



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Raport współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Krzysztof Markowski, Bohdan Rożnowski, Dorota Bryk, Konrad Konefat

Raport

z badań realizowanych w ramach projektu:

**„Tendencje rozwojowe przedsiębiorstw i popyt na pracę w województwie lubelskim
w kontekście organizacji przez Polskę i Ukrainę Euro 2012 – diagnoza i prognoza”**

Lublin, 2010



WPROWADZENIE

Zmieniająca się sytuacja gospodarcza, recesja w wielu krajach UE i na świecie oraz organizacja przez Polskę i Ukrainę Euro 2012 wymuszają na przedsiębiorcach przeprowadzenie w swoich firmach różnego rodzaju przekształceń. Wprowadzane zmiany w funkcjonowaniu firm mają pomóc im w łatwiejszym przystosowaniu się do zmieniających się warunków, a tym samym do bycia konkurencyjnymi na rynku.

W niniejszym opracowaniu przedstawiono wyniki badań ankietowych 1350 przedsiębiorstw wykonanych w ramach projektu realizowanego przez **Europejski Dom Spotkań - Fundację Nowy Staw** od 1 czerwca 2009 do 31 maja 2011 pod tytułem „*Tendencje rozwojowe przedsiębiorstw i popyt na pracę w województwie lubelskim w kontekście organizacji przez Polskę i Ukrainę Euro 2012 – diagnoza i prognoza*” w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, Działanie 8.1 Rozwój pracowników i przedsiębiorstw w regionie, Poddziałanie 8.1.2 Wsparcie procesów adaptacyjnych i modernizacyjnych w regionie, na podstawie umowy podpisanej z Urzędem Marszałkowskim Województwa Lubelskiego.

Celem samych badań było poznanie uwarunkowań rozwoju firm w aspekcie ekonomicznym, społecznym i psychologicznym z uwzględnieniem szczególnie tych aspektów ich funkcjonowania, które w istotny sposób wpływają na tworzenie i utrzymanie miejsc pracy. W oparciu o przedstawione wyniki badań możliwe jest skuteczniejsze kształtowanie polityki zatrudnienia w województwie lubelskim, adekwatnej do bieżącej sytuacji gospodarczej w regionie, w szczególności w kontekście organizacji Euro 2012.

Przed skonstruowaniem narzędzia do badań ilościowych – ankiety dokonano analizy różnego typu danych wtórnych (desk research) dotyczących sytuacji lubelskich przedsiębiorstw i w oparciu o nie przygotowano metodologię samych badań. Następnie przeprowadzono weryfikację kwestionariusza poprzez przeprowadzenie badań pilotażowych na próbie 30 przedsiębiorstw zlokalizowanych na terenie Lublina w lipcu i sierpniu 2009 r. Po wprowadzeniu poprawek do kwestionariusza przeprowadzono badania właściwe.

Przedsiębiorstwa do badań zostały wybrane przez pracowników Urzędu Statystycznego w Lublinie metodą warstwowo-losową, gdzie warstwami były: **wielkość firm** (mikro, małe, średnie i duże), **sekcja PKD** (**F** – Budownictwo, **G** - Handel hurtowy i detaliczny, **H** – Transport i gospodarka magazynowa oraz z sekcji **I** – Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi, z terenu województwa lubelskiego) oraz **subregion** (lubelski,

bialskopodlaski oraz chełmsko-zamojski). Przedstawiciele tak dobranych firm odwiedzały ankieter w celu przeprowadzenia wywiadu kwestionariuszowego.

Raport składa się z dwóch części. W pierwszej części przedstawiono wyniki badań ankietowych dotyczące wewnętrznych uwarunkowań wpływających na działanie firmy, tj. typ przywództwa, skłonność do ryzyka przedsiębiorcy, kulturę organizacyjną, przekonania na temat własnych pracowników oraz strategię działania. W części II zamieszczono wyniki badań dotyczące wpływu zewnętrznych czynników takich jak: organizacja przez Polskę i Ukrainę Euro 2012 oraz korzystanie z funduszy unijnych. W raporcie brak jest głębszych analiz oraz rekomendacji dla przedsiębiorców, które zostały zamieszczone w publikacji.

CZĘŚĆ I CZYNNIKI WEWNĘTRZNE

1. KONCEPCJA PRZYWÓDZTWA TRANSAKCYJNEGO I TRANSFORMACYJNEGO

Koncepcja przywództwa transformacyjnego i transakcyjnego, zapoczątkowana przez Burnsa¹, a rozwinięta przez Bassa i Avolio² (1996) rozróżnia dwa typy lidera: transakcyjnego i transformacyjnego. Relacje wymiany zachodzące między liderami transakcyjnymi i ich podwładnymi opierają się na kontrakcie, który zakłada pozytywne wzmocnienie za osiągnięcie wyższego poziomu działalności. Za wykonywanie pracy zgodnie z poleceniem lidera podwładni otrzymują nagrody, zaś popełniane przez nich błędy są karane. Kierowanie pracownikami sprowadza do udzielania negatywnych i pozytywnych wzmocnień, czyli motywacji zewnętrznej.

Lider transformacyjny bazuje na zaangażowaniu członków grupy wyzwalanym bez udziału wzmocnień pozytywnych, czyli przy udziale motywacji wewnętrznej. Stara się ją wzbudzić poprzez dawanie przykładu, inspirowanie pracowników, pokazywanie możliwych nowych rozwiązań, stymulowanie ich rozwoju itp. Model przywódcy transformacyjnego wykracza poza zwykłe zarządzanie - przywódcy tacy w zasadzie nie wydają poleceń ani dyrektyw, lecz inspirują. Silniej niż jakikolwiek inny typ liderów, transformacyjni liderzy wyzwalają wewnętrzną motywację podwładnych.³

Badanych przedsiębiorców lub ich przedstawicieli proszono o ustosunkowanie się do 16 twierdzeń na 5-cio stopniowej skali. Otrzymane wyniki pokazują, że ogółem w badanej grupie przeważają przywódcy transformacyjni - 423 osoby (31,3% badanej próby), na drugim miejscu znajdują się przywódcy transakcyjni - 358 osób (26,5%). 190 badanych osób uzyskało wyniki pozwalające na przyporządkowanie ich do trzeciego możliwego rodzaju przywództwa - mieszanego, które, według Bassa i Avolio, jest nieefektywną próbą zapanowania nad pracownikami, skazaną na niepowodzenie z powodu niekonsekwentnych metod kierowania. Uzyskana różnica pomiędzy poszczególnymi typami liderów jest istotna statystycznie: $\chi^2=89,329$; $p<0,05$. Można zatem przyjąć, że wśród badanych przedsiębiorców

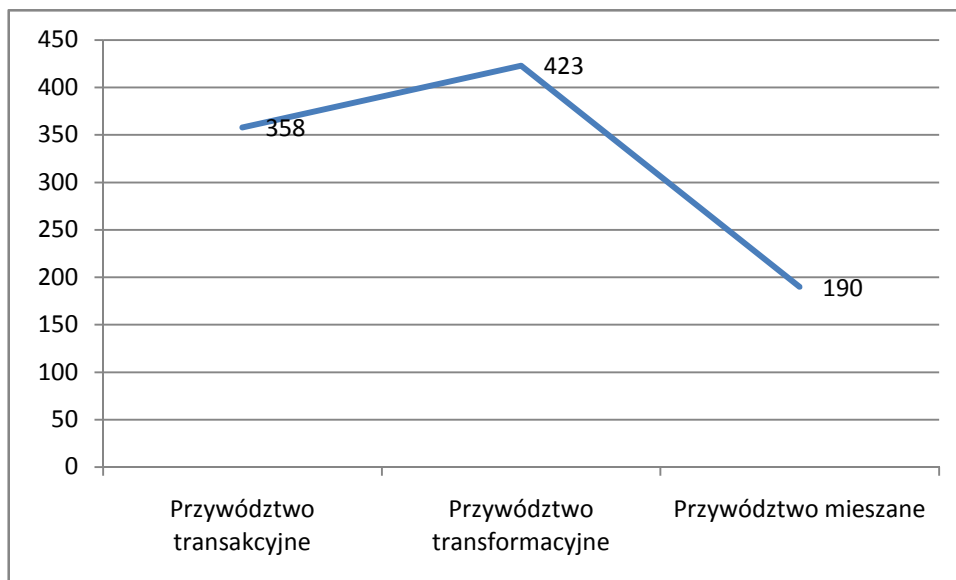
¹ Burns, J. M. (1978). Leadership. New York: Harper & Row.

² Bass, B.M., Avolio, B.J., Atwater, L. (1996). The transformational and transactional leadership of men and women. Applied Psychology: An International Review. Vol. 45, 5-34.

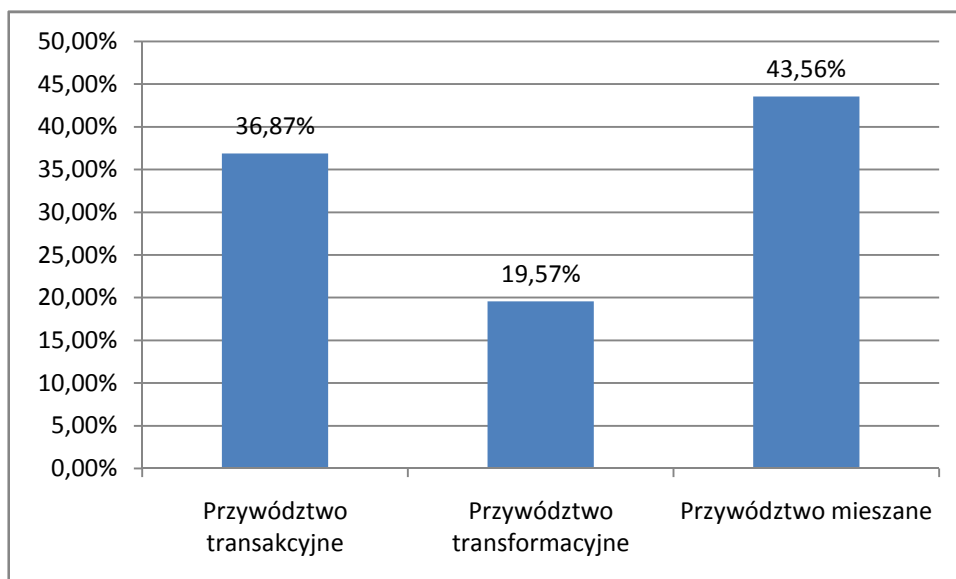
³ Avolio, B.J., Bass, B.M., Jung, D.I. (1999). Re-examining the components of transformational and transactional leadership using the multifactor leadership questionnaire. Journal of Occupational and Organizational Psychology. Vol. 72,441-62.

jest istotnie więcej liderów transformacyjnych i transakcyjnych niż liderów typu mieszanego. Wyniki przedstawiają rysunki 1 i 2.

Rysunek 1. Przywództwo transakcyjne, transformacyjne i mieszane w grupie badawczej - liczebności (N=1350)



Rysunek 2. Przywództwo transakcyjne, transformacyjne i mieszane w grupie badawczej - procentowo (N=1350)

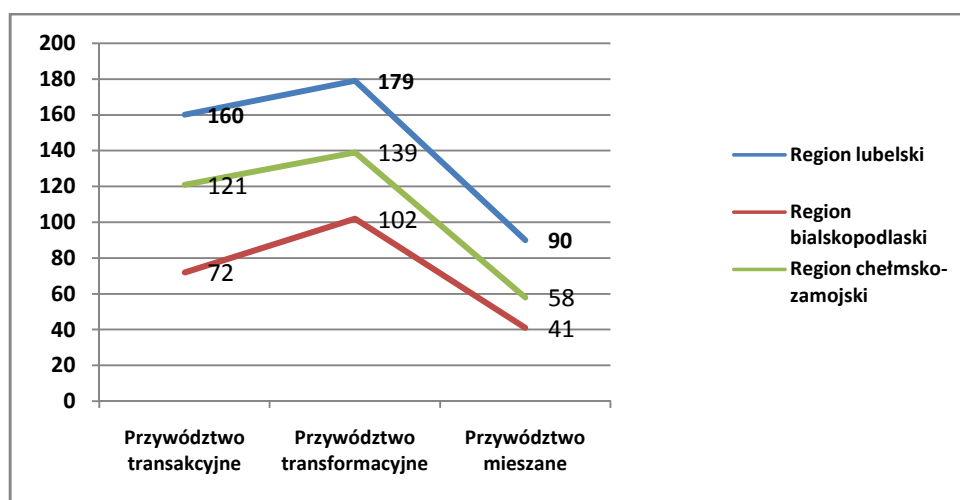


Wyniki przeanalizowano wyniki pod kątem wyróżnionych subregionów (lubelskiego, białkopodlaskiego i chełmsko-zamojskiego), branż oraz wielkości przedsiębiorstwa, co przedstawiają kolejne rysunki (rys. 3 – 8).

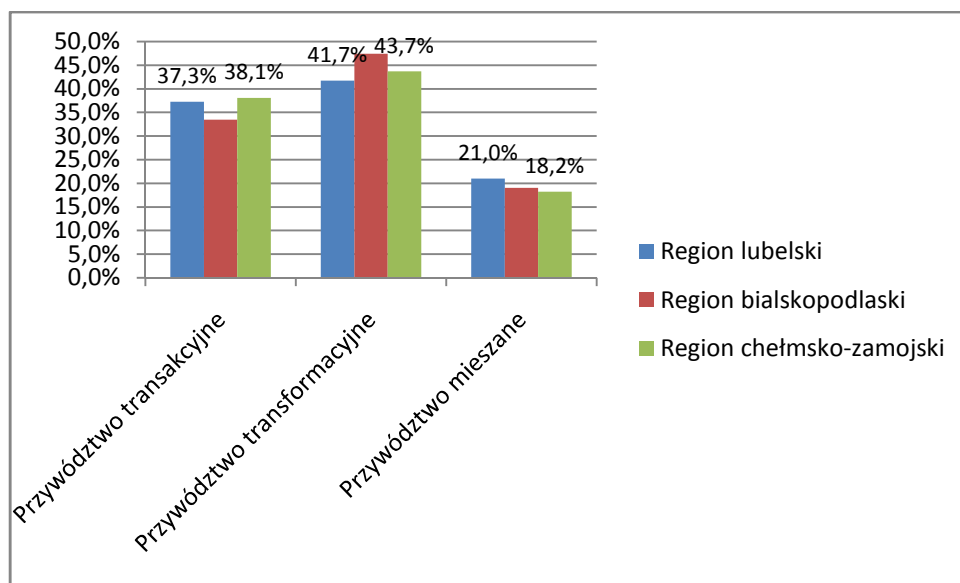
A) Przywództwo transformacyjne, transakcyjne i mieszane a subregiony (lubelski, białkopodlaski i chełmsko-zamojski)

Najwięcej przywódców transformacyjnych występuje w subregionie lubelskim: 179 osób (47,7% badanych w tym subregionie), następnie w chełmsko-zamojskim – 139 osób (43,7%) i białkopodlaskim – 102 osoby (47,4%). W zakresie przywództwa transakcyjnego można zaobserwować, że najwięcej liderów tego typu jest także w subregionie lubelskim - 160 osób (37,3%), następnie w chełmsko-zamojskim (38,1%) i białkopodlaskim (33,5%). W subregionie białkopodlaskim zaobserwowano najmniej liderów typu mieszanego – 41 osób (19,1% badanych w tym subregionie), w chełmsko-zamojskim było 58 takich liderów (18,2%), zaś w lubelskim - 90 osób (21%). Otrzymane wyniki są przedstawione na rysunkach 3-4:

Rysunek 3. Przywództwo transakcyjne, transformacyjne i mieszane we wszystkich badanych podregionach województwa lubelskiego (N=962)



Rysunek 4. Przywództwo transakcyjne, transformacyjne i mieszane we wszystkich badanych podregionach województwa lubelskiego – procentowo (N=962)



Zaobserwowana różnica pomiędzy typami przywódców na poziomie regionów, choć zauważalna, nie jest jednak istotna statystycznie ($\chi^2=2,621$; $p>0,05$), zatem przewagę przywództwa typu transformacyjnego nad transakcyjnym i mieszanym można uznać jedynie za tendencję: we wszystkich subregionach dominuje przywództwo transformacyjne, zaś najmniej jest liderów typu mieszanego.

B) Przywództwo transformacyjne, transakcyjne i mieszane a branża przedsiębiorstwa

Na podstawie uzyskanych wyników można stwierdzić, że najwięcej przywódców transformacyjnych zaobserwowano w branży usług innych (m.in. turystyka) - deklaruje je 47,9% (103 osoby) przedstawicieli tej branży, najmniej zaś w branży transportowej – 63 osoby (40,9%). W pozostałych badanych branżach liczba liderów transformacyjnych utrzymuje się na zbliżonym poziomie: w budownictwie 82 osoby (37,3%), w handlu 81 osób (40,7%), w usługach gastronomicznych 89 osób (51,9%).

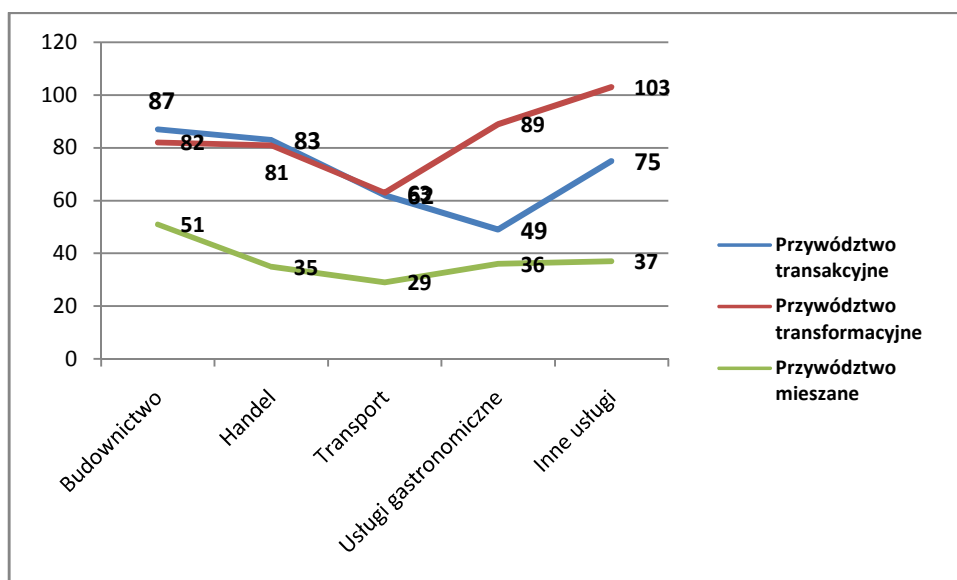
W wypadku przywództwa transakcyjnego w branży budowlanej zadeklarowało je 87 osób (39,5% liczebności tej podgrupy), w handlu 83 osoby (41,7%), w branży transportowej 62 osoby (40,3%), w usługach gastronomicznych 49 osób (28,2%), natomiast w usługach innych 75 osób (34,9%). Najmniej przywódców typu transakcyjnego występuje

więc w usługach gastronomicznych, natomiast ich liczba w budownictwie i handlu jest bardzo zbliżona.

W zakresie przywództwa mieszanego zaobserwowano, że najwięcej przywódców tego typu jest w branży występuje w budownictwie – 51 osób (23,2% liczebności w tej grupie), najmniej zaś w branży transportowej – 29 osób (18,8%), W pozostałych branżach liczba przywódców transakcyjnych jest zbliżona: 37 osób (17,2%) w turystyce, 36 osób (20,7%) w usługach gastronomicznych oraz 35 osób (17,6%) w handlu.

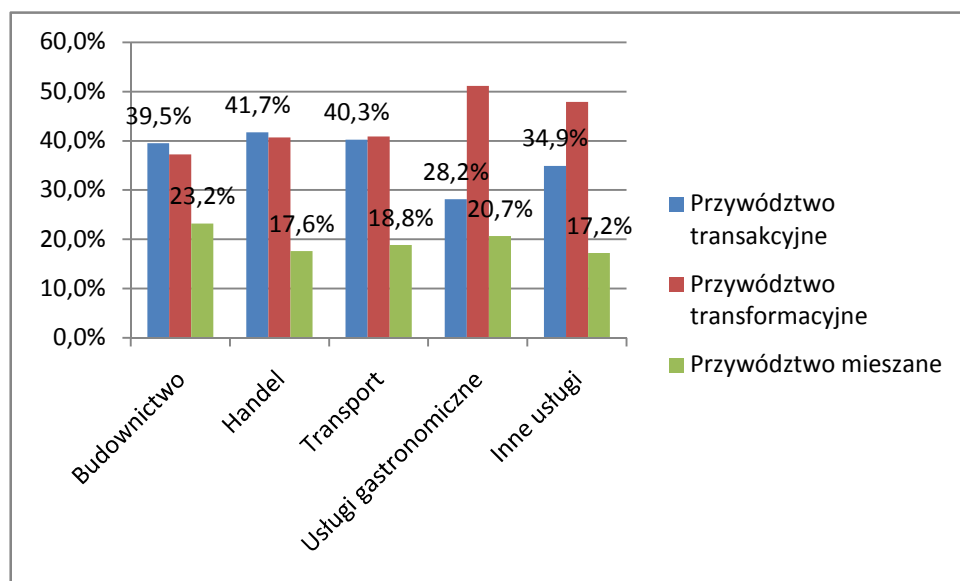
Wyniki prezentują rysunki 5 – 6:

Rysunek 5. Porównanie przywództwa transakcyjnego, transformacyjnego i mieszanego we wszystkich badanych branżach łącznie (N=962)



Różnica występująca pomiędzy poszczególnymi typami przywództwa nie jest istotna statystycznie ($\chi^2 = 14,452$; $p > 0,05$). Oznacza to, że, jakkolwiek różnica pomiędzy liczebnością przywódców transformacyjnych a transakcyjnych i mieszanych jest widoczna, to jednak jest to jedynie tendencja.

Rysunek 6. Porównanie przywództwa transakcyjnego, transformacyjnego i mieszanego we wszystkich branżach we wszystkich badanych branżach łącznie – procentowo (N=962)



C) Przywództwo transformacyjne, transakcyjne i mieszane a wielkość firmy

W badaniach wzięto także pod uwagę wielkość przedsiębiorstwa - wyróżniono mikro, małe oraz średnie i duże. Na podstawie otrzymanych wyników można powiedzieć, że liderzy transformacyjni dominują w mikro przedsiębiorstwach: 256 osób (43,7% liczebności tej podgrupy); w małych przedsiębiorstwach 119 osób (43,8%) deklaruje ten typ przywództwa, natomiast w średnich i dużych jedynie 43 osoby (43,4%). Otrzymane wyniki pokazują, że transformacyjny styl przywództwa przeważa we wszystkich typach wielkości badanych firm.

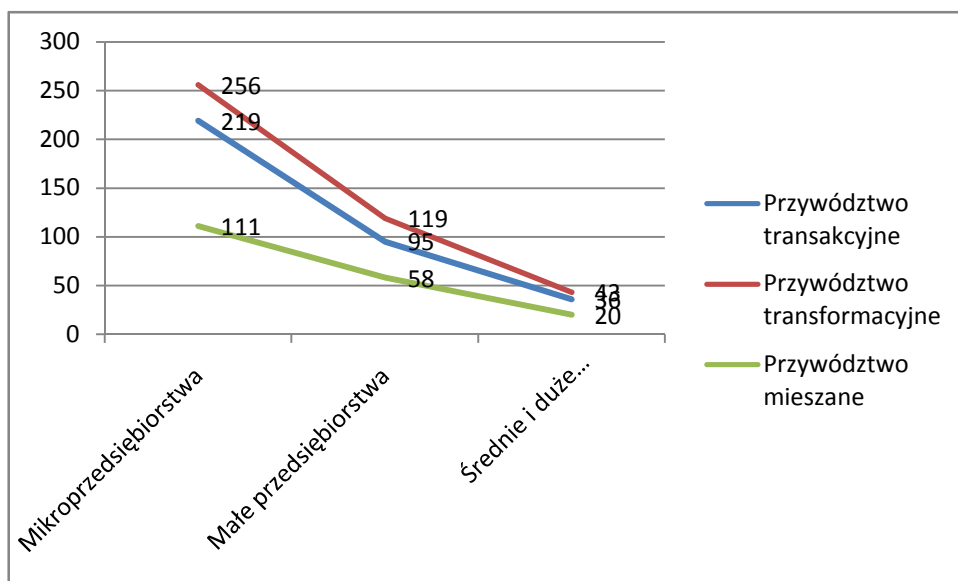
Podejście transakcyjne jest najliczniej reprezentowane w mikroprzedsiębiorstwach: 219 osób (37,4%). W małych przedsiębiorstwach ten typ przywództwa deklaruje 95 osób (34,9%), a w średnich i dużych – 36 osób (36,4%).

W zakresie przywództwa mieszanego otrzymano następujące wyniki:

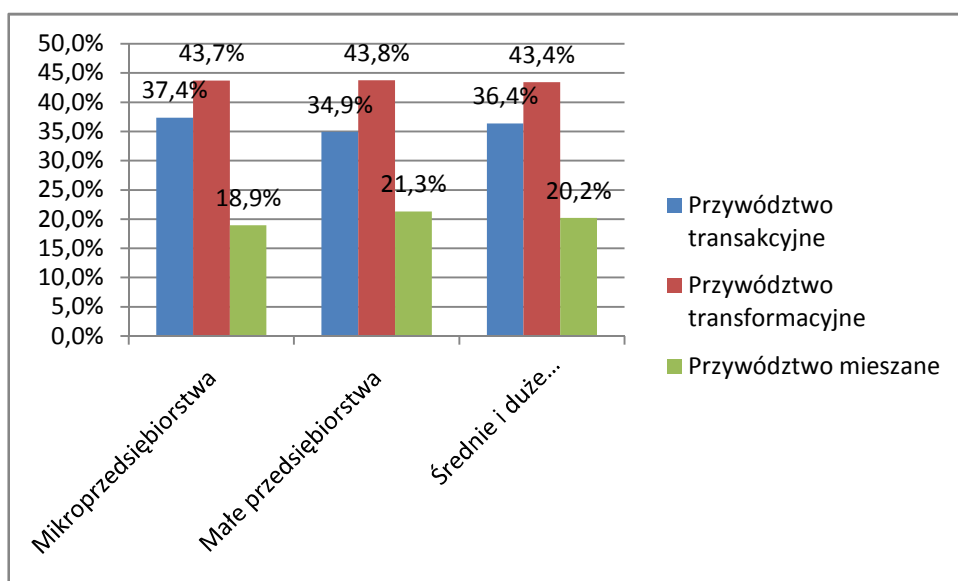
- mikroprzedsiębiorstwa: 111 osób (18,9%),
- małe przedsiębiorstwa: 58 osób (21,3%),
- średnie i duże przedsiębiorstwa: 20 osób (20,2%).

Otrzymane wyniki pokazują rysunki 7 – 8:

Rysunek 7. Przywództwo transakcyjne, transformacyjne i mieszane w mikro-, małych oraz średnich i dużych przedsiębiorstwach (N=957)



Rysunek 8. Przywództwo transakcyjne, transformacyjne i mieszane w mikro-, małych oraz średnich i dużych przedsiębiorstwach – procentowo (N=957)



Różnica pomiędzy poszczególnymi typami przywództwa występująca wśród reprezentantów firm różnej wielkości nie jest istotna statystycznie ($\chi^2 = 0,852$; $p > 0,05$).

Analizując wyniki uzyskane od badanych można zauważyć, że wśród przedsiębiorców z terenu województwa lubelskiego najliczniejsza grupa to przywódcy transformacyjni –

stanowią oni 43,56% liczebności wszystkich respondentów, następnie zaś przywódcy transakcyjni – 36,87%. Najmniej licznie reprezentowany jest mieszany styl przywództwa.

Ta tendencja utrzymuje się w subregionach, przy czym najwięcej przywódców transformacyjnych jest w subregionie lubelskim (47,7% tej podgrupy), najmniej – w subregionie białkopodlaskim (47,4% tej podgrupy). Uwzględnione w badaniu branże nie mają związku z typem przywództwa – we wszystkich, poza budownictwem, przeważa transformacyjny typ przywództwa.

Biorąc pod uwagę wielkość przedsiębiorstwa widoczne jest, że najwięcej liderów typu transformacyjnego występuje jest w mikroprzedsiębiorstwach, natomiast najmniej w średnich i dużych przedsiębiorstwach.

Zestawiając typ lidera z przekonaniem na temat pracowników (X-Y), zaobserwowano, iż podejście typu Y, a więc nastawione na stymulację rozwoju pracownika dzięki jego pracy, koreluje zarówno z transformacyjnym (Rho Spearmana = 0,184), jak i transakcyjnym (Rho Spearmana = 0,118) typem lidera. Aczkolwiek jest to korelacja słaba, to jednak wydaje się, że wśród badanych przedsiębiorców, niezależnie od tego, czy w kierowaniu ludźmi są nastawieni na kontrolę ich działalności oraz, w zależności od osiągniętych rezultatów, na karanie lub nagradzanie, czy też dążą do inspirowania pracowników do wydajniejszej pracy, u podstaw leży przekonanie, że pracownicy są zdolni do rozwoju i doskonalenia się dzięki pracy, jeśli będą mieli ku temu stworzone odpowiednie warunki.

2. SKŁONNOŚĆ DO RYZYKA

Badania skłonności do ryzyka traktowanej jako indywidualna dyspozycja osoby zarządzającej firmą do podejmowania decyzji obarczonej większym lub mniejszym prawdopodobieństwem osiągnięcia zamierzonego skutku przeprowadzono za pomocą zestawu 5 itemów (część II kwestionariusza). Twierdzenia te podano w postaci opisu sytuacji, w których zadaniem respondenta było podjęcie decyzji oznaczającej zachowanie mniej lub bardziej ryzykowne.

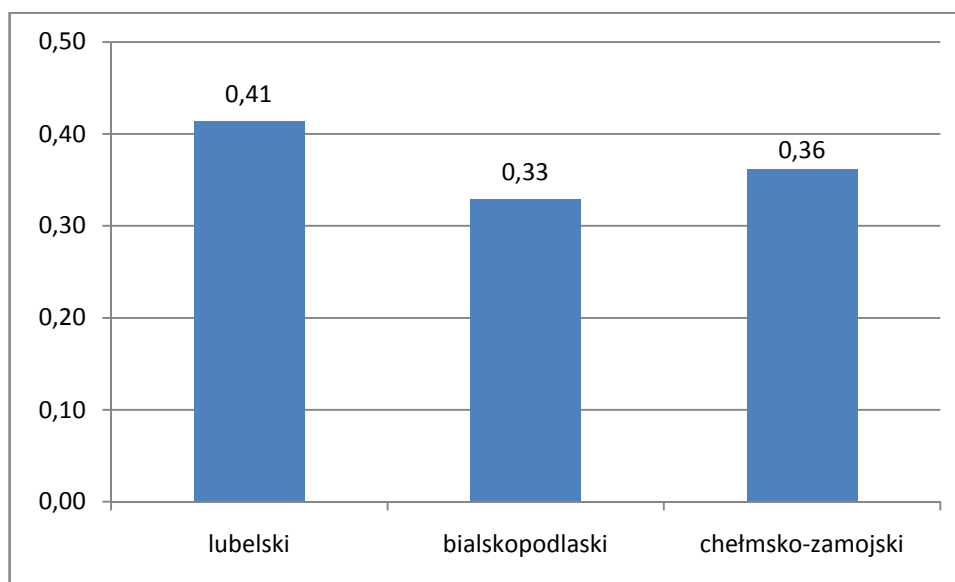
W celu obliczenia wyniku końcowego wyrażonego na skali od 0 do 1, gdzie 0 oznacza skrajną awersję, a 1 skrajną skłonność do ryzyka zastosowano następujące operacje matematyczne:

- W itemach 1-4 obliczono wartość bezwzględną z różnicy liczby będącej odpowiedzią respondenta a liczby 10 (wartość bezwzględna z $x-10$), a następnie wynik tego działania podzielono przez 10.
- Obliczono średnią z przekształconych 4 pierwszych itemów i itemu nr 5.

Uzyskana w ten sposób średnia dla całej badanej próby ($N=1345$) wynosi 0,38, a odchylenie standardowe 0,16. Oznacza to, że 68% wyników uzyskanych przez respondentów mieści się w przedziale od 0,22 do 0,54. Należy zatem zwrócić uwagę, że zdecydowana większość menadżerów przedsiębiorstw działających w województwie lubelskim cechuje się stosunkowo niską skłonnością do ryzyka (wysoką awersją).

Warto przy tym zwrócić uwagę, że respondenci różnią się istotnie między sobą pod względem subregionów województwa, z których pochodzą ich firmy. Wszystkie różnice (każdy subregion z każdym) mierzone testem Tukey'a są istotne statystycznie ($p<0,01$). Najwyższą skłonnością do ryzyka odznaczają się menadżerowie z subregionu lubelskiego, zaś najniższą z białkopodlaskiego. Wyniki dla subregionów pokazuje rysunek 9.

Rysunek 9. Skłonność menadżerów firm do ryzyka wg subregionów woj. lubelskiego

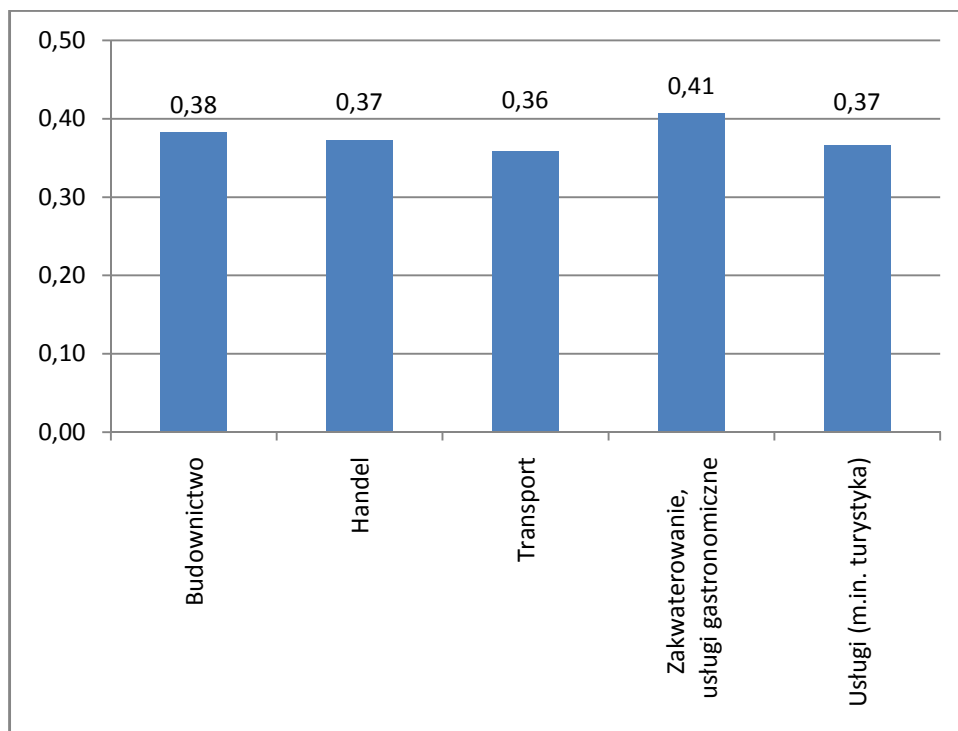


jednoczynnikowa ANOVA: $F=44,53$, $p<0,000$

Analizując tę samą zmienną pod względem branż, w jakich działają firmy zarządzane przez udzielających odpowiedzi menadżerów zaobserwować można, iż działający w dziedzinie

zakwaterowania i gastronomii odznaczają się istotnie wyższą skłonnością do ryzyka niż pozostali (test Tukey'a, $p < 0,05$). Wyjątek stanowi tutaj różnica między branżą budowlaną, która nie jest istotna statystycznie. Ponadto, menadżerowie wszystkich pozostałych branż (oprócz zakwaterowania i gastronomii) nie różnią się istotnie między sobą w zakresie skłonności do ryzyka. Uzyskane wyniki pokazane są na rys. 10.

Rysunek 10. Skłonność menadżerów firm do ryzyka wg branż



jednoczynnikowa ANOVA: $F=4,41$, $p < 0,005$

W badaniach zastosowano również podział uzyskanych wyników na trzy kategorie ze względu na wielkość firmy, z której pochodził respondent (mikro, małe oraz średnie i duże). W wyniku analiz okazało się, że ta zmienna nie różnicuje istotnie uzyskanych wyników. Oznacza to, że menadżerowie nie różnią się w zakresie skłonności do ryzyka pod względem wielkości zarządzanych przez nich firm.

3. PRZYWIĄZANIE DO ORGANIZACJI

Przywiązanie do organizacji w koncepcji Meyera i Allen, w skrócie ujmując, oznacza zespół powodów, dla których ludzie kontynuują swoją pracę właśnie w tym zakładzie. Powody te autorzy koncepcji podzielili na trzy typy wyróżniając przywiązanie afektywne, przywiązanie trwania i przywiązanie normatywne. Literatura przedmiotu dostarcza danych, na podstawie których można twierdzić, iż najlepiej dla organizacji jest jeśli jej pracownicy charakteryzują się pierwszym wymienionym typem przywiązania. Następny w kolejności jest typ normatywny, a jako najmniej korzystny uznawany jest typ trwania.

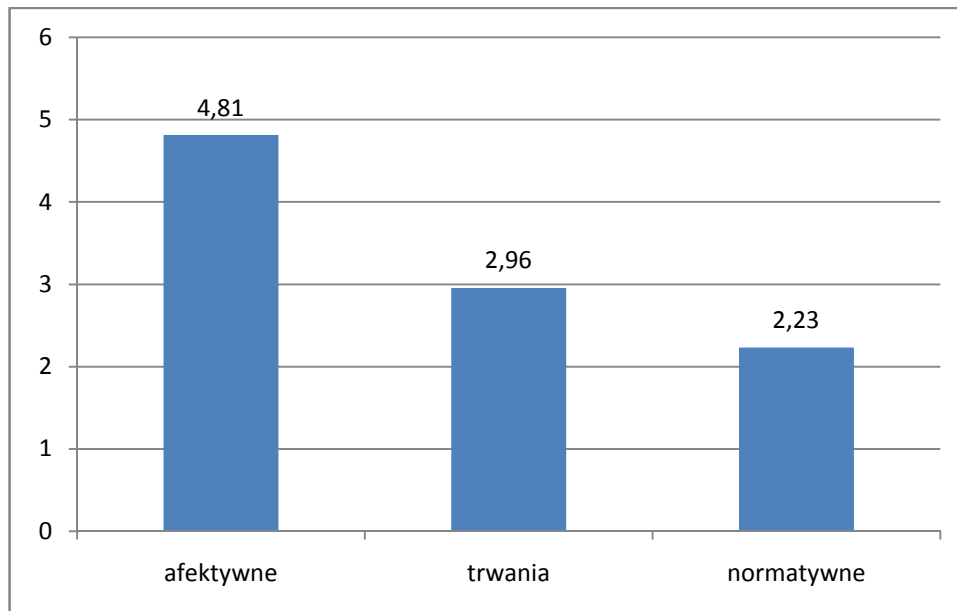
Itemy dotyczące tego zagadnienia znajdują się w trzeciej części kwestionariusza. Korzystając z dokonanego przez Bańkę i innych adaptacji kwestionariusza autorstwa Meyera i Allen dokonano syntezy twierdzeń dotyczących każdego typu przywiązania w trzy itemy, po jednym na każdy typ. Brak możliwości zastosowania pełnej wersji kwestionariusza w oryginalnej polskiej wersji był spowodowany koniecznością redukcji objętości używanego w badaniach arkusza. Adekwatność trzech syntetycznych twierdzeń, jakie znalazły się w naszym kwestionariuszu do twierdzeń zawartych w pełnej polskiej wersji autorstwa Bańki i innych została potwierdzona przez trzech sędziów kompetentnych – doktorów nauk społecznych w dziedzinie psychologii i ekonomii.

Zadaniem respondentów było rozdzielenie 10 punktów pomiędzy trzy twierdzenia. W ten sposób badani określali w jakim stopniu, ich zdaniem, zatrudnieni w ich firmach pracownicy charakteryzują się każdym z trzech typów przywiązania. Respondent mógł któremuś z twierdzeń nie przyznać punktów, ale suma z trzech twierdzeń zawsze musiała być równa 10. Oznacza to, że maksymalna teoretycznie możliwa średnia liczba punktów uzyskana w danym twierdzeniu w całej badanej grupie wynosiła 10, a minimalna 0.

Menadżerowie twierdzą, że głównymi powodami, dla których pracownicy świadczą pracę w ich firmach są powody zaliczone do przywiązania afektywnego. Znacznie mniejszą rolę odgrywa przywiązanie trwania i jeszcze mniejszą przywiązanie normatywne. Zależności te przedstawia rys. 11. Warto zwrócić uwagę, iż typ afektywny wyraźnie dominuje nad dwoma pozostałymi, które uzyskują zbliżone do siebie średnie liczby punktów. Taka kolejność występuje w każdej podgrupie badanych wyróżnionej ze względu na subregion, branżę

i wielkość przedsiębiorstwa. Zaobserwować można jednak różnice w nasileniu poszczególnych typów.

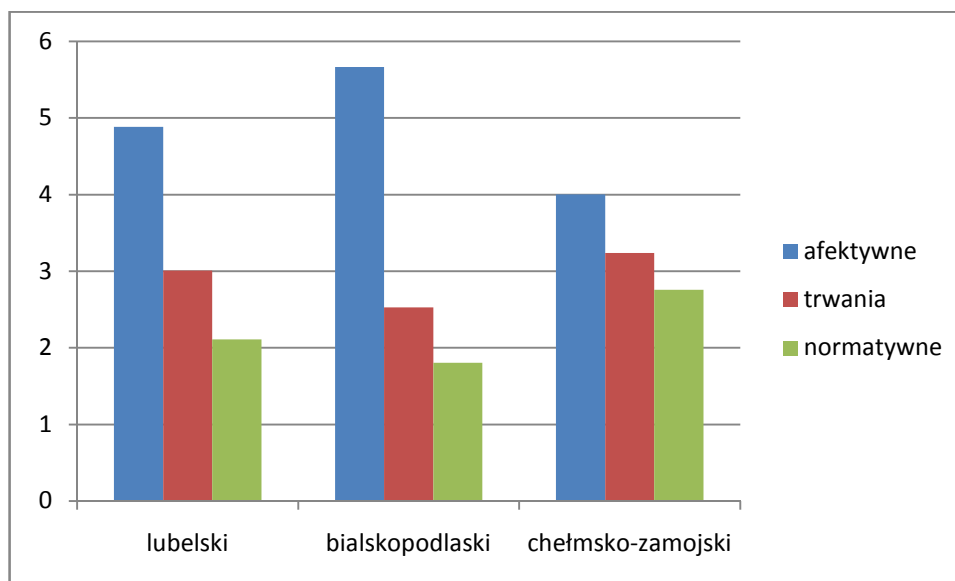
Rysunek 11. Typ przywiązania do organizacji pracowników w opinii ich menadżerów



Największe zróżnicowanie w nasileniu różnych typów przywiązania do organizacji można zauważyć analizując wyniki w podziale na subregiony. Wynik analiz post-hoc przy zastosowaniu testu Tukey'a wskazuje, iż wszystkie różnice pomiędzy regionami w zakresie każdego typu przywiązania są istotne statystycznie ($p < 0,01$). Wyjątek stanowi różnica pomiędzy subregionem lubelskim i chełmsko-zamojskim w zakresie przywiązania trwania (czerwony kolor na rys. 12). Na uwagę zasługuje rozkład wyników pochodzących od menadżerów z regionu chełmsko-zamojskiego. W tym przypadku, w odróżnieniu od dwóch pozostałych subregionów, daje się zauważyć niemal równomierne rozłożenie wszystkich trzech typów przywiązania (podobne wyniki). O ile wynik oznaczający nasilenie przywiązania trwania jest zbliżony do wyniku w pozostałych subregionach, to w przypadku przywiązania afektywnego jest on dużo niższy, a w przypadku przywiązania normatywnego dużo wyższy. Subregion chełmsko-zamojski wyróżnia się zatem na tle pozostałych subregionów najbardziej niekorzystną strukturą typów przywiązania do organizacji.

Jak już wcześniej wspomniano, przywiązanie afektywne jest najlepsze z punktu widzenia efektywnego funkcjonowania organizacji. Największe nasilenie tego typu przywiązania obserwujemy w subregionie białkopodlaskim. Tam też uzyskano najniższe wyniki dotyczące przywiązania trwania. Można zatem powiedzieć, iż subregion białkopodlaski ma najlepszą ze wszystkich subregionów woj. lubelskiego strukturę typów przywiązania do organizacji.

Rysunek 12. Typ przywiązania do organizacji pracowników w opinii ich menadżerów wg subregionów woj. lubelskiego



jednoczynnikowa ANOVA dla każdego typu przywiązania oddzielnie: $F > 10$, $p < 0,000$

W przypadku porównań pomiędzy poszczególnymi branżami niskie wyniki testów F uzyskanych w wyniku przeprowadzenia jednoczynnikowej analizy wariancji oraz ich statystyczna nieistotność w zakresie każdego typu przywiązania nie uprawniają do analiz różnicowych. Można zatem stwierdzić, iż struktura typów przywiązania do organizacji w firmach każdej branży jest podobna i zbliżona do wyników ogólnych dla całej próby badawczej łącznie pokazanych na rys. 11.

Ten sam wniosek, choć oparty o nieco inne przesłanki można wysnuć w przypadku analiz w podziale na wielkość firm, z których pochodzili ankietowani menadżerowie. W tym przypadku wartości testów F okazały się istotne statystycznie, ale żadna ze szczegółowych analiz post-hoc nie wykazała istotnych różnic pomiędzy wynikami menadżerów z różnych wielkości firm.

Występowanie każdego typu przywiązania potwierdzają uczestnicy indywidualnych i grupowych wywiadów przeprowadzonych w ramach projektu. Pytani o motywy kontynuowania przez pracowników pracy w ich firmach podają różnorodne przykłady odnoszące się do każdego typu przywiązania. Zauważyć można, iż menadżerowie dostrzegają pozapłacowe motywy zaangażowania swoich pracowników i starają się je rozwijać, choć borykają się przy tym z ograniczeniami finansowymi. Podkreślają jednak znaczenie dobrej atmosfery i klimatu zaufania w utrzymaniu pracowników jako sposób „obrony” przed konkurencją o pracownika ze strony innych firm. Nic więc dziwnego, że nie mogąc sobie pozwolić na bycie liderem płacowym, dbają o dobry klimat w firmie. Znajduje to odzwierciedlenie w wynikach badań zaprezentowanych w części dotyczącej kultury organizacyjnej.

4. KULTURA ORGANIZACYJNA

Kultura organizacyjna w literaturze przedmiotu, najogólniej mówiąc, ujmowana jest jako zbiór formalnych i nieformalnych, reguł, zasad, procedur, symboli itp. kształtujących niepowtarzalny charakter każdej organizacji. Spośród wielu typologii kultury organizacyjnej do badań wybrano koncepcję Cameron i Quinna, w której autorzy wyróżniają cztery typy: kultura klanu, kultura innowacji (w oryginalnym tłumaczeniu kultura adhokracji), kultura rynku i kultura hierarchii.

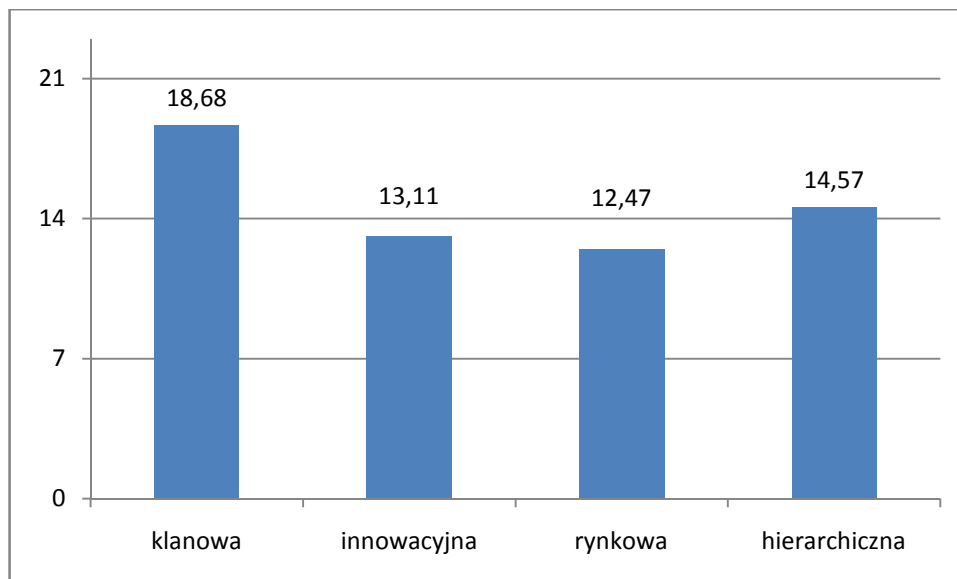
W naszych badaniach zastosowano cały kwestionariusz do badania kultury organizacji autorstwa Cameron i Quinna w tłumaczeniu Bogumiły Nawrot. Kwestionariusz ten stanowi piątą część całego arkusza badawczego. Zadaniem respondenta jest rozdzielić 10 punktów pomiędzy cztery twierdzenia osobno w każdej z 6 części kwestionariusza. Liczba przyznanych punktów świadczy o adekwatności danego twierdzenia do ocenianej organizacji. Każde twierdzenie w ramach danej części dotyczy jednego typu kultury organizacyjnej, więc każdy typ w całym kwestionariuszu opisany jest za pomocą sześciu twierdzeń. Maksymalna liczba punktów, jaką może „zdobyć” dany typ, a zarazem maksymalna liczba punktów, jaką można przyznać łącznie wszystkim typom w całym kwestionariuszu wynosi 60.

Menadżerowie z województwa lubelskiego twierdzą, iż najbardziej nasiloną cechą kultur organizacyjnych panujących w ich firmach jest klanowość. Wynik taki jest spójny

z wynikami uzyskanymi w zakresie typów przywiązania do organizacji. Kultura klanowa sprzyja bowiem powstawaniu związku pracownika z firmą typu „pracuję tutaj, bo chcę” (przywiązanie afektywne). Pozostałe trzy typy kultury organizacyjnej występują w mniejszym nasileniu, a ich poziom jest podobny. Wyniki poszczególnych typów pokazane zostały na rys. 13.

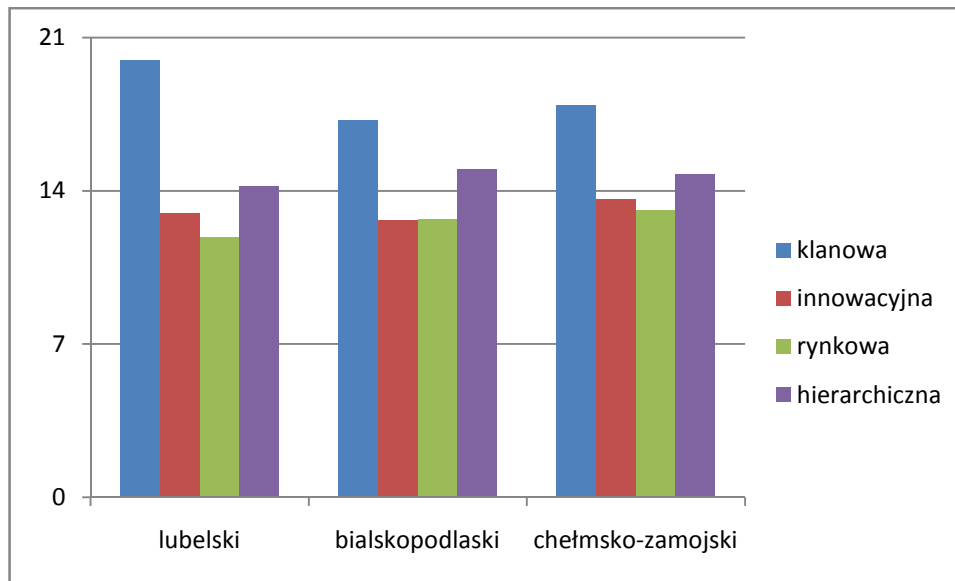
Najwyższe nasilenie typu klanowego występuje w każdej podgrupie firm wyróżnionych ze względu na subregion, branżę i wielkość.

Rysunek 13. Natężenie występowania typów kultur organizacyjnych w firmach woj. lubelskiego w opiniach ich menadżerów



Analizując występowanie typów kultur w firmach usytuowanych w poszczególnych subregionach woj. lubelskiego można stwierdzić, że ich struktura jest wszędzie podobna. Dominującą rolę odgrywa kultura klanowa, w dalszej kolejności hierarchiczna, a następnie, niemal na tym samym poziomie, rynkowa i innowacyjna (rys. 14).

Rysunek 14. Natężenie występowania typów kultur organizacyjnych w firmach woj. lubelskiego w opiniach ich menadżerów wg subregionów

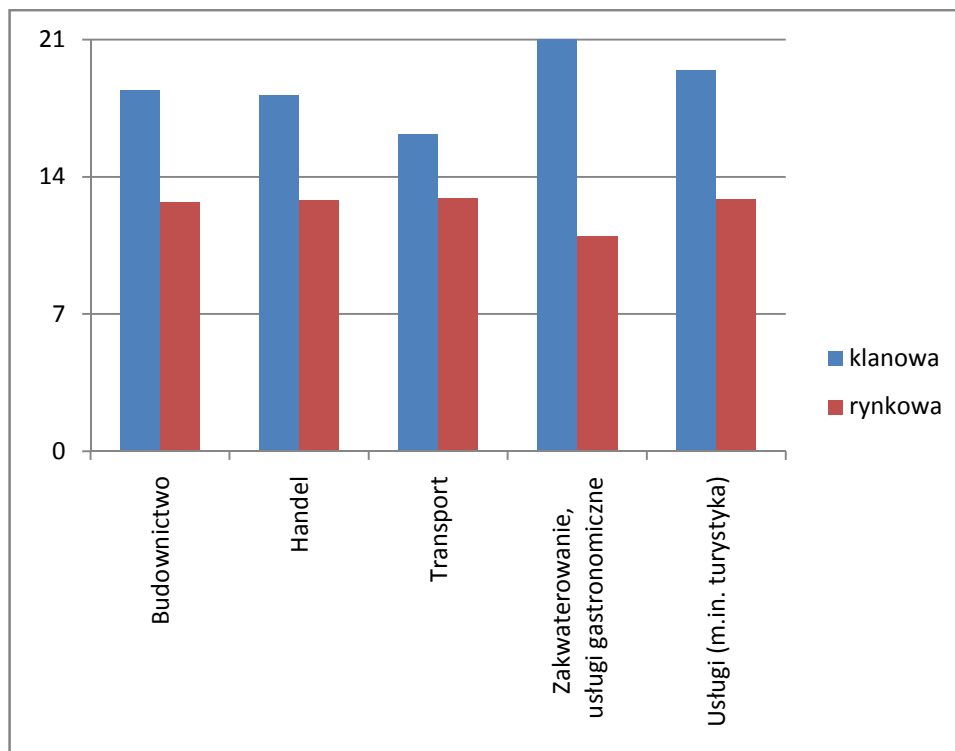


**jednoczynnikowa ANOVA dla każdego typu kultury oddzielnie:
dla klanowej i rynkowej $F > 4,5$, $p < 0,05$, pozostałe dwie nieistotne**

Szczegółowe analizy post-hoc (test Tukey'a, $p < 0,05$) ujawniły istotne statystycznie różnice pomiędzy subregionem lubelskim a pozostałymi w zakresie nasilenia typu klanowego. Firmy z tego obszaru charakteryzują się klanowością znacznie bardziej niż pozostałe (lubelski 19,97; bialskopodlaski 17,24; chełmsko-zamojski 17,89). Dysproporcja taka zauważalna jest również w przypadku kultury rynkowej. Firmy z subregionu lubelskiego uzyskują w tym zakresie istotnie niższe wyniki (11,88) niż podmioty działające w obszarze chełmsko-zamojskim (13,13). Podsumowując ten kierunek analiz należy zatem zauważyć, iż firmy z subregionu lubelskiego różnią się od pozostałych w zakresie nasilenia kultury klanowej (wyższe) i rynkowej (niższe). Struktura wyników pozostaje jednak podobna w każdym subregionie.

Analiza typów kultur organizacyjnych w rozbiciu na poszczególne branże skłania do zwrócenia uwagi na fakt, iż przedsiębiorstwa świadczące usługi gastronomiczne i hotelarskie różnią się od pozostałych w zakresie kultury klanowej i rynkowej. Nasilenie pierwszego typu jest znacznie wyższe ($p < 0,05$) a drugiego znacznie niższe ($p < 0,05$), co pokazano na rys. 15. Wyjątek stanowi tu różnica w stosunku do branży usługowej w zakresie kultury klanu – nie jest ona istotna statystycznie.

Rysunek 15. Natężenie występowania typów kultur organizacyjnych w firmach woj. lubelskiego w opiniach ich menadżerów wg branż



jednoczynnikowa ANOVA dla każdego typu kultury oddzielnie: $F > 3,8$, $p < 0,01$

Należy również podkreślić, że tak jak w przypadku analiz prowadzonych ze względu na subregiony, tak i w tym przypadku struktura nasilenia poszczególnych typów kultur jest podobna, czyli dominuje kultura klanu, następną w kolejności jest hierarchia oraz na podobnym poziomie rynek i innowacyjność.

Jeśli chodzi o strukturę typów kultur to analogiczną sytuację mamy w przypadku prowadzenia analiz ze względu na wielkość firmy. Zmienna ta w zasadzie nie różnicuje wyszczególnionych z jej wykorzystaniem podgrup. Jedynym wyjątkiem jest tutaj różnica pomiędzy podmiotami mikro a średnimi i dużymi w zakresie kultury innowacji. Wynik może budzić zaskoczenie, gdyż w opiniach ich menadżerów firmy mikro charakteryzują się istotnie wyższym nasileniem innowacyjności (13,46), niż przedsiębiorstwa średnie i duże (11,92; test Tukey'a, $p < 0,05$).

5. TEORIA X-Y MC GREGORA - PRZEKONANIA NA TEMAT PRACOWNIKÓW

Według McGregora⁴ istnieją dwa podejścia do zarządzania ludźmi, które opierają się na przekonaniach przywódców. Według pierwszego z nich, tzw. **Teorii X**, przeciętny pracownik nie lubi pracować i unika pracy zawsze, gdy tylko może. Dlatego też większość ludzi musi być zmuszana do pracy i jedynie obawa przed karą może ich skłonić do zaangażowania się w realizację celów organizacyjnych. Ponadto, przeciętny pracownik nie jest ambitny, nie dąży do niezależności w pracy, a przeciwnie – lubi być kierowany i otrzymywać dokładne polecenia, ponieważ dzięki temu czuje się bezpieczniej i może uniknąć ponoszenia odpowiedzialności za swoje działania.

Drugie podejście, **Teoria Y**, opiera się na założeniu, że praca jest tak samo naturalnym ludzkim działaniem jak wszystkie inne, a potencjał przeciętnego pracownika nie jest w pełni wykorzystywany. Ludzie, ze swojej natury, chcą pracować, chcą się rozwijać w swojej pracy i dążą do samodzielności. Potrafią z własnej inicjatywy dążyć do realizacji celów organizacji i osiągać je w sposób pomysłowy i kreatywny. Są w stanie zaakceptować odpowiedzialność za własne działania oraz ponosić ich konsekwencje, natomiast bardziej niż kary motywują ich nagrody możliwe do osiągnięcia dzięki dobremu wykonaniu powierzonych im zadań.

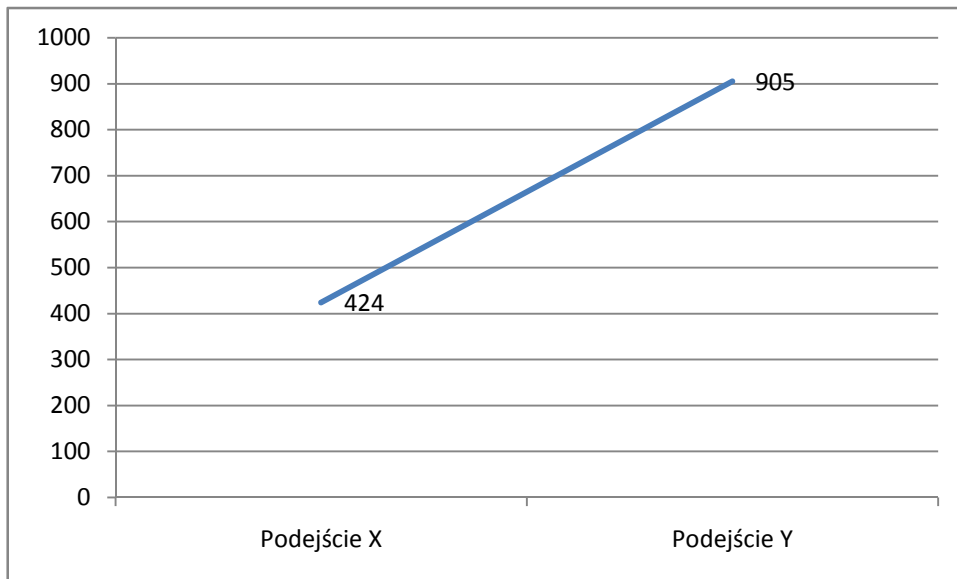
Przekonanie na temat pracowników przekłada się na styl zarządzania przywódcy⁵, dlatego odgrywa ważną rolę w procesie kierowania organizacją. Istnieje związek pomiędzy przekonaniem nt. pracowników a decyzjami personalnymi podejmowanymi przez przywódcę, m.in. z rotacją personelu, awansowaniem czy zatrudnianiem nowych pracowników.

Badanych poproszono o ustosunkowanie się do 10 twierdzeń dotyczących ich przekonań względem pracowników. Analiza wyników ujawniła, że, ogółem w badanej grupie przeważają kierownicy o podejściu Y: takie przekonania zadeklarowało 905 osób (68,1% badanej próby), podczas gdy podejście X zadeklarowało 424 osoby (31,9%). Wyniki prezentują Wykresy 1-2. Uzyskana różnica jest istotna statystycznie: $\chi^2 = 172,09$; $p < 0,05$. Oznacza to, że wśród badanych przedsiębiorców zdecydowanie przeważa podejście typu Y.

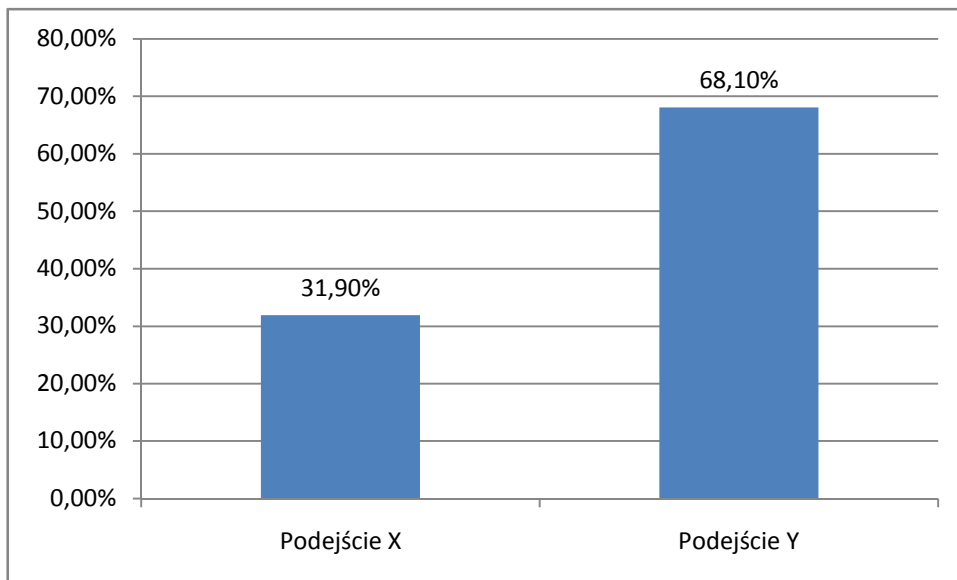
⁴ McGregor, D. (1960). *The Human Side of Enterprise*. New York: McGraw-Hill.

⁵ McGregor, D. (1966). *Leadership and Motivation: Essays of Douglas McGregor*. Cambridge: MIT Press.

Rysunek 16. Podejście X i Y w grupie badawczej - liczebności (N=1319)



Rysunek 17. Podejście X i Y w grupie badawczej- procentowo (N=1319)



Następnie zanalizowano wyniki pod kątem wyróżnionych subregionów, branż oraz wielkości firmy, co przedstawiają kolejne wykresy (rys. 18 – 23):

A) Podejście X-Y a subregiony (lubelski, bialskopodlaski i chełmsko-zamojski)

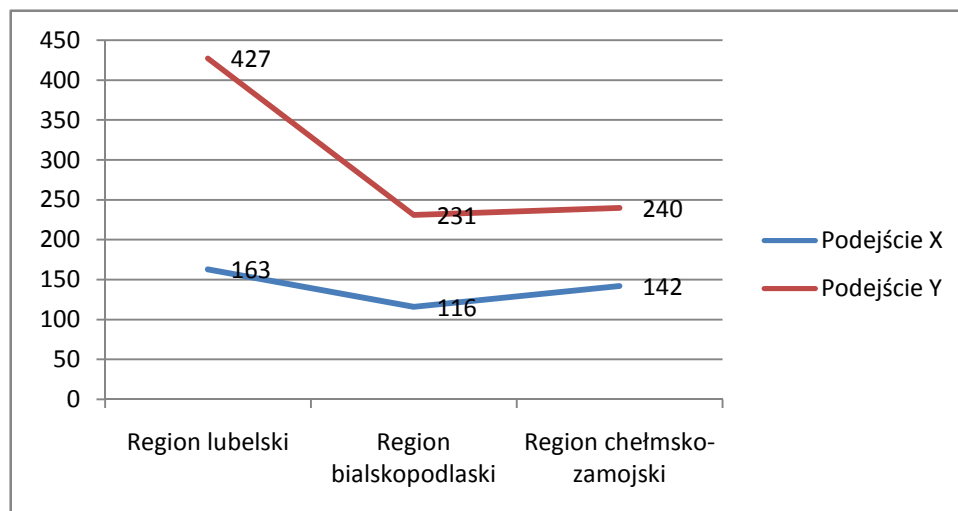
Analiza wyników na poziomie subregionów branych pod uwagę podczas badań (lubelski, bialskopodlaski, chełmsko-zamojski) wykazała, że podejście typu Y dominuje zwłaszcza w subregionie lubelskim – 427 osób (72,4% badanych osób w tym subregionie). W pozostałych subregionach liczba osób o przekonaniu względem pracowników typu Y jest zbliżona: 231 (subregion bialskopodlaski) i 240 (subregion chełmsko-zamojski), odpowiednio 66,6% i 62,8% badanych w tych subregionach.

