



Think  
Big  
upc biznes

**GOTOWI NA INNOWACJE**  
- CO UWALNIA POTENCJAŁ  
MAŁYCH I ŚREDNICH  
FIRM W POLSCE?





**Raport został opracowany przez SW Research na zlecenie UPC Polska, w październiku 2016 r.**

Źródłem cytowanych danych jest badanie przeprowadzone metodą wywiadów telefonicznych, zrealizowane przez SW Research, na grupie 300 osób, które są właścicielami, współwłaścicielami lub członkami zarządów firm, zatrudniających mniej niż 50 pracowników. Badanie miało na celu zdiagnozowanie na ile dostęp, a tym samym wykorzystanie nowych technologii, wpływa na kondycję małych firm w Polsce.



**G**dy zastanawiam się nad cechami charakteryzującymi w s p ó ł c z e s n e g o przedsiębiorcę, jako pierwsza przychodzi mi na myśl skłonność i odwaga do podejmowania ryzyka, tych którzy decydują się na realizację pomysłu na własny biznes. Bycie przedsiębiorcą to także kreatywność, nieszablonowość myślenia i determinacja, dzięki którym Polska znajduje się dziś wśród liderów wzrostu PKB w Europie, a polskie marki zaczynają być coraz bardziej dostrzegane i doceniane na świecie.

Zdecydowanie najważniejszym motorem uwalniania potencjału innowacyjności jest w opinii badanych Internet - wskazało go trzy czwarte rozmówców. Ci o najlepszych rezultatach budują swoją przewagę dzięki innowacyjnym technologiom i to ich rolę w rozwoju małego biznesu doceniają najbardziej. Dowiedzieliśmy się także, że to właśnie branża IT i nowych technologii postrzegana jest przez przedsiębiorców za najbardziej atrakcyjne środowisko rozwoju biznesu.

Firmy coraz częściej chcą także realizować swoją strategię globalnie. Prawie 30% przedsiębiorców poddanych badaniu działa także poza Polskim rynkiem, zaś 13% z pozostałej grupy deklaruje plany ekspansji swoich produktów i usług na rynki zagraniczne.

Małe firmy to siła napędowa polskiej gospodarki, a źródłem ich innowacji jest odwaga w myśleniu, dlatego zależy nam, aby radziły sobie jak najlepiej. To między innymi do nich adresujemy ofertę internetu od UPC Biznes

o prędkości 600/30 Mb/s i cały wachlarz rozwiązań technologicznych usprawniających ich codzienną pracę. Dla tych najodważniejszych, z pasją i wizją, stworzyliśmy program Think Big, który inspirował do globalnego i technologicznego rozwoju. Adresujemy go do przedsiębiorców z regionu Europy Środkowo-Wschodniej, którzy rozwijają innowacyjne projekty biznesowe i chcą doskonalić swoje produkty i usługi pod skrzydłami UPC, przy wsparciu doświadczenia i wiedzy jej ekspertów oraz zewnętrznych partnerów programu.

Think Big do ostatniej edycji włącznie zanotował blisko 500 zgłoszeń od przedsiębiorców o różnorodnej historii i doświadczeniu biznesowym. Rozwijamy ten program, bo chcemy pokazać, że obok wsparcia instytucjonalnego możliwe jest i ma sens budowanie owocnych relacji na linii korporacje - sektor MSP. Jesteśmy przekonani, że nabór do Think Big, który startuje tradycyjnie każdej jesieni będzie także i w tym roku wyjątkową okazją do nawiązania

kontaktów pomiędzy start-upami i decydentami środowiska innowacyjnego biznesu.

**Agnieszka Zawistowska,**  
Dyrektor UPC Biznes

Warszawa, październik 2016





**O**d 2014 roku obserwujemy wyraźną poprawę wskaźników makroekonomicznych dla funkcjonowania przedsiębiorstw. Tendencja ta dotyczy również, a może przede wszystkim przedsiębiorstw z sektora MŚP, a więc tych, które według danych GUS, stanowią 99 proc. wszystkich działających w Polsce firm.

Skala rozwoju przedsiębiorczości, której sprzyja otoczenie zewnętrzne, stawia nas na bardzo wysokiej pozycji w porównaniu w innymi krajami europejskimi.

