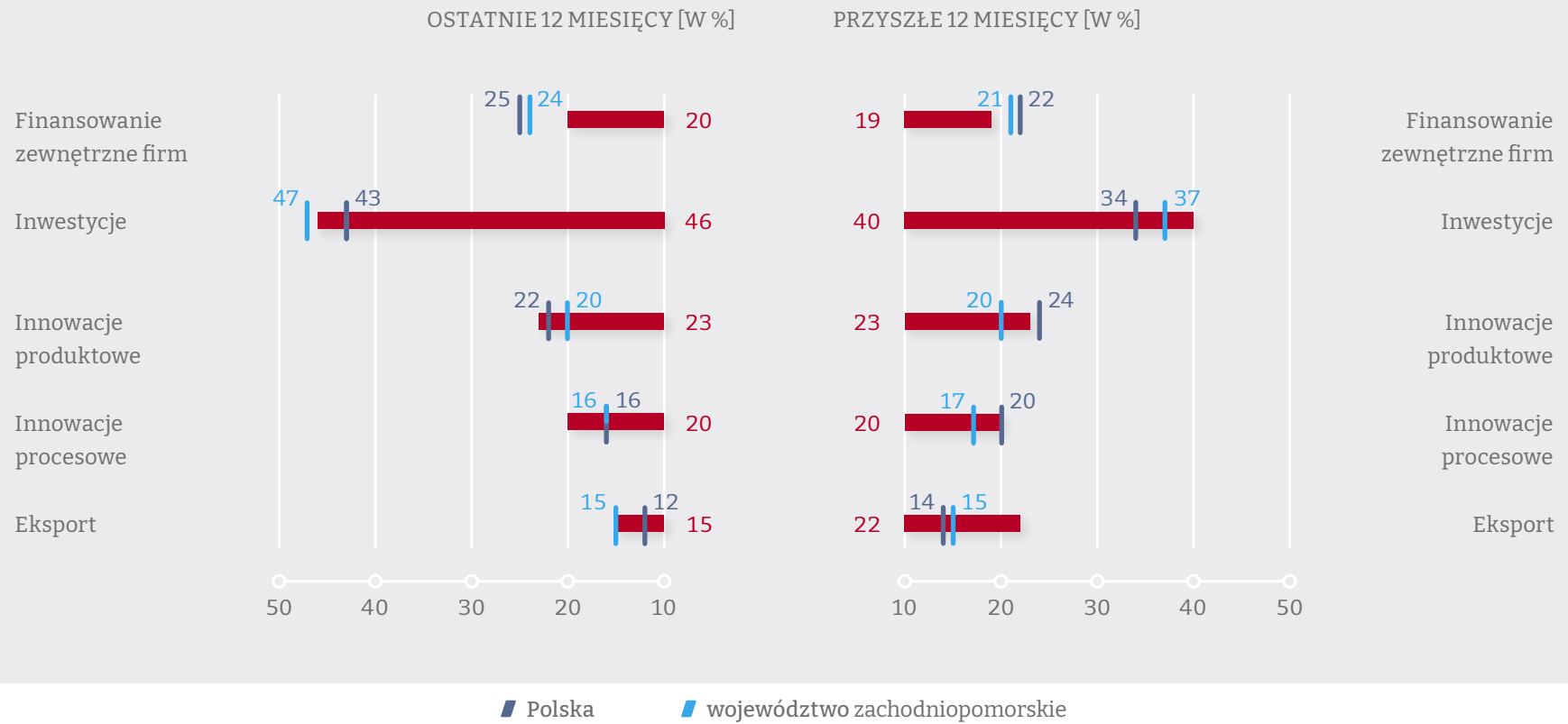
Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP



województwo zachodniopomorskie miasto Szczecin

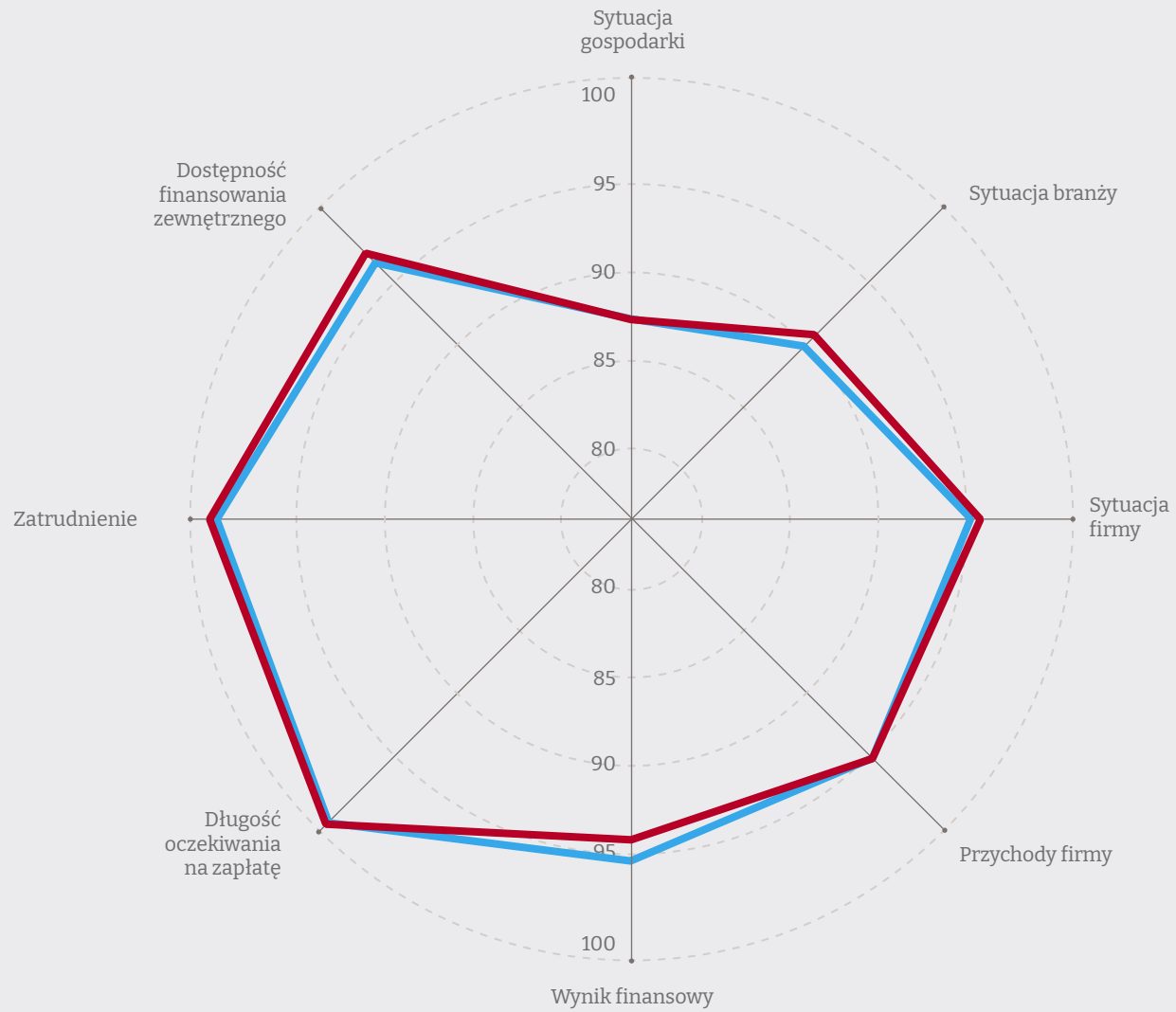
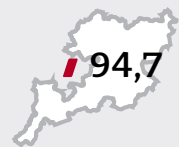
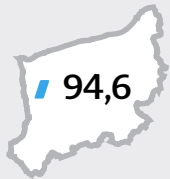


