

RAPORT KOŃCOWY
„DIAGNOZA KONDYCJI NOWO POWSTAŁYCH FIRM W
WOJEWÓDZTWIE ŁÓDZKIM”

1.	Główne wyniki badania.....	4
2.	Zarys metodologiczny	7
3.	Profil „młodego” przedsiębiorcy	8
4.	Skala przedsięwzięcia.....	10
5.	Zakładanie firmy, początki działalności	12
5.1.	Główne powody założenia firmy	12
5.2.	Proces podejmowania decyzji o założeniu firmy.....	13
5.2.1.	Samodzielność, wcześniejsze doświadczenia, długość podejmowania decyzji	13
5.2.2.	Za i przeciw podjęciu decyzji o założeniu firmy.....	13
5.2.3.	Reakcja otoczenia na decyzję o założeniu firmy.....	14
5.2.4.	Firma - szansa czy brak innych alternatyw?	15
5.3.	Pomysł na firmę (źródło, powiązanie z pasjami, hobby).....	15
5.4.	Źródło funduszy na rozpoczęcie działalności gospodarczej	16
5.5.	Współpraca z urzędami (długość rejestracji, chęć pomocy, jakość obsługi)	18
5.5.1.	Długość rejestracji	18
5.5.2.	Jakość obsługi, kompetencje urzędników	20
5.6.	Główne bariery na etapie otwierania działalności	25
5.7.	Na ile szkoła przygotowuje do założenia firmy? Potrzeby szkoleniowe respondentów	26
6.	Działalność – blaski i cienie.....	28
6.1.	Misja firmy	28
6.2.	Główne atuty prowadzenia firmy	28
6.3.	Mocna strona firmy.....	29
6.4.	Słaba strona firmy.....	29
6.5.	Największy sukces firmy, czynniki sukcesu, poziom wiary w sukces firmy.....	30
6.6.	Główne bariery w zarządzaniu firmą/prowadzeniu firmy	32
6.7.	Nieodpłatna pomoc innych osób, outsourcing.....	33
6.8.	Finanse.....	34
6.9.	Zapotrzebowanie na określony typ informacji, szkolenia, wiedzę	35
7.	Przyszłość.....	36
7.1.	Obawy, największe zagrożenia w przyszłości dla prowadzenia biznesu	36
7.2.	Wyznaczniki sukcesu w przyszłości	36

7.3.	Strategia - czy firmy zakładają możliwość odniesienia porażki? Czy mają plan awaryjny?.....	37
7.4.	Rekomendacje – czyli co należy zrobić, aby zachęcić mieszkańców województwa łódzkiego do prowadzenia własnej działalności gospodarczej	39
8.	Podsumowanie	42

1. Główne wyniki badania

Kobiety są równie aktywne jak mężczyźni w podejmowaniu działalności gospodarczej.

Działalność gospodarczą najczęściej podejmują osoby w wieku 25 – 34 lat, jest to też najaktywniejsza grupa w odniesieniu do całej populacji województwa łódzkiego. Średnia wieku młodego przedsiębiorcy to 36,8. Małą aktywność w tej sferze przejawiają osoby w wieku 45+.

Im wyższe wykształcenie tym większa aktywność w zakresie podejmowania działalności gospodarczej. Wśród przedsiębiorców dominują osoby z wykształceniem średnim, bardzo niewielką grupę stanowią osoby z wykształceniem podstawowym. Połowa badanych prowadzi firmy o profilu innym niż ich wykształcenie kierunkowe. Przeważająca część badanych prezentuje pogląd, iż szkoła w niewielkim stopniu lub w ogóle nie przygotowała ich do prowadzenia własnej działalności.

Praktycznie wszyscy badani posiadają już jakieś doświadczenie zawodowe, ale nie jest ono zazwyczaj związane z prowadzeniem własnego biznesu. Dla większości założona firma jest pierwszą firmą.

Kluczowe obszary działalności młodych firm to handel i usługi.

Młode firmy są przedsięwzięciami na niewielką skalę - w przeważającej mierze to mikro firmy – 80% nie zatrudnia nikogo lub tylko 1 pracownika. Działają przede wszystkim na rynku lokalnym. Tylko 6% ukierunkowuje swoje działania na klientów biznesowych.

Młodzi przedsiębiorcy inwestują w rozpoczęcie swoich biznesów na miarę swoich portfeli i posiadanych zasobów finansowych, nie ryzykując pieniędzy, których nie mają.

Niezaprzeczalnie podstawowym źródłem finansów na rozpoczęcie działalności są własne środki, oszczędności (77%), w drugiej kolejności jest to bezzwrotna dotacja z Urzędu Pracy (21%) oraz pożyczka od rodziny (15%). Trzy czwarte badanych zainwestowało w nowy biznes kwotę do 20 000 zł.

We wszystkich grupach wiekowych dwa główne motywy założenia firmy to: potrzeba władzy/niezależności (chęć pracy na własnych rachunek – 58%, chęć bycia na swoim – 43%) oraz potrzeby finansowe – 34%. Znaczny procent wskazań zyskały również potrzeby związane z samorealizacją.

Decyzję o rozpoczęciu działalności respondenci podjęli samemu lub przy współudziale rodziny. Nikły procent badanych radzi się profesjonalnych doradców. Decyzja rodzi się na bazie posiadanego doświadczenia w sferze osobistej lub zawodowej oraz dzięki bacznej obserwacji otaczającej rzeczywistości.

Dla większości założenie firmy było postrzegane jako szans, choć widać również tendencję, że im osoba starsza tym częściej wskazywana była kategoria „brak innych możliwości”.

Długość procesu rejestracji firmy w poszczególnych urzędach jest dość zbliżony i wynosi średnio w przybliżeniu od trzech do pięciu dni. Przeważająca część badanych ocenia poszczególne urzędy pod względem jakości obsługi i kompetencji pracowników dobrze lub bardzo dobrze. Choć w badaniach jakościowych często podkreślano „iż jedno okienko to fikcja”.

Biorąc pod uwagę rozkład wyników w podziale na powiaty kluczowe bariery na etapie zakładania firmy to: biurokracja, duża ilość formalności, brak pieniędzy lub ich niewystarczająca ilość na rozpoczęcie działalności, kompetencje oraz brak pomocy ze strony urzędników, konieczność załatwiania formalności w wielu urzędach, czas oczekiwania na decyzje urzędników.

Młodym przedsiębiorcom na etapie zakładania firmy brakuje szczególnie wiedzy z zakresu procedur rejestracyjnych, informacji prawnych, formalnych oraz wiedzy księgowej i podatkowej, tej ostatniej także szczególnie już w trakcie prowadzenia firmy.

Zakładane firmy posiadają różną misję, priorytety w swojej działalności. Wśród przebadanych firm można wyróżnić firmy zorientowane na: wartości, pracowników, klientów, zadania, zyski, rozwój.

W opinii młodych przedsiębiorców najważniejsze mocne strony ich firm to: doświadczenie i fachowość oraz jakość produktów i usług, a słabe to brak klientów oraz środków na rozwój, za mały kapitał.

W zarządzaniu firmą największych trudności następują: marketing, kwestie księgowe, zapewnienie przewagi konkurencyjnej firmy, kwestie prawne.

Generalnie panuje model „Zosi Samosi” – innym firmom podzlecana jest przede wszystkim księgowość. Zdania co do skali odnoszonych zysków są podzielone. 39% deklaruje, że są zbliżone do oczekiwanych, kolejne 39% uważa, że są niższe niż przewidywane. Negatywne skutki kryzysu odczuło 36% przebadanych firm.

Ponad połowa badanych posiada strategię rozwoju na najbliższe 2-3 lata. Największe obawy badanych przedsiębiorców związane są z intensywnie rozwijającą się konkurencją – zwłaszcza sieciami handlowymi i firmami internetowymi. Dla ponad połowy badanych posiadanie grona stałych klientów to główny wyznacznik sukcesu w przyszłości.

Najpopularniejszym „planem awaryjnym” w przypadku gdy firma nie będzie w stanie utrzymać się na rynku, jest zmiana jej profilu lub otwarcie kolejnej działalności gospodarczej.

Praktycznie wszyscy przedsiębiorcy oczekują pomocy od władz samorządowych w zakresie uruchamiania własnej działalności gospodarczej. Za najbardziej pożądane uznano: dotacje na rozpoczęcie działalności, bezpłatne poradnictwo księgowe oraz prawne, stosowanie preferencyjnych cen w zakresie wynajęcia powierzchni biurowych, lokali użytkowych, dofinansowanie do szkoleń, bezpłatne rozwiązania IT. Dwie trzecie badanych uważa, że obecnie władze w niewielkim stopniu lub w ogóle nie wspierają młodych przedsiębiorców.

Młodzi przedsiębiorcy zapytani o to czy gdyby mogli cofnąć czas i ponownie podjąć decyzję o założeniu własnej działalności gospodarczej w przeważającej większości odpowiadają pozytywnie (84%).

2. Zarys metodologiczny

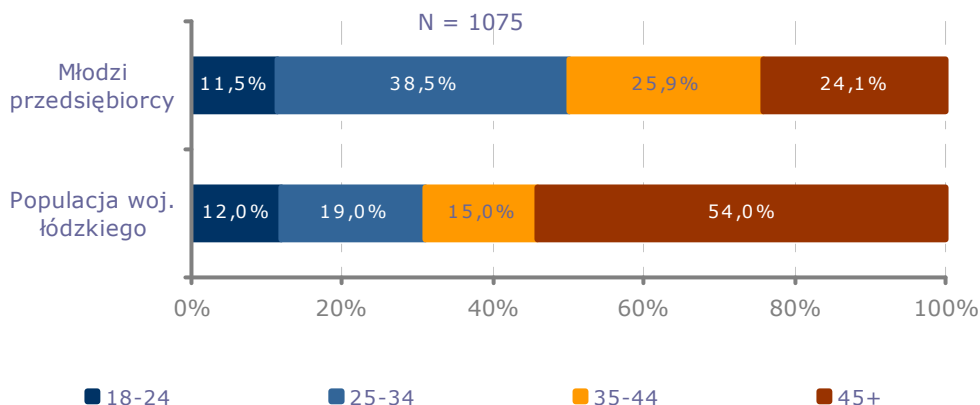
Badanie zostało przeprowadzone w okresie od listopada do grudnia 2009 rok w województwie łódzkim. Składało się z komponentu ilościowego oraz jakościowego. Badaniem objęto przedsiębiorców (właścicieli i współwłaścicieli) działających na rynku nie dłużej niż rok, których firmy zostały zarejestrowane na terenie województwa łódzkiego. W ramach badania jakościowego przeprowadzono 51 indywidualnych wywiadów pogłębionych (IDI) z młodymi przedsiębiorcami. Zastosowano dobór celowy, za kryterium doboru stanowiły wiek (poniżej oraz powyżej 45 roku życia), płeć oraz lokalizacja danej firmy (miasto Łódź oraz firmy mieszczące w mniejszych miejscowościach). W ramach badania ilościowego przeprowadzono standaryzowane wywiady kwestionariuszowe – ankiety papierowe (PAPI) z 1075 młodymi przedsiębiorcami. Zastosowano dobór kwotowy, proporcjonalny do ilości nowo powstałych firm w danym powiecie.

3. Profil „młodego” przedsiębiorcy

Płeć nie różnicuje aktywności w zakresie zakładania działalności gospodarczej. Struktura młodych przedsiębiorców pod względem płci w wieku 18+ jest identyczna jak struktura demograficzna województwa łódzkiego i składa się na nią 47% mężczyzn i 53% kobiet.

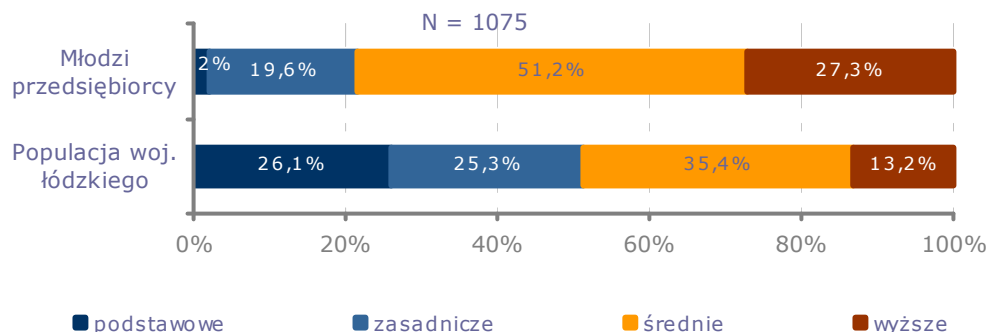
Uwzględniając udział poszczególnych grup wiekowych w populacji mieszkańców województwa łódzkiego widać różnice w skłonności mieszkańców w różnym wieku do zakładania działalności gospodarczej. Generalnie działalność gospodarczą najczęściej rozpoczynają osoby w wieku od 25 – 34 lat, a następnie osoby w wieku 35 do 44 lat. Zdecydowanie najmniej aktywną grupą są osoby w wieku 45+. Średnia wieku młodego przedsiębiorcy to 36,8 lat.

Wykres 1. Porównanie struktury wieku młodych przedsiębiorców i populacji województwa łódzkiego



Biorąc pod uwagę poziom wykształcenia mieszkańców województwa łódzkiego i strukturę przebadanej grupy młodych przedsiębiorców można stwierdzić, że im wyższe wykształcenie tym większa aktywność w zakresie rozpoczynania działalności gospodarczej. Stosunkowo najaktywniejsze są osoby z wykształceniem wyższym a najmniej osoby z wykształceniem podstawowym. Dominującą grupą wśród przedsiębiorców są osoby z wykształceniem średnim.

