

**KODEKS**

**DOBRYCH**

**PRAKTYK**

**Dialog  
pomiędzy  
samorządem  
a biznesem**

## **RAPORT Z BADAŃ I WYPOWIEDZI EKSPERTÓW**

WARSZAWA, PAŹDZIERNIK 2022

## ORGANIZATORZY



## PROJEKT ZREALIZOWANY PRZY WSPARCIU



CENTER FOR INTERNATIONAL  
PRIVATE ENTERPRISE

## PARTNERZY



KATOWICE  
*dla odmiany*





# SPIS TREŚCI

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>SYNTEZA .....</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>5</b>  |
| <b>WSTĘP .....</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>7</b>  |
| <b>A. Rola przedsiębiorców w lokalnej społeczności.....</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <b>7</b>  |
| <b>B. Projekt „Kodeks Dobrych Praktyk” .....</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <b>8</b>  |
| <b>C. Miasta wybrane do projektu .....</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <b>9</b>  |
| 1. Łódź.....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 9         |
| 2. Katowice .....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 10        |
| 3. Częstochowa.....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 11        |
| <b>BADANIE .....</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>12</b> |
| <b>A. Założenia i metodologia .....</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <b>12</b> |
| <b>B. Wyniki badania .....</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <b>13</b> |
| 1. „Jak ogólnie ocenia Pan/i chęć współpracy władz samorządowych w Pana/i mieście z małymi oraz średniej wielkości firmami?”. .....                                                                                                                                                                                                             | 13        |
| 2. „Jak ogólnie ocenia Pan/i chęć współpracy małych oraz średnich firm w Pana/i mieście z władzami samorządowymi?”. .....                                                                                                                                                                                                                       | 14        |
| 3. „Jakie czynniki Pana/i zdaniem najbardziej utrudniają współpracę między biznesem a władzami samorządowymi w Pana/i mieście?”. .....                                                                                                                                                                                                          | 15        |
| 4. „Jakie czynniki Pana/i zdaniem najbardziej sprzyjają współpracy między biznesem a władzami samorządowymi w Pana/i mieście?”. .....                                                                                                                                                                                                           | 17        |
| 5. Czy władze samorządowe w Pana/i mieście na bieżąco konsultują się z biznesem / przedsiębiorcami w sprawie kluczowych inwestycji i pomysłów/zachęt wspierających rozwój przedsiębiorczości w mieście. ....                                                                                                                                    | 18        |
| 6. „Czy w Pana/i mieście istnieją fora dialogu (np. w formie cyklicznych spotkań) między władzami samorządowymi a przedsiębiorcami?”. .....                                                                                                                                                                                                     | 20        |
| 7. „Czy zna Pan/i Program Wspierania Przedsiębiorczości i Rozwoju Gospodarczego Miasta?”. .....                                                                                                                                                                                                                                                 | 21        |
| 8. "Czy zna Pan/i portale informujące o projektach realizowanych przez miasto i korzysta Pan/i z tych portali?". .....                                                                                                                                                                                                                          | 22        |
| 9. „Jak ogólnie ocenia Pan/i promocję działań związanych ze wspieraniem przedsiębiorczości w Pana/i mieście?”. .....                                                                                                                                                                                                                            | 22        |
| 10. „Na ile Pana/i zdaniem, władze samorządowe w Pana/i mieście zapewniają: korzystne warunki lokalowe przedsiębiorcom na terenie miasta; wystarczającą liczbę przedsięwzięć, badań, projektów i wydarzeń realizowanych we współpracy z przedsiębiorcami oraz łatwy dostęp do informacji dotyczących przedsiębiorczości i jej wspierania”. .... | 23        |
| 11. „Jak ogólnie ocenia Pan/i swoje zaangażowanie w politykę gospodarczą prowadzoną przez samorząd w Pana/i mieście?”. .....                                                                                                                                                                                                                    | 25        |
| <b>C. Podsumowanie wyników badania i wnioski .....</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <b>26</b> |

|                                                                                                                    |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>SPOTKANIA PRZEDSIĘBIORCÓW Z PRZEDSTAWICIELAMI<br/>WŁADZ LOKALNYCH – POCZĄTEK DIALOGU .....</b>                  | <b>28</b> |
| A. Zainicjowanie dialogu .....                                                                                     | 28        |
| B. Uwagi zgłaszane w trakcie spotkań .....                                                                         | 29        |
| C. Przykładowa oferta badanych miast kierowana do przedsiębiorców .....                                            | 30        |
| <b>PODSUMOWANIE – OSIĄGNIĘTE CELE .....</b>                                                                        | <b>35</b> |
| A. Ograniczenia projektu i możliwe dalsze działania .....                                                          | 36        |
| <b>KODEKS DOBRYCH PRAKTYK .....</b>                                                                                | <b>37</b> |
| A. Przedsiębiorco, bądź aktywny i wiedz, że Twój głos się liczy. ....                                              | 37        |
| B. Przedsiębiorcy, jednoczcie się. ....                                                                            | 37        |
| C. Przedstawicieli lokalnej władzy, współpracuj z organizacjami pracodawców<br>działającymi na Twoim terenie. .... | 38        |
| D. Słuchajmy się wzajemnie. ....                                                                                   | 38        |
| E. Urzędniku, nim podejmiesz decyzję rozważ, czy masz pełną wiedzę<br>o jej skutkach. ....                         | 38        |
| F. Urzędniku działaj sprawnie i sumiennie. ....                                                                    | 38        |
| G. Przedstawicieli władz, twórz nowe narzędzia współpracy i usprawniaj już<br>istniejące. ....                     | 39        |
| H. Przedstawicieli władz, twórz jednostki dedykowane obsłudze przedsiębiorców. ..                                  | 39        |
| I. Wspólnie kształćmy młodzież. ....                                                                               | 39        |
| J. Stawiajmy na rozwój i kompetencje. ....                                                                         | 40        |
| <b>WYPOWIEDZI .....</b>                                                                                            | <b>41</b> |



## SYNTEZA

Niniejszy raport jest swoistym studium przypadku, przedstawiającym jak zainicjowano dialog społeczny między firmami z sektora MŚP i władzami samorządowymi w wybranych miastach Polski. Celem projektu było nawiązanie długofalowej relacji, która w przyszłości może zaowocować wzrostem aktywności gospodarczej lokalnych firm i rozwiązaniem ważnych problemów dla społeczności wybranych miast. „Dobre Praktyki”, które wskazujemy, są zbiorem doświadczeń zebranych w wyniku przeprowadzonych badań oraz zorganizowanych spotkań przedstawicieli samorządu i biznesu. Pragniemy podziękować wszystkim przedsiębiorcom, prezydentom miast i urzędnikom za zaangażowanie i wyrażamy głębokie przekonanie, że zainicjowany dialog stanie się stałą platformą dla wzajemnej współpracy.

Projekt został przeprowadzony w trzech miastach – Łodzi, Katowicach i Częstochowie. W pierwszym etapie przeprowadzono na zlecenie ZPP badanie ilościowe na grupie 300 przedsiębiorców z sektora MŚP (po 100 osób z każdego miasta). W opinii 40% ogółu ankietowanych firm władze samorządowe przejawiają małą bądź bardzo małą chęć współpracy z biznesem. Najgorzej oceniono sytuację w Łodzi, gdzie negatywną opinię w tym zakresie wyraziło aż 47% respondentów, zaś pozytywną jedynie 16%. Najmniej negatywnych opinii wyrazili natomiast częstochowscy przedsiębiorcy (34% oceniło chęć współpracy jako złą bądź bardzo złą, zaś 25% jako dobrą bądź bardzo dobrą).

Przedsiębiorcy wskazywali, że najważniejszymi czynnikami utrudniającymi współpracę są skomplikowane i niejednoznaczne normy prawne, zbyt długie procedury, brak wsparcia finansowego ze strony samorządu oraz nadmiar obowiązków biurokratycznych. Jako czynniki potencjalnie usprawniające współpracę wskazano przede wszystkim zwiększenie wsparcia finansowego przedsiębiorców i ograniczenie biurokracji.

Badania wskazują także na występowanie istotnych barier komunikacyjnych między władzami a przedsiębiorcami. W trakcie przeprowadzonych spotkań przedstawiciele samorządów wskazywali na to, że ich miasta posiadają liczne platformy komunikacyjne, jednak mimo tego trudno jest im dotrzeć do przedsiębiorców.



Przeprowadzone badanie wskazuje, że jedynie co czwarty przedsiębiorca nie zna miejskich portali, natomiast co drugi wie o ich istnieniu, ale z nich nie korzysta. Oznaczać to może, że istnieje duże grono podmiotów zainteresowanych pozyskaniem informacji pochodzących od władz lokalnych, jednak istniejące kanały komunikacji nie są dla nich atrakcyjne.

**Lokalne firmy podnosiły również potrzebę zwiększenia inicjatyw w zakresie włączenia się przedsiębiorców w sprawy rozwoju miasta, zwiększenia dialogu z lokalnym biznesem i budowanie bezpośrednich kontaktów między firmami a władzami.**

Proces współpracy między władzami miast uczestniczących w projekcie i lokalnymi przedsiębiorcami udało się zainicjować w drugim etapie projektu, w ramach którego zorganizowano liczne spotkania z przedstawicielami władz i biznesu. Poruszono na nich zarówno problemy ujawnione



w trakcie badania, jak również inne zgłaszane przez przedsiębiorców, a wynikające z ich własnego doświadczenia. Przedstawiciele władz miejskich mogli natomiast nie tylko odnieść się do uwag przedsiębiorców, ale również zaprezentować istniejące już liczne rozwiązania dedykowane biznesowi oraz przedstawić plany na przyszłość. Niezwykle istotnym jest, że władze każdego z miast zadeklarowały konkretne rozwiązania oraz wolę dalszej, długofalowej współpracy.



## WSTĘP

**Bez wątpienia o sile gospodarczej danego regionu decydują przedsiębiorcy w nim działający, w szczególności firmy z sektora MŚP.**

**Mały i średni biznes zatrudnia w naszym kraju zdecydowaną większość pracowników oraz odprowadza liczne podatki, które trafiają do miejskich budżetów.**

### A. Rola przedsiębiorców w lokalnej społeczności

Kluczową rolę w gospodarce rynkowej odgrywają bez wątpienia podmioty gospodarcze, a szczególnie sektor małych i średnich przedsiębiorców (MŚP). Zgodnie z najnowszymi danymi w naszym kraju działa 2,26 miliona przedsiębiorstw (wzrost o 2,3% w stosunku do ubiegłego roku). Odpowiadają one za tworzenie aż 72,3% PKB, zaś sam sektor MŚP za 49,6%. Należy wskazać, że największy udział w tworzeniu PKB (30,6%) mają mikroprzedsiębiorstwa, czyli firmy, które zatrudniają do 9 pracowników. Dla dużych firm współczynnik ten kształtuje się na poziomie 22,7%, średnich 10,2%, zaś małych 8,8%. Co istotne, mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa stanowią aż 99,8% podmiotów gospodarczych w Polsce (według liczby pracujących)<sup>1</sup>. Oznacza to, że gospodarkę napędzają przede wszystkim małe, lokalne firmy, które nie tylko generują PKB, ale także tworzą przytłaczającą większość miejsc pracy na rynku.

Działalność przedsiębiorców jest istotna nie tylko dla ogółu gospodarki, ale także dla regionu, w którym funkcjonują dane firmy. Od rozwoju lokalnej przedsiębiorczości zależy przede wszystkim stopa bezrobocia. Im ono jest mniejsze, tym większe są wpływy jednostek samorządu terytorialnego (zwanych dalej „JST”) z podatków opłacanych przez pracowników mieszkających w danym mieście. Wysoka aktywność zawodowa oznacza także mniejsze koszty przeciwdziałania skutkom bezrobocia. Niezwykle istotne dla lokalnych społeczności jest również to, że firmy odprowadzają podatki i opłaty lokalne, takie jak podatek od nieruchomości, środków transportowych, czynności cywilnoprawnych czy też opłaty skarbowe, targowe czy reklamowe. Przywołane podatki i opłaty (a także wiele innych) stanowią przychody JST zgodnie z przepisami ustawy z dnia 13 listopada 2003 r. o dochodach jednostek samorządu terytorialnego<sup>2</sup>. Biznes bezpośrednio płaci również podatki dochodowe (PIT i CIT). Istotną część wpływów z tych podatków zasila miejskie budżety.

**MSP, czyli mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa stanowią aż 99,8% podmiotów gospodarczych w Polsce.**

<sup>1</sup> Grupa PFR, 2022 Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce, 2022 r.

<sup>2</sup> Dz. U. z 2022 r., poz. 1452 ze zm.

**TABELA 1. Udział jednostek samorządu terytorialnego w podatkach dochodowych**

| Rodzaj podatku | Rodzaj jednostki samorządu terytorialnego |        |             |
|----------------|-------------------------------------------|--------|-------------|
|                | Gmina                                     | Powiat | Województwo |
| PIT            | 39,34%                                    | 10,25% | 1,6%        |
| CIT            | 6,71%                                     | 1,4%   | 14,75%      |

Źródło: Opracowanie własne na podstawie przepisów ustawy z dnia 13 listopada 2003 r. o dochodach jednostek samorządu terytorialnego.

Lokalni przedsiębiorcy przyczyniają się nie tylko do rozwoju gospodarczego. Wielu z nich czynnie uczestniczy w życiu swoich małych ojczyzn. Biorą oni udział w akcjach charytatywnych, wspierają lokalne inicjatywy, inwestycje, wydarzenia kulturalne i sportowe, a także promują region, w którym działają. Stanowią ważną część społeczności i bez wątpienia powinni brać czynny udział we współzarządzaniu gminami, w których działają oferując swoją wiedzę, doświadczenie i pomysły dotyczące dalszego rozwoju regionów.

## B. Projekt „Kodeks Dobrych Praktyk”

Związek Przedsiębiorców i Pracodawców wspólnie z Center for International Private Enterprise postanowił zbadać relacje między władzami lokalnymi a przedsiębiorcami. Niniejszy projekt prowadzony był od marca do września 2022 r. Sprawdzone, jakie rozwiązania stosują wybrane miasta aby współdziałać z przedsiębiorcami, jakie występują bariery we wzajemnych relacjach oraz jakie rozwiązania systemowe można wprowadzić, żeby bariery te usuwać. Do udziału w projekcie wybrano trzy miasta: Częstochowę, Katowice i Łódź. W każdym z nich przeprowadzono badania ilościowe wśród lokalnych

przedsiębiorców mające pomóc ustalić najważniejsze problemy w relacjach z lokalnymi władzami, a także najbardziej istotne czynniki sprzyjające rozwojowi przedsiębiorczości. Następnie w każdym mieście przeprowadzono cykl spotkań między przedsiębiorcami i władzami lokalnymi, które dzięki warsztatowej formule pozwoliły na wymianę uwag i poglądów dotyczących życia miasta oraz na przedstawienie pomysłów dotyczących usprawnienia wzajemnych relacji. Zebrane w ten sposób doświadczenia i wnioski posłużyły do przygotowania niniejszego raportu, będącego swoistym zbiorem dobrych praktyk w relacjach między władzami lokalnymi a przedsiębiorcami. Wspólna praca przedsiębiorców, lokalnych urzędników

**Przeprowadzone badania ilościowe wśród lokalnych przedsiębiorców mają pomóc ustalić najważniejsze problemy w relacjach z lokalnymi władzami, a także najbardziej istotne czynniki sprzyjające rozwojowi przedsiębiorczości.**



i przedstawiciele władz nad przygotowaniem raportu „Kodeks Dobrych Praktyk - Dialog pomiędzy samorządem a biznesem” powinna dać początek pogłębionej współpracy w miastach, w których prowadzony był projekt. Był on realizowany zaledwie przez kilka miesięcy, dlatego niezwykle istotne było stworzenie wspólnej platformy do przyszłych rozmów i zbudowanie wzajemnego zaufania. Pozwoli to na kontynuację dialogu i stworzenie trwałych podwalin pod współpracę. Ponadto liczne doświadczenia z projektu są uniwersalne i mogą być stosowane również w innych miastach Polski.

### C. Miasta wybrane do projektu

Projekt „Kodeks Dobrych Praktyk - Dialog pomiędzy samorządem a biznesem” realizowany był w trzech polskich miastach: Łodzi, Katowicach i Częstochowie.

#### 1. Łódź

Łódź jest miastem na prawach powiatu i siedzibą województwa łódzkiego. Jest to czwarte pod względem liczby ludności miasto w Polsce (po Warszawie, Krakowie i Wrocławiu) z populacją liczącą około 670 tysięcy osób<sup>3</sup>. Miasto to zajmuje również czwarte miejsce pod względem powierzchni (po Warszawie, Krakowie i Szczecinie) mając 293,25 km<sup>2</sup><sup>4</sup>. Pod koniec 2021 r. w mieście działało niemal 100 tysięcy podmiotów gospodarki narodowej<sup>5</sup>. W 2022 r. w Łodzi przewidziano dochody budżetowe w wysokości ponad 5 miliardów złotych<sup>6</sup>.