## Miasto Szczecin



## Region szczecinecko-pyrzycki

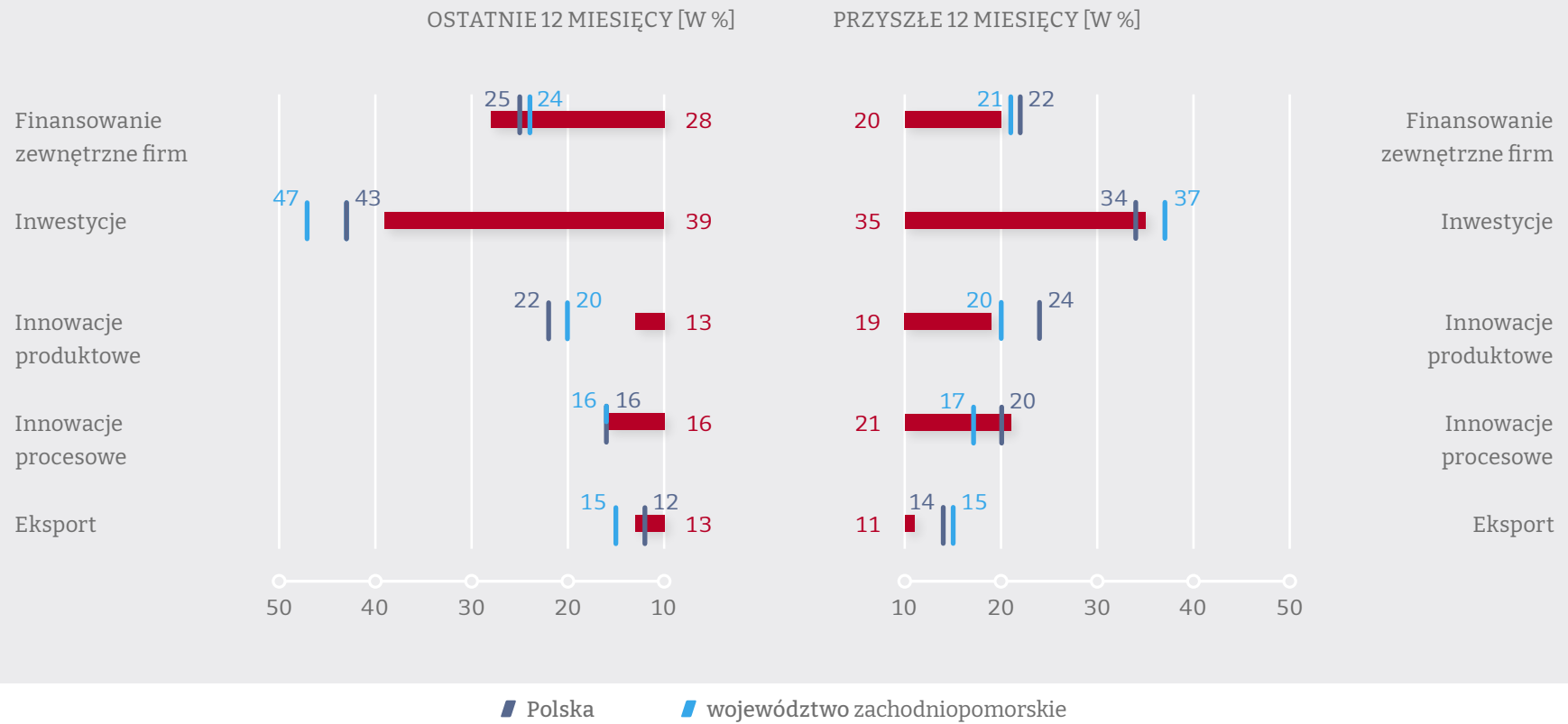
Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP



województwo zachodniopomorskie

region szczecinecko-pyrzycki

## Region szczecinecko-pyrzycki



## Region szczeciński

Ogólny Wskaźnik  
Koniunktury MŚP

93,9

94,6

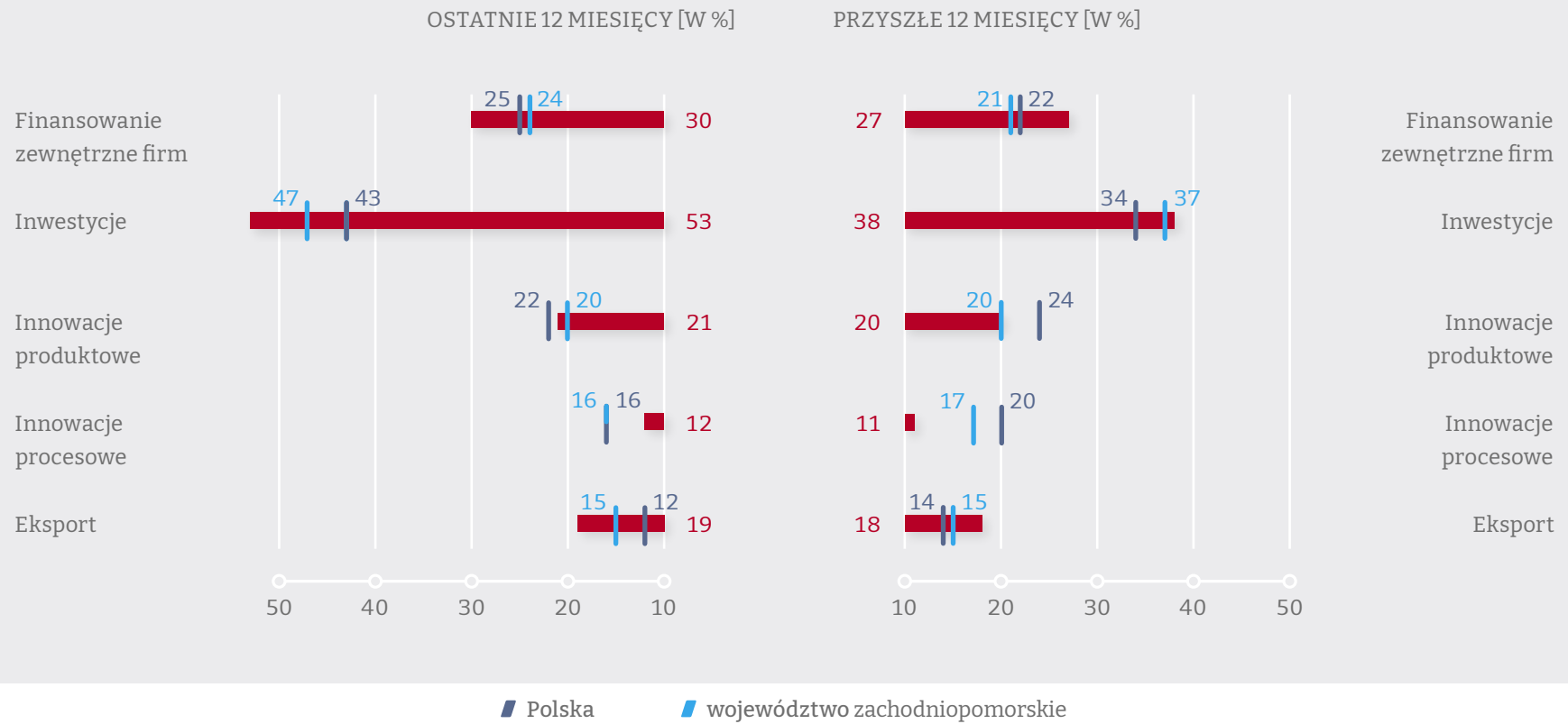
92,3



województwo zachodniopomorskie

region szczeciński

## Region szczeciński



# Metodologia badania

---

## Badanie opinii właścicieli mikro, małych i średnich przedsiębiorstw zrealizowane zostało w formie wywiadów telefonicznych.

---

Celem badania było poznanie opinii właścicieli mikro, małych i średnich przedsiębiorstw na temat istotnych obszarów funkcjonowania przedsiębiorstw. Wykonawcą badania, podobnie jak w jedenastu poprzednich latach, była agencja badawcza **PBS sp. z o.o.**

Narzędziem badawczym był **ustrukturyzowany kwestionariusz wywiadu**. Zawierał on wystandaryzowane pytania dotyczące określonego problemu lub zagadnienia, uporządkowane w odpowiedniej kolejności i pogrupowane w bloki tematyczne. Kwestionariusz przygotowany został przez Bank Pekao SA i składał się z **42 pytań**.

Co roku Respondenci wypowiadają się na temat:

- oceny sytuacji gospodarczej,
- sytuacji finansowej,
- zatrudnienia,
- dostępności zewnętrznego finansowania,
- inwestycji,
- eksportu,
- innowacyjności,
- otoczenia biznesu.

Respondenci byli pytani o ocenę ostatnich 12 miesięcy (np. „Czy sytuacja Pani/ Pana firmy jest obecnie dużo lepsza/lepsza/taka sama/

gorsza/dużo gorsza niż roku temu?”) oraz ocenę perspektyw rozwoju w ciągu najbliższych 12 miesięcy (np. „Czy sytuacja Pani/Pana firmy będzie w ciągu najbliższych 12 miesięcy dużo lepsza/lepsza/ taka sama/gorsza/dużo gorsza niż obecnie?”).

Przedsiębiorstwa biorące udział w badaniu zostały podzielone na:

- mikrofirmy – przedsiębiorstwa, w których pracuje maksymalnie 9 osób,
- małe firmy – przedsiębiorstwa, w których zatrudnia się od 10 do 49 pracowników,
- średnie firmy – przedsiębiorstwa, w których pracuje od 50 do 249 pracowników.

Badanie opinii właścicieli mikro, małych i średnich przedsiębiorstw zrealizowane zostało w formie wywiadów telefonicznych przeprowadzanych ze studia telefonicznego PBS w Sopocie. Łącznie zrealizowano 7 411 wywiadów, z czego 6 003 wywiadów z właścicielami mikrofirm, 904 wywiadów z właścicielami małych firm i 504 z osobami, które reprezentowały średnie firmy. Badanie zostało przeprowadzone w dniach od 1 września do 26 października 2021 roku.

Tabela 1 przedstawia liczbę wywiadów zrealizowanych w poszczególnych tygodniach badania.