Wykres 2. Porównanie struktury wykształcenia młodych przedsiębiorców i populacji województwa łódzkiego



29% respondentów twierdzi, iż profil prowadzonej przez nich firmy jest zgodny z ich wykształceniem kierunkowym, przeciwnego zdania jest 51%.

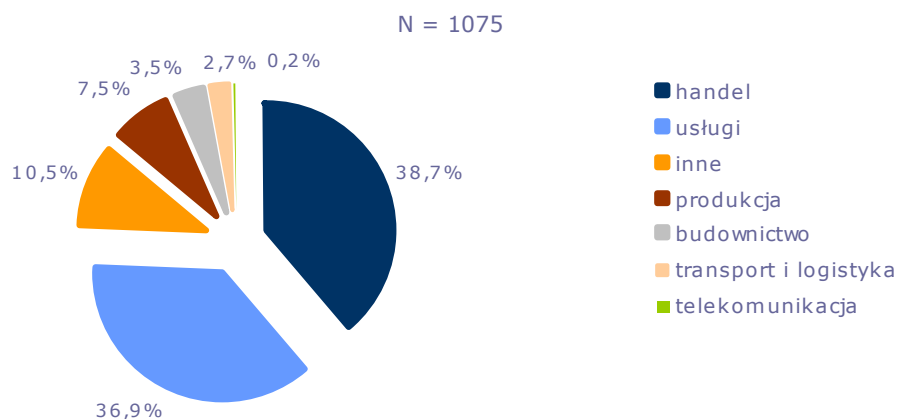
Firmy są zakładane przez osoby posiadające już jakiś staż pracy. Młodzi przedsiębiorcy bez żadnych doświadczeń zawodowych to znikomy ułamek przebadanej grupy (0,7%).

Średni staż pracy osoby, która zakłada firmę to 14,6 lat

Wśród „młodych przedsiębiorców” zdecydowanie dominują osoby, które nie posiadają doświadczeń w zakresie wcześniejszego prowadzenia firmy (67%). Spośród tych, dla których obecnie prowadzona firma jest kolejną, przeważają mężczyźni - 34% vs 24% kobiet. Średni okres prowadzenia poprzedniej działalności to 7,1 lat.

Młodzi przedsiębiorcy zajmują się przede wszystkim handlem (39%), usługami (37%) i produkcją (8%).

Wykres 3. Podstawowy profil działalności firmy.

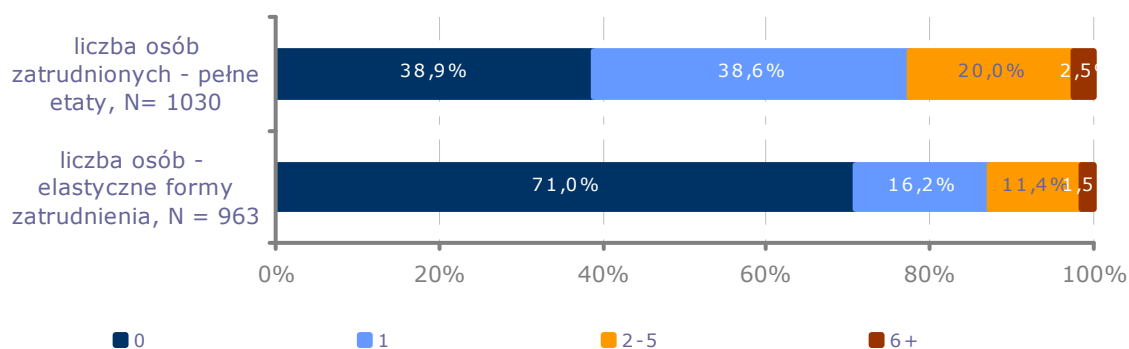


4. Skala przedsięwzięcia

Praktycznie wszystkie z przebadanych firm można zakwalifikować jako mikro firmy¹ (0,5% liczy więcej niż 10 pracowników), przy czym 39% nie posiada żadnego pracownika, a kolejne 39% posiada 1 osobę zatrudnioną w oparciu o umowę pracę.

Niemalże wszystkie firmy, które nie zatrudniają żadnego pracownika, nie stosują również elastycznych form zatrudnienia (36%) badanych. Niewielki jest też procent firm, które pracują tylko w oparciu o pracowników zatrudnionych w ramach elastycznych form pracy (5%). Firmy, które zatrudniają zarówno w oparciu o umowę o pracę jak i stosują elastyczne formy zatrudnienia to 23% badanych.

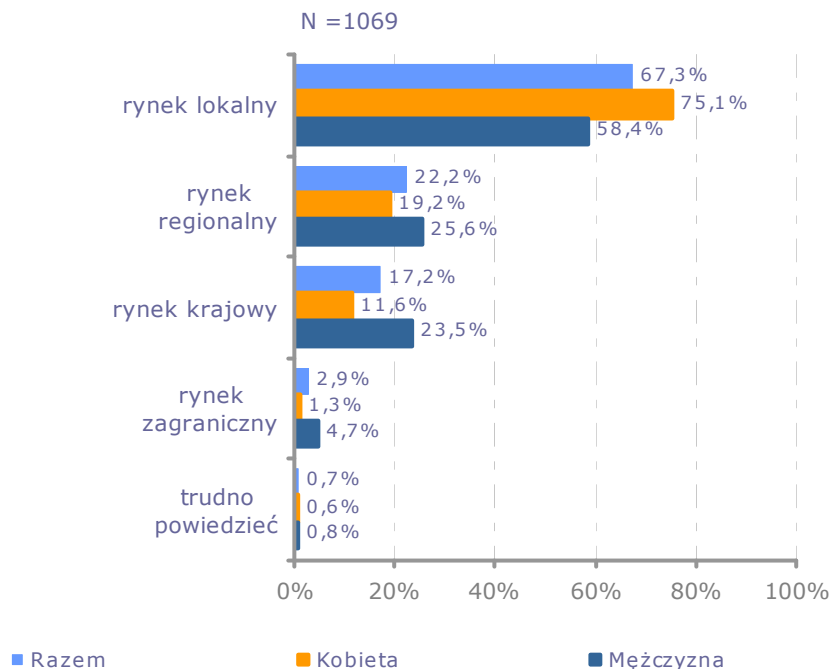
Wykres 4. Jaka jest aktualnie liczba osób zatrudnionych w Pana(i) firmie w formie umowy o pracę w przeliczeniu na pełne etaty? Ile osób pracuje w Pan(i) firmie w oparciu o elastyczne formy zatrudnienia np. umowę zlecenie, umowę o dzieło?



Nowo powstałe firmy działają przede wszystkim na rynku lokalnym (67%), następnie regionalnym (22%), krajowym (17%), zagranicznym (3%). Natomiast porównując wyniki badania w podziale na płeć, należy stwierdzić, że więcej firm kobiecych działa na rynku lokalnym niż firm prowadzonych przez mężczyzn (75% vs 58%). Mężczyźni częściej niż panie zakładają firmy działające na skalę regionalną, krajową, zagraniczną.

¹ Biorąc pod uwagę tylko liczbę pracowników.

Wykres 5. Proszę podać, na jaką skalę działa firma?



Widać również duże zróżnicowanie w przypadku powiatów:

- rynek lokalny: najmniej nowo powstałych firm działa na jego skalę w powiecie poddębickim (21%), a najwięcej w pabianickim (100%),
- rynek regionalny: najmniej nowopowstałych firm działa na jego skalę również w powiecie poddębickim (4%), a najwięcej w piotrkowskim (68%),
- rynek krajowy: nikt z powiatu rawskiego nie otworzył firmy działającej na tę skalę, najwięcej tego typ firm działa w powiecie tomaszowskim (50%),
- rynek zagraniczny: nikt z powiatu rawskiego, piotrkowskiego, radomszczańskiego, bełchatowskiego, opoczyńskiego, łęczyckiego oraz miasta Skierniewice, miasta Łódź, nie założył firmy działającej na rynku zagranicznym, najwięcej tego typu firm działa w Piotrkowie Trybunalskim.

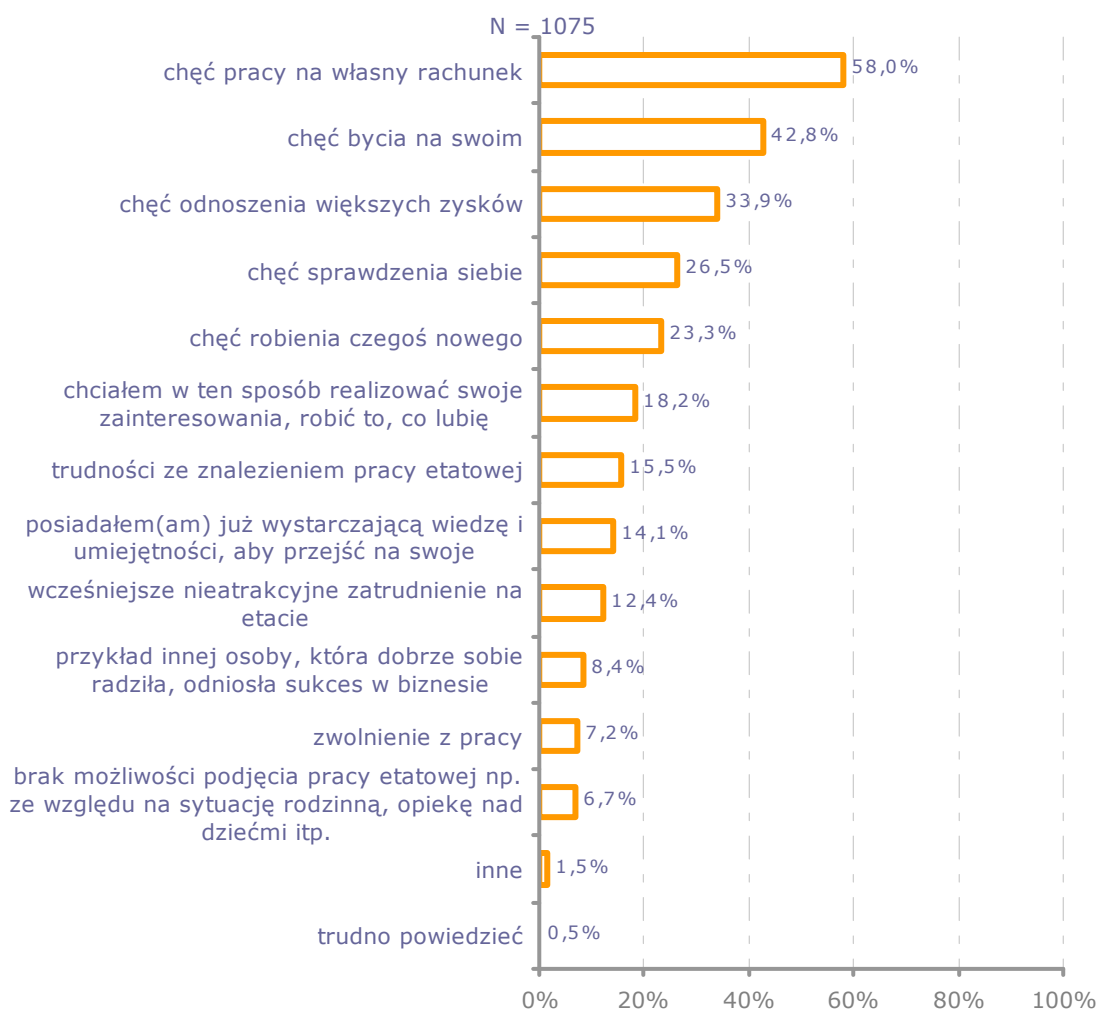
Firmy są ukierunkowane przede wszystkim na obsługę klientów indywidualnych (56%) lub docieranie zarówno do klientów indywidualnych jak i biznesowych (38%). Niewielka grupa (6%) ukierunkowuje swoje tylko działania na klientów biznesowych.

5. Zakładanie firmy, początki działalności

5.1. Główne powody założenia firmy

Głównymi motywatorami dla założenia firm wśród łódzkich przedsiębiorców firmy była: potrzeba władzy/niezależności, potrzeba osiągnięć, potrzeba samorealizacji, potrzeby finansowe oraz chęć zmiany niekorzystnej pozycji na rynku pracy. Należy jednak podkreślić, iż we wszystkich grupach wiekowych dwa główne motywy to potrzeba władzy (chęć pracy na własnych rachunek – 58%, chęć bycia na swoim – 43%) oraz potrzeby finansowe – 34%. Należy jednak zauważyć, iż władzę należy postrzegać przez pryzmat poczucia władzy, decydowania o swoim życiu, karierze, niezależności.

Wykres 6. Z jakich powodów podjął Pan(i) decyzję o założeniu firmy?



Po drugim dziecku gdzieś tam we mnie odezwał się taki bunt i pomyślałam, sobie skoro nikt mi tej pracy nie dał, to ja im wszystkim pokażę i zrobię coś na własną rękę. (kobieta, 45+, galeria internetowa)

Byłam osobą bezrobotną i czułam się po prostu jak coś niepotrzebnego w domu. (kobieta, 45+, sklep z odzieżą)

Jeżeli wszyscy pracują dla kogoś, to dlaczego nie można być tym człowiekiem, dla którego inni pracują. (mężczyzna, 45+, firma komputerowa)

Fajna sprawa z takim sklepem internetowym, że mogę usiąść do komputera, jak mam wolniejszy czas w domu. Trochę rano, trochę jak (dzieci) pójdą spać. (kobieta, 45+, sklep internetowy)

5.2. Proces podejmowania decyzji o założeniu firmy.

5.2.1. Samodzielność, wcześniejsze doświadczenia, długość podejmowania decyzji

Ponad połowa badanych decyzję o założeniu firmy podjęła samodzielnie, a 43% skonsultowało ją z rodziną. Blisko jedna dziesiąta radziła się przyjaciół, znajomych. Nikłą popularnością cieszą się w tym zakresie profesjonalni doradcy.

