

# Uczestnictwo małych i średnich firm w zrzeszeniach i organizacjach

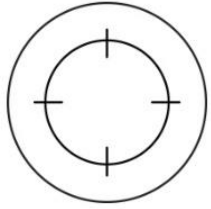
Raport z badania ilościowego  
przeprowadzonego na zlecenie  
Ministerstwa Rozwoju

Warszawa, 30 stycznia 2017

& PARTNERS  
*Maison*

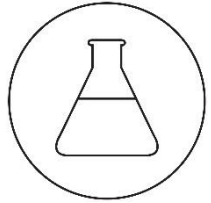
# Opis badania

---



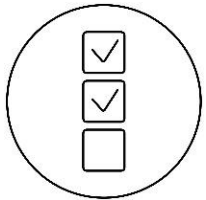
## **GŁÓWNY CEL BADANIA**

Zrozumienie aktualnego poziomu współpracy oraz potencjału zrzeszania się przez małych i średnich przedsiębiorców.



## **METODA/ PRÓBA**

Badanie przeprowadzono metodą CAWI na Ogólnopolskim Panelu Badawczym Ariadna. Badaniem objęto reprezentatywną próbę małych i średnich przedsiębiorców.



## **REALIZACJA**

Badanie zrealizowano w grudniu 2016 r.

# Główne wnioski

*Maison* & PARTNERS

# Główne wnioski 1/2

1

## **BRAK WIEDZY...**

Wiedza właścicieli małych i średnich firm na temat obecnie działających w Polsce organizacji zrzeszających przedsiębiorców, jest dość niewielka. Nawet w przypadku najbardziej rozpoznawalnych organizacji: Krajowej Izby Gospodarczej i Konfederacji „Lewiatan”, przynajmniej co drugi respondent przyznaje, że albo w ogóle nie zna tych organizacji, albo nie wie, czym one się zajmują. W przypadku kolejnych pod względem znajomości organizacji: ZPP, Związku Rzemiosła Polskiego, Business Center Club, te odsetki są jeszcze wyższe, sięgając dwóch trzecich badanych.

2

## **...A MOŻE BRAK ZAINTERESOWANIA?**

Zaledwie 20% polskich małych i średnich przedsiębiorców deklaruje przynależność do jakiejkolwiek organizacji. Niewiele więcej, bo zaledwie 32% deklaruje też chęć przynależności do takiego zrzeszenia. Jako przyczynę braku zaangażowania mali i średni przedsiębiorcy często podają brak potrzeby, nader często powiązany z brakiem zainteresowania. Dość wielu akcentuje też, że nie widzi korzyści ze zrzeszania się. Warto zestawić te argumenty z dość niewielkim poziomem znajomości poszczególnych zrzeszeń i zastanowić się, na ile decyzja o nie zapisaniu się do żadnej organizacji jest wynikiem gruntownego przemyślenia sprawy, a na ile – braku zainteresowania tematem. Wiele podawanych argumentów za nieprzynależeniem do organizacji ma charakter racjonalizacji (przedsiębiorcy wymawiają się np. brakiem czasu, za małym zasięgiem swojej firmy itp.), za którymi w istocie mogą kryć się głębsze, psychologiczne bariery: brak zaufania, niechęć do angażowania się w działania nie przynoszące bezpośrednio zysków. **Jakkolwiek można zatem pomyśleć, że niska wiedza na temat poszczególnych organizacji i mała aktywność przedsiębiorców wynika z niedostatecznego promowania się przez organizacje czy nieodpowiadania na potrzeby małych i średnich firm, jednak główną barierą wydaje się brak zainteresowania ze strony samych przedsiębiorców.**

## Główne wnioski 2/2

3

### DUŻE DEKLARACJE I DUŻE BARIERY

Po zapoznaniu się z opisem idei Powszechnego Samorządu Gospodarczego, większość, bo aż 77% małych i średnich przedsiębiorców popiera utworzenie takiego samorządu w Polsce i niewiele mniej, bo 67% deklaruje, że byłoby zainteresowanych przystąpieniem do takiej organizacji. Warto jednak rozważyć, na ile te deklaracje znalazłyby pokrycie w rzeczywistych zachowaniach, biorąc pod uwagę dotychczasowy stosunek przedsiębiorców do różnych zrzeszeń i organizacji oraz jego możliwe przyczyny. Wydaje się, że bariery zrzeszania się w grupie małych i średnich przedsiębiorców mogą stanowić istotną przeszkodę w realizacji tej idei. Przedsiębiorców do jej poparcia i dużych deklaracji skłania brak wymaganego zaangażowania (nie ma składek, praca na rzecz Samorządu jest dobrowolna) – aby jednak organizacja przyniosła spodziewane korzyści, konieczne jest większe zaangażowanie i zainteresowanie ze strony przedsiębiorców, bardziej intensywna współpraca i wzajemne zaufanie. **Samo utworzenie odpowiedniej organizacji może nie rozwiązać problemu małej współpracy między przedsiębiorcami. Konieczne jest głębsze zbadanie psychologicznych barier, które stoją na drodze większej współpracy między małymi i średnimi przedsiębiorcami oraz podjęcie działań na rzecz ich przełamania.**

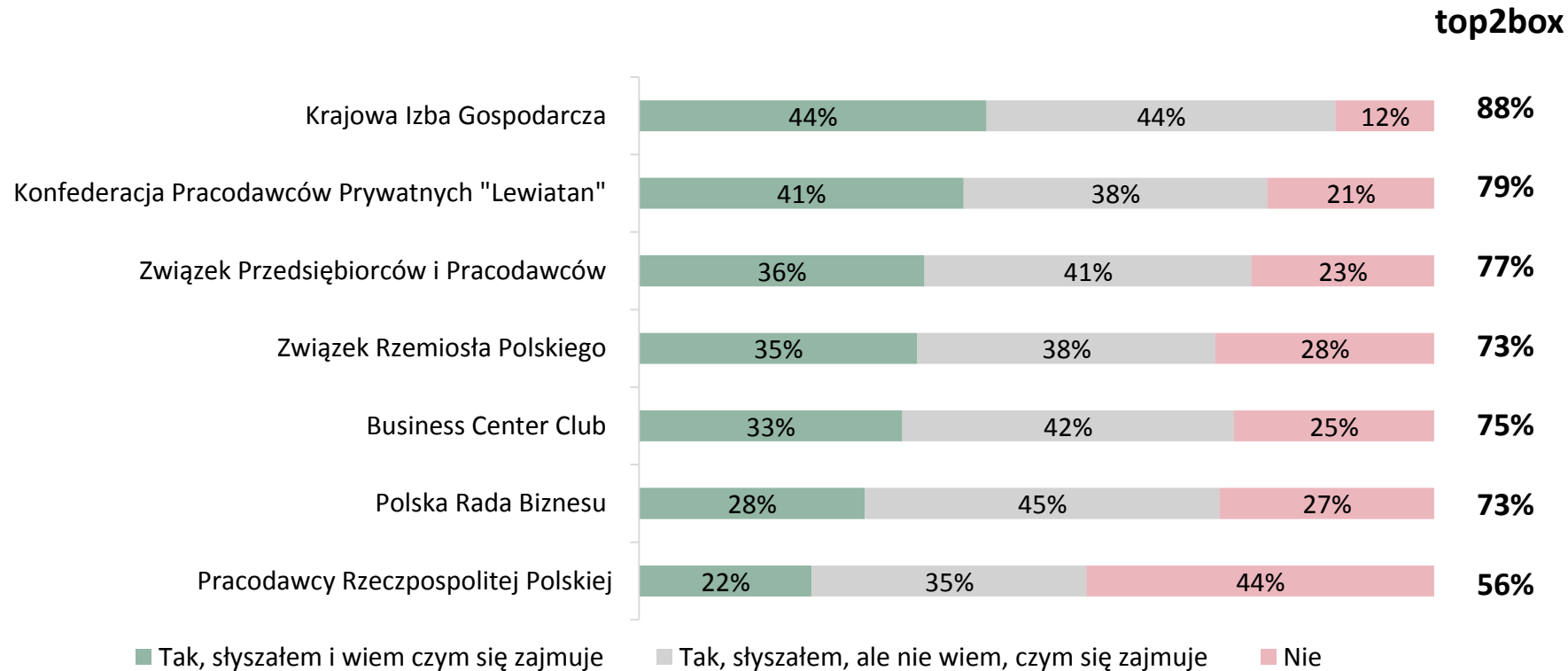
# Wyniki badania

*Maison* & PARTNERS

# Znajomość ogólnokrajowych organizacji zrzeszających przedsiębiorców

7

Czy zna Pan/i o poniższe organizacje?

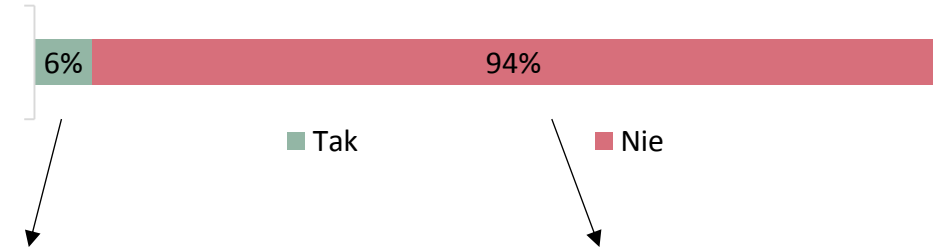


# Przynależność do organizacji zrzeszających przedsiębiorców

Czy należy lub należał/a Pan/i do którejś z poniższych organizacji zrzeszających przedsiębiorców?



Czy należy Pan/i do jakiejś lokalnej organizacji zrzeszającej przedsiębiorców?



## Do jakiej?

Np. Białostocka Izba Przedsiębiorców Budowlanych, Cech Rzemiosł, Czeladzki Związek Handlowców, Izba Gospodarcza Północnej Wielkopolski, Łódzka Specjalna Strefa Ekonomiczna, Stowarzyszenie Handlowców Miasta i Gminy Krosno Odrzańskie

## Dlaczego nie?

Brak potrzeby **33%**  
 Brak korzyści **20%**  
 Brak wiedzy **14%**  
 Brak czasu **8%**  
 To nie dla mojej firmy **6%**  
 Brak odpowiedniej organizacji **4%**  
 Brak zaufania **2%**  
 Brak uzasadnienia **11%**

Przedsiębiorcy nie dzielą się na członków poszczególnych zrzeszeń, a raczej na osoby aktywne, zainteresowane tego typu działaniami i nie – z danych wynika, że aż 80% przedsiębiorców nie należy do żadnej z najbardziej znanych ogólnokrajowych organizacji.

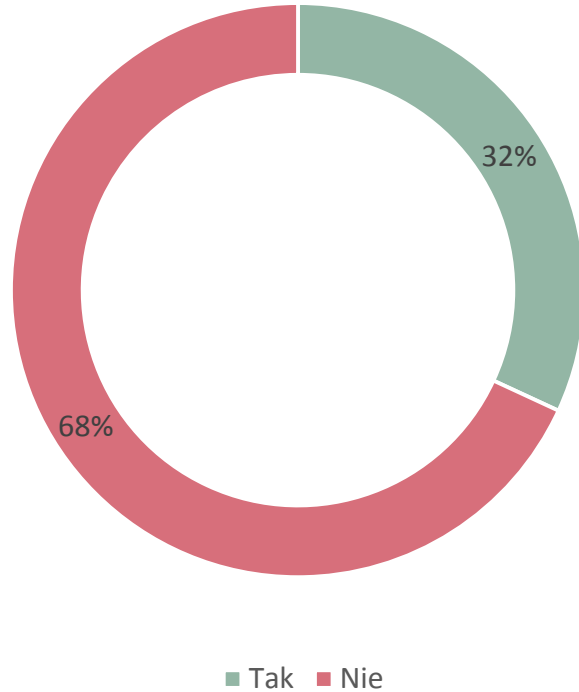
Warto zwrócić uwagę na przyczyny braku przynależności do organizacji lokalnych, które prawdopodobnie w dużej mierze pokrywają się z przyczynami braku przynależności do jakichkolwiek organizacji. Najczęściej wymieniany jest brak potrzeby, w istocie, na co wskazuje jakościowa analiza odpowiedzi, związany z brakiem zainteresowania – wielu przedsiębiorców nie chce się zrzeszać, nie widzi takiej potrzeby i nie jest skłonnych inwestowania swojego czasu i energii w tego typu przedsięwzięcia. Często też nie wierzą, by miało im to przynieść jakieś korzyści. Kolejny często wymieniany powód – brak wiedzy – jest kwestią wtórną w stosunku do braku zainteresowania – przedsiębiorcy nie wiedzą, jakie organizacje działają w ich branży, czym dokładnie się zajmują, jakie korzyści mogą się wiązać z członkostwem itp., bo nie przejawiają zainteresowania tą kwestią. Uważają, że to raczej organizacje powinny zabiegać o nich niż na odwrót.



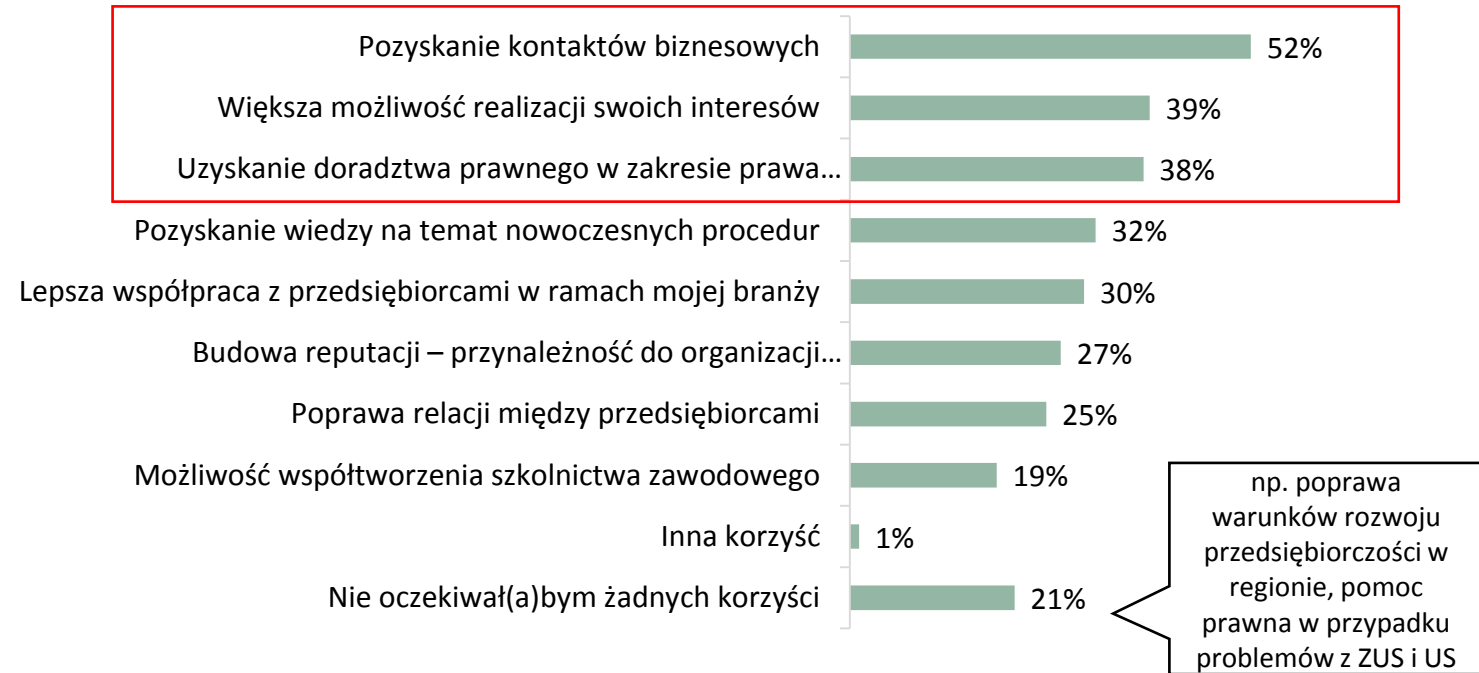
# Chęć przynależenia do organizacji zrzeszającej przedsiębiorców

9

Czy chciałby Pan/i należeć do jakiejś organizacji zrzeszającej przedsiębiorców?



Jakich korzyści oczekiwał(a)by Pan/i z przynależności do organizacji zrzeszającej przedsiębiorców? Proszę zaznaczyć wszystkie korzyści, jakich by Pan/i oczekiwał/a.

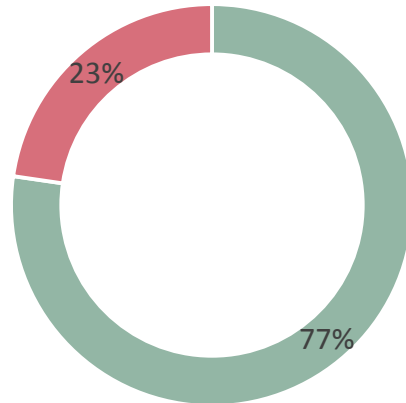


# Znajomość organizacji zrzeszających przedsiębiorców

10

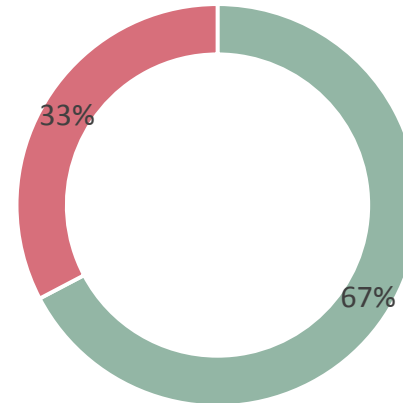
W wielu państwach Europy Zachodniej występuje Powszechny Samorząd Gospodarczy będący zrzeszeniem wszystkich przedsiębiorców prowadzących działalność w danym kraju. Do jego podstawowych zadań należy m.in.: reprezentowanie przedsiębiorców w kontaktach z władzą publiczną, opiniowanie aktów prawnych dotyczących prowadzenia działalności gospodarczej, wspieranie przedsiębiorców w ich działalności, nadzorowanie szkolnictwa zawodowego oraz prowadzenie sądów arbitrażowych. Do Powszechnego Samorządu Gospodarczego przynależeliby wszyscy przedsiębiorcy, ale udział w jego pracach byłby dobrowolny. Jego funkcjonowanie finansowane byłoby z budżetu państwa i nie wymagałoby opłacania składek.

**Czy uważa Pan/Pani że taka organizacja powinna również powstać w Polsce?**



■ Tak ■ Nie

**Czy byłby Pan/Pani skłonny zostać członkiem takiej organizacji, gdyby powstała w Polsce?**



■ Tak ■ Nie

Aneks

*Maison* & PARTNERS

# Struktura próby

12

		%
OGÓŁEM		100
Sektor	Handel	19,2
	Usługi	12,7
	Produkcja	68,1
Staż firmy	Nie dłużej niż rok	15,0
	1-5 lat	38,6
	6-10 lat	18,1
	11 lat i więcej	28,3
	Nie zatrudniam pracowników	57,7
Liczba zatrudnionych pracowników	1-9 pracowników	29,7
	10-20	4,1
	21-49	6,3
	50-150	1,7
	151-249	0,4
Stanowisko	Właściciel/współwłaściciel	89,4
	Prezes	4,1
	Dyrektor/manager zarządzający/administracyjny	3,8
	Office manager/Obsługa biura, sekretariat	1,3
	Inna	1,2

		%
OGÓŁEM		100
Branża	AGD i RTV	1,5
	Artykuły dziecięce	2,9
	Budownictwo	11,1
	Chemia	1,7
	Dom i biuro	4,4
	Edukacja	3,8
	Ekologia	0,7
	Elektronika	1,9
	Finanse	6,4
	Komputery i Internet	6,4
	Kultura i Sztuka	2,8
	Medycyna	4,5
	Motoryzacja	3,9
	Nieruchomości	1,6
	Odzież	5,0
	Reklama i marketing	2,6
	Rolnictwo	5,0
	Rozrywka i sport	1,9
	Spożywcze	3,9
	Telekomunikacja	1,5
Transport i logistyka	4,8	
Turystyka i wypoczynek	1,5	
Zdrowie i uroda	5,5	
Inna, jaka?	14,7	

---

## Zapraszamy do kontaktu!



Ola Furman

Badacz

tel. kom.: 513-090-411

[a.furman@maison.pl](mailto:a.furman@maison.pl)

*Maison*  
& PARTNERS

ul. Podbięty 57, 02-732 Warszawa  
tel. (22) 828-28-85 / kom: 512-437-457  
[biuro@maison.pl](mailto:biuro@maison.pl) ; [www.maison.pl](http://www.maison.pl)

*Maison*  
& PARTNERS