Historycznie miasto to związane jest z przemysłem tkackim i sukienniczym. Współcześnie przemysł włókienniczy wciąż jest obecny w Łodzi, choć utracił

on swoje kluczowe znaczenie. W mieście działa ponad 96 tysięcy przedsiębiorstw. Duże znaczenie mają firmy z branży AGD, logistycznej, nowych technologii oraz tak zwane centra zaplecza biznesowego BPO – Business Process Outsourcing. Łódź jest ważnym ośrodkiem akademickim. W mieście działa 18 uczelni wyższych kształcących ponad 65 tysięcy studentów w roku akademickim 2020/2021<sup>7</sup>.



<sup>3</sup> <https://businessinsider.com.pl/gospodarka/nieoczekiwany-rezultat-spisu-powszechnego-nowe-trzecie-miasto-w-polsce/fr5k3rr> (dostęp na dzień 30.09.2022 r.).

<sup>4</sup> Urząd Statystyczny w Łodzi, Łódź w liczbach, 2021.

<sup>5</sup> GUS, Podmioty gospodarki narodowej w rejestrze REGON w województwie łódzkim. Stan na koniec 2021 r.

<sup>6</sup> Uchwała Nr LII/1595121 Rady Miejskiej W Łodzi z dnia 22 grudnia 2021 r.

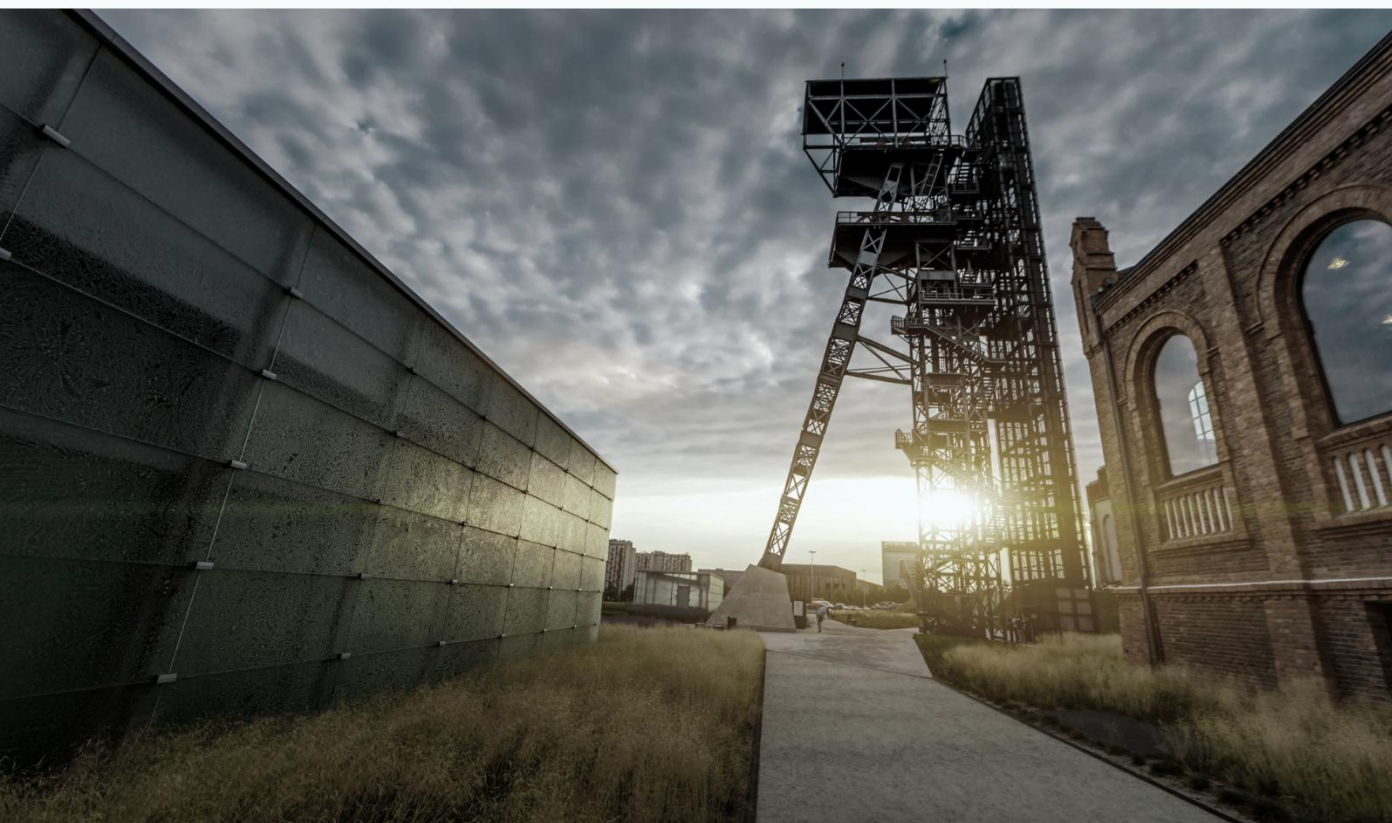
<sup>7</sup> Urząd Statystyczny w Łodzi, Łódź w liczbach, 2021.

## 2. Katowice

Katowice to miasto na prawach powiatu i siedziba województwa śląskiego. Ma 164,6 km<sup>2</sup><sup>8</sup>, 287 tysięcy mieszkańców i działa w nim ponad 52,5 tysiąca przedsiębiorstw<sup>9</sup>. Budżet Katowic przewidziany na 2022 r. to ponad 2,3 miliarda złotych<sup>10</sup>.

Katowice mają bogatą tradycję przemysłową, szczególnie górnictwą i hutniczą. Współcześnie są głównym ośrodkiem Górnośląskiego Okręgu Przemysłowego, czyli polskiego serca przemysłu

wydobyczego, hutniczego, energetycznego, chemicznego, motoryzacyjnego oraz wielu innych gałęzi gospodarki. Obecnie w mieście funkcjonuje wiele firm oferujących rozwiązania informatyczne i w zakresie nowoczesnych technologii, a także świadczących usługi finansowe. Jest to także ważny ośrodek kulturalny i jeden z najważniejszych ośrodków akademickich w kraju (w 2020 r. w jedenastu największych katowickich uczelniach kształcono ponad 52 tysiące studentów<sup>11</sup>).



<sup>8</sup> <https://www.polskawliczbach.pl/Katowice> (dostęp na dzień 10.09.2022 r.).

<sup>9</sup> <https://katowice.stat.gov.pl/zakladka4/> (dostęp na dzień 10.09.2022 r.).

<sup>10</sup> Uchwała Nr XLII/922/21 Rady Miasta Katowice.

<sup>11</sup> <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/edukacja/edukacja/skolnictwo-wyzsze-w-roku-akademickim-20202021-studenci-i-absolwenci-wyniki-wstepne-,20,1.html> (dostęp na dzień 10.09.2022 r.).

### 3. Częstochowa

Częstochowa jest miastem na prawach powiatu znajdującym się w województwie śląskim. Zajmuje ono powierzchnię 159,7 km<sup>2</sup> i jest zamieszkałe przez około 216 tysięcy mieszkańców<sup>12</sup>. Jest to najmniejsze z miast, w którym przeprowadzono badanie w ramach niniejszego projektu. Częstochowa dysponuje również najniższym budżetem spośród badanych miast wynoszącym niespełna 1,5 miliarda złotych<sup>13</sup>. W mieście działa około 27,5 tysiąca firm, co plasuje Częstochowę na 3 miejscu pod tym względem wśród powiatów w województwie śląskim<sup>14</sup>.

Podobnie jak inne miasta regionu, gospodarka Częstochowy oparta jest w znacznej mierze na przemyśle, zwłaszcza hutniczym (w mieście znajdują się znane huty szkła, stali oraz odlewnie), a także motoryzacyjnym. Miasto jest głównym ośrodkiem Częstochowskiego Okręgu Przemysłowego, a liczne inwestycje w obrębie granic miasta należą do Katowickiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej<sup>15</sup>. Istotne dla przedsiębiorców działających w regionie było z pewnością wybudowanie Autostrady A1 łączącej północ kraju z południem, do której miasto ma bezpośredni dostęp. W Częstochowie w pięciu dużych uczelniach kształci się ponad 13 tysięcy osób<sup>16</sup>.



<sup>12</sup> <https://www.polskawliczbach.pl/Czestochowa> (dostęp na dzień 10.09.2022 r.).

<sup>13</sup> Uchwała Nr 731.LIII.2021 Rady Miasta Częstochowy.

<sup>14</sup> GUS w Katowicach, Wybrane dane krótkookresowe o powiatach województwa śląskiego w grudniu 2021 r.

<sup>15</sup> <https://pl.wikipedia.org/wiki/Częstochowa#Gospodarka> (dostęp na dzień 10.09.2022 r.).

<sup>16</sup> <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/edukacja/edukacja/szkolnictwo-wyzsze-w-roku-akademickim-20202021-studenci-i-absolwenci-wyniki-wstepne-,20,1.html>



## BADANIE

Pierwszym krokiem w ramach projektu było przeprowadzenie badania ilościowego w formie ankietowej, które wskazałoby na opinie i nastroje dotyczące współpracy między władzami lokalnymi a biznesem<sup>17</sup>. Badanie adresowane było do firm działających w każdym z miast biorącym udział w projekcie. Wyniki badania zostały przekazane przedstawicielom miast oraz służyły za punkt wyjścia do dyskusji w ramach spotkań samorządowców i lokalnych przedsiębiorców.

### A. Założenia i metodologia

Pierwszym etapem projektu było przeprowadzenie badania ilościowego dotyczącego relacji między biznesem a władzami samorządowymi. Zostało ono przeprowadzone przez Maison & Partners sp. z o. o. – profesjonalną firmę badawczą z dużym doświadczeniem na zlecenie ZPP oraz przy wsparciu CIPE<sup>18</sup>.

Głównym celem badania było poznanie opinii przedstawicieli sektora MŚP na temat relacji władz samorządowych z małym, lokalnym biznesem oraz wpływu, jaki relacje te mają na rozwój przedsiębiorczości w danym mieście.

Badanie odbyło się w marcu 2022 r. i zostało przeprowadzone metodą Computer Assisted Telephone Interviews (CATI), czyli przy pomocy ankiet telefonicznych. Próbkę badawczą stanowiło 300 przedstawicieli firm z sektora MŚP, po 100 przedsiębiorców

z każdego miasta. Charakterystyka grupy badawczej była zróżnicowana pod względem wielkości firmy, jej stażu na rynku, sektora działalności, a także pod względem płci, wieku, wykształcenia i statusu zawodowego respondentów. Około 10% badanych firm stanowiły jednoosobowe działalności gospodarcze, 40% mikro, około 29% małe i 20% średnie firmy. Pod względem stażu około 5% podmiotów działało poniżej 3 lat, 19% między 3 do 5 lat, 27% 6-10 lat i 49% powyżej 10 lat. Pod względem sektora działalności 51% ankietowanych należało do sektora usług, 26% do handlowego i 23% do produkcyjnego. Badanie prowadzone było wśród osób, które prowadziły działalność gospodarczą (31%), byli właścicielami firmy (44%) bądź należeli do kadry dyrektorskiej / zarządzali firmą (25%). Wśród respondentów 1% posiadało wykształcenie podstawowe, 26% średnie, 11% pomaturalne i 63% wyższe. Mniej niż 34 lata miało 11% ankietowanych, 44% było w wieku między 35 a 45 lat, 25% między 46 a 54 lat, a 20% miało 55 lat lub więcej. W badaniu wzięło udział 60% mężczyzn i 40% kobiet.

**Głównym celem badania było poznanie opinii sektora MŚP na temat relacji władz samorządowych z małym, lokalnym biznesem oraz wpływu, jaki relacje te mają na rozwój przedsiębiorczości w danym mieście.**

<sup>17</sup> Wyniki badania opublikowane na stronie: <https://zpp.net.pl/projekty/kodeks-dobrych-praktyk-dialog-spooleczny-z-przedsiębiorcami/>

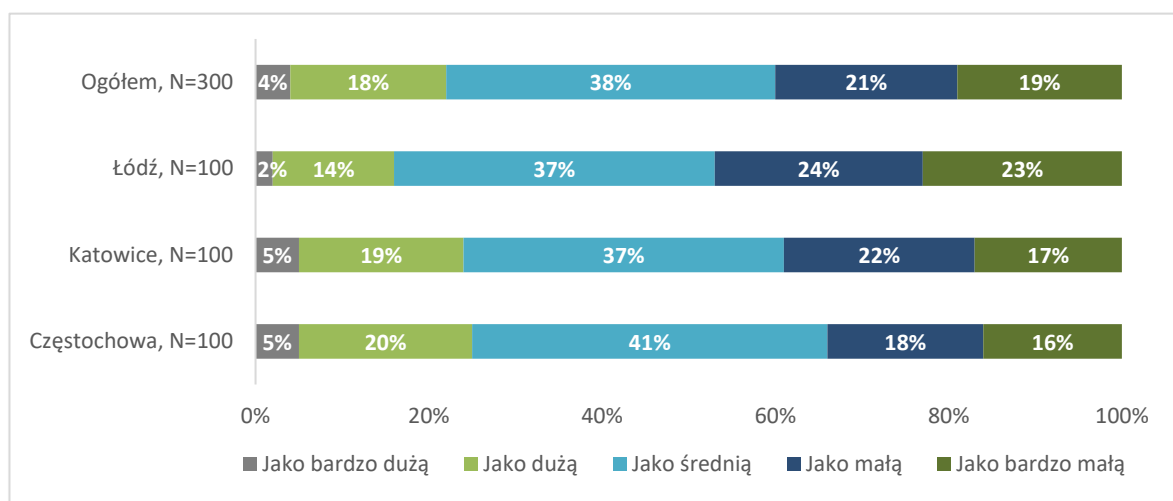
<sup>18</sup> Dane podane w opisie badania wyrażono w procentach. Z uwagi na stosowanie zaokrąglenia do pełnych punktów procentowych suma wyników odpowiedzi na dane pytanie zawiera się w przedziale od 99 do 101.

## B. Wyniki badania

W badaniu zadano 11 pytań dotyczących relacji władz lokalnych z firmami z sektora MŚP. Poniżej

prezentujemy wyniki badania ogółem, a także dla każdego z miast osobno.

### 1. „Jak ogólnie ocenia Pan/i chęć współpracy władz samorządowych w Pana/i mieście z małymi oraz średniej wielkości firmami?”.



**Zdecydowanie większa liczba ankietowanych oceniła współpracę jako małą (21%) bądź bardzo małą (19%) niż jako dużą (18%) bądź bardzo dużą (18%).** Najkorzystniej współpracę ocenili przedsiębiorcy z Częstochowy, w której jedna czwarta ankietowanych uważa chęć współdziałania za dużą (20%) bądź bardzo dużą (5%). Około 1/3 przedsiębiorców z tego miasta oceniła ją natomiast jako małą (18%) bądź bardzo małą (16%). W Częstochowie zdecydowanie najlepiej relację tą postrzegają przedstawiciele małych firm, a więc zatrudniających od 10 do 50 pracowników. Pozytywną opinię w tym zakresie wyraziło aż 43% ankietowanych.