W zakresie podejścia X otrzymano następujące wyniki w wymienionych subregionach:

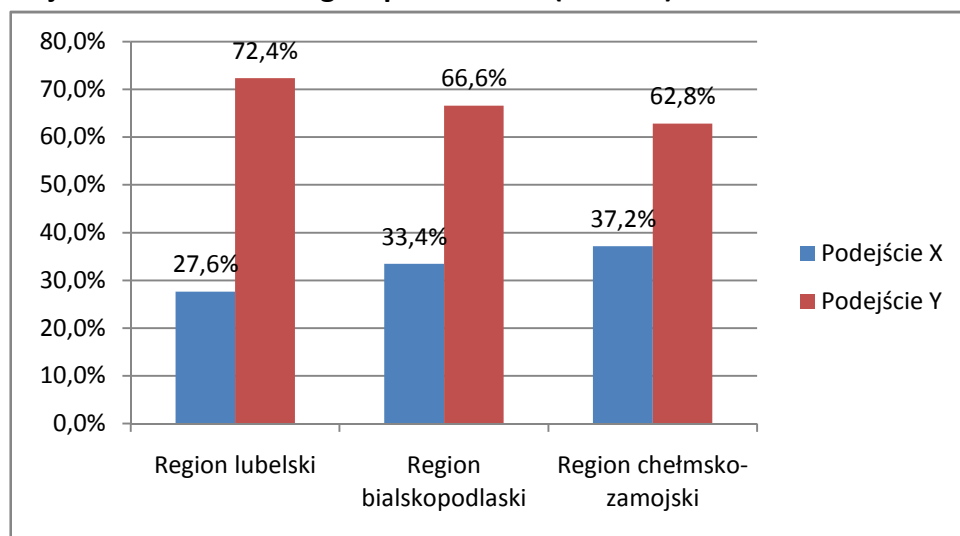
- lubelski: 163 osoby (27,6%),
- bialskopodlaski: 116 (33,4%),
- chełmsko-zamojski: 142 (37,2%).

Otrzymane wyniki są przedstawione na rysunkach 18 – 19:

Rysunek 18. Porównanie podejścia X i Y we wszystkich badanych subregionach województwa lubelskiego (N=1319)



Rysunek 19. Porównanie podejścia X i Y we wszystkich badanych subregionach województwa lubelskiego – procentowo (N=1319)



Zaobserwowana różnica pomiędzy typem podejścia X a Y na poziomie subregionów jest istotna statystycznie ($\chi^2 = 10,218$; $p < 0,05$), zatem we wszystkich subregionach dominuje przekonanie Y, zaś największa różnica jest widoczna w subregionie lubelskim – tu dysproporcja kierowników o podejściu Y do kierowników o podejściu X (na korzyść tych pierwszych) jest najbardziej widoczna.

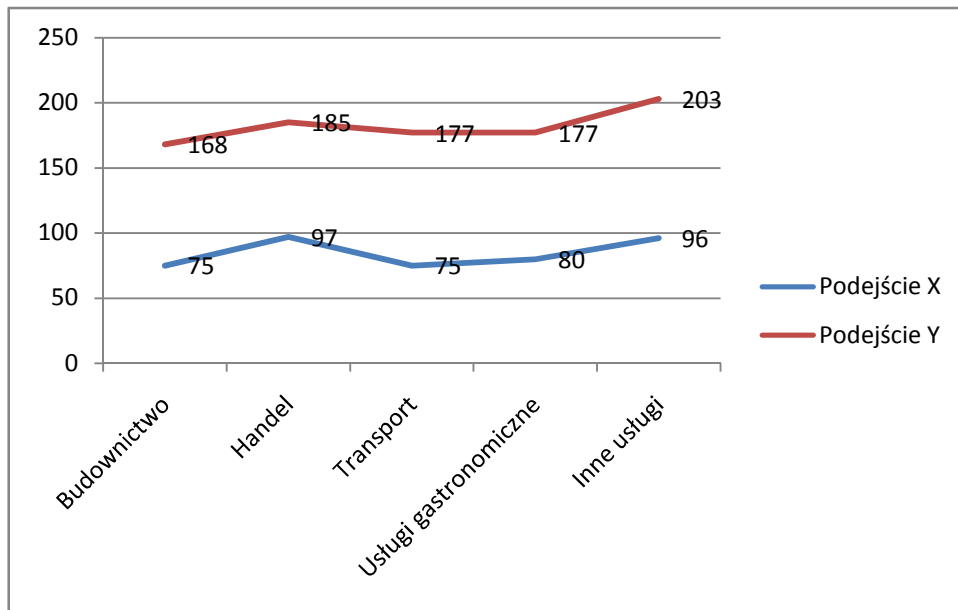
B) Podejście X-Y a branża przedsiębiorstwa

Na podstawie uzyskanych wyników można stwierdzić, że najwięcej przywódców o podejściu Y zaobserwowano w branży transportowej – deklaruje je 70,2% (177 osób) przedstawicieli tej branży oraz w usługach gastronomicznych: 177 osób (66,9%). W pozostałych analizowanych branżach liczba osób o przekonaniu względem pracowników typu Y jest następująca: 168 osób (69,1% liczebności tej podgrupy badanych) w budownictwie, 185 osób (65,6%) w handlu oraz 203 osoby (67,9%) w usługach innego typu.

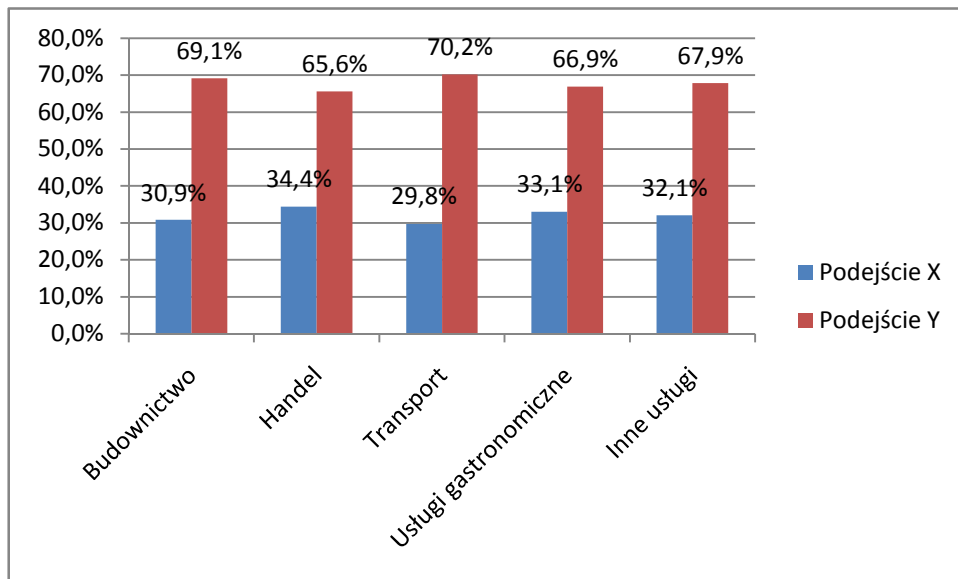
W wypadku podejścia X w branży budowniczej zadeklarowało je 75 (30,9% liczebności tej podgrupy), w handlu 97 (34,4%), w branży transportowej 75 osób (29,8%), w usługach gastronomicznych 80 (33,1%), natomiast w usługach innych 96 osób (32,1%).

Wyniki prezentują rysunki 20-21:

Rysunek 20. Podejście X i Y we wszystkich badanych branżach łącznie (N=1318)



Rysunek 21. Podejście X i Y we wszystkich branżach we wszystkich badanych branżach łącznie – procentowo (N=1318)



Zaobserwowana różnica pomiędzy typem podejścia X a Y wśród przedsiębiorstw z trzech wyróżnionych branż nie jest istotna statystycznie ($\text{Chi}^2 = 1,587$; $p > 0,05$). Oznacza to, że, jakkolwiek różnica pomiędzy liczebnością osób o podejściu X i o podejściu Y jest widoczna, to jednak można powiedzieć jedynie o istniejącej tendencji: wśród przedstawicieli badanych branż przeważają kierownicy o podejściu Y do swoich pracowników.

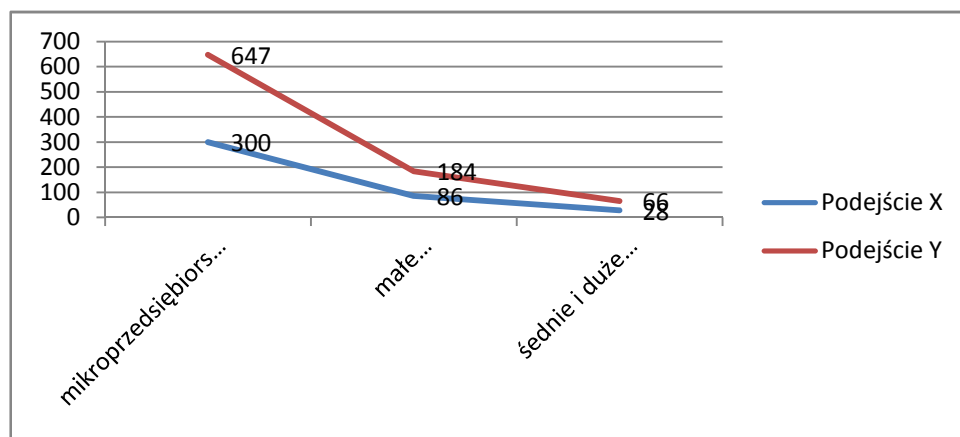
C) Podejście X-Y a wielkość firmy

W badaniach uwzględniono także wielkość firmy, wyróżniając mikro, małe oraz średnie i duże przedsiębiorstwa. Otrzymane wyniki pokazują, że podejście Y przeważa we wszystkich typach wielkości badanych firm, przy czym najwięcej kierowników o podejściu Y jest w mikroprzedsiębiorstwach (647, 68,3% liczebności tej podgrupy). W małych przedsiębiorstwach takie podejście deklarują 184 osoby (68,1%), natomiast w średnich i dużych: 66 osób (70,2%). Warto zauważyć, że chociaż ogółem, najwięcej kierowników o podejściu Y jest w mikroprzedsiębiorstwach, to w podgrupie średnich i dużych przedsiębiorstw, wyrównaniu do pozostałych, jest najwięcej osób reprezentujących podejście typu Y (66 osób) w stosunku do osób o podejściu X (28 osób).

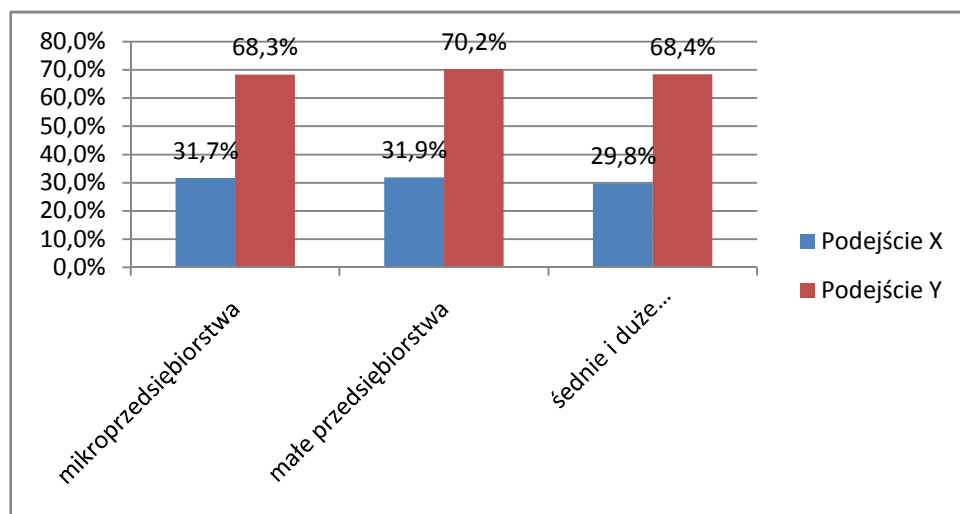
W zakresie podejścia X można zauważyć, że jest ono najliczniej reprezentowane w mikroprzedsiębiorstwach: 300 osób (72,5%), następnie w małych przedsiębiorstwach – 86 osób (20,8%) oraz średnich i dużych firmach: 28 osób (6,8%).

Otrzymane wyniki pokazują rysunki 22-23:

Rysunek 22. Porównanie podejścia X i Y w mikro-, małych oraz średnich i dużych przedsiębiorstwach (N=1311)



Rysunek 23. Porównanie podejścia X i Y w mikro-, małych oraz średnich i dużych przedsiębiorstwach – procentowo (N=1311)



Różnica pomiędzy typem podejścia X a Y na poziomie regionów nie jest istotna statystycznie ($\chi^2=0,153$; $p>0,05$).

Podsumowując otrzymane wyniki można stwierdzić, że przekonanie o pracownikach typu Y jest dominujące w badanych przedsiębiorstwach z terenu województwa lubelskiego – ten typ przekonań deklaruje aż 68,1% respondentów. Ta przewaga podejścia Y utrzymuje się niezależnie od wielkości firmy – w mikroprzedsiębiorstwach badani o podejściu Y to 68% całej podgrupy, a najwięcej – 70,2% w podgrupie małych przedsiębiorstw.

Biorąc pod uwagę branżę reprezentowaną przez firmy respondentów, dominuje także podejście Y, niezależnie od rodzaju branży. W handlu przywódcy o podejściu Y stanowią 65,5% całej podgrupy (najniższy wynik), natomiast w branży transportowej stanowią 70,2% (najwyższy wynik spośród wszystkich reprezentowanych branż). Przewaga podejścia Y widoczna jest także na poziomie subregionu, z którego pochodzą badane firmy, przy czym najwięcej respondentów z subregionu lubelskiego deklarowało podejście Y – ci respondenci to aż 72,4% tej podgrupy.

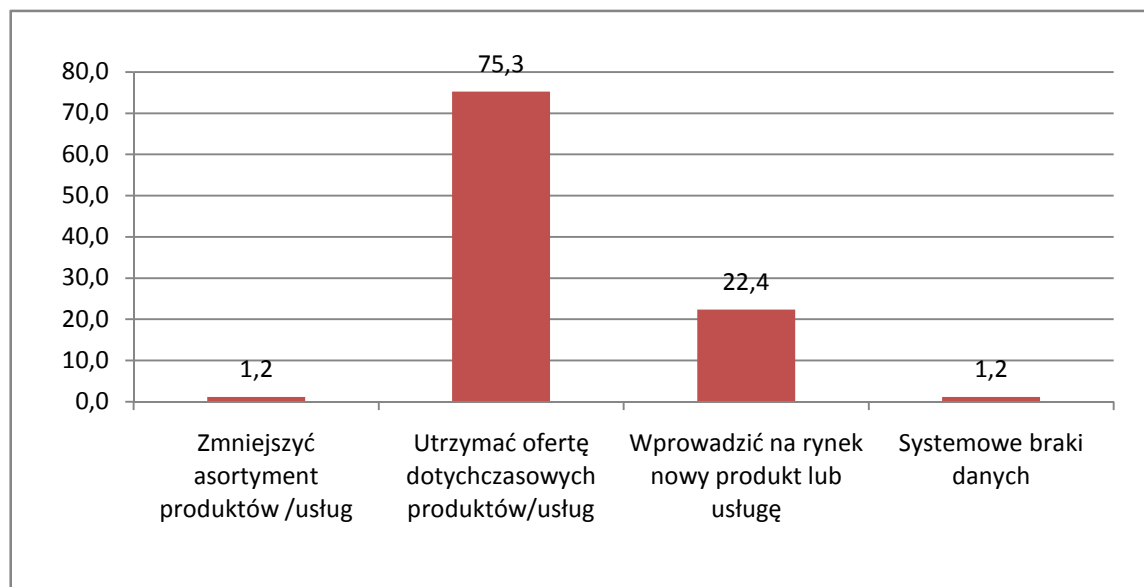
6. STRATEGIE I DZIAŁANIA LUBELSKICH PRZEDSIĘBIORSTW W OBLICZU KRYZYSU I WYZWAŃ - EURO 2012

Analiza strategii i działań lubelskich przedsiębiorstw została dokonana w dwóch etapach. Pierwszy poświęcony jest analizie celów ogólnych stawianych sobie przez organizacje. Można było wybrać strategię rozwoju, stagnacji lub ograniczania działalności w każdym z czterech obszarów: asortymentu produkcji, jakości i ceny oraz polityki wobec segmentów klientów oraz rynków geograficznych.

Drugi etap obejmuje analizę działań wskazanych przez respondentów jako realizowane, planowane lub świadomie zaniechane. Działanie te powinny być sposobem osiągnięcia wskazanych powyżej celów.

A) Strategie przedsiębiorstw

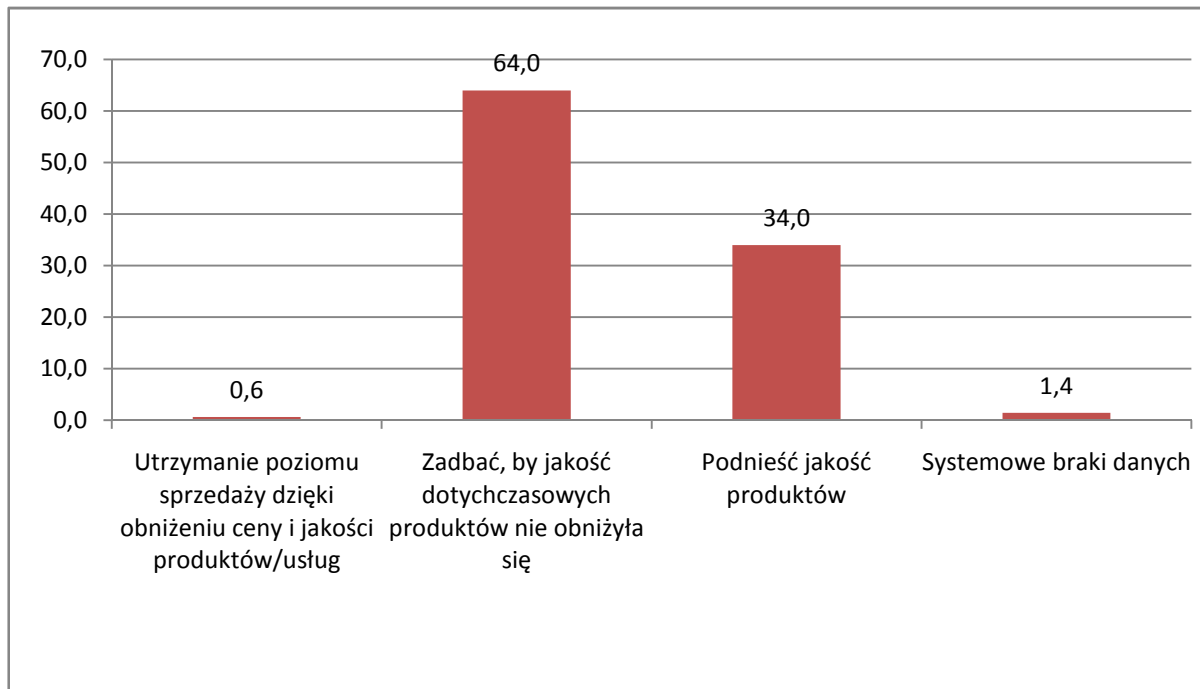
Rysunek 24. Zarządzanie produktami lub usługami



Wśród przedsiębiorstw Lubelszczyzny dominującą strategią jest zachowanie dotychczasowej oferty. Ten wariant wybrało ponad $\frac{3}{4}$ respondentów (patrz rysunek 24). Istnieje jednak znaczący segment przedsiębiorstw, które pomimo kryzysu za cel stawiają sobie wprowadzenie na rynek nowego produktu. Deklarację taką składa co piąty badany. Być może zbliżające się wydarzenie w postaci Mistrzostw Europy w piłce nożnej Euro 2012 skłania ich do przygotowania oferty wykorzystującej tą szansę. Bardziej szczegółowa analiza tej grupy

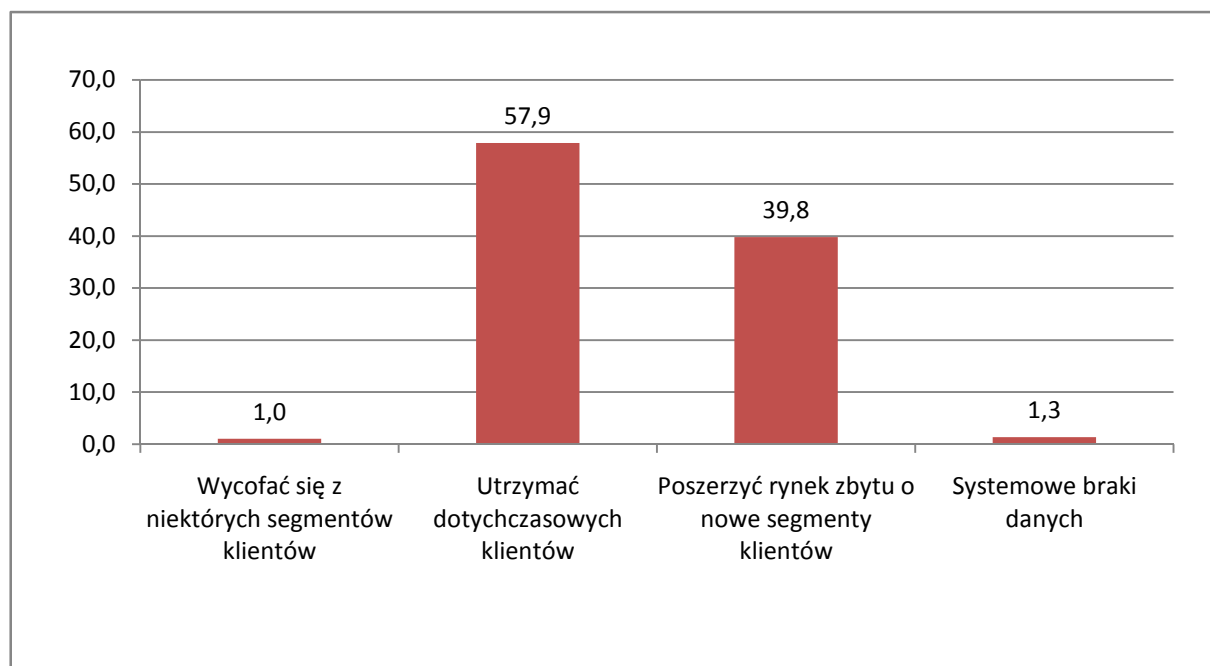
zostanie dokonana w dalszej części raportu. Pomimo kryzysu odsetek firm, które chciałyby przetrwać trudny okres poprzez zmniejszenie asortymentu jest bardzo mały. Około jedna firma na 100.

Rysunek 25. Zarządzanie jakością produktów /usług w %



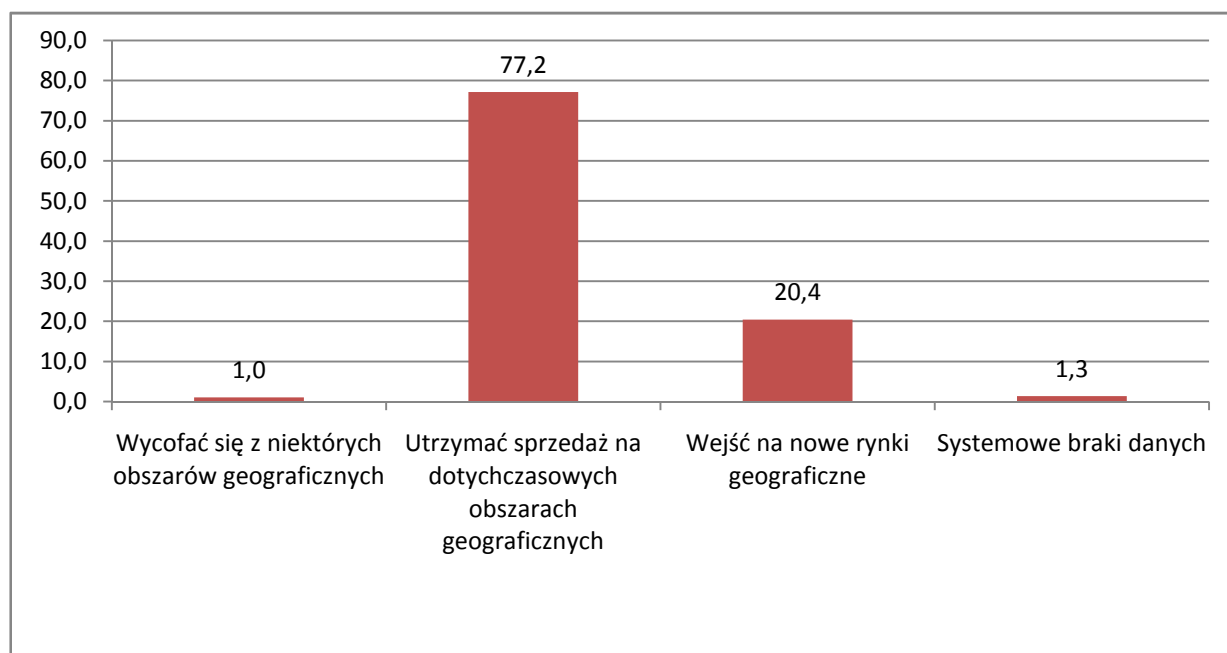
W zarządzaniu jakością produktów lub usług dominuje tendencja do zachowania dotychczasowej sytuacji (patrz rysunek 25). Celem prawie 2/3 respondentów jest dołożenie starań, by pomimo kryzysu jakość ich produktów nie uległa obniżeniu. Pozostali respondenci wyznaczają sobie bardziej ambitny cel – podniesienia jakości. Pomimo trudności, które stwarza kryzys, chcą oni, aby ich oferta miała wyższą jakość niż dotychczas.

Rysunek 26. Zarządzanie segmentami klientów w procentach (%)



W aspekcie zarządzania segmentami klientów badani przedsiębiorcy stawiają sobie częściej niż w innych badanych obszarach ambitny cel – poszerzenia segmentów klientów (patrz rysunek 26). Niecałe 60% respondentów za cel stawia sobie utrzymanie dotychczasowych klientów. Duży segment obejmujący prawie 40% badanych chce poszerzyć grupę swoich klientów.

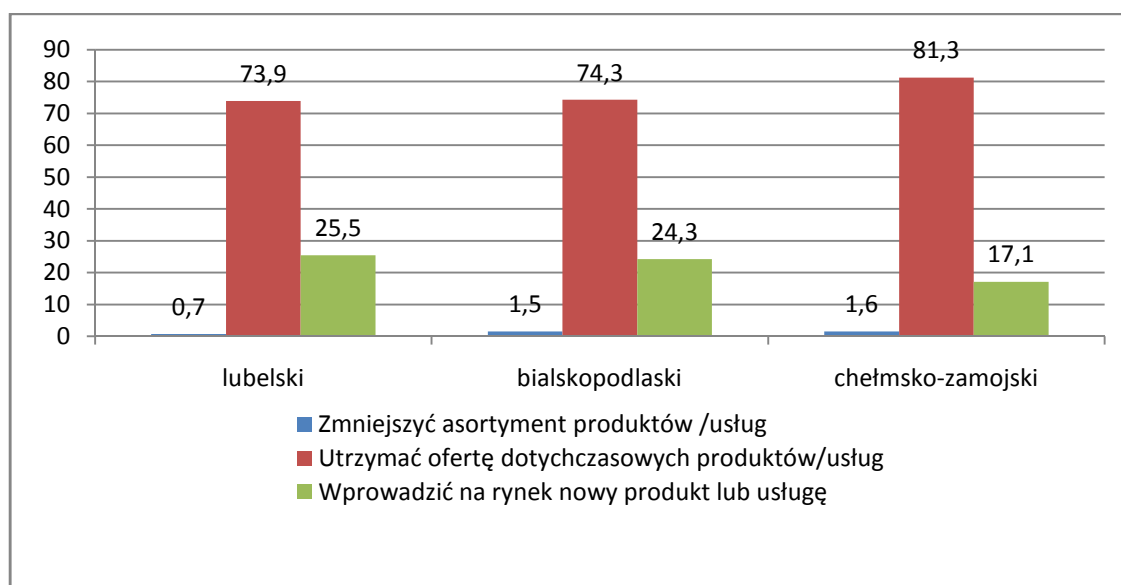
Rysunek 27. Zarządzanie geograficznymi rynkami zbytu w %



Polityka wobec klientów w aspekcie rynków geograficznych została przedstawiona na rysunku 27. W tym aspekcie badani przedsiębiorcy deklarują najmniej ofensywne nastawienie. 77% badanych chce utrzymać dotychczasowe rynki. Grupa przedsiębiorców chcących wejść na nowe rynki zbytu liczy 20%. Podobnie jak powyżej grupa przedsiębiorców, którzy chcą ograniczyć się do niektórych z dotychczasowych rynków jest marginalna i liczy zaledwie 1%.

B) Podregiony województwa lubelskiego

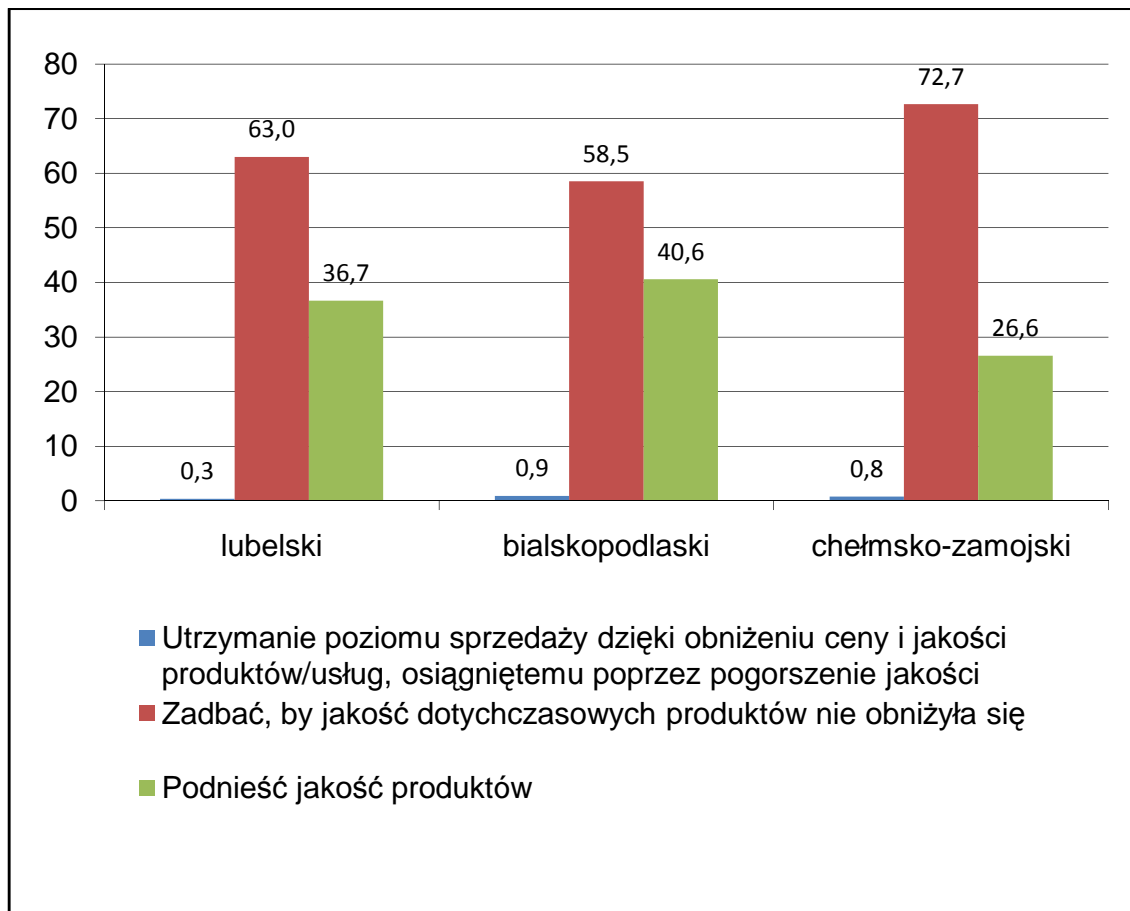
Rysunek 28. Zarządzanie produktami lub usługami w podregionach



$(\chi^2=11,6; df=4; p<0,05)$

Podregion lubelski charakteryzuje się najliczniejszą grupą przedsiębiorstw planujących wprowadzenie nowego produktu na rynek (patrz rysunek 28). Najmniejszy odsetek firm planujących rozszerzenie oferty występuje w subregionie chełmsko-zamojskim. Różnice liczebności wskazują na wpływ czynnika geograficznego na przyjmowane przez pracodawców strategie zarządzania produktami. W powiatach należących do podregionu chełmsko-zamojskiego widać silniejszą tendencję do wyboru strategii zachowawczych lub wycofujących się.

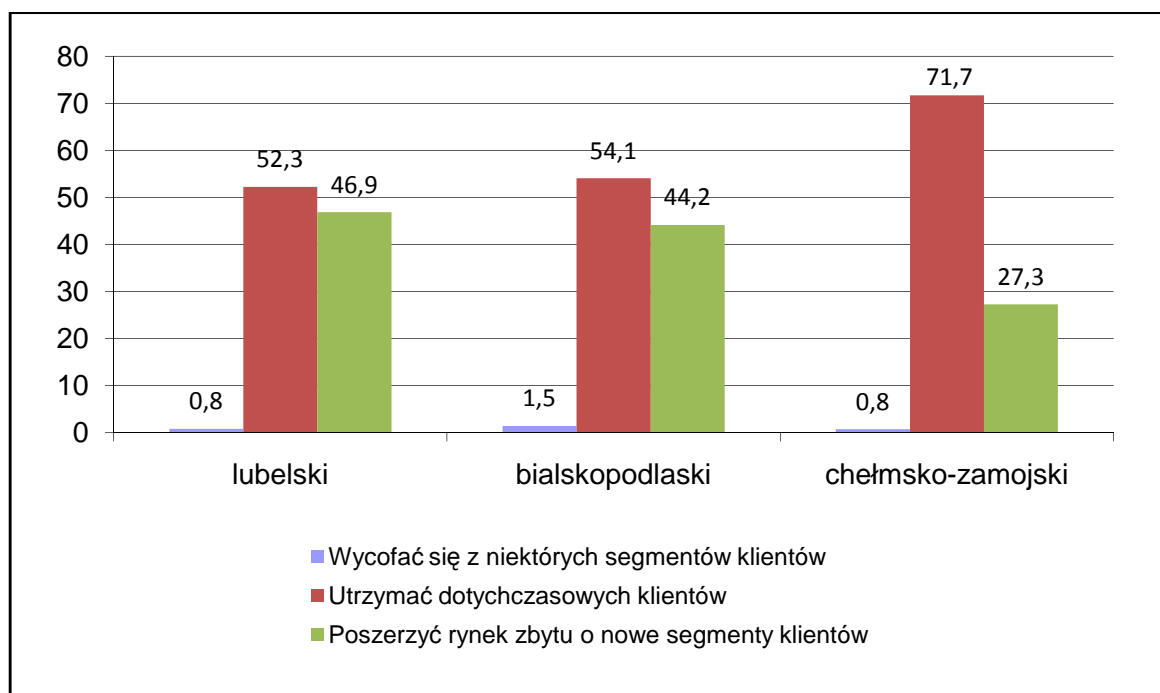
Rysunek 29. Zarządzanie jakością produktów / usług w podregionach



($\chi^2=18,8$; $df=4$; $p<0,001$)

Kolejny aspekt, zilustrowany na rysunku 29, dotyczy zarządzania jakością i ceną produktów. Także w tym przypadku występuje zróżnicowanie opinii respondentów w zależności od podregionu, w którym mają siedziby badane firmy. Również i tym razem podregion chełmsko-zamojski wyróżnia się na tle pozostałych. Wśród przedsiębiorstw tego regionu najmniejszy odsetek uważa, że ich celem jako odpowiedzią na kryzys i wyzwania związane z Euro 2012 jest podnoszenie jakości produktów lub usług.

Rysunek 30. Zarządzanie segmentami klientów w podregionach



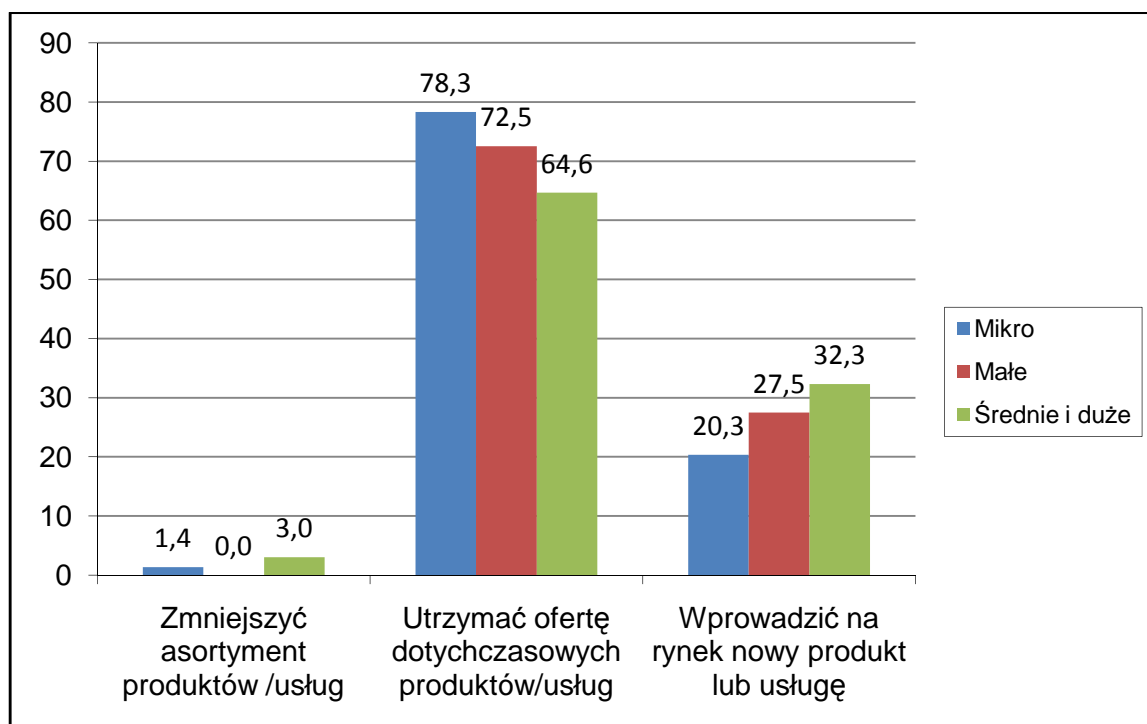
($\chi^2=41,5$; $df=4$; $p<0,001$)

W przypadku zarządzania segmentami klientów badania wykazały, że pod względem celów związanych z rynkami geograficznymi przedsiębiorstwa działające w różnych podregionach są zgodne. Ich opinie dobrze obrazuje rysunek 26 przedstawiający tendencję dla całej populacji.

W aspekcie zarządzania segmentami klientów (nie koniecznie geograficznymi) jednak istnieją znaczące różnice pomiędzy podregionami (patrz rysunek 30). Najmniejszy odsetek firm, które wyznaczają sobie jako cel poszerzanie rynku zbytu znajduje się w podregionie chełmsko-zamojskim.

Podsumowując wpływ geografii na stawiane sobie cele przez przedsiębiorstwa należy podkreślić, że subregion chełmsko – zamojski jest najmniej ekspansywny. Pracodawcy z tego subregionu rzadziej niż pozostali wyznaczają sobie ambitne cele związane z rozwojem w obecnej sytuacji. Położenie na szlaku Warszawa – Lwów nie wskazuje pozytywnego wpływu na ustalone cele strategiczne. Różnica ta dotyczy to prawie wszystkich badanych aspektów.

Rysunek 31. Zarządzaniem produktami / usługami w organizacjach o różnej wielkości

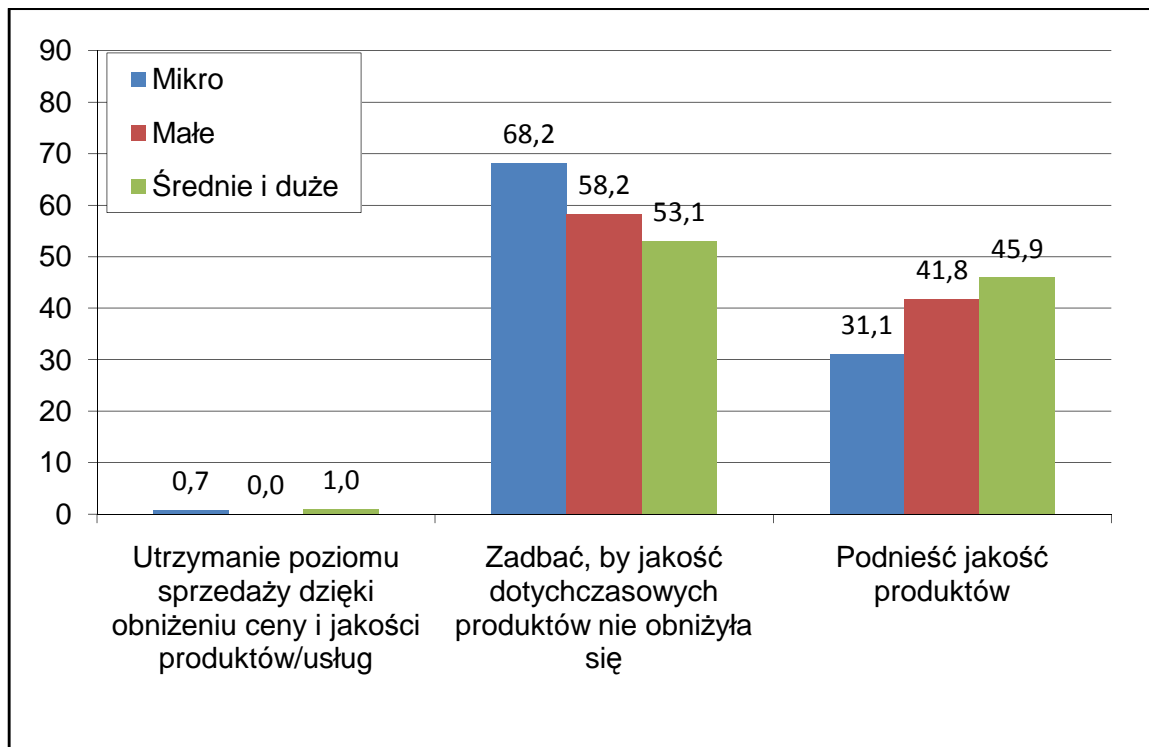


($\chi^2=18,04$; $df=4$; $p<0,001$)

W przypadku analizy związków pomiędzy wielkością firmy i jej planami strategicznymi, to w przypadku zarządzania produktami występuje ciekawe zjawisko. Ilustruje je rysunek 31. Z jednej strony największy odsetek firm średnich i dużych deklaruje, że ich celem w obecnej sytuacji jest wprowadzanie nowych produktów lub usług. Jednocześnie w grupie przedsiębiorstw, których celem jest zmniejszenie asortymentu największy odsetek przedsiębiorstw to firmy średnie i duże. W przypadku zmniejszania produkcji zjawisko dominacji dużych i średnich nie jest tak wyraźne jak w przypadku firm planujących wprowadzanie nowych produktów lub usług.

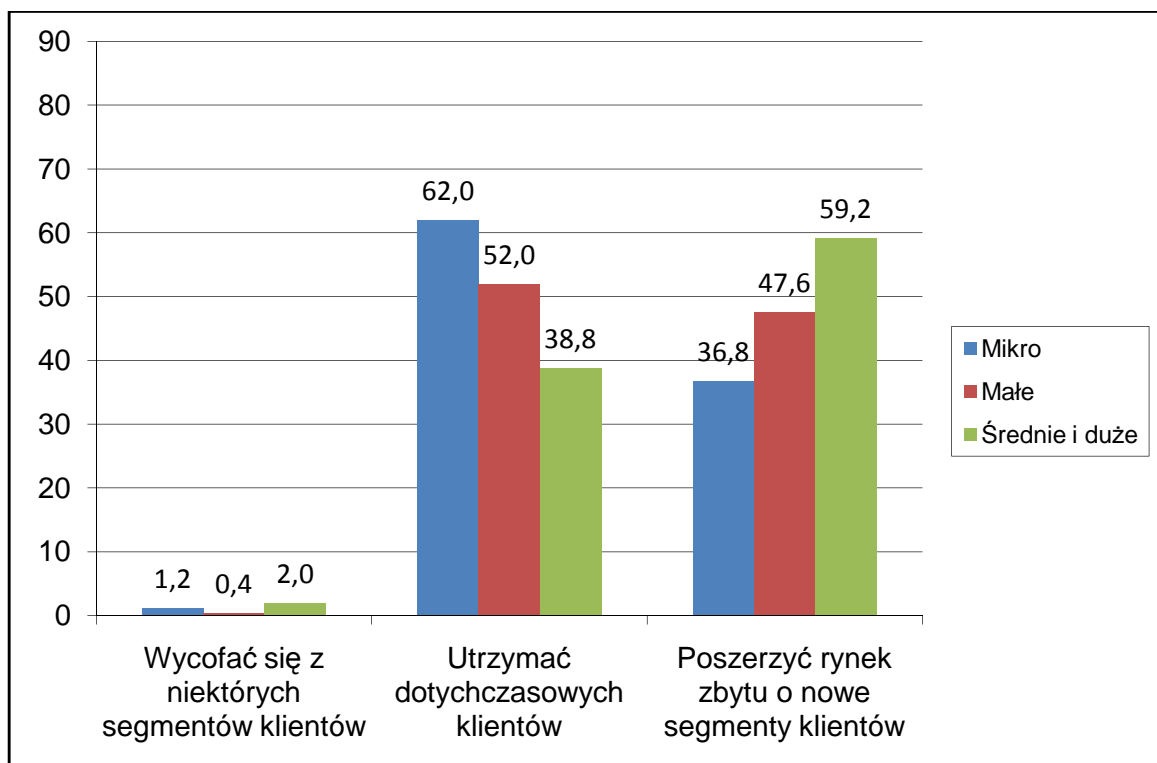
W przypadku jakości produktów lub usług najwyższy odsetek (prawie połowa) firm średnich i dużych stawia sobie za cel podniesienie jakości produkcji. W przypadku mikroprzedsiębiorstw odsetek ten sięga zaledwie 30% (patrz rysunek 32). O ile można powiedzieć, że dominującą strategią firm mikro i małych jest przeczekanie, to w przypadku firm średnich i dużych tendencja do rozwoju i stagnacyjna rozkładają się prawie po równo.

Rysunek 32. Zarządzanie jakością produktów / usług



$(\chi^2=18,8; df=4; p<0,001)$

Rysunek 33. Zarządzanie segmentami klientów w firmach różnej wielkości

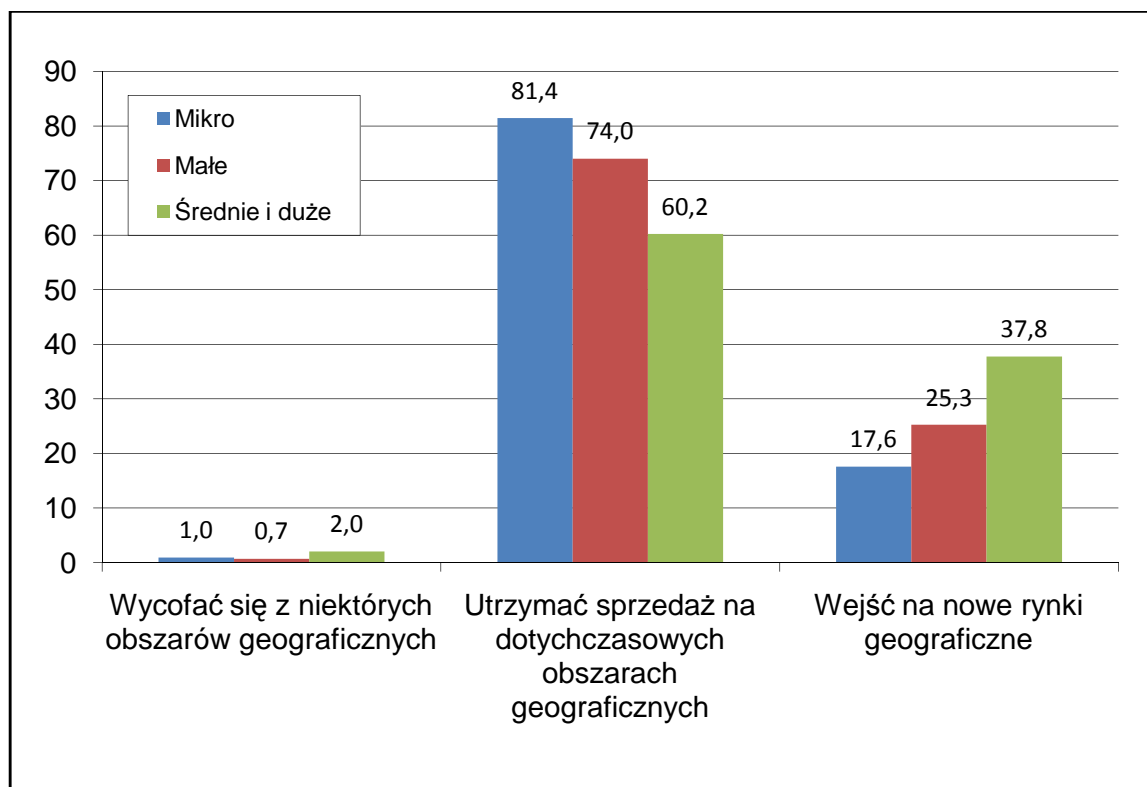


$(\chi^2=27,7; df=4; p<0,001)$

Podobne zjawisko jak w przypadku zarządzania produktami lub usługami można zaobserwować w przypadku polityki dotyczącej klientów. Rysunki 33 i 34 obrazują podobne trendy choć nieco różne liczebności. Najwyższy w tych badaniach odsetek respondentów wyznaczających sobie cele rozwojowe. W tym przypadku na plan pierwszy wysuwają się firmy średnie i duże, które chcą poszerzać swój rynek. Taką odpowiedź udzieliła ponad połowa respondentów z tej warstwy (patrz rysunek 33).

Z danych można wnioskować, że rozszerzanie segmentu klientów dotyczy zwiększenia udziału w dotychczasowych rynkach zbytu, gdyż większość badanych nie stawia sobie za cel wejścia na nowe rynki geograficzne (patrz rysunek 34). Szczególnie wśród mikroprzedsiębiorstw dominuje tendencja do stawiania sobie za cel utrzymania rynku, a nie ekspansję geograficzną. Stosunkowo najczęściej nastawienie rozwojowe deklarują firmy średnie i duże. W tej warstwie częściej niż co trzecia firma stawia sobie za cel wejście na nowe rynki zbytu – ekspansję geograficzną.

Rysunek 34. Zarządzanie rynkami geograficznymi



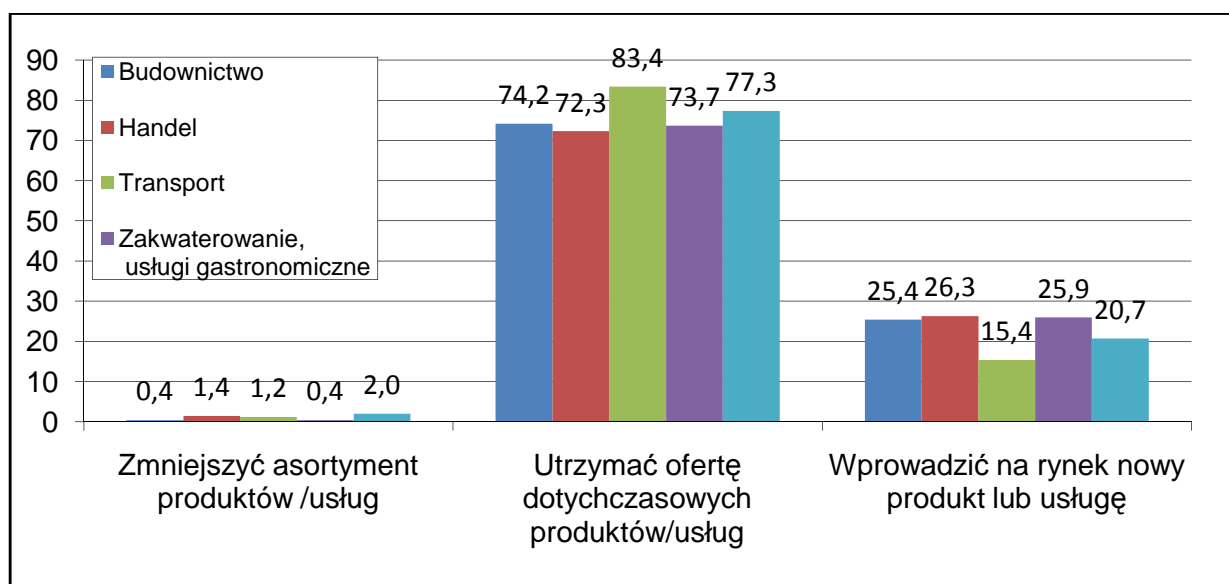
$(\chi^2=28,1; df=4; p<0,001)$

Podsumowując trzeba podkreślić, że wbrew oczekiwaniom przedsiębiorstwa mikro i małe są w świetle naszych badań najczęściej nastawione zachowawczo. W sytuacji kryzysu preferują strategie reaktywne polegające najczęściej na przeczekaniu, a nie elastycznym dopasowaniu się do zmieniających warunków. Być może wpływ może mieć dostępność do kredytów, zjawisko opisane w innej części raportu (źródła finansowania przedsiębiorstw).

C) Wybrane sekcje PKD

W przypadku analizy respondentów w aspekcie przedmiotu prowadzonej działalności (sekcja PKD), to spośród wybranych do badań firm tendencje zachowawcze najsilniej ujawniają się w przypadku firm transportowych. Dane na rysunku 35 wskazują, że bardziej ambitne cele stawiają sobie przedsiębiorstwa handlowe, świadczące usługi związane z zakwaterowaniem i budowlane. Jednak w każdym z tych przypadków są to grupy liczące około ¼ respondentów z danej warstwy. Można powiedzieć, że co czwarty badany przedsiębiorca definiuje swoje cele w kategoriach aktywnego przeciwstawiania się kryzysowi i korzystania z wyzwań.

Rysunek 35. Zarządzanie produktami lub usługami w wybranych sekcjach PKD

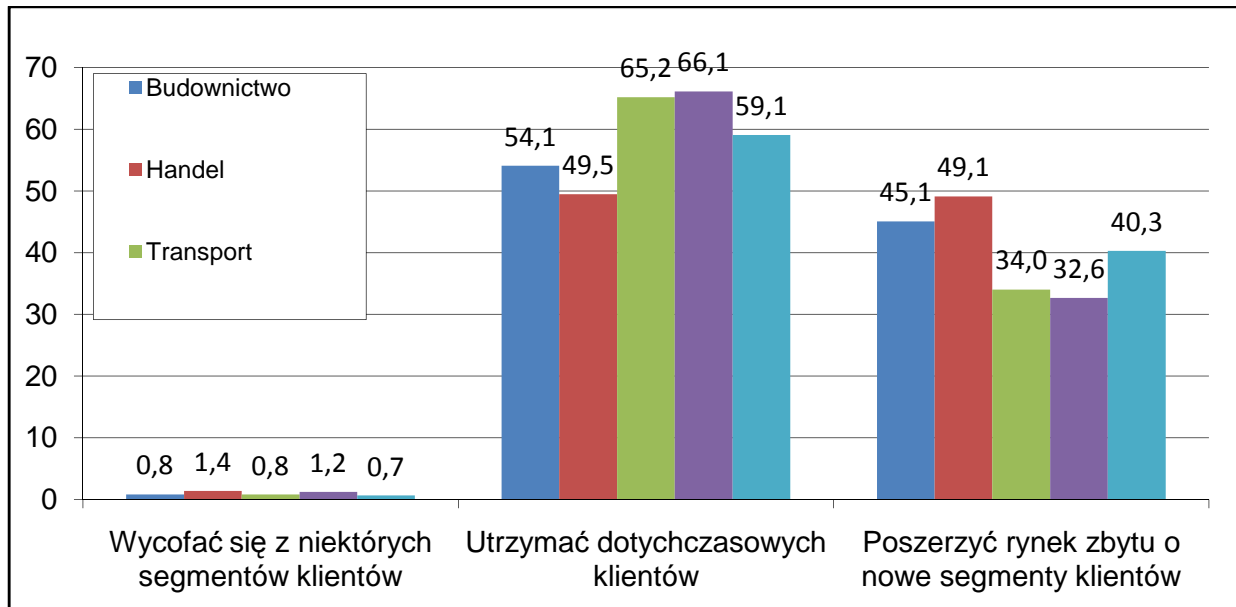


$(\chi^2=16,8; df=8; p<0,05)$

W przypadku polityki związanej z jakością przedmiot działalności nie miał wpływu na decyzje respondentów i nie został zilustrowany osobnym wykresem.

Cele stawiane sobie przez przedsiębiorstwa związane z segmentami klientów, częściej niż w przypadku produktów i usług, są związane z ekspansją. Prawie połowa przedsiębiorstw handlowych chce poszerzyć swoje rynki (49%). Drugie w kolejności są przedsiębiorstwa budowlane (45%), a za nimi lokują się usługi (40%).

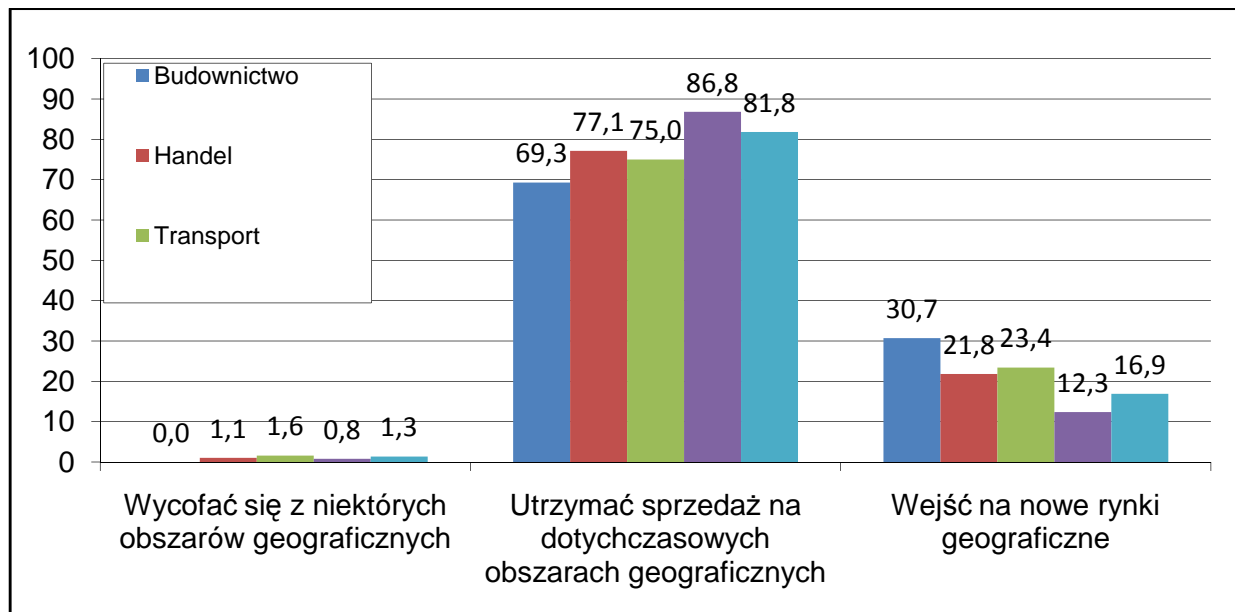
Rysunek 36. Zarządzanie segmentami klientów w wybranych sekcjach PKD



($\chi^2=23,0$; $df=8$; $p<0,01$)

Badani przedsiębiorcy generalnie chcą pozostać na dotychczasowych obszarach geograficznych rynku zbytu. W przypadku zakwaterowania odsetek ten sięga 87% (patrz rysunek 37). Przedsiębiorstwa z działu PKD Budownictwo są bardziej ekspansywne. Około 30% za cel wyznacza sobie ekspansję terytorialną i poszerzenie geograficznego rynku zbytu. Nieco słabsza, lecz podobna tendencja dotyczy transportu oraz handlu.

Rysunek 37. Zarządzanie rynkami geograficznymi w wybranych sekcjach PKD



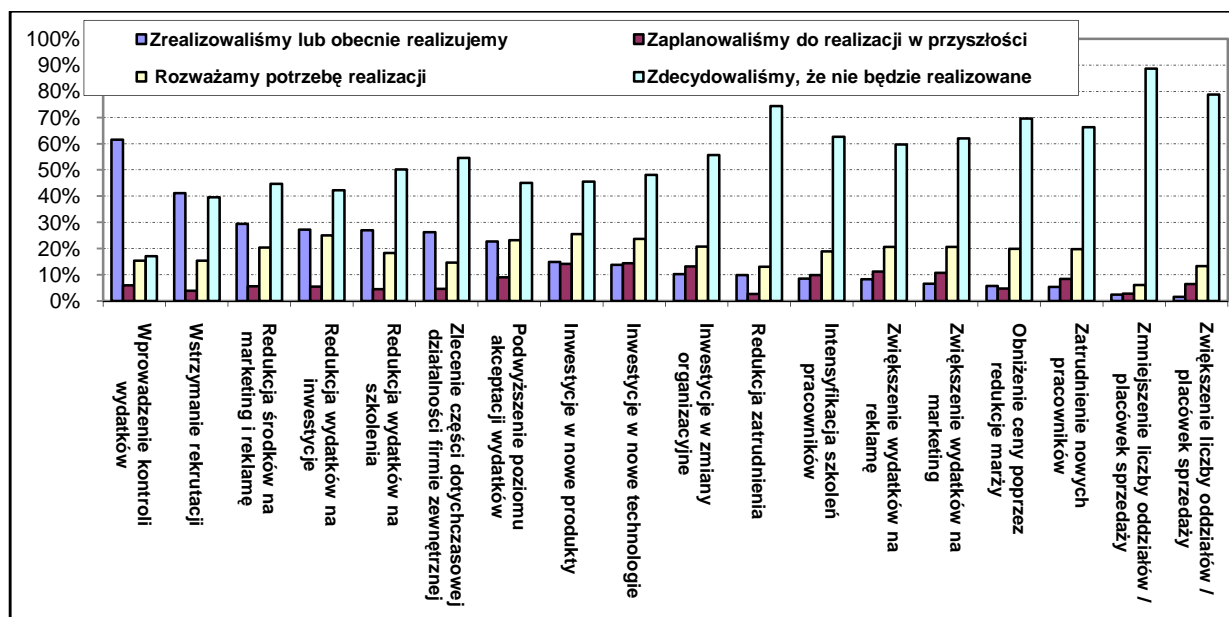
($\chi^2=32,5$; $df=8$; $p<0,001$)

D) Działania firm

Analiza działań zostanie przeprowadzona poprzez przedstawienie deklaracji przedsiębiorstw dotyczących działań w całej populacji oraz rozkładu liczebności firm, które podjęły danej działania, a także firm, które zdecydowały, że nie będą podejmować tego działania. Środkowa kategoria odpowiedzi – „zastanawiamy się” została pominięta, gdyż nie zawiera informacji rozszerzającej przeprowadzone analizy.

Lubelskim przedsiębiorstwom łatwiej określić, czego nie będą robiły, niż wskazać, co chcą zrobić w obliczu kryzysu i Euro 2012. Wyraża się to w odsetkach firm, które deklarują, że nie podejmą danego działania w porównaniu z odsetkami firm, które twierdzą, że podjęły już dane działanie. Zdecydowana deklaracja o nie zmniejszeniu liczby placówek została podana przez prawie 90% respondentów (patrz rysunek 38). Tymczasem najpopularniejsza deklaracja o podjęciu działań została udzielona przez 60% badanych.

Rysunek 38. Podejmowanie działań przez badanych pracodawców w procentach

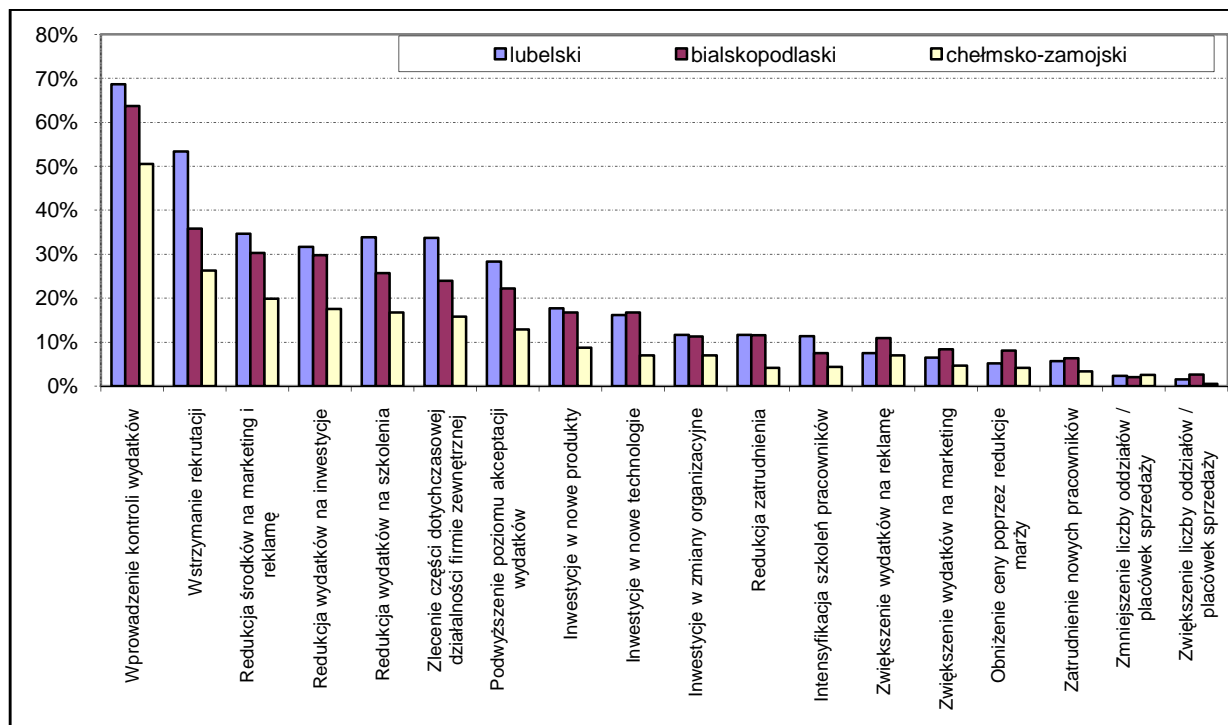


Pośród realizowanych działań na plan pierwszy wysuwa się wprowadzenie kontroli wydatków (62%), wstrzymanie przyjmowania nowych pracowników (41%) oraz redukcje wydatków na marketing (29%) i inwestycje (27%), szkolenia (27%), outsourcing (26%). Jednak tylko w przypadku pierwszej z nich jest to deklaracja dominująca. W przypadku pozostałych, więcej badanych firm twierdzi, że po rozważeniu odrzuciła dane działania i nie będzie ich realizować.

Analiza działań najczęściej odrzucanych przez przedsiębiorstwa województwa lubelskiego dotyczą ruchów związanych z liczbą oddziałów i placówek. Firmy zgodnie twierdzą, że nie chcą ani zwiększać, ani zmniejszać ich liczby. Towarzysząca temu deklaracja, że nie będą redukować zatrudnienia sugeruje, że nie należy spodziewać się napływu do bezrobocia nowych osób. Trzeba jednak zobaczyć i to, że firmy nie planują zatrudniać nowych pracowników, co sugeruje stagnację na rynku pracy. Mały napływ i mały odpływ z bezrobocia.

E) Regiony bezrobocia

Rysunek 39. Deklaracje dotyczące podjętych działań przez badane firmy w rozbiciu na podregiony



Pracodawcy z podregionu lubelskiego w odpowiedzi na kryzys i wyzwanie związane z Euro 2012 częściej podjęli jakieś działania zmierzające do realizacji celów strategicznych, niż ich koledzy z pozostałych podregionów województwa (patrz rysunek 39). Dotyczy to głównie działań oszczędnościowych (różnego rodzaju redukcje). Firmy z podregionu białkopodlaskiego za to nieco częściej deklarują podjęcie działań nastawionych na wzrost – zwiększenie wydatków na nowe inwestycje, reklamę, marketing. Przewaga ta nie jest duża, tzn. nie osiąga progu istotności statystycznej (patrz tabela 1) ale utrzymuje się w wielu aspektach jako pewna stała tendencja.