Decyzje o założeniu własnego biznesu rodziły się na bazie wcześniejszych doświadczeń w sferze osobistej bądź zawodowej. Często wynikają również z bacznego obserwowania sytuacji na lokalnym lub regionalnym rynku – generalnie można zaryzykować stwierdzenie, że przedsiębiorcy to baczni obserwatorzy rzeczywistości, w której funkcjonują - zdecydowanie bliżej im do pragmatyków twardo stąpających po ziemi niż do wizjonerów i myślicieli, którzy projektują rzeczywistość społeczną i rynkową.

Proces podejmowania decyzji jest różny – od spontanicznego, podjętego w jeden wieczór, do wieloletniego noszenia się z zamysłem i poprzedzenia otwarcia firmy zdobyciem odpowiednich certyfikatów i wykształcenia.

Na pewno wspomniałam, ale czy ktoś by powiedział, że za bardzo się porywam na coś, to bym nie posłuchała, bo wiem, co ja chcę. (kobieta, 45+, projektowanie wnętrz)

5.2.2. Za i przeciw podjęciu decyzji o założeniu firmy

Najsilniejszą, przemawiającą przeciwko podjęciu decyzji o założeniu firmy, była obawa przed porażką i przed brakiem klientów. Ważne były również:

- obawa przed biurokracją, księgowością, przepisami prawnymi
- zbyt duża skala zaangażowania w pracę, poczucie odpowiedzialności

- kwestie finansowe (spłata kredytów, zmniejszenie się dochodów, brak stałego wynagrodzenia, niewystarczający zysk).

Próbowałam czytać na Internecie, na czym polega prowadzenie działalności, i troszkę mnie przeraziły te wszystkie liczby, ilości instytucji w których trzeba się znaleźć tych procedur, pomyślałam że to jest dla ludzi którzy są urodzonymi organizatorami takich przedsięwzięć. (kobieta, 45>, nauka języka)

Miło, 8 godzin, nic nie obchodzi, że klient zadzwoni o tej czy nie o tej godzinie, księgowość – czy się wszystko załatwiło, czy nie, leży się do góry brzuchem, robi swoje i wychodzi. Wszystko się ma za sobą, nie myśli się o rozwoju firmy, co zmienić, co jak zrobić, jak pozyskać klienta, jakie ulotki, czy jechać do księgowej, czy na inwentaryzację, tysiąc rzeczy na jednej głowie. (kobieta, 45>, projektowanie wnętrz)

Posiadanie firmy jest takie, że ta praca jest dzień i noc. To znaczy może nie praca, ale myślenie. (kobieta, 45>, sprzedaż odzieży)

Bałam się zawsze, uznałam, myślałam, że to nie jest dla mnie, że ja muszę mieć pracę gdzie wiem, co mam zrobić i koniec. (kobieta, 45>, sklepik szkolny)

Kwestie finansowe rozumiane jako poprawa własnej sytuacji, szansa na większe zarobki były tym elementem, który najbardziej przekonywał badanych do rozpoczęcia działalności gospodarczej. Brano pod uwagę jeszcze inne aspekty:

- niewielka skala ryzyka
- kwestie rodzinne (zwłaszcza elastyczny czas pracy)
- chęć sprawdzenia się, rozwoju
- niezależność
- posiadane doświadczenie.

Jestem uzależniony sam od siebie i podejmuję sam decyzje. (mężczyzna, kwaciarnia, spoza Łodzi)

Zarabiam na daną chwilę od czerwca mniej pieniędzy niż bym zarabiał w firmie, w której pracowałem. Ale ta elastyczność, niezależność. (mężczyzna, kwaciarnia, spoza Łodzi)

5.2.3. Reakcja otoczenia na decyzję o założeniu firmy

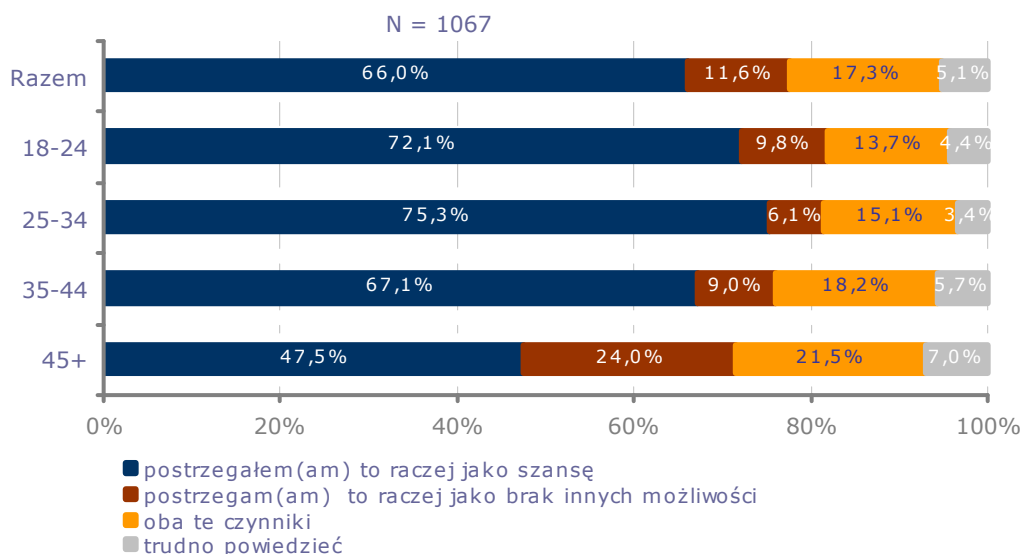
Analizując wypowiedzi respondentów ich decyzje o rozpoczęciu działalności budziły bardzo różne emocje od wsparcia emocjonalnego, bezpośredniego zaangażowania się w realną pomoc poprzez odradzanie, przestrzeganie przed potencjalnymi trudnościami, po negowanie sensowności takowej decyzji.

- przerażenie matki: Co mówiła? Że znowu sobie wymyślam jakieś utrudnienia, że za ambitnie, że nie wiem być może co robię, bo jeszcze nie wiem jak to będzie, no generalnie dosyć sceptycznie.; wsparcie ojca: (...)tata wspierał, wspierał pod tym względem że on nie dopuszczał możliwości że może coś pójść źle (...) – kobieta, 45>, nauka języka.

5.2.4. Firma - szansa czy brak innych alternatyw?

Generalnie założenie firmy przez większość jest postrzegane w kategoriach szansy (66%). Natomiast porównując wyniki uzyskane w poszczególnych kategoriach wiekowych uwidacznia się tendencja, iż najbardziej sceptyczne są osoby w wieku 45+, a najbardziej optymistycznie nastawione są osoby w wieku 25-34 lata.

Wykres 7. Czy decyzję o podjęciu własnej działalności postrzegał(a) Pan(i) raczej w kategorii szansy na coś nowego, czy raczej braku innych możliwości/rozwiązań?



Bycie na swoim w znakomitej większości przypadków postrzegane jest jako szansa, która dotyczy dwóch najistotniejszych sfer: osobistej (samorealizacja, rozwój, realizacja ambicji, wzrost poczucia własnej wartości, spełnianie marzeń, robienie czegoś, co się lubi, spokój, równowaga) oraz finansowej (poprawa sytuacji finansowej, dodatkowe zarobki).

Żeby móc sobie być sterem, żeglarzem, okrętem. (kobieta, 45>, firma szkoleniowa).

Chcę się realizować jako właściciel jakiejś firmy. (mężczyzna, szkoły policealne, spoza Łodzi)

5.3. Pomysł na firmę (źródło, powiązanie z pasjami, hobby)

Widać różne modele, podejścia do prowadzonego biznesu – dla jednych to po prostu sposób zarabkowania, dla ich przestrzeń do realizacji swoich pasji, hobby, dla jeszcze innych to co było rutyną i szarą codziennością staje się z czasem tym co naprawdę lubią.

No na początku nie myślałam, że to jest moja pasja, bo moje marzenia były jak gdyby trochę inne, ale wciągnęło mnie to i do tego się przyzwyczałam. Jak gdyby to konstruowanie odzieży, wymyślanie czegoś, tak mnie wciągnęło, że zawsze się cieszę, jak coś nowego odkryje, coś wymyśle i fanie jak to się klientowi podoba. (kobieta, 45>, sprzedaż odzieży)

Zainteresowania swoją drogą, firma jest po to żeby zarabiać (kobieta, 45>, konfekcja damska)

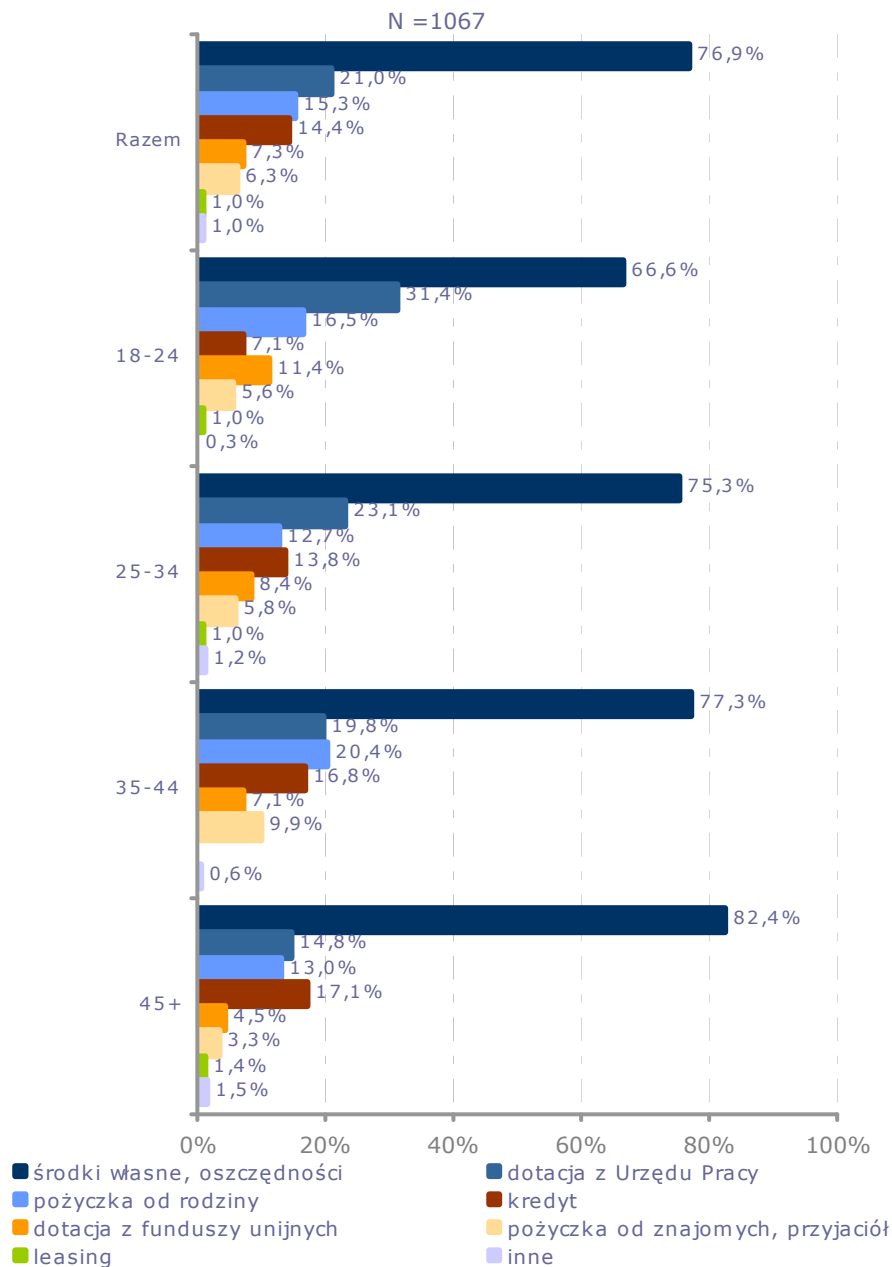
Ja po prostu, co chodzi krawiectwo, to jest moja pasja, ja to uwielbiam, kocham to, co robię. (kobieta, 45>, konfekcja damska)

5.4. Źródło funduszy na rozpoczęcie działalności gospodarczej

Młodzi przedsiębiorcy inwestują w rozpoczęcie swoich biznesów na miarę swoich portfeli i posiadanych zasobów finansowych i nie ryzykując pieniędzy, których nie mają.

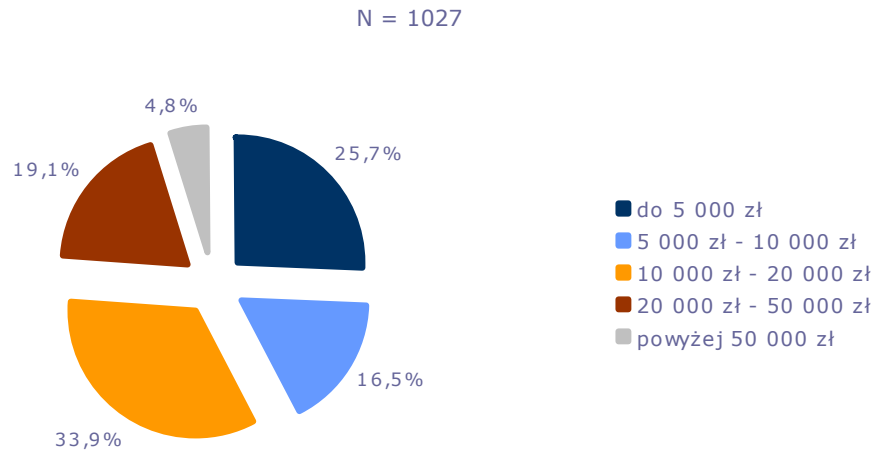
Niezaprzeczalnie podstawowym źródłem finansów na rozpoczęcie działalności są własne środki, oszczędności (77%), w drugiej kolejności jest to bezzwrotna dotacja z Urzędu Pracy (21%) oraz pożyczka od rodziny (15%). Wraz z wiekiem wzrasta częstość korzystania ze środków własnych, oszczędności oraz kredytów natomiast spada wykorzystanie dotacji z funduszy unijnych czy dotacji z Urzędu Pracy.