Nieznacznie gorzej chęć współpracy ocenili ankietowani w Katowicach. Pozytywną opinię miało 25% przedsiębiorców (19% - duża chęć współpracy, 5% - bardzo duża chęć współpracy). Jednocześnie 39%

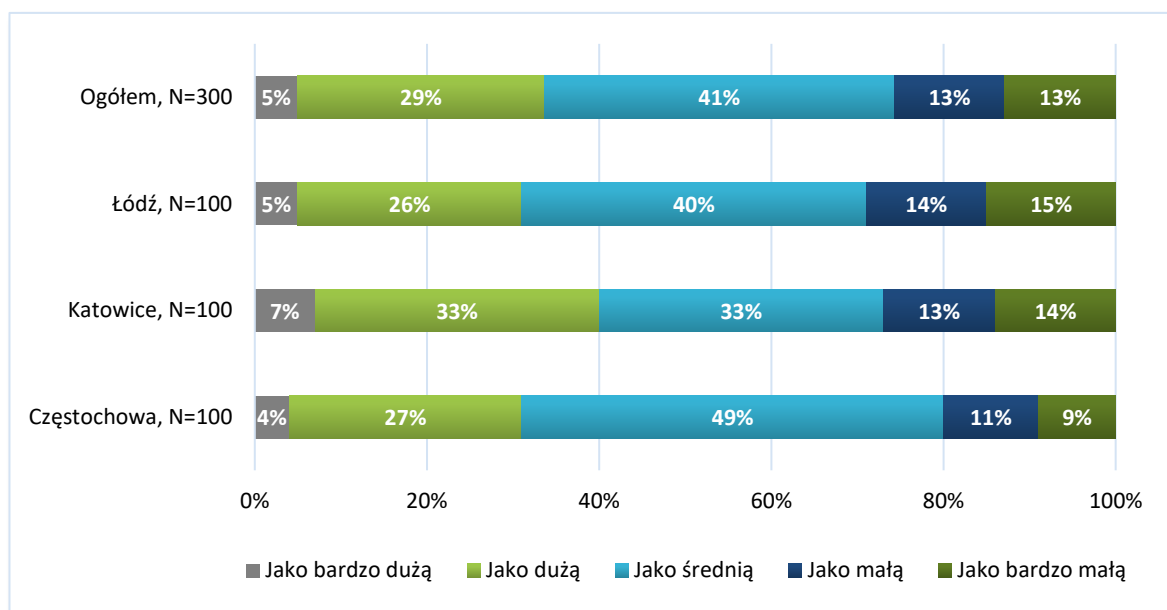
było przeciwnego zdania (22% - mała chęć współpracy, 17% - bardzo mała chęć współpracy). Podobnie jak w Częstochowie najczęściej pozytywnych odpowiedzi udzielili mali przedsiębiorcy (35%). Dobre doświadczenia mają także firmy ze średnim stażem na rynku (6-10 lat), wśród których, aż 44% oceniło chęć współpracy jako dobrą bądź bardzo dobrą.

Najniżej poziom współpracy władz samorządowych z biznesem ocenili przedsiębiorcy w Łodzi, wśród których 14% uznało go jako duży, a zaledwie 2% za bardzo duży. Jednocześnie przeciwnego zdania była niemal połowa ankietowanych (24% uważa, że chęć do wspólnego działania jest mała, a 23%, że bardzo mała). W tym mieście najczęściej pozytywnych opinii wyrażali przedstawiciele średnich firm (26%) oraz firm produkcyjnych (24%).

Badanie wskazuje, że najkorzystniejsze opinie dotyczące chęci współpracy władz lokalnych z biznesem wyrażają przedsiębiorcy z Częstochowy i Katowic. Różnice w odpowiedziach między tymi

miastami są nieznaczne. Zauważalnie więcej negatywnych opinii panowało wśród ankietowanych w Łodzi.

## 2. „Jak ogólnie ocenia Pan/i chęć współpracy małych oraz średnich firm w Pana/i mieście z władzami samorządowymi?”.



W drugim pytaniu poproszono przedsiębiorców o ocenę chęci współpracy firm z sektora MŚP z władzami samorządowymi. **W odniesieniu do całości grupy badawczej wyraźnie więcej – bo aż 34% ankietowanych uważało, że biznes jest skłonny do współpracy (29% ocenia chęć współpracy jako dużą, a 5% jako bardzo dużą). Przeciwnego zdania było łącznie 26% ankietowanych (13% oceniło chęć współpracy jako małą i 13% jako bardzo małą).**

Przedsiębiorcy z Katowic najbardziej pozytywnie odnieśli się do chęci współpracy biznesu z władzami samorządowymi. Aż 33% z nich uważa, że jest ona duża, a 7%, że bardzo duża. Odmiennego zdania jest 14% ankietowanych uważających, że chęć współpracy jest bardzo mała i 13%, że jest mała. W Katowicach

firmy działające na rynku od 6 do 10 lat oceniają chęć współpracy biznesu z samorządem najkorzystniej.

W Częstochowie 31% ankietowanych ocenia chęć współpracy przedsiębiorców z władzami lokalnymi jako dużą (27%) bądź bardzo dużą (4%). Z kolei 20% ocenia ją jako małą (11%) bądź bardzo małą (9%). Zdecydowanie więcej (43%) pozytywnych odpowiedzi udzielali przedstawiciele małych firm.

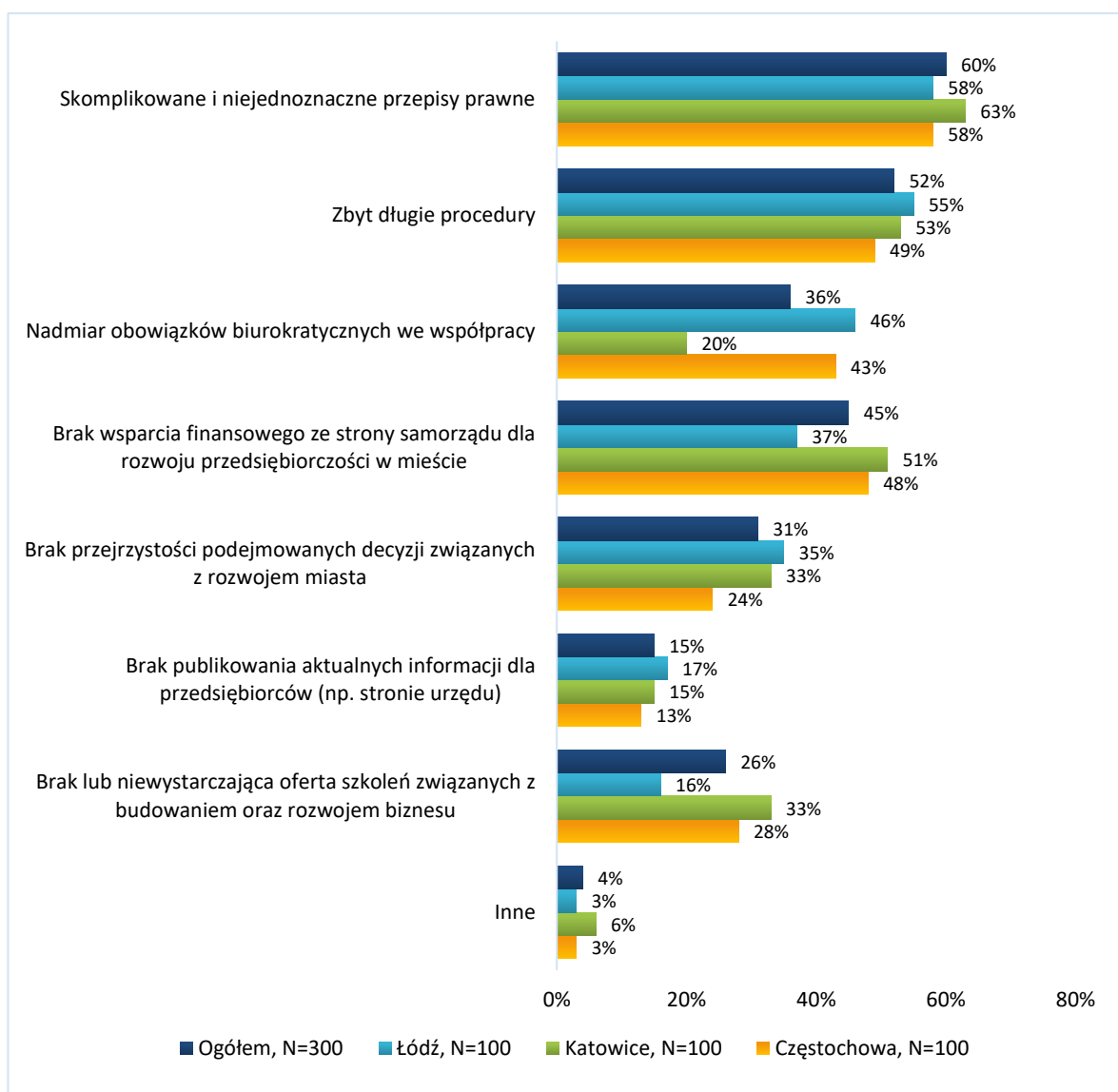
W Łodzi, podobnie jak w Częstochowie, 31% ankietowanych ocenia chęć współpracy przedsiębiorców z władzami lokalnymi jako dużą (26%) bądź bardzo dużą (5%). Przeciwnego zdania jest 29% ankietowanych oceniających chęć współpracy jako małą (15%) bądź bardzo małą (15%). Najwięcej

negatywnych opinii padało ze strony firm z najdłuższym, ponad dziesięcioletnim stażem na rynku.

Porównując odpowiedzi na pytanie pierwsze i drugie można z pewnością dostrzec trend badawczy faworyzowania własnej grupy przez przedsiębiorców.

Zdecydowanie większa liczba ankietowanych oceniła pozytywnie chęć współpracy przedsiębiorców niż władz lokalnych. Problematykę zaangażowania władz lokalnych i przedsiębiorców we wzajemną współpracę na podstawie doświadczeń uzyskanych w realizacji projektu poruszymy w dalszej części niniejszego opracowania.

### 3. „Jakie czynniki Pana/i zdaniem najbardziej utrudniają współpracę między biznesem a władzami samorządowymi w Pana/i mieście?”



Kolejne pytanie dotyczyło czynników najbardziej utrudniających wzajemną współpracę biznesu i władz lokalnych. W tym przypadku przedsiębiorcy mogli udzielić więcej niż jednej odpowiedzi. **Ankietowani zdecydowanie najczęściej wskazywali na „skomplikowane i niejednoznaczne przepisy prawne”.** Odpowiedzi takiej udzieliło ogółem 60% osób biorących udział w badaniu (63% w Katowicach, 58% w Łodzi i Częstochowie). Wskazać jednak należy, że mimo iż jest to najbardziej istotna zdaniem przedsiębiorców bariera we wzajemnych relacjach, to władze lokalne odpowiedzialne są jedynie za „prawo miejscowe”, czyli przepisy uchwalane przez organy samorządowe. Zdecydowana większość procesu stanowienia prawa stanowi kompetencję parlamentu (uchwalanie ustaw) czy rządu (rozporządzenia).

Z pewnością wysoki stopień skomplikowania regulacji prawnych mógł mieć pewne znaczenie również dla **uznania „zbyt długich procedur” za drugą najbardziej dotkliwą barierę we wzajemnych relacjach.** Odpowiedź taką wskazało ogółem 52% przedsiębiorców (55% w Łodzi, 53% w Katowicach i 49% w Częstochowie). Brak przejrzystości prawa i zawile procedury utrudniają sprawne działanie urzędów, a w efekcie wpływają na wydłużenie procedur. Z pewnością znaczenie mogą mieć również czynniki wewnętrzne występujące w urzędach określonych organów władz lokalnych, np. braki kadrowe, braki w finansowaniu działalności czy niewystarczający poziom szkoleń umożliwiających zwiększenie efektywności działania.

**Trzecią najczęściej pojawiającą się odpowiedzią w zakresie czynników utrudniających wzajemną współpracę jest „brak wsparcia finansowego ze strony samorządu dla rozwoju przedsiębiorczości w mieście”.** Na problem ten wskazało aż 45% ankietowanych (51% w Katowicach, 48% w Częstochowie i zaledwie 37% w Łodzi). Prowadzenie działalności gospodarczej wiąże się z dużym ryzykiem, które szczególnie w początkowym

okresie może być istotną barierą. Brak dostępu do wsparcia finansowego może być zatem dla małej przedsiębiorczości bardzo istotnym czynnikiem hamującym rozwój.

**Następna z odpowiedzi dotyczyła „nadmiaru obowiązków biurokratycznych we współpracy”,** na co wskazało ogółem 36% ankietowanych (46% w Łodzi, 43% w Częstochowie i zaledwie 20% w Katowicach). Odpowiedź ta wydaje się być powiązana bezpośrednio ze skomplikowaniem przepisów prawa i wydłużającymi się procedurami. Nadmiar obowiązków biurokratycznych polegający na konieczności skompletowania i składania dużej ilości dokumentacji, a także wypełniania często bardzo skomplikowanych formularzy może skutecznie zniechęcić przedsiębiorcę do kontaktów z urzędami.

**Kolejnym często wskazywanym problemem jest „brak przejrzystości podejmowanych decyzji związanych z rozwojem miasta”,** na który wskazało 31% ogółu respondentów (35% w Łodzi, 33% w Katowicach i 24% w Częstochowie). Przedsiębiorcy podnoszą, że nie mają łatwego dostępu do informacji dotyczących życia miasta i jego rozwoju, a tym samym nie mogą w pełni uczestniczyć w procesie decyzyjnym np. w drodze konsultacji różnych inwestycji miejskich.

**Dalsze odpowiedzi dotyczyły „braku lub niewystarczających ofert szkoleń związanych z budowaniem oraz rozwojem biznesu”,** na co wskazało 26% ankietowanych (33% w Katowicach, 28% w Częstochowie i 16% w Łodzi). Kwestia wspierania rozwoju przedsiębiorczości nie powinna być bowiem ograniczana jedynie do wsparcia finansowego. Niezwykle istotne, szczególnie dla osób otwierających działalność gospodarczą, jest pozyskanie wiedzy odnośnie prowadzenia biznesu.

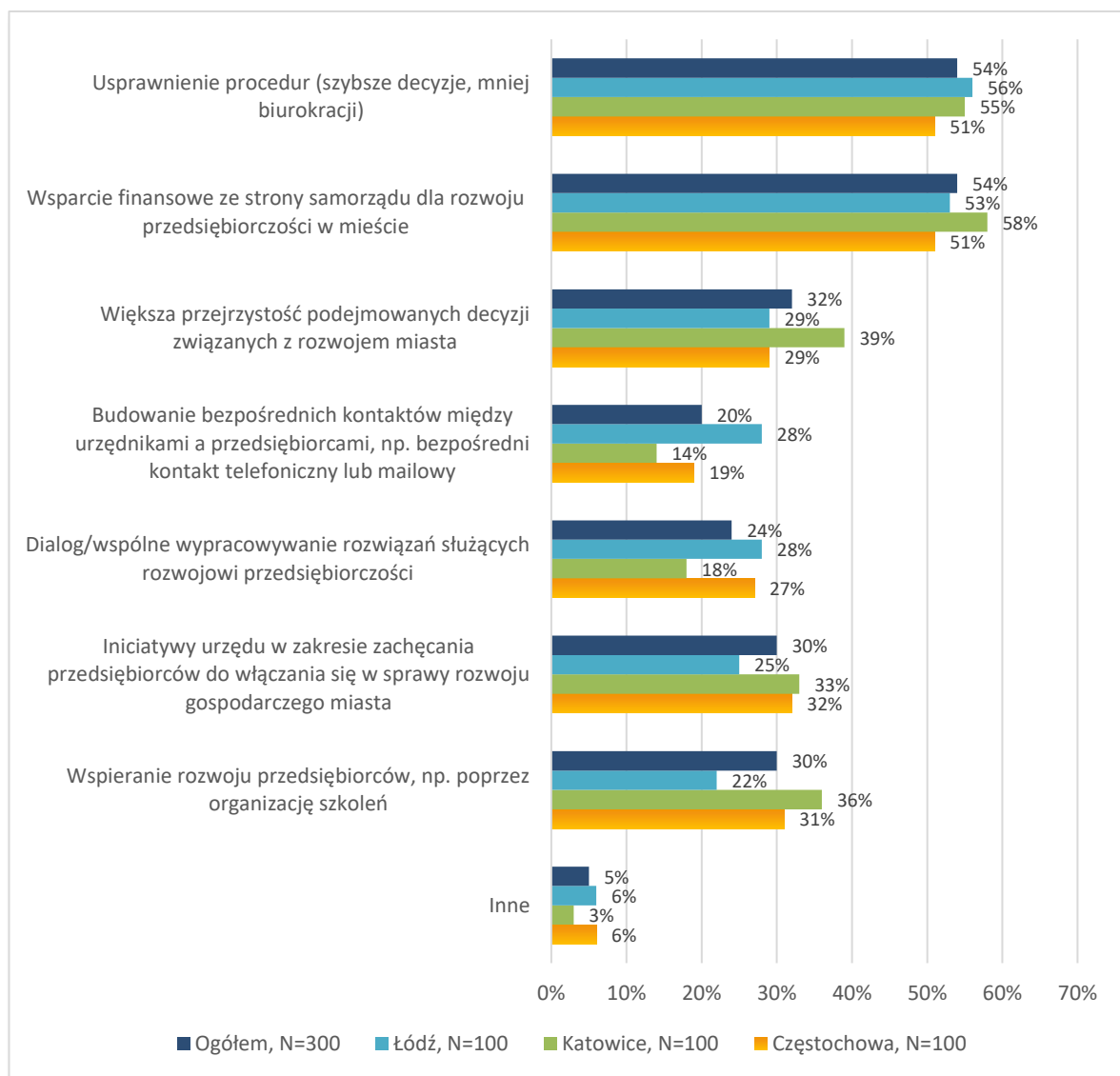
**Ważną kwestią poruszaną przez przedsiębiorców był również „brak publikowania aktualnych informacji dla przedsiębiorców np. na stronie urzędu”.**



Odpowiedzi takiej udzieliło ogółem 15% podmiotów (17% w Łodzi, 15% w Katowicach i 13% w Częstochowie). Wskazać należy, że czasem w natłoku informacji, którymi otoczeni jesteśmy w dzisiejszych czasach, trudno jest odnaleźć te, którymi dany podmiot byłby zainteresowany i które mogą być kluczowe dla działalności danego przedsiębiorcy.

Zarówno przedsiębiorcy z Łodzi, jak i z Częstochowy częściej niż ogół wskazują na problem nadmiaru obowiązków biurokratycznych. W Katowicach natomiast częściej wskazuje się na brak wsparcia finansowego oraz na niewystarczającą ilość szkoleń, zaś w mniejszym stopniu postrzega się jako problem nadmierną biurokrację.

## 4. „Jakie czynniki Pana/i zdaniem najbardziej sprzyjają współpracy między biznesem a władzami samorządowymi w Pana/i mieście?”.



Kolejne pytanie dotyczyło tego, jakie czynniki sprzyjają bądź mogą sprzyjać współpracy między przedsiębiorcami a władzami lokalnymi w badanych miastach. Podobnie jak w pytaniu trzecim ankietowani mogli wskazać więcej niż jedną odpowiedź.

**Jako najważniejszy czynnik sprzyjający współpracy wskazano dwie odpowiedzi „wsparcie finansowe ze strony samorządu dla rozwoju przedsiębiorczości w mieście” oraz „usprawnianie procedur (szybsze decyzje, mniej biurokracji)”.** Obie odpowiedzi wskazało 54% badanych. W każdym z miast obie odpowiedzi wskazała ponad połowa ankietowanych (usprawnienie procedur - 56% Łódź, 55% Katowice, 51% Częstochowa, wsparcie finansowe - 53%, Łódź, 58% Katowice i 51% Częstochowa).

**Trzecią najczęściej pojawiającą się odpowiedzią była „większa przejrzystość podejmowanych decyzji związanych z rozwojem miasta”,** na którą wskazało 32% przedsiębiorców (39% w Katowicach, 29% w Łodzi i Częstochowie).

**Czwarta i piąta najczęściej pojawiająca się odpowiedź, czyli „wspieranie rozwoju przedsiębiorców, np. przez organizację szkoleń” oraz „inicjatywy urzędu w zakresie zachęcania przedsiębiorców**

**do włączania się w sprawy rozwoju gospodarczego miasta”** wskazane zostały przez taką samą ilość ankietowanych – po 30% (Częstochowa – „inicjatywy urzędu...” 32%, „wspieranie rozwoju...” 31%, Katowice – „wspieranie rozwoju...” 36%, „inicjatywy urzędu” 33%, Łódź – „inicjatywy urzędu...” 25%, „wspieranie rozwoju...” 22%).

Kolejną istotną kwestią poruszaną przez przedsiębiorców jest „dialog / wspólne wypracowywanie rozwiązań służących rozwojowi przedsiębiorczości”, na którą wskazało 28% ankietowanych (Łódź 28%, Częstochowa 27%, Katowice 18%).

**Przedsiębiorcy wskazywali również na „budowanie bezpośrednich kontaktów między urzędnikami a przedsiębiorcami, np. bezpośredni kontakt telefoniczny lub mailowy”.** Odpowiedź tą wskazało 20% respondentów (Łódź 28%, Częstochowa 19%, Katowice 14%).

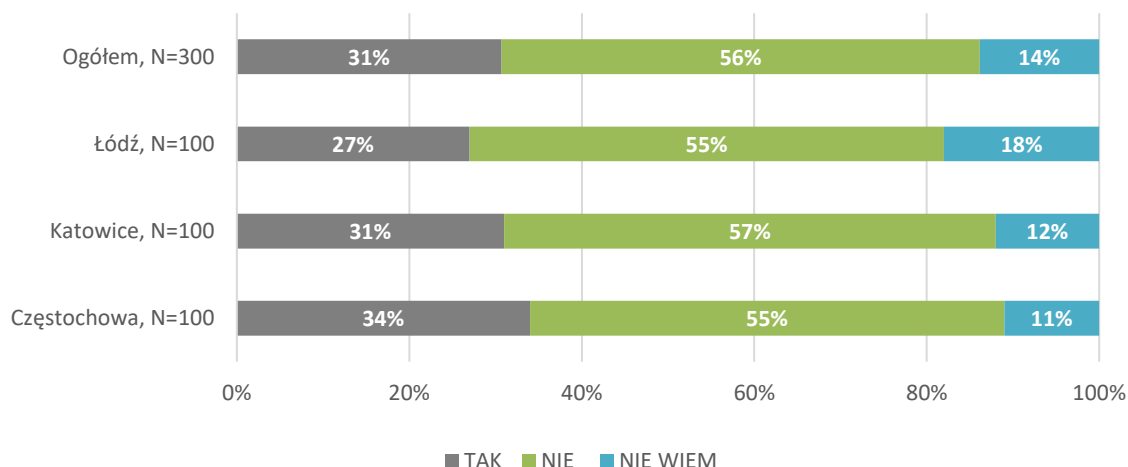
Zdaniem ankietowanych przedsiębiorców rozwój i wprowadzanie powyżej podanych propozycji może przyczynić się do istotnego zwiększenia jakości współpracy między lokalnym biznesem a władzami samorządowymi.

## 5. Czy władze samorządowe w Pana/i mieście na bieżąco konsultują się z biznesem / przedsiębiorcami w sprawie kluczowych inwestycji i pomysłów/ zachęt wspierających rozwój przedsiębiorczości w mieście.

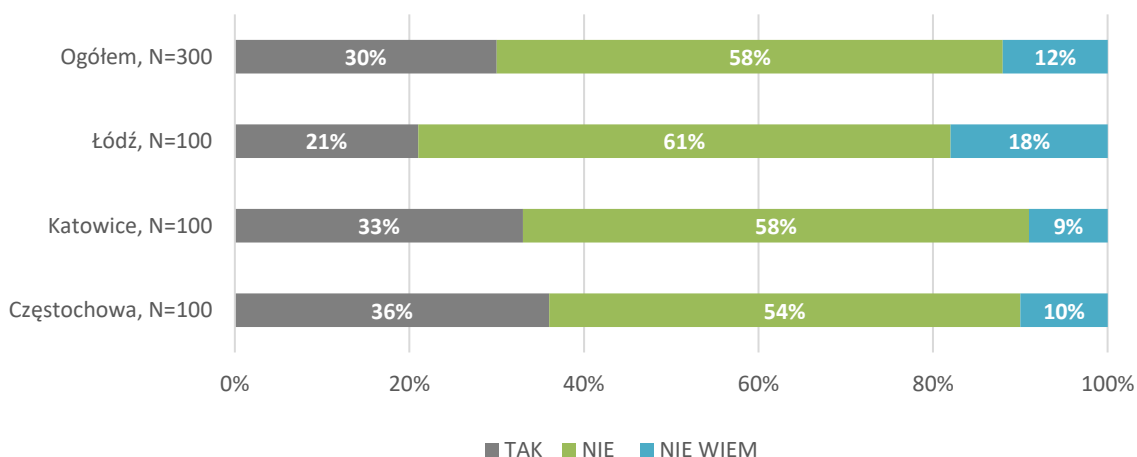
Kolejne pytanie dotyczyło problemu konsultowania przez władze lokalne z biznesem kwestii związanych z rozwojem przedsiębiorczości. Podzielono je na dwie części. Pierwsza dotyczyła kluczowych inwestycji, zaś druga pomysłów i zachęt wspierających rozwój przedsiębiorczości. **W obszarze kluczowych potrzeb**

**inwestycyjnych 31% ankietowanych uznało, że władze konsultują się z biznesem, natomiast 56%, że tego nie robią. W obszarze pomysłów i zachęt wspierających rozwój przedsiębiorczości w mieście 30% przedsiębiorców uznało, że władze konsultują się z biznesem, zaś 58%, że tego nie robią.**

## Konsultowanie z biznesem kwestii związanych z rozwojem przedsiębiorczości w mieście



## Konsultowanie z biznesem pomysłów/zachęt wspierających rozwój przedsiębiorczości w mieście



Najwięcej pozytywnych odpowiedzi padło ze strony przedstawicieli biznesu w Częstochowie. W obszarze inwestycji 34% osób wypowiedziało się pozytywnie na temat prowadzonych konsultacji, a 55% negatywnie. W przypadku zachęt wspierających rozwój

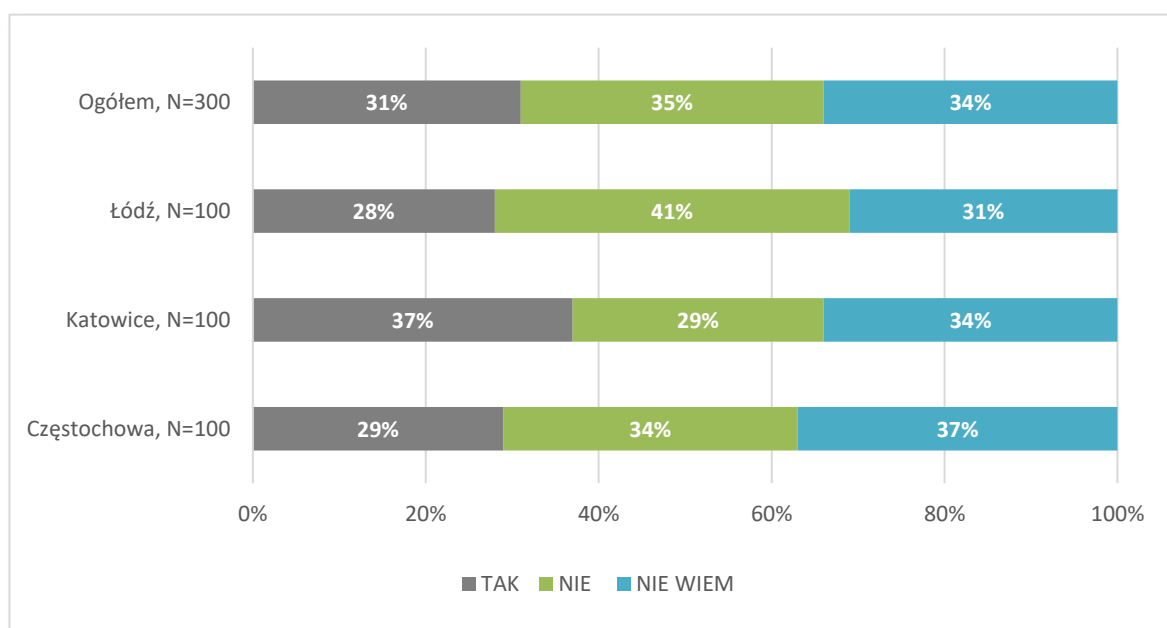
przedsiębiorczości 36% ankietowanych wskazało, że miasto prowadzi konsultacje, zaś 54%, że tego nie robi. W tym mieście wyższy odsetek przychylnych opinii wyrażali przedsiębiorcy, którzy zatrudniają minimum 10 pracowników.

W przypadku Katowic 31% badanych przedsiębiorców przyznało, że władze na bieżąco konsultują z biznesem najważniejsze potrzeby inwestycyjne, a 33%, że robią to w obszarze pomysłów wspierających rozwój przedsiębiorczości. Negatywną opinię wyraziło odpowiednio 57% i 58% ankietowanych. Wyższy odsetek pozytywnych odpowiedzi podawali respondenci reprezentujący firmy zatrudniające minimum 10 osób, z sektora produkcji, a także

ze stażem na rynku wynoszącym 3 do 10 lat.

W Łodzi 27% respondentów uznało, że miasto konsultuje kluczowe potrzeby inwestycyjne, a 21% że robi to w przypadku pomysłów wspierających rozwój przedsiębiorczości. Odmienne zdanie miało odpowiednio 55% i 61% ankietowanych. Większą przychylność wykazywały większe firmy. Zdecydowanie najkorzystniej obszar konsultacji oceniły firmy produkcyjne.

## 6. „Czy w Pana/i mieście istnieją fora dialogu (np. w formie cyklicznych spotkań) między władzami samorządowymi a przedsiębiorcami?”.

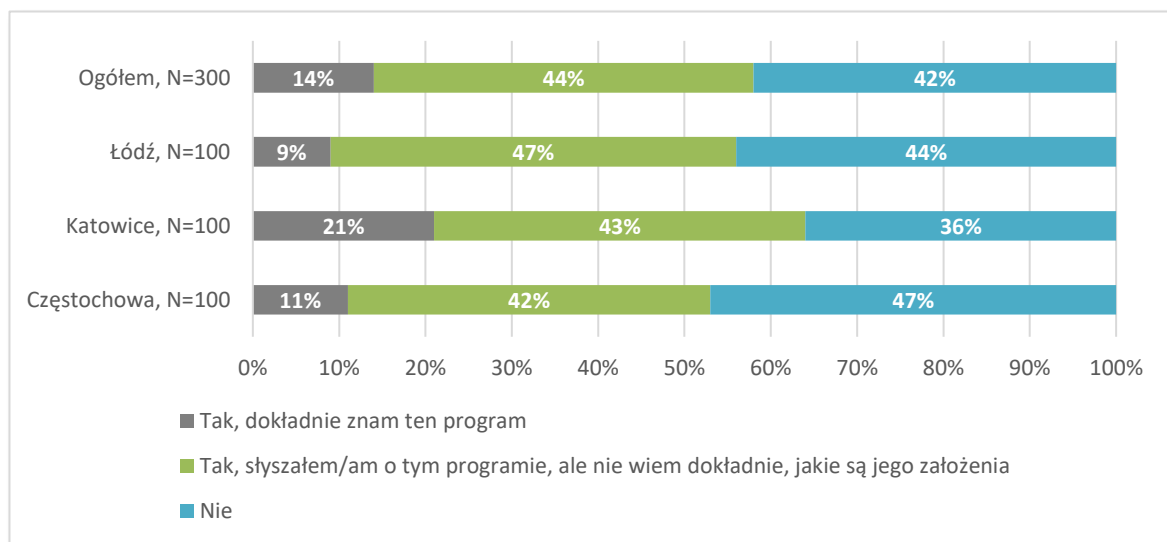


W szóstym pytaniu zapytano, czy w mieście istnieje forum dialogu między władzami a przedsiębiorcami, np. w postaci cyklicznych spotkań. Odpowiedzi respondentów ogółem podzieliły się niemal po równo na trzy części (tak – 31%, nie – 35%, nie wiem – 34%).

Największa świadomość istnienia forum dialogu jest w Katowicach (37%). Najliczniejsza w tym mieście

grupa wskazująca istnienie tego rodzaju rozwiązań jest wśród przedsiębiorców działających w branży produkcyjnej (52%). W Częstochowie taką formę współpracy dostrzega 29% ankietowanych, najwięcej wśród firm małych, zatrudniających między 10 a 50 osób. W Łodzi 28% osób wskazało na istnienie takiej formy współpracy, głównie wśród średnich firm (47%) oraz przedstawicieli branży produkcyjnej (53%).

## 7. „Czy zna Pan/i Program Wspierania Przedsiębiorczości i Rozwoju Gospodarczego Miasta?”.



Kolejne pytanie dotyczyło znajomości „Programu Wspierania Przedsiębiorczości i Rozwoju Gospodarczego Miasta”, czyli uchwał miejskich wskazujących kluczowe cele w rozwoju przedsiębiorczości i sposobów ich realizacji. Co istotne, większość przedsiębiorców zdaje sobie sprawę, że takie programy istnieją, a znaczna część z nich zna je dokładnie (14% - zna dokładnie, 44% - wie o jego istnieniu, ale nie zna dokładnie założeń). Niestety 42% ankietowanych nie posiada znajomości tych dokumentów.

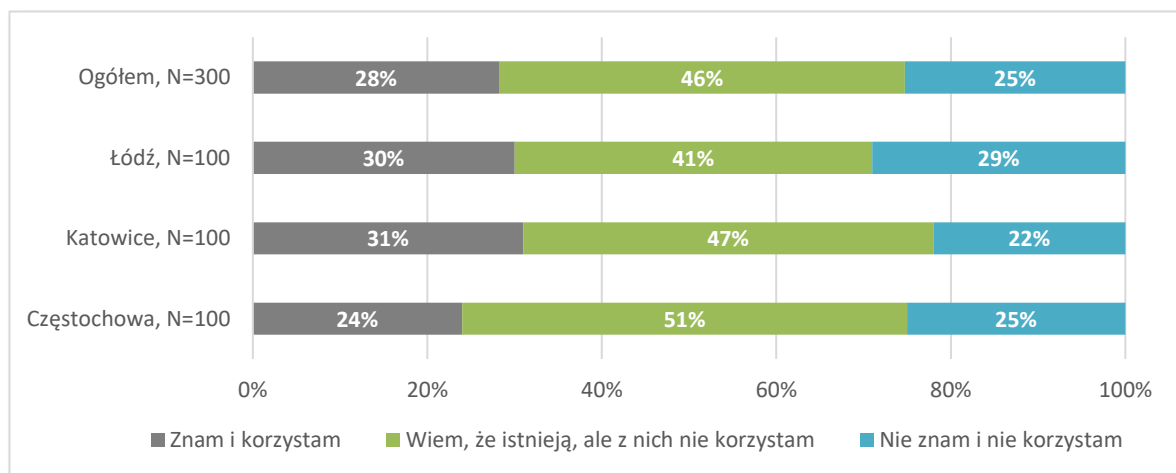
Co piąta osoba (21%) zna dokładnie Strategię Rozwoju Miasta określającą ramy wspierania przedsiębiorczości, zaś kolejne 43% deklaruje, że ma świadomość uchwalenia tego rodzaju dokumentu. Jedynie 36%

nie wie o jego istnieniu. Większa wiedza w tym zakresie występuje u przedstawicieli firm zatrudniających co najmniej 10 osób.

W Częstochowie program zna dokładnie co dziesiąty ankietowany (11%), zaś kolejnych 42% ma świadomość jego istnienia. Większa wiedza w tym zakresie występuje wśród przedstawicieli firm z sektora produkcyjnego.

Dokładną znajomość programu deklaruje niemal co dziesiąty ankietowany w Łodzi (9%), zaś 47% przyznało, że o nim słyszało. Podobnie jak w Częstochowie, również w Łodzi większą świadomość w tym zakresie mają firmy z sektora produkcyjnego.

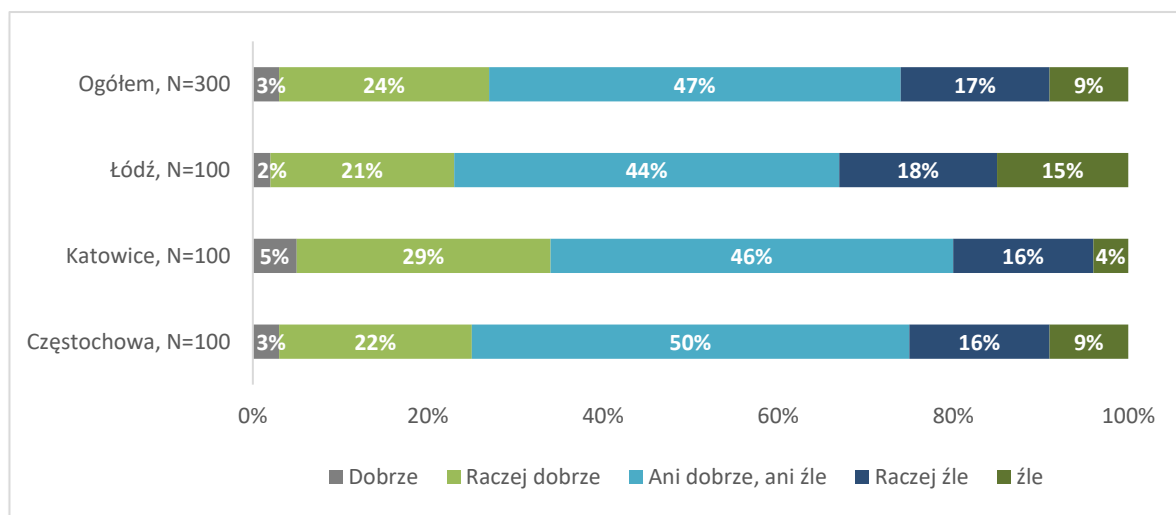
## 8. "Czy zna Pan/i portale informujące o projektach realizowanych przez miasto i korzysta Pan/i z tych portali?".



Kolejne z pytań dotyczyło znajomości portali informujących o projektach realizowanych przez miasto. Zgodnie z deklaracjami przedsiębiorców, aż trzy czwarte z nich ma wiedzę o istnieniu portali, a aktywnie korzysta z nich co czwarta osoba (28% - zna i korzysta, 46% - zna, ale nie korzysta).

W Katowicach i Łodzi z portali tych korzysta niemal co trzecia badana firma (odpowiednio 31% i 30%), natomiast w Częstochowie co czwarta. Większa znajomość portali i chęć do korzystania z nich jest obserwowana w większych firmach i tych reprezentujących sektor produkcji.

## 9. „Jak ogólnie ocenia Pan/i promocję działań związanych ze wspieraniem przedsiębiorczości w Pana/i mieście?”.





Pytanie dziewiąte dotyczyło oceny promocji działań wspierających przedsiębiorczość w mieście. Niemal połowa respondentów nie ocenia ich ani dobrze, ani źle (47%), co czwarty ocenia je dobrze (3% - bardzo dobrze i 24% raczej dobrze) i również co czwarty ocenia je źle (9% - źle, 17% raczej źle).

Najwięcej dobrych ocen przedsiębiorcy wystawili Katowicom. Co trzecia firma pozytywnie wypowiada się na temat promocji działań wspierających przedsiębiorczość (5% - dobrze, 29% raczej dobrze).

Odmiennego zdania jest co piąty ankietowany (4% źle, 16% raczej źle).

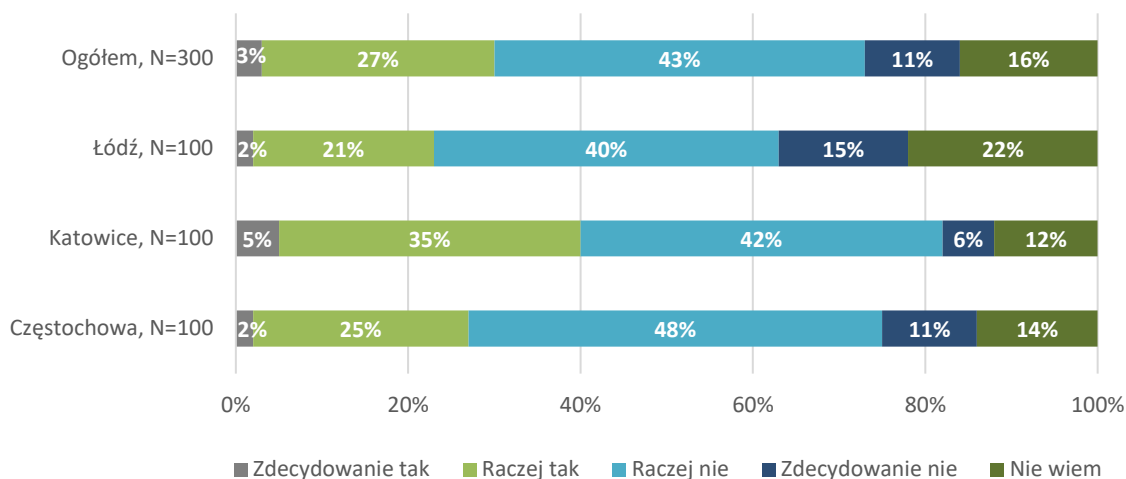
Co czwarta firma z Częstochowy pozytywnie ocenia promocję działań (3% - dobrze, 22% - raczej dobrze) i również co czwarta ocenia ją negatywnie (9% - źle, 16% - raczej źle).

W Łodzi niemal co czwarta firma udzieliła pozytywnej odpowiedzi (2% - dobrze, 21% - raczej dobrze), zaś co trzecia negatywnej (15% - źle, 18% raczej źle).

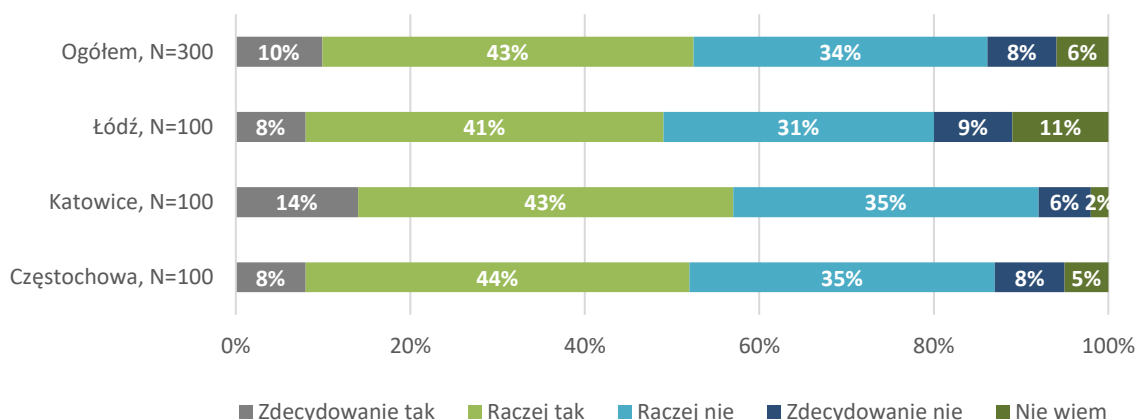
## 10. „Na ile Pana/i zdaniem, władze samorządowe w Pana/i mieście zapewniają: korzystne warunki lokalowe przedsiębiorcom na terenie miasta; wystarczającą liczbę przedsięwzięć, badań, projektów i wydarzeń realizowanych we współpracy z przedsiębiorcami oraz łatwy dostęp do informacji dotyczących przedsiębiorczości i jej wspierania.”.



Czy miasto zapewnia wystarczającą liczbę przedsięwzięć, badań, projektów i wydarzeń realizowanych we współpracy z przedsiębiorcami?



Czy miasto zapewnia łatwy dostęp do informacji dotyczących przedsiębiorczości i jej wspierania?



Kolejne pytanie zostało podzielone na 3 części. Pierwsza z nich dotyczyła zapewnienia przez miasto korzystnych warunków lokalowych na terenie miasta, a zatem dostępności lokali, cen najmu tych, które są własnością samorządów, a także wysokości opłat, jakie przedsiębiorcy muszą ponosić w związku

z korzystaniem z nich. **Wśród wszystkich badanych 27% wyraziło pozytywną opinię na temat warunków lokalowych w ich mieście (2% - zdecydowanie tak, 25% - raczej tak). Przeciwnego zdania było aż 66% badanych (21% - zdecydowanie nie, 45% - raczej nie).**

Najkorzystniej warunki lokalowe określili przedsiębiorcy w Łodzi. Co trzeci z nich wyraził bowiem pozytywną opinię (2% - zdecydowanie tak, 30% - raczej tak). Jednocześnie 60% badanych było odmiennego zdania (24% - zdecydowanie nie, 36% - raczej nie).

W Katowicach co czwarty przedsiębiorca miał dobrą opinię o warunkach lokalowych panujących w mieście (3% - zdecydowanie tak, 25% - raczej tak). Natomiast 65% uznało warunki za złe (19% - zdecydowanie nie, 46% - raczej nie).

Najgorszej oceny dokonali ankietowani w Częstochowie. Co piąty z nich jest zadowolony (0% - zdecydowanie tak, 21% - raczej tak). Z kolei 72% wyraziło swoje niezadowolenie (20% - nie, 52% - zdecydowanie nie).

**Druga część pytania odnosiła się do liczby przedsięwzięć, badań, projektów i wydarzeń realizowanych we współpracy z przedsiębiorcami. W tym przypadku 30% wszystkich ankietowanych jest zadowolonych z ilości tego rodzaju wydarzeń (3% - zdecydowanie tak, 27% - raczej tak).**

Największe zadowolenie z ilości tego rodzaju wydarzeń wyrazili ankietowani w Katowicach (5% - zdecydowanie tak, 35% - raczej tak), choć wciąż blisko połowa z nich wyrażała niezadowolenie (6% - zdecydowanie nie, 42% - raczej nie). Najczęściej pozytywną opinię wyrażali przedstawiciele małych firm (62%).

W Częstochowie co czwarta osoba udzielała w tym zakresie pozytywnych odpowiedzi (2% - zdecydowanie tak, 25% - raczej tak). Większość odpowiedzi była jednak negatywna (11% - zdecydowanie nie, 48% - raczej nie).

W Łodzi blisko co czwarty przedsiębiorca wyraził zadowolenie (2% - zdecydowanie tak, 21% - raczej tak). Negatywnych odpowiedzi było natomiast znacznie więcej (15% - zdecydowanie nie, 40% - raczej nie). Najwięcej pozytywnych odpowiedzi było wśród przedstawicieli średnich firm (42%).

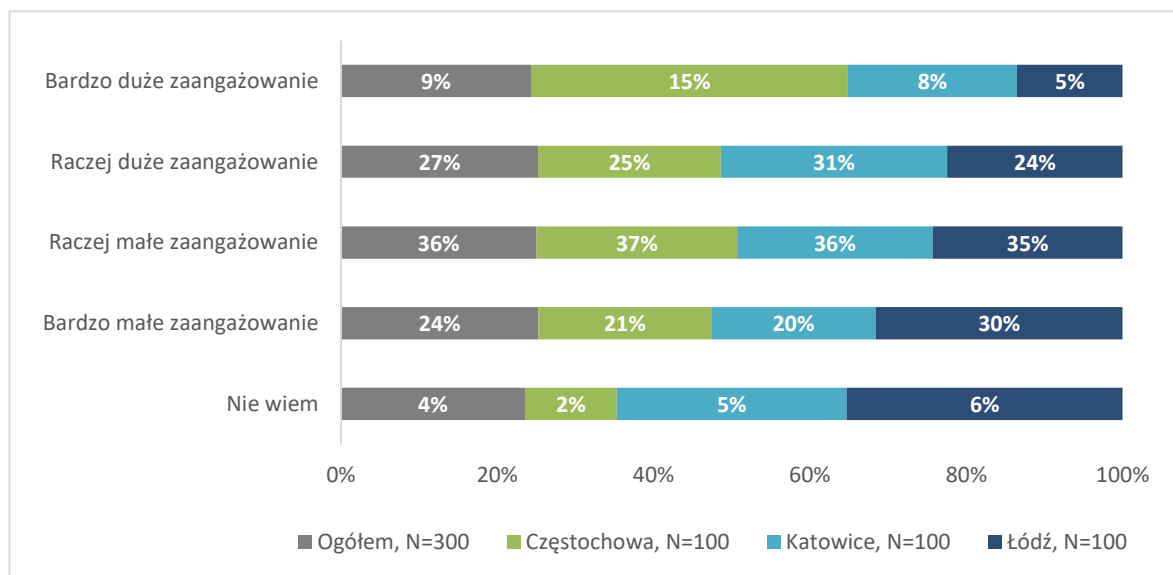
**Trzecia część pytania odnosiła się do łatwości dostępu do informacji dotyczących przedsiębiorczości i jej wspierania. W tym przypadku ponad połowa przedsiębiorców ogółem uważa, że informacje są łatwo dostępne (10% - zdecydowanie tak, 43% - raczej tak), a przeciwnego zdania jest 42% badanych (8% - zdecydowanie nie, 34% - raczej nie).**

Najlepiej dostępność informacji oceniono w Katowicach (14% - zdecydowanie tak, 42% - raczej tak, 6% - zdecydowanie nie, 35% - raczej nie). Ponad połowa ankietowanych dobrze oceniła dostępność informacji w Częstochowie (8% - zdecydowanie tak, 44% - raczej tak, 8% - zdecydowanie nie, 35% - raczej nie). W Łodzi pozytywną opinię o dostępie do informacji ma niemal połowa ankietowanych (8% - zdecydowanie tak, 41% - raczej tak, 9% - zdecydowanie nie, 31% - raczej nie).

## II. „Jak ogólnie ocenia Pan/i swoje zaangażowanie w politykę gospodarczą prowadzoną przez samorząd w Pana/i mieście?”.

Ostatnie pytanie dotyczyło samooceny zaangażowania przedsiębiorców w politykę gospodarczą prowadzoną przez samorząd. Wśród całości ankietowanych podmiotów zaledwie nieco ponad jedna trzecia uważa, że jest zaangażowana

(9% - bardzo duże zaangażowanie, 27% - raczej duże zaangażowanie). Jednocześnie aż 60% przyznaje, że ich zaangażowanie jest małe (24% - bardzo małe, 36% - raczej małe).



Duże zaangażowanie deklarują przedsiębiorcy w Częstochowie (15% - bardzo duże, 25% - raczej duże), choć wciąż ponad połowa z nich przyznaje, że jest ono niewielkie (21% - bardzo małe, 37% - raczej małe). Równie wysokie zaangażowanie zadeklarowali anketowani w Katowicach (8% - zdecydowanie duże, 31% - raczej duże, 20% - bardzo małe, 36% - raczej

małe). Wyraźnie niższe zaangażowane zadeklarowali respondenci w Łodzi (5% - bardzo duże, 24% - raczej duże, 30% - bardzo małe, 35% - raczej małe). We wszystkich miastach wyraźna była również tendencja, że im większa firma, tym większe zaangażowanie deklarowała. Więcej pozytywnych odpowiedzi udzielały także firmy z sektora produkcyjnego.

## C. Podsumowanie wyników badania i wnioski

Większość anketowanych przedsiębiorców w każdym z miast, w którym prowadzono badanie ocenia chęci współpracy władz samorządowych z biznesem jako średnie, małe lub nawet bardzo małe. Jednocześnie przedsiębiorcy zdecydowanie lepiej postrzegają własne chęci współpracy z samorządem (odsetek pozytywnych ocen jest wyższy niż negatywnych). Natomiast dokonując samooceny własnego zaangażowania w politykę gospodarczą prowadzoną przez samorząd większość (60%) respondentów ocenia je jako małe. Pozwala to

przypuszczać, że duże różnice w ocenie zaangażowania władz samorządowych i własnego mogą w znacznej mierze być konsekwencją wystąpienia tak zwanego „efektu faworyzacji własnej grupy”, czyli tendencji do przypisywania bardziej pozytywnych cech grupie, do której należy dana osoba<sup>19</sup>.

Jako główne problemy we wzajemnej współpracy przedsiębiorcy wskazują przede wszystkim na skomplikowane, niejednoznaczne przepisy prawne

<sup>19</sup> M. Kofty, Czym jest dojrzała identyfikacja z grupą? W poszukiwaniu komponentów identyfikacji grupowej

mających pozytywne konsekwencje dla grupy własnej i relacji międzygrupowych, Warszawa 2016, s. 19-21.

oraz zbyt długie procedury. Trzeba jednak podkreślić, że w dużej mierze (szczególnie w zakresie wysokiego stopnia skomplikowania przepisów) jest to kwestia, na którą same władze lokalne mają ograniczony wpływ. Organy samorządowe działają bowiem przede wszystkim na podstawie przepisów prawa stanowionych przez władzę ustawodawczą, a prawo miejscowe stanowi jedynie niewielki wycinek porządku prawnego. **Samorządy mają jednak wpływ na szybkość postępowania administracyjnego, a ta oceniana jest przez przedsiębiorców bardzo krytycznie. Bardzo istotnym zarzutem jest także nadmiar obowiązków biurokratycznych we współpracy.**

Często wskazywanymi barierami był również brak wsparcia finansowego dla rozwoju przedsiębiorczości oraz brak lub niewystarczająca oferta szkoleń związanych z budowaniem i rozwojem biznesu. Czynniki te mogą być szczególnie dotkliwe dla osób dopiero planujących otwarcie własnej działalności bądź mających krótki staż na rynku.

Wśród 15% ankietowanych pojawiała się opinia o braku publikowania aktualnych informacji dla przedsiębiorców. Jednocześnie 46% ankietowanych deklaruje, że zna, a kolejnych 28%, że zna i korzysta z portali informujących o projektach realizowanych przez miasto. Ponadto w pytaniu 10 ponad połowa przedsiębiorców wskazała, że dostęp do informacji dotyczących przedsiębiorczości i jej wspierania jest łatwy. Może to oznaczać, że choć informacje są dostępne, to część zainteresowanych podmiotów nie sięga po nie. Być może konieczna jest dalsza popularyzacja dostępnych narzędzi i ich ulepszanie np. zwiększanie czytelności stron internetowych i łatwości wyszukiwania na nich informacji. Podkreślić bowiem należy, że 25% ankietowanych w pytaniu 8 zadeklarowało, że nie zna takich portali, a aż 46% mimo, że wie o ich istnieniu, to z nich nie korzysta. **Istnieje zatem duże grono podmiotów, które jest zainteresowane pozyskaniem informacji, posiada wiedzę o istnieniu narzędzi do ich wyszukania, ale nie chce z nich korzystać.**

Przedsiębiorcy posiadają stosunkowo wysoką wiedzę o Programach Wspierania Przedsiębiorczości i Rozwoju Gospodarczego (44% wie o jego istnieniu, a kolejne 14% deklaruje jego dobrą znajomość). Ponadto niemal co trzeci respondent deklaruje, że wie o istnieniu forum dialogu między władzami samorządowymi a przedsiębiorcami. **Istnieje zatem znacząca grupa firm zainteresowanych ofertą miasta skierowaną do przedsiębiorców.** Warto również zauważyć, że wiedza o istnieniu forum dialogu koresponduje z pozytywną opinią na temat konsultowania przez władze lokalne kwestii związanych z rozwojem przedsiębiorczości (ilość pozytywnych odpowiedzi w obu przypadkach niemal się pokrywa). **Oznacza to, że firmy, do których trafiła oferta współpracy (rozmowy, konsultacje i inne formy dialogu) pozytywnie oceniają jej rezultaty.**

Wskazywane przez przedsiębiorców czynniki sprzyjające współpracy stanowią odzwierciedlenie przywoływanych barier. Najczęstsze odpowiedzi dotyczyły potrzeb w zakresie wsparcia finansowego, usprawnienia procedur, większej przejrzystości podejmowanych decyzji czy wpierania rozwoju przedsiębiorców poprzez organizację szkoleń. **Istotnymi potrzebami, na jakie wskazywały lokalne firmy, było również zwiększenie inicjatyw w zakresie włączenia się przedsiębiorców w sprawy rozwoju miasta, zwiększenie dialogu z lokalnym biznesem i budowanie bezpośrednich kontaktów między firmami a władzami.**

**Ważnym spostrzeżeniem dotyczącym odpowiedzi na wiele z postawionych w badaniu pytań jest to, że problemy, na jakie wskazywali przedsiębiorcy i ocena współpracy z samorządem na wielu polach jest niemal tożsama w każdym mieście, w którym przeprowadzono badanie (w wielu przypadkach różnice w odpowiedziach na pytania wynosiły zaledwie kilka punktów procentowych).** Pozwala to przypuszczać, że problemy w relacjach między władzami lokalnymi a biznesem są uniwersalne.



## SPOTKANIA PRZEDSIĘBIORCÓW Z PRZEDSTAWICIELAMI WŁADZ LOKALNYCH – POCZĄTEK DIALOGU

Po przeprowadzeniu badania dotyczącego współpracy między władzami miast biorących udział w projekcie z firmami z sektora MŚP postanowiliśmy zaprezentować wyniki przedstawicielom samorządów. W ramach kolejnego etapu przeprowadzono cykl spotkań, w których udział wzięli lokalni przedsiębiorcy oraz władze miejskie. Dyskusja dotyczyła nie tylko problemów wskazanych w badaniu, ale także tych podnoszonych przed uczestników spotkań. Samorządowcy mogli ponadto zaprezentować już istniejące projekty i wyrazić własne stanowisko dotyczące współpracy. Poniżej prezentujemy wnioski płynące ze spotkań oraz przykłady działań władz miejskich na rzecz rozwoju lokalnej przedsiębiorczości.

### A. Zainicjowanie dialogu

Kolejnym etapem projektu „Kodeks Dobrych Praktyk” było zorganizowanie cyklu spotkań przedstawicieli biznesu z władzami samorządowymi. Spotkania miały formę warsztatową, a każda obecna na nich osoba mogła zgłosić swoje uwagi dotyczące usprawnienia współpracy. Przedstawiciele samorządu prezentowali ponadto już istniejącą ofertę skierowaną do przedsiębiorców, której popularyzacja mogłaby stanowić odpowiedź na zgłaszane przez przedsiębiorców postulaty.

Reprezentanci lokalnych władz prezentowali również swoją perspektywę i wskazywali na bariery, z jakimi spotkali się przy próbach nawiązania dialogu. Podstawą do dyskusji były wyniki przeprowadzonych badań, które zostały udostępnione wszystkim zainteresowanym podmiotom.

Etap spotkań przedsiębiorców z władzami lokalnymi rozpoczęty został na przełomie kwietnia i maja 2022 r. Prezydenci miast zostali zaproszeni do udziału w nich i przedstawiono im projekt porozumienia - listu intencyjnego dotyczącego wzajemnej współpracy przy projekcie. Koordynatorami spotkań w każdym mieście zostały lokalne oddziały Związku Przedsiębiorców i Pracodawców w Łodzi, Katowicach i Częstochowie. **Bez wątpienia należy uznać za sukces, że władze każdego z miast wybranych do projektu zdecydowały się wziąć w nim udział oraz wykazały dużą wolę współpracy i otwartość na dialog.** W ramach projektu odbyło się łącznie kilkadziesiąt spotkań, na których poruszono liczne tematy istotne dla lokalnej społeczności. **Podkreślić należy, że głównym celem projektu było zainicjowanie wzajemnej długotrwałej współpracy, a zgodnie z deklaracjami przedstawicieli samorządu, cel ten udało się osiągnąć.** Cykliczne spotkania z przedsiębiorcami na stałe mają zagościć w kalendarzach prezydentów miast i reprezentantów lokalnych urzędów.





## B. Uwagi zgłaszane w trakcie spotkań

W trakcie spotkań przedsiębiorcy w każdym mieście wskazywali, że czują się pomijani, a w wielu przypadkach ignorowani przez lokalne władze. Wskazywano, że samorządy znacznie większą uwagę przywiązują do kontaktów z dużym biznesem niż z sektorem MŚP. Przedstawiciele lokalnych władz odpowiadali, że przyczyną tego jest niska organizacja samych przedsiębiorców. Samorządom znacznie łatwiej jest rozmawiać z pojedynczymi dużymi podmiotami niż z tysiącami małych firm. Jednocześnie w sytuacji, gdy pragną zorganizować spotkania, proszą o konsultacje lub chcą skierować określone programy do przedsiębiorców, to trudno jest im dotrzeć do zainteresowanych. Dlatego samorządowcy zwracali się z prośbą o większą aktywność samych przedsiębiorców oraz lokalnych organizacji pracodawców.

Przedsiębiorcy wskazywali także na problemy dotyczące przewlekłości procedur, nadmiernego skomplikowania przepisów i nadmiaru biurokracji.

W tym zakresie przedstawiciele samorządów podkreślali, że nie na wszystkie z tych kwestii mają bezpośredni wpływ. Muszą bowiem działać na podstawie przepisów stanowionych przez władzę ustawodawczą. Przyszają jednak, że mają świadomość, że w wielu przypadkach czas oczekiwania na rozstrzygnięcie danej sprawy jest wydłużony, co jest konsekwencją braków kadrowych. Władze lokalne zadeklarowały chęć dalszych rozmów dotyczących sposobów poprawy sytuacji. Prosiły także o zgłaszanie obszarów, w których utrudnienia w danym urzędzie trwają szczególnie długo. Wprowadzenie usprawnień w tym obszarze wymaga czasu i dalszej współpracy.

W zakresie wspierania przedsiębiorczości i szkoleń władze lokalne wskazują, że są one tworzone w każdym z badanych miast. Niestety często nie znajdują one zainteresowania ze strony firm funkcjonujących w danym regionie. Władze deklarują, że są gotowe do rozmów dotyczących wydatkowania środków na tego rodzaju działania, jednak potrzebują w tym zakresie współpracy przedsiębiorców w ramach konsultacji. Tego rodzaju działania mogą być przedmiotem rozmów na dalszych spotkaniach.





Uczestniczący w spotkaniach przedsiębiorcy dużą wagę przywiązywali do konsultacji w zakresie lokalnych inwestycji w infrastrukturę, planów zagospodarowania przestrzeni oraz uzyskiwania informacji o planowanych remontach czy zmianach organizacji ruchu. Właściciele firm wskazywali na przykłady, gdy przedłużający się remont ulicy niemal doprowadził do upadku ich biznesu czy też na fakt, że usunięcie przejścia dla pieszych na ruchliwej ulicy skutkowało stworzeniem poważnego niebezpieczeństwa, gdyż pracownicy udający się do pracy zaczęli przechodzić przez jezdnię w niedozwolonym miejscu. Wielokrotnie urzędnicy byli zaskoczeni prezentowanymi przykładami. Wskazywali jednak, że tego rodzaju decyzje są ogłaszane i konsultowane, choć w praktyce trudno jest im dotrzeć do wszystkich zainteresowanych. Przedsiębiorcy apelowali z kolei o tworzenie bardziej przyjaznych kanałów komunikacji z wykorzystaniem nowoczesnych rozwiązań (newsletter, aplikacje mobilne, wyszukiwarki informacji) oraz przeprowadzanie konsultacji z odpowiednim wyprzedzeniem – minimum dwumiesięcznym, tak aby wiedza o konsultacjach mogła dotrzeć do większej liczby odbiorców. Pojawiła się również prośba o udostępnianie protokołów z konsultacji.

Innym często pojawiającym się tematem była konieczność lepszego dostosowania szkolnictwa do potrzeb lokalnych przedsiębiorców.

Przedstawiciele biznesu wskazują, że są gotowi aktywnie uczestniczyć w kształceniu młodzieży, zarówno w ramach praktyk, jak i przez organizację zajęć w szkołach. Konieczne jest także promowanie i udoskonalanie szkolnictwa branżowego, które z powodu lat zaniedbań nie cieszy się dobrą renomą, podczas gdy to właśnie w szkołach branżowych praktyczną wiedzę przyswajają cenienni i poszukiwani fachowcy. Konieczne jest również identyfikowanie branż, które na danym rynku mają problemy ze znalezieniem pracowników i takie dostosowywanie programów nauczania, by wyposażać młodzież w najbardziej poszukiwane kompetencje. Przedstawiciele władz lokalnych zadeklarowały chęć współpracy w tym zakresie, choć jak podkreślają, tego rodzaju działania są przez nich podejmowane na bieżąco.

### C. Przykładowa oferta badanych miast kierowana do przedsiębiorców

W trakcie spotkań lokalne władze podkreślały, że prowadzą liczne projekty skierowane do przedsiębiorców, które nie zawsze cieszą się zainteresowaniem z ich strony. Każde z miast posiada komórki dedykowane współpracy z przedsiębiorcami. W większości koncentrują się one na takich zadaniach



jak przyciąganie nowych inwestycji czy wsparcie startupów. Przykładem takich instytucji są Inkubatory Przedsiębiorcy działające w Łodzi i Katowicach (Rawa.Ink) czy też Centrum Obsługi Inwestora w Częstochowie (Invest in Częstochowa).

Każde z miast posiada również stronę internetową dedykowaną przedsiębiorcom, np. zakładka „Biznes” na stronie urzędu miasta w Katowicach, zakładka „Inwestor” na stronie urzędu miasta w Częstochowie czy zakładka „dla inwestora” na stronie urzędu miasta w Łodzi. Badane miasta posiadają także swoje profile na popularnych portalach jak Facebook, Youtube czy LinkedIn.

Miasta wybrane do projektu organizują liczne działania pobudzające lokalną przedsiębiorczość (np. Jura Pride i Targi Szkoleniowe Zawodowiec w Częstochowie czy „Katowice Energy Innovation Challenge”). Informacje o nich można znaleźć na stronach internetowych. Tworzone są także długofalowe programy, z których korzystać mogą młodzi przedsiębiorcy, np. katowicka „Kopalnia Start-upów” czy łódzki „Startup Spark”.

Wszystkie badane miasta wskazują także, że aktywnie uczestniczą w szkoleniu młodzieży i współpracują w tym zakresie między innymi ze szkołami wyższymi i przedsiębiorcami. Przykładem tego rodzaju rozwiązań są częstochowskie programy „Zawodowa Częstochowa” i „Akademicka Częstochowa”, projekt „Łódź akademicko-naukowa” czy katowickie „Katowice Miastem Fachowców” i „P-Tech”.

### Łódź

Wskazać należy, że w przeprowadzonym na zlecenie ZPP badaniu ankietowym wola współpracy władz samorządowych z lokalnym biznesem została oceniona najniżej. Aż 47% ankietowanych uznało chęć współpracy ze strony miasta za małą bądź bardzo małą, a jedynie 16% za dużą bądź bardzo dużą. Tymczasem spotkania przedstawicieli władz

z przedsiębiorcami pokazały całkowicie odmienny obraz. Od samego początku przedstawiciele lokalnych władz wykazali się bardzo dużym zaangażowaniem i czynnie uczestniczyli w spotkaniach w licznym gronie.

Przeprowadzone badanie ankietowe wskazywało na liczne problemy w zakresie działań wspierających przedsiębiorczość (33% ankietowanych oceniło je jako złe bądź bardzo złe, a 23% jako dobre bądź bardzo dobre). Ponadto 55% ankietowanych przedsiębiorców uważa, że miasto nie oferuje dostatecznej liczby przedsięwzięć, badań projektów i wydarzeń realizowanych we współpracy z przedsiębiorcami. Tymczasem władze miasta deklarują, że Biuro Rozwoju Gospodarczego i Współpracy Międzynarodowej Urzędu Miasta Łodzi wspiera nie tylko duże przedsiębiorstwa, ale również te z sektora MŚP działające w branżach priorytetowych. Firmy takie mogą liczyć na indywidualne podejście i wsparcie opiekuna. Miasto Łódź deklaruje szereg form wsparcia:

- w prowadzeniu procesu inwestycyjnego (prezentacje nieruchomości i pomoc w komercjalizacji obiektów);
- organizację spotkań z władzami miasta;
- pośrednictwo w kontaktach z podmiotami zewnętrznymi;
- pomoc w rekrutacji pracowników;
- pośrednictwo w kontaktach z kontrahentami zagranicznymi;
- organizację wydarzeń branżowych;



- pomoc w działaniach PR (np. programy takie jak „Poznaj łódzkich inwestorów”, konferencje prasowe, informacje na miejskich portalach internetowych);
- promocję lokalnych firm wśród użytkowników „Karty Łódzianina”.

Częstym zarzutem (nie tylko w Łodzi) pod adresem władz miejskich pojawiającym się na spotkaniach jest niedostosowanie kształcenia młodzieży do potrzeb rynku pracy. W tym zakresie Łódź deklaruje, że realizuje program „Młodzi w Łodzi”, będący platformą rozwoju dla młodzieży oraz wsparciem dla lokalnych firm i inwestorów. Program ten ma uzupełnić działania uczelni w obszarze rozwoju kompetencji łódzkich studentów i absolwentów oraz ich kariery zawodowej. Łódź oferuje również liczne programy stypendialne.

### Katowice

Badanie przeprowadzone na zlecenie ZPP wskazuje, że w Katowicach 39% przedsiębiorców oceniło chęć współpracy władz miasta z biznesem jako małą bądź bardzo małą, a 24% jako dużą bądź bardzo dużą. Jest to wynik nieznacznie lepszy od średniej ze wszystkich miast. Wskazać należy, że Katowice są doceniane w wielu plebiscytach i były np. laureatem nagrody „Miasto Przyjazne Inwestorom” w 2022 r.<sup>20</sup>

W mieście tym, podobnie jak w Łodzi, przedstawiciele władz (głównie urzędnicy odpowiedzialni za kontakty z biznesem) wzięli udział w licznych spotkaniach z przedsiębiorcami. Wykazali się dużym zaangażowaniem prezentując liczne rozwiązania dedykowane biznesowi. W Katowicach działa Miejski Inkubator Przedsiębiorczości Rawa.Ink, prowadzony przez pracowników Wydziału Obsługi Inwestorów Urzędu Miasta Katowice. To nowoczesna biurowa przestrzeń, na którą składa się pięć stref:

coworkingowa (otwarte miejsce pracy), pracy indywidualnej (16 biurek w przestrzeni open space możliwych do wynajęcia na co najmniej miesięczny okres), business (12 dwuosobowych biur i 1 czteroosobowe), fab-lab składający się z pracowni projektowej, design-u i krawieckiej oraz strefa networkingowa, czyli miejsca spotkań i odpoczynku. Miejski Inkubator współpracuje z licznymi podmiotami w celu rozwoju gospodarczego miasta. Współpraca z partnerami stanowi wsparcie w zakresie sieciowania kontaktów, poszerzania wiedzy, zdobywania doświadczenia, inspiracji, rozwoju projektów oraz internacjonalizacji. Wzajemna współpraca powoduje wzrost kompetencji oraz podnoszenie kwalifikacji osób prowadzących i zainteresowanych prowadzeniem działalności gospodarczej. Partnerzy oferują wsparcie merytoryczne dla Miejskiego Inkubatora Przedsiębiorczości Rawa.Ink.



<sup>20</sup> <https://invest.katowice.eu/katowice-otrzymaly-nagrade-w-plebiscycie-prime-property-prize-2022/> (dostęp na dzień 30.09.2022 r.).

W badaniu ankietowym jednym z najczęściej wskazywanych czynników utrudniających współpracę był brak lub niewystarczająca oferta szkoleń związanych z budowaniem oraz rozwojem biznesu. Problem ten wskazało w Katowicach 33% ankietowanych, a więc więcej niż wynosi średnia z całej grupy badawczej (26%). Tymczasem miasto Katowice zadeklarowało, że w okresie od listopada 2020 do czerwca 2022 r. zorganizowało blisko 40 szkoleń dedykowanych przedsiębiorcom o bardzo różnicowanej tematyce. W szkoleniach łącznie wzięło udział 709 osób stacjonarnie oraz 8693 osoby zdalnie.

W zakresie przedsięwzięć, badań, projektów i wydarzeń realizowanych we współpracy z przedsiębiorcami przeprowadzone badanie wskazuje, że ankietowani przedsiębiorcy oceniają Katowice lepiej niż pozostałe miasta (aż 40% respondentów wskazuje, że jest wystarczająca liczba takich projektów, zaś odmiennego zdania jest 48%, przy średniej wynoszącej odpowiednio 30% i 54%). Istotnie ilość projektów realizowanych przez Katowice jest znacząca. Miasto kładzie duży nacisk na budowanie systemu start-upowego i współpracuje w tym zakresie z wieloma partnerami. Realizowany jest projekt „Kopalnia Start-upów” będący konkursem umożliwiającym nowym i obiecującym firmom uzyskanie dofinansowania. Realizowany był również program „Katowice Energy Innovation Challenge” i międzynarodowy program akceleratorny dla przedsiębiorców z całego świata, którzy mogli rozwiązać wyzwania związane z transformacją energetyczną. Miasto oferuje również promocję firm i wydarzeń adresowanych dla przedsiębiorców za pośrednictwem portali internetowych, np. fanpage na Facebooku „Strefa Innowacji Miasta Katowice” oraz „Invest in Katowice” na LinkedIn. Wskazane projekty są jedynie częścią wielu innych miejskich inicjatyw.

Katowice realizują również programy mające na celu promocję kształcenia w szkołach branżowych i technicznych oraz rozwój wśród młodzieży

kompetencji poszukiwanych na lokalnym rynku pracy. Programem mającym realizować to zadanie jest „Katowice Miastem Fachowców”. W jego ramach uczniowie szkół podstawowych mogą zapoznać się z wybranymi zawodami, szkołami branżowymi i firmami.



### Częstochowa

Częstochowa jest najmniejszym miastem biorącym udział w projekcie, działa w nim najmniejsza liczba przedsiębiorców oraz dysponuje najniższym budżetem. Jednocześnie w przeprowadzonym na zlecenie ZPP badaniu ankietowym przedsiębiorcy najwyżej ocenili chęć współpracy władz Częstochowy spośród wszystkich miast biorących udział w projekcie. Co trzeci (34%) z nich uważa, że wola współpracy ze strony miasta jest mała bądź bardzo mała, natomiast co czwarty (25%), że jest ona duża bądź bardzo duża. W okresie, w którym trwał projekt udało się zorganizować kilka spotkań z przedsiębiorcami oraz dwa, w których wzięli udział przedstawiciele władz miasta. Pomimo początkowych opóźnień w podpisaniu porozumienia o współpracy, wynikających z uzgadniania treści dokumentu, udało się zainicjować dialog między władzami lokalnymi oraz biznesem. Przedstawiciele władz miejskich biorący udział w spotkaniu przedstawili istniejące już rozwiązania oraz wyrazili wolę długofalowej współpracy prezentując szereg obszarów, w których miasto chce pracować wspólnie z lokalnym biznesem, a które mogą wpłynąć na ograniczenie biurokracji,

które często podnoszone było w badaniu przez lokalnych przedsiębiorców, jako istotna bariera (zbyt długie procedury 49%, nadmiar obowiązków biurokratycznych 43% - szczegółowe propozycje opisane są w kolejnym rozdziale).

Komórką zajmującą się obsługą przedsiębiorców w mieście jest Centrum Obsługi Inwestora, które w obrocie posługuje się odrębnym logotypem „Invest in Częstochowa”. Jednostka ta posiada własną zakładkę na stronie miasta ([www.czestochowa.pl/centrum-obslugi-inwestora](http://www.czestochowa.pl/centrum-obslugi-inwestora)), na której znajdują się dane kontaktowe, zadania oraz inne niezbędne informacje. Na stronie znajdują się również odnośniki do projektów realizowanych przez miasto. Miasto posiada także inne kanały informacyjne, np. profile na Facebooku, YouTube czy LinkedIn. Codziennie przygotowywane są informacje prasowe oraz mailing informujący o przebudowach dróg i utrudnieniach w ruchu, projektach, misjach gospodarczych etc.

Jednym z projektów, na który szczególnie zwrócili uwagę przedstawiciele władz miejskich, jest „Teraz Lepsza Praca”. Działa on dwupoziomowo – samorząd nakłania przedsiębiorców do tworzenia dobrze płatnych miejsc pracy, dając jednocześnie możliwość dokształcania zasobów ludzkich. Częstochowa wyróżnia także rzetelnych przedsiębiorców nadając im status „Pracodawca Fair Play”. W mieście działa także „Centrum Lepszych Miejsc Pracy” umożliwiające spotkanie się w jednym miejscu uczniów szkół ponadpodstawowych, przedsiębiorców i mieszkańców chcących zmienić bądź znaleźć pracę. Istnieje także program „Cel: Twój Rozwój” służący podnoszeniu kwalifikacji osób, które poszukują lepszej pracy. Programy te choć nie są bezpośrednio skierowane do biznesu, to z pewnością pośrednio sprzyjają lokalnym przedsiębiorcom, gdy mają na celu podnoszenie kwalifikacji pracowników na lokalnym rynku pracy.

Miasto kładzie również bardzo duży nacisk na kształcenie młodzieży prowadząc szereg projektów, np. „Akademicka Częstochowa” (współpraca i promocja z uczelniami z Częstochowy), „Zawodowa Częstochowa” (promocja kształcenia branżowego) czy targi szkolne „Zawodowiec” (promocja szkół i pracodawców, u których organizowane są praktyki). Przedsiębiorcom dedykowane są konkursy takie jak „Promotor Częstochowskiej Gospodarki”, skierowany do częstochowskich firm, które wyróżniają się działaniami na rzecz rozwoju lokalnej przedsiębiorczości i tworzenia dobrego klimatu dla biznesu i nowych inwestycji. Innym konkursem jest „Jura Pride” organizowany dla przedsiębiorstw, instytucji, mieszkańców oraz organizacji pozarządowych działających na terenie Subregionu Północnego Województwa Śląskiego, na rzecz rozwoju i promocji oraz dla dobra mieszkańców. Lokalni przedsiębiorcy mogą być także zainteresowani Jurajskim Kongresem Gospodarczym, czyli imprezą cykliczną mającą na celu promocję regionu i firm z niego pochodzących.







## PODSUMOWANIE – OSIĄGNIĘTE CELE

Ogólne postulaty dotyczące współpracy między władzami samorządowymi a biznesem zostały zaprezentowane w rozdziale pierwszym.

Są to wartości uniwersalne, które mogą być stosowane w każdym polskim mieście.

Poniżej prezentujemy natomiast szczegółowe rozwiązania, które udało się uzgodnić, mimo iż jest to dopiero początek współpracy.

Podstawowym celem prowadzonego projektu było zainicjowanie dialogu biznesu i lokalnych władz. Cel ten udało się zrealizować w każdym mieście. Projekt spotkał się z dużym zainteresowaniem przedstawicieli samorządu, którzy zgodnie zadeklarowali chęć długofalowej współpracy.

W każdym z badanych miast władze lokalne wskazywały, że pojawiły się próby organizacji spotkań z przedsiębiorcami, jednak głównie z uwagi na ograniczenia związane z pandemią Covid-19, projektów tych nie udało się rozwinąć.

Istotne jest także zwiększenie współpracy między władzami lokalnymi a organizacjami pracodawców w celu promowania rozwiązań już istniejących w poszczególnych miastach. Rozmowy z przedstawicielami władz lokalnych pokazały, że w wielu przypadkach istnieją programy i rozwiązania adresowane do małego biznesu, takie jak odrębne

biura dedykowane obsłudze przedsiębiorców, miejsca spotkań, przestrzenie coworkingowe czy programy wsparcia finansowego. Władze lokalne wskazują jednak, że trudno im promować te rozwiązania i dotrzeć z nimi do zainteresowanych podmiotów. Na problem ten szczególnie wskazywano w Katowicach, gdzie przedstawiciele władz miasta zaprezentowali liczne rozwiązania, które od pewnego czasu wprowadzają, a które są odpowiedzią na zgłaszane problemy i jednocześnie nie cieszą się tak dużym zainteresowaniem biznesu, jak można by oczekiwać. Katowice posiadają bogatą ofertę dedykowaną przedsiębiorcom, również tym z sektora MŚP. Miasto stworzyło „Miejski Inkubator Przedsiębiorczości – Rawa.Ink”, w którym istnieje przestrzeń do wynajęcia, ale również do coworkingu. Prowadzone są warsztaty i szkolenia, istnieje pomoc dedykowana przedsiębiorcom, szczególnie startupom, a informacje o ważnych projektach i konsultacjach są publikowane na stronie internetowej miasta. Co istotne, istnieje także komórka działająca w ramach urzędu odpowiedzialna za bezpośredni kontakt z przedsiębiorcami. Dlatego też władze lokalne zwróciły się do organizacji pracodawców o pomoc w promowaniu tych rozwiązań. Prace w ramach projektu wskazały, jak istotną rolę pośrednika w relacjach między samorządem a biznesem powinny odgrywać lokalne organizacje pracodawców.

Bardzo istotne zapowiedzi dotyczące podjęcia działań na rzecz usprawnienia wzajemnych relacji padły ze strony przedstawicieli władz miasta Łodzi. W wyniku dyskusji z przedsiębiorcami zadeklarowano utworzenie jednego kontaktu dla biznesu, dzięki któremu każdy będzie mógł uzyskać podstawowe informacje o możliwości załatwienia poszczególnych spraw urzędowych, o istniejących programach, szkoleniach i wsparciu, jakie oferuje. Kolejna



deklaracja dotyczy prezentacji i dyskusji planów rozwoju przestrzennego oraz najważniejszych kwestii dotyczących życia miasta na cyklicznych spotkaniach z przedsiębiorcami.

Na spotkania te będą zapraszani właściwi urzędnicy, którzy przedstawią planowane działania miasta i wysłuchają opinii oraz pomysłów lokalnych przedsiębiorców. Kolejna istotna deklaracja dotyczyła stworzenia nowoczesnego kanału (media społecznościowe, aplikacja) umożliwiającego bieżący kontakt i dialog z biznesem. Władze lokalne dostrzegły również duży potencjał w możliwości dotarcia do przedsiębiorców za pośrednictwem organizacji pracodawców. Jest to o tyle istotne, że Łódź, podobnie jak pozostałe badane miasta, posiada własne projekty, np. stronę internetową „dla inwestora”, jednak korzysta z nich aktywnie jedynie część podmiotów gospodarczych. Przedstawiciele władz miasta wykazali dużą wolę współpracy, a przedstawione rozwiązania dotyczące usprawnienia dialogu powstały w wyniku uzgodnień dokonanych na spotkaniach odbywających się w ramach projektu.

Również w Częstochowie projekt spotkał się z dużą przychylnością władz, które wyszły z bardzo istotnymi inicjatywami. Pierwszą z nich jest otwarcie urzędów

dla przedsiębiorców poza standardowymi godzinami pracy w określonym dniu, również w sobotę. Przedstawiciele samorządu, aby ułatwić kontakt, zaproponowali rozważenie możliwości otwarcia biura poza urzędem, np. w jednej z galerii handlowych. Zarówno kwestia godzin, jak i miejsca przyjmowania przedstawicieli lokalnego biznesu, stała się przedmiotem aktywnych uzgodnień z lokalną organizacją ZPP Częstochowa. Władze miejskie poprosiły o pomoc w określeniu optymalnych rozwiązań w tym zakresie. Kolejna cenna inicjatywa samorządu to usystematyzowanie spotkań z przedsiębiorcami i nadanie im formy forum dialogu nad konkretnymi zagadnieniami, np. administracją, podatkami, sprawami dotyczącymi bezpośrednio przedsiębiorców. Taka systematyka pozwoli na udział ekspertów z danej dziedziny i skoncentrowanie się na merytorycznej dyskusji i wspólnym rozwiązywaniu realnych problemów miasta. Dalsza prośba władz lokalnych dotyczyła bieżącego przekazywania, za pośrednictwem organizacji pracodawców, konkretnych problemów, z którymi spotykają się przedsiębiorcy. Wreszcie, podobnie jak w przypadku pozostałych miast, władze lokalne poprosiły organizacje pracodawców o pomoc w promocji istniejących rozwiązań i dotarciu do szerokiego grona przedsiębiorców w regionie.

## D. Ograniczenia projektu i możliwe dalsze działania

Najważniejszym ograniczeniem projektu były ramy czasowe. Dlatego jego celem głównym było zainicjowanie spotkań władz lokalnych z przedsiębiorcami. Wiele z poruszanych zagadnień wymaga bardzo ścisłych uzgodnień i poczynienia konkretnych inwestycji. Ponadto szczegółowe potrzeby danej społeczności są różne. Efekty rozpoczętego dialogu będą mogły być obserwowane po wielu miesiącach, a czasem nawet latach wspólnej pracy. Tymczasem od rozpoczęcia projektu



do powstania niniejszego opracowania upłynęło zaledwie sześć miesięcy. **W przyszłości możliwe jest dokładne przyjrzenie się efektom zainicjowanej współpracy, a także popularyzowanie tego rodzaju działań także w innych miastach Polski.**



## KODEKS DOBRYCH PRAKTYK

W wyniku doświadczeń uzyskanych w trakcie prowadzenia projektu, zarówno wynikających z przeprowadzonego badania, jak i z licznych spotkań z przedsiębiorcami i przedstawicielami władz lokalnych, zidentyfikowane zostały najważniejsze bariery we wzajemnych relacjach oraz sposoby na ich przezwycięzenie. Poniżej zaprezentowano 10 postulatów skierowanych zarówno do przedsiębiorców, jak i do urzędników i władz lokalnych, które mają uniwersalny charakter i mogą wpłynąć na poprawę dialogu również w innych miastach Polski.

### A. Przedsiębiorco, bądź aktywny i wiedz, że Twój głos się liczy.

Jedną z największych barier utrudniających współpracę małego, lokalnego biznesu z władzami samorządowymi jest brak aktywnego zaangażowania. Zmagając się z trudami prowadzenia działalności gospodarczej trudno jest znaleźć czas, szczególnie tym najmniejszym przedsiębiorcom, aby brać czynny udział w spotkaniach, konsultacjach inwestycji lokalnych czy też korzystać z istniejących narzędzi (np. portali internetowych urzędów) i oferowanych programów wsparcia. Właściciele małych firm często wskazywali, że ich opinie

są pomijane i nie mają wpływu na przedstawicieli lokalnych władz. Przedsiębiorco, wiedz jednak, że Twój głos się liczy i tylko wykazując własne zaangażowanie będziesz mieć wpływ na życie swojej „małej ojczyzny”. Tylko zabierając głos w dyskusji możesz wpłynąć na sposób wydatkowania pieniędzy z budżetu miasta na to, jakie lokalne inwestycje powstaną, a jakie zostaną pominięte. W dyskusji możesz zgłosić istotne potrzeby dotyczące szkoleń czy wsparcia dla przedsiębiorczości, czy też sposobów promowania lokalnych przedsiębiorców. Od Twojego głosu zależy bardzo wiele.

### B. Przedsiębiorcy, jednoczcie się.

W trakcie licznych spotkań przedstawiciele władz samorządowych podnosili, że łatwiej im rozmawiać z „dużymi firmami”. Nie dlatego, że nie chcą słuchać tych małych, ale dlatego, że w ten sposób łatwiej czynić ustalenia. Na rynku działają liczne organizacje zrzeszające przedsiębiorców, których misją jest reprezentowanie swoich członków między innymi w kontaktach z władzami samorządowymi. Związki te mają za zadanie bronić interesów zrzeszonych z nimi podmiotów i będą to robić Drogi właścicieli małego biznesu w Twoim imieniu.



### C. Przedstawicieli lokalnej władzy, współpracuj z organizacjami pracodawców działającymi na Twoim terenie.

Z jednej strony, lokalne organizacje pracodawców mogą odegrać bardzo istotną rolę w reprezentowaniu firm działających w danym regionie. Z drugiej, mogą być ważnym ogniwem łączącym władze samorządowe z biznesem. Lokalne stowarzyszenia mogą wesprzeć działania komunikacyjne miasta oraz informować o projektach dedykowanych lokalnym firmom. Organizacje te posiadają nie tylko bazy danych swoich członków, ale też korzystają z własnych, często bardzo popularnych kanałów informacji umożliwiających przekazywanie zaproszeń na spotkania czy też ważnych komunikatów.

### D. Słuchajmy się wzajemnie.

Przeprowadzone badanie oraz liczne rozmowy, jakie przedsiębiorcy odbyli wspólnie z lokalnymi władzami, pokazują, jak ważne są cykliczne spotkania odbywające się w atmosferze wzajemnego zrozumienia. Na tych spotkaniach przedsiębiorcy poznają prowadzone przez miasto projekty i dedykowane im rozwiązania, które choć istnieją i mogą stanowić realną pomoc, to są mało popularne, gdyż miastu trudno je wypromować. Z kolei przedstawiciele władz lokalnych uzyskują wiedzę

dotyczącą potrzeb lokalnej społeczności, np. konieczność zmiany organizacji ruchu czy potrzeby przeprowadzenia konserwacji zieleni w danej okolicy.

### E. Urzędniku, nim podejmiesz decyzję rozważ, czy masz pełną wiedzę o jej skutkach.

Jednym z najczęściej pojawiających się tematów w czasie spotkań był wpływ określonych decyzji na działalność przedsiębiorców w danym rejonie. Wielu z nich spotkało się z sytuacją, w której remont danej drogi, zmiana organizacji ruchu czy likwidacja przejścia dla pieszych miały poważne konsekwencje dla ich biznesu. Zamknięta ulica czy zmiana organizacji ruchu to utrudnienie dostaw i zmniejszenie ruchu klientów, które w sposób istotny wpływają na rentowność danego przedsięwzięcia. Usunięcie przejścia dla pieszych na ruchliwej drodze, przy której działa duża firma, może natomiast prowadzić do powstania niebezpiecznych sytuacji.

### F. Urzędniku działaj sprawnie i sumiennie.

Jedną z głównych barier, na jakie wskazują przedsiębiorcy w relacjach z lokalnymi władzami, są przedłużające się procedury, nadmiar biurokracji i wysoki stopień skomplikowania przepisów prawa.



Załatwianie spraw administracyjnych dla wielu osób nie jest łatwe, a ilość formularzy i wymaganych dokumentów potrafi przytłoczyć. Często przyczyną takiego stanu rzeczy są braki kadrowe i techniczne w urzędach oraz regulacje prawne na poziomie rządowym. Urzędniku postaraj się wytłumaczyć odwiedzającemu Cię przedsiębiorcy, jak prawidłowo wypełnić wnioski i jakie dokumenty dostarczyć. A gdy będziesz zajmować się jego sprawą, nie zwlekaj z wydaniem decyzji. Z pewnością pozwoli to na załatwienie danej sprawy szybciej i w dobrej atmosferze. Przedstawicieli lokalnej władzy, zadbaj proszę, aby zatrudnić odpowiednią liczbę kadr, tak aby urzędy nie były przeciążone. Wyposaż także pracowników w niezbędne narzędzia i wiedzę poprzez organizację szkoleń. Sprawnie działający urząd jest podstawą w relacjach nie tylko z firmami, ale ze wszystkimi obywatelami miasta.

### G. Przedstawicieli władz, twórz nowe narzędzia współpracy i usprawniaj już istniejące.

Jedną z najczęściej pojawiających się uwag przedsiębiorców jest utrudniony dostęp do ważnych dla nich informacji. Często potrzebna im wiedza jest ukryta w jednej z wielu „zakładek” na stronie internetowej. Z drugiej strony przedstawiciele władz samorządowych wskazują, że trudno jest im dotrzeć do przedsiębiorców z prowadzonymi projektami, zachęcać ich do konsultacji czy przekazywać ważne informacje. Przeprowadzone badanie wskazuje ponadto, że trzy czwarte przedsiębiorców zna miejskie kanały komunikacyjne, a co czwarty aktywnie z nich korzysta. Ponad połowa firm uważa z kolei, że dostęp do informacji dotyczących przedsiębiorczości i jej wspierania nie jest łatwy. Oznacza to, że lokalne władze muszą stale podejmować działania zmierzające do rozwoju miejskich kanałów komunikacji i uczynienia ich bardziej atrakcyjnymi i łatwymi w odbiorze.

### H. Przedstawicieli władz, twórz jednostki dedykowane obsłudze przedsiębiorców.

Przeprowadzone badania oraz spotkania, jakie zorganizowano w trakcie trwania projektu pokazują, jak istotne znaczenie mają komórki odpowiedzialne za bezpośredni kontakt z przedsiębiorcą. Stworzenie jednego numeru telefonu, pod którym dyżurujący urzędnik udzieli jasnej informacji czy też adresu e-mail, na który przedsiębiorca może wysłać wiadomość i uzyskać odpowiedź w ciągu tego samego dnia, to narzędzia bardzo pożądane przez lokalny biznes. Ważne są także inicjatywy pozwalające na kontakt z urzędem poza tradycyjnymi godzinami pracy oraz w miejscach łatwo dostępnych (otwieranie biur obsługi poza urzędami).

### I. Wspólnie kształćmy młodzież.

Istotnym postulatem poruszonym przez przedsiębiorców jest konieczność dostosowania szkolnictwa do potrzeb lokalnego rynku pracy. Firmy działające w rejonie często zgłaszają chęć aktywnego uczestnictwa w kształceniu młodzieży, zarówno poprzez zapewnienie praktyk, jak i poprzez oferowanie organizacji zajęć lekcyjnych i pozalekcyjnych, których uczestnicy nabywaliby praktyczną wiedzę mającą zastosowanie w danej branży (np. warsztaty programowania).

Ważne jest również, aby władze samorządowe podejmowały działania w zakresie tworzenia klas profilowanych, wzmacniały



rolę i wizerunek szkolnictwa branżowego oraz współpracowały ze szkołami wyższymi.

### J. Stawiamy na rozwój i kompetencje.

Bardzo istotnym postulatem przedsiębiorców była prośba o wsparcie lokalnych władz w organizacji szkoleń podnoszących wiedzę w zakresie przedsiębiorczości, obowiązujących przepisów i obowiązków, jakie ciążą na małych firmach. Wskazywano na potrzebę dostępu do doradztwa prawnego i skarbowego, a także na możliwość łatwego uzyskiwania informacji w urzędach.

Wskazane powyżej dobre praktyki są uniwersalnymi rozwiązaniami, które mogą być stosowane powszechnie w naszym kraju. Wiele z nich z powodzeniem funkcjonuje już w badanych przez nas miastach.



## WYPOWIEDZI



Jeffrey Lightfoot  
Dyrektor Programowy na Europę  
Centre for International Private  
Enterprise

*Obecnie coraz więcej wyzwań związanych z polityką i zarządzaniem, takich jak wzrost sprzyjający włączeniu społecznemu, uczciwość biznesowa i innowacyjność, wymaga udziału sektora prywatnego w celu wygenerowania realnych rozwiązań.*

*Poprzez opracowanie "Kodeksu Dobrych Praktyk Dialogu Społecznego z Przedsiębiorcami", CIPE i ZPP dążą do zwiększenia przejrzystego zaangażowania sektora prywatnego poprzez budowanie zaufania i niwelowanie luk pomiędzy władzami lokalnymi a biznesem. Jednocześnie tworzy to podwaliny pod wspólną analizę problemów oraz identyfikację polityk i reform instytucjonalnych, które przyczynią się do tworzenia bardziej sprzyjającego środowiska dla rozwoju sektora prywatnego, czy to poprzez poprawę klimatu inwestycyjnego, usunięcie ograniczeń w rozwoju, czy też sformułowanie polityk branżowych.*

*Rządy, które słuchają sektora prywatnego, nie tylko mają większe szanse na zaprojektowanie wiarygodnych reform poprzez zróżnicowanie źródeł informacji i promowanie polityk opartych na dowodach, ale także mają większe szanse na zdobycie poparcia dla swoich działań i ich powodzenie poprzez stworzenie poczucia odpowiedzialności za programy reform wśród społeczności biznesowej i budowanie legitymizacji procesu politycznego.*



Adam Pustelnik  
I wiceprezydent Łodzi

*Mały i średni biznes bardzo dobrze przyjął otwarcie się samorządu na dialog. Oznacza to, że miasto koncentruje się nie tylko na dużych zewnętrznych inwestorach, ale również na lokalnym biznesie, którego rola jest często niedoceniana.*

*Pierwsze warsztaty pokazały dużą potrzebę poprawy informacji o bieżących inwestycjach czy planach rozwojowych miasta, do poprawy jest na pewno komunikacja z lokalnymi przedsiębiorcami.*

*Ambicją twórców jest, aby kodeks nie był tylko deklaracją, ale zawierał również konkretne ustalenia. Pierwsze propozycje to wyznaczenie jednego kontaktu dla przedsiębiorców, prezentacja i dyskusja planów rozwoju przestrzennego czy stworzenie kanału (media społecznościowe, aplikacja) do dialogu między biznesem a samorządem. Chcemy z ZPP stworzyć Kodeks Dobrych Praktyk i poprawić komunikację z łódzkimi przedsiębiorcami.*

*Zrobimy jako miasto wszystko, by Kodeks Dobrych Praktyk jak najszybciej przyjąć i wdrożyć w naszą codzienną pracę.*



Urban Kielichowski  
Prezes ZPP Łódź

*Warsztaty, na temat Kodeksu pokazały, jak duża jest potrzeba dialogu ze strony lokalnego biznesu, który wprost artykułował, iż czuje się traktowany przez samorząd drugoplanowo wobec dużych zewnętrznych inwestorów. Cieszę się, że Miasto Łódź otworzyło się na dialog i czynnie zaangażowało się w szukanie rozwiązań.*

*Wyzwaniem, jakie teraz stoi przed nami, jest to aby nasze ustalenia zostały skutecznie wdrożone, tak aby dialog społeczny pomiędzy lokalnym biznesem a samorządem stał się faktem.*





Marcin Krupa  
Prezydent Miasta Katowice

*Katowice to miasto, które jest przykładem udanej transformacji, chociaż wciąż jesteśmy w tym procesie. Ze stolicy przemysłu ciężkiego nasze miasto przeobraża się w stolicę innowacji, zagranicznych inwestycji oraz wielkich wydarzeń biznesowych, kulturalnych i sportowych, o charakterze międzynarodowym. W procesie naszego rozwoju gospodarczego nie zapominamy jednak o przedsiębiorcach z sektora mikro, małych i średnich firm. To oni są siłą napędową naszej lokalnej gospodarki, jak i całego kraju. W Katowicach działa już ponad 51 tysięcy podmiotów z tego sektora.*

*Mając świadomość, jaki wpływ na rozwój Katowic ma sektor MMŚP, w 2015 roku powołana została dedykowana tylko temu sektorowi komórka – Referat Małych i Średnich Przedsiębiorstw, który do teraz działa w ramach Wydziału Obsługi Inwestorów. W 2019 roku powstał Miejski Inkubator Przedsiębiorczości Rawa.Ink – miejsce spotkań, szkoleń, konferencji i wymiany poglądów z biznesem. Mamy świadomość, że współpraca z przedsiębiorcami nad ciągłym i zrównoważonym rozwojem ekosystemu gospodarczego jest ważna, dlatego w gronie partnerów inkubatora znajduje się kilkadziesiąt instytucji otoczenia biznesu, samorządów gospodarczych, jednostek badawczych czy innych instytucji publicznych, które mają kluczowe znaczenie dla rozwoju biznesu. Cieszę się, że powstają takie raporty i kodeksy jak ten. Tym bardziej pod auspicjami międzynarodowych instytucji jak Center for International Private Enterprise (CIPE). Wierzę, że Katowice mogły podzielić się wieloma dobrymi praktykami, które udało się nam wypracować podczas realizacji projektów skierowanych do sektora MMŚP. Jesteśmy otwarci na dialog i wsłuchaliśmy się w potrzeby przedsiębiorców. Mam nadzieję, że kodeks pomoże w jeszcze lepszym zrozumieniu specyfiki zarówno biznesu, jak i samorządu. W końcu razem tworzymy nie tylko ekosystem gospodarczy, ale pracujemy na rozwój naszych miast i lokalnych wspólnot.*



Andrzej Romańczuk-Fiedorowicz  
Wiceprezes ZPP Śląsk

*Każda inicjatywa rozpoczynająca i wspierająca dialog przedsiębiorców z miastem i miasta z przedsiębiorcami jest na wagę złota. W trakcie warsztatów okazało się, że miasto prowadzi sporo działań dla lepszego funkcjonowania przedsiębiorczości w Katowicach. