

## *Przedsiębiorczość w sieci – Internet szansą na wzrost konkurencyjności*

Katarzyna Wawer-Dziedziak,  
Związek Rzemiosła Polskiego

Celem badań w ramach programu „Przedsiębiorczość w sieci – Internet szansą na wzrost konkurencyjności” była diagnoza kondycji mikroprzedsiębiorstw, w wyniku której określone zostały potrzeby, których zaspokojenie podniesie konkurencyjność firm na rynku, a także bariery

dostępu do wiedzy i wykorzystania technologii informatycznych.

Diagnoza potrzeb i barier stała się w dalszej kolejności podstawą do opracowania programów doradczych i e-learningowych. Do badań zaangażowano 202 mikroprzedsiębiorstwa (do 9 zatrudnionych) z czterech województw: mazowieckiego, podkarpackiego, podlaskiego i kujawsko-pomorskiego.

### **Wyniki**

Badania potwierdziły, że struktura branży drzewnej jest bardzo rozdrobniona. Są to firmy często jednoosobowe. Udział firm, w których pracują jedynie właściciele, wynosi 37 proc. Właścicielami są przeważnie mężczyźni, choć 11,1 proc. zakładów należy do kobiet. Tyleż samo właścicieli ma wykształcenie zawodowe (11,1 proc.) co wyższe (14,8 proc.). Przeciętny staż właścicieli w branży to 12,5 lat. 14,8 proc. badanych firm powstało w 2005 roku, zachęconych zapewne ówczesną świetną koniunkturą w branży.

Blisko połowa pracowników badanych przedsiębiorstw (45,7 proc.) ma wykształcenie średnie i zawodowe. Wykształcenie wyższe i wyższe zawodowe deklaruje łącznie 2,8 proc. pracowników. Wśród zatrudnionych w branży drzewnej zdecydowanie dominują mężczyźni. Branża od-

nia – w 90 proc. zatrudnienie nie uległo zmianie. Wyróżnia się także wzrostem przedsiębiorczości wśród osób najmłodszych – pomiędzy 16 a 24 rokiem życia.

Z reguły firmy od samego początku działają w tej samej formie prawnej (94,6 proc.). Jest to także bardzo mało mobilna branża. Miejsce produkcji zmieniło tylko 14,8 proc. firm. Z kolei branża odznacza się dużą elastycznością zmian produkcji i oferowanych usług – 70,4 proc. firm wprowadziło nowy asortyment. Od momentu powstania firmy ten sam produkt oferuje niezmiennie tylko 41,7 proc. zakładów.

Przychody większe niż 100 tys. zł oraz pomiędzy 50 – 100 tys. zł osiąga ok. 34,8 proc. przedsiębiorstw, a ok. 33 proc. osiąga przychody do 50 tys. zł.

### **Inwestycje**

Wydatki inwestycyjne do 10 tys. zł charakteryzują 26,1 proc. firm, od 10 tys. do 50 tys. 17,4 proc. firm, a powyżej 50 tys. zł 8,7 proc. Maksymalna zainwestowana przez badaną firmę branżową kwota w 2004 r. to 130 tys. zł.

Najwięcej branża inwestuje w modernizację dotychczasowych technologii – 85,7 proc. wskazań. Następnie wymieniane są: poprawa bezpieczeństwa i higieny pracy (50,0 proc.), wdrożenie nowych technologii (42,9 proc.), modernizacja wyrobów, wdrożenie nowych wyrobów i przedsięwzięcia z zakresu ochrony środowiska (po 14,3 proc.) i rozwój zasobów ludzkich – szkolenia (7,1 proc.).

Po 11,1 proc. firm za bardzo pilne uważa inwestycję w zarządzanie sprzedażą i zarządzanie firmą, następnie 7,4 proc. w marketing. Z kolei po 3,7 proc. przedsiębiorców najchętniej zainwestowałoby w poprawę obsługi klientów, poprawę obsługi kontrahentów, komunikację (kontakty z klientami), zarządzanie zasobami ludzkimi i pozyskiwanie informacji.

Za „raczej pilne” firmy uważają inwestycję w marketing (41,7 proc.).

Nieco ponad połowa przedsiębiorstw (55 proc.) przejawia gotowość do zasilania swych inwestycji poprzez kredyty bankowe. 22,2 proc. pla-

ficznych. 77,8 proc. firm stosuje tradycyjne, a 48,1 proc. nowoczesne techniki i technologie. Bardzo nowoczesne deklaruje 7,4 proc. (możliwe było wskazanie kilku odpowiedzi).

dotyczącej pozyskiwania środków finansowych

z Unii Europejskiej. Tylko 7,4 proc. firm planuje pozyskiwać środki z Unii Europejskiej.

### **Informatyzacja**

Tymczasem środki unijne można by przeznaczyć m.in. na wykorzystanie w przedsiębiorstwach nowoczesnych technologii informatycznych. Tym bardziej, że po wprowadzeniu sprzedaży drewna w systemie internetowym, posiadanie przynajmniej komputera z dostępem do Internetu okazuje się nieodzowne.

Według przeprowadzonych przez Związek Rzemiosła Polskiego badań, 81,5 proc. przedsiębiorstw wykorzystuje nowoczesne technologie informatyczne. Spośród nowoczesnych technologii informatycznych 95,5 proc. firm wymieniło Internet, 72,7 proc. korzystanie z poczty elektronicznej, po 50,0 proc. z własnego konta poczty elektronicznej i bankowości elektronicznej, 27,3 proc. deklaruje, że posiada nowoczesny sprzęt informatyczny, po 9,1 proc. korzysta ze specjalistycznego oprogramowania i tworzenia baz danych, a tylko 4,5 proc. z handlu elektronicznego. 79,2 proc. firm deklaruje wykorzystywanie Internetu jako źródła informacji, a 33,3 proc. posiada strony internetowe. Są to dość optymistyczne dane; okazuje się, że tylko 3,7 do 8,3 proc. firm branży drzewnej nie stosuje komputera do księgowości, prac biurowych, marketingu, do kontaktów z klientami i kontrahentami, poszukiwania klientów, poszukiwania wszelkiego typu informacji i nowości branżowych. Ciekawe były również odpowiedzi firm na pytanie, dlaczego nie posiadają komputera czy dostępu do Internetu. Co piąta osoba twierdzi, że po prostu nie ma na to czasu.

### **Szkolenia**

Prócz unijnych pieniędzy na informatyzację przedsiębiorstw można uzyskać fundusze również na doskonalenie kadry.

92,2 proc. firm branży drzewnej preferuje szkolenia na stanowisku pracy. Szkolenia w miejscu pracy występują w 78,6 proc. firm, a zewnętrzne formy doskonalenia pracowników w 35,7 proc. badanych przedsiębiorstw branży drzewnej. 63,0 proc. firm preferuje wykłady prowadzone przez ekspertów w danej branży, a 59,3 proc. warsztaty prowadzone przez ekspertów w danej dziedzinie. Internetowymi materiałami szkoleniowymi zainteresowanych jest 55,6 proc. badanych przedsiębiorstw. Formę e-learningową wskazało 48,1 proc. przedsiębiorców.