Wykres 8. Skąd pochodziły środki na rozpoczęcie działalności?



76% badanych zainwestowało na rozpoczęcie biznesu kwotę do 20 000 zł, z czego 26% stanowią osoby, które zgromadziły kwotę do 5 000 zł, 16% od 5 000 – 10 000 zł, 34% od 10 000 – 20 000 zł. Bez względu na wielkość inwestycji podstawę stanowią środki własne. Wielkość posiadanej kwoty (bez względu na wysokość zainwestowanych pieniędzy) przez ok. dwie trzecie jest uważana za wystarczającą na start przez ok. jedną trzecią za zbyt małą.

Wykres 9. Jaką kwotę udało się Panu(i) zebrać na start?



5.5. Współpraca z urzędami (długość rejestracji, chęć pomocy, jakość obsługi)

5.5.1. Długość rejestracji

Średni okres załatwiania kwestii formalnych w poszczególnych urzędach jest dość zbliżony – średnio najmniej czasu zabiera ZUS - 3,69 dnia, następnie Urząd Gminy – 3,88 dnia, Urząd Skarbowy - 4,51 oraz Główny Urząd Statystyczny - 4,68 dnia.

Rysunek 1. Długość rejestracji firmy w poszczególnych urzędach

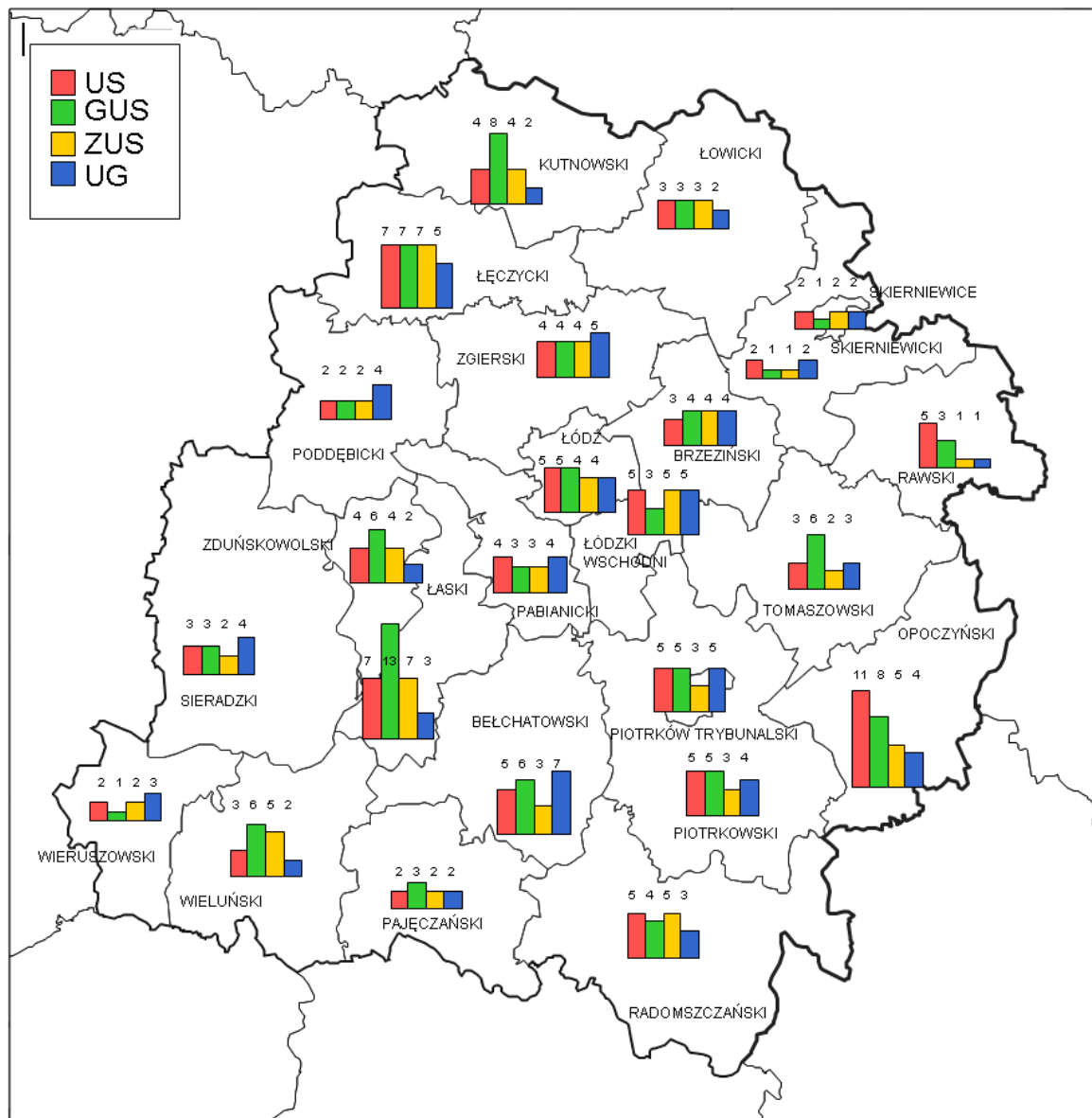


Tabela 1. Jak długo trwała rejestracja firmy w poniższych urzędach? Proszę podać w dniach roboczych?

	Urząd Skarbowy	Główny Urząd Statystyczny	Urząd Zakład Ubezpieczeń Społecznych	Urząd Gminy
Razem	4,51	4,68	3,69	3,88
BELCHATOWSKI	5,00	5,77	2,82	7,31
BRZEZIŃSKI	3,25	3,75	3,50	4,25
KUTNOWSKI	4,10	8,34	3,63	2,36
ŁASKI	7,44	13,13	7,06	3,31

ŁĘCZYCKI	7,22	6,61	6,56	4,83
ŁOWICKI	3,15	3,07	2,68	2,15
ŁÓDZKI WSCHODNI	5,10	3,35	5,20	4,90
M .SKIERNIEWICE	2,00	0,95	1,90	1,55
M.ŁÓDŹ	4,83	4,73	4,09	4,27
M. PIOTRKÓW TRYBUNALSKISKI	4,88	4,91	3,02	4,69
OPOCZYŃSKI	11,30	8,11	5,19	4,30
PABIANICKI	4,24	2,64	2,76	4,44
PAJĘCZAŃSKI	2,38	2,67	1,56	1,64
PIOTRKOWSKI	5,47	4,74	2,95	4,11
PODDĘBICKI	1,69	1,85	1,85	4,14
RADOMSZCZAŃSKI	4,64	3,98	5,04	3,42
RAWSKI	4,67	3,10	1,48	1,14
SIERADZKI	3,26	2,69	1,91	4,00
SKIERNIEWICKI	1,71	0,71	1,14	1,71
TOMASZOWSKI	3,12	6,17	2,00	2,93
WIELUŃSKI	2,62	6,04	5,38	2,04
WIERUSZOWSKI	2,35	0,89	1,84	2,81
ZDUŃSKOWOLSKI	4,07	6,17	4,24	1,79
ZGIERSKI	4,06	4,25	4,18	4,80

5.5.2. Jakość obsługi, kompetencje urzędników

Generalnie przeważająca część badanych poszczególne urzędy, w których należy dopełnić formalności związanych z rejestrowaniem firmy ocenia dobrze lub bardzo dobrze.

Wykres 10. Proszę ocenić jakość pracy urzędów, w zakresie formalności związanych z rejestracją firmy

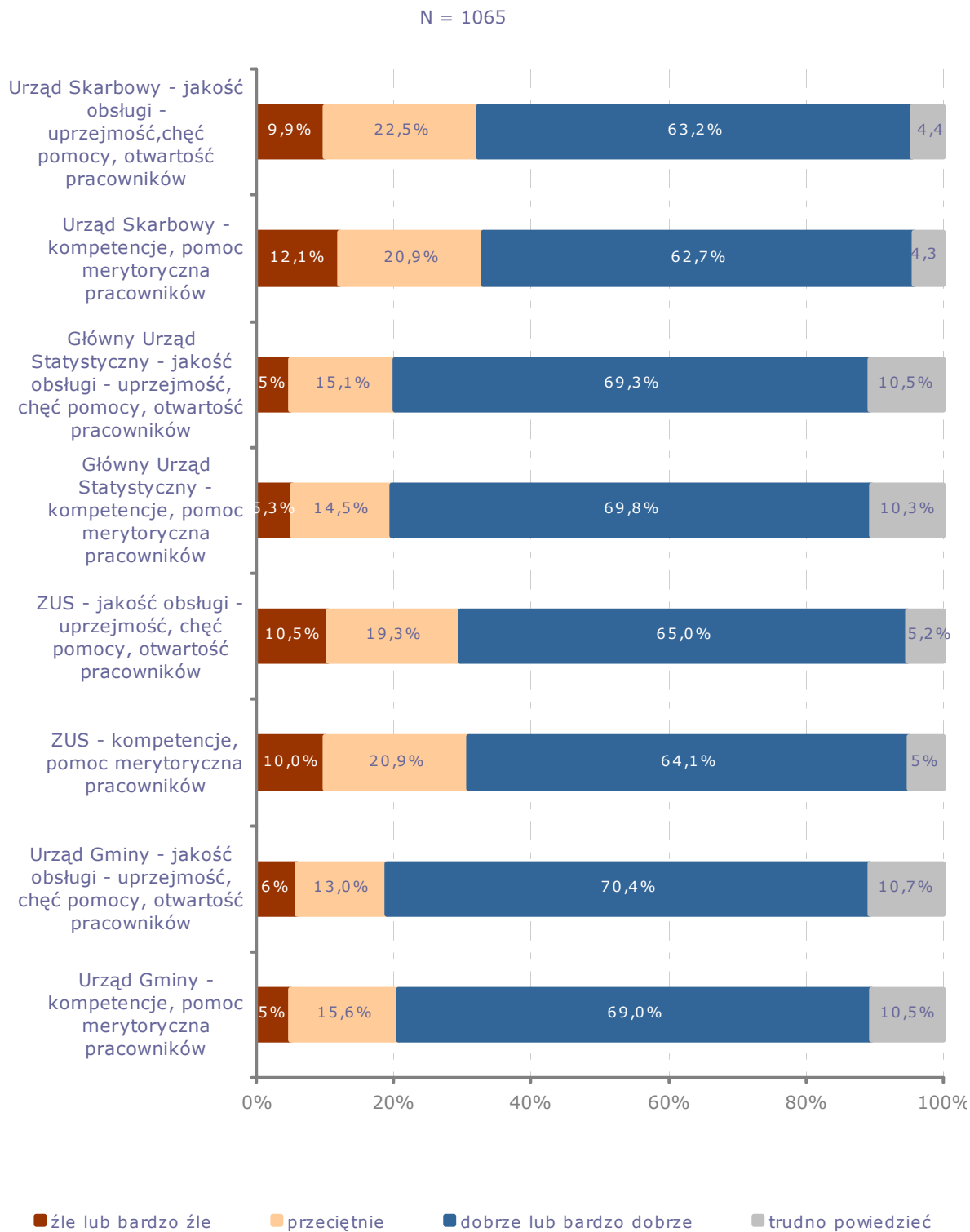


Tabela 2. Proszę ocenić jakość pracy urzędów, w zakresie formalności związanych z rejestracją firmy?

	Urząd Skarbowy - jakość obsługi - uprzejmość, chęć pomocy, otwartość pracowników				Urząd Skarbowy - kompetencje, pomoc merytoryczna pracowników			
	źle lub bardzo źle	przeciętnie	dobrze lub bardzo dobrze	trudno powiedzieć	źle lub bardzo źle	przeciętnie	dobrze lub bardzo dobrze	trudno powiedzieć
Razem	9,9%	22,5%	63,2%	4,4%	12,1%	20,9%	62,7%	4,3%
BEŁCHATOWSKI	10,2%	32,7%	55,1%	2,0%	16,3%	28,6%	55,1%	0,0%
BRZEZIŃSKI	12,5%	25,0%	62,5%	0,0%	25,0%	12,5%	62,5%	0,0%
KUTNOWSKI	11,7%	18,3%	68,3%	1,7%	11,7%	23,3%	65,0%	0,0%
ŁASKI	5,3%	0,0%	78,9%	15,8%	5,3%	5,3%	73,7%	15,8%
ŁĘCZYCKI	38,9%	27,8%	33,3%	0,0%	22,2%	38,9%	38,9%	0,0%
ŁOWICKI	9,8%	46,3%	41,5%	2,4%	14,6%	53,7%	31,7%	0,0%
ŁÓDZKI WSCHODNI	10,0%	30,0%	55,0%	5,0%	15,0%	20,0%	60,0%	5,0%
M. SKIERNIEWICE	19,0%	9,5%	61,9%	9,5%	21,1%	10,5%	63,2%	5,3%
M. ŁÓDŹ	14,1%	24,4%	58,3%	3,2%	16,9%	20,4%	59,1%	3,5%
M. PIOTRKÓW TRYBUNALSKI	3,1%	14,1%	76,6%	6,3%	7,8%	14,1%	71,9%	6,3%
OPOCZYŃSKI	7,4%	18,5%	74,1%	0,0%	7,4%	18,5%	74,1%	0,0%
PABIANICKI	0,0%	20,0%	76,0%	4,0%	8,0%	20,0%	68,0%	4,0%
PAJĘCZAŃSKI	5,1%	10,3%	84,6%	0,0%	7,7%	5,1%	87,2%	0,0%
PIOTRKOWSKI	4,4%	11,1%	75,6%	8,9%	2,3%	22,7%	63,6%	11,4%
PODDĘBICKI	0,0%	7,1%	85,7%	7,1%	0,0%	7,1%	85,7%	7,1%
RADOMSZCZAŃSKI	6,7%	17,8%	73,3%	2,2%	6,7%	15,6%	75,6%	2,2%
RAWSKI	4,8%	23,8%	71,4%	0,0%	4,8%	23,8%	71,4%	0,0%
SIERADZKI	0,0%	27,5%	67,5%	5,0%	5,0%	22,5%	65,0%	7,5%
SKIERNIEWICKI	14,3%	0,0%	85,7%	0,0%	16,7%	0,0%	83,3%	0,0%
TOMASZOWSKI	9,1%	27,3%	52,3%	11,4%	9,1%	27,3%	52,3%	11,4%
WIELUŃSKI	0,0%	15,4%	80,8%	3,8%	0,0%	19,2%	80,8%	0,0%
WIERUSZOWSKI	2,7%	16,2%	75,7%	5,4%	5,4%	13,5%	75,7%	5,4%
ZDUŃSKOWOLSKI	12,9%	38,7%	41,9%	6,5%	6,5%	29,0%	58,1%	6,5%
ZGIERSKI	9,6%	21,2%	61,5%	7,7%	11,5%	21,2%	59,6%	7,7%
	Główny Urząd Statystyczny - jakość obsługi - uprzejmość, chęć pomocy, otwartość pracowników				Główny Urząd Statystyczny - kompetencje, pomoc merytoryczna pracowników			
	źle lub bardzo źle	przeciętnie	dobrze lub bardzo dobrze	trudno powiedzieć	źle lub bardzo źle	przeciętnie	dobrze lub bardzo dobrze	trudno powiedzieć
Razem	5,0%	15,1%	69,3%	10,5%	5,3%	14,5%	69,8%	10,3%

BEŁCHATOWSKI	4,1%	8,2%	79,6%	8,2%	4,1%	8,2%	79,6%	8,2%
BRZEZIŃSKI	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%
KUTNOWSKI	10,2%	13,6%	74,6%	1,7%	10,3%	15,5%	72,4%	1,7%
ŁASKI	0,0%	0,0%	84,2%	15,8%	5,3%	0,0%	78,9%	15,8%
ŁĘCZYCKI	16,7%	33,3%	33,3%	16,7%	11,1%	27,8%	50,0%	11,1%
ŁOWICKI	9,8%	34,1%	53,7%	2,4%	9,8%	46,3%	41,5%	2,4%
ŁÓDZKI WSCHODNI	5,0%	20,0%	70,0%	5,0%	5,0%	20,0%	70,0%	5,0%
M .SKIERNIEWICE	0,0%	5,3%	73,7%	21,1%	0,0%	5,6%	72,2%	22,2%
M. ŁÓDŹ	5,4%	22,7%	65,8%	6,1%	6,4%	20,1%	68,2%	5,4%
M. PIOTRKÓW TRYBUNALSKI	1,6%	7,8%	81,3%	9,4%	6,3%	4,7%	79,7%	9,4%
OPOCZYŃSKI	11,1%	7,4%	81,5%	0,0%	11,1%	7,4%	81,5%	0,0%
PABIANICKI	4,0%	12,0%	60,0%	24,0%	4,0%	12,0%	60,0%	24,0%
PAJĘCZAŃSKI	2,6%	12,8%	84,6%	0,0%	2,6%	10,3%	84,6%	2,6%
PIOTRKOWSKI	6,7%	11,1%	66,7%	15,6%	4,5%	9,1%	68,2%	18,2%
PODDĘBICKI	0,0%	7,1%	78,6%	14,3%	0,0%	7,1%	78,6%	14,3%
RADOMSZCZAŃSKI	2,2%	0,0%	93,3%	4,4%	2,2%	0,0%	93,3%	4,4%
RAWSKI	9,5%	14,3%	76,2%	0,0%	9,5%	14,3%	76,2%	0,0%
SIERADZKI	5,0%	10,0%	67,5%	17,5%	5,0%	10,0%	67,5%	17,5%
SKIERNIEWICKI	0,0%	0,0%	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%	66,7%	33,3%
TOMASZOWSKI	0,0%	4,5%	70,5%	25,0%	0,0%	6,8%	68,2%	25,0%
WIELUŃSKI	3,8%	11,5%	76,9%	7,7%	0,0%	11,5%	80,8%	7,7%
WIERUSZOWSKI	0,0%	5,4%	24,3%	70,3%	0,0%	5,4%	24,3%	70,3%
ZDUŃSKOWOLSKI	6,5%	19,4%	67,7%	6,5%	3,2%	22,6%	67,7%	6,5%
ZGIERSKI	7,7%	13,5%	63,5%	15,4%	7,7%	13,5%	63,5%	15,4%
	ZUS - jakość obsługi - uprzejmość, chęć pomocy, otwartość pracowników				ZUS - kompetencje, pomoc merytoryczna pracowników			
	źle lub bardzo źle	przeciętnie	dobrze lub bardzo dobrze	trudno powiedzieć	źle lub bardzo źle	przeciętnie	dobrze lub bardzo dobrze	trudno powiedzieć
Razem	10,5%	19,3%	65,0%	5,2%	10,0%	20,9%	64,1%	5,0%
BEŁCHATOWSKI	4,1%	8,2%	85,7%	2,0%	6,1%	8,2%	85,7%	0,0%
BRZEZIŃSKI	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	25,0%	75,0%	0,0%
KUTNOWSKI	13,3%	16,7%	68,3%	1,7%	13,6%	18,6%	66,1%	1,7%
ŁASKI	0,0%	5,3%	78,9%	15,8%	0,0%	5,3%	78,9%	15,8%
ŁĘCZYCKI	38,9%	11,1%	50,0%	0,0%	22,2%	22,2%	55,6%	0,0%
ŁOWICKI	17,1%	39,0%	43,9%	0,0%	14,6%	46,3%	39,0%	0,0%
ŁÓDZKI WSCHODNI	5,0%	25,0%	65,0%	5,0%	5,0%	20,0%	70,0%	5,0%
M .SKIERNIEWICE	5,6%	11,1%	77,8%	5,6%	5,6%	11,1%	77,8%	5,6%

M. ŁÓDŹ	16,0%	25,0%	56,4%	2,6%	15,7%	25,9%	55,9%	2,6%
M. PIOTRKÓW TRYBUNALSKI	1,6%	15,6%	78,1%	4,7%	0,0%	15,6%	79,7%	4,7%
OPOCZYŃSKI	15,4%	19,2%	65,4%	0,0%	15,4%	23,1%	61,5%	0,0%
PABIANICKI	12,0%	24,0%	56,0%	8,0%	12,0%	20,0%	60,0%	8,0%
PAJĘCZAŃSKI	0,0%	7,9%	92,1%	0,0%	0,0%	5,3%	94,7%	0,0%
PIOTRKOWSKI	7,0%	14,0%	55,8%	23,3%	9,1%	15,9%	54,5%	20,5%
PODDĘBICKI	0,0%	7,1%	85,7%	7,1%	0,0%	7,1%	85,7%	7,1%
RADOMSZCZAŃSKI	8,9%	17,8%	71,1%	2,2%	11,1%	13,3%	73,3%	2,2%
RAWSKI	4,8%	23,8%	71,4%	0,0%	4,8%	23,8%	71,4%	0,0%
SIERADZKI	2,5%	15,0%	67,5%	15,0%	2,5%	15,0%	67,5%	15,0%
SKIERNIEWICKI	0,0%	0,0%	83,3%	16,7%	0,0%	0,0%	83,3%	16,7%
TOMASZOWSKI	2,3%	25,0%	63,6%	9,1%	2,3%	25,6%	62,8%	9,3%
WIELUŃSKI	3,8%	7,7%	84,6%	3,8%	0,0%	7,7%	88,5%	3,8%
WIERUSZOWSKI	2,7%	2,7%	86,5%	8,1%	2,7%	5,4%	83,8%	8,1%
ZDUŃSKOWOLSKI	12,9%	12,9%	67,7%	6,5%	9,7%	35,5%	48,4%	6,5%
ZGIERSKI	9,6%	15,4%	65,4%	9,6%	7,7%	19,2%	63,5%	9,6%
	Urząd Gminy - jakość obsługi - uprzejmość, chęć pomocy, otwartość pracowników				Urząd Gminy - kompetencje, pomoc merytoryczna pracowników			
	źle lub bardzo źle	przeciętnie	dobrze lub bardzo dobrze	trudno powiedzieć	źle lub bardzo źle	przeciętnie	dobrze lub bardzo dobrze	trudno powiedzieć
Razem	6,0%	13,0%	70,4%	10,7%	5,0%	15,6%	69,0%	10,5%
BELCHATOWSKI	12,2%	8,2%	77,6%	2,0%	12,2%	8,2%	77,6%	2,0%
BRZEZIŃSKI	0,0%	12,5%	75,0%	12,5%	0,0%	12,5%	75,0%	12,5%
KUTNOWSKI	10,3%	8,6%	77,6%	3,4%	10,3%	8,6%	77,6%	3,4%
ŁASKI	0,0%	0,0%	84,2%	15,8%	5,3%	0,0%	78,9%	15,8%
ŁĘCZYCKI	22,2%	22,2%	55,6%	0,0%	11,1%	38,9%	50,0%	0,0%
ŁOWICKI	17,1%	24,4%	51,2%	7,3%	4,9%	43,9%	43,9%	7,3%
ŁÓDZKI WSCHODNI	15,0%	35,0%	50,0%	0,0%	15,0%	40,0%	45,0%	0,0%
M. SKIERNIEWICE	0,0%	5,6%	88,9%	5,6%	0,0%	4,8%	90,5%	4,8%
M. ŁÓDŹ	6,2%	17,2%	57,8%	18,8%	5,5%	19,2%	57,3%	17,9%
M. PIOTRKÓW TRYBUNALSKI	4,7%	6,3%	89,1%	0,0%	1,6%	9,4%	89,1%	0,0%
OPOCZYŃSKI	7,4%	7,4%	85,2%	0,0%	7,4%	11,1%	81,5%	0,0%
PABIANICKI	4,0%	4,0%	84,0%	8,0%	4,0%	4,0%	84,0%	8,0%
PAJĘCZAŃSKI	2,6%	7,7%	89,7%	0,0%	2,6%	10,3%	87,2%	0,0%
PIOTRKOWSKI	0,0%	13,6%	86,4%	0,0%	4,4%	15,6%	80,0%	0,0%
PODDĘBICKI	0,0%	14,3%	85,7%	0,0%	0,0%	14,3%	85,7%	0,0%
RADOMSZCZAŃSKI	2,2%	0,0%	93,3%	4,4%	2,2%	2,2%	91,1%	4,4%

RAWSKI	0,0%	19,0%	81,0%	0,0%	0,0%	23,8%	76,2%	0,0%
SIERADZKI	5,1%	7,7%	71,8%	15,4%	5,1%	7,7%	71,8%	15,4%
SKIERNIEWICKI	16,7%	0,0%	83,3%	0,0%	14,3%	14,3%	71,4%	0,0%
TOMASZOWSKI	2,3%	14,0%	74,4%	9,3%	0,0%	20,9%	69,8%	9,3%
WIELUŃSKI	3,8%	3,8%	92,3%	0,0%	0,0%	7,7%	92,3%	0,0%
WIERUSZOWSKI	2,7%	10,8%	86,5%	0,0%	2,7%	8,1%	89,2%	0,0%
ZDUŃSKOWOLSKI	6,5%	9,7%	64,5%	19,4%	0,0%	12,9%	67,7%	19,4%
ZGIERSKI	5,8%	15,4%	65,4%	13,5%	5,8%	15,4%	63,5%	15,4%

- *Podobno są tam jakieś usprawnienia, że można wszystkie dokumenty złożyć w urzędzie miasta przy otrzymywaniu wpisu do ewidencji. Można złożyć od razu wnioski do ZUS-u i GUS-u. Z tym, że w mojej sytuacji, jeżeli ja mam tydzień i wiem, że muszę to załatwić w tydzień, to budzi to moje wielkie obawy, żeby zaufać temu urzędowi miasta, że on to zdąży załatwić. Więc ja wolałam do każdej instytucji iść sama. Bo wiadomo jak działają urzędy. Jak się samemu nie dopilnuje, to oni potrafią zgubić dokumenty jakieś. Czy zapomnieć wysłać czy coś. Więc ja wolałam nie ryzykować jednak. Sama do każdego urzędu poszłam. (kobieta, 45>, nagłośnienia),*

- *(...)co z tego, że jest to okienko, jak tak i tak sam muszę jechać do Urzędu Skarbowego, sam muszę jechać do GUS-u, tak, znaczy Główny Urząd Statystyczny, gdzie po REGON trzeba jechać, więc tak naprawdę po co to okienko? Miało to polegać na tym, że przychodzi człowiek i w takim okienku złoży wszystkie deklaracje potrzebne, żeby założyć działalność gospodarczą. Czyli wypełnia i do GUS-u, i do Urzędu Skarbowego założenie właśnie działalności gospodarczej, a tak naprawdę on sam musi jeździć. No więc pytanie moje, jaki sens miało w ogóle coś takiego, żeby to powstało. Znaczący, ktoś miał dobry pomysł, tylko nie do końca przemyślany i nie do końca, myślę, jak gdyby, żeby te urzędy ze sobą współpracowały. (mężczyzna, 45>, agencja pracy tymczasowej),*

- *Przede wszystkim obsługa internetowa, bo nie żyjemy w średniowieczu, tak? Wysyłamy to wszystko przez internet, niech już to trzymają tam dwa tygodnie, ale żeby ja nie musiał stać z tymi wszystkimi ludźmi tam w tej kolejce, bo to ja tracę czas, ludzie, którzy pracują tam w tym urzędzie tracą czas i wszyscy są na siebie źli. (mężczyzna, 45>, usługi informatyczne),*

- *Panie są miłe, konkretne, ale nie wspierają, nie rzucają się na szyję – otwierajcie dalej, otwierajcie! Zdecydowanie jest lepiej niż jakieś 10-20 lat temu. (kobieta, 45>, sklep internetowy)*

- *Wszystko samemu trzeba było sobie radzić i do wszystkiego samemu dochodzić, co i jak i gdzie. Tak naprawdę w urzędzie najbardziej poinformowaną osobą są ochroniarze, oni wiedzą gdzie się zgłosić, najlepiej się ich zapytać. (kobieta, 45>, sklep monopolowy),*

5.6. Główne bariery na etapie otwierania działalności

Biorąc pod uwagę wszystkich przedsiębiorców z województwa łódzkiego, 51% badanych deklaruje, iż nie napotkało na żadne bariery, problemy na etapie zakładania firmy. Ponad 10% badanych skarżyło się na zbyt dużą biurokrację, ilość formalności oraz brak pieniędzy lub trudności z ich pozyskaniem na rozpoczęcie działalności.

Wśród innych barier wskazywano:

- współpracę z danym urzędem
- niekompetencje, brak pomocy ze strony urzędników
- brak informacji, wiedzy
- brak „jednego okienka”, konieczność załatwiania sprawy w wielu urzędach

- brak wiedzy
- często zmieniające się przepisy prawne
- kryzys, klienci nie mają pieniędzy
- trudności z pozyskiwaniem klientów
- brak renomy, marki
- czas oczekiwania na decyzje urzędów, załatwiania formalności.

Przyglądając się wynikom widać stosunkowo duże zróżnicowania regionalne. Szczególnie dotkliwe w poszczególnych powiatach okazały się:

- biurokracja, dużo formalności: brzeziński (37%), łaski (47%), opoczyński (20%), poddębicki (31%), radomszczański (24%), zduńskowolski (40%)
- kompetencje, brak pomocy ze strony urzędników: łódzki wschodni (19%)
- brak „jednego okienka”, konieczność załatwiania sprawy w wielu urzędach: łaski (42%), łódzki wschodni (19%), poddębicki (46%), zduńskowolski (43%)
- brak pieniędzy, niewystarczające fundusze na rozpoczęcie działalności, trudności z ich pozyskaniem: łaski (21%), łódzki wschodni (25%), pajęczański (18%)
- czas oczekiwania na decyzje urzędów, załatwiania formalności: łódzki wschodni (19%), skierniewicki (29%)

Można by było dużo rzeczy załatwić jednego dnia, a jednak jest to przeciągane za dwa, trzy dni. (kobieta, 45+, sprzedaż odzieży),

W urzędach siedzi dużo osób, które tak naprawdę są niedoinformowane do końca i tak przerzucają osoby: „Proszę iść tam, albo tam”, albo: „To jest nie takie”. (mężczyzna, klimatyzacja, spoza Łodzi),

Musiałem chodzić tam i z powrotem i szukać tak naprawdę wszystkiego. Nie było informacji w jednym miejscu. Tak wygląda ze strony urzędowej. (mężczyzna, motoryzacja, spoza Łodzi),

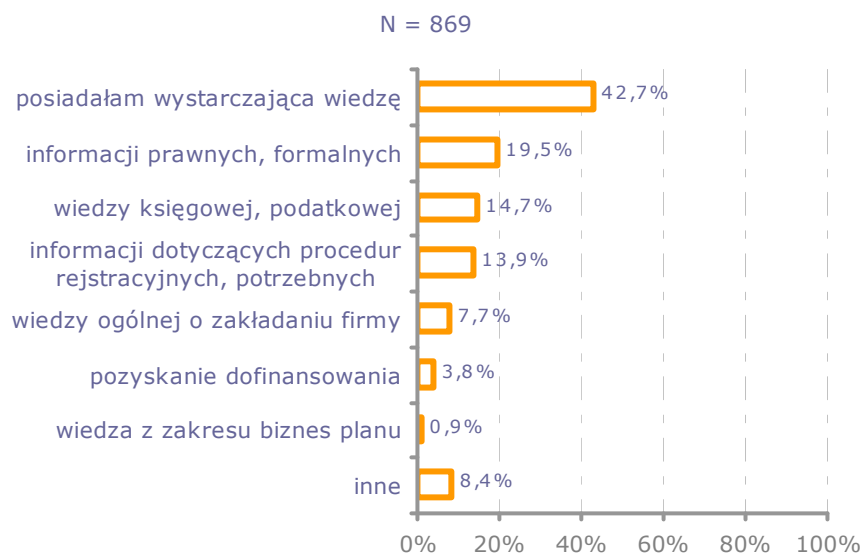
5.7. Na ile szkoła przygotowuje do założenia firmy? Potrzeby szkoleniowe respondentów

62% badanych uważa, że szkoła w niewielkim stopniu lub w ogóle nie przygotowała ich do prowadzenia własnej działalności. Stosunkowo najbardziej negatywne oceny prezentują osoby z wykształceniem podstawowym (77%) oraz średnim (66%), jak i osoby najmłodsze, w wieku 18 – 24 lata (69%).

Na etapie zakładania firmy respondentom szczególnie brakowało wiedzy z zakresu:

- informacji prawnych, formalnych (20%)
- wiedzy księgowej, podatkowej (15%)
- informacji dotyczących procedur rejestracyjnych, potrzebnych dokumentów (14%)
- wiedzy ogólnej o zakładaniu firmy (8%)
- informacji o możliwości pozyskania dofinansowania (4%)

Wykres 11. Jakiego typu wiedzy, informacji szczególnie Pan(i) brakowało na etapie zakładania firmy?



6. Działalność – blaski i cienie

6.1. Misja firmy

Analizując wypowiedzi respondentów można w następujący sposób podzielić firmy ze względu na przyświecającą im misję, stawiane priorytety w prowadzonej działalności gospodarczej, czy też ze względu na to co jest oceniane jako kluczowe:

1. Orientacja na wartości (wysoka jakość usług, fachowość, rzetelność, „nie ubarwianie” marketingowe produktów i usług, ale rzetelna informacja na ich temat, solidność, uczciwość)
2. Orientacja na pracowników (rozwój osobisty, szanowanie osób, z którymi się współpracuje satysfakcja, z tego, że robi się to, co nas interesuje, co lubimy)
3. Orientacja na klientów (dobre oceny klientów, zaistnienie na rynku, zaistnienie w świadomości konsumentów, dbanie o wizerunek firmy)
4. Orientacja na zadania (znajomość tego, co się robi, znalezienie odpowiedniej gałęzi działalności, wysoka jakość towarów i usług, solidni kontrahenci, dostawcy)
5. Orientacja na zyski (zachowanie płynności finansowej, firma przynosząca dochód)
6. Orientacja na rozwój firmy

6.2. Główne atuty prowadzenia firmy

Podkreślane przez badanych główne atuty prowadzenia firmy wiążą się przede wszystkim z indywidualnym poczuciem niezależności (brakiem przełożonego, samodzielnymi decyzjami, elastycznością działań, swobodą). Podkreślano ponadto:

- elastyczny czas pracy
- satysfakcja z realizowanych działań
- możliwość spełniania marzeń.

Tutaj wiem, że jak jest dobrze, to ja jestem autorką tego sukcesu. (kobieta, 45+, firma szkoleniowa),

Kiedy chcę zaczynać, kiedy chcę kończyć. (mężczyzna, firma budowlana, spoza Łodzi),

Dzięki temu nawiązałam dużo fajnych kontaktów i nawet nie wiedziałam, że mogę poznać tyle życzliwych mi osób, które tak bezinteresownie mi pomagają. (kobieta, 45+, galeria internetowa)

6.3. Mocna strona firmy

Za mocne strony swoich firm młodzi przedsiębiorcy uznają:

- doświadczenie i fachowość (34%): doświadczona, rozwojowa, ambitna, młoda, zaangażowana, uprzejma kadra
- jakość produktów, usług (27%): szybkość realizacji zamówień, indywidualne podejście, rzetelność, fachowość, dyspozycyjność, elastyczność, terminowość, solidność
- elastyczność, dostosowywanie się do potrzeb klientów i usług (19%)
- konkurencyjna cena (19%).

Po prostu ludzie się jakoś tak przyzwyczaili, że nie przyjeżdżają do mnie z niczym normalnym. (mężczyzna, motoryzacja, spoza Łodzi)

Ja nie miałem nigdy poprawek, przeróbek czy coś takiego po prostu. (mężczyzna, drogownictwo, spoza Łodzi)

6.4. Słaba strona firmy

31% uważa, iż ich firmy nie mają słabych stron. Wśród tych, którzy zauważają takowe ponad 10% wymieniło brak klientów oraz brak środków na rozwój, za mały kapitał.

Ponadto wskazywano na:

- brak czasu
- niewystarczającą reklamę firmy, małą rozpoznawalność firmy
- zbyt niskie zyski, obroty
- brak pracowników, wykwalifikowanej kadry
- warunki lokalowe
- brak maszyn, sprzętu, samochodu
- duża konkurencję na rynku
- lokalizację firmy
- Brak kontaktów branżowych.

To jest moja największa bolączka w tej chwili i myślę, że to by mi się najbardziej przydało. Trochę więcej czasu dla siebie i dla rodziny. (mężczyzna, kwiaciarnia, spoza Łodzi)

Część towarów taka sama jak u konkurencji, ale niestety w wyższych cenach: Oni mogą oferować w innych cenach te produkty, a my jesteśmy uzależnieni od naszych kontrahentów i niestety cen innych nie możemy zaproponować. (mężczyzna, portal aukcyjny, spoza Łodzi)

6.5. Największy sukces firmy, czynniki sukcesu, poziom wiary w sukces firmy

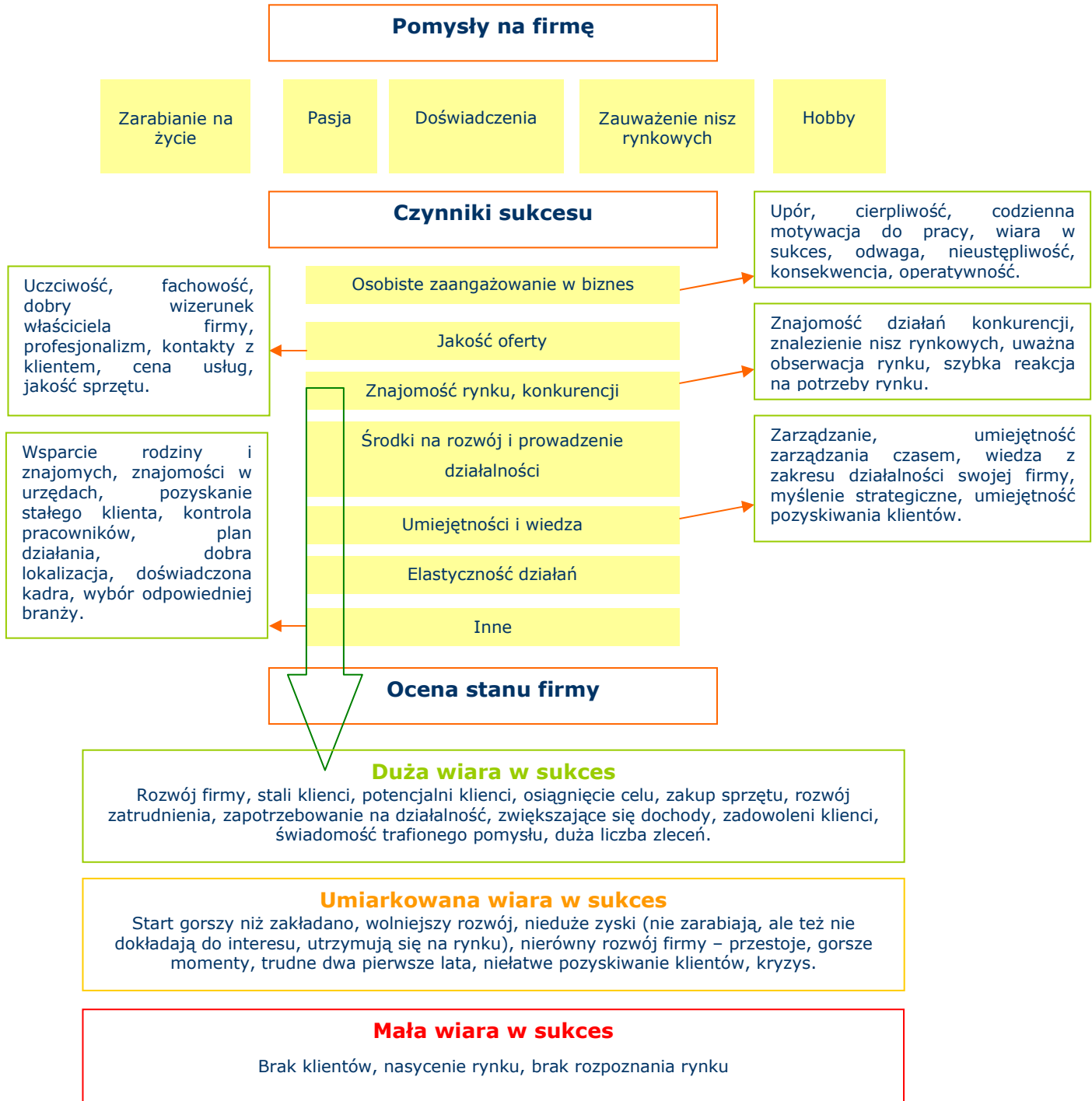
Za największy sukces firmy postrzegane jest samo powstanie i rozpoczęcie działalności, a ponadto:

- zdobycie klientów, klientów stałych, strategicznych
- rozwój firmy (otwieranie kolejnych punktów)
- zdobyte doświadczenie
- trwanie na rynku (pomimo kryzysu)
- satysfakcja klientów, pomyślnie wykonane zlecenia.

On do mnie zadzwonił po jakimś czasie już później, podziękować mi, pochwalić mnie i powiedzieć, że wszyscy są zachwyceni. (kobieta, 45>, projektowanie wnętrz)

(...) bo z tego, co mi mówiono, to firma powinna pół roku istnieć, jeżeli przejdzie ta granicę to ma szansę istnieć dalej. (mężczyzna, 45>, sprzedaż sprzętu medycznego)

Poniższy graf prezentuje najważniejsze czynniki sukcesu w opinii przedsiębiorców oraz poziom wiary w sukces na tym etapie prowadzenia działalności wraz z powodami dla jakich podano taką ocenę:

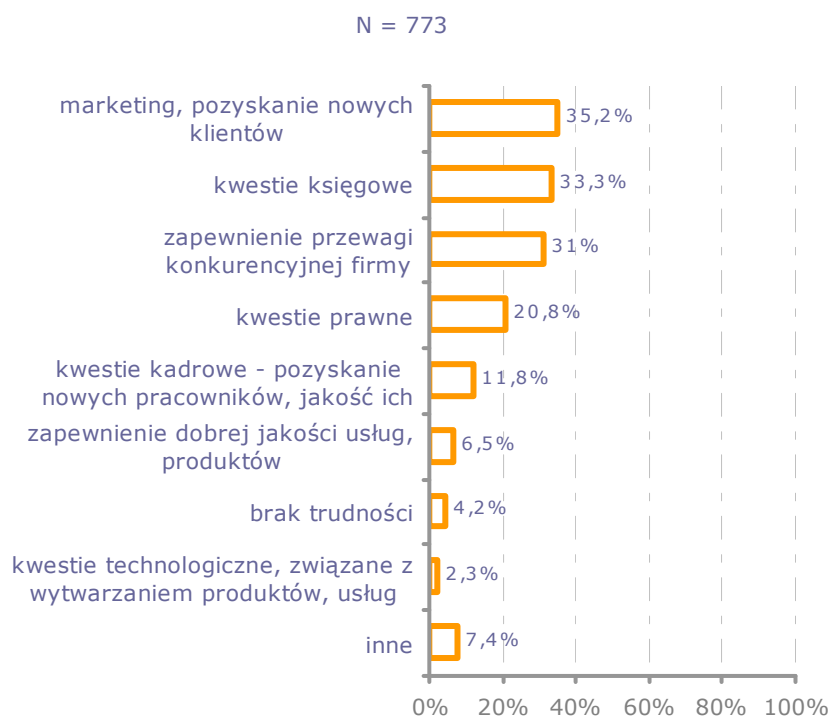


6.6. Główne bariery w zarządzaniu firmą/prowadzeniu firmy

Generalnie praktycznie wszyscy przedsiębiorcy deklarują trudności w zarządzaniu firmą. Szczególnie często kłopotów nastręczają:

- marketing (35%)
- kwestie księgowe (33%)
- zapewnienie przewagi konkurencyjnej firmy (31%)
- kwestie prawne (21%).

Wykres 12. Co jest największą trudnością w zarządzaniu firmą?



W przypadku prowadzenia firmy zasadniczych trudności nastręczają:

- brak pieniędzy, kryzys gospodarczy – klienci nie kupują
- brak pieniędzy – firmy nie rozwijają się
- niesprawiedliwe rozstrzygnięcia przetargów
- brak zaufania do nowo powstałych firm, brak marki
- trudności w dotarciu do klientów
- trudności ze ściąganiem płatności
- brak wykwalifikowanych i uczciwych pracowników

- niedostępne kredyty
- składki ZUS-owskie
- zmiany przepisów prawnych, nieznanostwo prawa.

Tu jest specyficzny rynek, nie wiem czy to na tej zasadzie, nieładnie mówiąc, kliki, ale robotę zawsze dostają ci sami. Bez względu na to, jakie kosztorysy wystawią, dostają ci sami. (mężczyzna, motoryzacja, spoza Łodzi)

Znalezienie tych klientów. Myślę, że to jest najgorsze, bo niektóre firmy już istniejące mają pewną renomę i to jest myślę najgorsze, że takie zaufanie klient też nie ma do takiej nowej jakiejś tam firmy. (mężczyzna, drogownictwo, spoza Łodzi)

Niechęć ludzi do pracy. (mężczyzna, kwiaciarnia, spoza Łodzi)

Powinam więcej inwestować w reklamę, ale nie mam aż tyle pieniędzy. Otwierając taki biznes, to jest jednak kosztowne, no i myślę, że otwierając taki biznes powinno się mieć pieniądze jakieś tam. (kobieta, 45>, galeria internetowa)

Gdyby tak nasze państwo zdecydowało się obniżyć koszty, myślę, że przedsiębiorcom nie opłacałoby się kombinować, zatrudniać na czarno, płacić pod stołem, bo na papierku to ta minimalna, a reszta to idzie do kieszeni w ramach naszej umowy. Po prostu byłaby to gra niewarta świeczki. Przedsiębiorca wolałby zapłacić i spać spokojnie. Ale nie aż tyle. Teraz cały czas się jeszcze opłaca kręcić. (kobieta, 45>, firma szkoleniowa)

ZUS to jest po prostu gwóźdź do trumny wielu przedsiębiorców. Bo można wielu rzeczy nie zrobić, ale trzeba pieniądze w ząbkach tam zanieść i wpłacić. (kobieta, 45>, firma szkoleniowa)

6.7. Nieodpłatna pomoc innych osób, outsourcing

Generalnie wśród młodych przedsiębiorców mamy do czynienia z modelem „Zosi Samosi”.

63% w ogóle nie posługuje się nieodpłatnym wsparciem innych osób w prowadzeniu firmy, natomiast kolejne 30% tylko w niewielkim stopniu.

Sposób tych którzy korzystają z pomocy, blisko 90% korzysta z pomocy rodziny, a 20% także z pomocy przyjaciół i znajomych. Prace w których przede wszystkim oni pomagają to: ogólne prowadzenie firmy, księgowość, kwestie formalne, prace biurowe, transport oraz dowóz towarów.

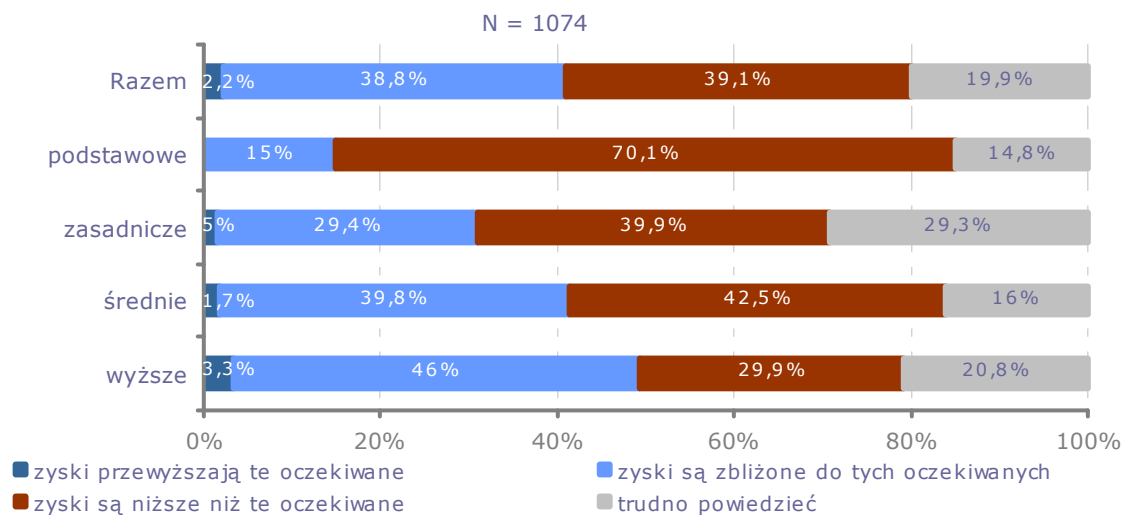
Młode firmy podzlecają innym podmiotom, osobom przede wszystkim księgowość, (korzysta z tego ponad połowa badanych). Dodatkowo ponad 10% podzleca wykonanie materiałów promocyjnych oraz przewóz, dowóz towarów.

6.8. Finanse

Zdania co do osiągnięcia wielkości oczekiwanych zysków są podzielone. 39% twierdzi, że są zbliżone do oczekiwanych, a kolejne 39% uważa, że są niższe niż oczekiwane.

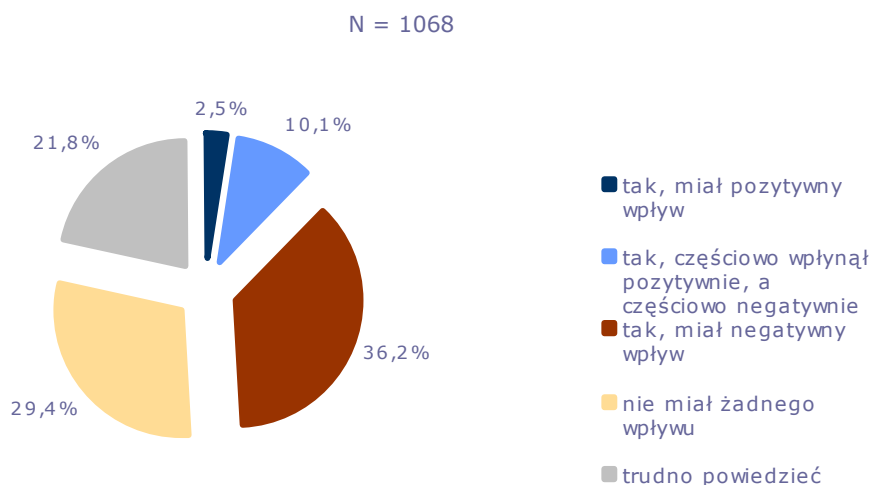
Widać silną zależność pomiędzy prognozowaną wielkością zysków firmy a wykształceniem danego właściciela firmy. O ile 46% procent przedsiębiorców z wyższym wykształceniem trafnie przewidziało ich skalę, o tyle tylko 15% badanych z wykształceniem podstawowym dokonało podobnego działania. Im niższe wykształcenie, tym uzyskiwane zyski są niższe niż oczekiwane.

Wykres 13. Czy rozwój finansowy firmy jest zgodny z Pana(i) oczekiwaniami?



Analizując wyniki, można wysnuć tezę, iż nie „taki kryzys straszny, jak go opisują”. 36% badanych deklaruje, iż miał on negatywny wpływ na ich firmę, 30% twierdzi, że nie miał żadnego, a 10%, że częściowo wpłynął pozytywnie, a częściowo negatywnie.

Wykres 14. Czy ostatni kryzys gospodarczy miał wpływ na kondycję Pana(i) firmy?



6.9. Zapotrzebowanie na określony typ informacji, szkolenia, wiedzę

Poziom samooceny w zakresie posiadania wystarczającej wiedzy dotyczącej prowadzenia firmy spada wraz ze wzrostem wykształcenia. Aż 80% osób z wykształceniem podstawowym i tylko 52% osób z wykształceniem wyższym uważa że posiada wystarczającą wiedzę do prowadzenia firmy.

16% badanych deklaruje, iż szczególnie brakuje wiedzy z zakresu księgowości, rachunkowości, podatków.

Poniżej 10% badanych wskazało na następującą tematykę:

- z zakresu marketingu, promocji, pozyskania klientów, rynku
- z zakresu księgowości, rachunków, podatków
- z zakresu prawa, kwestii formalnych
- o pozyskaniu dostawców, kontrahentów, towarów
- wiedza ogólna o prowadzeniu firmy
- z zakresu współpracy z urzędami
- radzenia sobie z konkurencją
- wiedza związana ze specyfiką działalności danej firmy (projektowanie ubrań, florystyka, obsługa programów komputerowych, ubezpieczenia i inne).

7. Przyszłość

7.1. Obawy, największe zagrożenia w przyszłości dla prowadzenia biznesu

Największe obawy badanych przedsiębiorców związane są z intensywnie rozwijającą się konkurencją – zwłaszcza sieciami handlowymi i firmami internetowymi. Ponadto wymieniano następujące zagrożenia:

- brak klientów
- brak środków finansowych, utrata płynności finansowej
- nowe przepisy prawne, zmiany przepisów
- sytuacja osobista, szczególnie zdrowotna.

Na razie idzie dobrze, ale słucham wiadomości z przerażeniem, jak rano wstaje, co oni wymyślą. Poczytam w gazecie, Internecie i zobaczę, co wymyślili, bo może się okazać, że od jutra mi dowlą taki podatek, że będzie się bardziej opłacało zamknąć firmę. (mężczyzna, 45>, firma sprzętująca)

Nie, nie mam obaw, jedynie to polskie, kulawe prawo. (mężczyzna, 45>, doradztwo budowlane)

7.2. Wyznaczniki sukcesu w przyszłości

Za wyznaczniki sukcesu firmy w przyszłości uznano:

- posiadanie grona stałych klientów (58%)
- przetrwanie na rynku (38%)
- zapewnienie płynności finansowej firmie (35%)
- zwiększenie skali działalności firmy (33%)
- rozwój działalności o nowe produkty, usługi (30%)
- zapewnienie sobie dobrego standardu życia (26%)
- otwarcie nowych punktów sprzedaży (22%)
- zatrudnienie większej liczby pracowników (21%)

(...) miałbym 20 pracowników i mógłbym powiedzieć, że faktycznie mogę im zapłacić pensję i bez obaw ja też jakieś tam pieniądze zarabiam. Żeby się firma rozrastała po prostu. (mężczyzna, 45>, solarium i wykończenia budowlane)

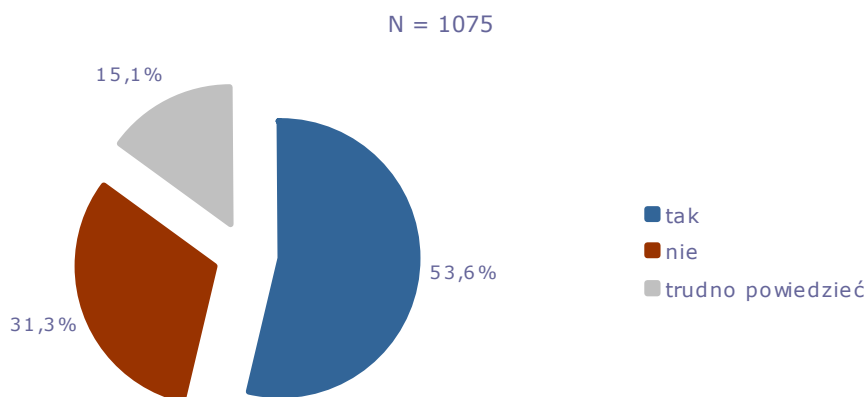
(...) żeby mogła chociaż troszkę tych pieniędzy do domu zanieść, bo do tej pory nie zaniósłam, wręcz z domu wносиłam tu. (kobieta, 45+, sklep z odzieżą)

Robić to, co się lubi i jeszcze na tym zarabiać. To jest dla mnie sukces. No bo to nie sztuka zarabiać pieniądze i męczyć się przy tym. Tylko umieć jakoś pogodzić swoje pasje z zarabianiem na chleb. (kobieta, 45+, firma szkoleniowa)

7.3. Strategia - czy firmy zakładają możliwość odniesienia porażki? Czy mają plan awaryjny?

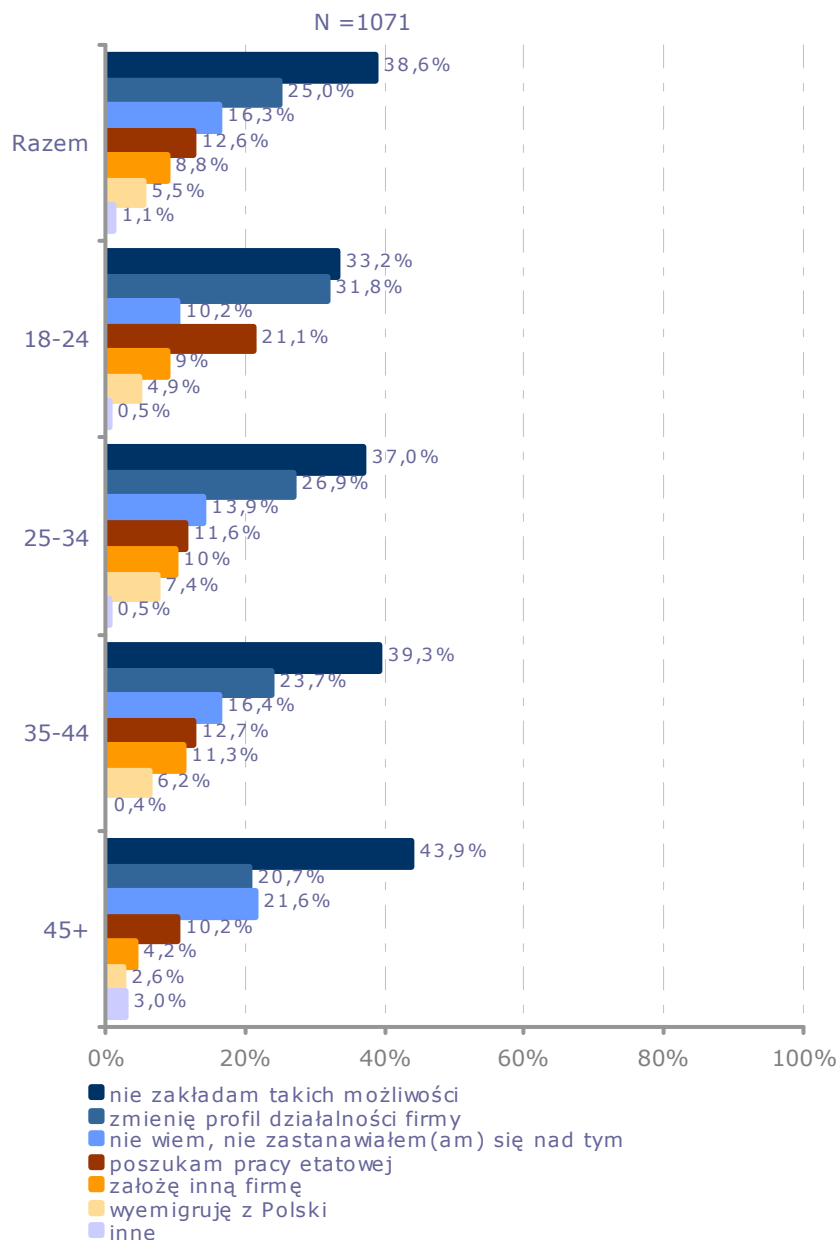
Ponad połowa badanych posiada strategię rozwoju firmy na najbliższe 2-3 lata. Częstość występowania strategii rozwoju firmy wzrasta wraz z wykształceniem właściciela firmy. Najczęściej są one przygotowywane przez osoby w wieku 25 – 44 lata. Nieco rzadziej przez osoby najmłodsze oraz w wieku 45+.

Wykres 15. Czy posiada Pan(i) strategię rozwoju firmy na najbliższe 2-3 lata?



Zdecydowana większość badanych zastanawiała się nad swoją sytuacją zawodową w przypadku gdy się okaże, że firma nie będzie w stanie utrzymać się na rynku, choć 39% w ogóle nie zakłada takie możliwości. Najpopularniejszym rozwiązaniem w przypadku porażki jest dalsze pozostanie w sektorze biznesu tylko zmiana profilu firmy (25%), lub założenie innej (9%). 13% deklaruje poszukiwanie pracy etatowej.

Wykres 16. Co Pan zrobi, jeżeli się okaże, iż firma nie będzie w stanie się utrzymać na rynku?



Osoby, które nie biorą pod uwagę planu awaryjnego, mają na ogół dużą wiarę w sukces, popartą wynikami prowadzonych przez siebie firm. W innych przypadkach niechęć do tworzenia planu awaryjnego wynika z przekonania, że z każdej sytuacji jest jakieś wyjście. Istnieją też osoby, które istnienie planu awaryjnego postrzegają jako coś, co jest „samospełniającym się proroctwem”.

Nie dopuszczam niepowodzenia, nie ma takiej możliwości. (kobieta, 45>, projektowanie wnętrz)

Wtedy mamy nawet dużo wyjść awaryjnych, bo nie poszło, to idziemy na malowanie, nie wyszło malowanie, to idziemy robić mieszkanie. (mężczyzna, 45>, firma sprzątająca)

Jeżeli do listopada przyszłego roku, do września może nawet nie zacznę zarabiać, to będę szukała pracy, albo myślała o czymś innym. No, bo niestety nie stać mnie będzie na ZUS – 900 zł. (kobieta, 45>, galeria internetowa)

Nie biorę pod uwagę niepowodzenia, dlatego nie mam planu awaryjnego. Jak nie to, to co innego. (kobieta, 45>, sklep internetowy)

Nie biorę takiego planu, bo jakbym zaczęła myśleć, co zrobię jak to mi nie wyjdzie, to jakby jest to dołujące. (kobieta, 45>, sprzedaż sejfów)

7.4. Rekomendacje – czyli co należy zrobić, aby zachęcić mieszkańców województwa łódzkiego do prowadzenia własnej działalności gospodarczej

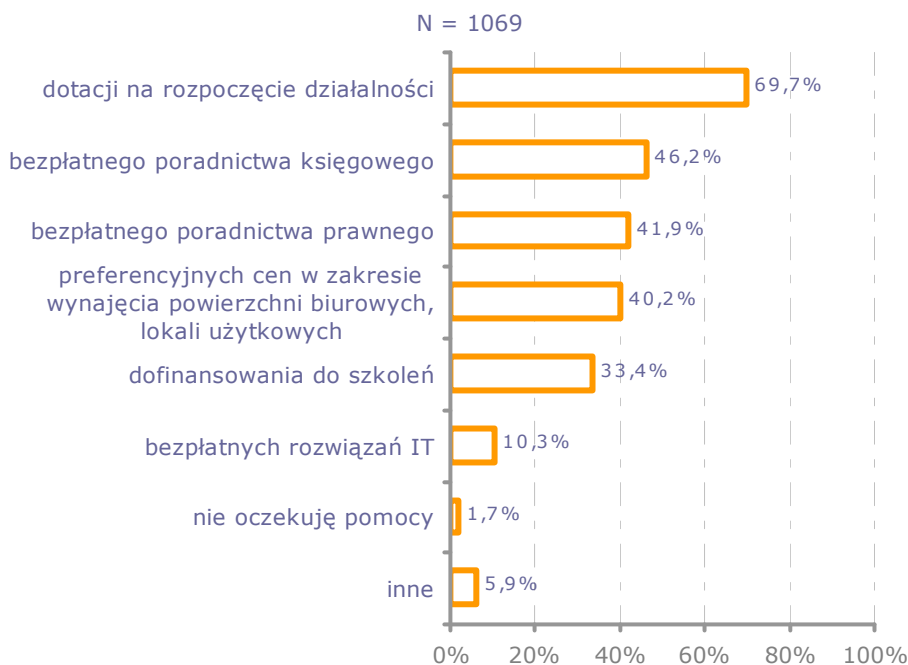
Generalnie praktycznie wszyscy młodzi przedsiębiorcy oczekivaliby pomocy władz samorządowych w procesie uruchamiania działalności gospodarczej.

Za najbardziej pożądane uznano:

- dotacje na rozpoczęcie działalności (70%)
- bezpłatne poradnictwo księgowo (46%)
- bezpłatne poradnictwo prawne (42%)
- stosowanie preferencyjnych cen w zakresie wynajęcia powierzchni biurowych, lokali użytkowych (40%)
- dofinansowanie do szkoleń (33%)
- bezpłatne rozwiązania IT (10%)

Około 70% uważa, że obecnie władze samorządowe w niewielkim stopniu lub w ogóle wspierają młodych przedsiębiorców, czy też osoby zakładające firmy w wyżej wymienionych aspektach.

Wykres 17. Jakiego typu pomocy oczekiwalby(a) Pan(i) od władz samorządowych dla młodych przedsiębiorców, osób zakładających firmy?



Dodatkowe propozycje rozwiązań pochodzące od młodych przedsiębiorców przedstawiają się następująco:

- Kwestia składek ZUS: zmniejszenie składek ZUS-owskich w ogóle; zmniejszenia składek ZUS-owskich w szczególnych przypadkach (brak zarobków, bez konieczności zawieszania działalności).
- Dofinansowania i dotacje do działalności gospodarczej ze środków publicznych i unijnych (np. na sprzęt).
- Pakiety startowe – ulgi zachęcające (przede wszystkim osoby młode) do prowadzenia działalności gospodarczej.
- Prowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnych, promowanie idei przedsiębiorczości poprzez pokazywanie mocnych stron działalności, dobrych praktyk, motywowanie osób bezrobotnych.
- Szkolenia i doradztwo organizowane przez urzędy pracy z zakresu zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej, ze szczególnym uwzględnieniem formalności. Szkolenia obejmujące również osoby prowadzące działalność gospodarczą.
- Uproszczenie procedur, formalności, pomoc przy wypełnianiu dokumentów, w tym wniosków związanych ze staraniem się o uzyskanie dofinansowania z UE.

- Poprawienie dostępu do informacji – szczególne zwrócenie uwagi na strony internetowe urzędów.
- Preferencyjne stawki podatków (obniżki, zwolnienie z płacenia przez pierwszy rok działalności)
- Zapewnienie ochrony nie tylko pracownikom, ale również pracodawcom.
- Dotowanie etatów.
- Nisko oprocentowane kredyty.
- Niskie ceny wynajmu lokalów.
- Uproszczony system zakładania działalności gospodarczej – „jedno okienko”.

Przede wszystkim powinno się pokazać się młodym ludziom, że nie ma się czego bać. (kobieta, 45>, nauka języka)

(...) ludzie sobie dadzą radę, mają pomysły, i to świetne, tylko boją się urzędów i ja im się też nie dziwię. (mężczyzna, motoryzacja, spoza Łodzi)

Wystarczy, że mi nie będzie przeszkadzać. A tak ja już sobie sama poradzę. Tak jak się nieraz mówi, że ludzie mają tam jakieś oczekiwania wobec państwa. Żeby państwo pomogło. To ja mam takie oczekiwania, żeby państwo mi nie przeszkadzało. (kobieta, 45>, firma szkoleniowa)

8. Podsumowanie

Młodzi przedsiębiorcy zapytani o to czy gdyby mogli cofnąć czas i ponownie podjąć decyzję o założeniu własnej działalności gospodarczej w przeważającej większości odpowiadają pozytywnie (84%). Świadczy to bardzo pozytywnie o poziomie satysfakcji z prowadzonej działalności gospodarczej i dobrze rokuje na przyszłość. Najbardziej przekonaniu o słuszności swojej decyzji są przedstawiciele powiatu rawskiego oraz skierniewickiego.

Wykres 18. Czy gdyby mógłby Pan(i) cofnąć czas i mógł ponownie podjąć decyzję o założeniu własnej działalności gospodarczej, czy zdecydowałby się Pan(i) na to?