Tabela 1: Przebieg realizacji badania

Tydzień	Liczba wywiadów	Nieważony
1 1–7.09.2021	589	7,9%
2	1189	16,0%
3	950	12,8%
4	845	11,4%
5	980	13,2%
6	1352	18,2%
7	1269	17,1%
8	238	3,2%

W badaniu zastosowano schemat losowania warstwowego nieproporcjonalnego<sup>1</sup>. Wybrana metodologia badawcza pozwoliła uzyskać reprezentatywne wyniki badania dla przedsiębiorstw, w których pracuje nie więcej niż 249 osób. Schemat ten umożliwił porównywanie wyników na poziomie grup powiatów (podregiony GUS).

Warstwy zdefiniowane zostały przez następujące zmienne warstwujące:

- zmienna geograficzna: podregion (73 podregiony NUTS 3),
- kategoria wielkości zatrudnienia (0–9, 10–49, 50–249 – firmy mikro, małe i średnie),
- branża (grupy PKD: budownictwo, produkcja, usługi, handel).

<sup>1</sup> W każdej warstwie geograficznej liczba wywiadów podzielona została nieproporcjonalnie pomiędzy warstwy określone przez wielkość zatrudnienia oraz branżę.

Dla każdego z elementów zmiennej geograficznej zrealizowano średnio 102 jednostek na każdy podregion (łącznie  $n = 7\,411$ ).

Na poziomie ufności 0,95<sup>2</sup> maksymalny błąd statystyczny dla wartości procentowych wynosi:

- cały kraj – nie więcej niż  $\pm 1,8$  pkt %,
- na poziomie województwa – około  $\pm 5$  pkt %,
- w podregionie – około  $\pm 10$  pkt %.

Na poziomie ufności 0,95 maksymalny błąd statystyczny dla wartości indeksów wynosi:

- cały kraj – nie więcej niż  $\pm 0,5$  pkt,
- na poziomie województwa – około  $\pm 2$  pkt,
- w podregionie – około  $\pm 4$  pkt

W każdej warstwie geograficznej liczba wywiadów podzielona została nieproporcjonalnie pomiędzy warstwy określone przez wielkość zatrudnienia oraz branżę. Zastosowanie schematu nieproporcjonalnego miało na celu takie skonstruowanie próby, by oprócz wnioskowania na poziomie zmiennej geograficznej (województwa lub podregionu), możliwe było również porównywanie wyników na poziomie czterech głównych branż działalności:

- produkcja,
- usługi,
- handel,
- budownictwo.

<sup>2</sup> Oznacza to 95% prawdopodobieństwo, że wynik pomiaru zawiera się w granicy błędu statystycznego.

Losowanie jednostek odbyło się niezależnie w każdej warstwie, z wykorzystaniem schematu prostego z jednakowym prawdopodobieństwem wyboru.

Operat doboru stanowiła komercyjna baza danych, zawierająca informacje geograficzne, administracyjne, teleadresowe, branżę działalności oraz wielkość zatrudnienia.

Za względu na nieproporcjonalny schemat doboru, przed analizą danych struktura próby została dopasowana do struktury populacji.

Zastosowano wagę analityczną uwzględniającą:

- podregion GUS,
- grupę zatrudnienia,
- branżę działalności.

W pierwszym etapie ważenia na podstawie danych z rejestru REGON określona została struktura populacji ze względu na wspomniane wyżej zmienne. W kolejnym kroku struktura próby została skorygowana, by odzwierciedlała strukturę populacji. Po zastosowaniu wagi możliwe jest wnioskowanie na poziomie całego kraju.

Tabela 2 przedstawia liczbę wywiadów zrealizowanych w poszczególnych województwach, wśród mikro, małych i średnich firm oraz wśród firm z poszczególnych branż.

Tabela 2: Struktura próby

Firmy	Liczba wywiadów	Ważony	Nieważony
Mikro	6003	93,6%	81,0%
Małe	904	5,5%	12,2%
Średnie	504	0,9%	6,8%
razem	7411	100,0%	100,0%

Branża, w której działa firma			
Produkcja	856	12,3%	11,6%
Usługi	4459	48,6%	60,2%
Handel	1196	23,9%	16,1%
Budownictwo	900	15,2%	12,1%
razem	7411	100,0%	100,0%