Według danych Eurostatu Polska zajmuje 6 miejsce pod względem

liczby przedsiębiorstw. Jednak o znaczeniu polskich firm zarówno w ujęciu lokalnym, jak i globalnym nie stanowi ich liczebność, a potencjał, którym dysponują oraz sposób jego wykorzystania. Żeby jednak ten został w pełni zagospodarowany, spełnionych musi być szereg czynników zewnętrznych oraz wewnętrznych.

Badanie przeprowadzone na zlecenie UPC Polska miało na celu określenie obszarów, które stymulują, bądź ograniczają rozwój małych firm w Polsce, a tym samym wpływają na ich innowacyjność i konkurencyjność, zarówno na rynku krajowym, jak i międzynarodowym.

**Piotr Zimolzak,**  
Dyrektor ds. Badań i Analiz

SW Research



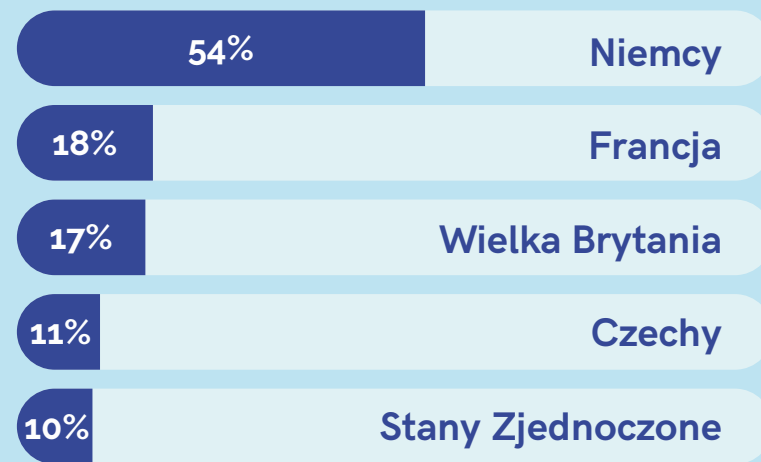


**STYMULATORY  
WZROSTU**



## Siedem na dziesięć firm działa wyłącznie na polskim rynku

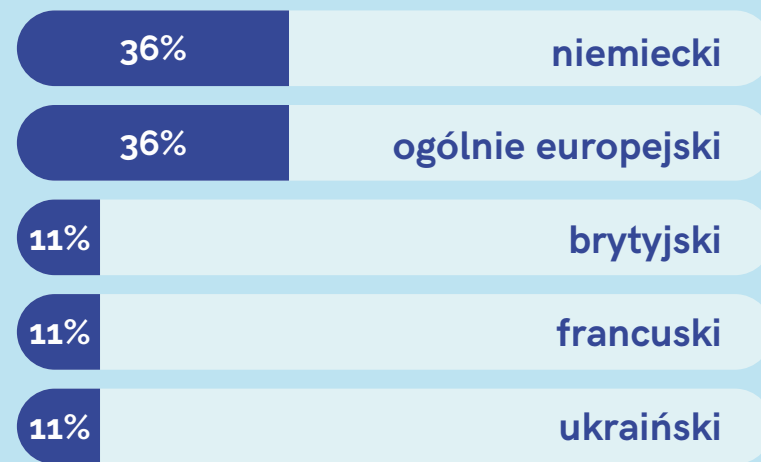
Nieco **mniej niż jedna trzecia** rozszerzyła działalność również o **rynki zagraniczne**, wśród których najpopularniejsze są:





**13% firm ograniczających działalność do rynku rodzimego** deklaruje chęć rozpoczęcia działalności na rynkach zagranicznych

Kierunki ekspansji:



\*możliwość wyboru wielu odpowiedzi

**M**ałe i średnie przedsiębiorstwa są fundamentem rozwoju. To niejednokrotnie przedsięwzięcia, które zapełniają nisze i stają się motorem gospodarki. Naturalnym jest też, że po zakończeniu fazy związanej z budowaniem stabilnej pozycji na rynku, przychodzi czas na kolejne kroki.

Pierwszy z tych etapów to inwestycje, które podnoszą konkurencyjność. Coraz częściej tuż obok pojawia się chęć ekspansji na inne rynki, zwłaszcza, że już na etapie projektowania coraz więcej firm bazuje na usługach via online, które mają dość niski koszt ekspansji. Jednak przejście z fazy deklaracji do fazy realizacji, w tym przypadku, wymaga od przedsiębiorców znajomości, często zawitych, uregulowań prawnych obowiązujących na wybranym rynku.

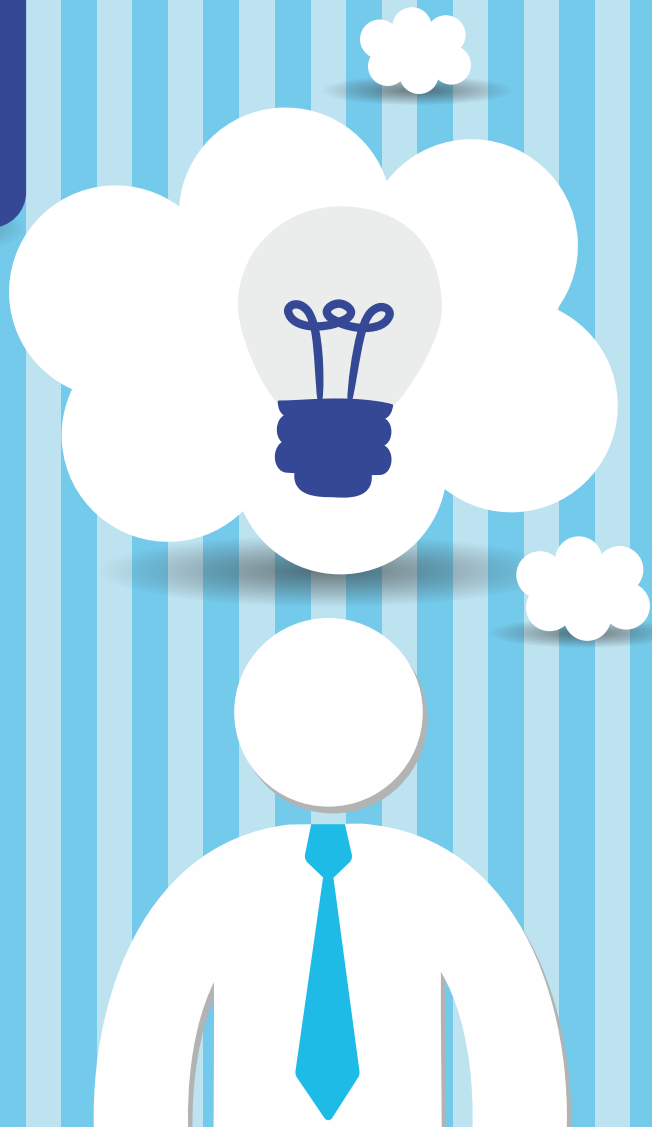
Tymczasem wielu przedsiębiorców nie ma zaplecza prawnego, a tym samym wystarczającej wiedzy o obowiązujących przepisach, która pozwoliłaby skutecznie zaistnieć ich firmom poza granicami Polski. Być może to właśnie staje się przyczyną ograniczenia działalności tylko do rynku rodzimego. Tezę tę wydają się potwierdzać wyniki badania zrealizowanego dla UPC Polska.

Nieco mniej niż 1/3 badanych deklaruje, że rozszerzyła swoją działalność na rynki zagraniczne, głównie niemiecki.

Podobnie sytuacja wygląda w przypadku tych przedsiębiorców, którzy planują wejście na rynki zagraniczne w najbliższej przyszłości. Ekspansję, głównie w obrębie Europy, deklaruje zaledwie 13 proc. badanych. Być może plany wejścia przede wszystkim na rynki państw Unii Europejskiej są konsekwencją przekonania, że wspólne w wielu obszarach uregulowania prawne, upraszczają procedury związane z rejestracją podmiotu za granicą. Znamienym jest fakt, że żaden z badanych przedstawicieli firm nie deklarował chęci rozpoczęcia działalności na innym kontynencie.

Wydaje się, że przyczyna tego stanu tkwić może w kilku czynnikach. Po pierwsze, wspomniany wcześniej brak zaplecza prawnego, który w przypadku innych niż rynki europejskie, ma szczególne znaczenie. Drugi istotny czynnik, to koszty rozpoczęcia działalności, związany nie tylko z jej uruchomieniem, ale też promocją i marketingiem. Wydaje się, że nie bez znaczenia może być też fakt, że rozpoczęcie działalności poza Europą, wymaga od małego przedsiębiorcy umiejętności delegowania odpowiedzialności na osoby trzecie, a to zwłaszcza w przypadku firm rodzinnych, w których struktury zarządzania są zazwyczaj mało rozbudowane, bywa istotną barierą





## Najbardziej perspektywistyczne obszary działalności firm w opinii polskich przedsiębiorców



**37,7%**

IT/nowe technologie



**20,3%**

Energetyka



**19,0%**

Budownictwo



**16,0%**

Przemysł/  
produkcja



**15,7%**

Rolnictwo/  
leśnictwo



**15,3%**

Handel

\*możliwość wyboru maksymalnie 3 odpowiedzi

**P**otencjał rozwoju w poszczególnych obszarach gospodarki to wypadkowa kilku czynników. Niewątpliwie kluczowe znaczenie mają trendy globalne, które pozwalają określić, jak w najbliższych latach rozwijać się będzie popyt na rozwiązania oferowane przez określoną branżę.

Międzynarodowe sukcesy krajowych firm, start-upów, studentów i młodych naukowców, którzy corocznie zajmują wysokie pozycje w światowych konkursach informatycznych, dowodzą, że największe szanse na rozwój stwarza sektor ICT (Information and Communication Technologies).

Twierdzenie to znalazło odzwierciedlenie w wynikach zrealizowanego badania. Zdaniem respondentów to właśnie szeroko rozumiana działalność, związana z nowymi technologiami, rodzi najlepsze perspektywy rozwoju. Nieco mniej możliwości otwiera przed firmami, zdaniem badanych, energetyka oraz budownictwo. O ile jednak wskazanie działalności związanej z nowymi technologiami nie zaskakuje, o tyle warto zwrócić uwagę na fakt, że dwie pozostałe branże wskazał co piąty ankietowany.

Na postrzeganie tych obszarów działalności jako perspektywicznych, znaczący wpływ może mieć polityka energetyczna Unii Europejskiej oraz różnego typu programy pomocowe, dedykowane branży budowlanej.

Dodatkowo są to sektory, które przy odpowiednim poziomie inwestycji, gwarantują znaczące dochody, ponieważ są to branże związane z podstawowymi potrzebami, które zaspokajane są w pierwszej kolejności (energia, prąd, gaz, lokale mieszkalne, lokale biurowe). To one również napędzają rozwój pozostałych gałęzi gospodarki.





## Czynniki sprzyjające rozwojowi małych firm



\*możliwość wyboru wielu odpowiedzi

**D**ynamicznie zmieniające się tendencje rynkowe, wymuszają na firmach konieczność szybkiej reakcji.

W dużych przedsiębiorstwach jest to proces długotrwały, który wymaga udziału wielu zaangażowanych w proces stron.

Tymczasem małe firmy, które zazwyczaj nie mają rozbudowanych struktur, a decyzje niejednokrotnie podejmowane są przez jedną osobą, najczęściej właściciela, nie muszą borykać się z tego typu problemami.

Brak zbiurokratyzowanych struktur przynosi wymierne korzyści zwłaszcza wówczas, kiedy firma działa na rynku lokalnym. Możliwość szybkiej i trafnej reakcji na zmiany popytu pozwala zredukować koszty magazynowania, czy transportu, a to wpływa na konkurencyjność firmy. I to elastyczność właśnie, obok dostępu do nowych technologii i niższych kosztów działalności operacyjnej, wskazywali badani jako jeden z ważniejszych czynników sprzyjających rozwojowi małej firmy.





## Parametry usług cyfrowych, najbardziej przydatne w rozwoju biznesu



**64,3%**

Prędkość internetu w firmie



**51,0%**

Bezpieczeństwo



**37,3%**

Wsparcie IT



**23,7%**

Dedykowana transmisja danych

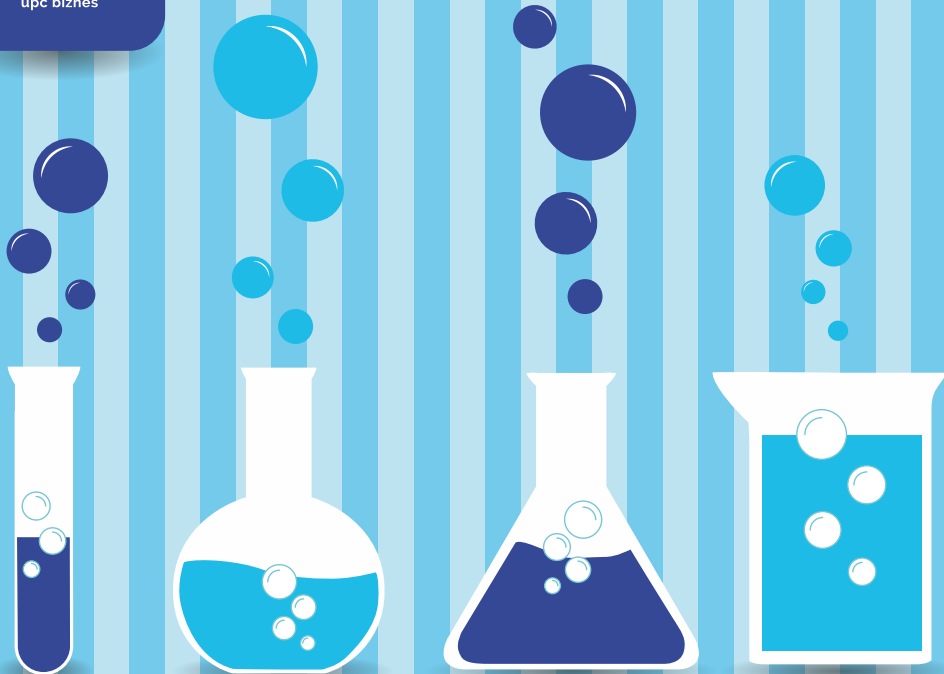


**20,3%**

Usługi w chmurze

\*możliwość wyboru wielu odpowiedzi

Think  
Big  
upc biznes



Rozwiązania, które umożliwiają  
wykorzystanie potencjału  
innowacyjności



35,0%

Aplikacje mobilne



30,0%

Dokumentacje  
online

75,7%

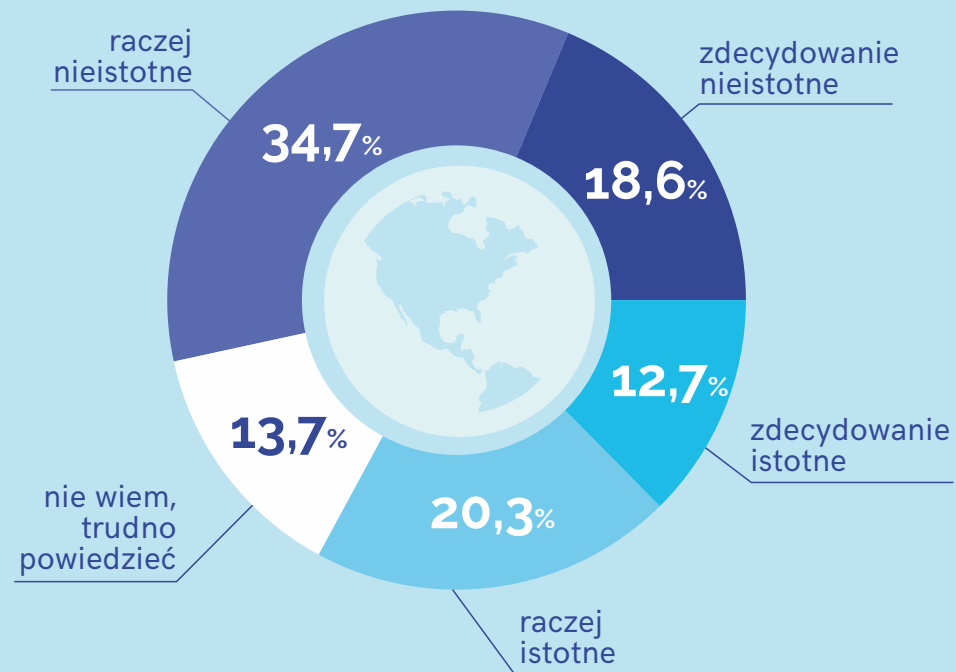
Internet

\*możliwość wyboru wielu odpowiedzi





## Znaczenie wsparcia dużych, międzynarodowych firm dla rozwoju małych przedsiębiorstw







## 80% badanych przyjąłoby ofertę współpracy z partnerem zagranicznym

Najpopularniejsze obszary współpracy z potencjalnymi partnerami zagranicznymi

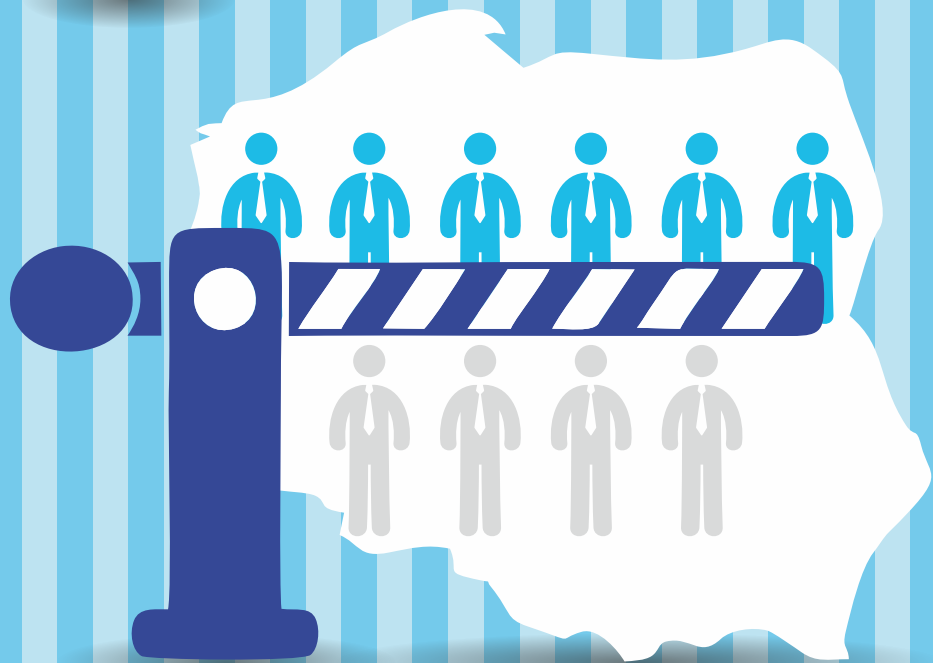


\*możliwość wyboru wielu odpowiedzi





**BARIERY  
WZROSTU**



## Sześciu na dziesięciu przedsiębiorców napotkało na drodze rozwoju biznesu bariery

Najczęściej dotykające bariery:



**53,8%**

Nieefektywne działanie biurokracji lub instytucji państwowych



**50,5%**

Wysokie należności względem Urzędu Skarbowego/ZUS



**47,8%**

Nieuczciwa konkurencja

\*możliwość wyboru wielu odpowiedzi



## Działania formalne związane z rozpoczęciem działalności nie stanowią prawie żadnego problemu



Procedury, które w najmniejszym stopniu utrudniają założenie oraz prowadzenie firmy



**0,3%**

Rejestracja spółki



**1,0%**

Uzyskanie zgody/koncesji na prowadzenie działalności



**1,3%**

Ochrona praw patentowych oraz własności intelektualnej

**S**komplikowane otoczenie prawne, to jeden z czynników, który zdaniem respondentów, ogranicza rozpoczęcie i prowadzenie działalności.

To zrozumiałe, gdyż brak zrozumienia przepisów może w skrajnych przypadkach doprowadzić do upadłości firmy. To ryzyko jest zdecydowanie większe w przypadku małych firm, które w ograniczonym zakresie korzystają z pomocy prawnej.

Być może ów brak wsparcia merytorycznego w obszarze obowiązujących przepisów powoduje, że w opinii badanych przedsiębiorców, największą barierą na drodze rozwoju biznesu jest biurokracja.

Innym czynnikiem, który hamuje rozwój firm są zbyt wysokie podatki oraz zobowiązania względem ZUS, które są szczególnie odczuwalne po zakończeniu dwóch pierwszych lat działalności firmy, kiedy to kończy się czas, w którym przedsiębiorcom przysługuje ulga.



## Podsumowanie

**W**yniki badania pozwalają z optymizmem spoglądać w przyszłość polskiej przedsiębiorczości. Wskazują na to nie tylko statystyki, pokazujące liczbę powstających podmiotów, ale też coraz częstsze sukcesy przedsiębiorców.

Sprzyjają temu niewątpliwie trendy społeczne, wśród których szczególnego znaczenia nabiera patriotyzm gospodarczy. Jako społeczeństwo doceniamy jakość produktów i rozwiązań oferowanych przez polskie firmy, darzymy je zaufaniem, a w konsekwencji chętnie po nie sięgamy.

Przeгляд powyższych tendencji pozwala także przypuszczać, że przedsiębiorcy doceniliby uproszczenie procedur oraz obniżenie kosztów prowadzenia działalności, ponieważ dzisiaj to one stanowią największą barierę w prowadzeniu i rozwijaniu biznesu.