Analizując strukturę potrzeb szkoleniowych,

firmy z tej branży wskazują na istnienie potrzeb szkoleniowych związanych z zarządzaniem finansami (40,7 proc.), zarządzania przedsiębiorstwem (29,6 proc.). Potrzebę szkoleń dotyczących prowadzenia księgowości i podatków deklaruje 29,6 proc. firm, bezpieczeństwa i higieny pracy 25,9 proc., a strategii konkurencji 3,7 proc. Potrzebą szkoleń dotyczących nowych technologii zainteresowanych jest 14,8 proc. firm. Znaczną rolę odgrywają potrzeby szkoleniowe w zakresie ochrony środowiska 11,1 proc. Wśród motywów organizowania szkoleń branża drzewna wymienia: 100 proc. wymagania BHP, 78,6 proc. wymagania technologiczne i przyuczenie do nowej pracy, konieczność poprawy jakości 64,3 proc., chęć doskonalenia produktu lub usługi 50 proc., i 42,9 proc. chęć sprostania wymogom klientów. Przedsiębiorstwa z branży drzewnej charakteryzują się dość wysokim odsetkiem zadowolenia z poziomu własnych kadr (47,1 proc.), ale wyższych niż posiadane kompetencje oczekuje 47,1 proc. pracodawców. 82,4 proc. firm uważa, że pracownicy powinni podnieść umiejętności zawodowe, 58,8 proc. umiejętności informatyczne, 23,5 proc. umiejętności podstawowe, a 17,6 proc. umiejętności komunikacyjne.

Co trzecia badana firma w branży drzewnej wymienia poziom własnych kadr jako barierę rozwojową. Ponad połowa badanych przedsiębiorców odczuwa brak wiedzy o programach i funduszach europejskich. Według 63 proc. firm dostępność funduszy unijnych i zewnętrznych źródeł finansowania znacząco wpływa na ograniczenie rozwoju firm. Aż 59,3 proc. badanych wymienia istnienie szarej strefy jako znaczną barierę w rozwoju.

87,5 proc. przedsiębiorcom dobrze pracuje się z klientami. Ze współpracy z samorządem lokalnym zadowolonych jest tylko 14,8 proc. firm, branży drzewnej. 40,7 proc. firm pozytywnie ocenia kontakty z instytucjami wspierającymi rozwój przedsiębiorczości. W branży tylko 3,7 proc. firm pozytywnie ocenia charakter relacji z organizacjami pozarządowymi.

### **Obszar działania**

Głównym obszarem działalności dla ponad 40 proc. firm branży drzewnej jest rynek regionalny. 25,9 proc. przedsiębiorstw drzewnych działa na rynku międzynarodowym. Stabilną pozycję rynkową deklaruje jedna trzecia przed-

siębiorstw. Wzrost pozycji rynkowej zanotowało 22,2 proc. firm.

Według badanych przedsiębiorstw, o sukcesie decydują cena i jakość (81,5 proc.). Wyraźny jest też nacisk na unikatowość i spełnianie oczekiwań klientów (70,4 proc.). Wśród innych czynników decydujących o sukcesie rynkowym firmy drzewne wymieniły serwis posprzedażowy (66,7 proc.) i dostępność (55,6 proc.).

58,8 proc. pracowników branży drzewnej jest wystarczająco zorientowanych w strategiach produktowych i cenowych swoich firm. 47,1 proc. ma niewystarczającą wiedzę na temat stosowanych form promocji. Tylko 29,4 proc. właścicieli firm branży drzewnej wskazuje na niewystarczającą wiedzę dotyczącą sposobów obsługi klienta. Jest to jedyna branża, w której wśród czynników decydujących o pozycji rynkowej najwięcej firm wymieniło spełnianie oczekiwań klientów.

92,6 proc. firm rozpoznaje potrzeby rynku korzystając z własnego rozeznania, 59,3 proc. robi to za pomocą Internetu, a 70,4 proc. korzystając z specjalistycznej prasy i biuletynów. Z informacji handlowych korzysta 66,7 proc., natomiast badań marketingowych 18,5 proc.

Rozwój firmy poprzez wprowadzenie nowych produktów i poprawę jakości obsługi klienta planuje 77,8 proc. firm drzewnych. 66,7 proc. chce zainwestować w nowe technologie, 37 proc. zreorganizować pracę, a po 22 proc. rozwinąć kompetencje wielofunkcyjne wśród pracowników i zmienić obsady stanowisk.

Z przyszłych inwestycji informatycznych firmy

netowej (77,8 proc.), zakup oprogramowania komputerowego i komputera (74,1 proc.), zakup komputera i szkolenie personelu (44,4 proc.).

## **Panel IV**

# Edukacja i rynek pracy w branży drzewnej i meblarskiej