Podregion chełmsko-zamojski jawi się w świetle tych badań jako najbardziej pasywny. Zarówno działania oszczędnościowe, jak i inwestycyjne są najrzadziej deklarowane. Można powiedzieć, że najmniejszy odsetek przedsiębiorstw w tym regionie podejmuje jakiegokolwiek działania w związku z kryzysem i Euro 2012.

Tabela 1. Porównanie przedsiębiorstw z różnych regionów, którzy podjęli poszczególne działania

	Działania podjęte	Region			Ogółem	Test istotności		
		lubelski	Bialsko-podlaski	chełmsko-zamojski		χ^2	df	p
1	Wprowadzenie kontroli wydatków	68,7%	63,7%	50,5%	62,1%	33,5	2	0,000
2	Wstrzymanie rekrutacji	53,3%	35,8%	26,3%	40,9%	76,3	2	0,000
3	Podwyższenie poziomu akceptacji wydatków	28,3%	22,2%	12,9%	22,2%	32,5	2	0,000
4	Redukcja zatrudnienia	11,7%	11,6%	4,1%	9,4%	18,1	2	0,000
5	Zlecenie części dotychczasowej działalności firmie zewnętrznej	33,7%	23,9%	15,8%	25,9%	40,2	2	0,000
6	Redukcja wydatków na inwestycje	31,7%	29,8%	17,5%	27,1%	25,6	2	0,000
7	Redukcja środków na marketing i reklamę	34,7%	30,3%	19,8%	29,2%	25,3	2	0,000
8	Redukcja wydatków na szkolenia	33,8%	25,7%	16,8%	26,7%	35,3	2	0,000
9	Inwestycje w nowe technologie	16,2%	16,8%	7,0%	13,6%	20,8	2	0,000
10	Inwestycje w zmiany organizacyjne	11,7%	11,3%	7,0%	10,2%	6,3	2	0,043
11	Inwestycje w nowe produkty	17,7%	16,7%	8,8%	14,8%	16,1	2	0,000
12	Zwiększenie wydatków na marketing	6,5%	8,4%	4,6%	6,4%	4,2	2	0,122
13	Zwiększenie wydatków na reklamę	7,5%	11,0%	7,0%	8,2%	4,6	2	0,099
14	Intensyfikacja szkoleń pracowników	11,3%	7,5%	4,4%	8,3%	15,4	2	0,000
15	Zatrudnienie nowych pracowników	5,7%	6,3%	3,4%	5,2%	3,9	2	0,143
16	Zmniejszenie liczby oddziałów / placówek sprzedaży	2,3%	2,0%	2,6%	2,3%	0,2	2	0,883
17	Zwiększenie liczby oddziałów / placówek sprzedaży	1,5%	2,6%	0,5%	1,5%	5,4	2	0,068
18	Obniżenie ceny poprzez redukcje marży	5,2%	8,1%	4,1%	5,6%	5,9	2	0,054

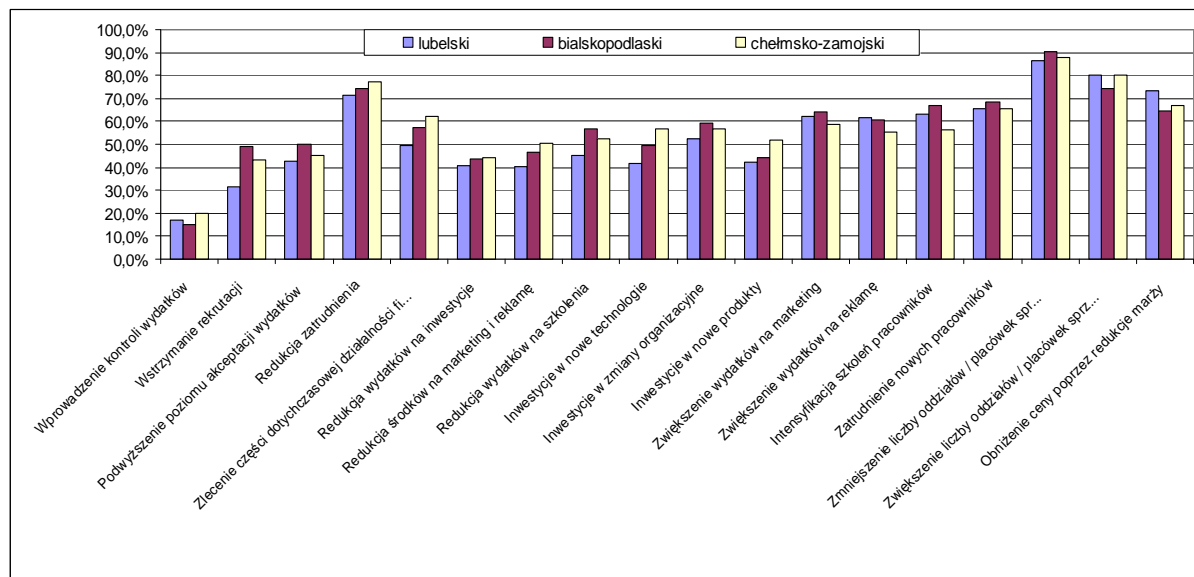
Analiza segmentu przedsiębiorstw, które po zastanowieniu odrzucają podejmowanie jakichś specjalnych działań ze względu na kryzys i Euro 2012, odnosi się do wyników badań przedstawionych na rysunku 40 i w tabeli 2.

Bardzo często odrzucany jest pomysł na działanie polegające na obniżaniu marży i dzięki temu uzyskiwanie przewagi cenowej. Najsilniej negatywnie nastawieni do tego pomysłu są przedsiębiorcy z podregionu lubelskiego (73%), a najrzadziej firmy z regionu bialskopodlaskiego (65%).

Jednocześnie przedsiębiorcy z podregionu bialskopodlaskiego częściej odrzucają pomysł intensyfikacji szkoleń swoich pracowników (67%). W tym przypadku najmniej sprzeciwu pomysł ten budzi w podregionie chełmsko-zamojskim (56%). Warto zwrócić uwagę, że równie duży jest odsetek tych przedsiębiorców, którzy nie chcą zmniejszyć wydatków na szkolenia. W tym aspekcie to w podregionie bialskopodlaskim najliczniejsza jest grupa

niechętna redukcji budżetów szkoleniowych (57%). Częściej na redukcję zgadzają się firmy z podregionu lubelskiego (45%).

Rysunek 40. Odsetek przedsiębiorstw z poszczególnych regionów, które zdecydowały, że nie podejmą działań



Kolejnym działaniem odrzuconym przez większość respondentów, które jest zróżnicowane w poszczególnych podregionach, jest outsourcing – zlecenie części działalności na zewnątrz firmy. Pomysł ten budzi najwięcej sprzeciwu wśród badanych z podregionu chełmsko-zamojskiego (62%). W subregionie lubelskim jest najmniej przeciwników outsourcingu, bo niecałe 50%. Jednocześnie odsetek firm, które odrzuciły to działanie w podregionie białkopodlaskim jest 57%, a chełmsko-zamojskim aż 62%.

Inwestycje w nowe technologie są działaniem, które w poszczególnych regionach jest planowane w zróżnicowanym stopniu. Pomimo, że we wszystkich regionach około połowy przedsiębiorstw odrzuca to działanie, to jednak najmniej firm z podregionu lubelskiego nie chce tego zrobić (42%). Najczęściej działanie to odrzucają pracodawcy z podregionu chełmsko-zamojskiego (57%). Podregion białkopodlaski lokuje się pomiędzy tymi dwoma (49%). Kolejnym aspektem istotnie statystycznie różnicującym deklarowaną działalność firm są inwestycje w nowe produkty (patrz tabela 2). W sytuacji kryzysu i Euro 2012 rezygnację z tego działania deklaruje 42% firm z podregionu lubelskiego, a aż 52% z regionu chełmsko-

zamojskiego. Wskazuje to na zjawisko mniejszej woli rozwoju u pracodawców z tego ostatniego podregionu. Ponad połowa z nich już zrezygnowała z innowacji produktowych.

Tabela 2. Porównanie przedsiębiorstw z różnych podregionów, którzy odrzucili poszczególne działania

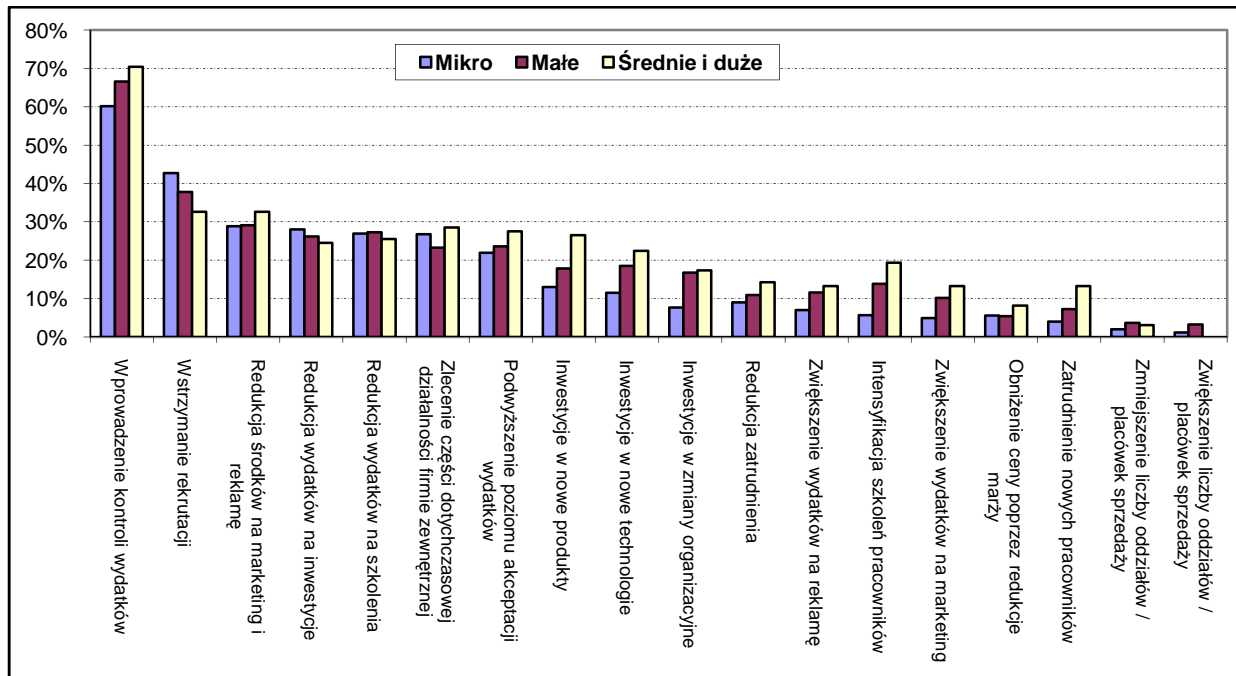
	Działania odrzucone	Region			ogółem	Test istotności		
		lubelski	białskopodlaski	chełmsko-zamojski		χ^2	df	p
1	Wprowadzenie kontroli wydatków	17,0%	15,3%	19,8%	17,4%	2,8	2	0,250
2	Wstrzymanie rekrutacji	31,7%	48,8%	43,0%	39,4%	30,1	2	0,000
3	Podwyższenie poziomu akceptacji wydatków	42,5%	49,9%	45,1%	45,2%	4,8	2	0,091
4	Redukcja zatrudnienia	71,5%	74,3%	77,3%	73,9%	4,2	2	0,124
5	Zlecenie części dotychczasowej działalności firmie zewnętrznej	49,4%	57,1%	62,0%	55,1%	15,8	2	0,000
6	Redukcja wydatków na inwestycje	41,0%	43,9%	44,3%	42,7%	1,3	2	0,511
7	Redukcja środków na marketing i reklamę	40,1%	46,7%	50,3%	44,8%	10,6	2	0,005
8	Redukcja wydatków na szkolenia	45,0%	56,6%	52,3%	50,2%	13,0	2	0,002
9	Inwestycje w nowe technologie	41,7%	49,4%	57,0%	48,1%	22,4	2	0,000
10	Inwestycje w zmiany organizacyjne	52,3%	59,4%	57,0%	55,5%	4,9	2	0,088
11	Inwestycje w nowe produkty	42,2%	44,4%	51,8%	45,5%	9,1	2	0,011
12	Zwiększenie wydatków na marketing	62,3%	64,3%	58,8%	61,8%	2,5	2	0,289
13	Zwiększenie wydatków na reklamę	61,6%	60,8%	55,4%	59,6%	4,0	2	0,133
14	Intensyfikacja szkoleń pracowników	63,2%	67,1%	56,4%	62,2%	9,3	2	0,009
15	Zatrudnienie nowych pracowników	65,3%	68,6%	65,7%	66,3%	1,1	2	0,571
16	Zmniejszenie liczby oddziałów / placówek sprzedaży	86,5%	90,5%	87,9%	87,9%	3,2	2	0,197
17	Zwiększenie liczby oddziałów / placówek sprzedaży	80,0%	74,4%	80,2%	78,6%	5,0	2	0,083
18	Obniżenie ceny poprzez redukcje marży	73,5%	64,7%	67,0%	69,3%	9,3	2	0,009

Wstrzymanie rekrutacji to kolejne działanie, postawa wobec którego różni pracodawców z poszczególnych podregionów Lubelszczyzny w sposób bardzo istotny (patrz tabela 2). Trzeba zauważyć, że im mniej pracodawców odrzuca to działanie – skutkujące zmniejszeniem popytu na pracę, tym gorsza będzie sytuacja na rynku pracy w danym podregionie. Najrzadziej rezygnują z tego działania pracodawcy z podregionu lubelskiego (32%). W tym przypadku firmy z podregionu chełmsko-zamojskiego lokują się na drugim miejscu (43%). Najczęściej to działanie odrzucają respondenci z podregionu białskopodlaskiego (49%). Można powiedzieć, że popyt na pracę będzie z tego powodu mniejszy w podregionie lubelskim, niż pozostałych.

F) Wielkość przedsiębiorstw

Biorąc pod uwagę wielkość, to najbardziej różnicuje firmy postawa wobec działania w postaci intensyfikacji szkoleń pracowników (patrz rysunek 41 i tabela 3). Wśród respondentów z segmentu mikroprzedsiębiorstw tylko 6% realizuje to działanie. Jednocześnie w pozostałych segmentach wielkości realizację tego działania deklaruje kilkanaście procent firm (małe – 14%; średnie i duże – 19%). Wskazuje to na częstsze wykorzystywanie rozwoju personelu do walki z kryzysem w firmach zatrudniających ponad 10 pracowników.

Rysunek 41. Deklaracje pracodawców różnej wielkości dotyczące podjętych działań w procentach



Inne działanie, co do którego respondenci z poszczególnych kategorii wielkości przedsiębiorstw różnią się między sobą, to innowacje organizacyjne (patrz tabela 3). Zarówno firmy małe (16,8%), jak i średnie oraz duże (17%) znacznie częściej szukają możliwości rozwoju w sytuacji kryzysu nowych dróg działania poprzez innowacje organizacyjne, niż mikroprzedsiębiorstwa (8%).

Tabela 3. Porównanie przedsiębiorstw z różnych kategorii wielkości, którzy podjęli poszczególne działania

	Działania podjęte	Wielkość firm			Ogółem	Test istotności		
		Mikro	Małe	Średnie i duże		χ^2	df	p
1	Wprowadzenie kontroli wydatków	60,2%	66,5%	70,4%	62,2%	6,7	2	0,035
2	Wstrzymanie rekrutacji	42,7%	37,8%	32,7%	41,0%	5,1	2	0,077
3	Podwyższenie poziomu akceptacji wydatków	21,9%	23,6%	27,6%	22,7%	1,8	2	0,408
4	Redukcja zatrudnienia	9,0%	10,9%	14,3%	9,8%	3,3	2	0,196
5	Zlecenie części dotychczasowej działalności firmie zewnętrznej	26,7%	23,3%	28,6%	26,2%	1,6	2	0,439
6	Redukcja wydatków na inwestycje	28,0%	26,2%	24,5%	27,4%	0,8	2	0,669
7	Redukcja środków na marketing i reklamę	28,8%	29,1%	32,7%	29,2%	0,6	2	0,729
8	Redukcja wydatków na szkolenia	26,9%	27,3%	25,5%	26,9%	0,1	2	0,943
9	Inwestycje w nowe technologie	11,5%	18,5%	22,4%	13,8%	15,5	2	0,000
10	Inwestycje w zmiany organizacyjne	7,7%	16,8%	17,3%	10,3%	25,0	2	0,000
11	Inwestycje w nowe produkty	13,0%	17,8%	26,5%	15,0%	14,9	2	0,001
12	Zwiększenie wydatków na marketing	4,9%	10,2%	13,3%	6,6%	17,0	2	0,000
13	Zwiększenie wydatków na reklamę	7,0%	11,6%	13,3%	8,4%	9,0	2	0,011
14	Intensyfikacja szkoleń pracowników	5,7%	13,8%	19,4%	8,4%	35,2	2	0,000
15	Zatrudnienie nowych pracowników	4,0%	7,3%	13,3%	5,4%	17,7	2	0,000
16	Zmniejszenie liczby oddziałów / placówek sprzedaży	2,0%	3,6%	3,1%	2,4%	2,6	2	0,268
17	Zwiększenie liczby oddziałów / placówek sprzedaży	1,2%	3,3%	0,0%	1,5%	8,1	2	0,018
18	Obniżenie ceny poprzez redukcje marży	5,6%	5,5%	8,2%	5,7%	1,2	2	0,559

Firmy z poszczególnych segmentów wielkości deklarują inny poziom zaangażowania w działanie polegające na zatrudnianiu nowych pracowników (patrz tabela 3). W tym przypadku firmy średnie i duże najczęściej deklarują, że zatrudniły lub zatrudniają nowych pracowników (13,3%). W przypadku przedsiębiorstw małych i mikro odsetek ten jest znacznie niższy i wynosi 7% i 4%. Można powiedzieć, że segment firm średnich i dużych jest źródłem nowych miejsc pracy w województwie.

W obliczu kryzysu oraz Euro 2012 firmy zatrudniające ponad 10 osób częściej niż mikroprzedsiębiorstwa podejmują działania ofensywne związane ze zwiększeniem wydatków na marketing (patrz tabela 3). W przypadku tych ostatnich tylko 5% respondentów zwiększyło wydatki na marketing, gdy wśród firm średnich i dużych odsetek ten wynosi 13%. Wśród przedsiębiorstw małych – zatrudniających od 10 do 25 osób co dziesiąta firma zwiększyła wydatki na marketing.

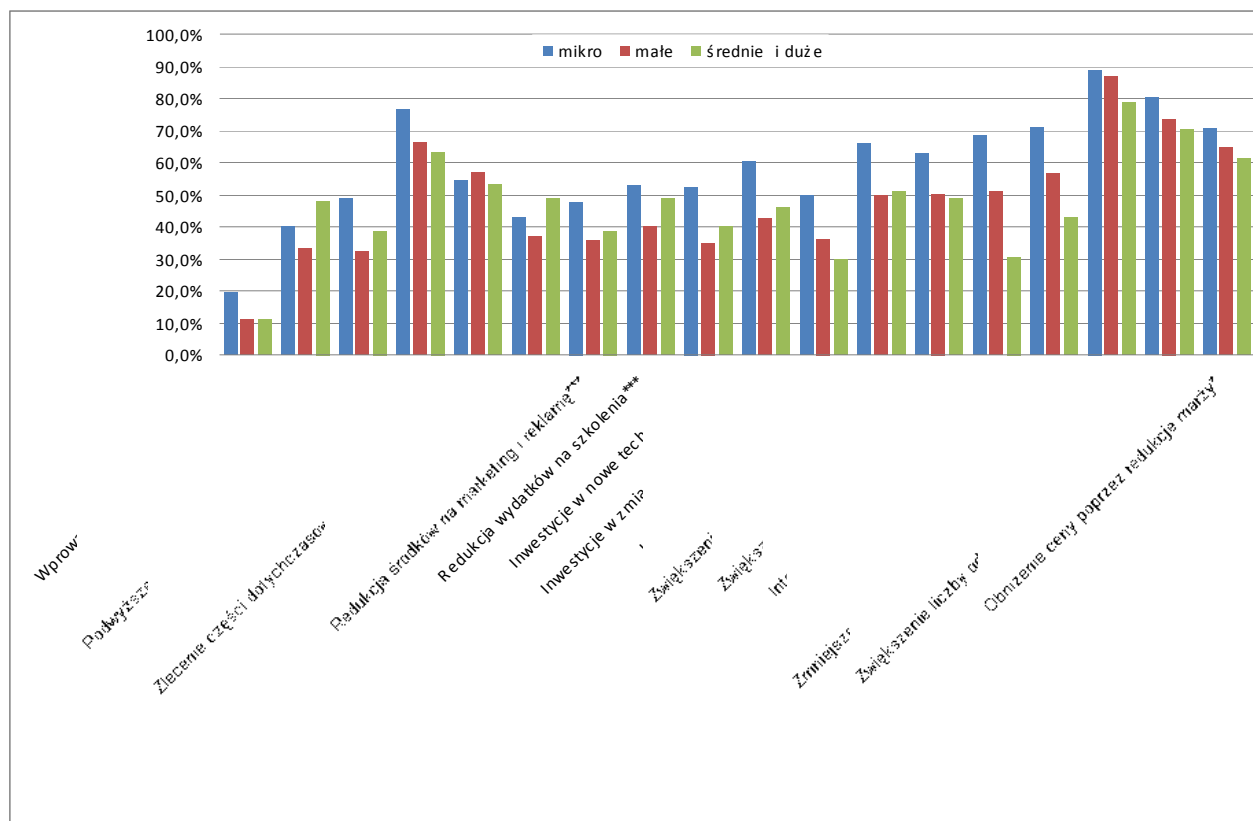
Również postawy wobec innowacji technologicznych różnią przedsiębiorstwa różnej wielkości (patrz tabela 3). Inwestycje w nowe technologie podjęto dotychczas nieco ponad 10% mikroprzedsiębiorstw, 19% firm małych i 22% przedsiębiorstw średnich i dużych. Można powiedzieć, że im większe przedsiębiorstwo, tym częściej inwestuje w rozwój poprzez modernizację i unowocześnianie swojej technologii.

Podobnie rzecz ma się i z innowacjami produktowymi. Wielkość przedsiębiorstw przekłada się na częstość składanych w trakcie badań deklaracji, że firma podjęła działania polegające na inwestycji w nowe produkty (patrz 3). Warto zwrócić uwagę, że większy odsetek firm inwestuje w nowe produkty, niż w nowe technologie. Wśród mikroprzedsiębiorstw jest to 13% respondentów, wśród małych firm 18% a wśród średnich i dużych aż 27%. Pokazuje to, że przedsiębiorcy chcą wyprodukować nowe produkty przy pomocy dotychczasowych linii technologicznych.

Postawa wobec wydatków na reklamę wyrażana wielkością wydatków wskazuje, że im większe firmy, tym częściej podejmują to działanie jako odpowiedź na kryzys i wyzwanie związane z Euro 2012 (patrz tabela 3). Tylko niewielki odsetek mikroprzedsiębiorstw (7%) podjął ten wysiłek, gdy wśród firm małych wynosi on już 12%, a wśród firm średnich i dużych 13%. Można powiedzieć, że krytyczną wielkością przy której wzrasta odsetek firm zwiększających wydatki na reklamę jest zatrudnianie co najmniej 10 osób. Powoduje prawie dwukrotny wzrost odsetka firm podejmujących to działanie.

Wprowadzenie kontroli wydatków jest ostatnią kwestią, która różnicuje firmy ze względu na wielkość (patrz tabela 3). Jest to też kwestia najczęściej wskazywana przez pracodawców jako realizowana w odpowiedzi na kryzys. W tym przypadku różnice są też wyraźne. Najczęściej działanie to realizują firmy średnie i duże (70%), najrzadziej mikroprzedsiębiorstwa (60%). Firmy małe lokują się pomiędzy nimi, choć bliżej średnich (67%). Trzeba jednak wziąć pod uwagę, że działanie to jest mniej potrzebne w mikroprzedsiębiorstwach, w których właściciel i tak podejmuje osobiście decyzje finansowe.

Rysunek 42. Odsetek pracodawców z różnych kategorii wielkości, którzy po rozważeniu odrzucili poszczególne działania



W przypadku decyzji, że przedsiębiorstwa na pewno nie podejmą danych działań, by odpowiedzieć na kryzys lub sprostać wyzwaniu związanemu z Euro 2012, największa różnica opinii ujawnia się w kwestii zwiększenia intensywności rozwoju pracowników (patrz tabela 4). Najczęściej odrzucają to działania mikroprzedsiębiorstwa (69%). Z drugiej strony 31% przedsiębiorstw średnich i dużych uznało, że na pewno nie podejmą się tego działania. Można powiedzieć, że wśród przedsiębiorstw mikro działanie jest dwa razy częściej odrzucane, niż w segmencie średnich i dużych. W przypadku małych pracodawców odsetek odrzuceń nieco przekracza połowę (51%).

Również postawa wobec zatrudniania nowych pracowników wykazuje duże zróżnicowanie w grupach wyróżnionych ze względu na wielkość. Także w tym przypadku firmy średnie i duże najrzadziej odrzucają to działanie (43%). Im mniejsze firmy, tym częściej świadomie już podjęły decyzję, że nie będą zatrudniać nowych pracowników. Wskazuje to, że potencjalnym segmentem mogącym wchłaniać nowych pracowników w województwie są

firmy średnie i duże, w następnej kolejności małe (57% odrzuca) i relatywnie najrzadziej zatrudnią nowych pracowników mikroprzedsiębiorstwa (71% odrzuca).

Ciekawe zjawisko można zaobserwować w kwestiach inwestycji w zmiany organizacyjne i inwestycje w nowe technologie. W obu tych przypadkach różnice pomiędzy firmami z poszczególnych kategorii wielkości są istotne (patrz tabela 4). Jednak najniższy odsetek firm odrzucających to działanie występuje wśród podmiotów zatrudniających od 10 do 50 pracowników (43% i 35%). Nieco częściej deklarację taką składają pracodawcy średni i duzi (46% i 40%). Najczęściej świadomie rezygnują z tych działań mikroprzedsiębiorstwa (60% i 52%).

Podobne zjawisko występuje jeszcze w kwestiach: podwyższenia poziomu akceptacji wydatków, redukcji wydatków na szkolenia, redukcji wydatków na marketing, wstrzymania rekrutacji. W tych aspektach firmy małe jawią się jako segment najmniej niechętny rozwojowi związanemu z rozwojem swoich zasobów ludzkich (wstrzymanie rekrutacji 33% odrzuceń, redukcja wydatków na szkolenie 40% odrzuceń). Firmy te w rzadziej, niż pozostałe segmenty, chcą kontrolować wydatki (32%) czy ciąć nakłady na marketing (36%). Trzeba jednak zastrzec, że równocześnie 50% z nich odrzuca pomysł zwiększenia wydatków na marketing, co jest zjawiskiem równie częstym w grupie firm średnich i dużych (51%), a znacznie rzadszym, niż w segmencie mikroprzedsiębiorstw (66%).

W pozostałych sprawach, które różnicują firmy ze względu na wielkość, występuje następujące zjawisko: mikro przedsiębiorstwa są najrzadziej nastawione na wdrażanie nowych działań jako odpowiedź na kryzys i wyzwania związane z organizacją przez Polskę i Ukrainę Euro 2012. Należą do nich: inwestycje w nowe produkty, zwiększenie wydatków na reklamę, redukcja zatrudnienia, wprowadzenie kontroli wydatków, zwiększenie liczby oddziałów/placówek sprzedaży, zmniejszenie liczby oddziałów/placówek sprzedaży, obniżenie ceny poprzez redukcje marży (patrz tabela 4).

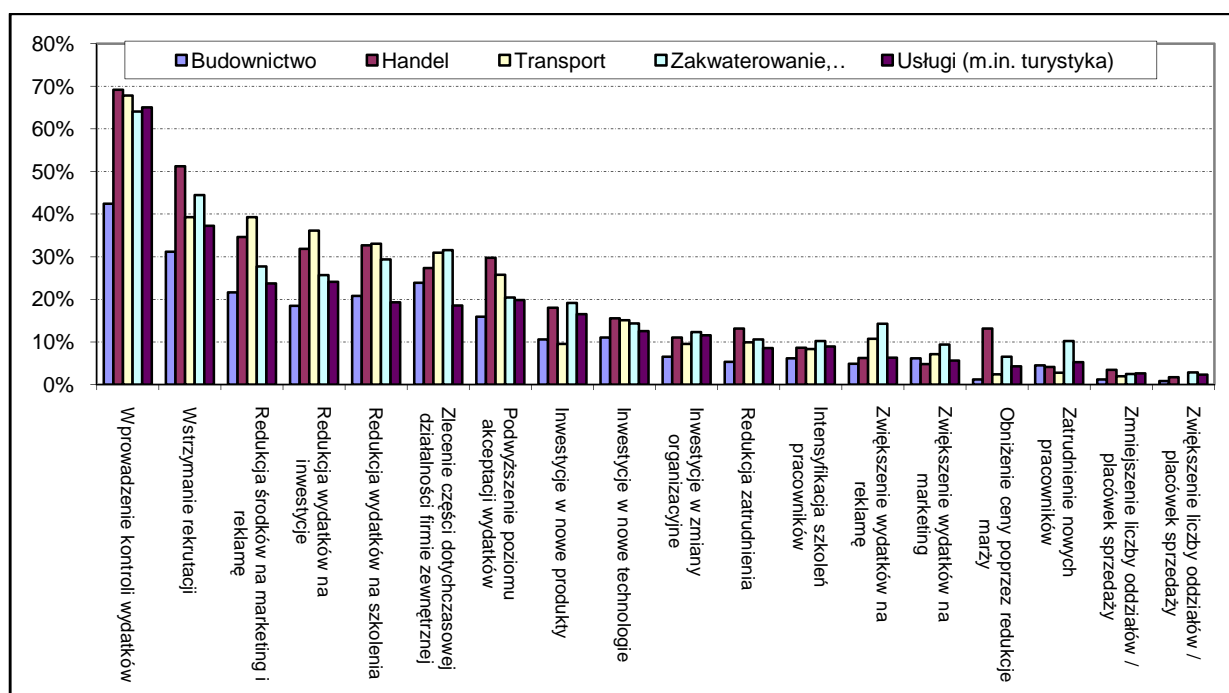
Tabela 4. Porównanie przedsiębiorstw z różnych kategorii wielkości, którzy odrzucili poszczególne działania

	Działania odrzucone	Wielkość Przedsiębiorstwa			Test istotności		
		mikro	małe	średnie i duże	χ^2	df	p
1	Wprowadzenie kontroli wydatków	19,6%	11,3%	11,2%	13,1	2	0,001
2	Wstrzymanie rekrutacji	40,2%	33,1%	48,0%	7,8	2	0,020
3	Podwyższenie poziomu akceptacji wydatków	49,1%	32,4%	38,8%	25,6	2	0,000
4	Redukcja zatrudnienia	76,5%	66,2%	63,3%	17,2	2	0,000
5	Zlecenie części dotychczasowej działalności firmie zewnętrznej	54,4%	57,1%	53,1%	0,8	2	0,686
6	Redukcja wydatków na inwestycje	43,2%	37,2%	49,0%	5,0	2	0,083
7	Redukcja środków na marketing i reklamę	47,6%	35,8%	38,8%	13,4	2	0,001
8	Redukcja wydatków na szkolenia	52,9%	40,0%	49,0%	14,2	2	0,001
9	Inwestycje w nowe technologie	52,2%	34,9%	39,8%	28,1	2	0,000
10	Inwestycje w zmiany organizacyjne	60,3%	42,5%	45,9%	31,4	2	0,000
11	Inwestycje w nowe produkty	49,6%	36,4%	29,6%	25,7	2	0,000
12	Zwiększenie wydatków na marketing	66,0%	49,6%	51,0%	29,1	2	0,000
13	Zwiększenie wydatków na reklamę	63,0%	50,2%	49,0%	19,1	2	0,000
14	Intensyfikacja szkoleń pracowników	68,6%	51,3%	30,6%	72,3	2	0,000
15	Zatrudnienie nowych pracowników	71,2%	56,7%	42,9%	45,4	2	0,000
16	Zmniejszenie liczby oddziałów / placówek sprzedaży	88,9%	86,9%	78,6%	9,0	2	0,011
17	Zwiększenie liczby oddziałów / placówek sprzedaży	80,4%	73,8%	70,4%	9,3	2	0,009
18	Obniżenie ceny poprzez redukcje marży	70,8%	64,7%	61,2%	6,6	2	0,037

G) Wybrane Sekcje PKD

Ostatnia część niniejszej analizy dotyczy różnic w akceptacji działań w zależności od sekcji PKD, do której zakwalifikowana jest dana firma ze względu na przedmiot głównej działalności. W badaniach uwzględniono pięć sekcji, w których w oparciu o modele teoretyczne organizacja Euro 2012 powinna mieć pozytywny wpływ na ich działalność. Są to: budownictwo, handel, transport, gastronomia i usługi turystyczne.

Rysunek 43. Deklaracje firm dotyczące podjętych działań w rozbiciu na wybrane sekcje PKD w procentach



W przypadku sekcji PKD największa różnica w częstości deklaracji dotyczących realizacji działań występuje w kwestii wprowadzania kontroli wydatków ($\chi^2=51,5$, $p<0,001$). Jest to działanie najbardziej popularne w dziale handel (69%) i transport (68%), następnie turystyka (65%) i gastronomia (64%). Najniższy odsetek realizujących to działanie występuje w dziale budownictwo (42%).

Bardzo silne zróżnicowanie opinii występuje także w kwestii redukcji marży ($\chi^2=45,6$; $p<0,001$). Większość firm z większości działów nie realizuje tego działania. Wyjątkiem jest handel. Wśród przedsiębiorstw zarejestrowanych w tym dziale ponad 13% podjęło to działanie jako formę radzenia sobie z kryzysem. Informacje te potwierdzają również dane z tabeli 5, gdzie wśród firm, które odrzucają to działanie najniższy odsetek występuje w dziale handel (56%).

Tabela 5. Porównanie przedsiębiorstw z różnych sekcji PKD, którzy podjęli poszczególne działania

	Działania podjęte	Sekcja PKD					Test istotności		
		Budownictwo	Handel	Transport	Zakwaterowanie, usługi gastronomiczne	Usługi (m.in. turystyka)	χ^2	Df	p
1	Wprowadzenie kontroli wydatków	42,4%	69,2%	67,9%	64,1%	65,0%	51,5	4	0,000
2	Wstrzymanie rekrutacji	31,1%	51,2%	39,3%	44,5%	37,3%	25,5	4	0,000
3	Podwyższenie poziomu akceptacji wydatków	15,9%	29,8%	25,8%	20,4%	19,8%	18,3	4	0,001
4	Redukcja zatrudnienia	5,3%	13,1%	9,9%	10,6%	8,6%	10,0	4	0,040
5	Zlecenie części dotychczasowej działalności firmie zewnętrznej	23,9%	27,3%	31,0%	31,6%	18,5%	16,6	4	0,002
6	Redukcja wydatków na inwestycje	18,4%	31,8%	36,1%	25,7%	24,1%	24,4	4	0,000
7	Redukcja środków na marketing i reklamę	21,6%	34,6%	39,3%	27,8%	23,8%	27,7	4	0,000
8	Redukcja wydatków na szkolenia	20,8%	32,6%	33,1%	29,4%	19,3%	24,0	4	0,000
9	Inwestycje w nowe technologie	11,0%	15,6%	15,1%	14,3%	12,5%	3,2	4	0,529
10	Inwestycje w zmiany organizacyjne	6,6%	11,1%	9,5%	12,3%	11,6%	5,6	4	0,229
11	Inwestycje w nowe produkty	10,6%	18,0%	9,5%	19,2%	16,5%	15,6	4	0,004
12	Zwiększenie wydatków na marketing	6,1%	4,8%	7,1%	9,4%	5,6%	5,3	4	0,261
13	Zwiększenie wydatków na reklamę	4,9%	6,2%	10,7%	14,3%	6,3%	20,4	4	0,000
14	Intensyfikacja szkoleń pracowników	6,1%	8,7%	8,3%	10,2%	8,9%	2,8	4	0,587
15	Zatrudnienie nowych pracowników	4,5%	4,2%	2,8%	10,2%	5,3%	15,9	4	0,003
16	Zmniejszenie liczby oddziałów/placówek sprzedaży	1,2%	3,5%	2,0%	2,4%	2,6%	3,1	4	0,545
17	Zwiększenie liczby oddziałów /placówek sprzedaży	0,8%	1,7%	0,0%	2,9%	2,3%	8,6	4	0,071
18	Obniżenie ceny poprzez redukcje marży	1,2%	13,1%	2,4%	6,6%	4,3%	45,6	4	0,000

Kolejna grupa działań polega na redukcji wydatków na różne cele związane z działalnością gospodarczą. W dziale transport największy odsetek przedsiębiorstw zgłasza realizację tego działania w obszarze marketingu i reklamy (39%). Kolejno plasują się handel (35%), gastronomia (28%) turystyka (24%) i budownictwo (22%). Jednocześnie w tych sekcjach jest segment firm, które twierdzą, że zwiększają wydatki na reklamę. Najwięcej takich firm jest w dziale gastronomia (14%) oraz transport (11%), najmniejsze segmenty zwiększające

intensywność reklamy należą do działów: turystyka (6%), handel (6%) i budownictwo (5%). Jak widać z wielkości parametrów procentowych, segment ten jest znacznie skromniejszy od segmentu oszczędzających.

Do działań oszczędnościowych należy też zlecenie części dotychczasowej działalności firmie zewnętrznej. Przedsiębiorstwa z różnych sekcji PKD różnią się pod tym względem wyraźnie ($\chi^2= 16,6$; $p=0,002$). Najczęściej robią to firmy gastronomiczne (32%) i firmy transportowe (31%). Przedsiębiorstwa turystyczne robią to najrzadziej spośród badanych sekcji PKD (19%).

W dziedzinie inwestycji najczęściej redukcja wystąpiła w dziale transport (36%) i handel (32%). W nieco mniejszym stopniu działaniem to zgłaszają firmy z działu gastronomia (26%) oraz usługi turystyczne (24%). Najrzadziej redukują wydatki na inwestycje firmy budowlane (18%). Jednocześnie w tych działach PKD znajdują się firmy, które inwestują w nowe produkty. Ich odsetek w poszczególnych branżach jest statystycznie istotny ($\chi^2=15,6$; $p=0,004$). Najwięcej tych firm działa w obszarze usług gastronomicznych (19%), handlu (18%) i turystyki (17%). Najrzadziej inwestują w nowe produkty przedsiębiorstwa z branży transportowej (10%) i budowlanej (11%).

Segmenty firm deklarujących zmniejszenie wydatków na zasoby ludzkie są różne w poszczególnych sektorach ($\chi^2= 24,0$; $p<0,001$). Najczęściej redukcję taką przeprowadzają firmy transportowe (33%) i handlowe (33%). Nieco rzadziej przedsiębiorstwa gastronomiczne (29%). Najmniej firm podejmujących to działanie jest wśród budowlańców (21%) i firm turystycznych (19%).

Ostatni obszar omawianych działań będących odpowiedzią na sytuację zewnętrzną dotyczy rynku pracy. W poszczególnych działach PKD firmy z różną częstotliwością podjęły się redukcji zatrudnienia ($\chi^2= 10,0$; $p=0,04$). Najczęściej redukcje zgłaszają firmy handlowe (13%), gastronomiczne (11%), transportowe (10%) i turystyczne (9%). Najrzadziej działaniem to deklarują firmy budowlane (5%).

Jednocześnie w tych działach PKD są segmenty firm, które podejmują rekrutacje nowych pracowników. Segmenty te poza gastronomią, która liczy 10% są bardzo małe (do 5%). Wskazuje to na sporą fluktuację pracowników w ramach tego działu PKD. Generalnie segmenty firm zatrudniających są mniejsze niż segmenty firm zwalnających pracowników w poszczególnych działach PKD.

Większość jednak firm reaguje na zmiany sytuacji wstrzymaniem się od zatrudniania nowych pracowników. W poszczególnych działach PKD są to jednak różne wielkości ($\chi^2 = 25,5$; $p < 0,001$). Najwięcej firm wstrzymujących rekrutację to firmy handlowe (51%) i gastronomiczne (45%). W drugiej kolejności są to firmy transportowe (39%), turystyczne (37%) i budowlane (31%).

Najczęściej redukcje dokonywane są w sekcjach: transport, gastronomia, handel (redukcja wydatków na inwestycje, redukcja środków na marketing i reklamę, redukcja wydatków na szkolenia). Gastronomia częściej wymienia jako podjęte działania te związane z inwestycjami w nowe produkty, reklamę, zatrudnianie nowych pracowników. Największy potencjał zatrudnieniowy rozumiany jako wskaźnik firm, które podejmują działania rekrutacyjne to firmy gastronomiczne. Najmniej jakichkolwiek działań realizuje budownictwo. Wydaje się, że branża ta w najmniejszym stopniu przejęła się zmianą sytuacji w jej otoczeniu.

Rysunek 44. Procent pracodawców z wybranych sektorów PKD, którzy w odpowiedzi na kryzys zdecydowali, że nie będą tego robić

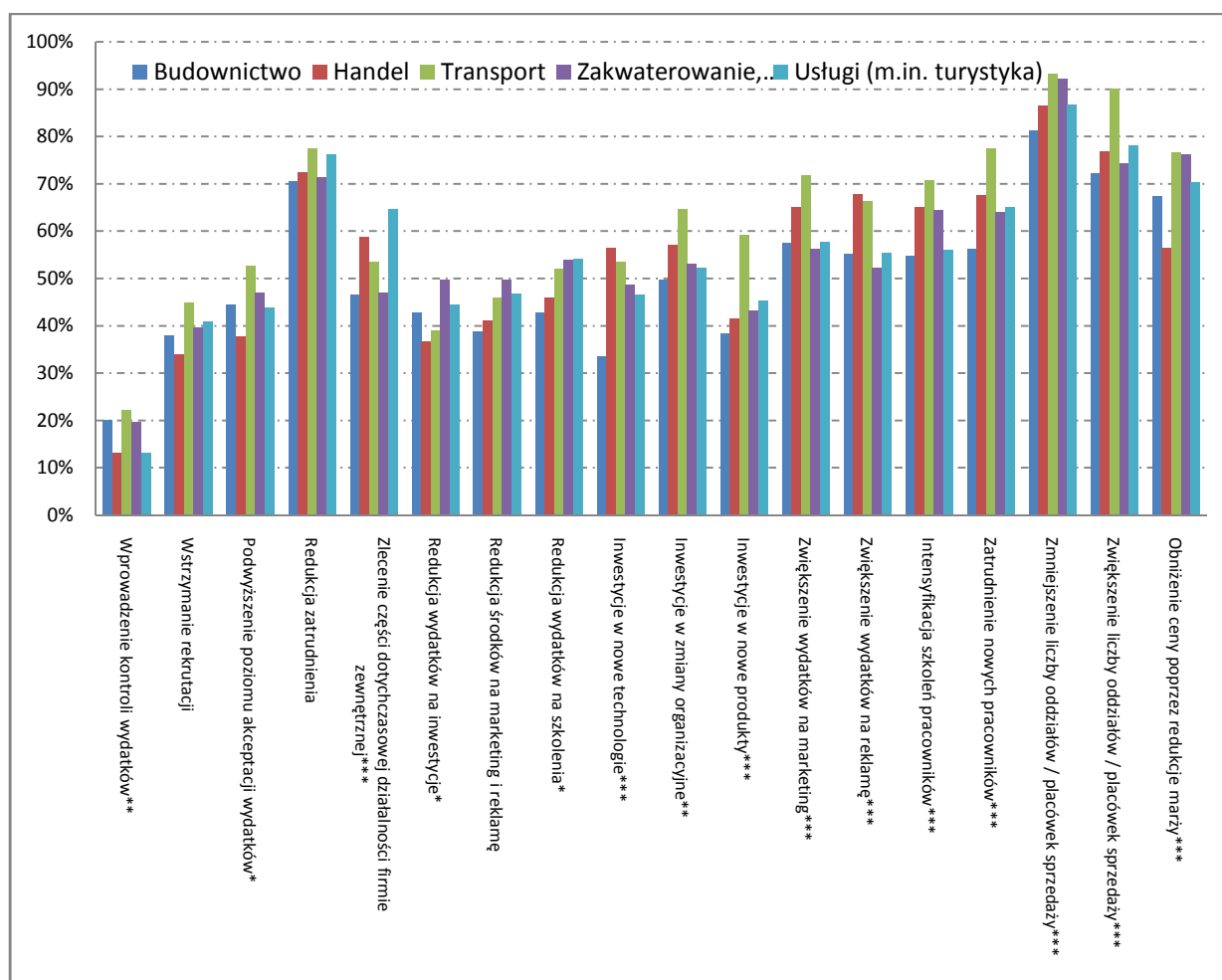


Tabela 6. Porównanie przedsiębiorstw z różnych sekcji PKD, którzy odrzucili poszczególne działania

	Działania odrzucone	Sekcja PKD					Test istotności		
		Budownictwo	Handel	Transport	Zakwaterowanie, usługi gastronomiczne	Usługi (m.in. turystyka)	χ^2	df	p
1	Wprowadzenie kontroli wydatków	20,0%	13,1%	22,2%	19,6%	13,2%	13,4	4	0,009
2	Wstrzymanie rekrutacji	38,0%	33,9%	44,8%	39,6%	40,9%	7,2	4	0,124
3	Podwyższenie poziomu akceptacji wydatków	44,5%	37,7%	52,8%	46,9%	43,9%	12,9	4	0,012
4	Redukcja zatrudnienia	70,6%	72,3%	77,4%	71,4%	76,2%	4,7	4	0,320
5	Zlecenie części dotychczasowej działalności firmie zewnętrznej	46,5%	58,8%	53,6%	46,9%	64,7%	26,4	4	0,000
6	Redukcja wydatków na inwestycje	42,9%	36,7%	38,9%	49,8%	44,6%	11,5	4	0,021
7	Redukcja środków na marketing i reklamę	38,8%	41,2%	46,0%	49,8%	46,9%	8,3	4	0,081
8	Redukcja wydatków na szkolenia	42,9%	46,0%	52,0%	53,9%	54,1%	11,2	4	0,024
9	Inwestycje w nowe technologie	33,5%	56,4%	53,6%	48,6%	46,5%	32,3	4	0,000
10	Inwestycje w zmiany organizacyjne	49,8%	57,1%	64,7%	53,1%	52,1%	14,0	4	0,007
11	Inwestycje w nowe produkty	38,4%	41,5%	59,1%	43,3%	45,2%	26,2	4	0,000
12	Zwiększenie wydatków na marketing	57,6%	65,1%	71,8%	56,3%	57,8%	19,1	4	0,001
13	Zwiększenie wydatków na reklamę	55,1%	67,8%	66,3%	52,2%	55,4%	22,3	4	0,000
14	Intensyfikacja szkoleń pracowników	54,7%	65,1%	70,6%	64,5%	56,1%	19,9	4	0,001
15	Zatrudnienie nowych pracowników	56,3%	67,5%	77,4%	64,1%	65,0%	25,6	4	0,000
16	Zmniejszenie liczby oddziałów/placówek sprzedaży	81,2%	86,5%	93,3%	92,2%	86,8%	21,4	4	0,000
17	Zwiększenie liczby oddziałów/placówek sprzedaży	72,2%	76,8%	90,1%	74,3%	78,2%	28,6	4	0,000
18	Obniżenie ceny poprzez redukcje marży	67,3%	56,4%	76,6%	76,3%	70,3%	35,5	4	0,000

Najwięcej odrzuceń jakichkolwiek działań występuje w sekcji Transport. Można powiedzieć, że znaczna liczba firm tej sekcji podjęła decyzje, żeby w obecnej sytuacji gospodarczej nic nie zmieniać w swojej działalności.

Firmy z wybranych do badań sekcji PKD są zgodne co do rezygnacji z redukcji zatrudnienia. Wskaźnik różnicy nie osiągnął poziomu istotności statystycznej (patrz tabela 6).

Podsumowanie

Pomimo istotnych czynników zewnętrznych, firmy województwa preferują najczęściej unikanie wprowadzania zmian w swoje strategie działania. Najbardziej zachowawczo zachowują się przedsiębiorstwa podregionu chełmsko-zamojskiego. Najaktywniejsi są pracodawcy podregionu lubelskiego. Segment zainteresowanych reagowaniem na czynniki sytuacyjne poprzez rozwój można ocenić na około 20-40%. Popularniejsze są strategie nie wymagające dużych nakładów (poprawa jakości, szukanie nowych klientów), raczej niż strategie kosztochłonne (wprowadzanie nowych produktów, ekspansja geograficzna).

Są to częściej firmy średnie i duże, niż mikroprzedsiębiorstwa. Przedsiębiorstwa zatrudniające od 10 do 50 pracowników lokują się najczęściej pomiędzy nimi. Jednak ten segment jawi się jako lider pod względem częstości realizacji działań związanych z rozwojem zasobów ludzkich, w tym zatrudnianiu nowych pracowników. Analiza branż wskazuje, że przedsiębiorstwa, których główna działalność należy do działu PKD – budownictwo najczęściej zrezygnowała z podejmowania objętych badaniami działań, by zrekompensować trudności wynikające z kryzysu lub wykorzystać okazje związane z Euro 2012.

Inną tendencję można dostrzec wśród firm w dziale transport oraz dziale handel, które częściej podejmują działania dostosowawcze. Jednak w ich przypadku dominują działania związane z redukcjami kosztów. Inaczej jest w gastronomii, która częściej wybiera działania związane z aktywnym wysiłkiem (też finansowym) zmierzającym do dostosowania się do sytuacji zewnętrznej.

CZĘŚĆ II CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE

1. WPŁYW MISTRZOSTW EUROPY W PIŁCE NOŻNEJ (EURO 2012)

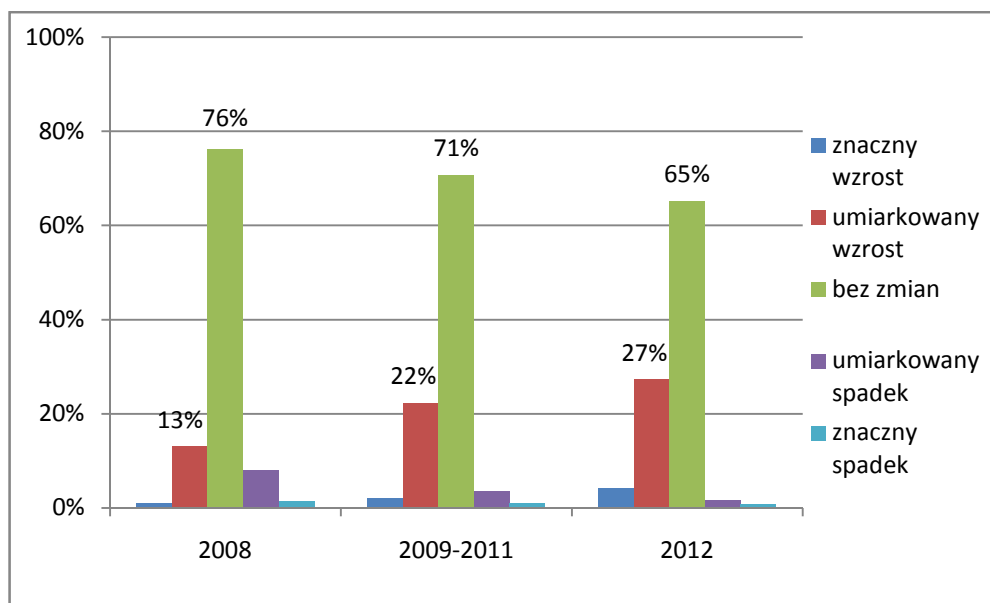
Dziesiąta część kwestionariusza badawczego dotyczyła oszacowania wpływu, jaki będą miały mistrzostwa Europy w piłce nożnej w roku 2012 na zmianę zatrudnienia i dochodów ze sprzedaży w badanych firmach. Pytano również o to, czy ewentualne zmiany w powyższym zakresie będą krótko- czy długotrwałe oraz o podejmowanie w firmie przygotowań do tej sportowej imprezy. Respondentom zwracano wyraźnie uwagę, że zestaw pytań dotyczy tylko i wyłącznie wpływu Euro 2012. Jeżeli zmiany były lub będą spowodowane innymi czynnikami, należało pominąć je w odpowiedziach.

A) Zmiana dochodów ze sprzedaży i stanu zatrudnienia

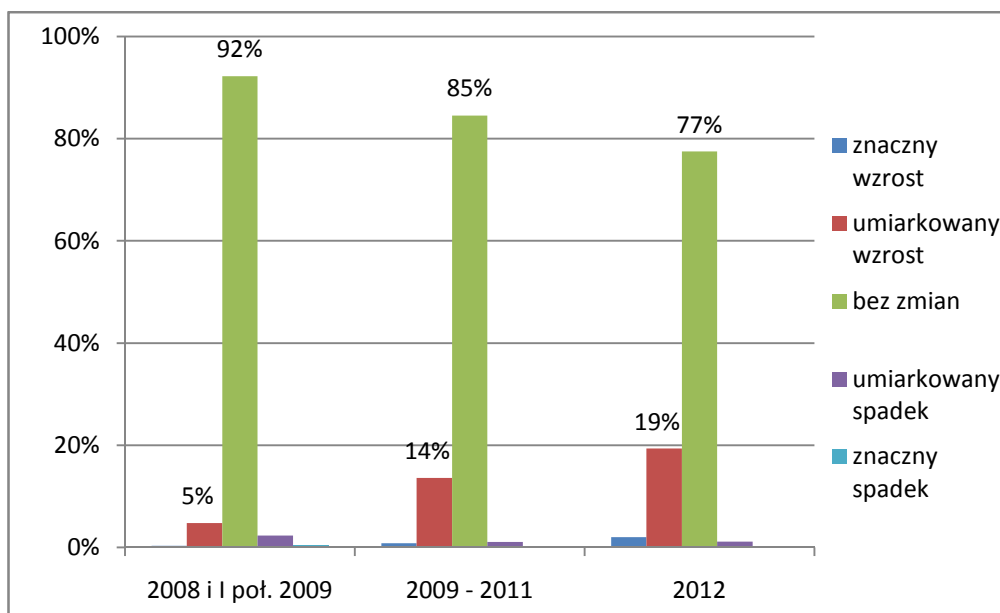
O dokonaną lub przewidywaną zmianę dochodów ze sprzedaży oraz liczby zatrudnionych pytano w odniesieniu do trzech okresów: rok 2008 i I poł. 2009 (okres miniony), lata 2009-2011 oraz rok 2012 (okresy przyszłe). Zdecydowana większość badanych stwierdziła, że w związku z organizacją mistrzostw ani ich dochody ze sprzedaży ani stan zatrudnienia nie zmieni się, dając tym samym wyraz swoim opiniom o braku wpływu tej imprezy na działalność ich firm (rys. 45 i 46).

Analizując dane pokazane na rys. 45 i 46 zauważyć można dwie wyraźne zależności. Po pierwsze, zarówno w przypadku dochodów ze sprzedaży, jak i zatrudnienia, w miarę „zbliżania się” do turnieju finałowego maleje odsetek osób twierdzących, że nie wywoła on zmian, a rośnie odsetek tych, którzy spodziewają się umiarkowanych, a nawet znacznych wzrostów. Po drugie, wpływ Euro 2012 respondenci częściej spodziewają się odczuć w przypadku zmiany dochodów ze sprzedaży, niż zmiany stanu zatrudnienia. Można zatem spodziewać się, że ewentualny wzrost dochodów ze sprzedaży związanych z Euro 2012 w niewielkim stopniu przełoży się na wzrost zatrudnienia.

Rysunek 45. Wpływ Euro 2012 na zmianę dochodów ze sprzedaży firm w opiniach zarządzających nimi menadżerów⁶



Rysunek 46. Wpływ Euro 2012 na zmianę zatrudnienia w firmach w opiniach zarządzających nimi menadżerów

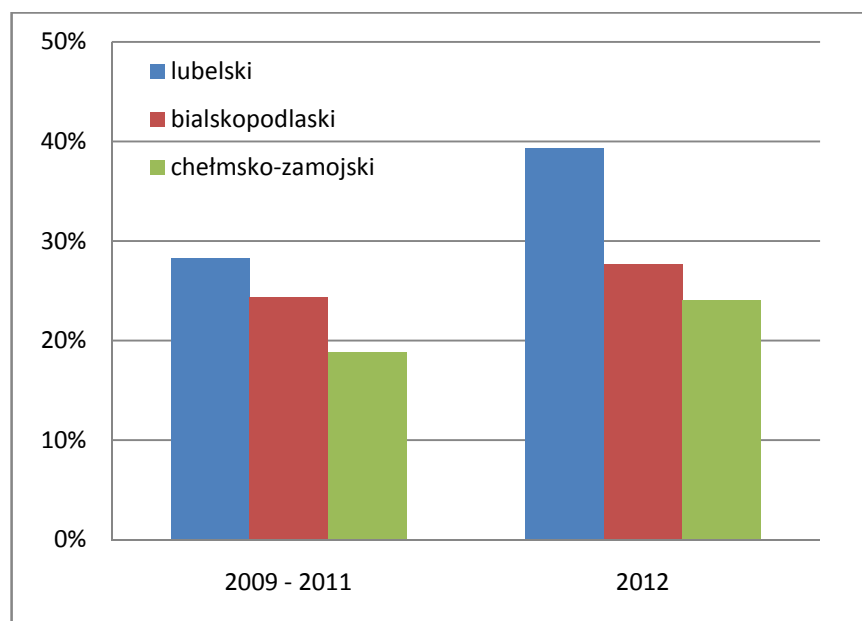


Podobne tendencje można zaobserwować w każdym subregionie, choć odsetki menadżerów spodziewających się wzrostów dochodów ze sprzedaży są istotnie różne

⁶ Rys. 45 i 46 przedstawiają odsetek osób udzielających poszczególnych odpowiedzi

w poszczególnych obszarach (test chi-kwadrat pokazuje ogólną zmienność w tej grupie, $p < 0,01$). Najbardziej optymistycznie nastawieni są respondenci zarządzający firmami z subregionu lubelskiego, a najmniej z okolic Chełma i Zamościa (rys. 47).

Rysunek 47. Prognoza wzrostu dochodów ze sprzedaży firm w związku z Euro 2012 w opiniach zarządzających nimi menadżerów wg subregionów⁷

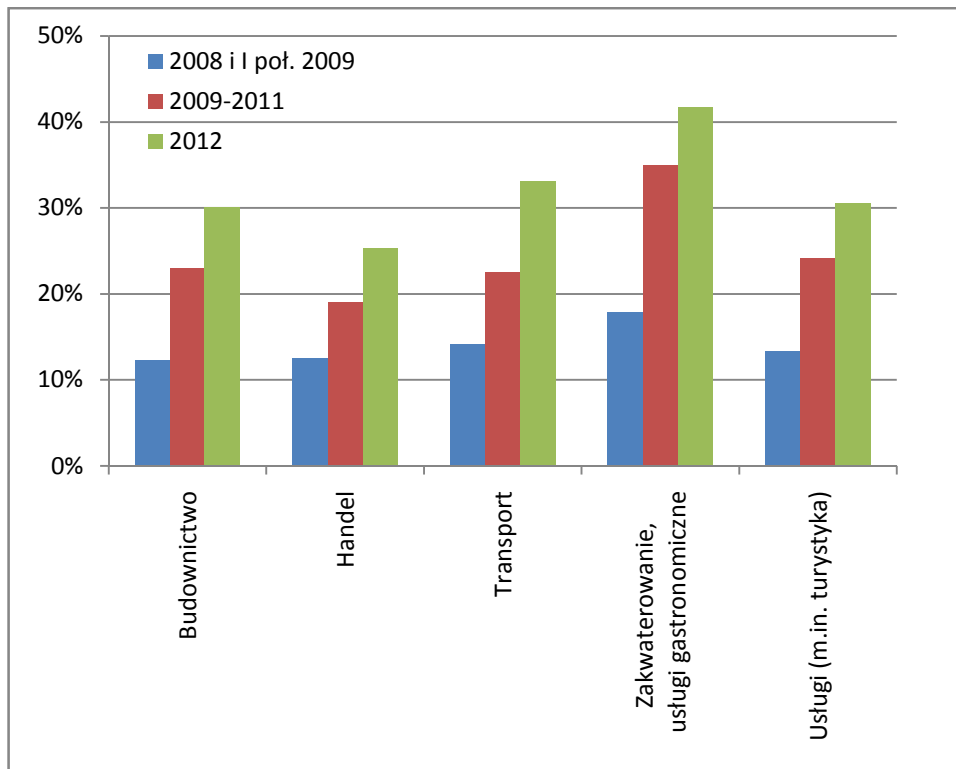


W przypadku zmiany zatrudnienia można zauważyć, podobnie jak w odniesieniu do zmiany dochodów, że najbardziej optymistycznie nastawieni są przedsiębiorcy z okolic Lublina. Test chi-kwadrat pokazuje jednak istotną różnorodność pomiędzy regionami tylko w przypadku roku 2012 ($p < 0,01$). Ponadto analizując uzyskane wyniki można powiedzieć, iż w tym zakresie menadżerowie z regionów chełmsko-zamojskiego i bialskopodlaskiego nie różnią się w swoich opiniach.

Analiza aktualnych bądź potencjalnych zmian dochodów w rozbiciu na branże przedsiębiorstw ujawnia, iż menadżerowie pracujący w branży gastronomiczno-hotelarskiej są znacznie bardziej optymistycznie nastawieni względem Euro 2012, niż pozostali. W każdym analizowanym okresie spodziewają się lub już osiągnęli wzrosty sprzedaży wyższe niż w pozostałych poddanych badaniom branżach (rys. 48).

⁷ Rys. 47 i 48, 49 przedstawiają odsetek osób, które spodziewają się znacznego bądź umiarkowanego wzrostu

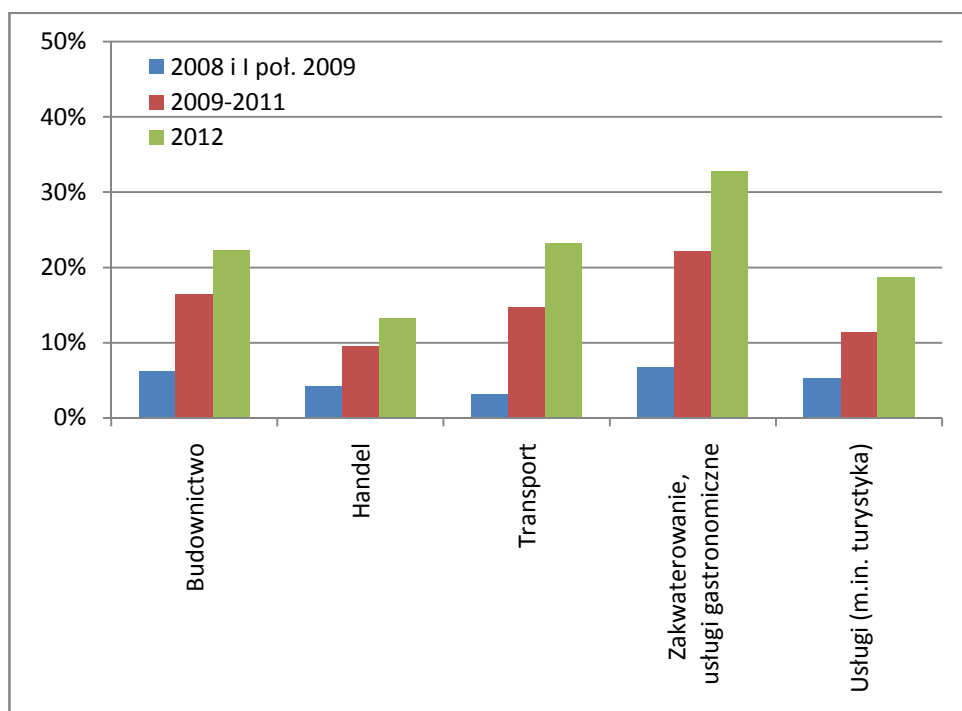
Rysunek 48. Prognoza wzrostu dochodów ze sprzedaży firm w związku z Euro 2012 w opiniach zarządzających nimi menadżerów wg branż



Chi-kwadrat Pearsona w przypadku każdego okresu osobno, $p < 0,05$

Podobnie jest w przypadku opinii na temat zmian w zatrudnieniu, choć zauważalna jest, obecna w całej grupie badanych, zależność polegająca na tym, iż mniej respondentów przewiduje wzrost zatrudnienia niż wzrost dochodów (rys. 49). Ponadto, warto zauważyć, iż respondenci reprezentujący branżę handlową w najmniejszym odsetku spośród wszystkich innych branż spodziewają się wzrostu zatrudnienia w związku z Euro 2012.

Rysunek 49. Prognoza wzrostu zatrudnienia w firmach w związku z Euro 2012 w opiniach zarządzających nimi menadżerów wg branż



Chi-kwadrat Pearsona w przypadku okresu 2008 i I poł. 2009 nieistotne, w pozostałych okresach $p < 0,01$

Podsumowując ten kierunek analiz należy podkreślić, iż najbardziej optymistycznie nastawieni względem Euro 2012 są menadżerowie pracujący w branży hotelarsko-gastronomicznej. Częściej niż inni spodziewają się oni wzrostu dochodów ze sprzedaży oraz wzrostu zatrudnienia. Trzeba jednak zauważyć, iż nawet w przypadku tej grupy i nawet w roku 2012 ponad połowa respondentów twierdzi, iż turniej finałowy nie wpłynie na dochody i zatrudnienie w ich firmach, niż spodziewa się zmian.

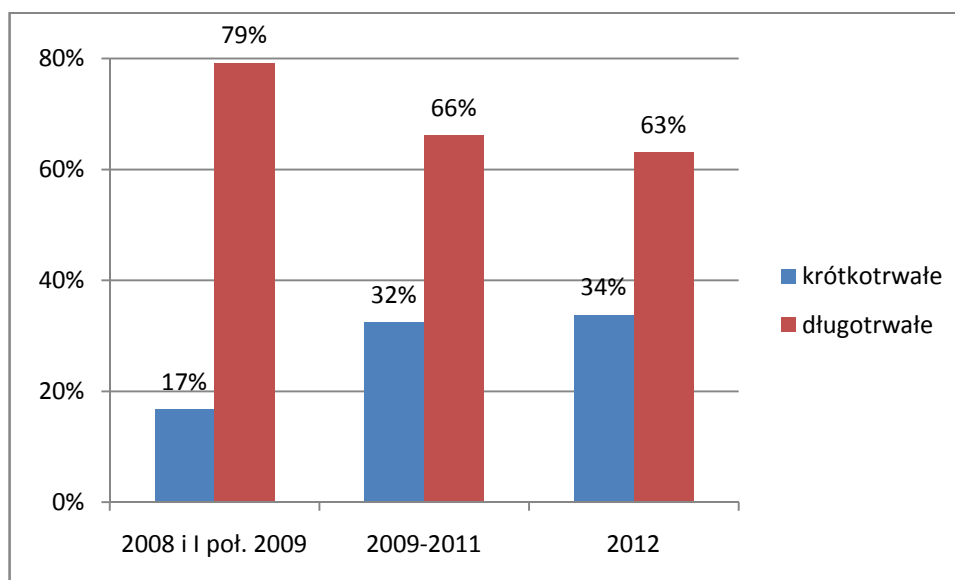
Analiza odpowiedzi dotyczących zmian w zatrudnieniu i dochodach w rozbiciu na wielkość przedsiębiorstw nie wykazuje istotnego różnicowania. Menadżerowie z firm o różnych wielkościach mają podobne opinie, a w każdej podgrupie odsetki osób udzielających poszczególnych odpowiedzi są zbliżone do tych uzyskanych dla całej badanej próby.