Województwo	Liczba wywiadów	Ważony	Nieważony
Dolnośląskie	496	7,9%	6,7%
Kujawsko-pomorskie	453	4,6%	6,1%
Lubelskie	407	4,0%	5,5%
Lubuskie	194	2,5%	2,6%
Łódzkie	536	6,4%	7,2%
Małopolskie	598	9,8%	8,1%
Mazowieckie	342	12,8%	4,6%
Opolskie	517	5,2%	7,0%
Podkarpackie	190	2,1%	2,6%
Podlaskie	407	4,1%	5,5%
Pomorskie	345	2,4%	4,7%
Śląskie	542	6,4%	7,3%
Świętokrzyskie	831	10,9%	11,2%
Warmińsko-mazurskie	203	2,7%	2,7%
Warszawskie	311	3,0%	4,2%
Wielkopolskie	614	10,5%	8,3%
Zachodniopomorskie	425	4,5%	5,7%
razem	7411	100,0%	100,0%

Na potrzeby raportu stworzono indeks (wskaźnik odpowiedzi). Jest on odniesiony do 100. Oznacza to, że 100 jest jego wartością neutralną. Zastosowano następującą skalę wag dla indywidualnych odpowiedzi na pytania:

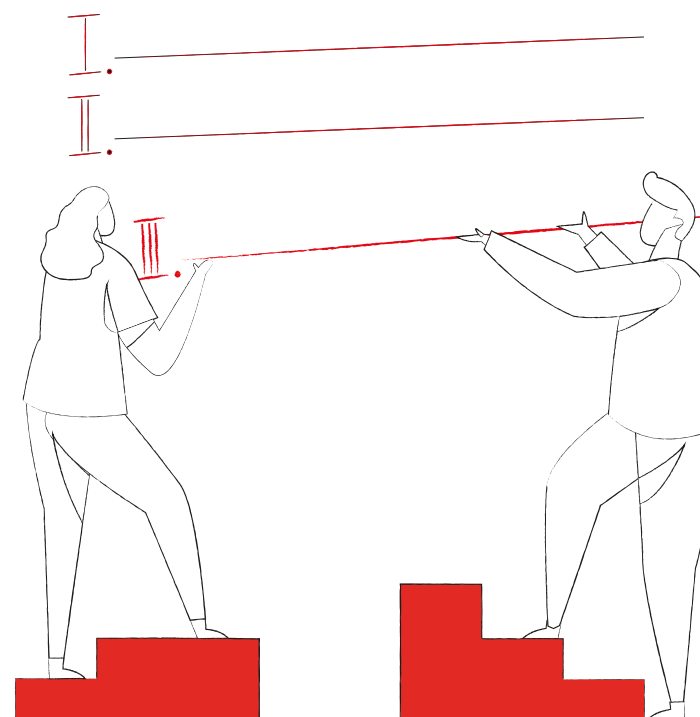
- 50 – dużo gorzej,
- 75 – gorzej,
- 100 – ani lepiej, ani gorzej,
- 125 – lepiej,
- 150 – dużo lepiej.

Indeks równy 50 oznacza minimalną (najgorszą możliwą) ocenę. Indeks równy 150 oznacza maksymalną (najwyższą możliwą) ocenę.

# Spis map i wykresów

Wykres 1. Ogólny Wskaźnik Koniunktury Mikro, Małych i Średnich Przedsiębiorstw w latach 2010–2021 .....	14	Wykres 15. Liczba pracujących w przedsiębiorstwach aktywnych (według stanu na 31 grudnia 2020 r.).....	47
Wykres 2. Ogólny Wskaźnik Koniunktury MŚP za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy według regionów .....	15	Wykres 16. Liczba pracujących w aktywnych przedsiębiorstwach w latach 2003-2020 (w tys.).....	48
Wykres 3. Ogólny Wskaźnik Koniunktury MŚP za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy według branży, obszaru działania i czasu funkcjonowania.....	16	Wykres 17. Liczba pracujących w aktywnych mikro i małych firm na 1000 mieszkańców w latach 2003-2020 .....	53
Wykres 4. Ogólny Wskaźnik Koniunktury MŚP za ostatnie i przyszłe 12 miesięcy według przychodów, wielkości firmy oraz zatrudnienia .....	17	Wykres 18. Nakłady inwestycyjne przedsiębiorstw w latach 2015-2020 (mln PLN, ceny bieżące).....	59
Wykres 5. Ocena sytuacji gospodarczej w latach 2010–2021.....	20	Wykres 19. Nakłady inwestycyjne w aktywnych przedsiębiorstwach w roku 2020 (w mld PLN).....	60
Wykres 6. Ocena sytuacji gospodarczej w ostatnich i kolejnych 12 miesiącach według regionów.....	22	Wykres 20. Wartość brutto środków trwałych w aktywnych przedsiębiorstwach w roku 2020 (w mld PLN).....	67
Wykres 7. Ocena sytuacji gospodarczej według wielkości firmy oraz branży .....	23	Wykres 21. Stopień zużycia środków trwałych w roku 2020 (w %) .....	69
Wykres 8. Liczba mikrofirm zarejestrowanych w rejestrze REGON w latach 2002-2021 (w mln) .....	28	Wykres 22. Przychody, koszty i zysk brutto aktywnych przedsiębiorstw w roku 2020 (w mld PLN).....	69
Wykres 9. Liczba małych firm zarejestrowanych w rejestrze REGON w latach 2002-2021 (w tys.).....	29	Wykres 23. Ocena sytuacji firmy w latach 2010–2021 .....	78
Wykres 10. Liczba średnich i dużych firm zarejestrowanych w rejestrze REGON w latach 2002-2021 (w tys.).....	30	Wykres 24. Ocena sytuacji firmy w ostatnich i kolejnych 12 miesiącach według regionów.....	80
Wykres 11. Podmioty nowo zarejestrowane w rejestrze REGON oraz podmioty wykreślone z rejestru REGON na 10 tys. mieszkańców w latach 2003-2020 .....	31	Wykres 25. Ocena sytuacji firmy według wielkości firmy oraz branży .....	81
Wykres 12. Liczba aktywnych mikrofirm w latach 2003-2020.....	33	Wykres 26. Ocena przychodów firmy w latach 2010–2021 .....	84
Wykres 13. Liczba aktywnych małych, średnich i dużych firm w latach 2003-2020.....	34	Wykres 27. Ocena wyniku finansowego firmy w latach 2010–2021.....	85
Wykres 14. Liczba aktywnych mikro i małych firm na 1000 mieszkańców w latach 2003-2020.....	41	Wykres 28. Ocena długości oczekiwania na zapłatę za sprzedane towary/usługi w latach 2010–2021 .....	86
		Wykres 29. Ocena dostępności finansowania zewnętrznego według wielkości firmy oraz branż .....	89
		Wykres 30. Ocena dostępności finansowania zewnętrznego w latach 2010–2021.....	90
		Wykres 31. Ocena dostępności finansowania zewnętrznego w ostatnich i kolejnych 12 miesiącach według regionów.....	91

Wykres 32. Źródła finansowania bieżącej działalności firmy.....	93
Wykres 33. Ocena zatrudnienia w firmie według wielkości firmy oraz branż.....	97
Wykres 34. Ocena zatrudnienia w firmie w latach 2010–2021.....	98
Wykres 35. Odsetek inwestujących firm według wielkości oraz branży.....	101
Wykres 36. Odsetek inwestujących firm w ostatnich i kolejnych 12 miesiącach według regionów .....	102
Wykres 37. Źródła finansowania inwestycji w ostatnich i kolejnych 12 miesiącach według województw, wielkości firmy i branży, w %.....	103
Wykres 38. Odsetek inwestujących firm w latach 2010–2021.....	105
Wykres 39. Odsetek eksportujących firm w latach 2010–2020 ..	108
Wykres 40. Odsetek firm wdrażających innowacje produktowe w latach 2010–2021.....	111
Wykres 41. Odsetek firm wdrażających innowacje procesowe w latach 2010–2021.....	112
Wykres 42. Bariery rozwoju mikro, małych i średnich firm.....	114
Wykres 43. Struktura finansowania przedmiotów.....	117
Wykres 44. Szacunkowa struktura klientów firm leasingowych ..	118
Wykres 45. Struktura finansowania – leasing.....	118
Wykres 45. Struktura finansowania – pożyczka .....	119
Wykres 46. Struktura obrotów firm zrzeszonych w PZF w 2021 r. w ujęciu sektorowym.....	122



Mapa 1.	Ogólny Wskaźnik Koniunktury Mikro, Małych i Średnich Przedsiębiorstw w roku 2021 według regionów .....	18	Mapa 11.	Liczba pracujących w aktywnych mikro, małych i średnich firmach i ich procentowy udział w ogólnej liczbie średnich firm według województw w roku 2020 .....	52
Mapa 2.	Ocena sytuacji gospodarczej według regionów .....	21	Mapa 12.	Liczba pracujących w aktywnych mikro i małych firmach w roku 2020 na 1000 mieszkańców według województw .....	55
Mapa 3.	Liczba aktywnych mikrofirm i ich procentowy udział w ogólnej liczbie aktywnych mikrofirm w roku 2020 według województw .....	36	Mapa 13.	Średnie nakłady inwestycyjne w mikrofirmach w roku 2020 według województw (w tys. PLN).....	63
Mapa 4.	Liczba aktywnych małych firm i ich procentowy udział w ogólnej liczbie aktywnych małych firm w roku 2020 według województw.....	37	Mapa 14.	Średnie nakłady inwestycyjne w małych firmach w roku 2020 według województw (w tys. PLN) .....	64
Mapa 5.	Liczba aktywnych średnich firm i ich procentowy udział w ogólnej liczbie aktywnych średnich firm w roku 2020 według województw.....	38	Mapa 15.	Średnie nakłady inwestycyjne w średnich firmach w roku 2020 według województw (w tys. PLN) .....	65
Mapa 6.	Liczba aktywnych mikro, małych oraz średnich firm i ich procentowy udział w ogólnej liczbie aktywnych MŚP w roku 2020 według województw .....	39	Mapa 16.	Średnie przychody w mikrofirmach w roku 2020 r według województw (w tys. zł.) .....	72
Mapa 7.	Liczba aktywnych mikro i małych firm w roku 2020 w przeliczeniu na 1000 mieszkańców według województw.....	42	Mapa 17.	Średnie przychody w małych firmach w roku 2020 według województw (w tys. zł.) .....	73
Mapa 8.	Liczba pracujących w aktywnych mikrofirmach i ich procentowy udział w ogólnej liczbie pracujących w mikrofirmach według województw w roku 2020.....	49	Mapa 18.	Średnie przychody w średnich firmach w roku 2020 według województw (w tys. zł.) .....	74
Mapa 9.	Liczba pracujących w aktywnych małych firmach i ich procentowy udział w ogólnej liczbie pracujących w małych firmach według województw w roku 2020.....	50	Mapa 19.	Miesięczne wynagrodzenie brutto na 1 zatrudnionego w roku 2020 według województw (w zł) .....	75
Mapa 10.	Liczba pracujących w aktywnych średnich firmach i ich procentowy udział w ogólnej liczbie pracujących w średnich firmach według województw w roku 2020 .....	51	Mapa 20.	Ocena sytuacji firmy według regionów.....	79
			Mapa 21.	Ocena dostępności finansowania zewnętrznego według regionów .....	92

# Zakończenie

---

Nie należy zapominać, że wszelkie trudności to również szansa na rozwój i poszukiwanie nowych rozwiązań.

---



Tegoroczna edycja raportu o sytuacji mikro, małych i średnich firm pozwoliła nam zobaczyć trudne realia, z jakimi zmagają się polscy przedsiębiorcy w okresie post-pandemicznym oraz w cieniu wojny w Ukrainie. Dzięki analizie Ogólnego Wskaźnika Koniunktury Małych i Średnich Firm mogliśmy zobrazować zmiany poszczególnych sektorów i branż gospodarki, jak również wskazać kierunki prawdopodobnych przyszłych zmian. Pogłębione wywiady z przedsiębiorcami pozwoliły nam wyodrębnić szanse i zagrożenia, które kształtują procesy decyzyjne polskich firm. Dodatkowo, całość podsumowali eksperci, zarówno pracujący w Banku Pekao SA, jak i gościnni, którym dziękujemy za podzielenie się z nami wiedzą i spostrzeżeniami dotyczącymi obecnej sytuacji rynkowej.

Mimo trudnej sytuacji gospodarczej, nie należy zapominać, że wszelkie trudności to również szansa na rozwój i poszukiwanie nowych rozwiązań. Wierzymy, iż najbliższe lata pozwolą zapomnieć o ekonomicznych

skutkach pandemii, zaś na rynkach nastąpi długo wyczekiwana stabilizacja.

Serdecznie dziękujemy wszystkim przedsiębiorcom, którzy zgodzili się wziąć udział w naszych badaniach. Dzięki Wam jesteśmy w stanie badać sytuację makroekonomiczną naszego kraju i wyciągać z niej wnioski, które nie tylko wzbogacą dziedzinę nauki takie jak ekonomia, socjologia czy zarządzanie, ale również przełożą się na realne decyzje i działania mające na celu wspieranie i rozwijanie polskiej gospodarki.

Dziękujemy również Państwu, czyli czytelnikom naszego raportu. Mamy nadzieję, że chociaż w części udało nam się odpowiedzieć na pytania, które przychodzą nam wszystkim do głów w tak trudnych czasach. Życzymy Państwu wytrwałości i zdrowia, jak również mamy nadzieję, że zajrzą Państwo do przyszłych edycji naszego raportu.

— Zarząd i Pracownicy Banku Polska Kasa Opieki SA.