B) Trwałość zmian dochodów ze sprzedaży i stanu zatrudnienia

Odpowiedzi dotyczące trwałości opisywanych powyżej zmian dochodów ze sprzedaży i stanu zatrudnienia przeanalizowano w grupie tych, którzy już odczuli bądź spodziewają się jednocześnie wzrostu dochodów i wzrostu liczby pracowników. Analizowanych odpowiedzi udzielonych jednocześnie na trzy interesujące nas pytania (wzrost dochodów, wzrost zatrudnienia, charakter zmian) w odniesieniu do okresu 2008 i I poł. 2009 udzielono 48, dotyczących okresu 2009-2011 - 136, a dotyczących roku 2012 – 225. Stanowi to odpowiednio 3,55%, 10,07% i 16,67% całej badanej próby. Ze względu na niewielką liczebność respondentów deklarujących zmniejszenie dochodów i stanu zatrudnienia, analiz w tym kierunku nie prowadzono. Z tego samego powodu nie wyodrębniono wyników w podziale na subregion, branżę i wielkość firmy.

Zdecydowana większość respondentów deklarujących jednocześnie wzrost dochodów i liczby pracowników twierdzi, że zmiany te będą miały długotrwały charakter. Przekonanie to podziela więcej osób, którzy zmiany te zaobserwowali w roku 2008 i I poł. roku 2009 aniżeli tych, którzy się ich spodziewają w kolejnych okresach (rys. 50).

Rysunek 50. Odsetek respondentów przewidujących długo lub krótkotrwały charakter zmian dochodów i zatrudnienia



Próbując zatem określić spodziewany długotrwały wpływ Euro 2012 jednocześnie na wzrost dochodów i zatrudnienia w firmach z woj. lubelskiego w oparciu o deklaracje i przewidywania

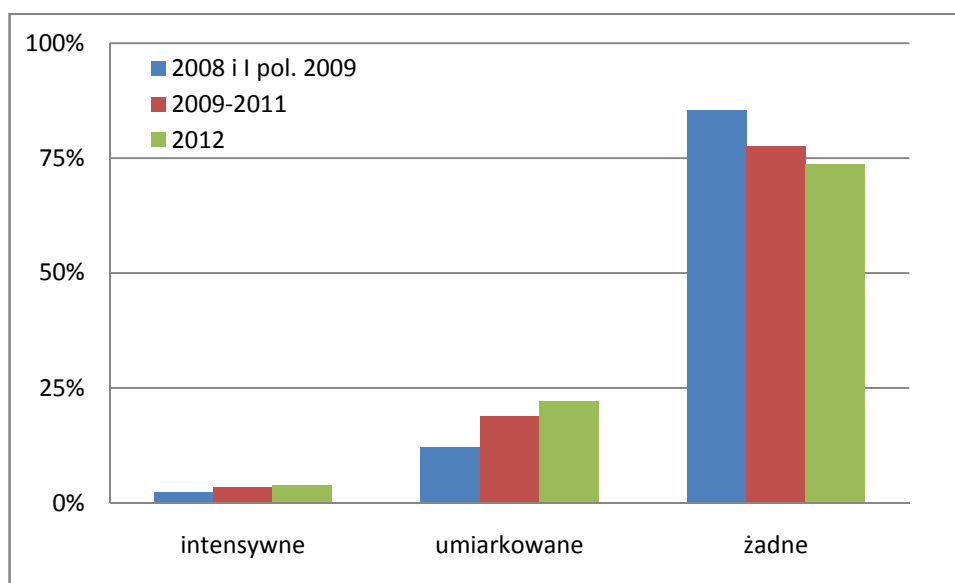
menadżerów, należy podkreślić, iż będzie on dotyczył zaledwie od 2,80% badanych firm w pierwszym okresie do 10,50% w okresie trzecim. Tak mały odsetek bierze się poniekąd z dużego zawężenia kryteriów (wpływ długotrwały, wzrost zarówno dochodów, jak i zatrudnienia), pokazuje jednak bardzo ograniczone oddziaływanie mistrzostw na zmiany najbardziej pożądane. Warto oczywiście pamiętać o bardziej optymistycznych wynikach dotyczących wzrostu samych dochodów (bez uwzględniania zatrudnienia), zwłaszcza w branży hotelarsko-gastronomicznej, o czym mowa była we wcześniejszej części raportu.

C) Podejmowanie przygotowań do mistrzostw przez badane firmy

Respondentów zapytano również o to, czy w kolejnych okresach ich firmy podjęły lub podejmą jakieś przygotowania w związku z turniejem finałowym. Respondenci mogli w każdym okresie wybierać spośród trzech odpowiedzi: przygotowania intensywne – związane z wieloma zmianami organizacyjnymi, umiarkowane – związane z nielicznymi zmianami organizacyjnymi oraz żadne – odpowiedź oznaczająca działanie tak jak do tej pory, bez żadnych zmian.

Dane, pokazane na rysunku 51, wyraźnie oznaczają, iż przytłaczająca większość (ok. 75%) ankietowanych respondentów twierdzi, że ich firma nie podjęła lub nie podejmie żadnych przygotowań w związku z mistrzostwami w żadnym z badanych okresów.

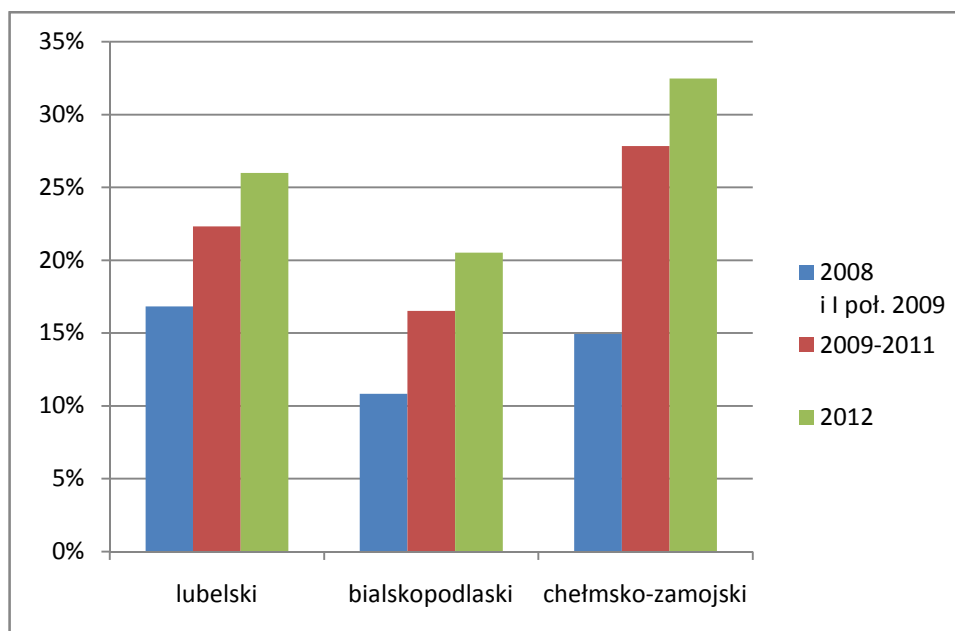
Rysunek 51. Odsetek firm podejmujących lub niepodejmujących przygotowania w związku z Euro 2012



Pamiętając o tym, że najwięcej firm spodziewało się wzrostu dochodów w roku 2012 (422 podmioty), należy zwrócić uwagę, że aż 45,5% z nich nie zamierza podjąć w tym roku żadnych przygotowań, a w okresach poprzednich odsetek ten jest jeszcze wyższy.

Najwięcej firm zamierzających podjąć jakieś przygotowania (umiarkowane bądź znaczne) pochodzi z subregionu chełmsko-zamojskiego (rys. 52). Jest to nieco zaskakujące, gdyż respondenci z tego subregionu w najmniejszym stopniu spodziewali się wzrostu dochodów i zatrudnienia. Z kolei najmniej chętnymi do podejmowania przygotowań są firmy z subregionu bialskopodlaskiego.

Rysunek 52. Odsetek firm podejmujących znaczne lub umiarkowane przygotowania w związku z Euro 2012 wg subregionów

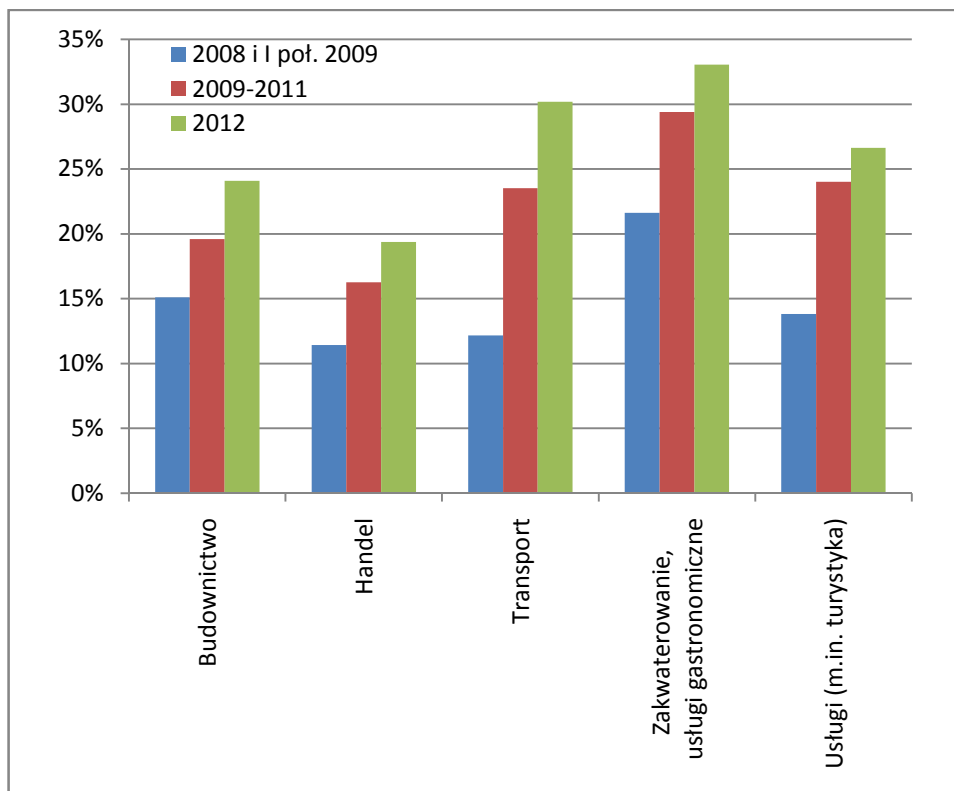


Chi kwadrat Pearsona dla każdego okresu osobno, $p < 0,05$

Jeśli chodzi o branże, to firmami deklarującymi najczęściej podejmowanie przygotowań w związku z Euro 2012 są te działające w dziedzinie zakwaterowania i gastronomii. W każdym analizowanym okresie menadżerowie pracujący w tego typu przedsiębiorstwach częściej niż ich koledzy z innych branż deklarowali podjęcie lub zamiar podjęcia działań przygotowawczych. Jest to wynik spójny z dotyczącym prognozy wzrostu dochodów

i zatrudnienia. Również branża transportowa w roku 2012 wyróżnia się na tle innych pod tym względem.

Rysunek 53. Odsetek firm podejmujących znaczne lub umiarkowane przygotowania w związku z Euro 2012 wg branż



Chi kwadrat Pearsona dla każdego okresu osobno, $p < 0,01$

Najbardziej przygotowują się zatem przedsiębiorcy z branży hotelarsko-gastronomicznej i transportowej, zwłaszcza z subregionu chełmsko-zamojskiego.

Analizy prowadzone w rozbiciu na wielkości przedsiębiorstw, z których pochodzili badani menadżerowie nie wykazują istotnego zróżnicowania wyników pomiędzy wyróżnionymi w ten sposób podgrupami.

Bardziej szczegółowych informacji o tym, dlaczego przedsiębiorcy z terenu województwa lubelskiego w większości nie podejmują przygotowań do mistrzostw ani nie spodziewają się w związku z nimi znaczących wzrostów dochodów i zatrudnienia, dostarczają przeprowadzone w ramach projektu badania jakościowe. Z transkrypcji wywiadów grupowych

i indywidualnych wynika, iż badani, niezależnie od miejsca prowadzenia działalności przez ich firmę, wskazują podobne przyczyny. Należą do nich:

- Słaba jakość infrastruktury drogowej. Badani przewidują, że pomiędzy Polską a Ukrainą kibice przemieszczać się będą raczej koleją lub samolotami. Ci natomiast, którzy wybiorą transport samochodowy nie zechcą zatrzymać się w żadnym z miast Lubelszczyzny. Przedsiębiorcy z Chełma podkreślali, że liczyli bardzo na zapowiadaną drogę ekspresową, ale niestety jej nie będzie.
- Słabość konkurencyjna regionalnych firm. Badani twierdzą, że nie są w stanie konkurować na ogólnopolskim rynku ze względu na dużą odległość do potencjalnych miejsc wykonywania usług związanych z mistrzostwami oraz na ograniczone własne moce produkcyjne czy usługowe.
- Mistrzostwa będą trwały zbyt krótko. Przedsiębiorcy podkreślają, że mistrzostwa będą trwały zbyt krótko, aby w związku z nimi podejmować jakieś znaczące inwestycje czy zmiany organizacyjne. Podają przykład nowowypbudowanych hoteli, które po zakończeniu turnieju będą miały kłopoty z zapelnieniem miejsc noclegowych.
- Brak odpowiednich obiektów sportowych. Na Lubelszczyźnie nie istnieją obiekty, które mogłyby spełniać wymogi międzynarodowych federacji. Z tego względu nie odbywają się tu międzynarodowe zawody ani nie przebywają tu zagraniczne drużyny podczas międzynarodowych turniejów. Brakuje zaplecza pobytowego dla takich drużyn.

Przedsiębiorcy pewne nadzieje wiążą jednak z potencjalnym awansem do mistrzostw drużyn z Białorusi, Ukrainy i Rosji. Sądzą, że gdyby tak się stało, mogliby więcej zarobić na kibicach ze wschodnich krajów ościennych przewożąc ich przez nasze terytorium lub goszcząc na noclegach czy oferując wyżywienie.

2. Fundusze unijne

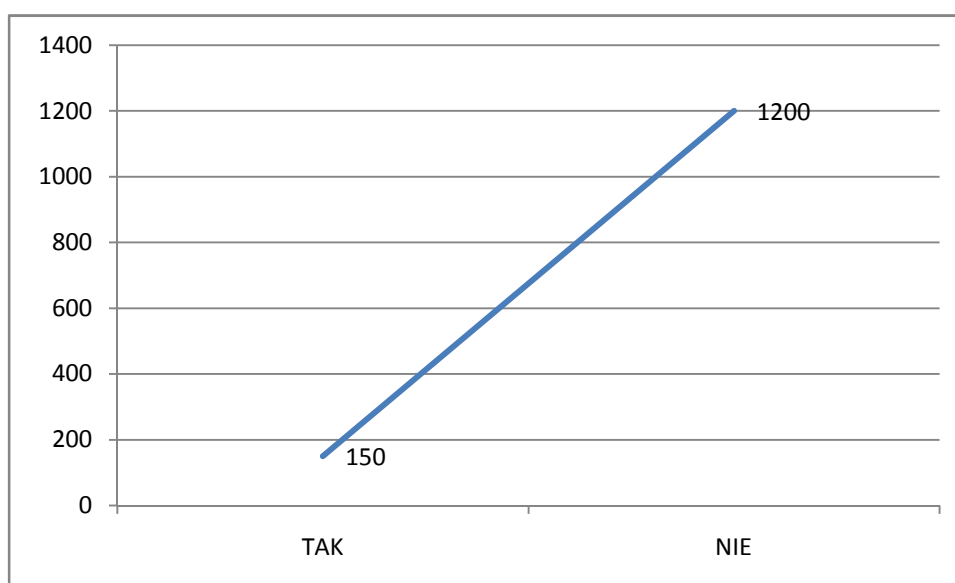
W badaniach przedsiębiorców z terenu województwa lubelskiego skoncentrowano się także na czynniku makro, jakim jest możliwość uzyskania dotacji unijnych na różne działania związane z działalnością firmy.

W obecnym okresie programowania (2007-2013) istnieje możliwość pozyskania funduszy na cele inwestycyjne (np. w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego, Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko, Programu Rozwój Polski Wschodniej) oraz podnoszenia wszechstronnych kompetencji personelu firm (np. w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki). Dotacje uzyskane z tych programów umożliwiają pozyskiwanie nowoczesnych technologii, specjalistycznego sprzętu, a także różnorodne szkolenia i specjalistyczne kursy. Istnieje również możliwość pozyskania funduszy na rozpoczęcie działalności gospodarczej czy staży zawodowych.

Fundusze unijne stanowią szansę rozwoju dla przedsiębiorstw z terenu województwa lubelskiego, dlatego też w badaniach zapytano przedsiębiorców o ich plany dotyczące pozyskiwania dotacji unijnych, ewentualne przeznaczenie otrzymanych pieniędzy, cele, na które obecnie są wykorzystywane, napotykane trudności itp.

Odpowiedzi na 13 pytań eksplorujących to zagadnienie, z uwzględnieniem wyróżnionych podgrup, są omówione poniżej.

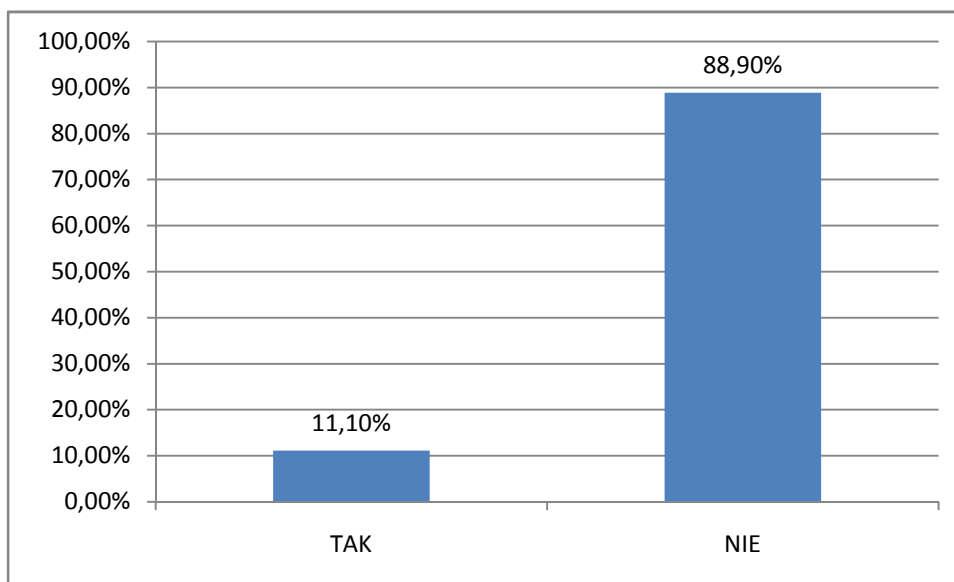
Rysunek 54. Odpowiedź respondentów na pytanie: Czy Pana(i) firma korzysta obecnie z finansowania z funduszy unijnych? (N=1350)



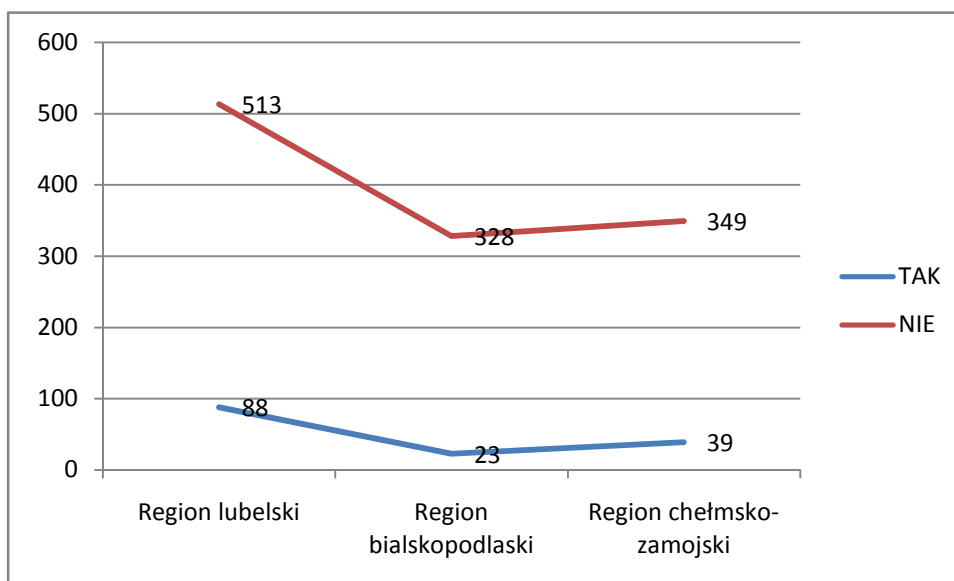
Pytanie 1

Na pytanie pierwsze, dotyczące korzystania z funduszy unijnych w prowadzeniu firmy, odpowiedziało 1350 przedstawicieli mikro-, małych, średnich i dużych przedsiębiorstw z terenu województwa lubelskiego. Wyniki prezentują rysunki 54 i 55:

Rysunek 55. Odpowiedź respondentów na pytanie: Czy Pana(i) firma korzysta obecnie z finansowania z funduszy unijnych? - procentowo (N=1350)



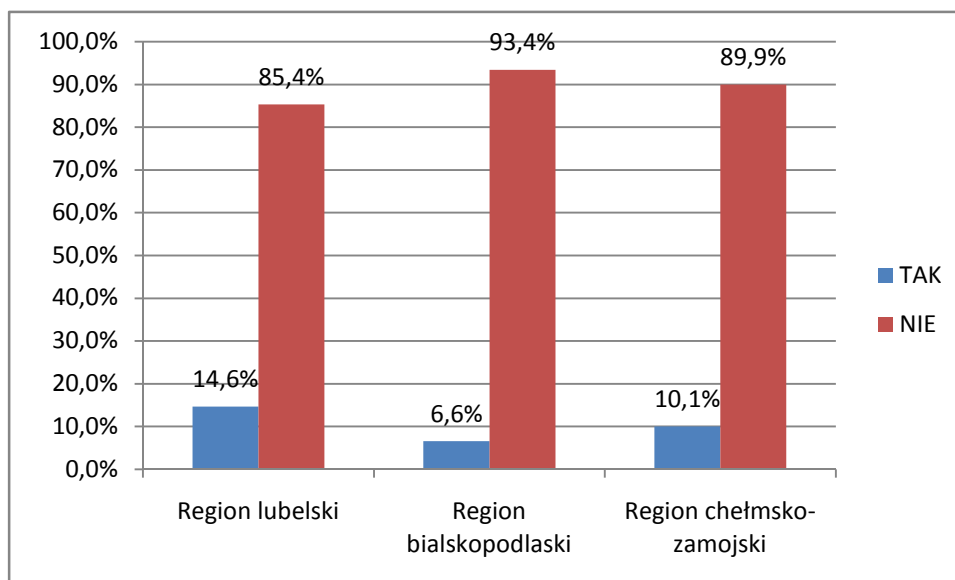
Rysunek 56. Odpowiedź respondentów na pytanie: Czy Pana(i) firma korzysta obecnie z finansowania z funduszy unijnych? w badanych subregionach (N=1350)



Obecnie z funduszy unijnych korzysta 150 przedsiębiorców, co stanowi 11,1% badanej grupy, natomiast nie korzysta 1200 firm (88,9%). Ta różnica w wynikach jest istotna statystycznie: $\chi^2=816,667$; $p<0,05$ - a zatem w województwie lubelskim przedsiębiorstwa istotnie rzadziej korzystają z funduszy unijnych, niż z nich nie korzystają.

Biorąc pod uwagę wyróżnione na potrzeby badań subregiony (lubelski, białkopodlaski, chełmsko-zamojski), zaobserwowano, że najwięcej przedsiębiorstw korzystających z funduszy unijnych jest w subregionie lubelskim - 88 firm, co stanowi 14,6% tej podgrupy, następnie w subregionie chełmsko-zamojskim – 39 firm (10,1%) oraz białkopodlaskim – 23 (6,6%). Wyniki przedstawiają rysunki 56 i 57:

Rysunek 57. Odpowiedź respondentów na pytanie: Czy Pana(i) firma korzysta obecnie z finansowania z funduszy unijnych? w badanych subregionach - procentowo (N=1350)

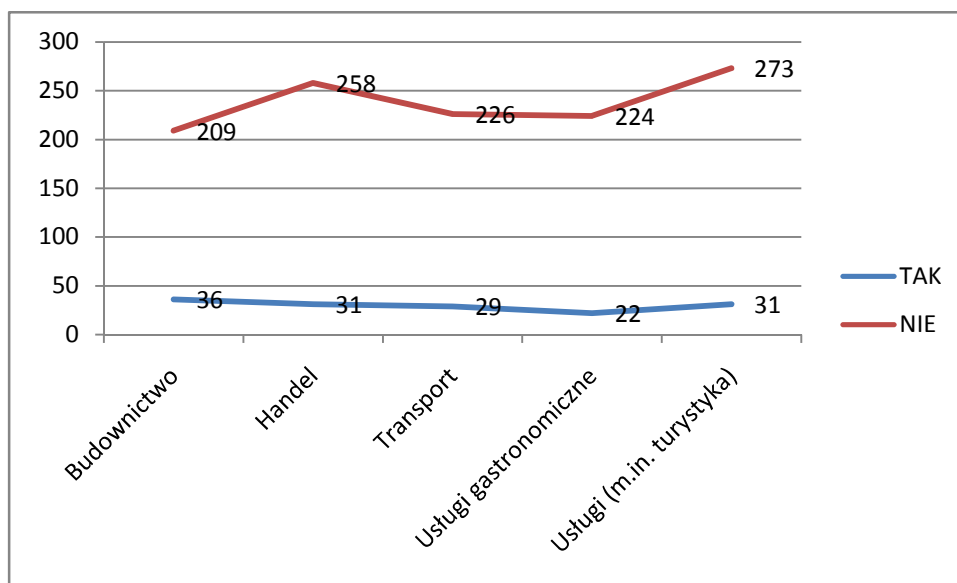


Zaobserwowana różnica pomiędzy przedsiębiorcami korzystającymi z funduszy unijnych przy prowadzeniu firmy a tymi, którzy nie korzystają z tych funduszy w poszczególnych subregionach jest istotna statystycznie: $\chi^2=15,304$; $p<0,05$. Oznacza to, że firm, które nie korzystają z dotacji unijnych jest zdecydowanie więcej.

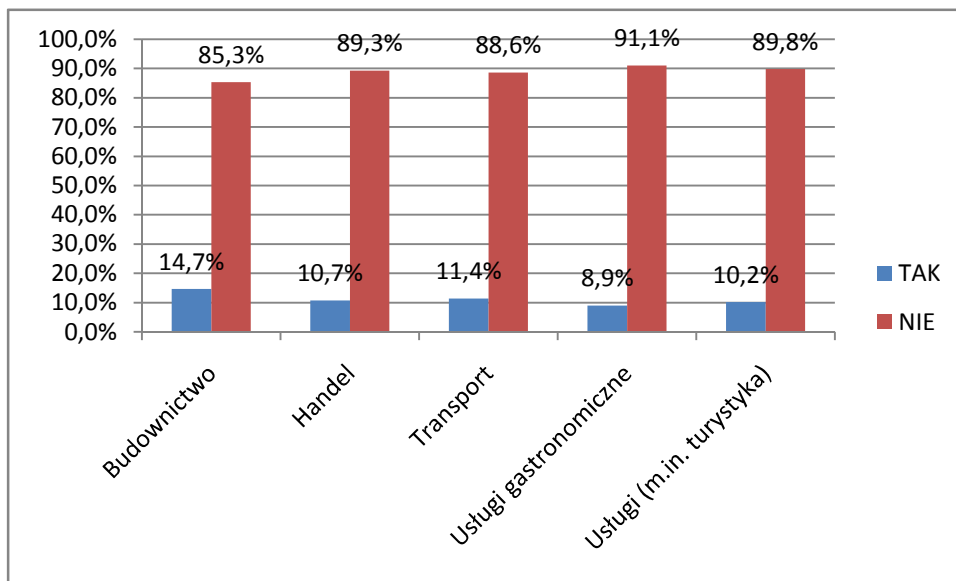
W badaniach wyróżniono także branże: budownictwo, handel, transport, usługi gastronomiczne oraz inne usługi. Analizując otrzymane wyniki można stwierdzić, że firmy budowlane (36; 14,7% tej podgrupy) najczęściej korzystają z funduszy unijnych, zaś najmniej korzystają firmy z branży usług gastronomicznych (22 firm, co stanowi 8,9% liczebności tej podgrupy). Również w branży usług gastronomicznych zdecydowanie więcej przedsiębiorstw nie korzysta, niż korzysta z funduszy unijnych – 273 (91,1%).

Badane przedsiębiorstwa podzielono także ze względu na ich wielkość, wyróżniając mikro-, małe, średnie i duże przedsiębiorstwa. Biorąc pod uwagę wielkość badanej firmy, można zauważyć, że to mikroprzedsiębiorstwa najliczniej korzystają z funduszy unijnych – 83 firmy (8,7% liczebności tej grupy), następnie małe przedsiębiorstwa – 40 firm (14,5%) oraz średnie i duże – 25 (25,3%). Podobnie jest w wypadku niewykorzystywania funduszy unijnych, przodują tu także mikroprzedsiębiorstwa: aż 875 badanych firm nie korzysta z funduszy unijnych (stanowi to 91,3% liczebności tej podgrupy), dalej plasują się małe przedsiębiorstwa - 235 (85,5%) oraz średnie i duże – 74 firmy (74,7%). Widoczne jest zatem, że w najliczniejszej podgrupie – mikroprzedsiębiorstwach - wykorzystywanie funduszy unijnych jest niewielkie, w pozostałych rodzajach firm jest również niskie, jedynie w wypadku średnich i dużych przedsiębiorstwa ponad ¼ firm wykorzystuje możliwości stwarzane przez fundusze unijne.

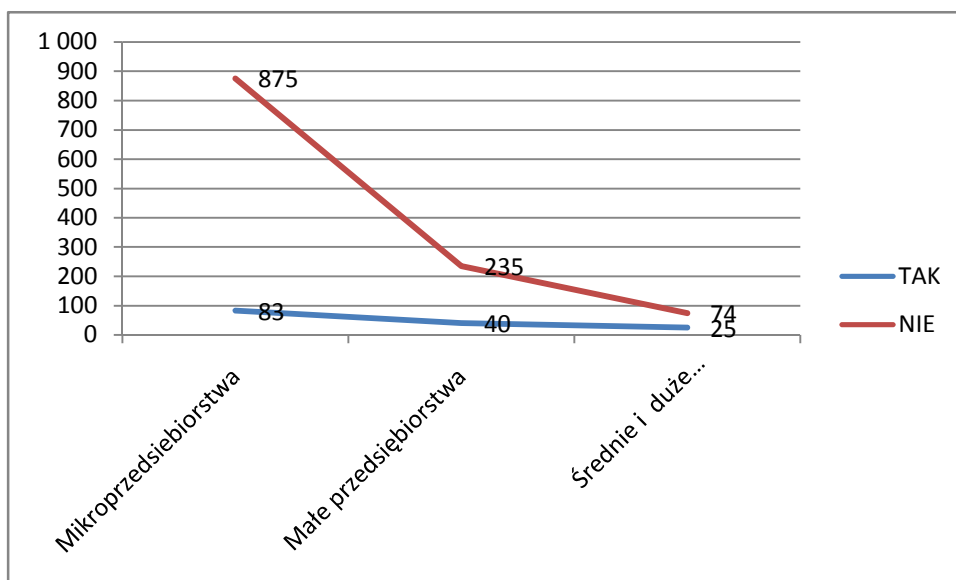
Rysunek 58. Odpowiedź respondentów na pytanie: Czy Pana(i) firma korzysta obecnie z finansowania z funduszy unijnych? w badanych branżach (N=1350)



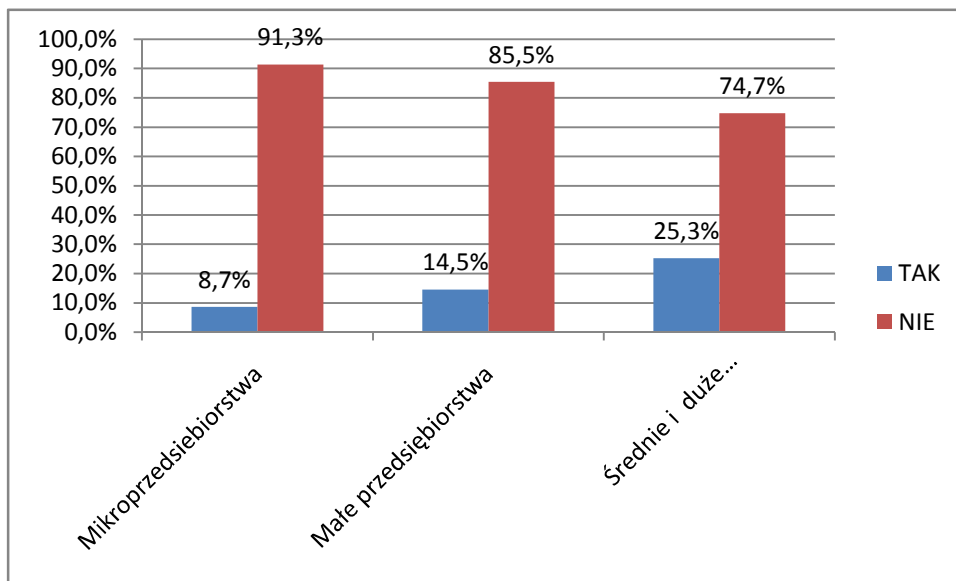
Rysunek 59. Odpowiedź respondentów na pytanie: Czy Pana(i) firma korzysta obecnie z finansowania z funduszy unijnych? w badanych branżach - procentowo (N=1350)



Rysunek 60. Odpowiedź respondentów na pytanie: Czy Pana(i) firma korzysta obecnie z finansowania z funduszy unijnych? w mikro-, małych, średnich i dużych przedsiębiorstwach (N=1350)



Rysunek 61. Odpowiedź respondentów na pytanie: Czy Pana(i) firma korzysta obecnie z finansowania z funduszy unijnych? w mikro-, małych, średnich i dużych przedsiębiorstwach - procentowo (N=1350)



Widoczna różnica pomiędzy firmami korzystającymi z funduszy unijnych, a tymi, które z nich nie korzystają w badanych rodzajach firm jest istotna statystycznie: $\chi^2=29,139$; $p<0,05$.

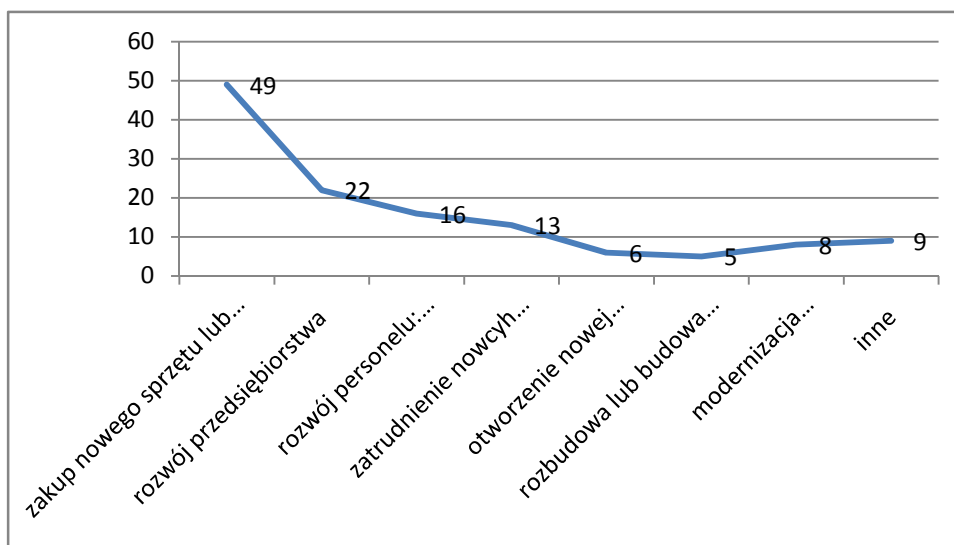
Pytanie 2

W tym pytaniu zwracano się z prośbą o podanie celu, na który zostały przeznaczone otrzymane fundusze unijne. Na to pytanie odpowiedzi udzieliło 128 osób - badani udzielili odpowiedzi, które skategoryzowano następująco:

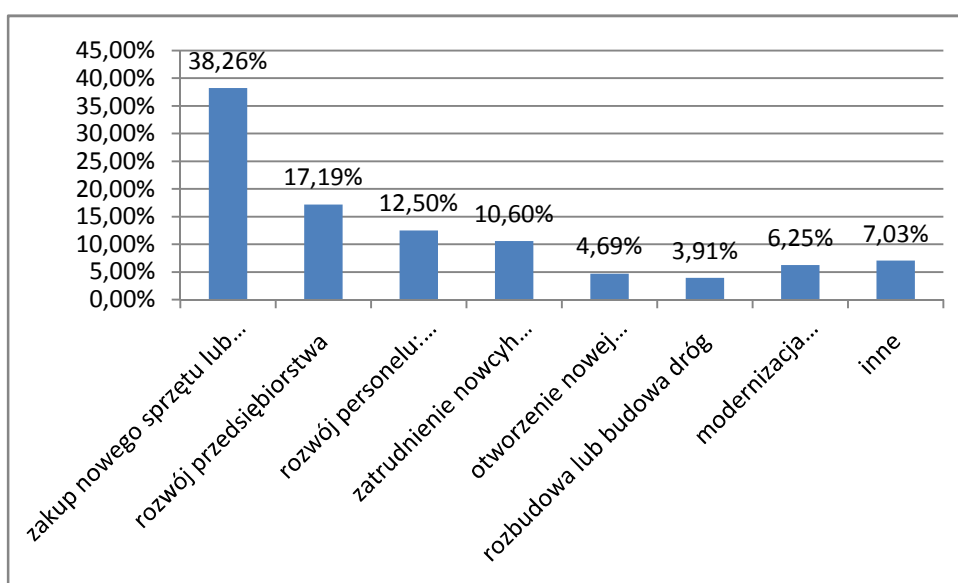
- zakup nowego sprzętu lub wdrożenie nowej technologii: 49 firm (38,28%)
- rozwój przedsiębiorstwa: 22 firmy (17,19%)
- rozwój personelu: szkolenia, doradztwo: 16 firm (12,25%)
- zatrudnienie nowych pracowników w ramach sponsorowanych staży: 13 (10,06%)
- otworzenie nowej działalności gospodarczej: 6 (4,69%)
- rozbudowa lub budowa dróg: 5 (3,91%)
- modernizacja firmy, wprowadzenie nowego produktu/usługi, wprowadzenie innowacji: 8 (6,25%)
- inne: 9 (7,03%)

Otrzymane wyniki przedstawiono na rysunkach 62 i 63:

Rysunek 62. Cele, na które zostały przeznaczone otrzymane przez badane firmy dotacje unijne (N=128)



Rysunek 63. Cele, na które zostały przeznaczone otrzymane przez badane firmy dotacje unijne – procenty (N=128)



Jak można zauważyć, większość przedsiębiorstw, które skorzystały z dotacji unijnych, przeznaczyły je, przede wszystkim, na zakup nowego sprzętu, wdrożenie nowych technologii; modernizację firmy oraz ogólny rozwój firmy (łącznie 61,72% odpowiedzi). Otrzymane fundusze w mniejszym stopniu są wykorzystywane na rozwój personelu: szkolenia, specjalistyczne kursy czy doradztwo lub zatrudnianie nowych pracowników (łącznie 22,6%). Wyraźnie zatem kształtuje się pewna tendencja: przedsiębiorcy z terenu województwa lubelskiego, jeżeli już korzystają z funduszy unijnych, to przeznaczają je na zakup sprzętu czy

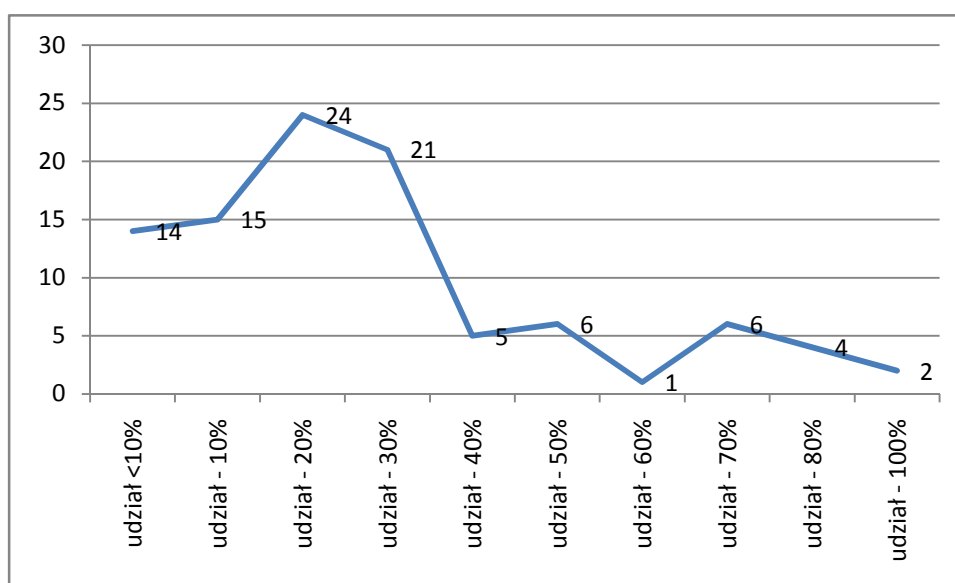
technologii, które pozwolą im spełnić wymagania współczesnego rynku i rozwijać firmę. W znacznie mniejszym stopniu są zdecydowani na rozwój kapitału ludzkiego swoich przedsiębiorstw i podnoszenie przez to swojej konkurencyjności.

Pytanie 3

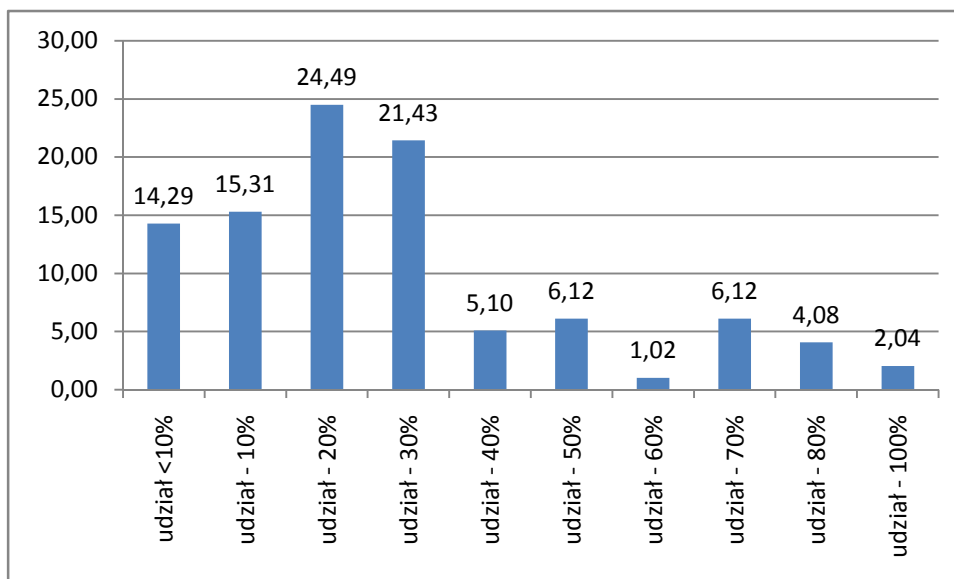
W pytaniu tym proszono respondentów o podanie, jaki procent budżetu ich firmy stanowią otrzymane dotacje unijne. Na pytanie odpowiedziało 98 respondentów spośród tych, którzy korzystają z funduszy unijnych przy prowadzeniu firmy. W tych przedsiębiorstwach udział dotacji unijnych w całym budżecie firmy jest zróżnicowany (rysunki 64 i 65) i wynosi:

- mniej niż 10%: w 14 firmach (14,29% tej podgrupy respondentów),
 - 10%: w 15 (15,31%),
 - 20%: w 24 (24,49%),
 - 30%: w 21 (21,43%),
 - 40%: w 5 (5,10%),
 - 50%: w 6 (6,12%),
 - 60%: w 1 firmie (1,02%),
 - 70%: w 6 (6,12%),
 - 80%: w 4 (4,08%),
 - 90%: w żadnej firmie spośród badanych,
 - 100%: w 2 (2,04%).

Rysunek 64. Udział funduszy unijnych w budżecie firmy (N=98)



Rysunek 65. Udział funduszy unijnych w budżecie firmy - procentowo (N=98)



W 24 przedsiębiorstwach dotacja unijna stanowi 20% budżetu – ten udział dotacji w budżecie jest najczęściej deklarowany. W 21 firmach dotacja pokrywa 30% budżetu, w 6 udział funduszy unijnych w budżecie sięga 50%, również w 6 przedsiębiorstwach procent udziału sięga 60%, a w wypadku dwóch firm (spośród badanych) cały budżet firmy składa się z funduszy unijnych. W pozostałych wypadkach udział dotacji z UE w budżecie całościowym jest niższy niż 20%. Wskazuje to na fakt, że dotacje unijne stanowią raczej dopełnienie do ogólnego budżetu wśród badanych przedsiębiorstw.

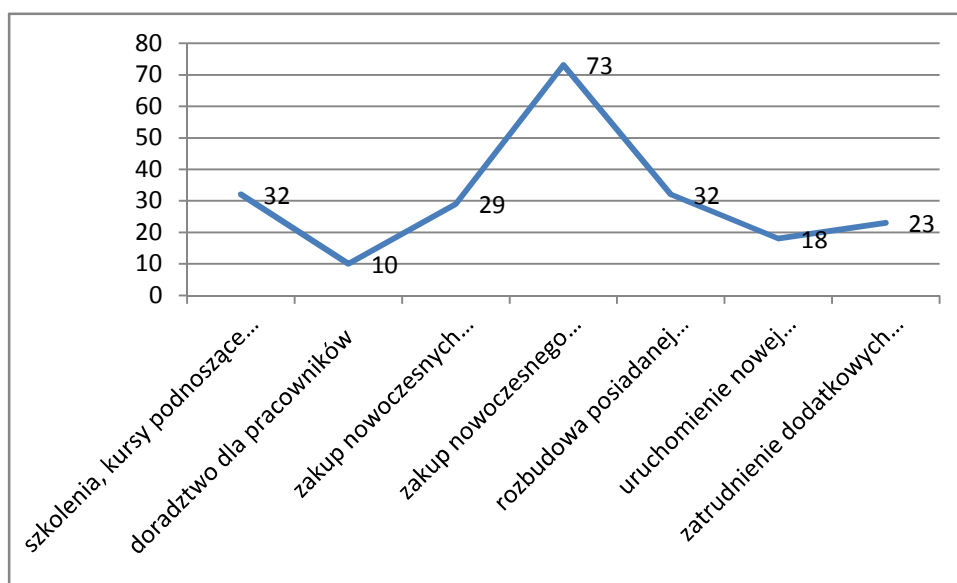
Pytanie 4

W czwartym pytaniu badano, na jakie działania przedsiębiorcy przeznaczają otrzymane fundusze unijne. Respondenci mieli do wyboru następujące kategorie odpowiedzi (można było wybrać więcej niż jedną odpowiedź):

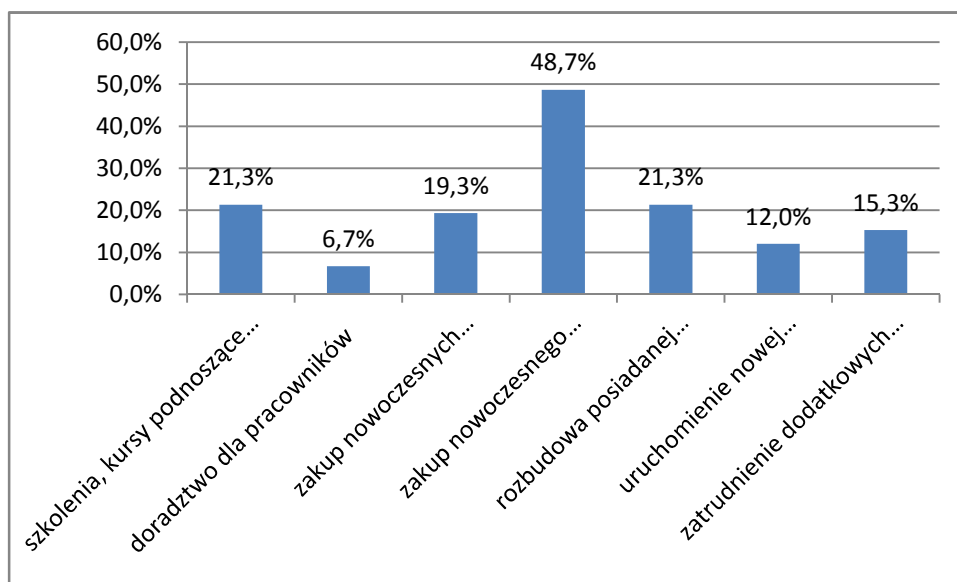
- szkolenia, kursy podnoszące kwalifikacje personelu
- doradztwo dla pracowników
- zakup nowoczesnych technologii
- zakup nowoczesnego sprzętu lub urządzeń
- rozbudowa posiadanej infrastruktury firmy
- uruchomienie nowej działalności firmy
- zatrudnienie dodatkowych pracowników w ramach sponsorowanych stażów, praktyk itp.

Rozkład odpowiedzi na to pytanie prezentują rysunki 66 i 67:

Rysunek 66. Działania realizowane dzięki dotacjom unijnym w badanych firmach (N=217)



Rysunek 67. Działania realizowane dzięki dotacjom unijnym w badanych firmach - procenty (N=217)

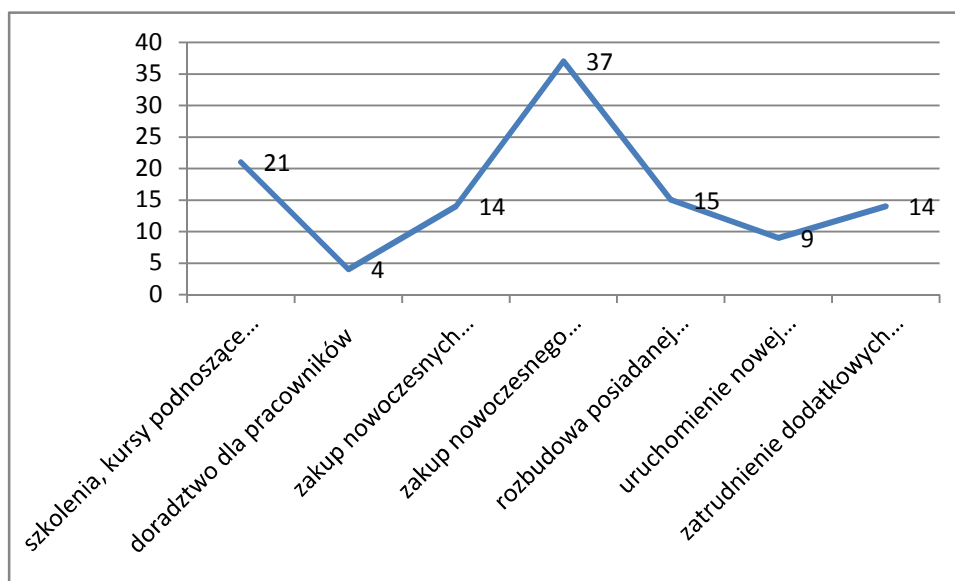


W następstwie analizy wyników można zauważyć, że otrzymane fundusze unijne są przeznaczane głównie na zakup nowoczesnego sprzętu lub urządzeń – miało to miejsce w 73 przedsiębiorstwach (48,7% tej podgrupy). Oprócz tego działania, w 32 firmach (21,3%) dotacja została przeznaczona na szkolenia i kursy podnoszące kwalifikacje pracowników, także w 32 -

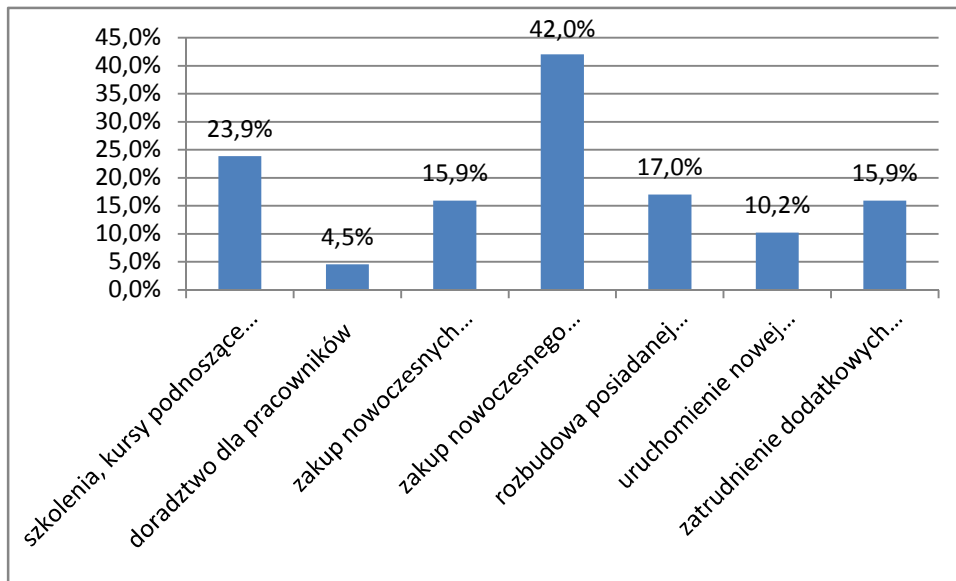
na rozbudowę dotychczas posiadanej infrastruktury. Na zakup nowoczesnych technologii dotację unijną przeznaczyło 29 firm (19,3%), na zatrudnienie nowych pracowników dzięki sponsorowanym stażom itp. – 23 firmy (15,3%). 18 przedsiębiorstw (12%) przeznaczyło otrzymane fundusze na uruchomienie nowej działalności firmy, zaś 10 (6,7%) – na doradztwo dla pracowników. Z analizy tych wyników można wysnuć wniosek, że badani przedsiębiorcy, dzięki dotacjom unijnym, mogą zwiększać ofertę swojej firmy i rozwijać ją poprzez inwestowanie w nowy sprzęt, nowoczesne technologie oraz doszkalanie pracowników.

Biorąc pod uwagę wyróżnione na potrzeby badań regiony województwa lubelskiego: lubelski, białkopodlaski i chełmsko-zamojski, można zauważyć, że najwięcej przedsiębiorstw przeznaczają dotacje unijne, zgodnie z ogólnym trendem w województwie, na zakup nowoczesnych technologii (37 firm, co stanowi 42,2% tej podgrupy) oraz szkolenia dla pracowników (21 firm, 23,9%). Natomiast zaledwie 4 przedsiębiorstwa (4,5%) z tego podregionu przeznaczają fundusze z UE na doradztwo dla pracowników, w porównaniu ze szkoleniami nie jest to więc popularna forma wspierania rozwoju pracowników. Otrzymane wyniki pokazują rysunki 68 i 69:

Rysunek 68. Działania realizowane dzięki dotacjom unijnym w badanych firmach w subregionie lubelskim (N=114)

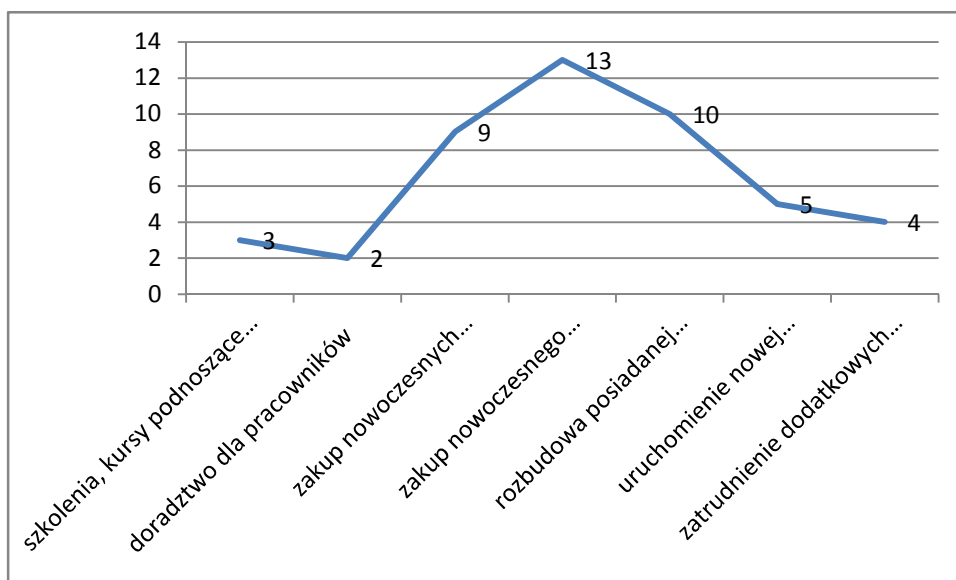


Rysunek 69. Działania realizowane dzięki dotacjom unijnym w badanych firmach w subregionie lubelskim - procentowo (N=114)

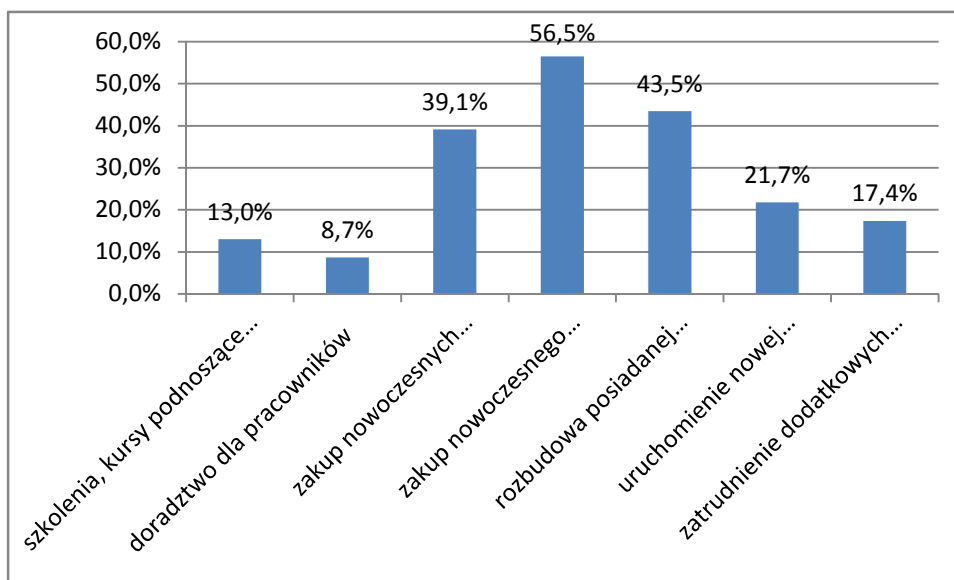


W podregionie białskopodlaskim na pytanie to odpowiedziało 46 respondentów – rozkład ich odpowiedzi prezentują rysunki 70 i 71:

Rysunek 70. Działania realizowane dzięki dotacjom unijnym w badanych firmach w subregionie lubelskim - procenty (N=46)



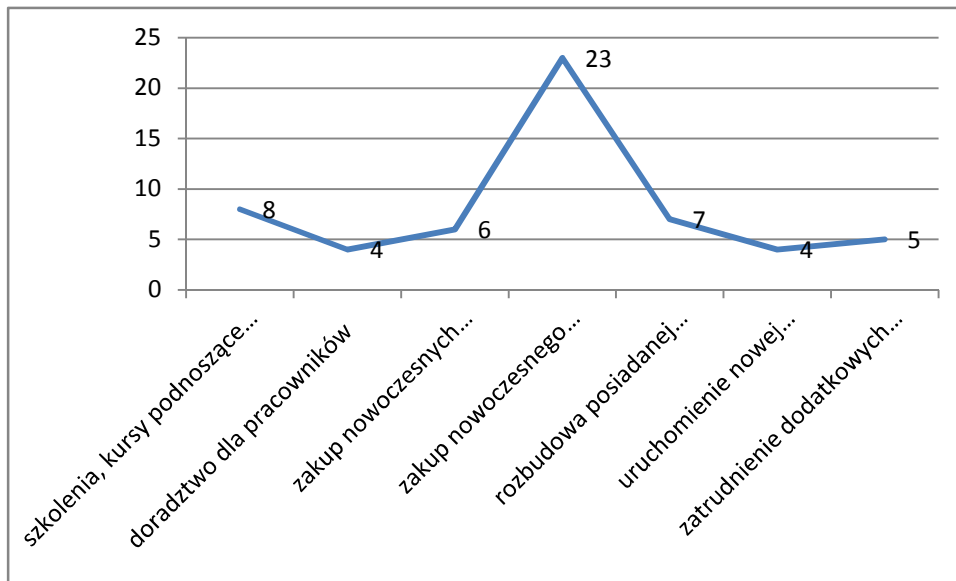
Rysunek 71. Działania realizowane dzięki dotacjom unijnym w badanych firmach w subregionie lubelskim - procenty (N=46)



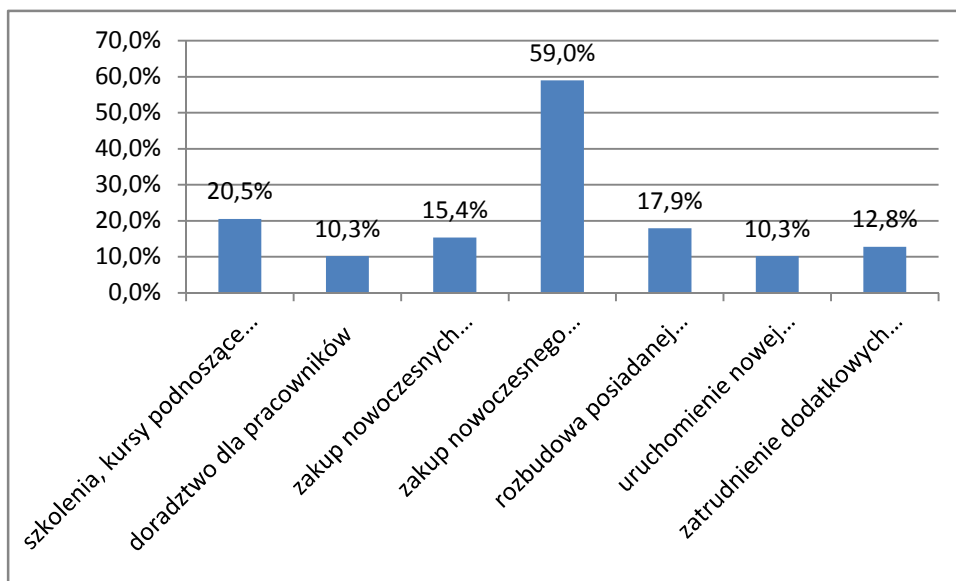
W subregionie białskopodlaskim 13 badanych firm przeznaczyło otrzymane fundusze z UE na zakup nowoczesnego sprzętu (jest to ponad połowa liczebności tej grupy – 56,5%). 10 przedsiębiorstw wykorzystało dotacje na rozbudowę posiadanej infrastruktury (43,5%), a 9 (39,1%) na zakup nowoczesnych technologii. Podobnie jak w subregionie lubelskim, najmniej firm - zaledwie 2 (8,7%) zdecydowało się przeznaczyć otrzymaną dotację na doradztwo dla pracowników.

W ostatnim badanym subregionie, chełmsko-zamojskim, podobnie jak w pozostałych subregionach, otrzymane fundusze unijne są przeznaczane głównie na zakup nowoczesnych technologii – 23 firmy (59% liczebności tej grupy) oraz szkolenie podnoszące kwalifikacje pracowników – 8 przedsiębiorstw, 20,5%. Najmniej firm przeznaczyło dotację unijną na doradztwo dla pracowników, zgodnie z trendem w całym województwie.

Rysunek 72. Działania realizowane dzięki dotacjom unijnym w badanych firmach w subregionie lubelskim - procenty (N=57)



Rysunek 73. Działania realizowane dzięki dotacjom unijnym w badanych firmach w subregionie lubelskim - procentowo (N=57)



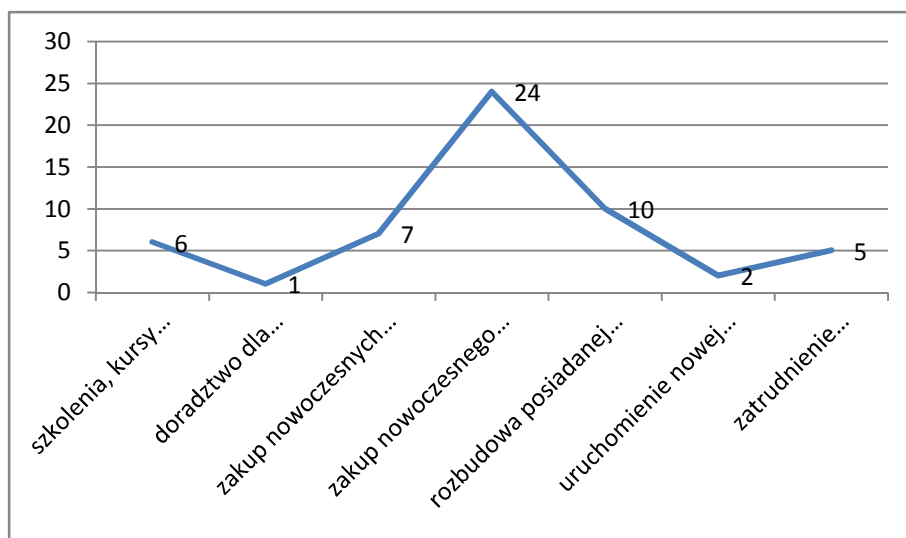
Wśród analizowanych działań zauważalne są różnice w poszczególnych subregionach. Istotnie statystycznie okazały się jednak jedynie różnice w zakresie:

- zakupu nowoczesnych technologii: $\chi^2 = 6,832$; $p < 0,05$ – zainwestowało w nie najwięcej przedsiębiorców z subregionu lubelskiego, najmniej z białkopodlaskiego,
- rozbudowy posiadanej infrastruktury firmy: $\chi^2 = 7,951$; $p < 0,05$ – również najwięcej firm z subregionu lubelskiego, najmniej z białkopodlaskiego.

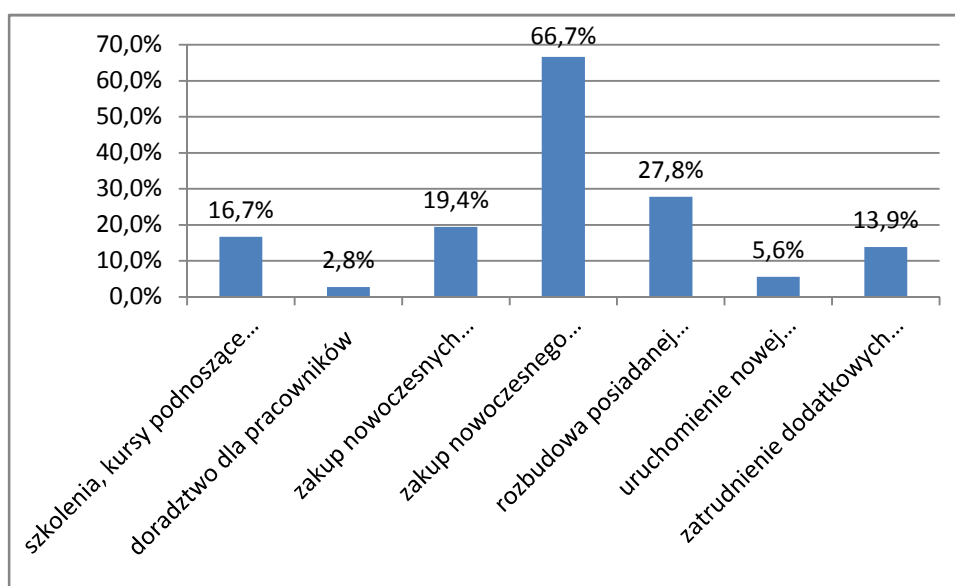
Wydaje się zatem, że przedsiębiorstwa z subregionu lubelskiego w największym stopniu odczuwają potrzebę unowocześnienia posiadanego sprzętu oraz infrastruktury.

Uwzględniając branże reprezentowane przez respondentów można stwierdzić, iż w budownictwie otrzymane fundusze unijne są przeznaczane głównie na zakup nowoczesnego sprzętu – 24 firmy (66,7% liczebności tej podgrupy) i rozbudowę posiadanej infrastruktury – 10 firm (27,8%). Zaledwie 1 firma przeznaczyła dotację na doradztwo dla pracowników – 2,8%. Otrzymane wyniki pokazują rysunki 74 i 75:

Rysunek 74. Działania realizowane dzięki dotacjom unijnym w badanych firmach w budownictwie (N=55)

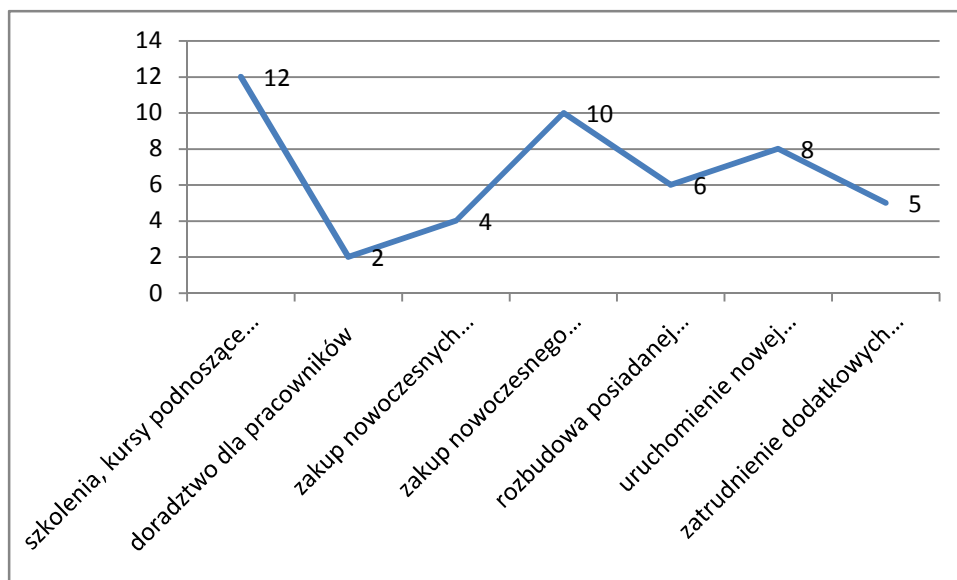


Rysunek 75. Działania realizowane dzięki dotacjom unijnym w badanych firmach w budownictwie - procentowo (N=55)

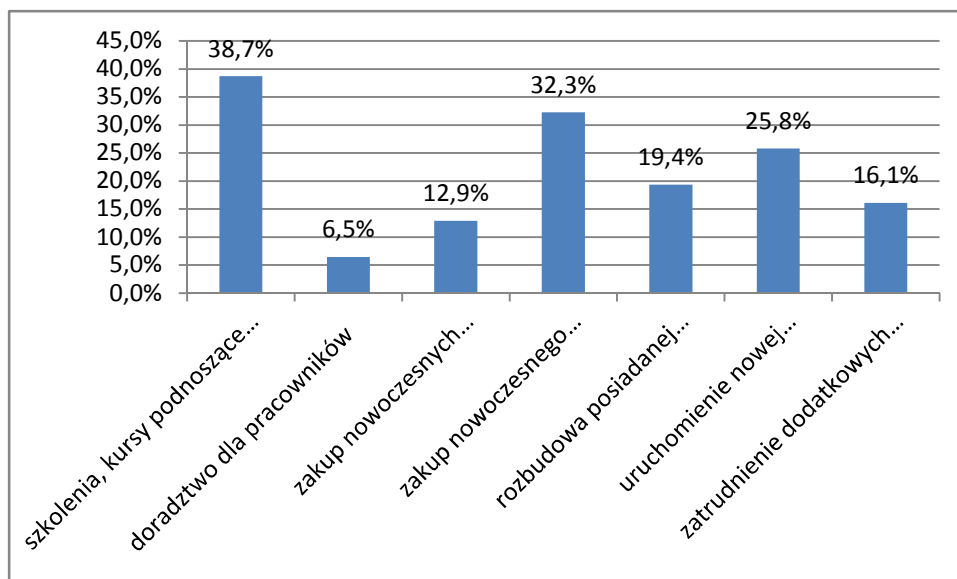


W drugiej wyróżnionej branży, handlu, otrzymano wyniki przedstawione na rysunkach 76 i 77:

Rysunek 76. Działania realizowane dzięki dotacjom unijnym w badanych firmach w handlu (N=47)



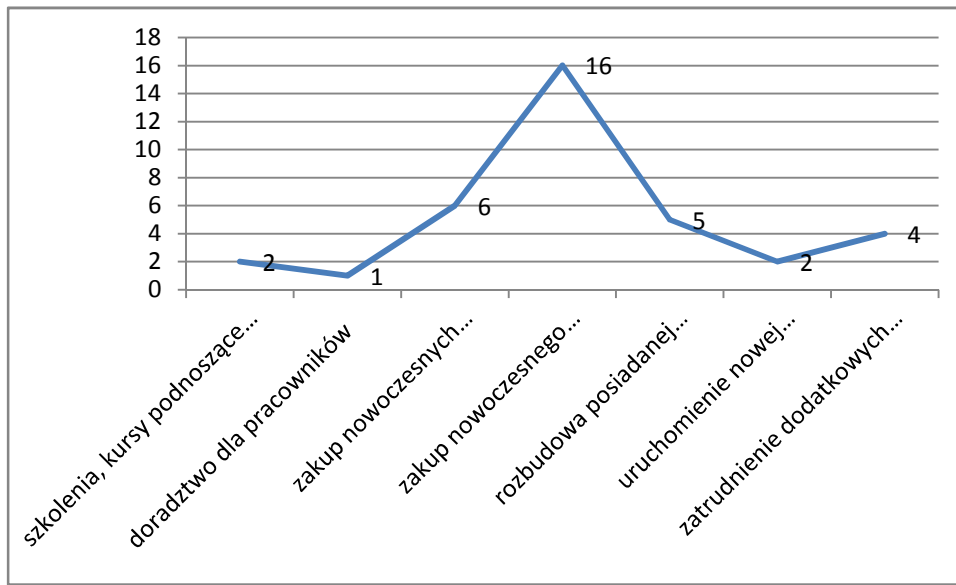
Rysunek 77. Działania realizowane dzięki dotacjom unijnym w badanych firmach w handlu - procentowo (N=47)



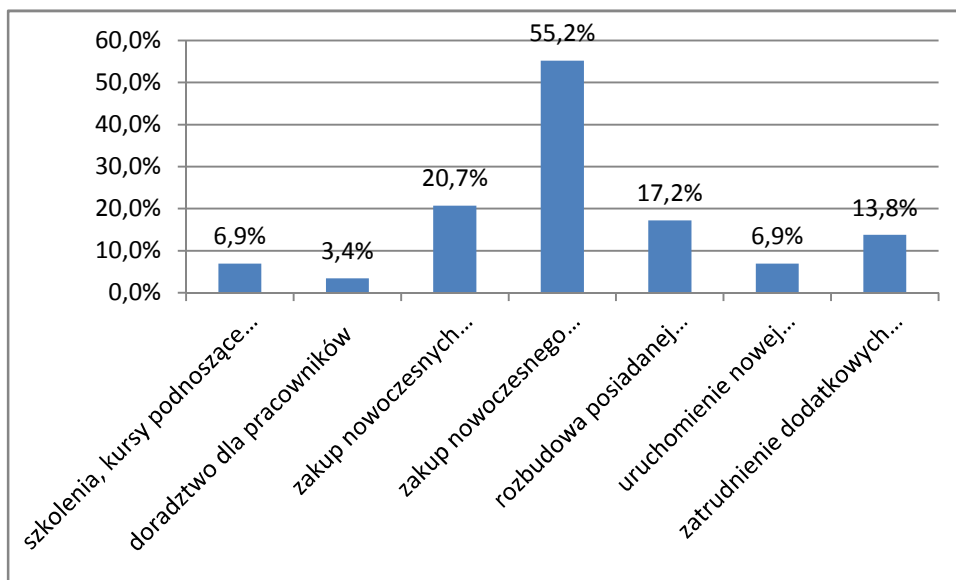
Można zauważyć, że w tej branży wydatkowanie funduszy z UE jest różne niż ogólny trend w województwie: najwięcej funduszy jest przeznaczanych na szkolenia i kursy dla

pracowników – w 12 firmach stanowiących 38,7% liczebności tej podgrupy. 10 badanych firm z tej branży (32,3%) przeznaczyło dotacje na zakup nowoczesnego sprzętu, a 8 – na uruchomienie nowej działalności firmy (25,8%). Najmniej, bo tylko 2 firmy (6,5%), z otrzymanych środków sfinansowało doradztwo dla pracowników.

Rysunek 78. Działania realizowane dzięki dotacjom unijnym w badanych firmach w handlu (N=36)

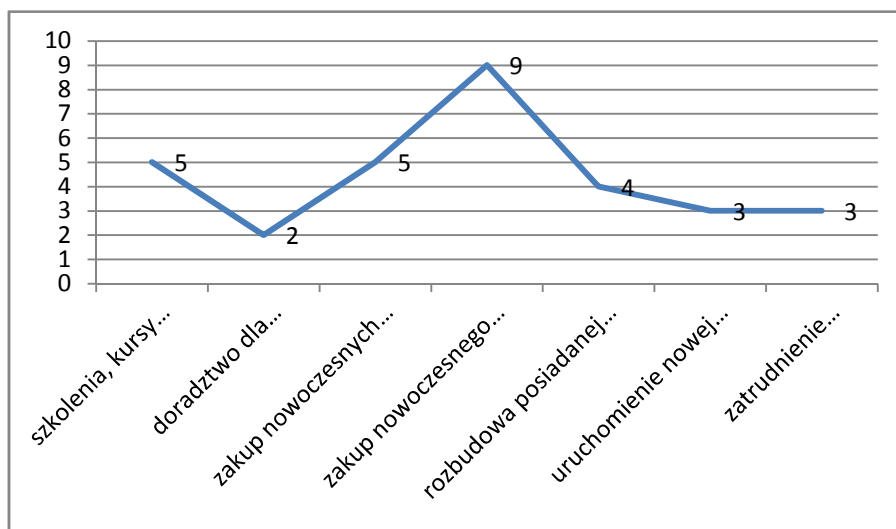


Rysunek 79. Działania realizowane dzięki dotacjom unijnym w badanych firmach w handlu - procentowo (N=36)

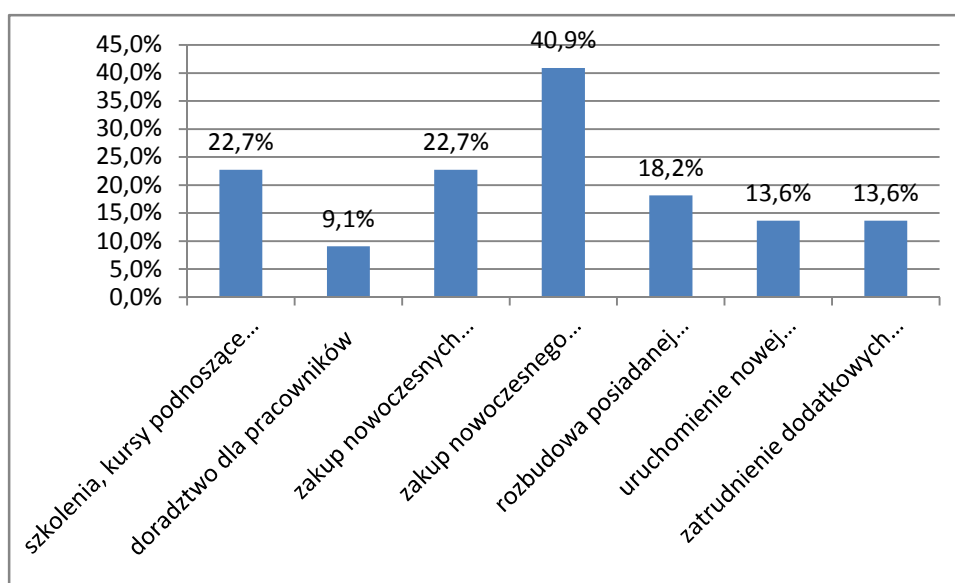


W branży transportowej największa liczba badanych przedsiębiorców (16, co stanowi 55,2%) deklaruje, że wydatkuje fundusze z UE na zakup nowoczesnego sprzętu, a najmniejsza – na doradztwo dla pracowników (1 firma, 3,4%). Pod względem działań podejmowanych dzięki funduszom unijnym przedsiębiorstwa transportowe nie różnią się zatem od firm budowlanych i handlowych.

Rysunek 80. Działania realizowane dzięki dotacjom unijnym w badanych firmach w usługach gastronomicznych (N=31)



Rysunek 81. Działania realizowane dzięki dotacjom unijnym w badanych firmach w usługach gastronomicznych - procentowo (N=31)

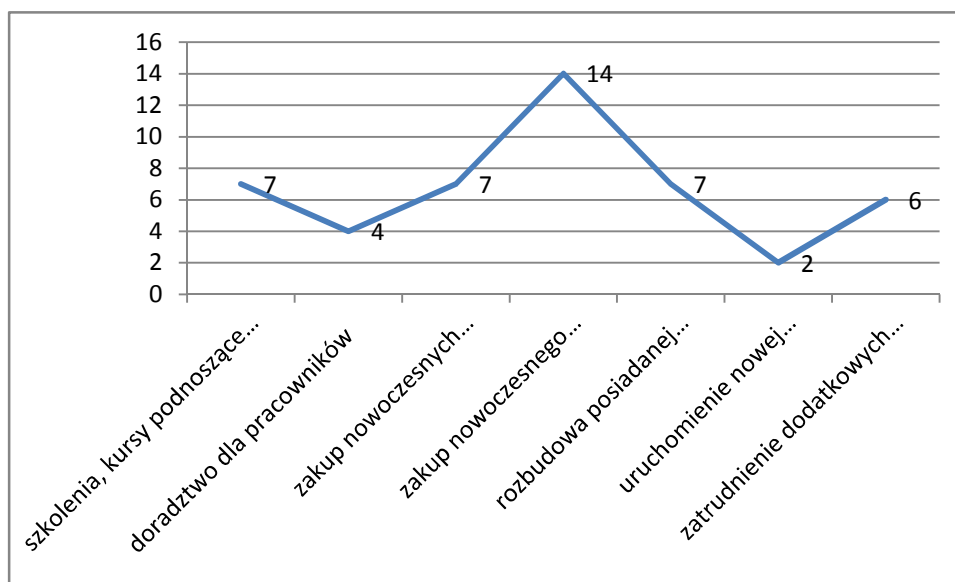


Na podstawie analizy otrzymanych wyników można stwierdzić, że przedstawiciele branży usług gastronomicznych przeznaczają otrzymane dotacje unijne na takie same

działania, jak przedstawiciele budownictwa, handlu i transportu (rysunki 80 i 81). Najwięcej firm - 9 (40,9%) przeznaczają je na zakup nowoczesnego sprzętu, a najmniej - 2 (9,1%) na doradztwo dla pracowników.

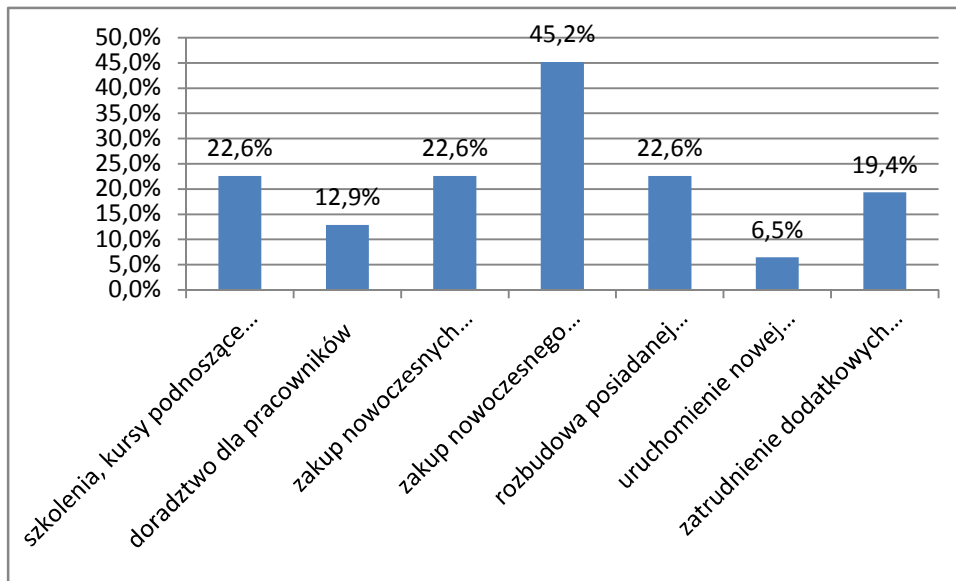
Przedstawiciele branży usług innych udzielali odpowiedzi różniące się w niewielkim stopniu od ogólnie zaobserwowanego wśród przedsiębiorców z terenu województwa lubelskiego trendu: co prawda, najwięcej firm - 14, co stanowi 45,2% liczebności tej grupy - przeznaczają otrzymane fundusze unijne na zakup nowoczesnego sprzętu, ale najmniej firm (2, czyli 6,5%) wydaje dotacje na uruchamianie nowej działalności przedsiębiorstwa. Natomiast przeznaczanie dotacji na szkolenia pracowników jest na tym samym poziomie co zakup nowoczesnych technologii oraz rozbudowa posiadanej infrastruktury, co wyróżnia przedstawicieli tej branży od pozostałych badanych branż (rysunki 82 i 83).

Rysunek 82. Działania realizowane dzięki dotacjom unijnym w badanych firmach w usługach gastronomicznych (N=47)



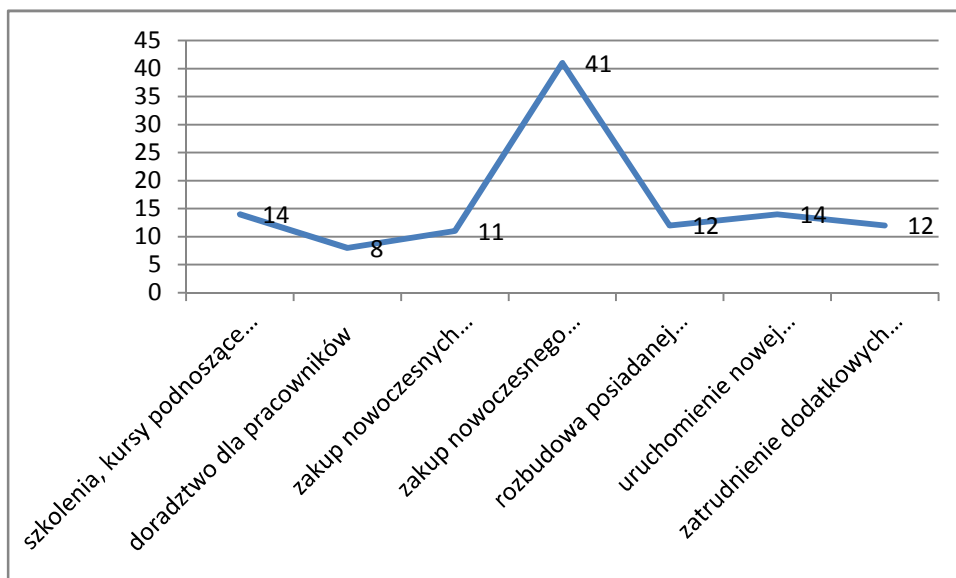
Zaobserwowana różnica w odpowiedziach na to pytanie spośród przedstawicieli 5 branż okazała się istotna jedynie w wypadku wydatkowania funduszy z UE na szkolenia i kursy podnoszące kwalifikacje pracowników: $\chi^2 = 9,651$; $p < 0,05$. Najwięcej na szkolenia i kursy pracowników przeznaczają firmy handlowe, a najmniej - transportowe.

Rysunek 83. Działania realizowane dzięki dotacjom unijnym w badanych firmach w usługach gastronomicznych - procentowo (N=47)

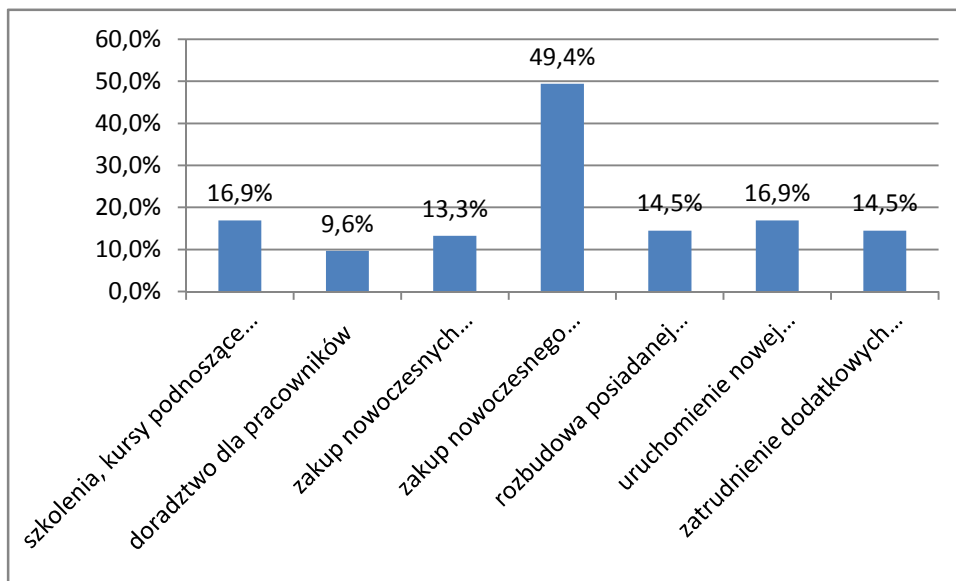


Wśród respondentów znajdowali się przedstawiciele firm o różnej wielkości: mikro-, małych, średnich i dużych przedsiębiorstw. Przeanalizowano również związek pomiędzy wydatkowaniem funduszy unijnych a wielkością przedsiębiorstwa otrzymując wyniki przedstawione na rysunkach 84 – 89:

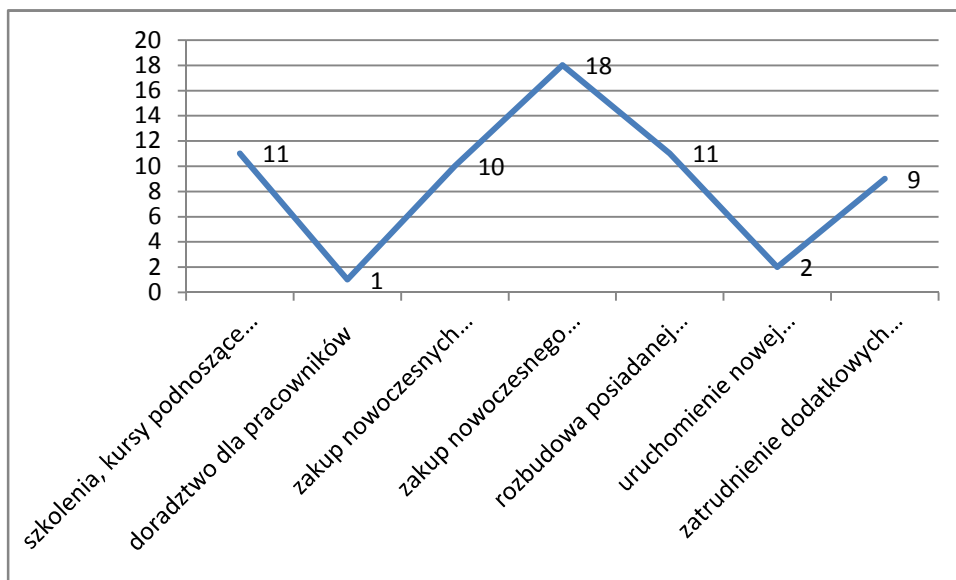
Rysunek 84. Działania realizowane dzięki dotacjom unijnym w badanych firmach w mikroprzedsiębiorstwach (N=112)



Rysunek 85. Działania realizowane dzięki dotacjom unijnym w badanych firmach w mikroprzedsiębiorstwach - procentowo (N=112)



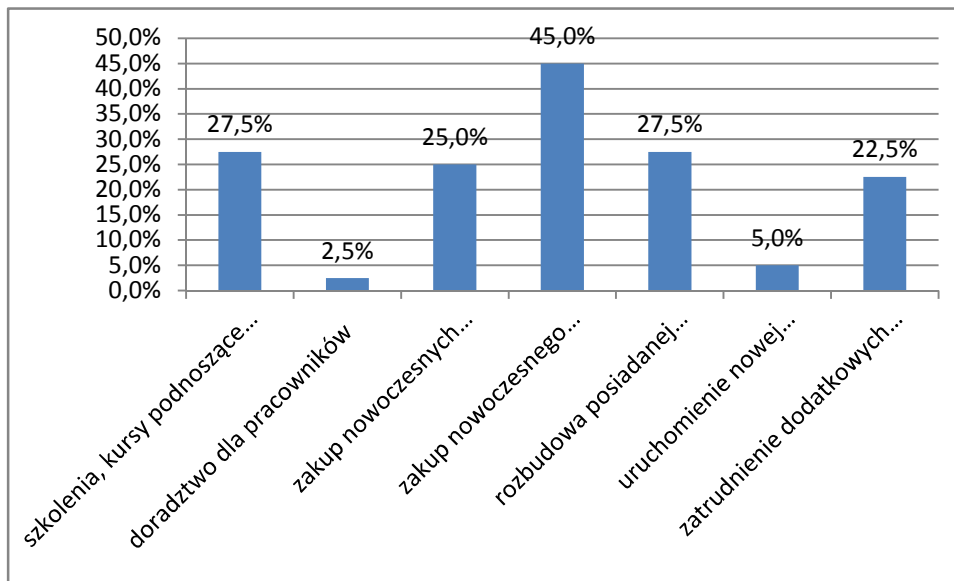
Rysunek 86. Działania realizowane dzięki dotacjom unijnym w badanych firmach w małych przedsiębiorstwach (N=62)



W badanych mikroprzedsiębiorstwach dotacje unijne przeznaczone są głównie na zakup nowoczesnych technologii – 41 (49,4%), następnie na szkolenia pracowników oraz uruchomienie nowej działalności – 14 (16,9%). Najmniej mikroprzedsiębiorstw wydatkuje fundusze z UE na doradztwo dla pracowników – 8 firm, 9,6% liczebności tej podgrupy.

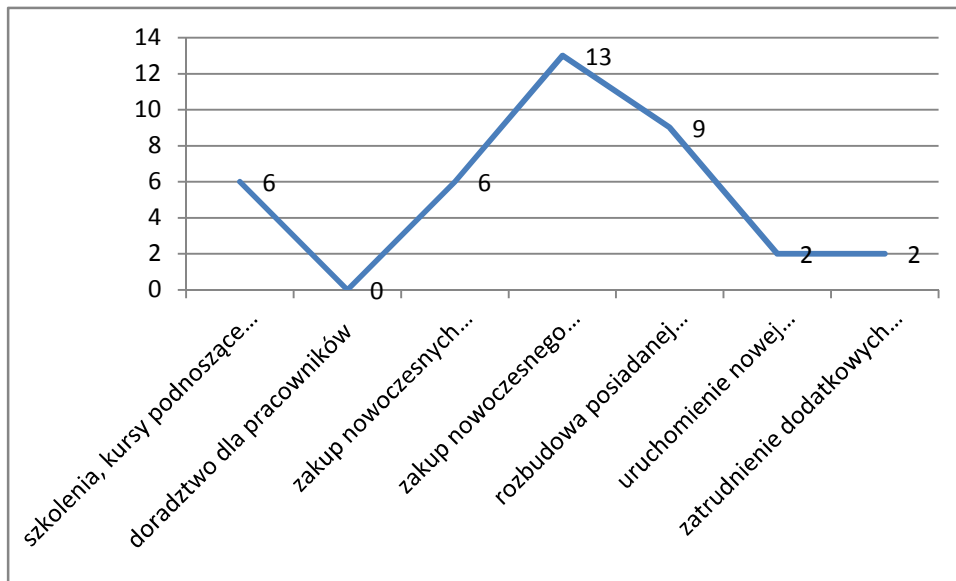
Podobnych odpowiedzi udzielali także przedstawiciele małych przedsiębiorstw: najwięcej funduszy unijnych wydatkują na zakup nowoczesnego sprzętu (18 firm, 45%), następnie na szkolenia pracowników (11, 27,5%) oraz uruchomienie nowej działalności – 11, 27,5%. Najmniej dotacji unijnych jest przeznaczanych na doradztwo dla pracowników – 1 firma, 2,5%.

Rysunek 87. Działania realizowane dzięki dotacjom unijnym w badanych firmach w małych przedsiębiorstwach - procentowo (N=62)

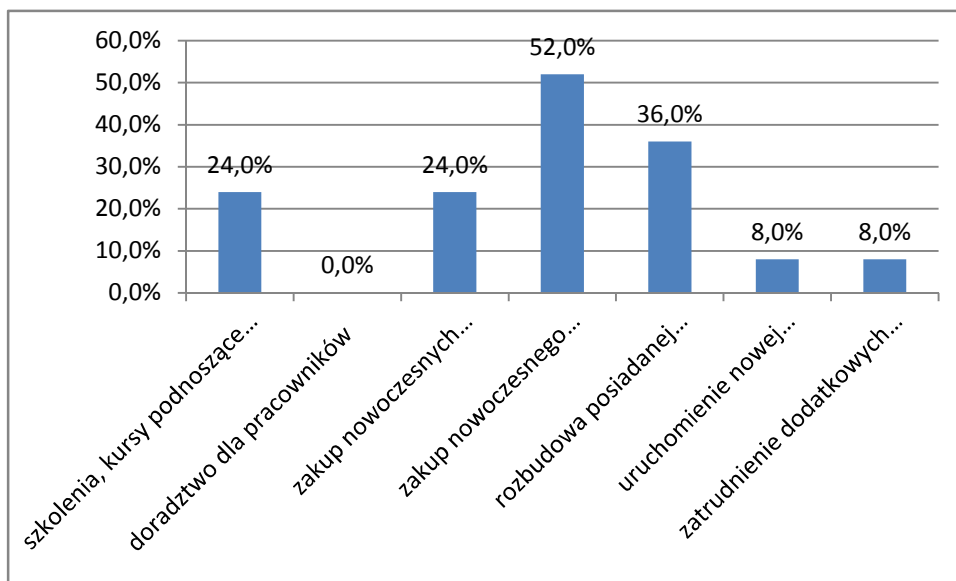


Nieco odmiennie przedstawia się sytuacja w średnich i dużych przedsiębiorstwach. Wprawdzie najwięcej funduszy z UE przeznaczają one na zakup nowoczesnego sprzętu (13 firm, 52% liczebności tej podgrupy), tak jak w wypadku mikroprzedsiębiorstw i małych firm, jednak w następnej kolejności przeznaczają je na rozbudowę posiadanej infrastruktury – 9 firm, 36% oraz szkolenia pracowników i zakup nowoczesnych technologii – 6 firm, 24%.

Rysunek 88. Działania realizowane dzięki dotacjom unijnym w badanych firmach w średnich i dużych przedsiębiorstwach (N=38)



Rysunek 89. Działania realizowane dzięki dotacjom unijnym w badanych firmach w średnich i dużych przedsiębiorstwach - procentowo (N=38)

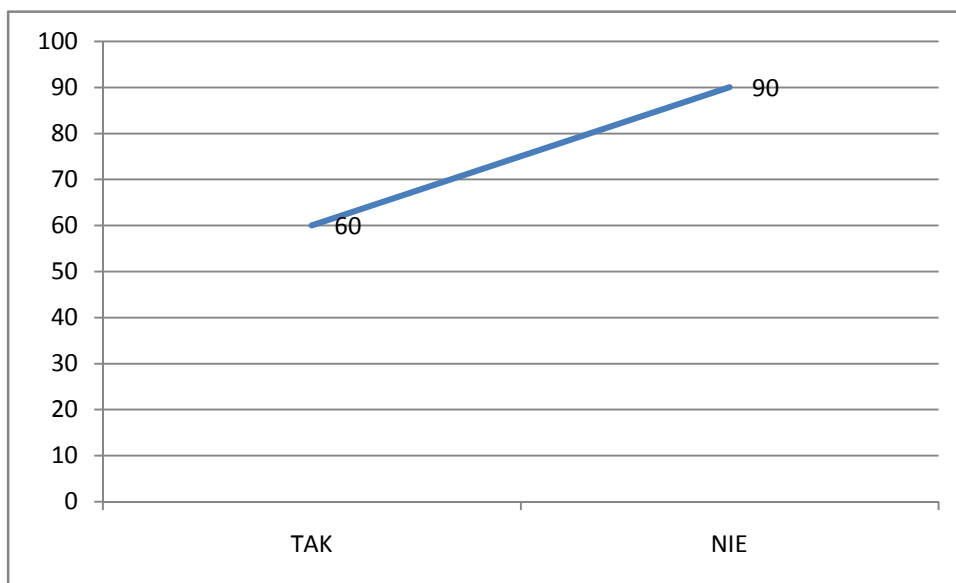


Różnica w odpowiedziach pomiędzy respondentami okazała się istotna jedynie w wypadku przeznaczania dotacji unijnych na rozbudowę infrastruktury firmy: $\chi^2 = 6,379$; $p < 0,05$. W tym względzie dominują mikroprzedsiębiorstwa, zaś najmniej funduszy na ten cel przeznaczają średnie i duże firmy.

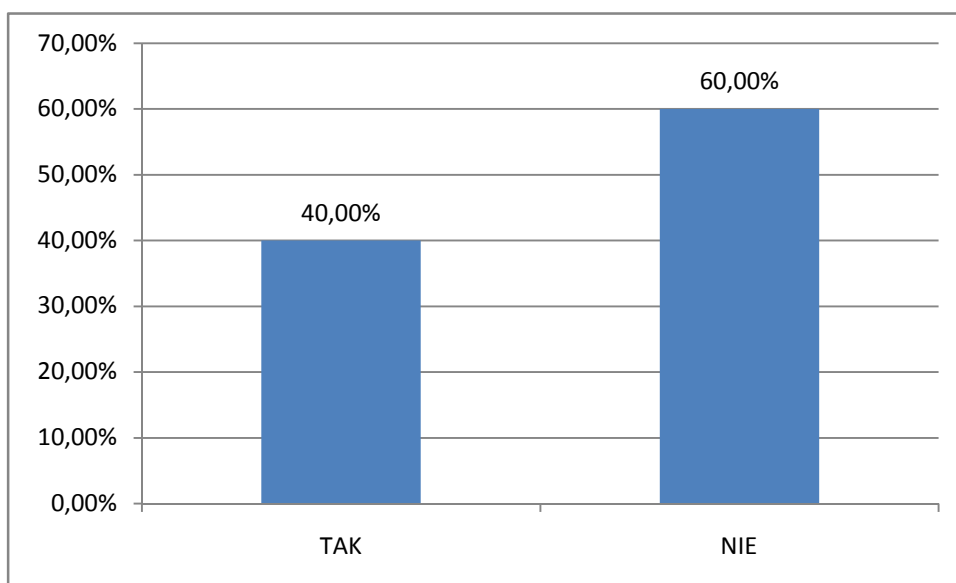
Pytanie 5.

W pytaniu tym proszono przedsiębiorców, którzy korzystają z funduszy unijnych przy prowadzeniu firmy, o podanie, czy korzystali z pomocy przy przygotowywaniu wniosku aplikacyjnego. Odpowiedzi na to pytanie ukazują rysunki 90 i 91:

Rysunek 90. Odpowiedzi na pytanie: Czy ubiegając się o dofinansowanie z funduszy unijnych Pana/i firma korzystała z pomocy? (N=150)

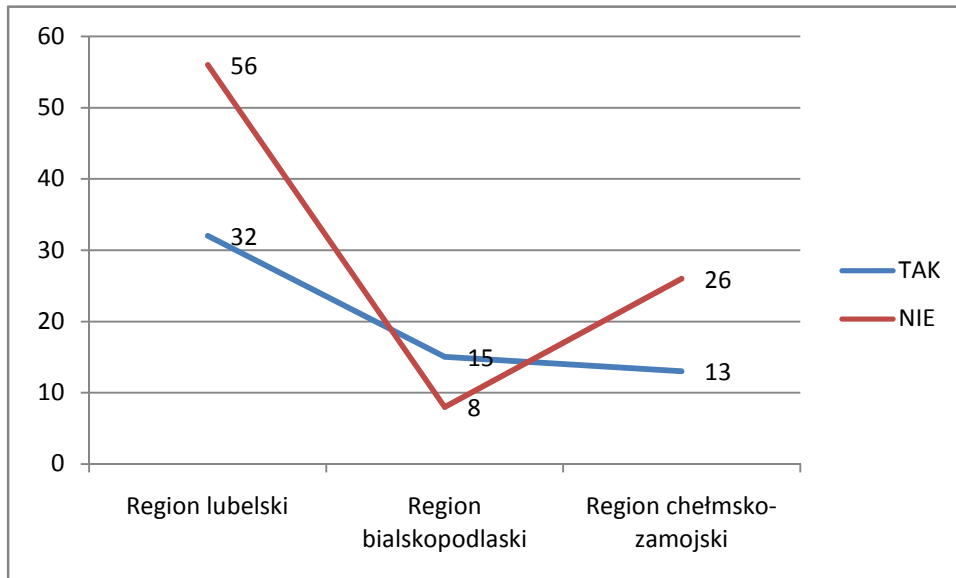


Rysunek 91. Odpowiedzi na pytanie: Czy ubiegając się o dofinansowanie z funduszy unijnych Pana/i firma korzystała z pomocy? - procentowo (N=150)

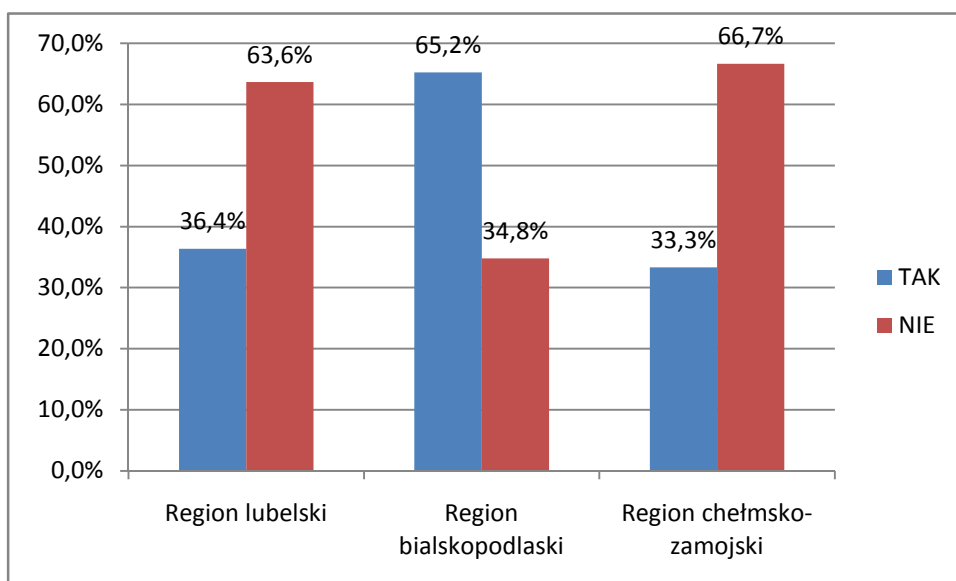


Jak można zauważyć, ponad połowa firm (90 firm, 60%) korzystających z funduszy unijnych nie korzystała z pomocy zewnętrznej przy przygotowywaniu wniosków aplikacyjnych. Przy analizie odpowiedzi na to pytanie uwzględniono również subregion, na którego terenie działa dana firma. Otrzymane wyniki prezentują rysunki 92-93:

Rysunek 92. Odpowiedzi na pytanie: Czy ubiegając się o dofinansowanie z funduszy unijnych Pana/i firma korzystała z pomocy? w subregionach lubelskim, białkopodlaskim i chełmsko-zamojskim (N=150)



Rysunek 93. Odpowiedzi na pytanie: Czy ubiegając się o dofinansowanie z funduszy unijnych Pana/i firma korzystała z pomocy? w subregionach lubelskim, białkopodlaskim i chełmsko-zamojskim - procentowo (N=150)

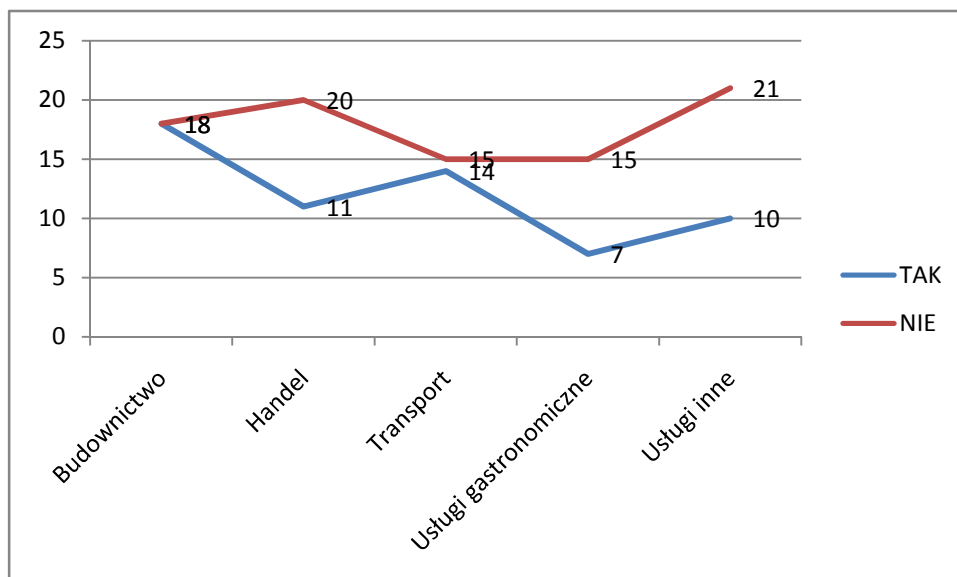


Analizując otrzymane wyniki można stwierdzić, że najwięcej firm z subregionu lubelskiego korzystało z pomocy przy przygotowywaniu wniosku – 32 firmy, co stanowi 36,4% liczebności tej podgrupy. W subregionie chełmsko-zamojskim najmniej przedsiębiorstw korzystało z takiej pomocy – 13, 33,3%. Jednak to w subregionie białkopodlaskim najwięcej firm korzystało z pomocy zewnętrznej przy przygotowywaniu wniosków aplikacyjnych: w tym regionie stosunek firm, które korzystały z pomocy do tych, które nie korzystały z pomocy wynosi 15 do 8 i jest to stosunek odwrotny niż w przypadku pozostałych podregionów, gdzie dominują firmy samodzielnie ubiegające się o fundusze unijne.

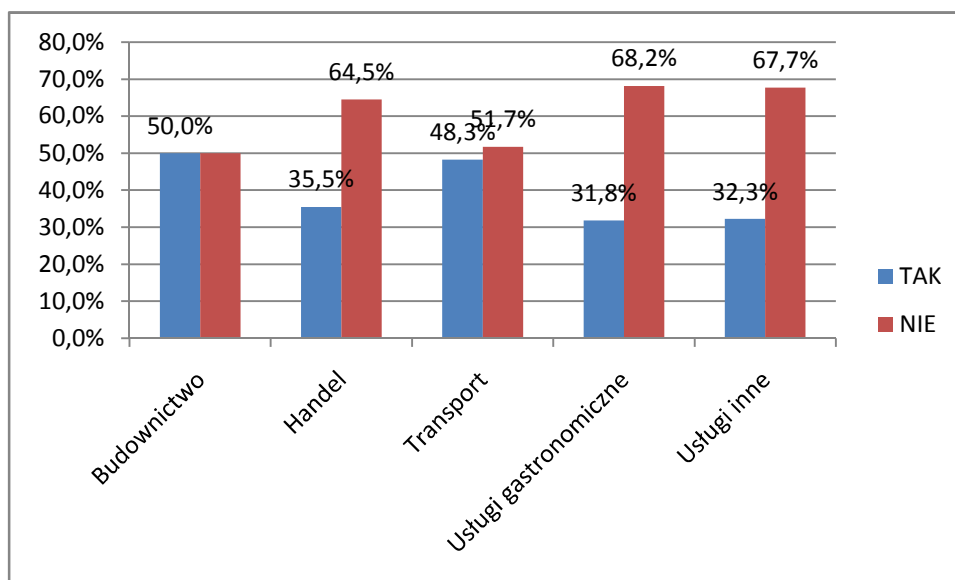
Różnica widoczna w odpowiedziach jest istotna statystycznie: $\chi^2=7,301$; $p<0,05$. Oznacza to, że we wszystkich subregionach łącznie jest więcej firm, które aplikowały o fundusze unijne samodzielnie niż takich, które korzystały w tym względzie z pomocy zewnętrznej.

Biorąc pod uwagę branżę przedsiębiorstwa można zaobserwować, że najwięcej firm z branży budowlanej korzystało z pomocy przy przygotowywaniu wniosków aplikacyjnych – 18 (50%), następnie w branży transportowej – 14 (48,3%). Najmniej licznie po pomoc sięgały firmy z branży usług gastronomicznych – 7 firm (31,8%). Wyniki pokazują rysunki 94 i 95:

Rysunek 94. Odpowiedzi na pytanie: Czy ubiegając się o dofinansowanie z funduszy unijnych Pana/i firma korzystała z pomocy? w analizowanych branżach (N=149)

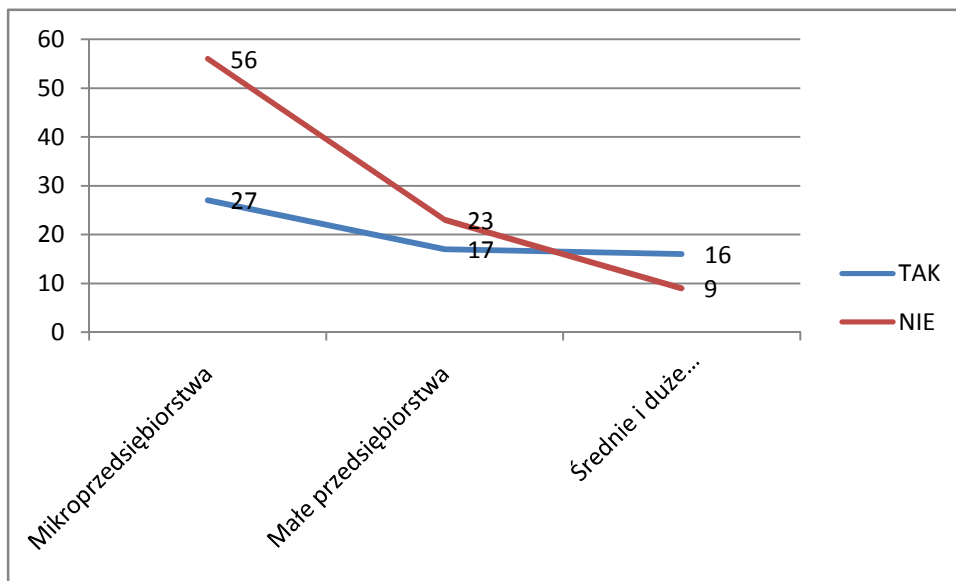


Rysunek 95. Odpowiedzi na pytanie: Czy ubiegając się o dofinansowanie z funduszy unijnych Pana/i firma korzystała z pomocy? w analizowanych branżach - procentowo (N=149)

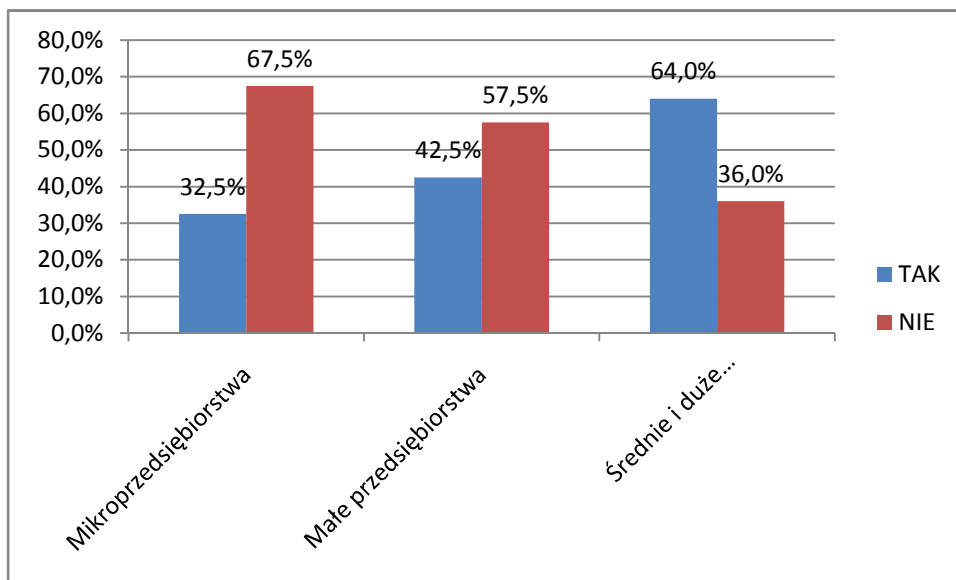


Różnica w odpowiedziach na to pytanie pomiędzy firmami reprezentującymi różne branże nie jest istotna statystycznie: $\text{Chi}^2=3,966$; $p>0,05$. Badane przedsiębiorstwa podzielono również ze względu na ich wielkość. Analizując wyniki w firmach różnej wielkości, można zaobserwować, że najwięcej z pomocy zewnętrznej podczas przygotowywania wniosku korzystały mikroprzedsiębiorstwa – 27 firm (32,5% liczebności tej podgrupy)(zob. rysunki 96 i 97). Małe oraz średnie i duże przedsiębiorstwa korzystały z pomocy w mniejszym stopniu: 17 małych oraz 16 średnich i dużych firm (odpowiednio: 42,5% i 64%). Średnie i duże przedsiębiorstwa wyróżniają się na tle pozostałych: jest to jedyna podgrupa, w której więcej firm korzystało z pomocy przy przygotowywaniu wniosków niż nie korzystało. W pozostałych typach przedsiębiorstw można zaobserwować odwrotną prawidłowość: więcej firm samodzielnie przygotowywało wnioski niż korzystało z pomocy zewnętrznej.

Rysunek 96. Odpowiedzi na pytanie: Czy ubiegając się o dofinansowanie z funduszy unijnych Pana/i firma korzystała z pomocy? w mikro-, małych, średnich i dużych przedsiębiorstwach (N=148)



Rysunek 97. Odpowiedzi na pytanie: Czy ubiegając się o dofinansowanie z funduszy unijnych Pana/i firma korzystała z pomocy? w mikro-, małych, średnich i dużych przedsiębiorstwach - procenty (N=148)



Zaobserwowana różnica jest istotna statystycznie: $\chi^2=7,981$; $p<0,05$, co oznacza, że zdecydowanie więcej przedsiębiorstw przygotowuje wnioski aplikacyjne we własnym zakresie niż korzysta z pomocy zewnętrznej.

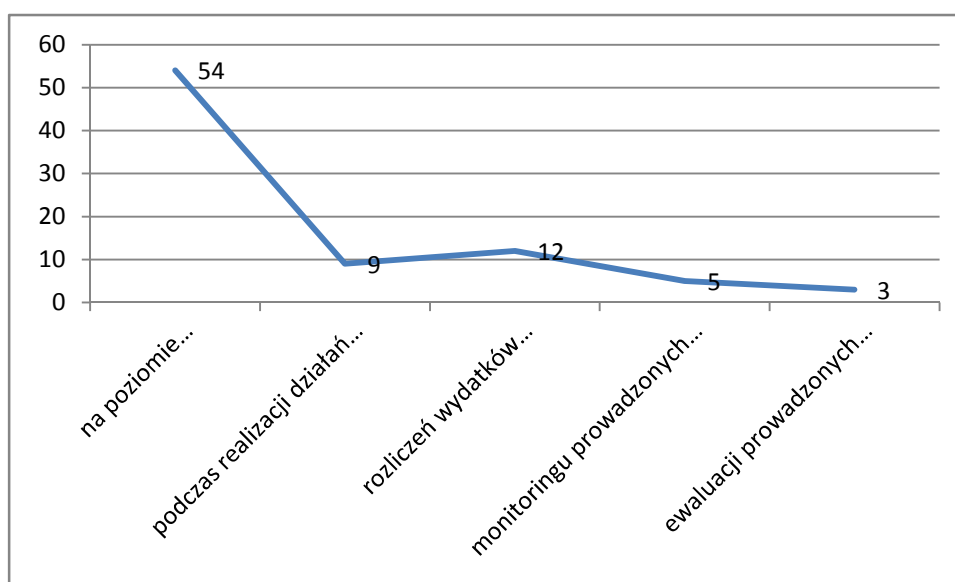
Pytanie 6.

W pytaniu 6 proszono respondentów, którzy korzystali z pomocy zewnętrznej przy przygotowywaniu wniosków aplikacyjnych i realizowaniu projektów, o podanie, jakiego rodzaju to była pomoc. Na pytanie to odpowiedziało 60 osób wybierając następujące formy pomocy (można było wybrać więcej niż jedną odpowiedź):

- na poziomie przygotowywania wniosku: 54 (90%),
- podczas realizacji działań projektowych: 9 (15%),
- rozliczeń wydatków projektowych: 12 (20%),
- monitoringu prowadzonych działań: 5 (8,3%),
- ewaluacji prowadzonych działań: 3 (5%).

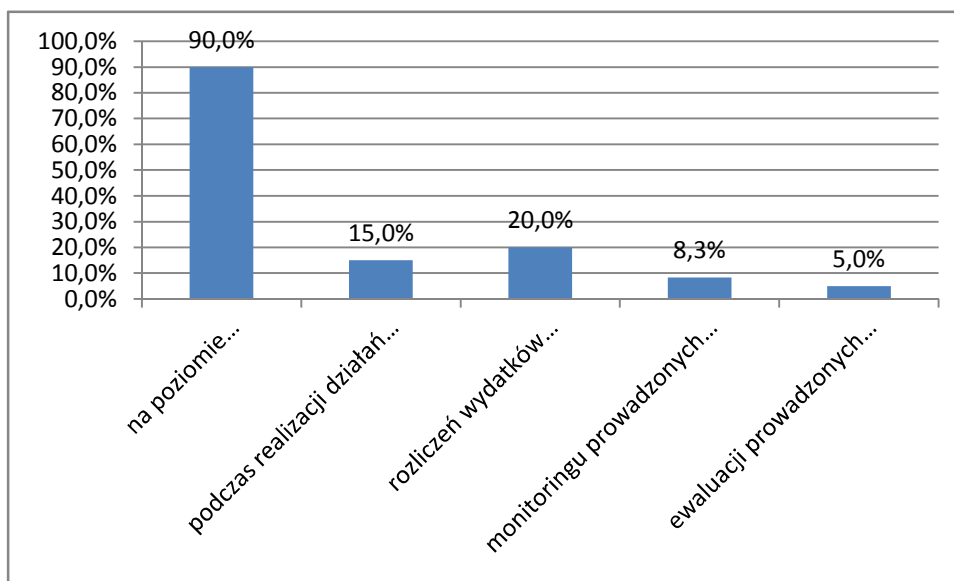
Otrzymane wyniki przedstawiają rysunki 98 i 99:

Rysunek 98. Formy pomocy, z których korzystali przedsiębiorcy przy realizacji projektu (N=60)



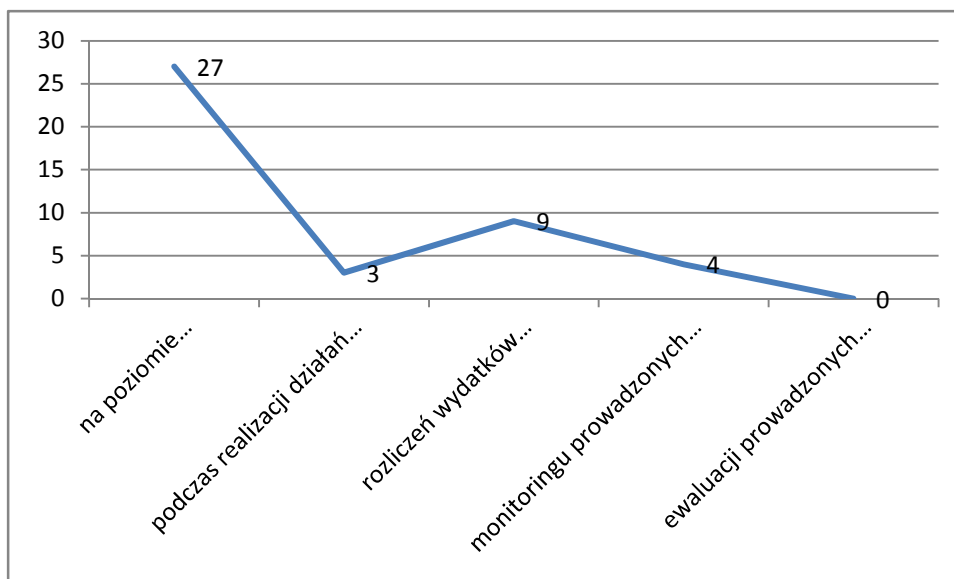
Aż 90% przedsiębiorców, którzy korzystali z pomocy przy realizacji projektu zadeklarowało, że potrzebowali jej na poziomie przygotowania wniosku aplikacyjnego. W drugiej kolejności wybierana była pomoc na poziomie rozliczeń wydatków projektowych – 12 (20%). Pozostałe formy pomocy były wybierane jedynie jednostkowo.

Rysunek 99. Formy pomocy, z których korzystali przedsiębiorcy przy realizacji projektu – procentowo (N=60)

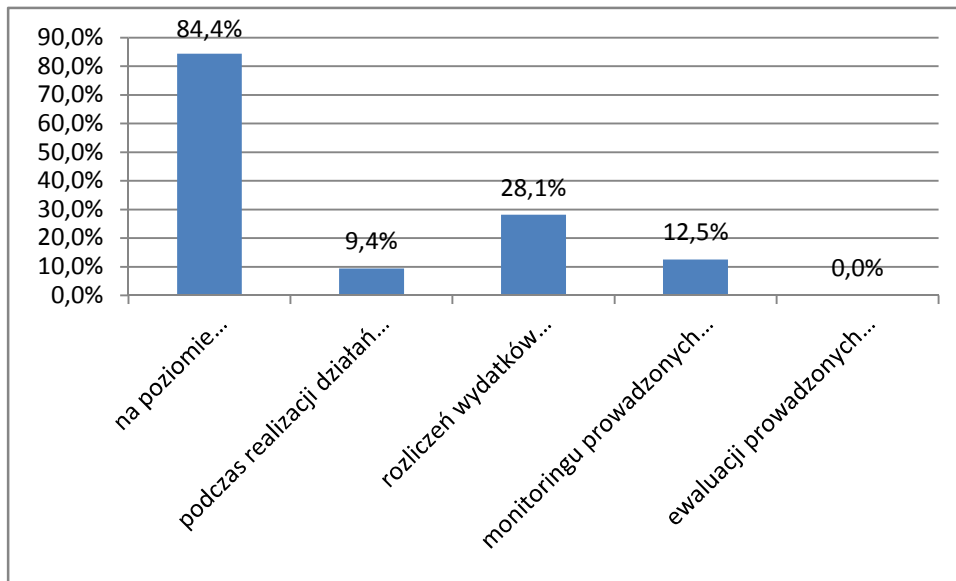


W badaniach brano także pod uwagę subregion województwa lubelskiego, z którego pochodzą przedsiębiorstwa. Otrzymane wyniki przedstawiają rysunki 100 – 105:

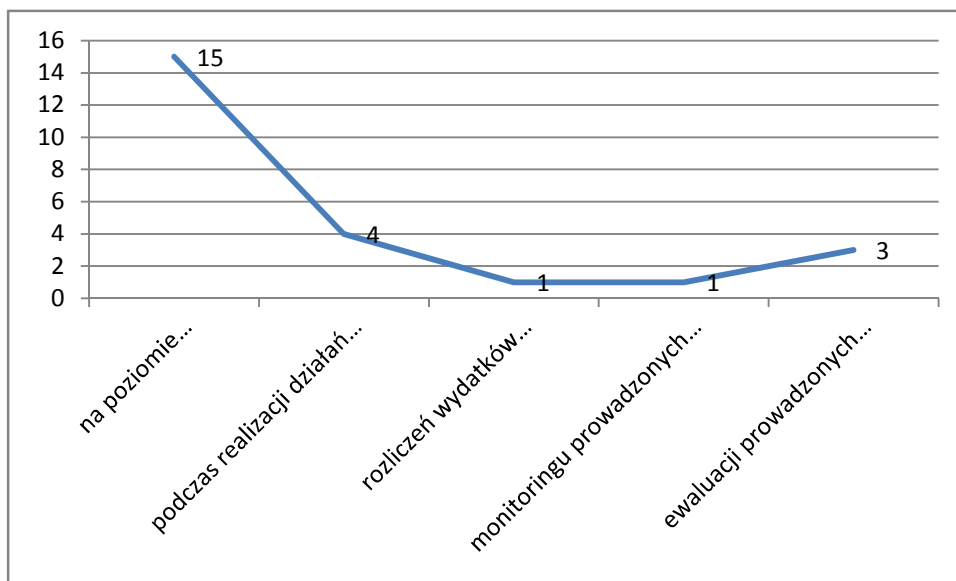
Rysunek 100. Formy pomocy, z których korzystali przedsiębiorcy przy realizacji projektu w subregionie lubelskim (N=32)



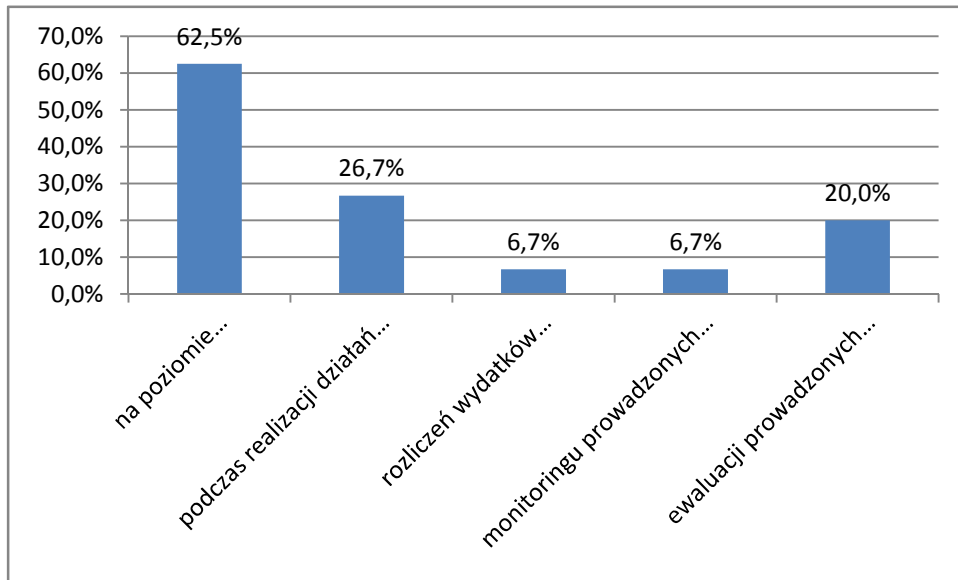
Rysunek 101. Formy pomocy, z których korzystali przedsiębiorcy przy realizacji projektu w subregionie lubelskim - procentowo (N=32)



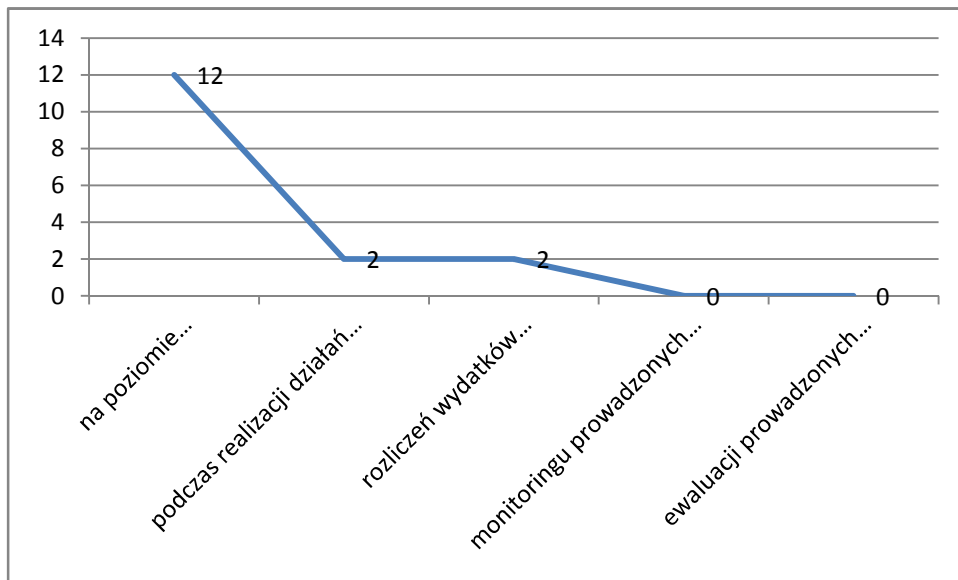
Rysunek 102. Formy pomocy, z których korzystali przedsiębiorcy przy realizacji projektu w subregionie bielskopodlaskim (N=15)



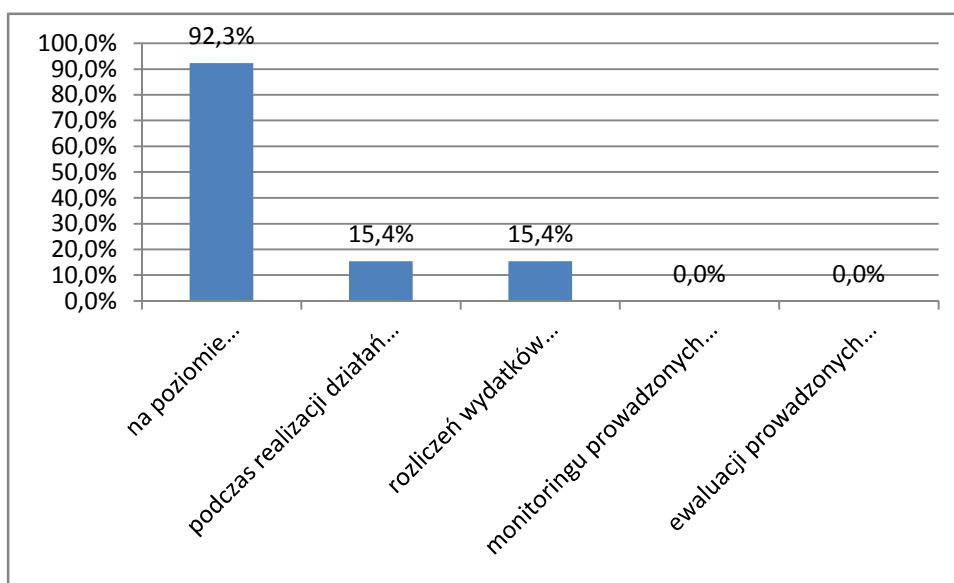
Rysunek 103. Formy pomocy, z których korzystali przedsiębiorcy przy realizacji projektu w subregionie bielskopodlaskim - procentowo (N=15)



Rysunek 104. Formy pomocy, z których korzystali przedsiębiorcy przy realizacji projektu w subregionie chełmsko-zamojskim (N=13)



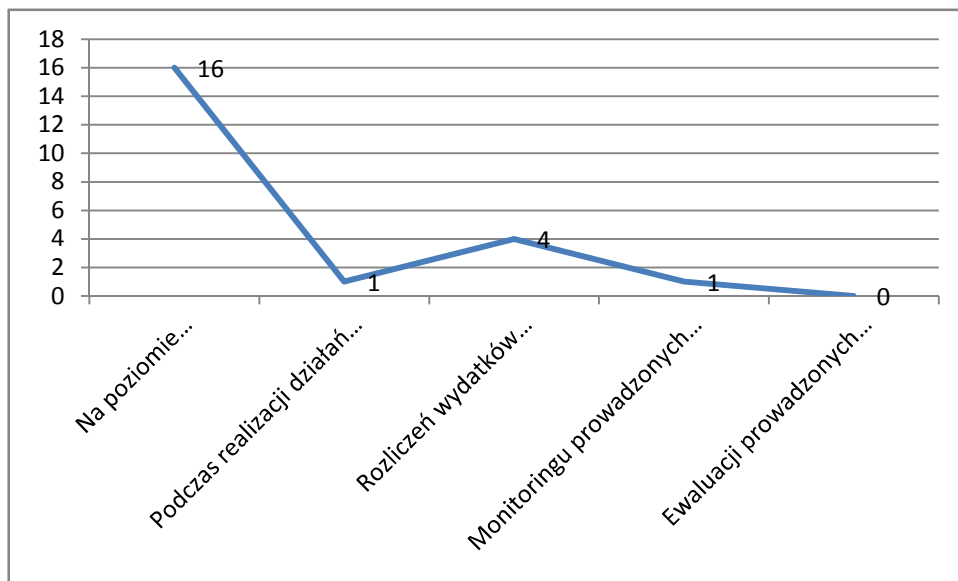
Rysunek 105. Formy pomocy, z których korzystali przedsiębiorcy przy realizacji projektu w subregionie chełmsko – zamojskim - procentowo (N=13)



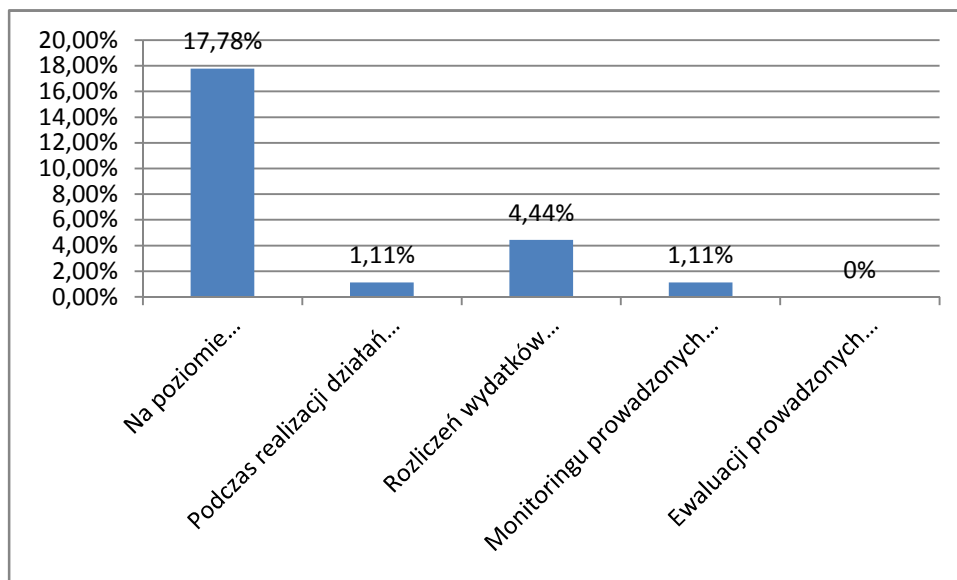
W subregionie lubelskim przedsiębiorcy korzystali z pomocy głównie przy przygotowywaniu wniosku aplikacyjnego - tę formę pomocy wybierano 27 razy, co stanowi 84,4% odpowiedzi. Następnie wybierana była pomoc przy rozliczeniach projektowych – 9 razy, 28,1%. Podobnie odpowiadali przedsiębiorcy z subregionu białkopodlaskiego i chełmsko-zamojskiego: tu również firmy najczęściej korzystały z pomocy przy przygotowywaniu wniosku oraz rozliczeniach, z tym, że w subregionie chełmsko-zamojskim nikt z przedsiębiorców nie korzystał z pomocy przy monitoringu oraz ewaluacji projektu. Istotna statystycznie jest jedynie różnica w zakresie ewaluacji – w tym wypadku istotnie więcej firm z wszystkich wyróżnionych subregionów nie korzystało z pomocy: $\text{Chi}^2 = 9,474; p < 0,05$.

Biorąc pod uwagę branżę, w której działa przedsiębiorstwo, można zauważyć, że w branży budowlanej przedsiębiorcy najczęściej korzystali z pomocy przy przygotowywaniu wniosku aplikacyjnego – 16 (17,78% odpowiedzi) i rozliczeniach projektowych – 4 (4,44%). Odpowiedzi przedsiębiorców z tej branży prezentują rysunki 106 - 107:

Rysunek 106. Formy pomocy, z których korzystali przedsiębiorcy przy realizacji projektu w budownictwie(N=90)



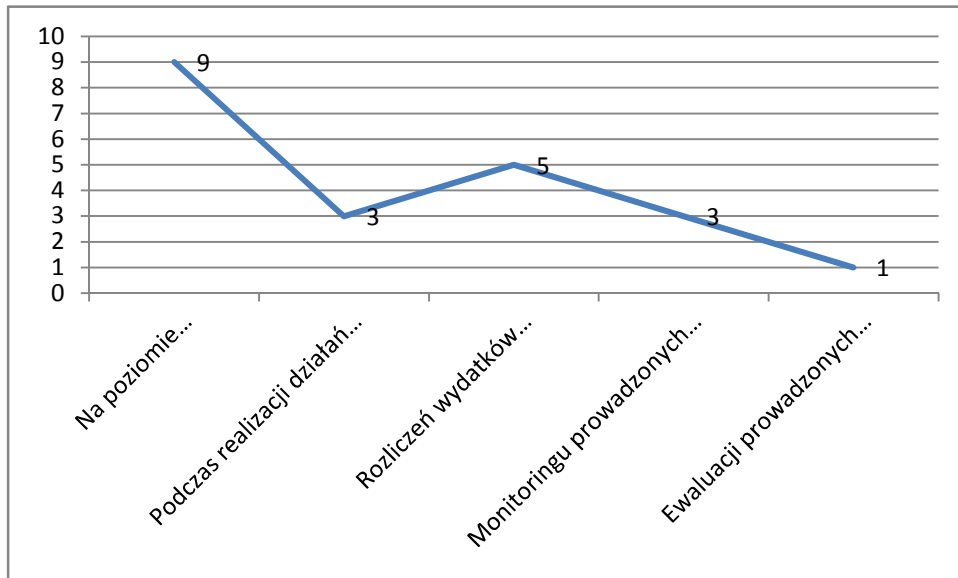
Rysunek 107. Formy pomocy, z których korzystali przedsiębiorcy przy realizacji projektu w budownictwie - procentowo (N=90)



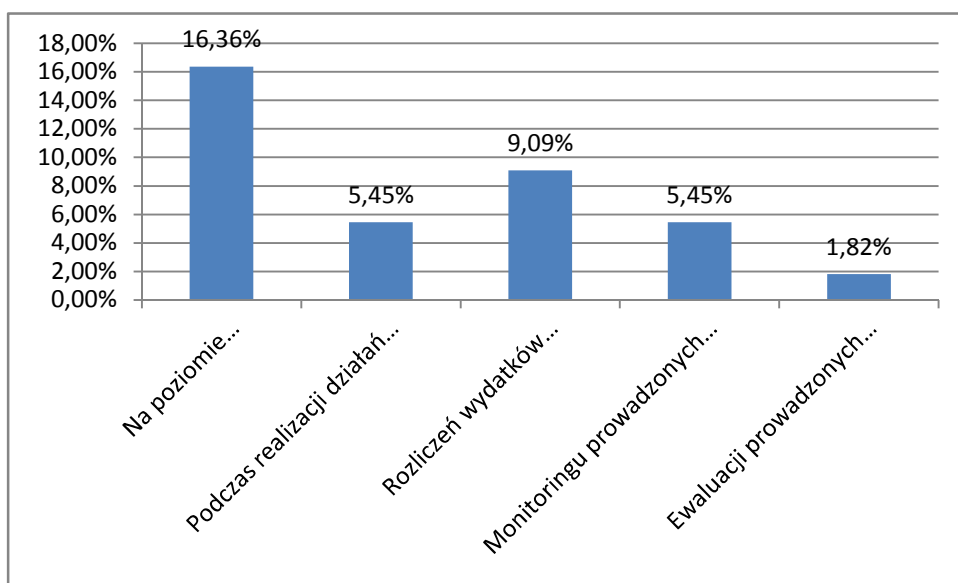
Podobnie wyglądają odpowiedzi przedsiębiorców z branży handlowej: 9 razy wybierano pomoc w przygotowywaniu wniosków, co stanowi 88,9% wybieranych odpowiedzi, natomiast 4 razy (22,2%) – pomoc przy rozliczeniach wydatków.

W branży handlowej przedsiębiorcy udzielali podobnych odpowiedzi jak w wypadku budownictwa: najczęściej wybierane formy pomocy to przygotowywanie wniosku aplikacyjnego - 16 (16,36%) oraz przy rozliczeniach wydatków projektowych – 5 (9,09%). Odpowiedzi pokazują rysunki 108 - 109:

Rysunek 108. Formy pomocy, z których korzystali przedsiębiorcy przy realizacji projektu w handlu (N=55)

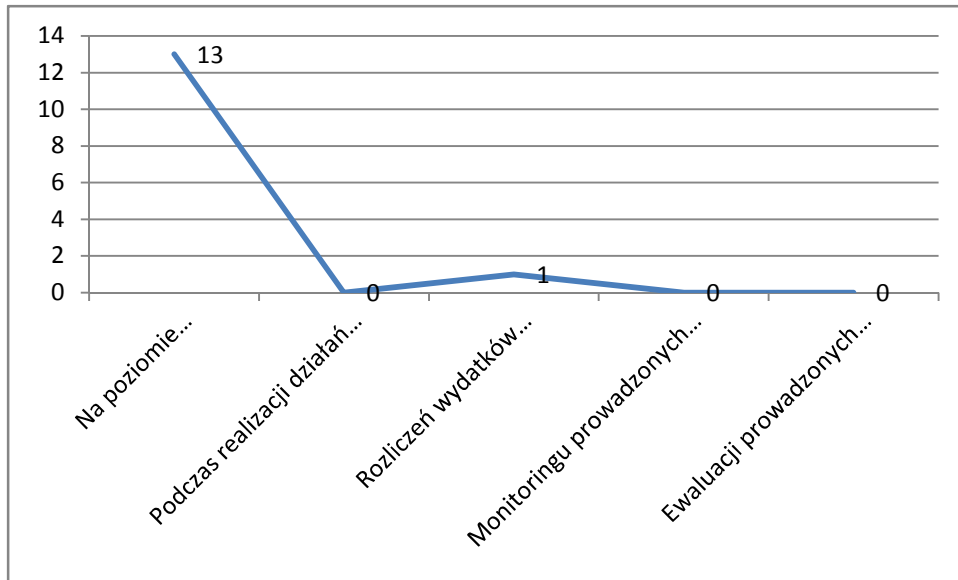


Rysunek 109. Formy pomocy, z których korzystali przedsiębiorcy przy realizacji projektu w handlu- procentowo (N=55)

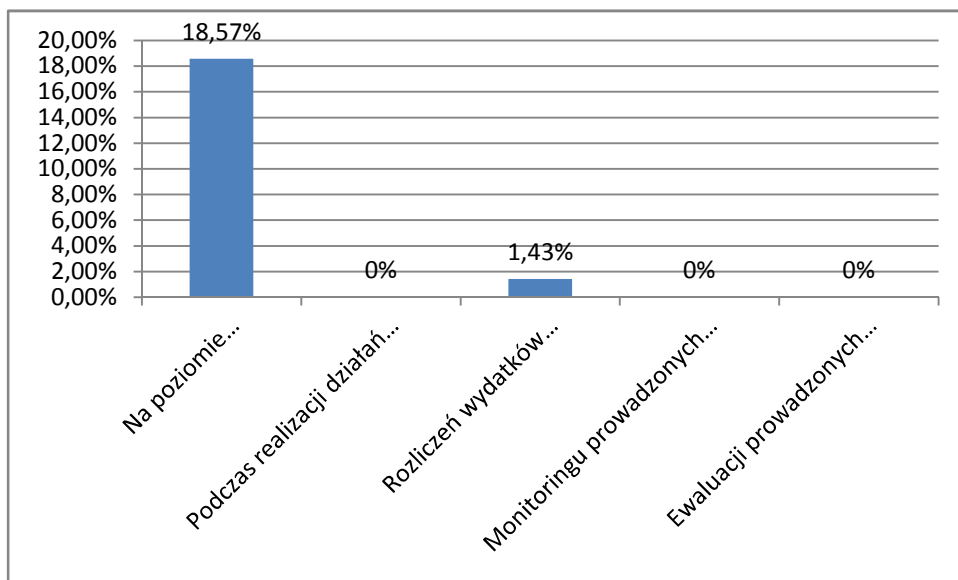


Analogiczne wyniki otrzymano w branży transportowej, co pokazują rysunki 110 – 111. Przedsiębiorcy najczęściej wskazywali na pomoc w przygotowywaniu wniosku – 13 (18,57%).

Rysunek 110. Formy pomocy, z których korzystali przedsiębiorcy przy realizacji projektu w transporcie (N=70)

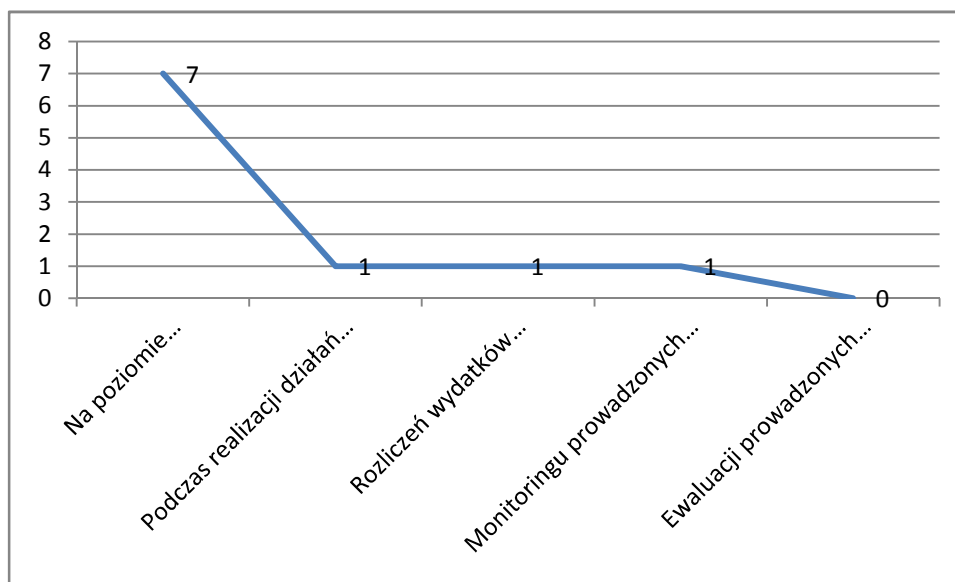


Rysunek 111. Formy pomocy, z których korzystali przedsiębiorcy przy realizacji projektu w transporcie - procentowo (N=70)

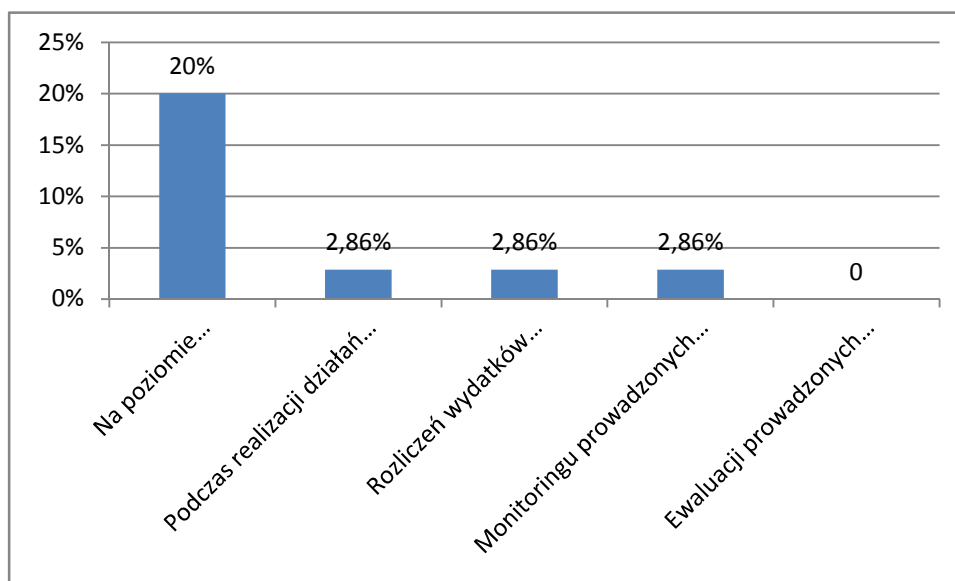


Tak samo odpowiadali przedsiębiorcy z branży usług gastronomicznych – najwięcej zadeklarowało, że korzystało z pomocy przy przygotowywaniu wniosku aplikacyjnego: 7 razy (20% odpowiedzi) – prezentują to rysunki 112 – 113:

Rysunek 112. Formy pomocy, z których korzystali przedsiębiorcy przy realizacji projektu w usługach gastronomicznych (N=35)

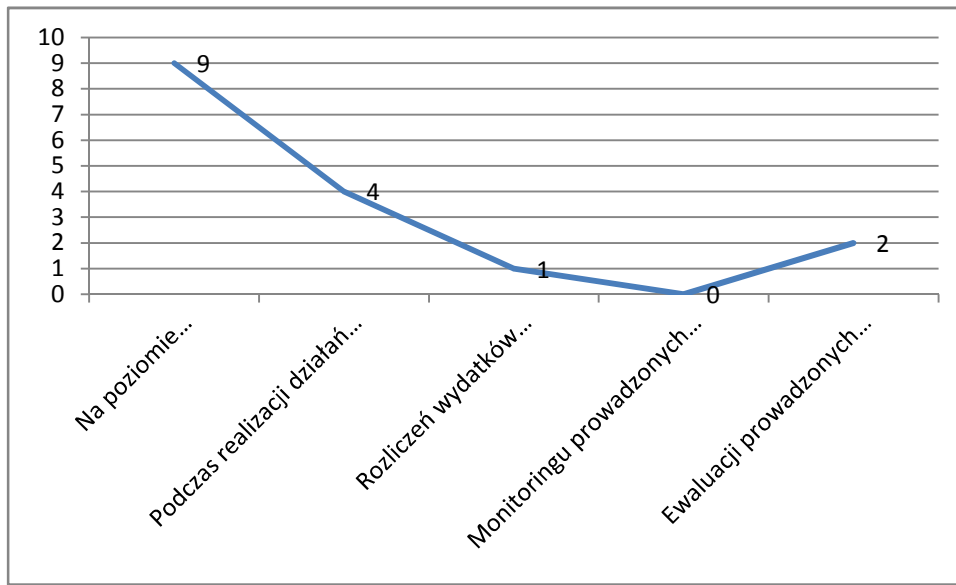


Rysunek 113. Formy pomocy, z których korzystali przedsiębiorcy przy realizacji projektu w usługach gastronomicznych - procentowo (N=35)

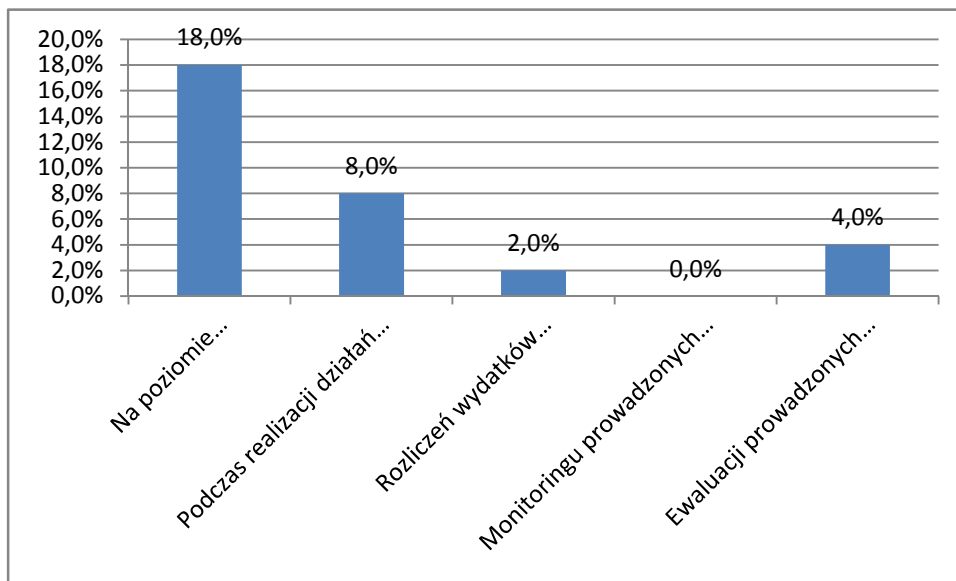


Również podobnie odpowiedzieli przedstawiciele branży usług innych – najczęściej korzystano z pomocy przy przygotowywaniu wniosku projektowego: 9 razy (18%) (rysunki 114 – 115).

Rysunek 114. Formy pomocy, z których korzystali przedsiębiorcy przy realizacji projektu w usługach innych (N=50)



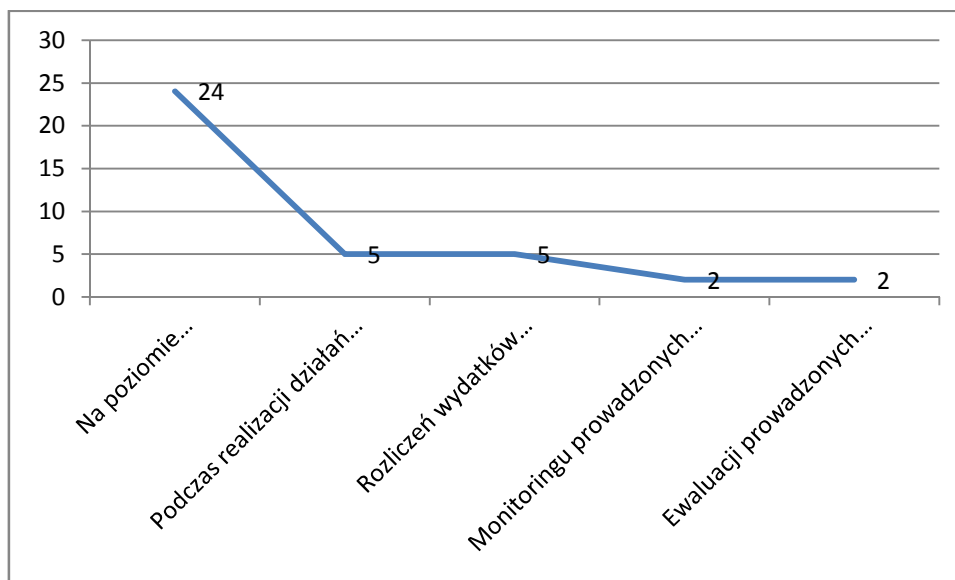
Rysunek 115. Formy pomocy, z których korzystali przedsiębiorcy przy realizacji projektu w usługach innych - procentowo (N=50)



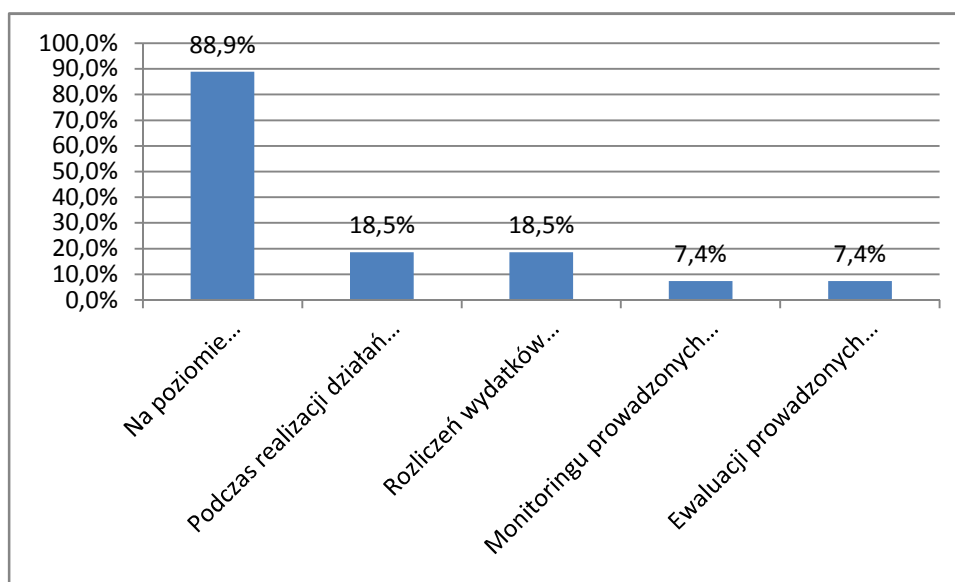
Istotna statystycznie jest różnica w zakresie pomocy podczas realizacji projektu - w tym względzie istotnie najrzadziej potrzebna była pomoc zewnętrzna: $\chi^2=9,934$; $p<0,05$.

Analizowano również odpowiedzi respondentów pod kątem wielkości firmy, co prezentują rysunki 116 – 117:

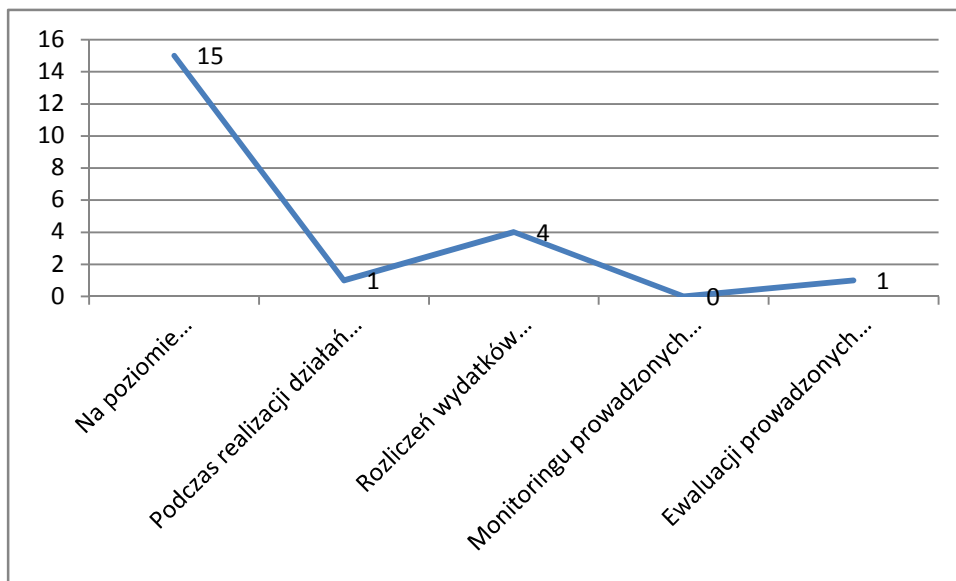
Rysunek 116. Formy pomocy, z których korzystali mikroprzedsiębiorcy (N=27)



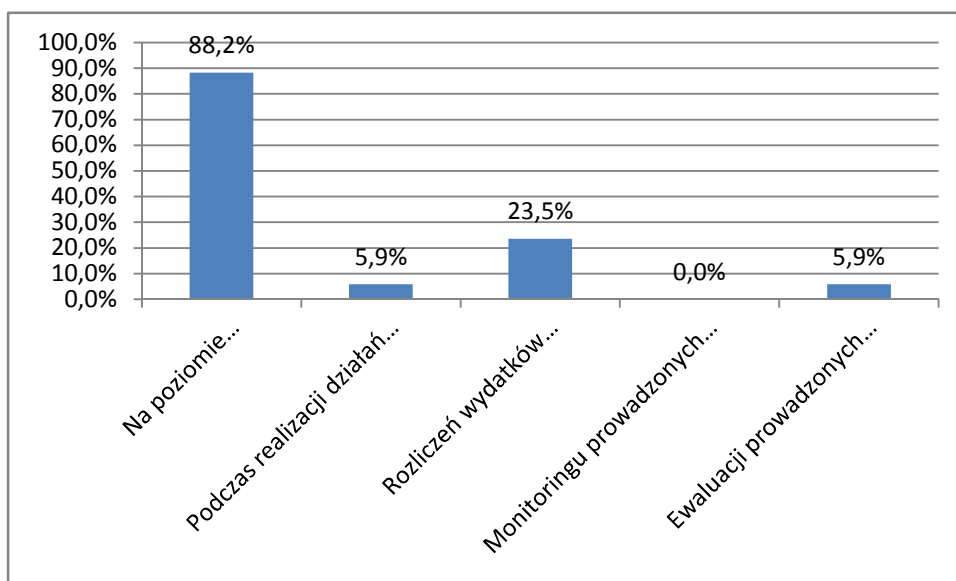
Rysunek 117. Formy pomocy, z których korzystali mikroprzedsiębiorcy - procenty (N=27)



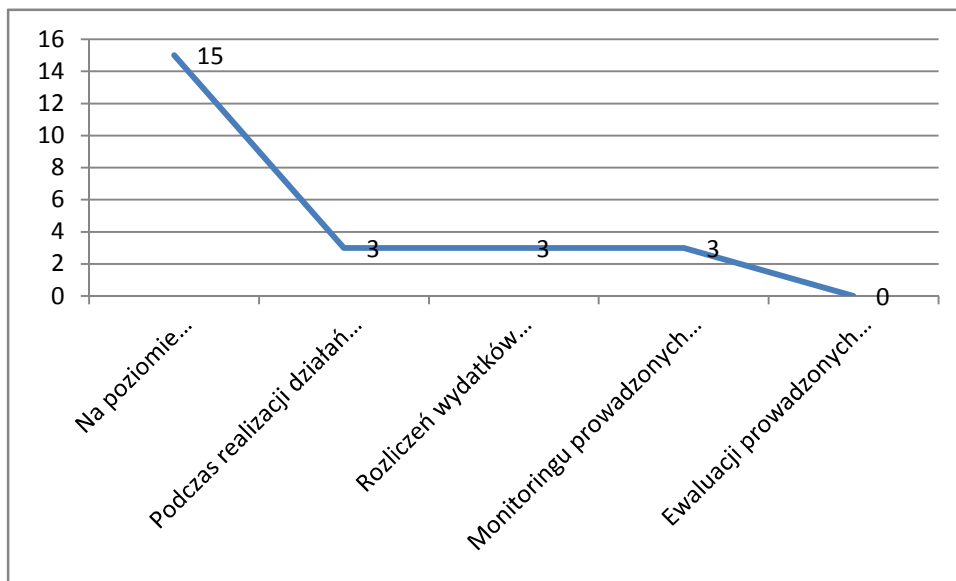
Rysunek 118. Formy pomocy, z których korzystały małe przedsiębiorstwa (N=17)



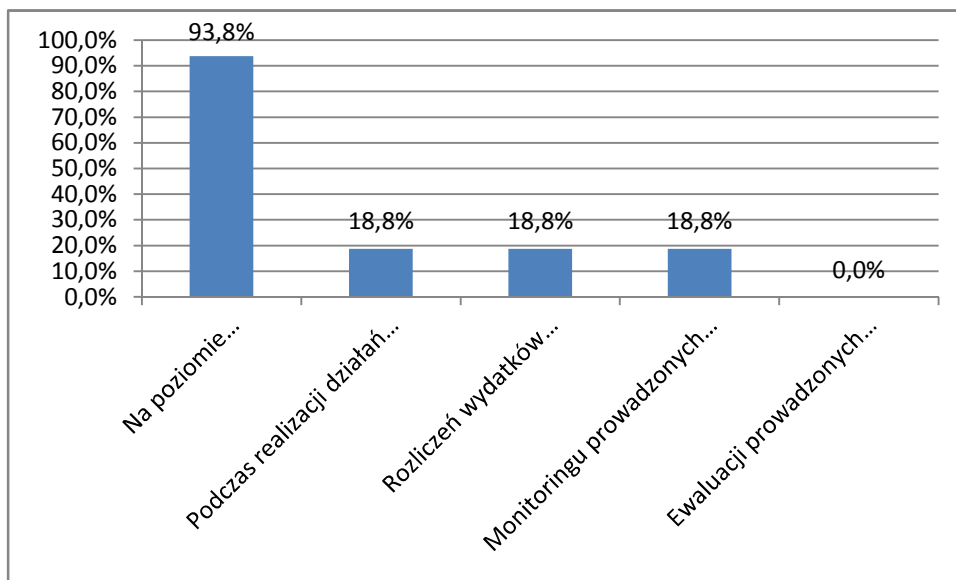
Rysunek 119. Formy pomocy, z których korzystały małe przedsiębiorstwa - procentowo (N=17)



Rysunek 120. Formy pomocy, z których korzystały średnie i duże przedsiębiorstwa - procenty (N=16)



Rysunek 121. Formy pomocy, z których korzystały średnie i duże przedsiębiorstwa - procentowo (N=16)



Przedstawiciele mikro-, małych, średnich i dużych przedsiębiorstw najczęściej korzystali z pomocy zewnętrznej przy przygotowywaniu wniosku aplikacyjnego (odpowiednio: 24, 15,15 razy, co odpowiada 88,9%, 88,2% oraz 93,8%), chociaż zaobserwowane różnice nie są istotne statystycznie.

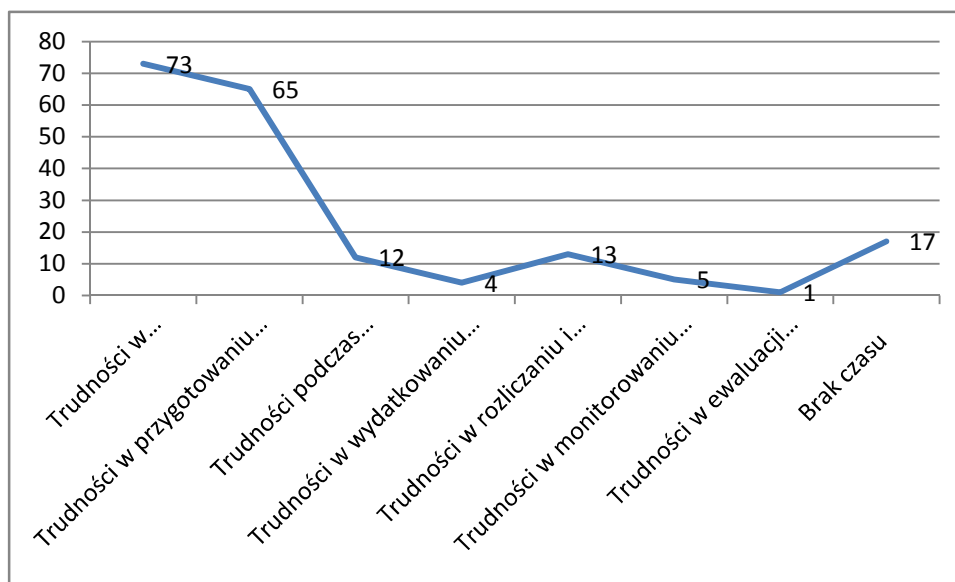
Pytanie 7.

W pytaniu 7 diagnozowano przeszkody, które wystąpiły w trakcie ubiegania się o dofinansowanie z funduszy europejskich. Przedstawiciele firm, które realizują obecnie projekty finansowane z funduszy unijnych (N=150) mogli wybierać spośród wymienionych trudności:

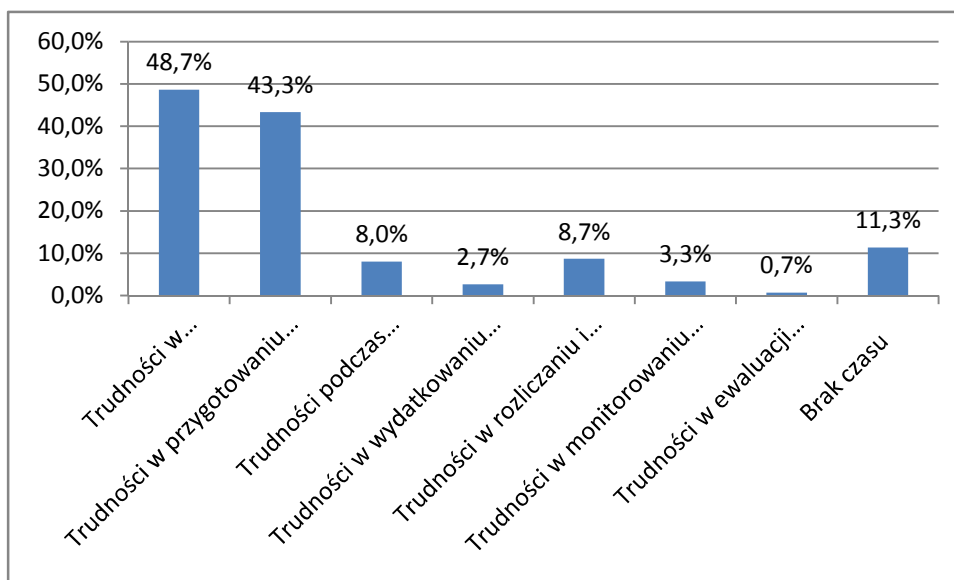
- trudności w przygotowaniu wniosku aplikacyjnego: wybrano 73 razy (co stanowi 48,7% wszystkich odpowiedzi),
- trudności w przygotowaniu niezbędnej dokumentacji towarzyszącej wnioskowi aplikacyjnemu: 65 (43,3%),
- trudności podczas prowadzenia właściwych działań projektowych: 12 (8,0%),
- trudności w wydatkowaniu dotacji: 4 (2,7%),
- trudności w rozliczaniu i monitorowaniu wydatków: 13 (8,7%),
- trudności w monitorowaniu działań projektowych: 5 (3,3%),
- trudności w ewaluacji prowadzonych działań: 1 (0,7%),
- brak czasu: 17 (11,3%).

Odpowiedzi prezentują rysunki 122 – 123:

Rysunek 122. Trudności napotymane podczas ubiegania się o dofinansowanie z funduszy unijnych (N=150)



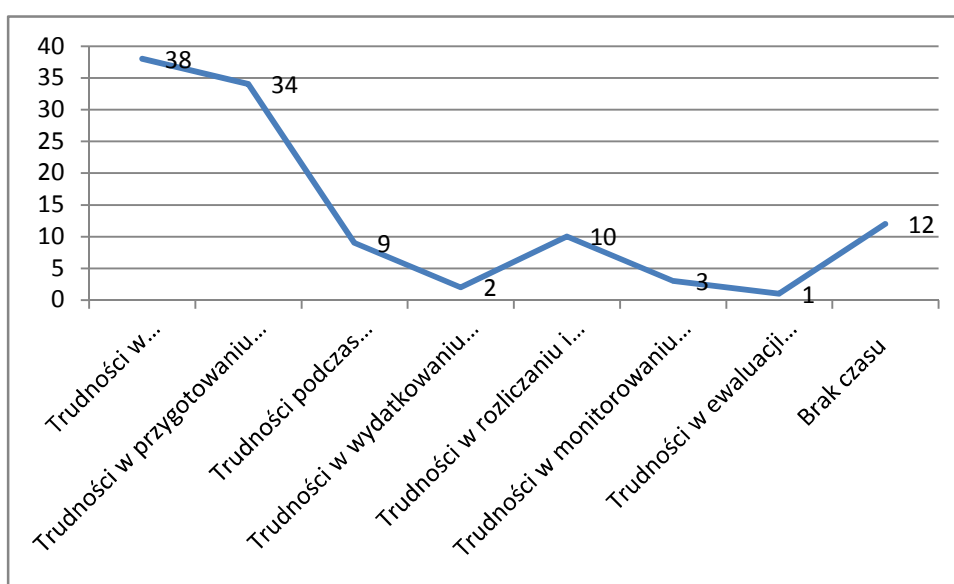
Rysunek 123. Trudności napotymane podczas ubiegania się o dofinansowanie z funduszy unijnych - procentowo (N=150)



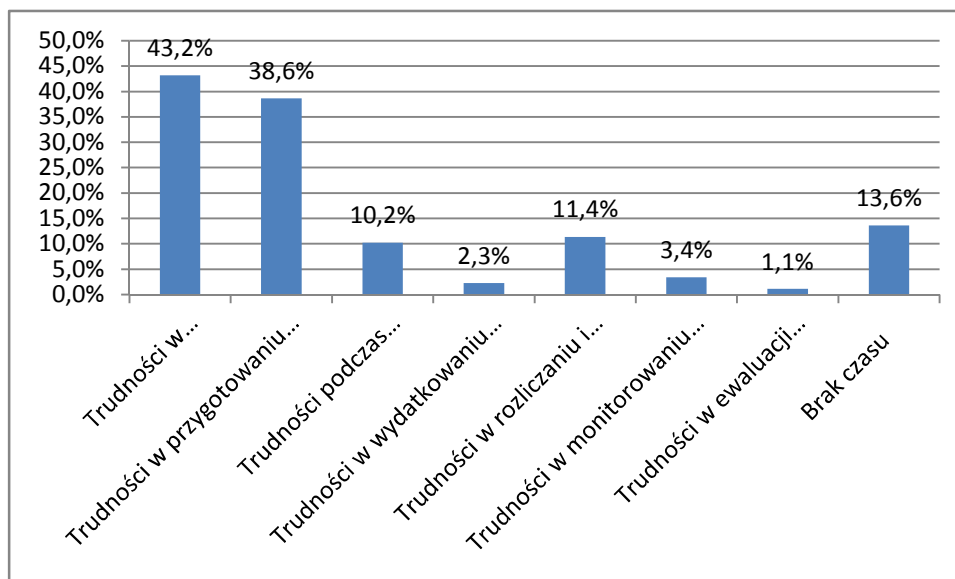
Jak widać na powyższych wykresach, przedsiębiorcy ubiegający się o dotacje z funduszy unijnych doświadczali głównie trudności związanych z przygotowaniem wniosków aplikacyjnych (73; 48,7%) oraz towarzyszącej im dokumentacji (65; 43,3%).

Podobnych odpowiedzi udzielili przedsiębiorcy z terenu subregionu lubelskiego, co pokazują rysunki 124 – 125:

Rysunek 124. Trudności napotymane podczas ubiegania się o dofinansowanie z funduszy unijnych w subregionie lubelskim (N=88)



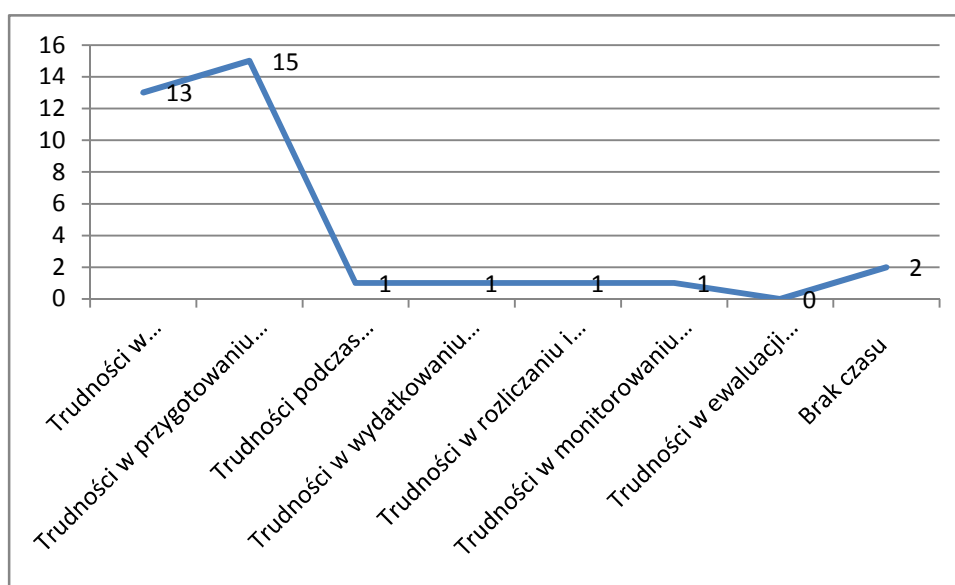
Rysunek 125. Trudności napotymane podczas ubiegania się o dofinansowanie z funduszy unijnych w subregionie lubelskim - procentowo (N=88)



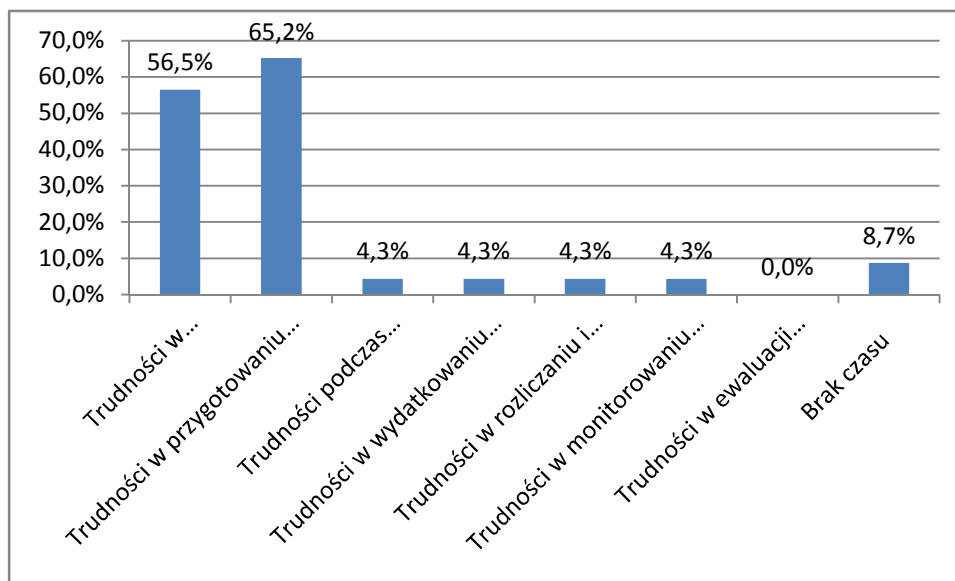
Wśród respondentów z subregionu lubelskiego za największą trudność uznano przygotowanie wniosku aplikacyjnego (38 wyborów, 43,2%) oraz wymaganej dokumentacji (34; 38,6%). Zadeklarowano również trudności spowodowane brakiem czasu – 12 razy (13,6%) oraz w rozliczaniu i monitorowaniu wydatków (10; 11,45%).

Wyniki otrzymane w subregionie białkopodlaskim prezentują rysunki 126 – 127:

Rysunek 126. Trudności napotymane podczas ubiegania się o dofinansowanie z funduszy unijnych w subregionie białkopodlaskim (N=23)



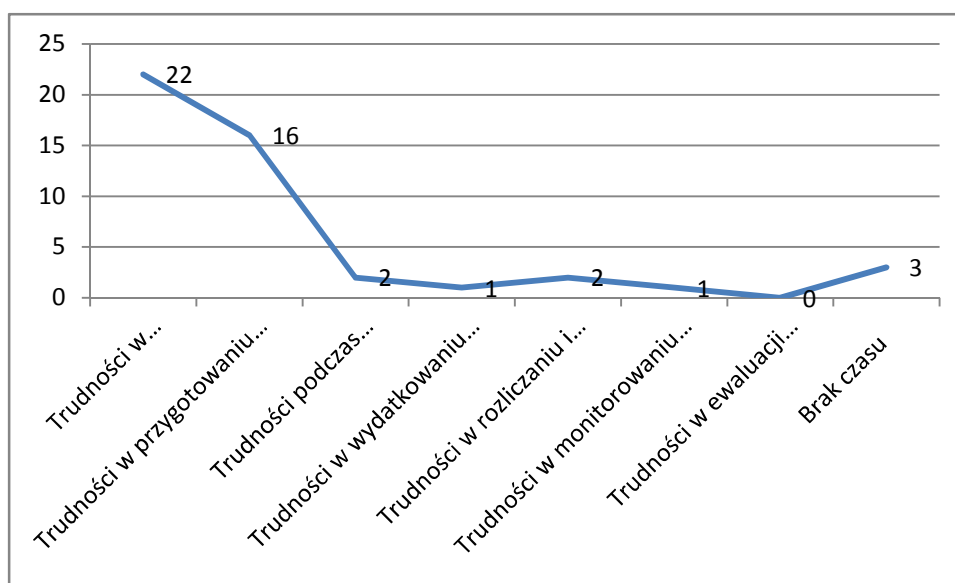
Rysunek 127. Trudności napotymane podczas ubiegania się o dofinansowanie z funduszy unijnych w subregionie białskopodlaskim - procentowo (N=23)



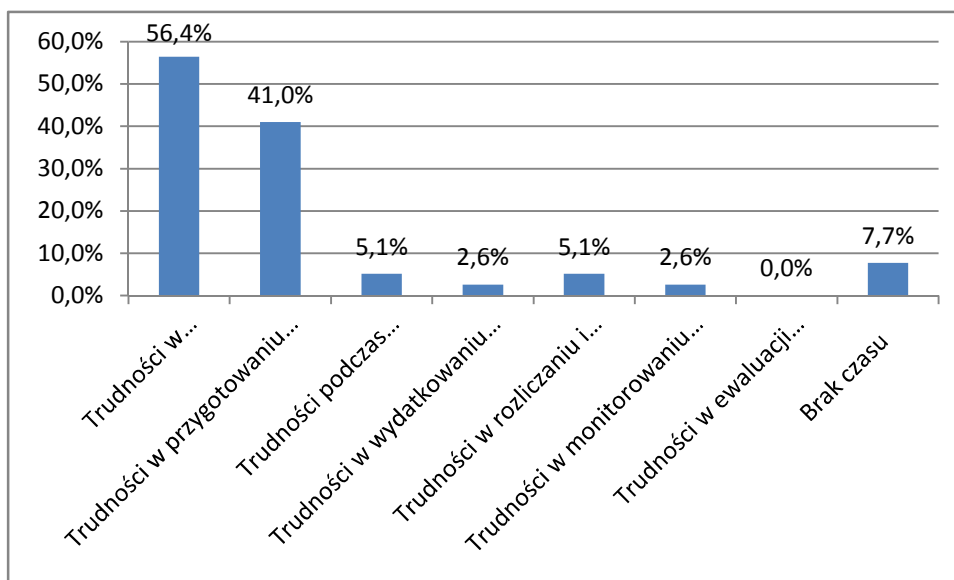
Otrzymane wyniki wskazują, że przedsiębiorcy z subregionu białskopodlaskiego doświadczali trudności podczas aplikowania: przygotowywania dokumentacji towarzyszącej wnioskowi (15 wyborów, co stanowi 65,2% odpowiedzi) i przygotowywaniu samego wniosku aplikacyjnego (13 56,5%).

W subregionie chełmsko-zamojskim respondenci udzielali następujących odpowiedzi (przedstawionych na rysunkach 128 – 129):

Rysunek 128. Trudności napotymane podczas ubiegania się o dofinansowanie z funduszy unijnych w subregionie chełmsko-zamojskim (N=39)



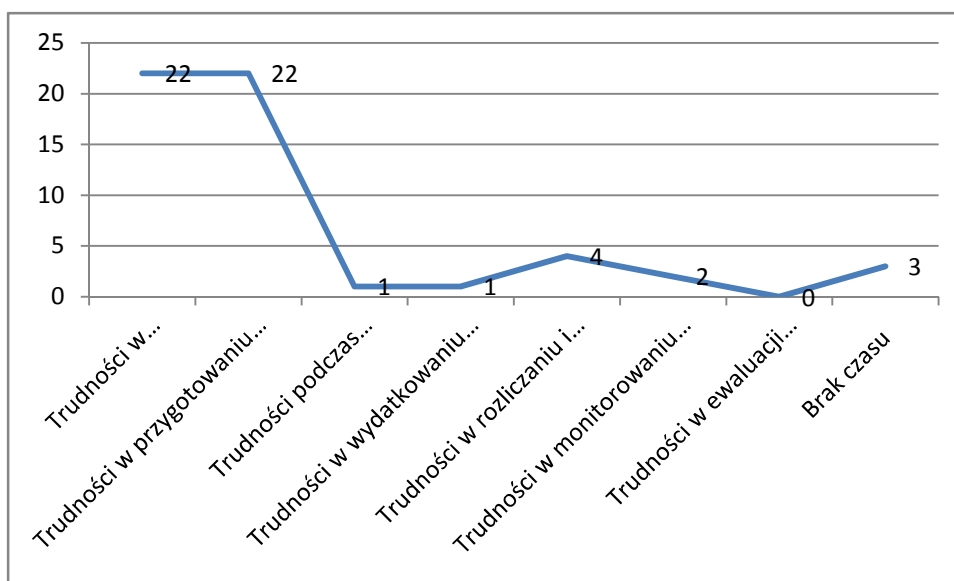
Rysunek 129. Trudności napotymane podczas ubiegania się o dofinansowanie z funduszy unijnych w subregionie chełmsko-zamojskim - procentowo (N=39)



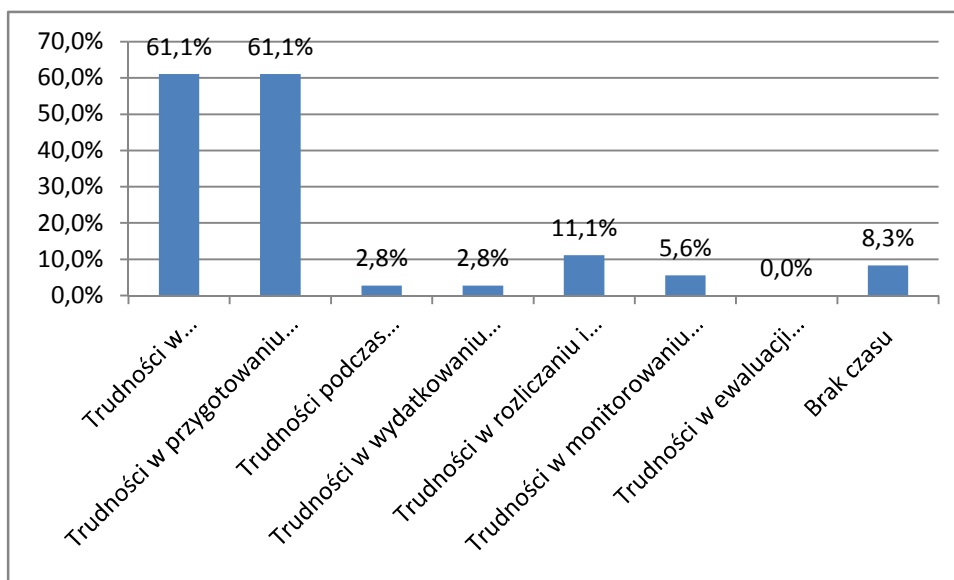
Respondenci z tego subregionu zadeklarowali podobne trudności, co w pozostałych subregionach: lubelskim i białkopodlaskim. Największych trudności doświadczali podczas przygotowywania wniosku – 22 (56,4%) oraz towarzyszącej mu dokumentacji – 16 (41,0%).

W badaniach analizowano także branże, które reprezentowali respondenci. W branży budowlanej przedsiębiorcy zgłaszali następujące trudności podczas aplikowania o fundusze unijne (rysunki 130 – 131):

Rysunek 130. Trudności napotymane podczas ubiegania się o dofinansowanie z funduszy unijnych w budownictwie (N=36)



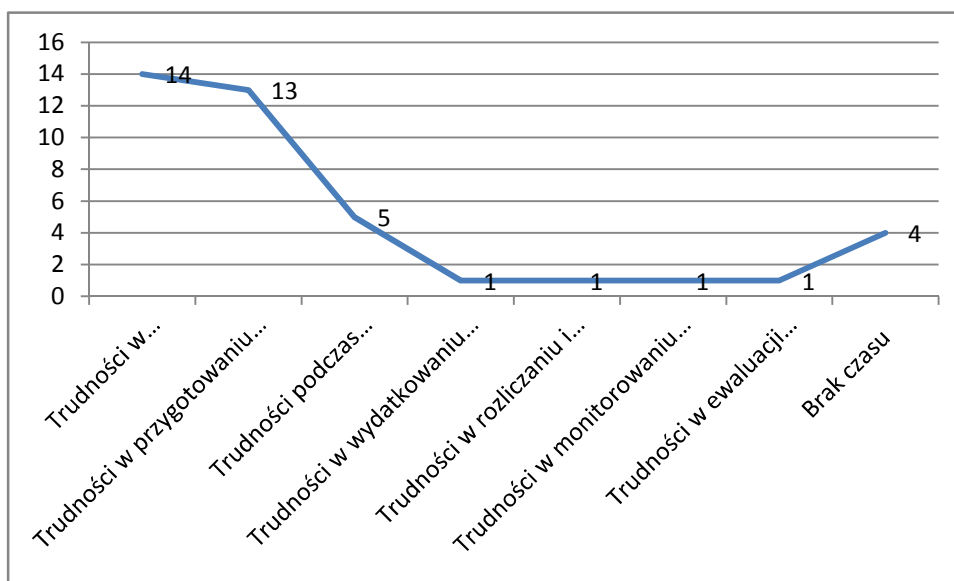
Rysunek 131. Trudności napotymane podczas ubiegania się o dofinansowanie z funduszy unijnych w budownictwie - procentowo (N=36)



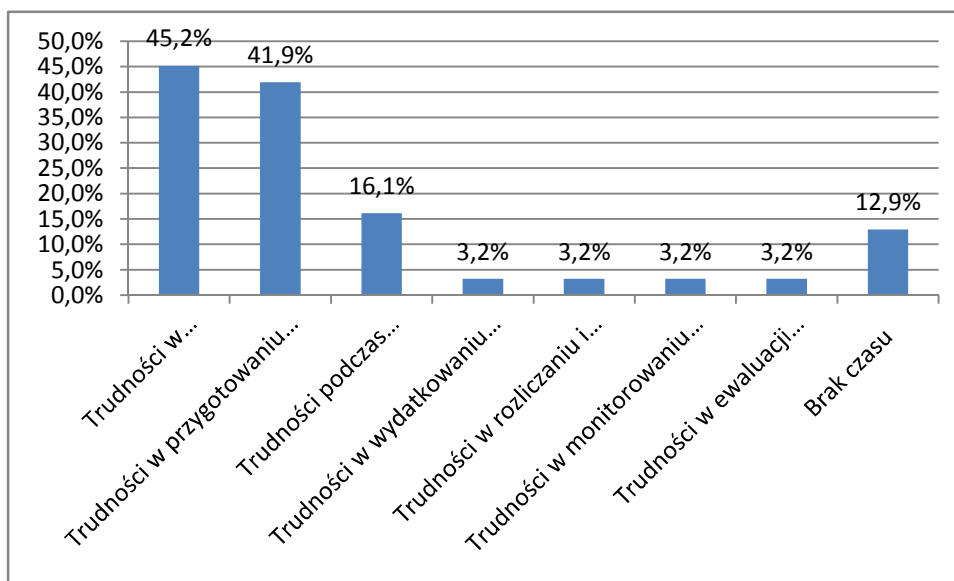
Taka sama liczba przedsiębiorców z branży budowlanej zadeklarowała trudności w przygotowywaniu wniosku oraz towarzyszącej mu dokumentacji – 22 wybory (61,1%). 4 razy wskazano także na trudności w rozliczaniu i monitorowaniu projektowych wydatków - 11,1%.

W branży handlowej przedsiębiorcy deklarowali trudności przedstawione na rysunkach 132 – 133:

Rysunek 132. Trudności napotymane podczas ubiegania się o dofinansowanie z funduszy unijnych w handlu (N=31)

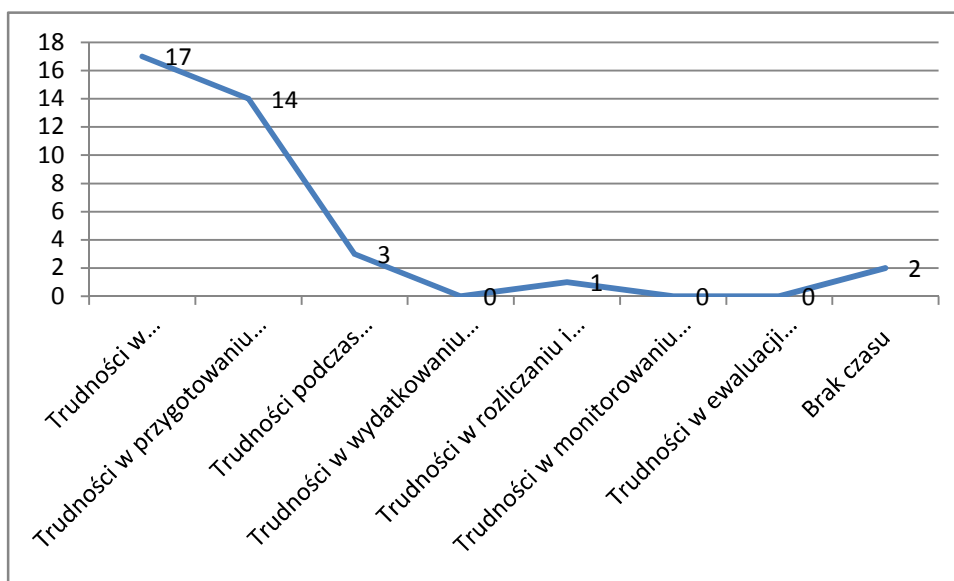


Rysunek 133. Trudności napotymane podczas ubiegania się o dofinansowanie z funduszy unijnych w handlu - procentowo (N=31)



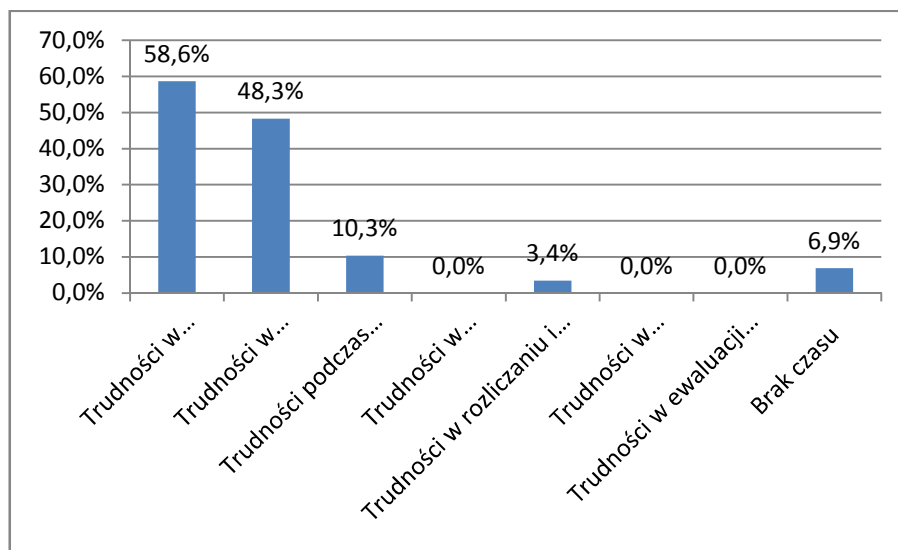
W tym wypadku także najwięcej trudności sprawiało przygotowanie wniosku aplikacyjnego (14 wyborów, 45,2%) i dokumentacji projektowej (13, 41,9%), a także trudności podczas realizowania projektu (5, 16,1%) i brak czasu na przygotowanie wniosku – 13 (12,9%).

Rysunek 134. Trudności napotymane podczas ubiegania się o dofinansowanie z funduszy unijnych w transporcie (N=29)



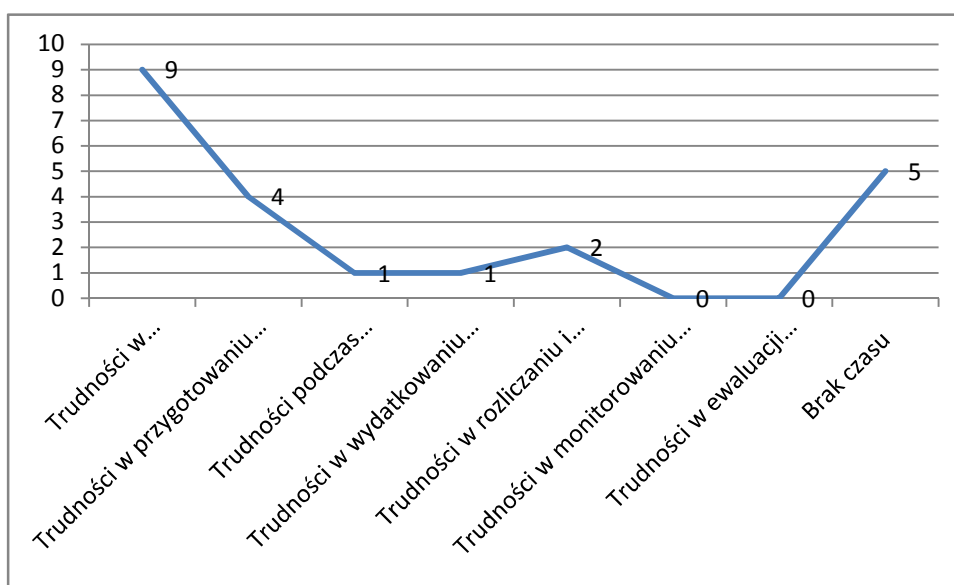
Przedsiębiorcy z branży transportowej deklarowali te same trudności, co przedsiębiorcy z budownictwa i handlu: przede wszystkim trudności w przygotowaniu wniosku aplikacyjnego (17, 58,6%) oraz towarzyszącej mu dokumentacji (14, 48,3%) – wyniki pokazują rysunki 134 – 135:

Rysunek 135. Trudności napotymane podczas ubiegania się o dofinansowanie z funduszy unijnych w transporcie - procenty (N=29)

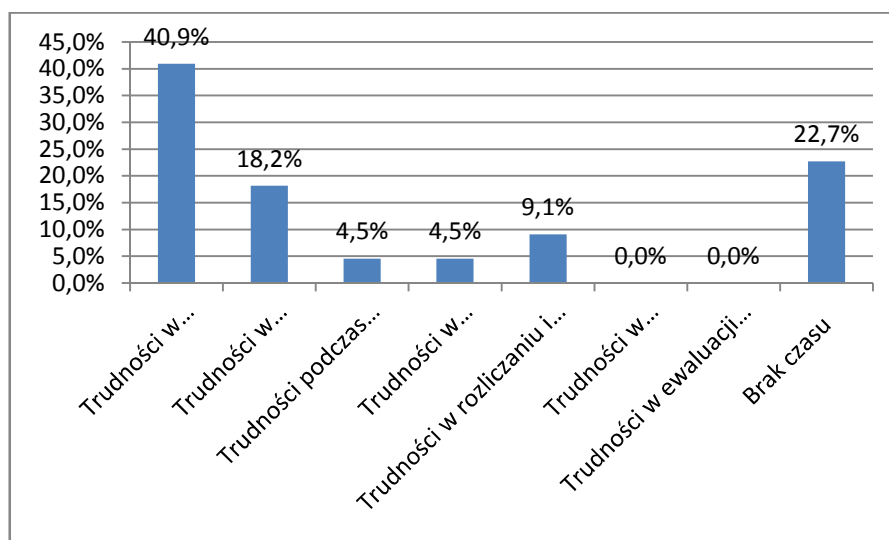


Podobne trudności wskazywali respondenci z branży usług gastronomicznych, co pokazują rysunki 136 – 137:

Rysunek 136. Trudności napotymane podczas ubiegania się o dofinansowanie z funduszy unijnych w usługach gastronomicznych (N=22)



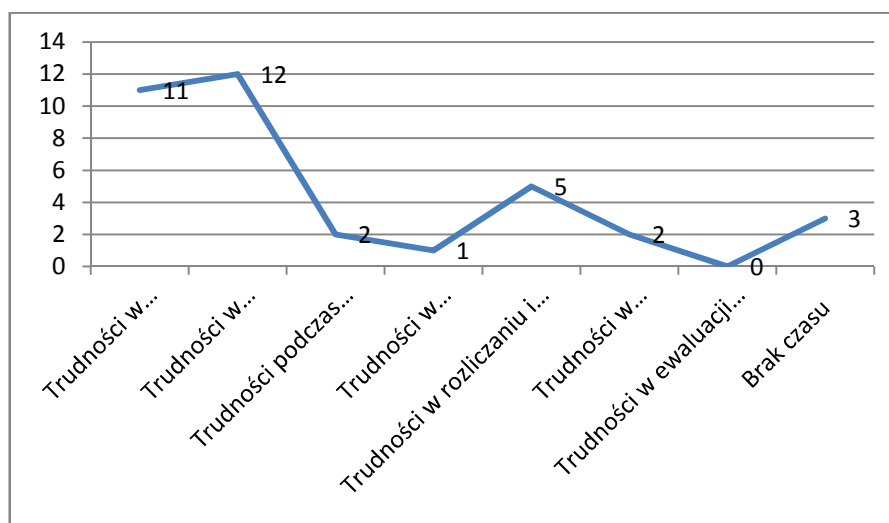
Rysunek 137. Trudności napotymane podczas ubiegania się o dofinansowanie z funduszy unijnych w usługach gastronomicznych - procenty (N=22)



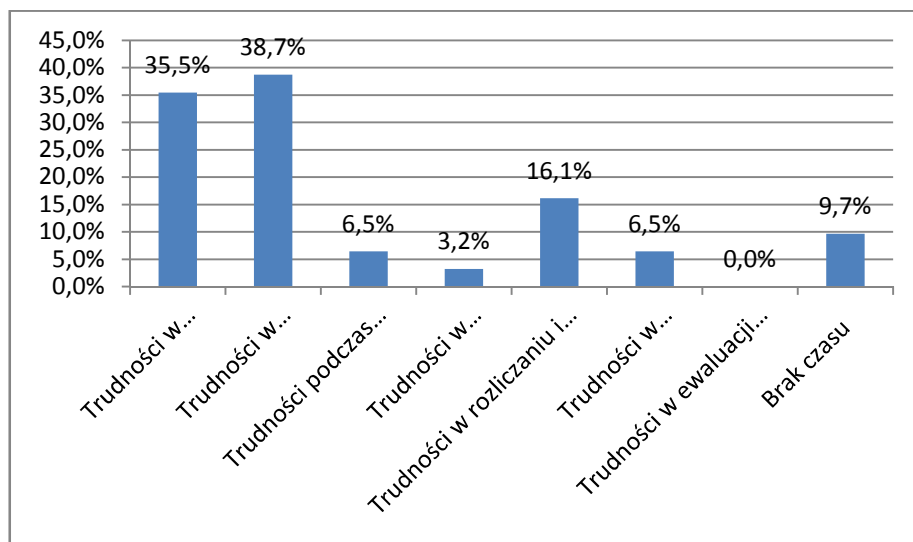
Najczęściej wskazywano na trudności związane z przygotowaniem wniosku projektowego - 9 razy, co stanowi 40,9% odpowiedzi, z powodu braku czasu – 5 razy (22,7%) oraz w przygotowywaniu dokumentacji aplikacyjnej – 4 razy (18,2%).

Podobnie odpowiadali przedstawiciele branży usług innych: najwięcej trudności napotykali podczas przygotowania dokumentacji towarzyszącej wnioskowi (12, 38,7%) oraz samego wniosku (11, 35,5%). Ponadto, zadeklarowano także występowanie trudności na poziomie rozliczania i monitorowania wydatków projektowych – 5 razy, co stanowi 16,1% odpowiedzi. Uzyskane wyniki prezentują rysunki 138 – 139:

Rysunek 138. Trudności napotymane podczas ubiegania się o dofinansowanie z funduszy unijnych w usługach innych (N=31)

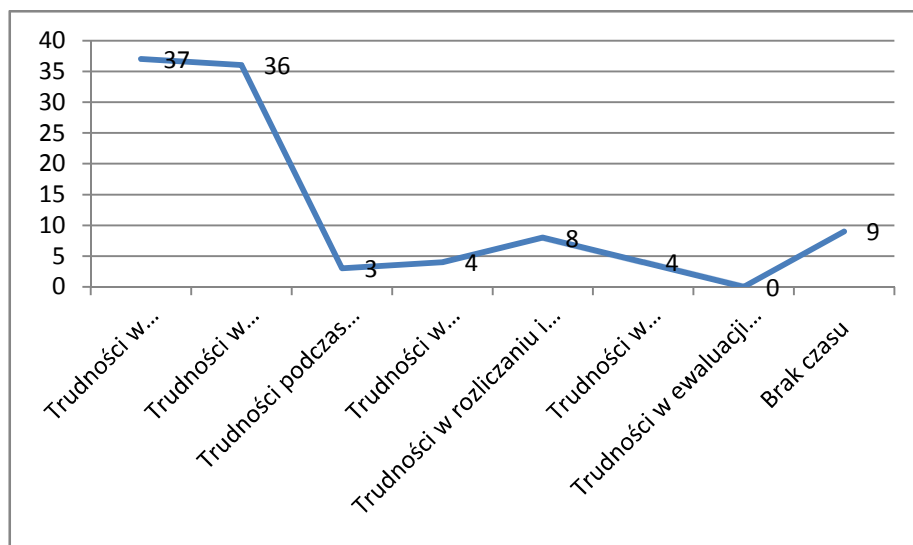


Rysunek 139. Trudności napotymane podczas ubiegania się o dofinansowanie z funduszy unijnych w usługach innych - procenty (N=31)

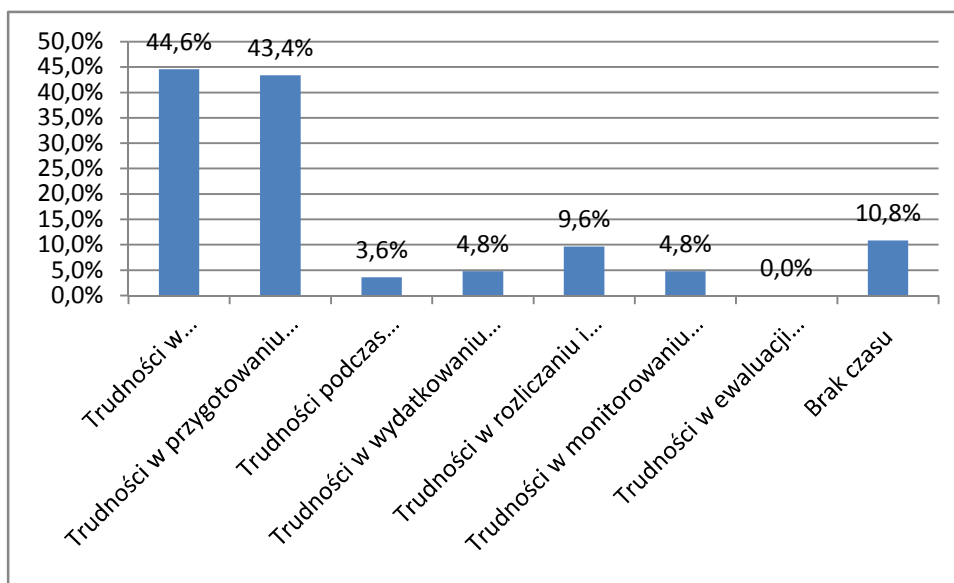


Przedsiębiorcy z różnych branż wskazywali na podobne trudności napotymane podczas przygotowywania wniosków i realizacji projektów unijnych, co potwierdza fakt, że nie zaobserwowano różnic w odpowiedziach istotnych statystycznie poza odpowiedziami w zakresie trudności w przygotowywaniu dokumentacji towarzyszącej wnioskowi aplikacyjnemu: w tym wypadku istotnie najczęściej razy tę trudność wybierali przedstawiciele budownictwa ($\chi^2=10,862$, $p<0,05$). W badaniu uwzględniono także wielkość firmy. Uzyskane odpowiedzi w mikroprzedsiębiorstwach, firmach małych oraz średnich i dużych przedstawiają rysunki 140 – 145:

Rysunek 140. Trudności napotymane podczas ubiegania się o dofinansowanie z funduszy unijnych w mikroprzedsiębiorstwach (N=83)

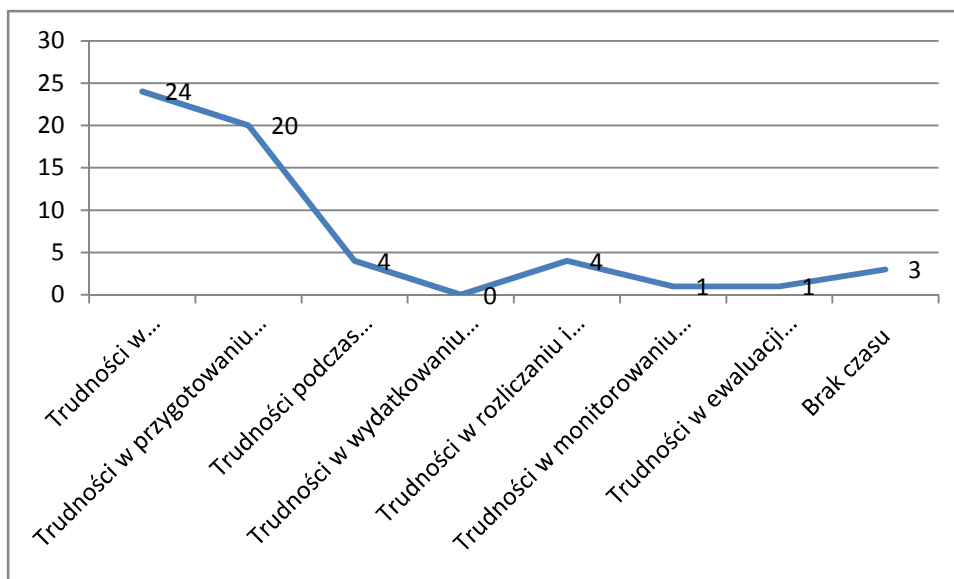


Rysunek 141. Trudności napotymane podczas ubiegania się o dofinansowanie z funduszy unijnych w mikroprzedsiębiorstwach - procenty (N=83)

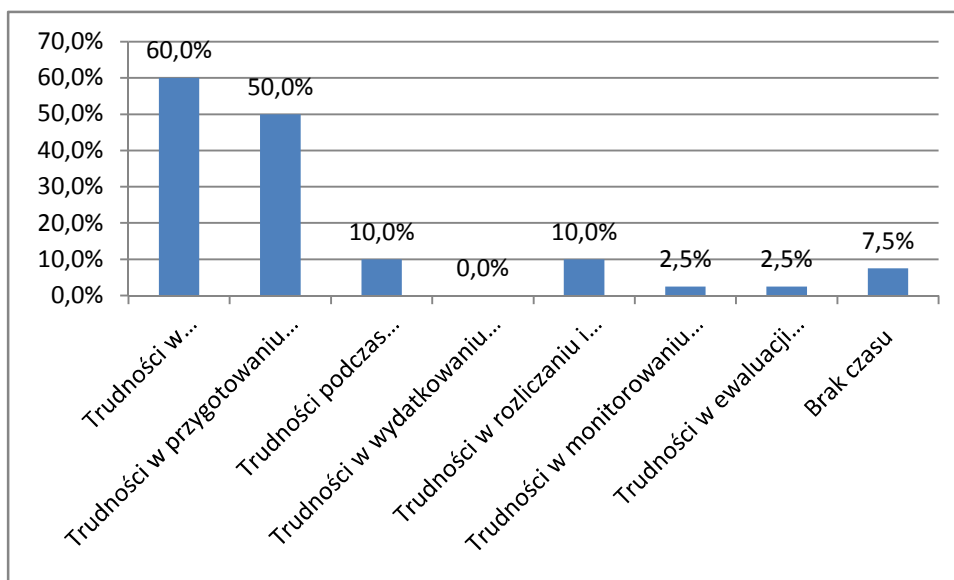


Przedstawiciele mikroprzedsiębiorstw doświadczali głównie trudności w zakresie przygotowywania wniosków (37, 44,6%) i towarzyszącej im dokumentacji (36, 43,4%), w zakresie braku czasu (9, 10,8%) oraz w rozliczeniach i monitorowaniu wydatków – 8 (9,6%).

Rysunek 142. Trudności napotymane podczas ubiegania się o dofinansowanie z funduszy unijnych w małych przedsiębiorstwach (N=40)

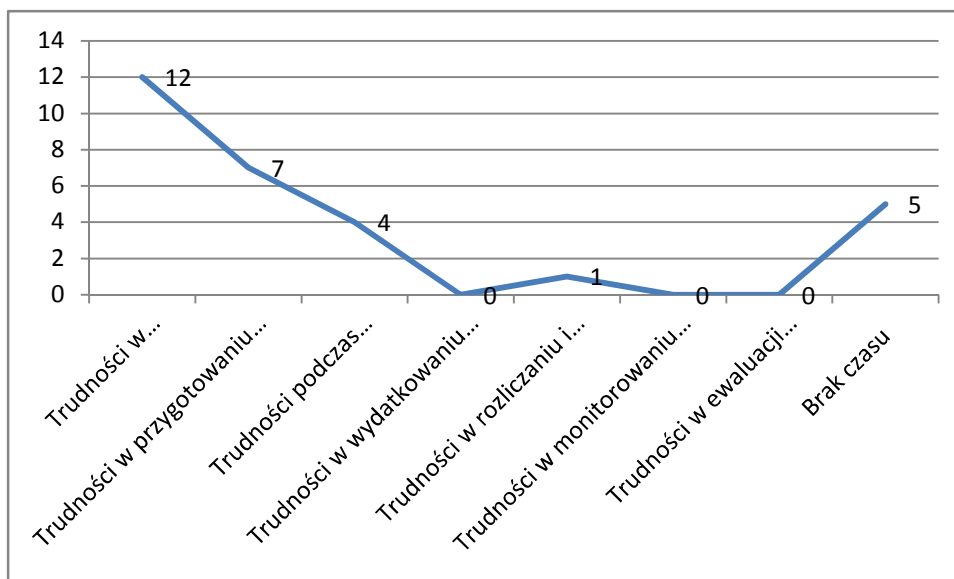


Rysunek 143. Trudności napotymane podczas ubiegania się o dofinansowanie z funduszy unijnych w małych przedsiębiorstwach - procenty (N=40)

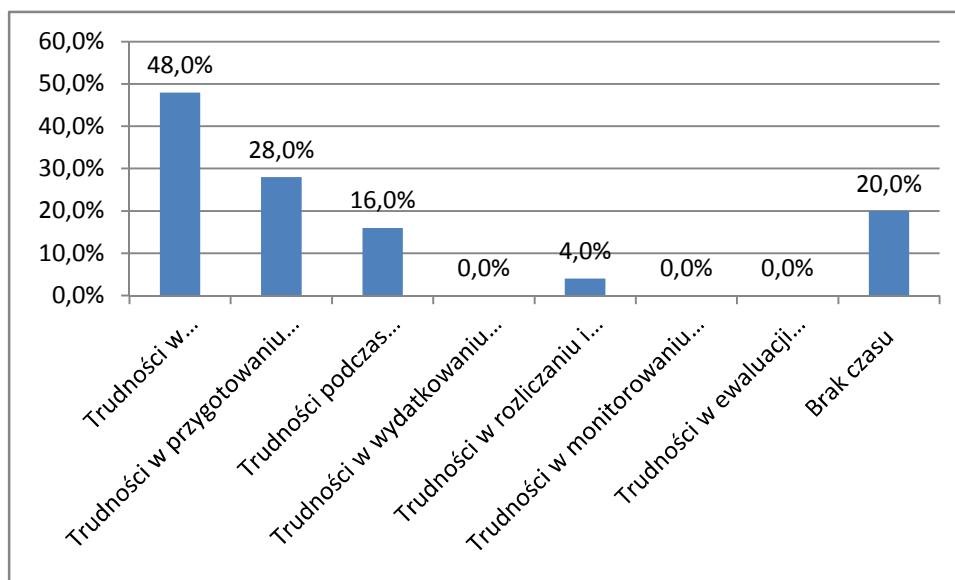


Respondenci z małych firm deklarowali głównie trudności podczas przygotowywania wniosków (24,60%) i towarzyszącej im dokumentacji (20,50%), w realizacji projektu (4,10%) oraz w rozliczeniach i monitorowaniu wydatków projektowych (4,10%).

Rysunek 144. Trudności napotymane podczas ubiegania się o dofinansowanie z funduszy unijnych w średnich i dużych przedsiębiorstwach (N=25)



Rysunek 145. Trudności napotymane podczas ubiegania się o dofinansowanie z funduszy unijnych w średnich i dużych przedsiębiorstwach - procenty (N=25)



Przedstawiciele średnich i dużych firm zadeklarowali następujące trudności: w przygotowywaniu wniosku (12 razy, 48% odpowiedzi), dokumentacji projektowej (7,28%), podczas realizacji działań projektowych (4,16%) oraz w zakresie braku czasu na przygotowanie wniosku (5,20%).

Różnice w odpowiedziach pomiędzy firmami różnej wielkości nie są istotne statystycznie, zatem można przyjąć, że deklarowane przez firmy trudności nie mają związku z wielkością przedsiębiorstwa i prezentują ogólny trend odpowiedzi.

Pytanie 8.

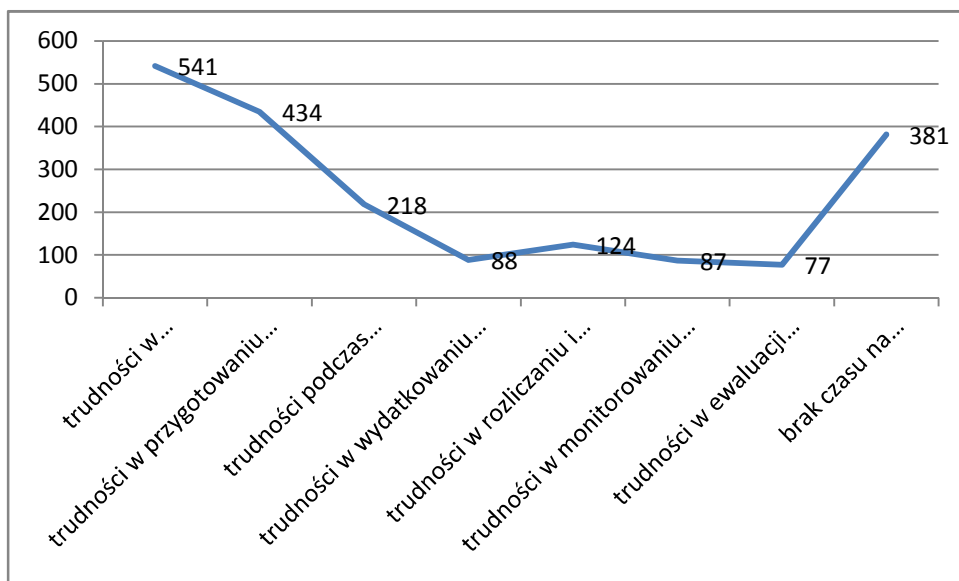
Spośród wszystkich badanych przedsiębiorstw tylko 150 korzysta z funduszy unijnych, co stanowi mniej niż 10% badanej grupy. Dlatego też w pytaniu 8 zapytano o trudności, które przeszkodziły w ubieganiu się o fundusze unijne. Przedsiębiorcy mogli wybierać spośród podanych opcji, a ich odpowiedzi wyglądają następująco:

- trudności w przygotowaniu wniosku aplikacyjnego: wybrano 73 razy (co stanowi 48,7% wszystkich odpowiedzi),
- trudności w przygotowaniu niezbędnej dokumentacji towarzyszącej wnioskowi aplikacyjnemu: 65 (43,3%),
- trudności podczas prowadzenia właściwych działań projektowych: 12 (8,0%),
- trudności w wydatkowaniu dotacji: 4 (2,7%),
- trudności w rozliczaniu i monitorowaniu wydatków: 13 (8,7%),
- trudności w monitorowaniu działań projektowych: 5 (3,3%),

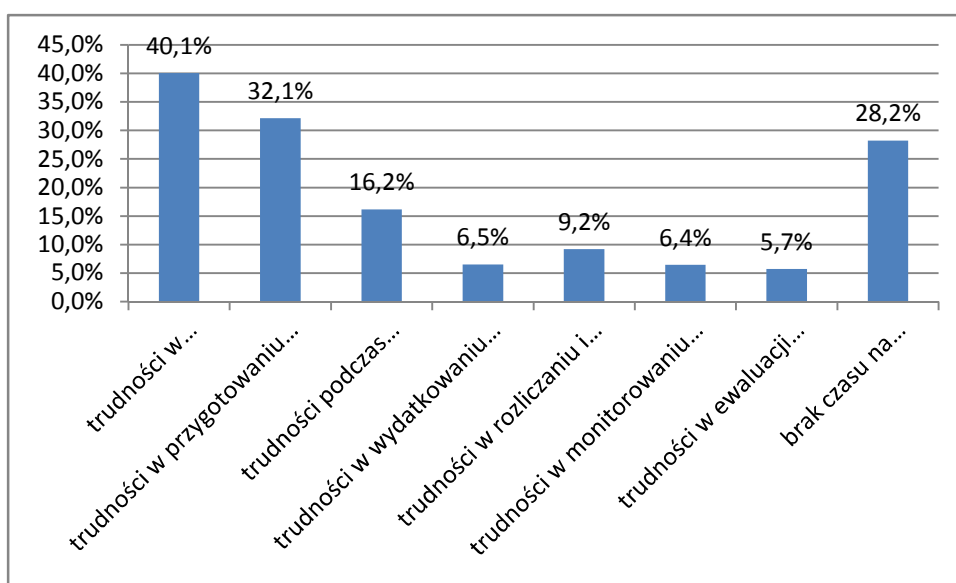
- trudności w ewaluacji prowadzonych działań: 1 (0,7%),

Na pytanie odpowiedziało 1272 respondentów, z czego 150 obecnie korzysta z funduszy unijnych. Otrzymane wyniki prezentują rysunki 146 – 147:

Rysunek 146. Trudności podczas ubiegania się o dofinansowanie z funduszy unijnych (N=1272)



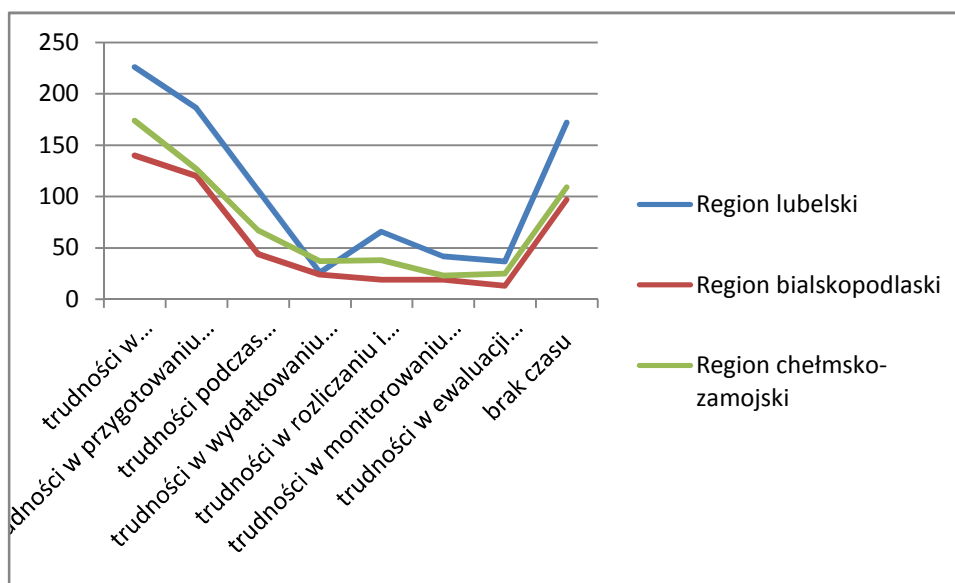
Rysunek 147. Trudności podczas ubiegania się o dofinansowanie z funduszy unijnych – procentowo (N=1272)



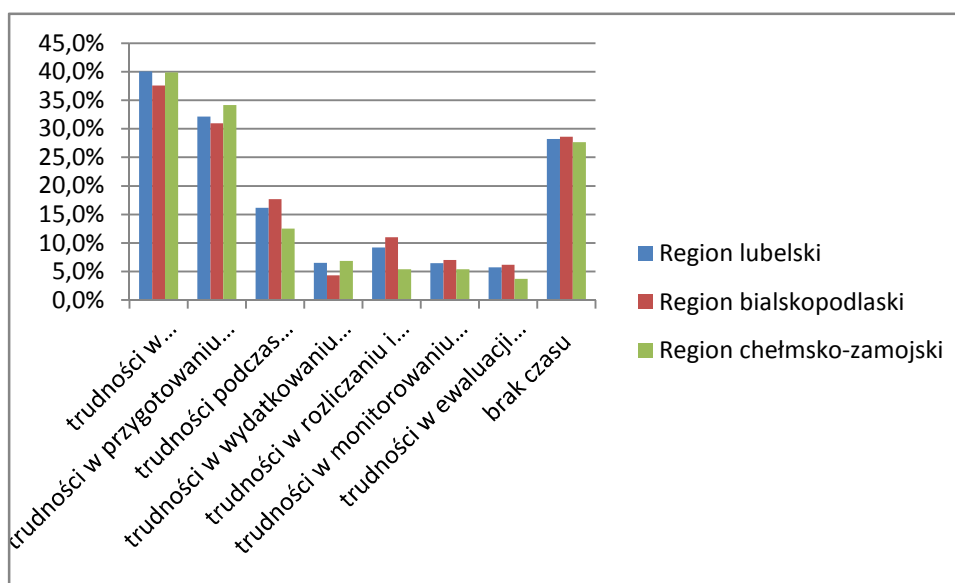
Na podstawie otrzymanych wyników można stwierdzić, że najczęściej trudności przedsiębiorcy napotykali podczas przygotowywania wniosku aplikacyjnego – tą możliwość wybrano 541 razy, co stanowi 40,1% wszystkich odpowiedzi. W następnej kolejności wskazywano na trudności w przygotowaniu dokumentacji towarzyszącej wnioskowi aplikacyjnemu – wskazano je 434 razy (32,1% odpowiedzi), trudności spowodowane brakiem czasu na przygotowanie wniosku – 381 (28,2%), trudności podczas prowadzenia właściwych działań projektowych - 218 (16,2%), trudności w rozliczaniu i monitorowaniu wydatków – 124 (9,2%), w wydatkowaniu – 88 (6,5%), w monitorowaniu prowadzonych działań – 87 (6,4%). Najmniej trudności sprawiła respondentom ewaluacja działań projektowych – wybrano ją 77 razy, co stanowi 5,7% odpowiedzi.

W badaniu uwzględniono także subregion, z którego pochodzą firmy. Otrzymane wyniki w zakresie trudności spostrzeganych przez firmy w poszczególnych subregionach prezentują rysunki 148 – 149:

Rysunek 148. Trudności podczas ubiegania się o dofinansowanie z funduszy unijnych deklarowane przez firmy (N=861)



Rysunek 149. Trudności podczas ubiegania się o dofinansowanie z funduszy unijnych deklarowane przez firmy - procentowo (N=861)

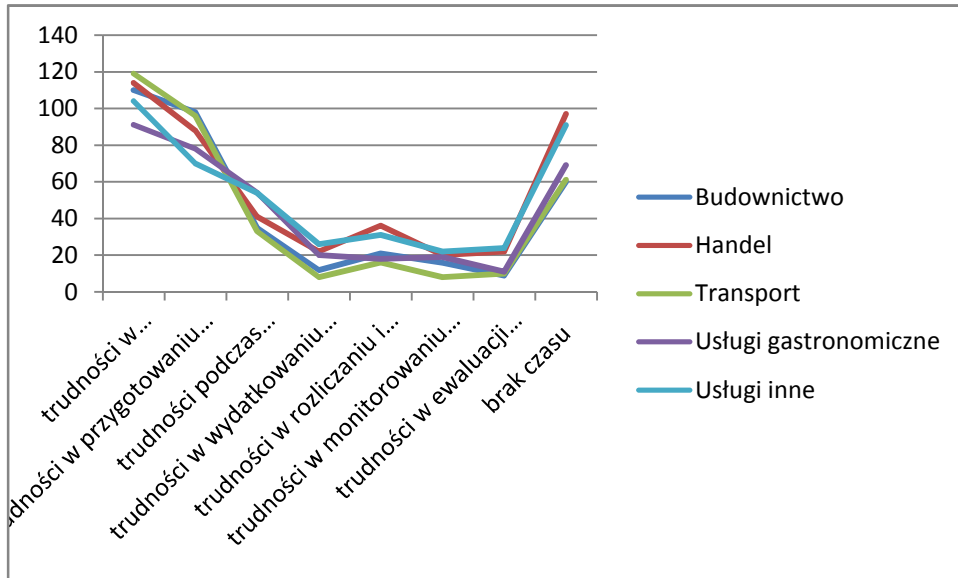


Najmniej trudności deklarowali przedsiębiorcy z terenu subregionu białkopodlaskiego, a wśród wykazywanych dominowały trudności związane z przygotowaniem wniosku aplikacyjnego – były wybierane w subregionie lubelskim 226 razy (40,1% odpowiedzi), w białkopodlaskim – 140 razy (37,6%) a w chełmsko-zamojskim 174 razy (39,9%). Podobnie często wybierane były trudności w przygotowywaniu dokumentów towarzyszących wnioskowi: w subregionie lubelskim 186 razy (32,1%), w białkopodlaskim 120 razy (30,9%) i chełmsko-zamojskim – 127 razy (34,2%). Przedsiębiorcy wykazywali także dość często trudności spowodowane brakiem czasu na przygotowanie wniosku aplikacyjnego – w subregionie lubelskim: 172 (28,2%), białkopodlaskim - 97(28,6%) oraz chełmsko-zamojskim – 109 (27,6%).

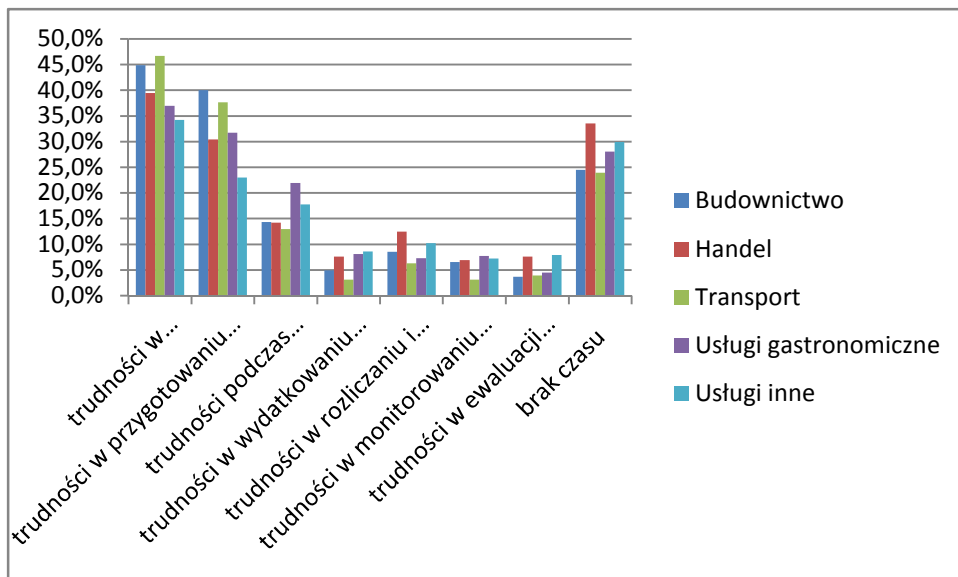
Zaobserwowane różnice pomiędzy firmami są istotne statystycznie jedynie w przypadku trudności w zakresie wydatkowania dotacji ($\chi^2 = 10,589$; $p < 0,05$) oraz rozliczaniu i monitorowaniu wydatków ($\chi^2 = 8,490$; $p < 0,05$): zarówno w pierwszym, jak i w drugim przypadku przedsiębiorcy z terenu subregionu lubelskiego mieli w tym zakresie najwięcej trudności.

Respondentów podzielono także według branż, które reprezentują. Otrzymane wyniki uwzględniające ten podział przedstawiają rysunki 150 – 151:

Rysunek 150. Trudności podczas ubiegania się o dofinansowanie z funduszy unijnych deklarowane przez firmy, które z nich korzystają w branżach: budownictwie, handlu, transporcie, usługach gastronomicznych i usługach innych (N=1339)



Rysunek 151. Trudności podczas ubiegania się o dofinansowanie z funduszy unijnych deklarowane przez firmy, które z nich korzystają w branżach: budownictwie, handlu, transporcie, usługach gastronomicznych i usługach innych - procentowo (N=1339)



Badani przedsiębiorcy z różnych branż wskazywali trudności ujęte w Tabeli 7:

Tabela 7. Trudności zgłaszane przez przedsiębiorców z branż: budowlanej, handlowej, transportowej, usług gastronomicznych i innych (N=150)

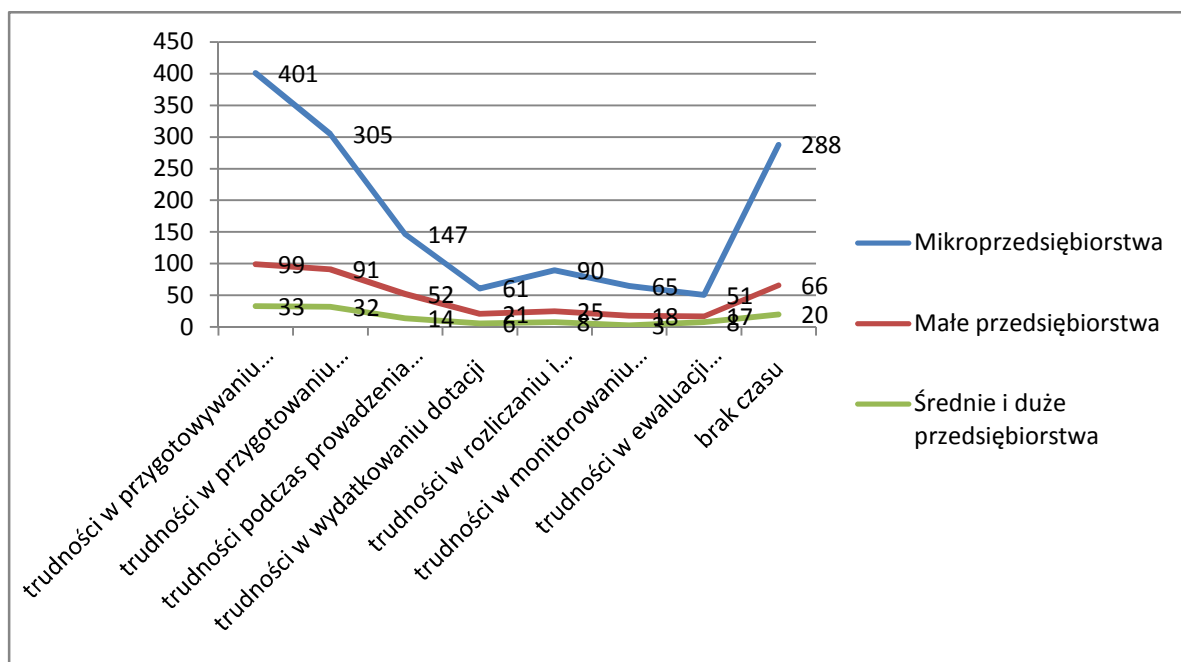
	Budownictwo	Handel	Transport	Usługi gastronomiczne	Usługi inne
Trudności w przygotowaniu wniosku aplikacyjnego	110 (44,9%)	114 (39,4%)	119 (46,7%)	91 (37,0%)	104 (34,2%)
Trudności w przygotowaniu niezbędnej dokumentacji towarzyszącej wnioskowi aplikacyjnemu	98 (40,0%)	88 (30,4%)	96 (37,6%)	78 (31,7%)	70 (23,0%)
Trudności podczas prowadzenia właściwych działań projektowych	35 (14,3%)	41 (14,2%)	33 (12,9%)	54 (22,0%)	54 (17,8%)
Trudności w wydatkowaniu dotacji	12 (4,9%)	22 (7,6%)	8 (3,1%)	20 (8,1%)	26 (8,6%)
Trudności w rozliczaniu i monitorowaniu wydatków	21 (8,6%)	36 (12,5%)	16 (6,3%)	18 (7,3%)	31 (10,2%)
Trudności w monitorowaniu działań projektowych	16 (6,5%)	20 (6,9%)	8 (3,1%)	19 (7,7%)	22 (7,2%)
Trudności w ewaluacji prowadzonych działań	9 (3,9%)	22 (7,6%)	10 (3,9%)	11 (4,5%)	24 (7,9%)
Brak czasu na przygotowanie wniosku aplikacyjnego	60 (24,5%)	97 (33,6%)	61 (23,9%)	69 (28,0%)	91 (29,9%)

Przedsiębiorcy z różnych branż wskazywali najczęściej na trudności w przygotowywaniu wniosku aplikacyjnego i towarzyszących mu dokumentów. Respondenci deklarowali także brak czasu na przygotowanie wniosku aplikacyjnego.

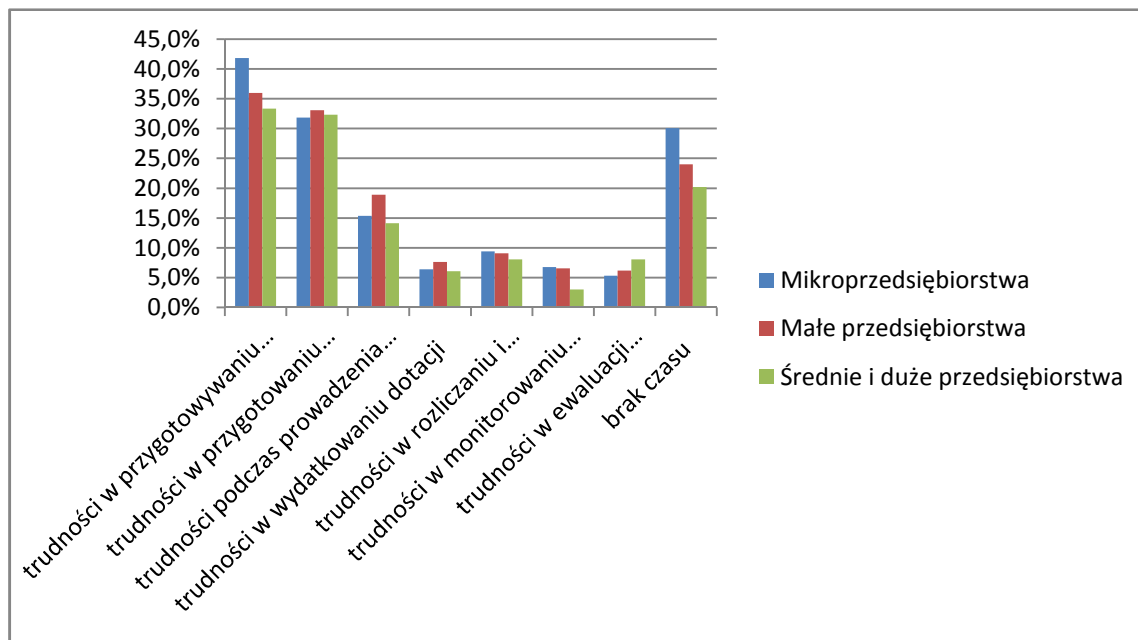
Pod tym względem nie odbiegają od ogólnego trendu w województwie, natomiast istotne różnice pomiędzy firmami z różnych branż wystąpiły w zakresie przygotowywania wniosku ($\chi^2 = 22,472$; $p < 0,05$) oraz w prowadzeniu działań projektowych - $\chi^2 = 10,008$; $p < 0,05$ – te dwie trudności są istotnie najczęściej deklarowane przez badane firmy.

Biorąc pod uwagę wielkość firmy można zauważyć, że najwięcej trudności zgłaszali mikroprzedsiębiorcy, natomiast ilość trudności wykazywanych przez małe oraz średnie i duże przedsiębiorstwa była zbliżona. Otrzymane wyniki pokazują rysunki 152 – 153:

Rysunek 152. Trudności podczas ubiegania się o dofinansowanie z funduszy unijnych deklarowane przez firmy: mikroprzedsiębiorstwa, małe przedsiębiorstwa oraz średnie i duże przedsiębiorstwa (N=1332)



Rysunek 153. Trudności podczas ubiegania się o dofinansowanie z funduszy unijnych deklarowane przez firmy: mikroprzedsiębiorstwa, małe przedsiębiorstwa oraz średnie i duże przedsiębiorstwa - procentowo (N=1332)



Trudności zgłaszane przez przedsiębiorców z firm różnej wielkości są zgodne z ogólnym trendem odpowiedzi: niezależnie od wielkości firmy, najczęściej trudności sprawiały: przygotowanie wniosku aplikacyjnego (mikroprzedsiębiorstwa: 401 razy, 41,9%; małe: 99, 36,0%; średnie i duże: 33, 33,3%), w przygotowywaniu dokumentacji towarzyszącej wnioskowi (mikroprzedsiębiorstwa: 305 razy, 31,8%; małe: 91, 33,1%; średnie i duże: 32, 32,3%) oraz trudności wynikające z braku czasu na przygotowanie wniosku aplikacyjnego (mikroprzedsiębiorstwa: 288 razy, 30,1%; małe: 66, 24,0%; średnie i duże: 20, 20,2%).

Pytanie 9.

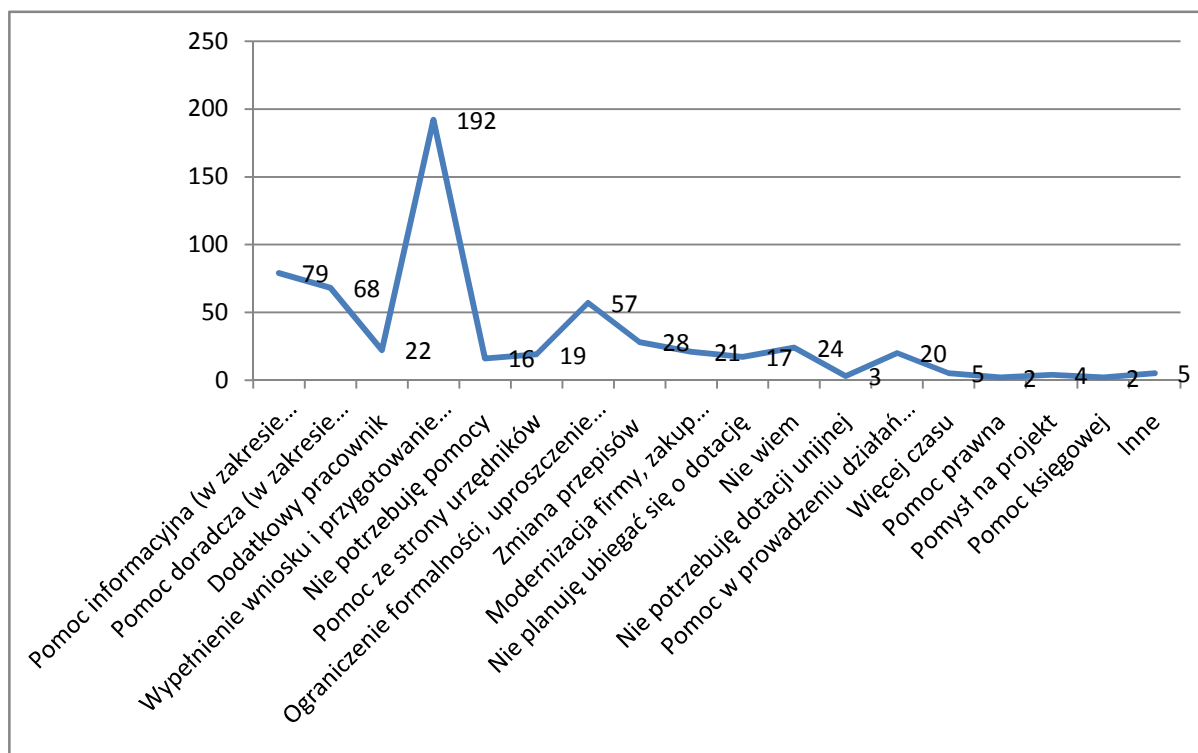
W tym pytaniu proszono przedsiębiorców o podanie, jakiego rodzaju pomoc byłaby im przydatna w ubieganiu się o dofinansowanie ze środków UE. Odpowiedzi respondentów (584 osoby) ujęto w następujących kategoriach:

- Wypełnienie wniosku i przygotowanie dokumentacji: 192 - 32,88%,
- Pomoc informacyjna (w zakresie dostępnych funduszy, przepisów prawnych itp.): 79, co stanowi 13,53% wszystkich odpowiedzi,
- Pomoc doradcza (w zakresie wypełnienia wniosku, zgromadzenia dokumentacji itp.): 68 - 11,64%,
- Ograniczenie formalności, uproszczenie przepisów: 57 - 9,76%,

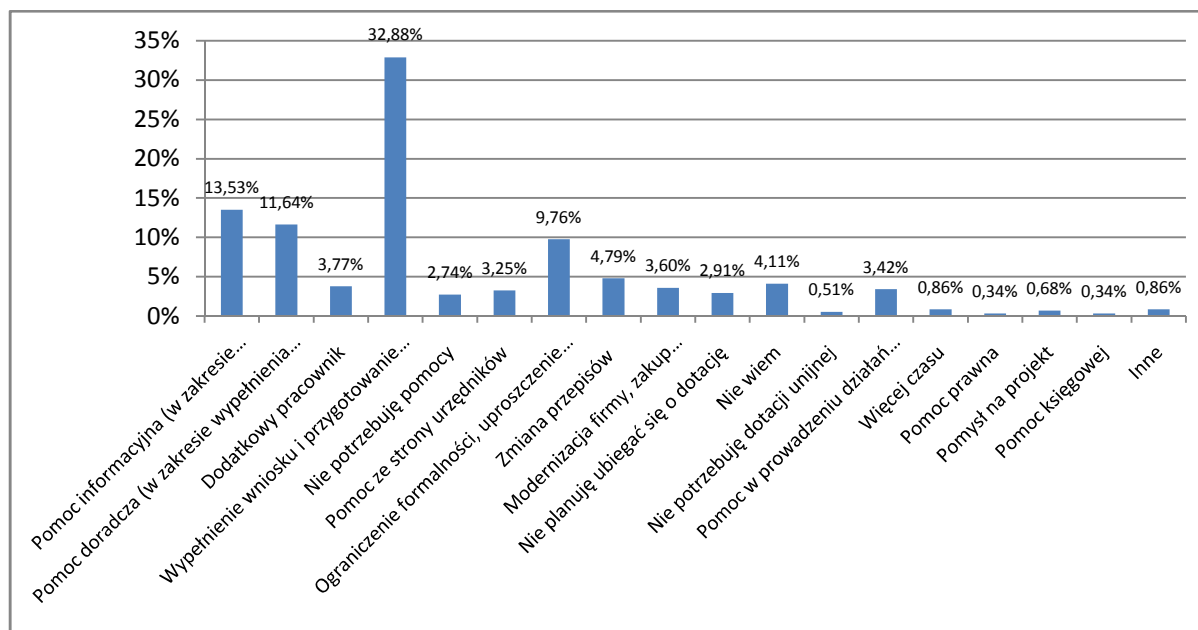
- Zmiana przepisów: 28 - 4,79%,
- Nie wiem: 24 - 4,11%,
- Dodatkowy pracownik: 22 - 3,77%,
- Modernizacja firmy, zakup sprzętu, samochodu: 21 - 3,60%,
- Pomoc w prowadzeniu działań projektowych: 20 - 3,42%,
- Pomoc ze strony urzędników: 19 - 3,25%,
- Nie planuję ubiegać się o dotację: 17 - 2,91%,
- Nie potrzebuję pomocy: 16 - 2,74%,
- Więcej czasu: 5 - 0,86%,
- Nie potrzebuję dotacji unijnej: 3 - 0,15%,
- Pomoc prawna: 2 - 0,34%,
- Pomysł na projekt: 4 - 0,68%,
- Pomoc księgowej: 2 - 0,34%,
- Inne: 5 - 0,86%.

Przedsiębiorcy najczęściej deklarowali potrzebę pomocy w zakresie wypełniania wniosku aplikacyjnego oraz towarzyszącej mu dokumentacji - 192 (32,88%), pomocy informacyjnej (np. w zakresie programów, z których można ubiegać się o środki) – 79 (13,53%), specjalistycznej pomocy doradczej (68, 11,64%), pomocy polegającej na uproszczeniu procedury (57, 9,76%). Respondenci zgłaszali także potrzebę pomocy podczas realizacji działań projektowych – 20, 3,42%, dostosowaniu firmy pod kątem działań projektowych – 21, 3,60% oraz zatrudnienie dodatkowych pracowników do realizacji projektu – 22, 3,77%. Łącznie dwudziestu przedsiębiorców nie zamierza w ogóle ubiegać się o dotację unijną, co stanowi 3,42% odpowiedzi, natomiast szesnastu nie potrzebuje żadnej pomocy w tym względzie (2,74%). Otrzymane wyniki przedstawiają rysunki 154 – 155:

Rysunek 154. Odpowiedzi na pytanie, jakiego rodzaju pomoc byłaby przydatna przedsiębiorcom w ubieganiu się o dofinansowanie ze środków UE (N=1350)



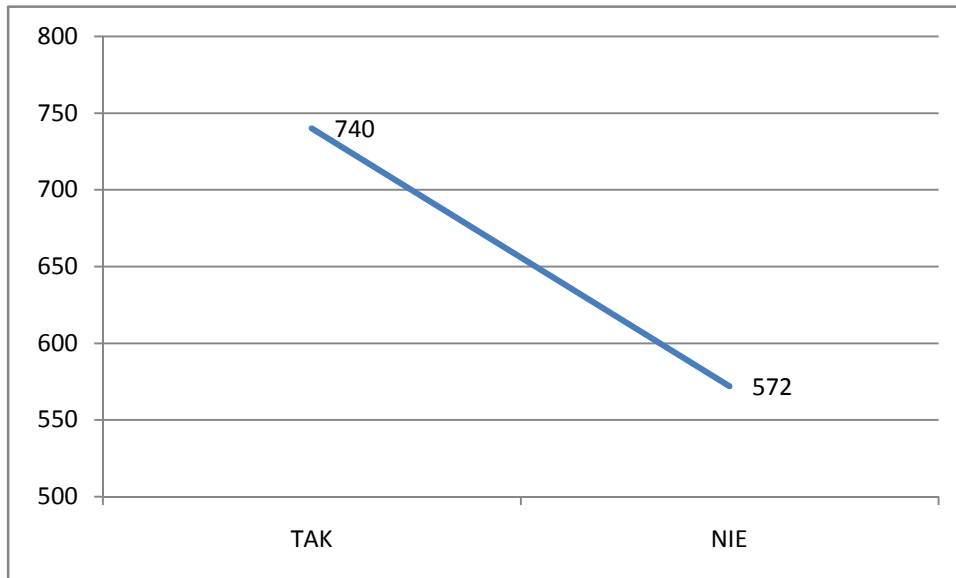
Rysunek 155. Odpowiedzi na pytanie, jakiego rodzaju pomoc byłaby przydatna przedsiębiorcom w ubieganiu się o dofinansowanie ze środków UE – procenty (N=1350)



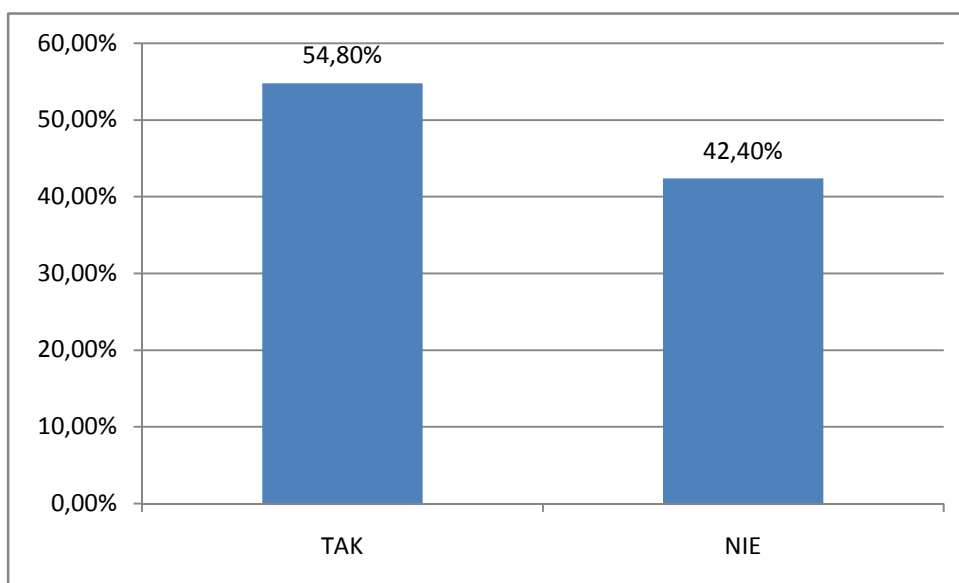
Pytanie 10.

Przedsiębiorców zapytano także o plany na przyszłość: czy zamierzają korzystać z dofinansowania z funduszy unijnych. Jak to widać na rysunkach 156 – 157, większość respondentów nosi się z takim zamiarem – 740 firm, co stanowi 54,8% liczebności badanej grupy.

Rysunek 156. Odpowiedzi na pytanie: Czy planuje Pan(i) w przyszłości korzystać z możliwości finansowania działań firmy z funduszy unijnych? (N=1350)

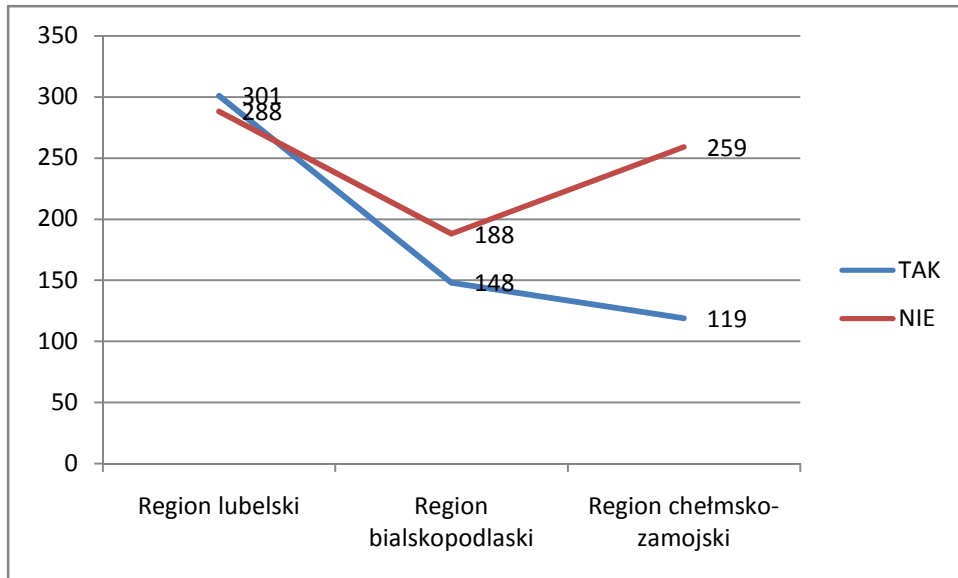


Rysunek 157. Odpowiedzi na pytanie: Czy planuje Pan(i) w przyszłości korzystać z możliwości finansowania działań firmy z funduszy unijnych? - procenty (N=1350)

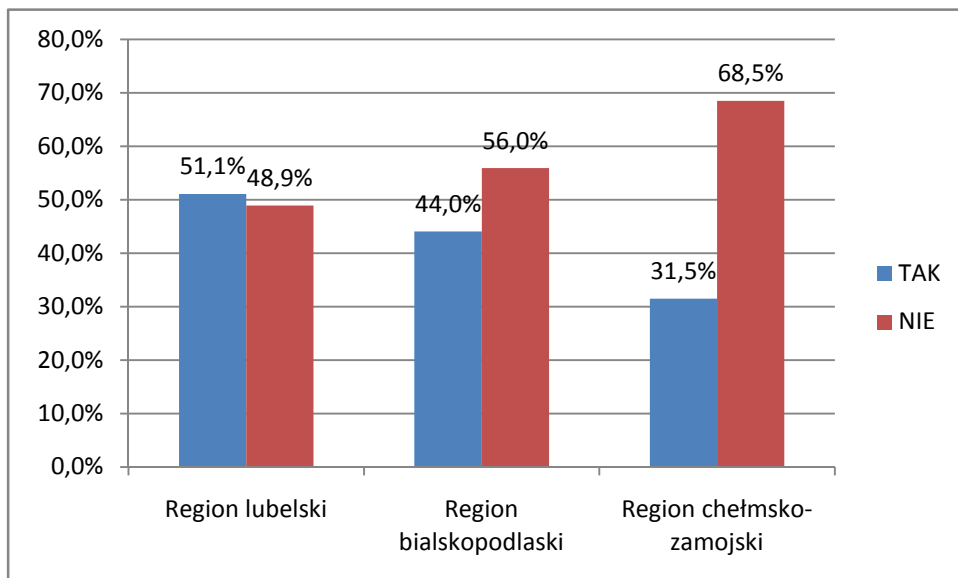


Odpowiedź na to pytanie w wyróżnionych na potrzeby badania subregionach (lubelskim, białkopodlaskim i chełmsko-zamojskim) prezentują rysunki 158 – 159:

Rysunek 158. Odpowiedzi na pytanie: Czy planuje Pan(i) w przyszłości korzystać z możliwości finansowania działań firmy z funduszy unijnych? w wyróżnionych subregionach (N=1350)



Rysunek 159. Odpowiedzi na pytanie: Czy planuje Pan(i) w przyszłości korzystać z możliwości finansowania działań firmy z funduszy unijnych? w wyróżnionych subregionach - procentowo (N=1350)

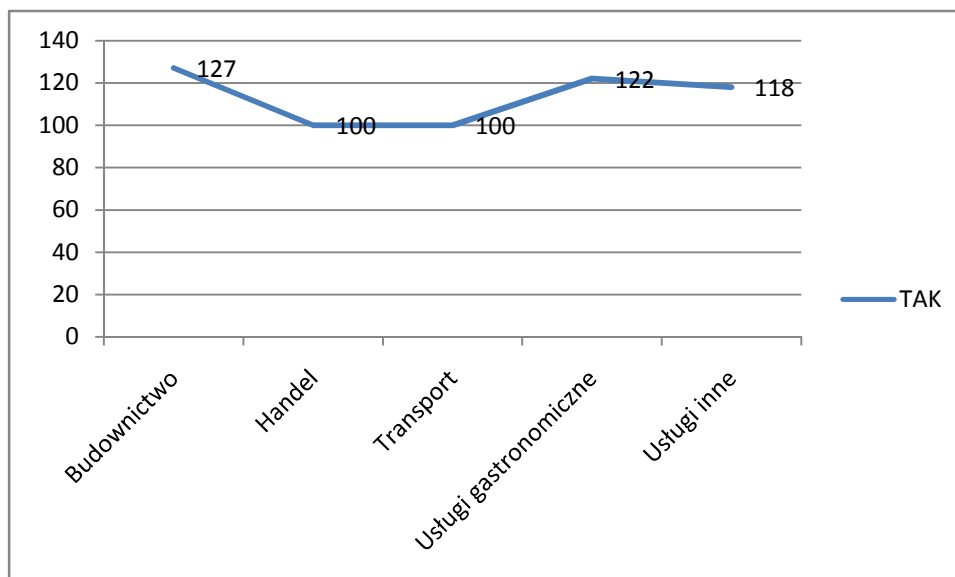


We wszystkich regionach dominują przedsiębiorcy, którzy mają zamiar korzystać w przyszłości z dofinansowania unijnego, przy czym najwięcej jest ich w subregionie lubelskim: 301 (51,1% liczebności tej podgrupy), następnie w chełmsko-zamojskim – 259 (31,5%) oraz białskopodlaskim – 188 (44%). Jednocześnie w subregionie lubelskim jest najwięcej firm, które wykluczają możliwość ubiegania się o fundusze unijne - 288, co stanowi 48,9% liczebności tej podgrupy. W subregionie białskopodlaskim takich firm jest 188 (56%), a w chełmsko-zamojskim 259 – 68,5%.

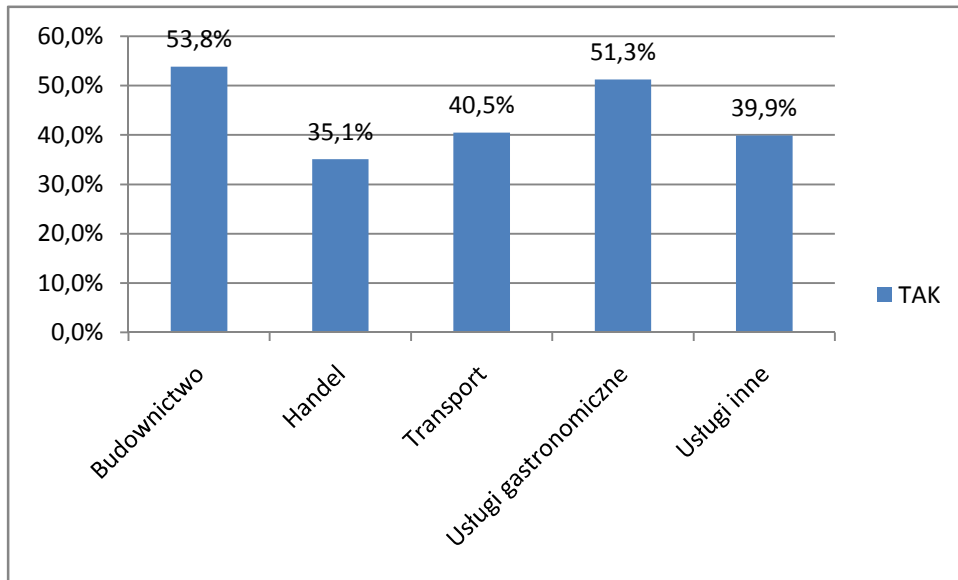
Różnice odpowiedzi pomiędzy reprezentantami poszczególnych subregionów są istotne statystycznie: $\chi^2=36,090$; $p<0,05$ – co oznacza, że najwięcej firm z subregionu lubelskiego ma zamiar ubiegać się o fundusze unijne.

Biorąc pod uwagę branżę, którą reprezentowali badani przedsiębiorcy, można zauważyć, że najwięcej firm budowlanych zamierza ubiegać się o dotacje unijne – 127 (53,8% liczebności tej grupy) oraz w usługach gastronomicznych – 122 (51,3%). O dotacje unijne ma zamiar ubiegać się także 118 firm z branży usług innych (39,9%), a także po 100 firm z branży transportowej (40,5%) i handlowej (35,1%). Różnice odpowiedzi pomiędzy reprezentantami poszczególnych branż są istotne statystycznie: $\chi^2=26,748$, $p<0,05$ – zatem najwięcej firm budowlanych ma zamiar ubiegać się o fundusze unijne.

Rysunek 160. Odpowiedzi na pytanie: Czy planuje Pan(i) w przyszłości korzystać z możliwości finansowania działań firmy z funduszy unijnych? wg branż (N=1350)

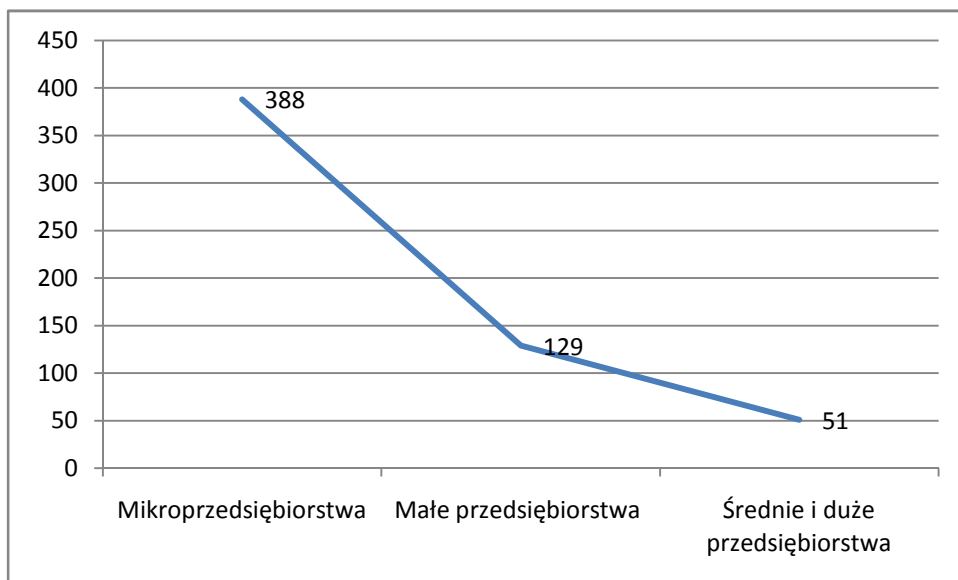


Rysunek 161. Odpowiedzi na pytanie: Czy planuje Pan(i) w przyszłości korzystać z możliwości finansowania działań firmy z funduszy unijnych? wg branż – procentowo (N=1350)

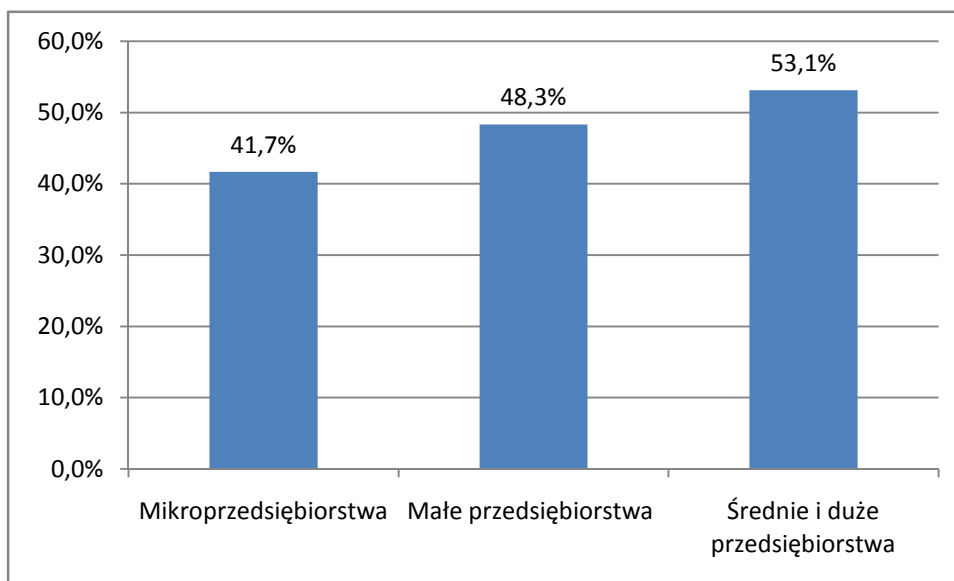


W badaniu sprawdzono także związek wielkości firmy z chęcią ubiegania się o dotacje unijne. Wyniki prezentują rysunki 162 – 163:

Rysunek 162. Odpowiedzi na pytanie: Czy planuje Pan(i) w przyszłości korzystać z możliwości finansowania działań firmy z funduszy unijnych? wg wielkości firm (N=1350)



Rysunek 163. Odpowiedzi na pytanie: Czy planuje Pan(i) w przyszłości korzystać z możliwości finansowania działań firmy z funduszy unijnych? wg wielkości firm - procentowo (N=1350)



Jak widać na powyższych wykresach, najwięcej mikroprzedsiębiorstw ma zamiar ubiegać się o dofinansowanie w funduszy UE: 388 firm (41,7%), następnie małych firm – 129 (48,3%) oraz średnich i dużych – 51 (53,1%).

Różnica ta jest istotna statystycznie – w porównaniu wszystkich wielkości firm, najwięcej mikroprzedsiębiorstw zamierza ubiegać się o dotacje z UE: $\chi^2=7,301$; $p<0,05$.

Pytanie 11.

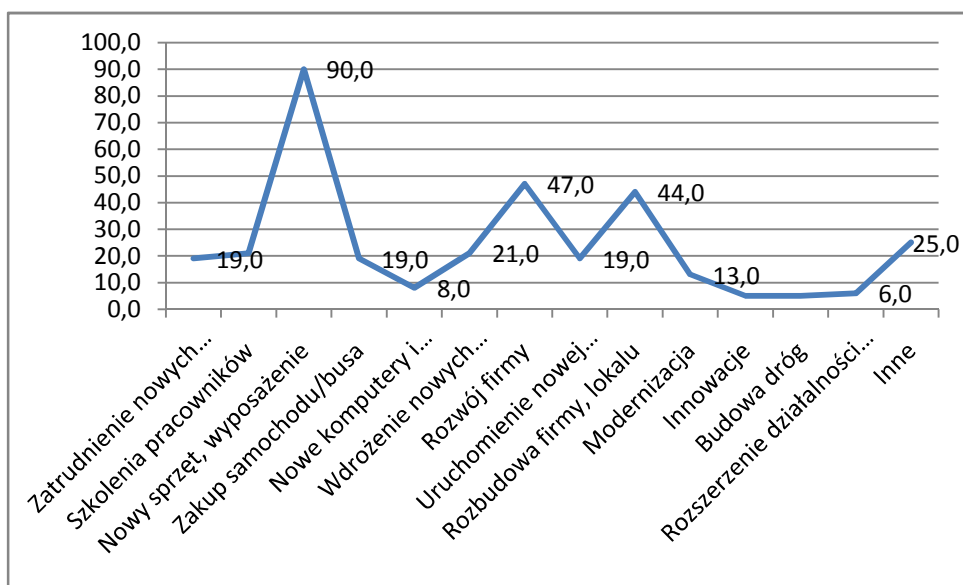
W pytaniu 11 badano, na jakie cele przedsiębiorcy mają zamiar przeznaczyć fundusze unijne, o które będą się ubiegać. Przedsiębiorcy udzielili następujących odpowiedzi:

- Nowy sprzęt, wyposażenie: 90 razy (26,32% ogółu odpowiedzi);
- Rozwój firmy: 47 (13,74%);
- Rozbudowa firmy, lokalu: 44 (12,87%);
- Szkolenia pracowników: 21 (6,14%);
- Wdrożenie nowych technologii: 21 (6,14%);
- Zatrudnienie nowych pracowników, staże, praktyki: 19 (5,56%);
- Zakup samochodu/busa: 19 (5,56%);
- Uruchomienie nowej działalności: 19 (5,56%);
- Modernizacja firmy: 13 (3,80%);
- Nowe komputery i oprogramowanie: 8 (2,34%);
- Rozszerzenie działalności firmy: 6 (1,75%);

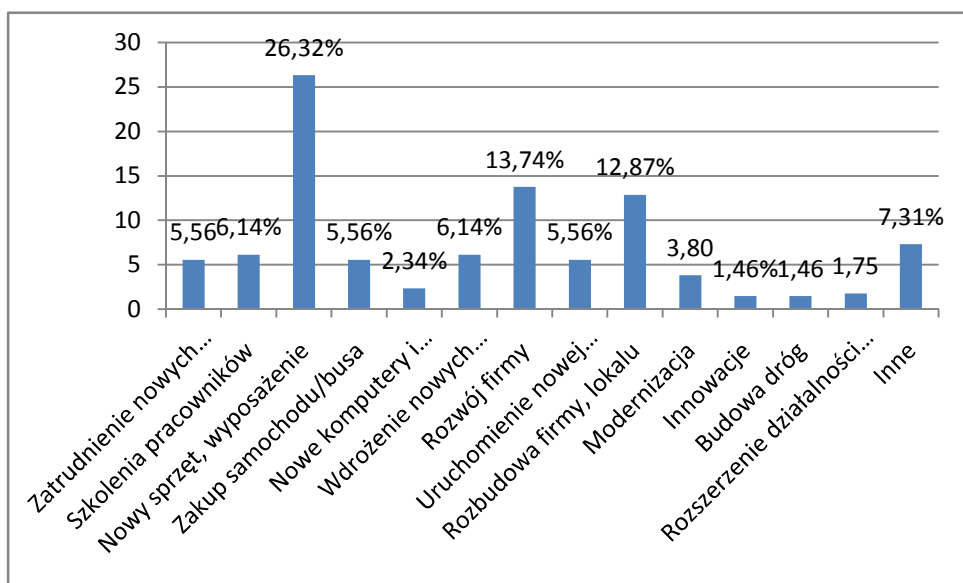
- Innowacje: 5 (1,46%);
- Budowa dróg: 5 (1,46%);
- Inne: 25 (7,31%).

Wyniki prezentują rysunki 164 – 165:

Rysunek 164. Cele, które przedsiębiorcy mają zamiar realizować z dotacji unijnych (N=1350)



Rysunek 165. Cele, które przedsiębiorcy mają zamiar realizować z dotacji unijnych – procentowo (N=1350)

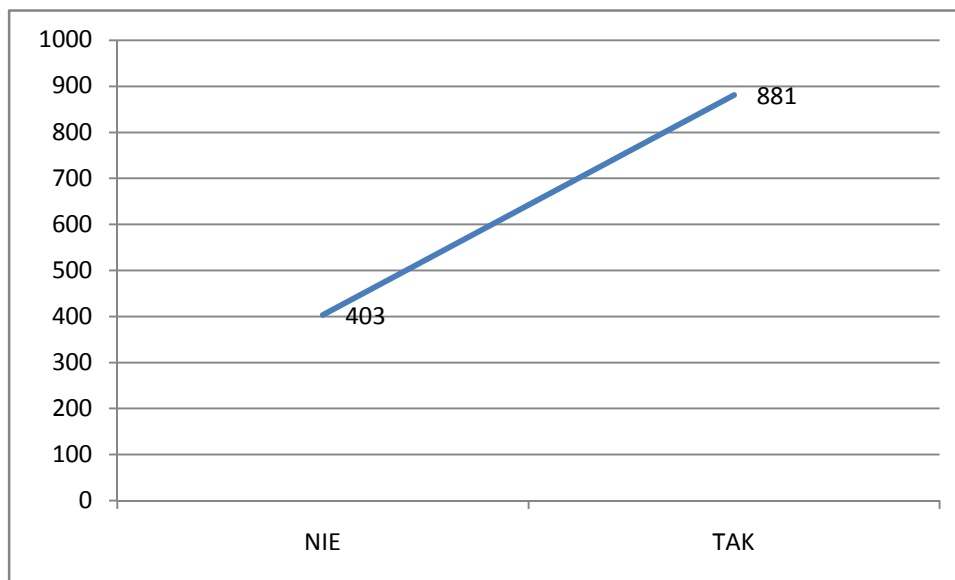


Na podstawie otrzymanych odpowiedzi można stwierdzić, że przedsiębiorcy najchętniej wydatkowałyby fundusze unijne na: zakup nowego sprzętu i wyposażenie firmy (90, 26,32%), ogólny rozwój firmy 47 (13,74%), rozbudowę firmy, lokalu: 44 (12,87%), szkolenie pracowników oraz wdrożenie nowych technologii - 21 (6,14%), zatrudnienie nowych pracowników, staże, praktyki oraz uruchomienie nowej działalności - 19: 19 (5,56%), modernizację firmy: 13 (3,80%). Widoczne jest zatem, że przedsiębiorcy z terenu województwa lubelskiego zamierzają rozwijać firmę dzięki funduszom unijnym, poprzez jej doposażenie, rozszerzenie działalności czy poprawę warunków lokalowych (zakup nowego, modernizacja) oraz poprzez inwestycje w posiadany personel (szkolenia, kursy) lub zatrudnienie nowych pracowników.

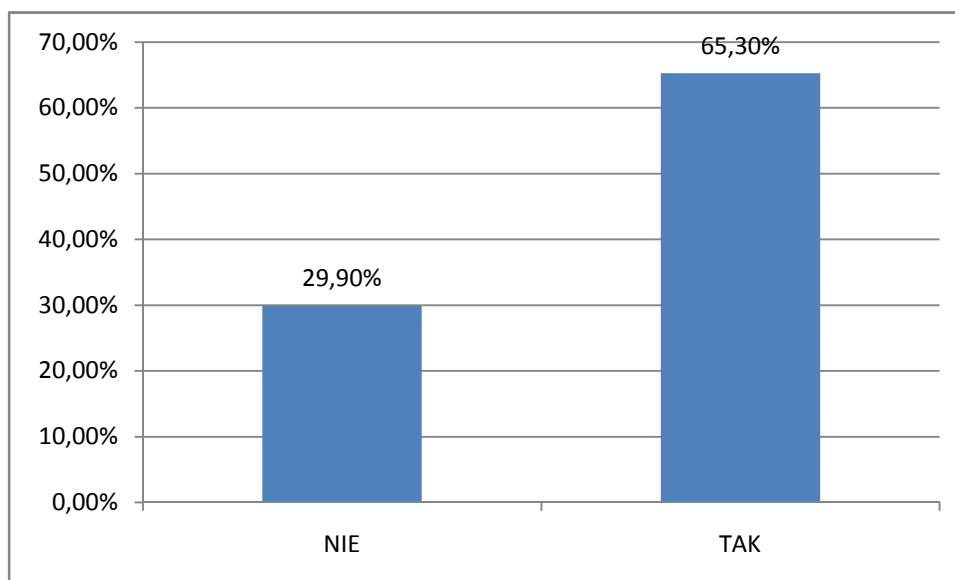
Pytanie 12.

W pytaniu 12 badano przekonania przedsiębiorców, czy możliwość uzyskania dotacji z funduszy UE jest dla nich szansą rozwoju – odpowiedzi przedstawiają rysunki 166 – 167:

Rysunek 166. Odpowiedzi na pytanie: Czy uważa Pan(i), że możliwość ubiegania się o finansowanie w ramach różnych funduszy unijnych stwarza szansę rozwoju Pana(i) firmy? (N=1350)



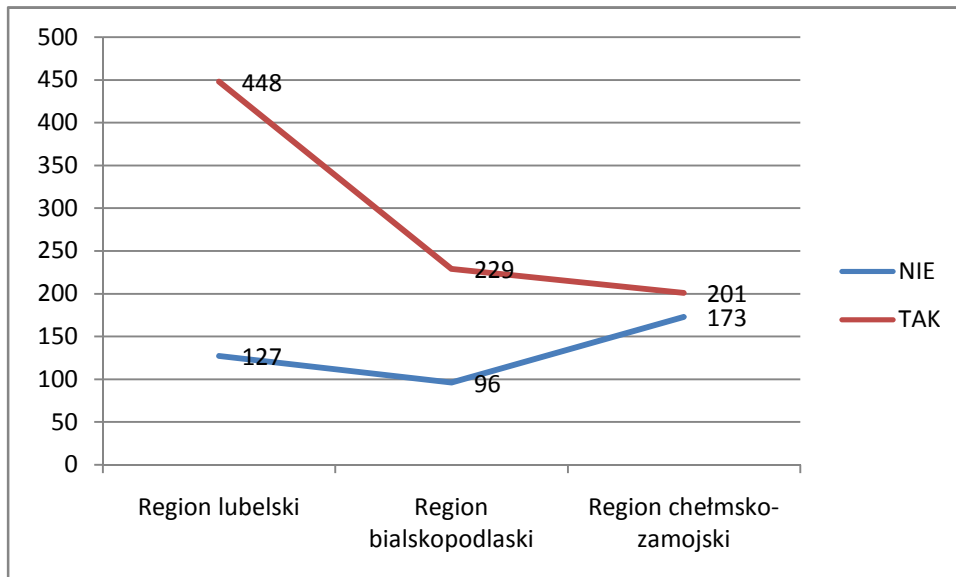
Rysunek 167. Odpowiedzi na pytanie: Czy uważa Pan(i), że możliwość ubiegania się o finansowanie w ramach różnych funduszy unijnych stwarza szansę rozwoju Pana(i) firmy? - procentowo (N=1350)



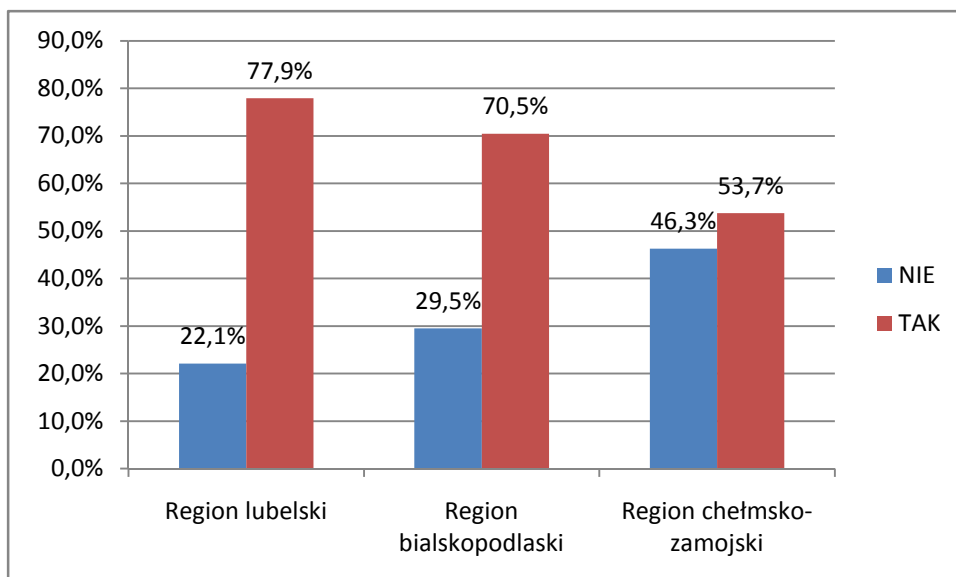
Zdecydowana większość przedsiębiorców uważa, że możliwość uzyskania dotacji z funduszy unijnych stanowi szansę dla ich firmy – sądzi tak 881 respondentów, co stanowi 65,3% liczebności tej podgrupy. Różnica pomiędzy przedsiębiorcami, którzy uważają fundusze unijne za szansę rozwoju dla swoich firm, a tymi, którzy tak nie uważają, jest istotna statystycznie: $\text{Chi}^2 = 62,283$; $p < 0,05$.

W badaniu uwzględniono subregiony województwa lubelskiego, na terenie których działają badane firmy. Analizując otrzymane wyniki można stwierdzić, że firmy ze wszystkich wyróżnionych subregionów dostrzegają w funduszach unijnych szansę rozwoju. Dzieje się tak zwłaszcza w przypadku regionu lubelskiego, gdzie uważa tak 448 przedsiębiorców (co stanowi 77,9% liczebności tej podgrupy), następnie w regionie białkopodlaskim (229, 70,5%) oraz chełmsko-zamojskim (201, 53,7%). Otrzymane wyniki pokazują rysunki 168 – 169:

Rysunek 168. Odpowiedzi na pytanie: Czy uważa Pan(i), że możliwość ubiegania się o finansowanie w ramach różnych funduszy unijnych stwarza szansę rozwoju Pana(i) firmy? w subregionach: lubelskim, białkopodlaskim i chełmsko-zamojskim (N=1350)



Rysunek 169. Odpowiedzi na pytanie: Czy uważa Pan(i), że możliwość ubiegania się o finansowanie w ramach różnych funduszy unijnych stwarza szansę rozwoju Pana(i) firmy? w subregionach: lubelskim, białkopodlaskim i chełmsko-zamojskim - procentowo (N=1350)



Należy zauważyć, że w subregionie chełmsko-zamojskim jest też najwięcej przedsiębiorców, którzy nie widzą w dotacjach unijnych szansy rozwoju dla swojej firmy – 173 (46,3%).

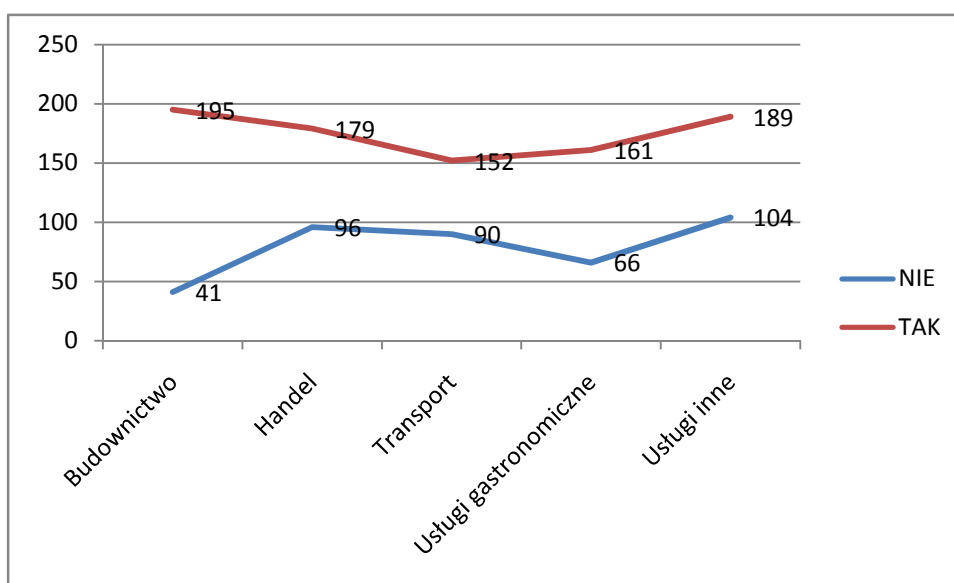
Zaobserwowane różnice pomiędzy firmami, które widzą szansę w finansowaniu z UE, a tymi, które uważają przeciwnie, przy uwzględnieniu subregionu są istotne statystycznie: $\chi^2=29,830$; $p<0,05$. Oznacza to, że przedsiębiorstw, które dostrzegają możliwość rozwoju dzięki dotacjom unijnym jest w województwie lubelskim (niezależnie od subregionu) istotnie więcej od tych, które uważają przeciwnie.

Biorąc pod uwagę branże reprezentowane przez respondentów, można stwierdzić, że niezależnie od branży, przedsiębiorcy widzą w funduszach unijnych szansę dla swoich firm. Najwięcej nadziei z funduszami unijnymi wiążą firmy z branży budowlanej – 195 przedsiębiorców (82,6% tej grupy), następnie z branży usług innych – 189 (64,5%), handlu – 179 (65,1%), usług gastronomicznych – 161 (70,9%) oraz branży transportowej (152 (62,8%).

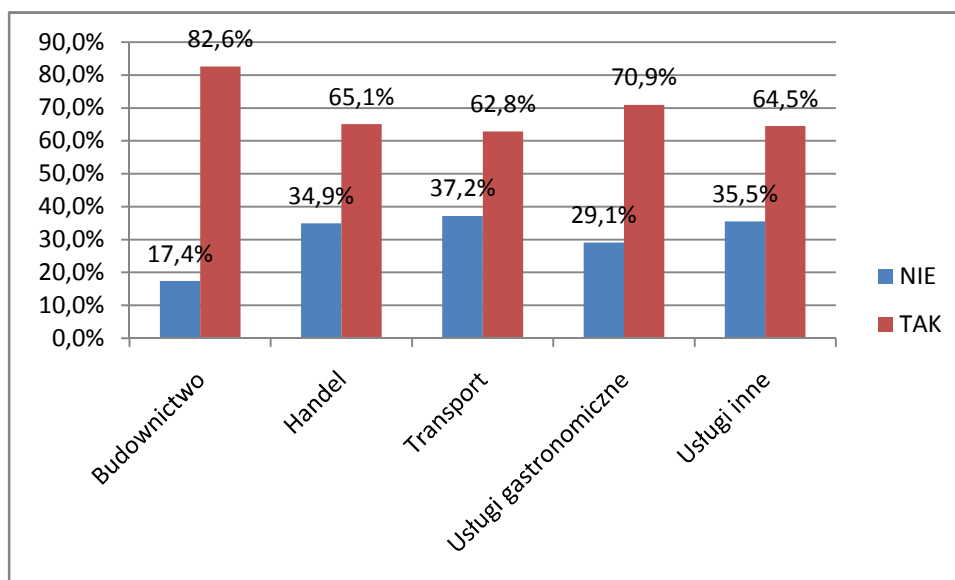
Różnice w odpowiedziach są istotne statystycznie ($\chi^2 = 29,830$; $p<0,05$, a więc można przyjąć, że niezależnie od branży, więcej przedsiębiorców dostrzega szanse rozwoju firmy w funduszach unijnych.

Uzyskane wyniki prezentują rysunki 170 – 171:

Rysunek 170. Odpowiedzi na pytanie: Czy uważa Pan(i), że możliwość ubiegania się o finansowanie w ramach różnych funduszy unijnych stwarza szansę rozwoju Pana(i) firmy? w wyróżnionych branżach (N=1350)



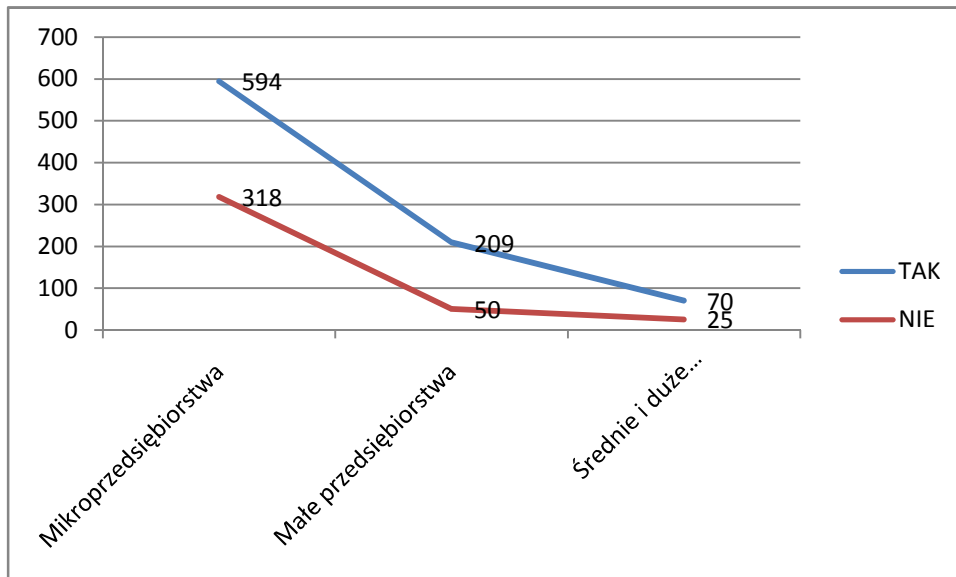
Rysunek 171. Odpowiedzi na pytanie: Czy uważa Pan(i), że możliwość ubiegania się o finansowanie w ramach różnych funduszy unijnych stwarza szansę rozwoju Pana(i) firmy? w wyróżnionych branżach - procentowo (N=1350)



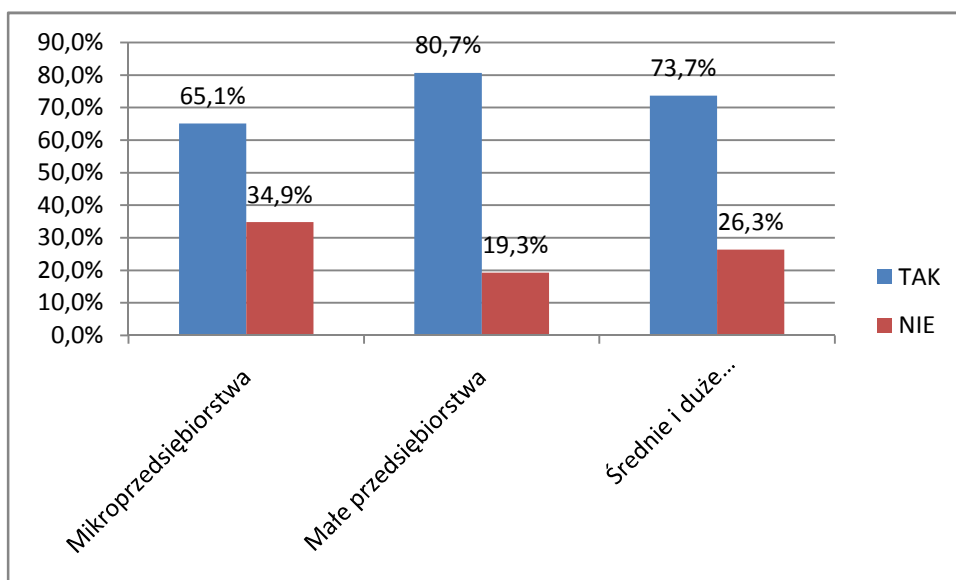
W badaniu uwzględniono także wielkość firmy – także w tym przypadku zaobserwowano więcej przedsiębiorców, niezależnie od wielkości ich firmy, którzy uważają dotacje unijne za szansę dla swojego przedsiębiorstwa. Tendencja ta dotyczy zwłaszcza mikroprzedsiębiorstw – wśród nich 594 (65,1%) firm jest o tym przekonanych, następnie małych firm - 209 (80,7%) oraz średnich i dużych przedsiębiorstw – 70 (73,7%). W przedziale średnich i dużych firm jest najwięcej przedsiębiorców, którzy nie dostrzegają szansy rozwoju stwarzanej przez dotacje unijne – 25 firm (26,3%). Zaobserwowane różnice są istotne statystycznie - $\chi^2 = 23,897$; $p < 0,05$. Oznacza to, że niezależnie od wielkości firmy, przedsiębiorcy są generalnie przekonani o możliwych korzyściach dla ich firm płynących z korzystania z funduszy UE.

Wyniki prezentują rysunki 172 – 173:

Rysunek 172. Odpowiedzi na pytanie: Czy uważa Pan(i), że możliwość ubiegania się o finansowanie w ramach różnych funduszy unijnych stwarza szansę rozwoju Pana(i) firmy? w mikroprzedsiębiorstwach, małych, średnich i dużych przedsiębiorstwach (N=1350)



Rysunek 173. Odpowiedzi na pytanie: Czy uważa Pan(i), że możliwość ubiegania się o finansowanie w ramach różnych funduszy unijnych stwarza szansę rozwoju Pana(i) firmy? w mikroprzedsiębiorstwach, małych, średnich i dużych przedsiębiorstwach - procentowo (N=1350)



Pytanie 13.

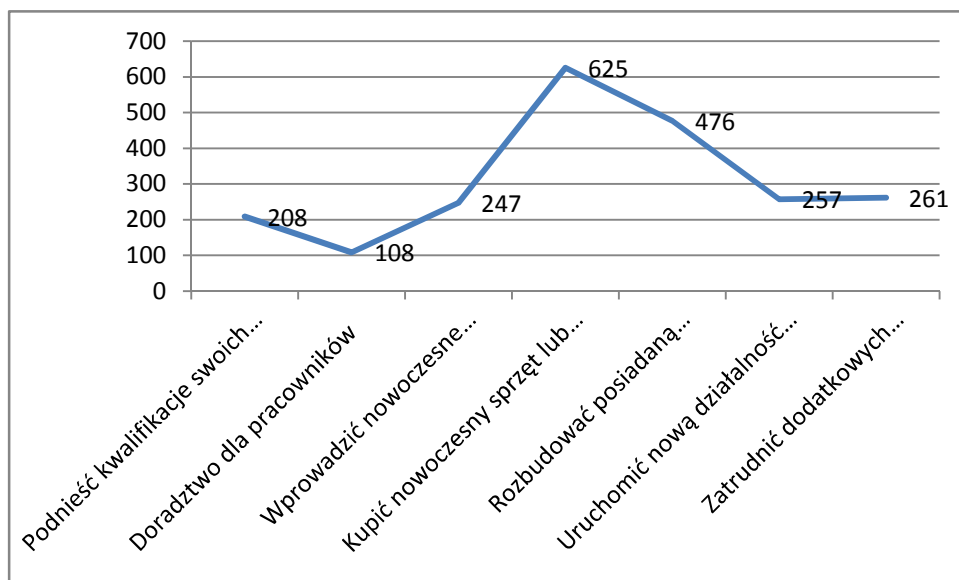
W pytaniu tym proszono respondentów o podanie, jakie działania chcieliby sfinansować z funduszy unijnych (można było wybrać więcej, niż jedno działanie).

Przedsiębiorcy odpowiadali następująco na to pytanie:

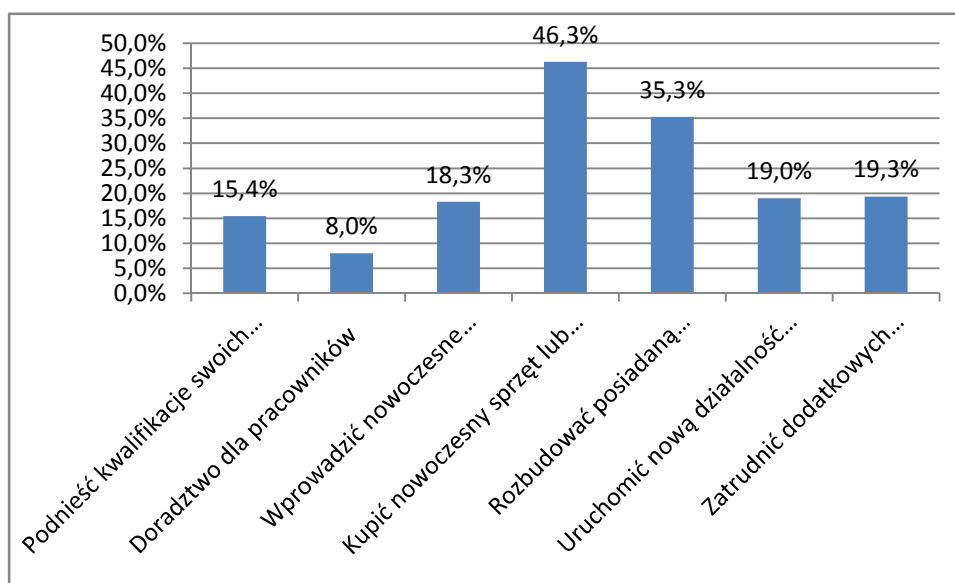
- Podnieść kwalifikacje swoich pracowników: 208, co stanowi 15,4% odpowiedzi,
- Doradztwo dla pracowników: 108, 8%,
- Wprowadzić nowoczesne technologie: 247, 18,3%,
- Kupić nowoczesny sprzęt lub urządzenia: 625, 46,3%,
- Rozbudować posiadaną infrastrukturę firmy: 476, 35,3%,
- Uruchomić nową działalność firmy: 257, 19%,
- Zatrudnić dodatkowych pracowników w ramach sponsorowanych staży, praktyk itp.: 261, 19,3%.

Uzyskane odpowiedzi na to pytanie przedstawiają rysunki 174 – 175:

Rysunek 174. Działania, które przedsiębiorcy chcieliby sfinansować z funduszy unijnych (N=1350)



Rysunek 175. Działania, które przedsiębiorcy chcieliby sfinansować z funduszy unijnych - procentowo (N=1350)

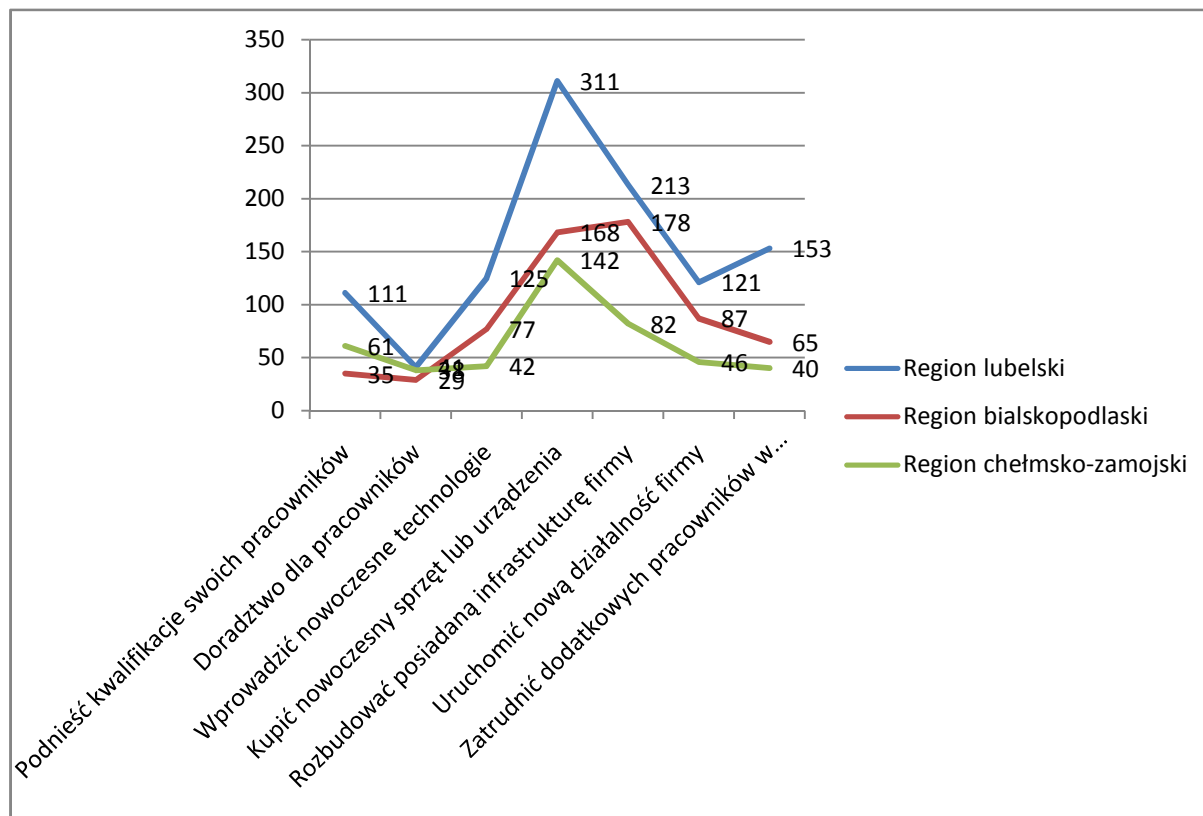


Najwięcej przedsiębiorców chciałoby sfinansować dzięki funduszom unijnym zakup nowego sprzętu lub urządzeń (625, 46,3%) oraz rozbudować posiadaną infrastrukturę firmy (476, 35,3%). Przedsiębiorcy w najmniejszym stopniu byliby chętni sfinansować z dotacji unijnych doradztwo dla swoich pracowników – 108, 8% wszystkich odpowiedzi.

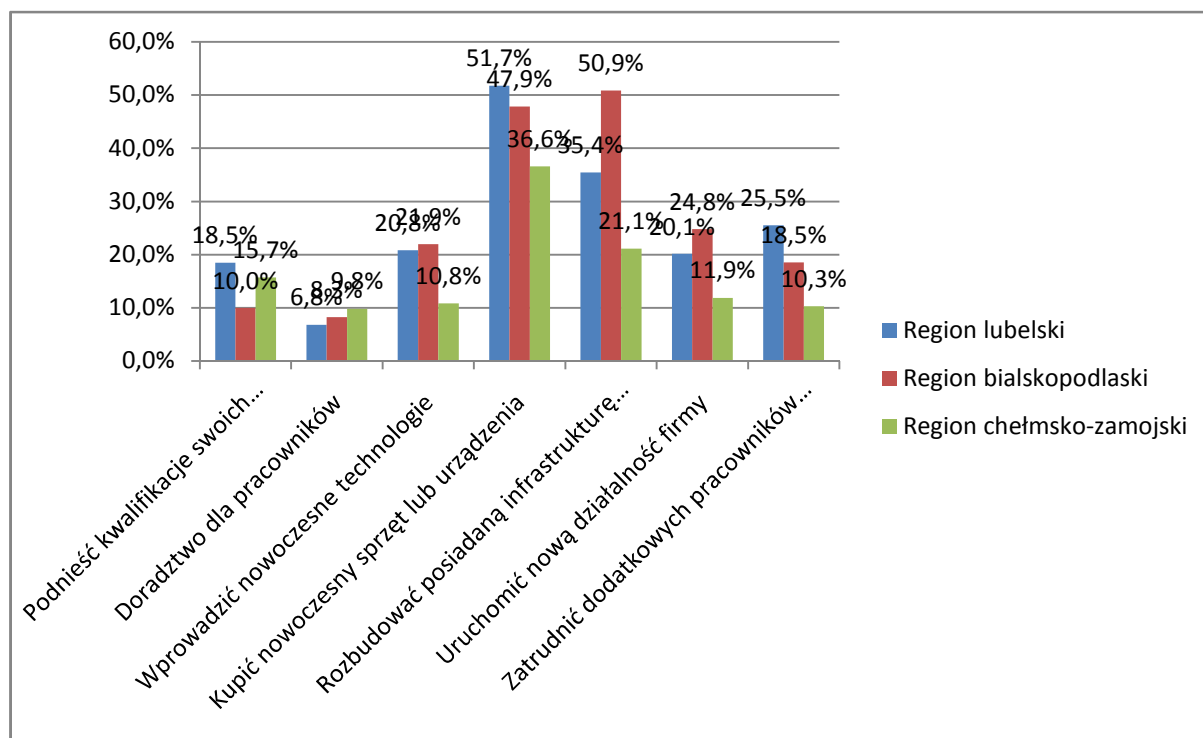
Analizując otrzymane odpowiedzi z uwzględnieniem subregionu, na którego terenie działa dana firma, można stwierdzić, że przedsiębiorcy z subregionu lubelskiego chcieliby sfinansować z funduszy unijnych przede wszystkim sprzęt i urządzenia dla firmy (311, 51,7% odpowiedzi w tej podgrupie), podobnie jak w subregionie chełmsko-zamojskim – 142, 35,4%. W subregionie białkopodlaskim tą opcję wybierano także często – 168 razy (36,6%), ale częściej rozbudowę infrastruktury firmy – 178, 50,9%. Na ten cel fundusze chcieliby także przeznaczyć otrzymane fundusze przedsiębiorcy z pozostałych subregionów: lubelskiego (213, 35,4%) i chełmsko-zamojskim (82, 21,1%). Przedsiębiorcy ze wszystkich regionów najmniej chętnie przeznaczaliby fundusze unijne na doradztwo dla swoich pracowników: w subregionie lubelskim wybierano tą możliwość 40 razy (6,8% wszystkich odpowiedzi w tej podgrupie), w białkopodlaskim - 29 (8,3%), natomiast w chełmsko-zamojskim – 38 (9,8%).

Otrzymane wyniki prezentują rysunki 176 – 177:

Rysunek 176. Działania, które przedsiębiorcy chcieliby sfinansować z funduszy unijnych w wyróżnionych subregionach (N=1350)

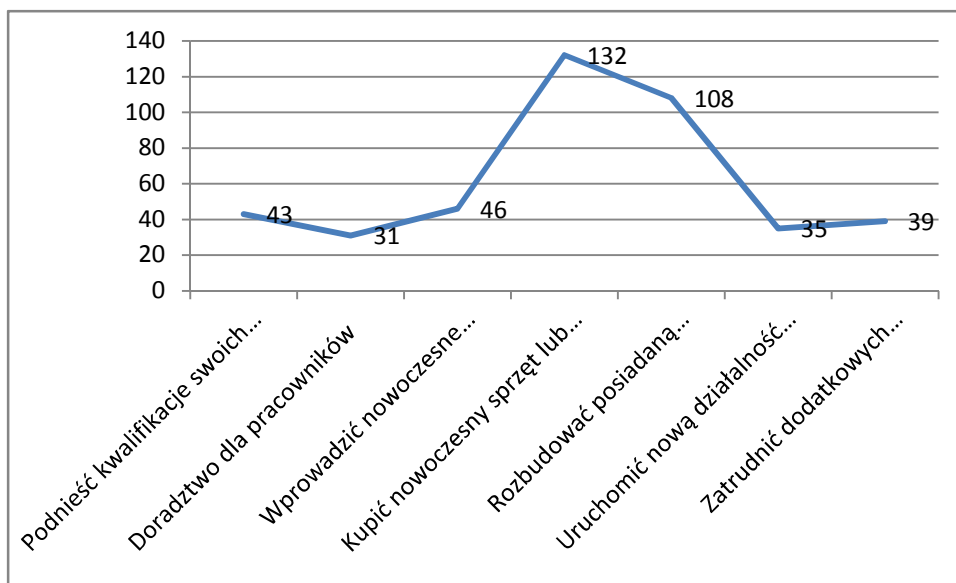


Rysunek 177. Działania, które przedsiębiorcy chcieliby sfinansować z funduszy unijnych w wyróżnionych subregionach - procentowo (N=1350)

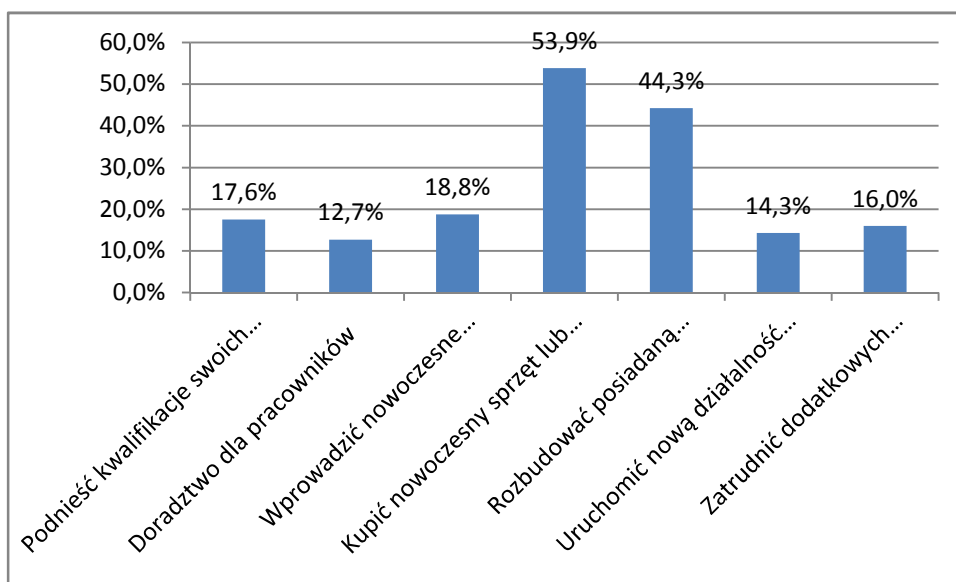


W badaniu brano także pod uwagę branżę, którą reprezentowali respondenci. Otrzymane wyniki pokazują rysunki 178-187:

Rysunek 178. Działania, które przedsiębiorcy z branży budowlanej chcieliby sfinansować z funduszy unijnych (N=434)

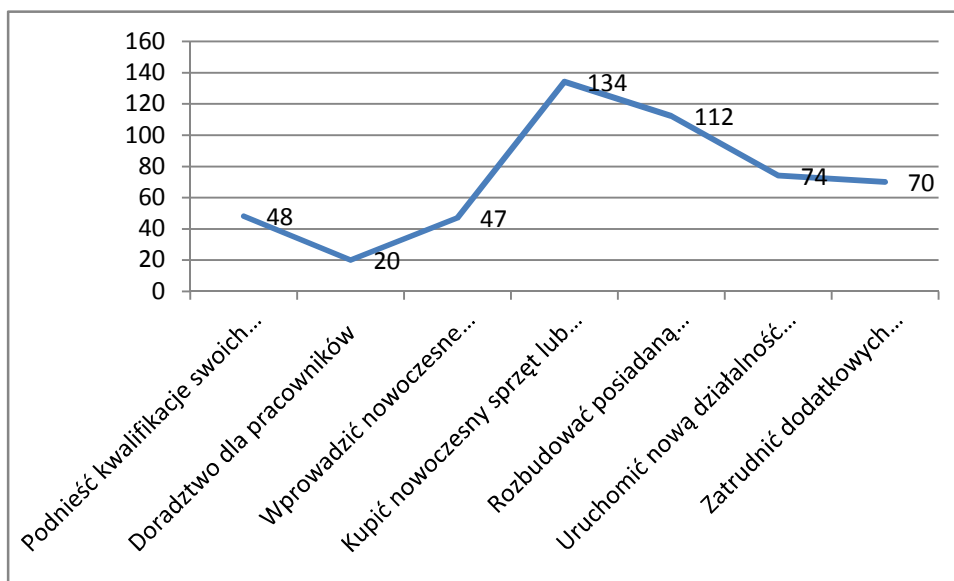


Rysunek 179. Działania, które przedsiębiorcy z branży budowlanej chcieliby sfinansować z funduszy unijnych – procentowo (N=434)

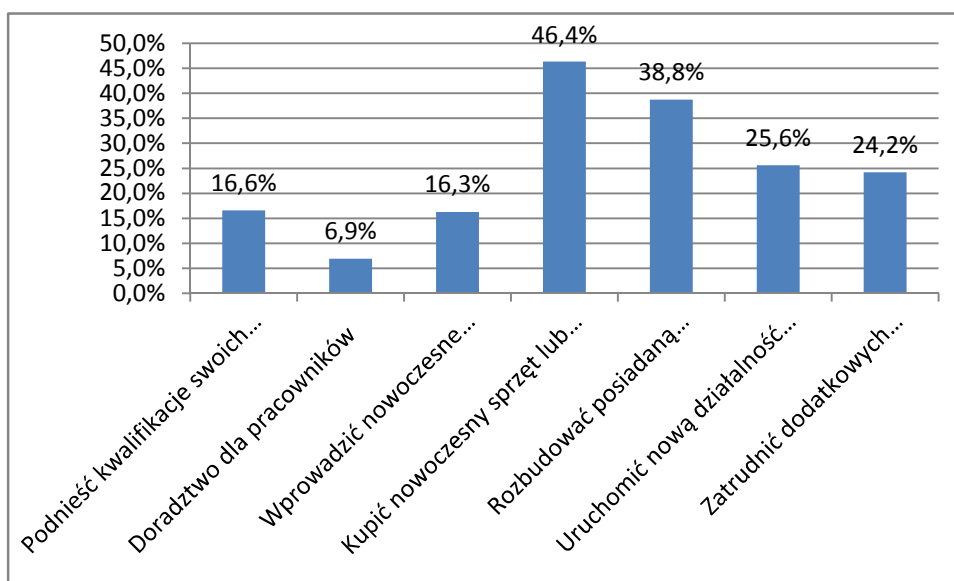


W budownictwie przedsiębiorcy chcieliby przeznaczyć otrzymane fundusze unijne głównie na zakup sprzętu i urządzeń 132 (53,9% odpowiedzi w tej podgrupie) oraz rozbudowę posiadanej infrastruktury – 108, 44,3%. Najmniej chętnie finansowaliby doradztwo dla swoich pracowników – 31 wyborów, co odpowiada 12,7% odpowiedzi tej podgrupy.

Rysunek 180. Działania, które przedsiębiorcy z branży handlowej chcieliby sfinansować z funduszy unijnych (N=505)

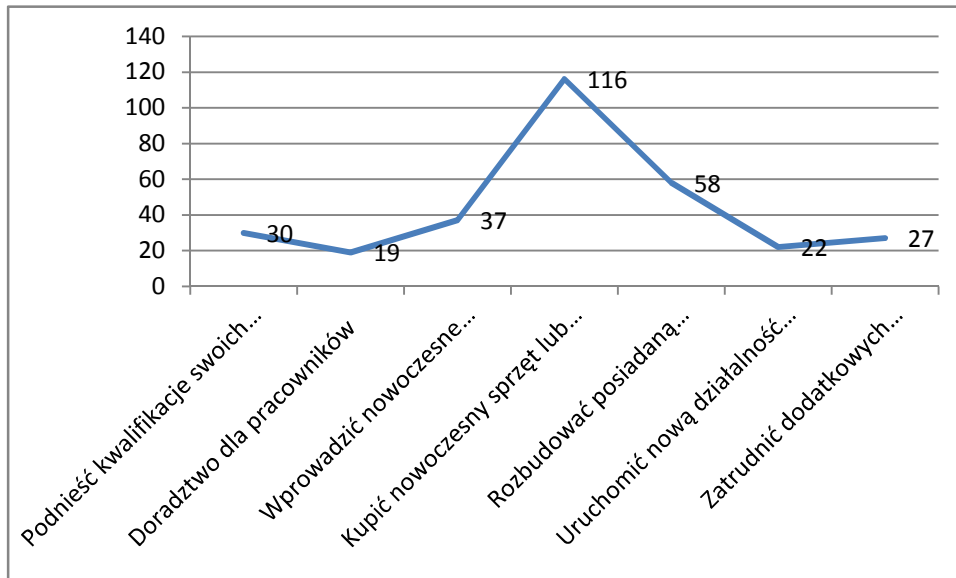


Rysunek 181. Działania, które przedsiębiorcy z branży handlowej chcieliby sfinansować z funduszy unijnych – procentowo (N=505)

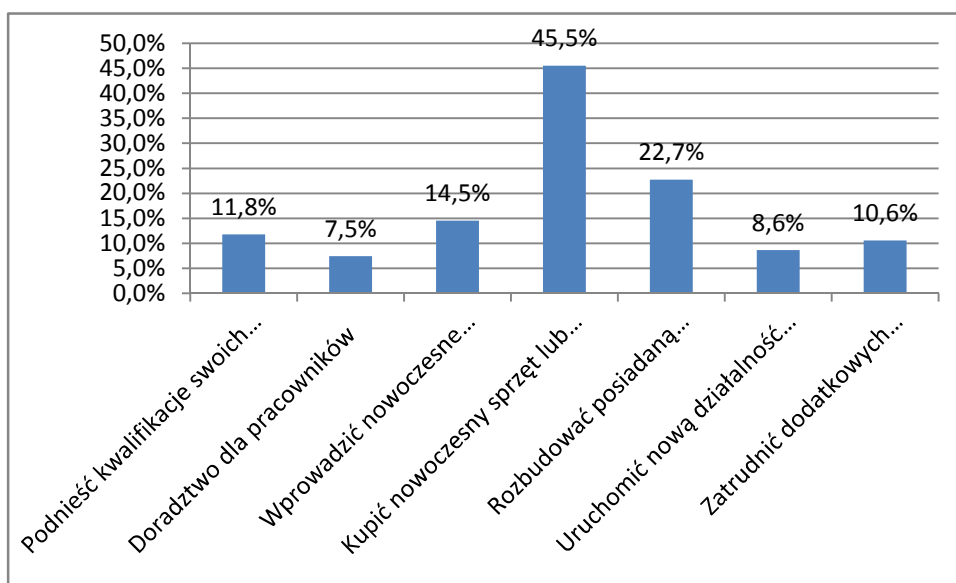


W branży handlowej respondenci zadeklarowali, że chcieliby sfinansować z funduszy unijnych zakup nowego sprzętu i urządzeń do firmy – 134 razy (46,4%) oraz rozbudować posiadaną infrastrukturę firmy - 112 (38,8%), natomiast najmniej chętnie wykorzystaliby je na doradztwo dla swoich pracowników – 20 (6,9%).

Rysunek 182. Działania, które przedsiębiorcy z branży transportowej chcieliby sfinansować z funduszy unijnych (N=309)

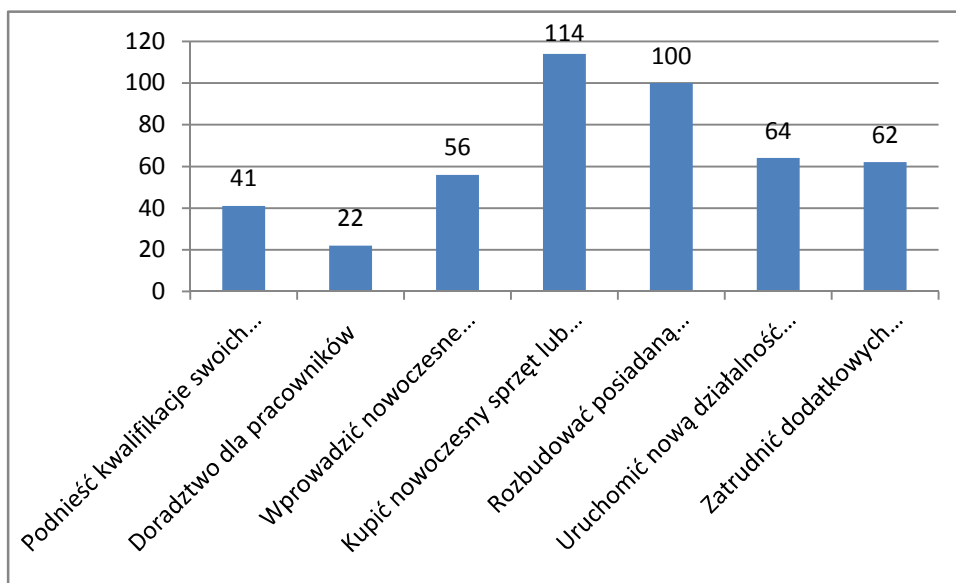


Rysunek 183. Działania, które przedsiębiorcy z branży transportowej chcieliby sfinansować z funduszy unijnych – procentowo (N=309)

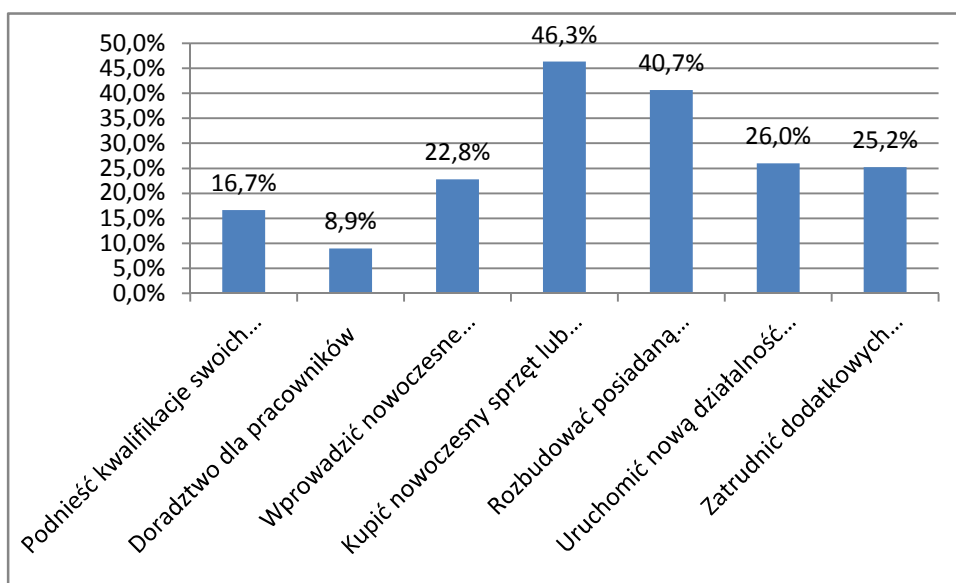


Odpowiedzi przedstawicieli branży transportowej są zbliżone pod względem jakości do odpowiedzi przedstawicieli pozostałych branż – z funduszy z UE najchętniej sfinansowano by zakup nowego sprzętu i urządzeń (116, 45,5%), rozbudowę infrastruktury firmy (58, 22,7%), a najmniej chętnie przeznaczono by dotację na doradztwo dla pracowników – 19 (7,5%).

Rysunek 184. Działania, które przedsiębiorcy z branży usług gastronomicznych chcieliby sfinansować z funduszy unijnych (N=459)

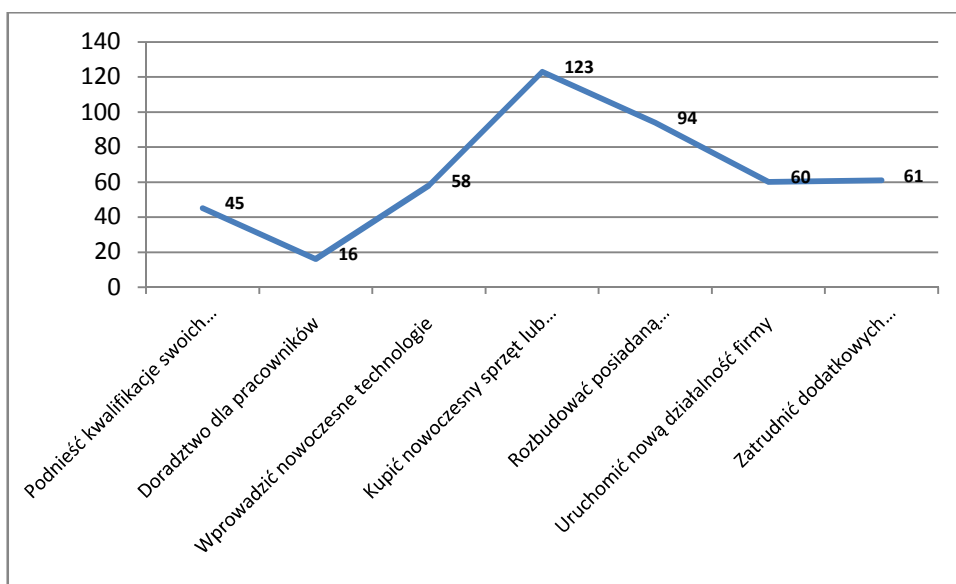


Rysunek 185. Działania, które przedsiębiorcy z branży usług gastronomicznych chcieliby sfinansować z funduszy unijnych – procentowo (N=459)

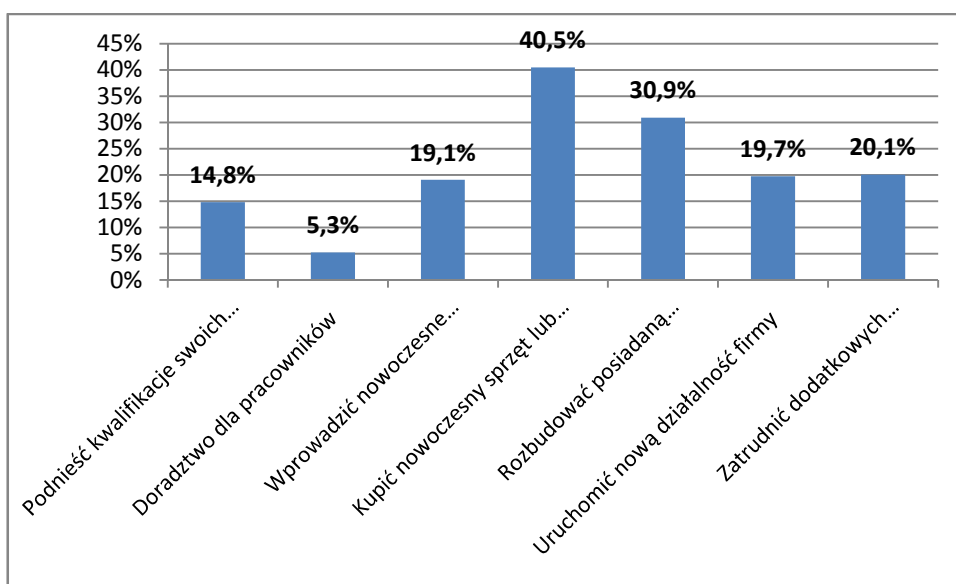


Analogicznych odpowiedzi udzielili przedstawiciele branży usług gastronomicznych: najliczniejsza grupa przeznaczyłaby otrzymane fundusze na zakup nowego sprzętu 114 (46,3%), następnie na rozbudowę infrastruktury – 100 (40,7%). Najmniej chętnie respondenci sfinansowaliby doradztwo dla pracowników – ta opcję wybrano 22 razy, co stanowi 8,9% wszystkich odpowiedzi.

Rysunek 186. Działania, które przedsiębiorcy z branży usług innych chcieliby sfinansować z funduszy unijnych (N=457)



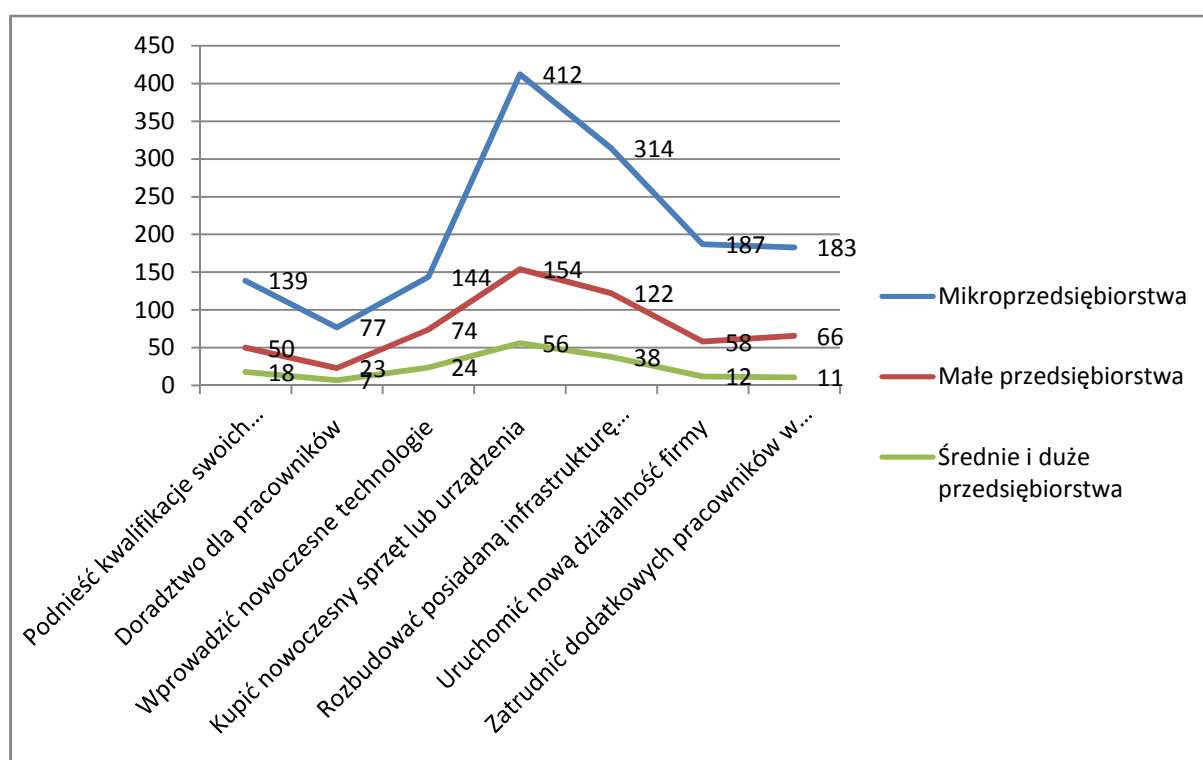
Rysunek 187. Działania, które przedsiębiorcy z branży usług innych chcieliby sfinansować z funduszy unijnych – procentowo (N=457)



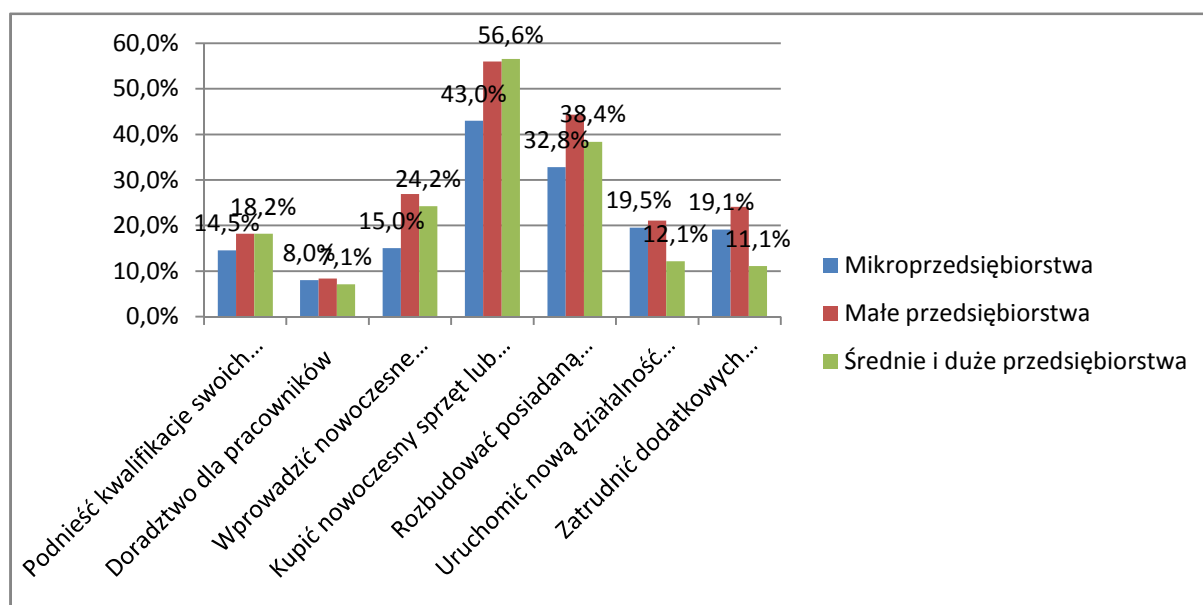
Odpowiedzi przedstawicieli branży usług innych odpowiedzi zgodnie z trendem ogólnym: najchętniej sfinansowaliby zakup nowego sprzętu (123, 40,5%) i rozbudowę infrastruktury firmy (94, 30,9%), a najmniej chętnie przeznaczyliby dotację unijną na doradztwo dla swoich pracowników: 16 (5,3%).

W badaniach uwzględniono także wielkość przedsiębiorstwa wyróżniając mikroprzedsiębiorstwa, małe przedsiębiorstwa, średnie i duże przedsiębiorstwa. Odpowiedzi prezentują rysunki 188 – 189:

Rysunek 188. Działania, które przedsiębiorcy chcieliby sfinansować z funduszy unijnych z uwzględnieniem wielkości firmy (N=1350)



Rysunek 189. Działania, które przedsiębiorcy chcieliby sfinansować z funduszy unijnych z uwzględnieniem wielkości firmy – procentowo (N=1350)



Przedsiębiorcy z terenu województwa lubelskiego, bez względu na wielkość firmy, najchętniej chcieliby przeznaczyć otrzymane fundusze unijne na zakup nowego sprzętu - tę opcję wybierano 412 razy (43,0%) w mikroprzedsiębiorstwach, 154 razy (56,0%) w małych przedsiębiorstwach oraz 56 razy (56,6%) w średnich i dużych przedsiębiorstwach oraz rozbudowę infrastruktury (mikroprzedsiębiorstwa – 314, 32,8%; małe przedsiębiorstwa - 122, 44,4% średnie i duże przedsiębiorstwa – 38, 32,8%), natomiast najmniejszym zainteresowaniem cieszyła się możliwość sfinansowania z dotacji doradztwa dla pracowników. Tą możliwość wybrano 77 razy (8%) w mikroprzedsiębiorstwach, 23 razy (8,4%) w małych przedsiębiorstwach i 7 razy (7,1%) w średnich i dużych przedsiębiorstwach.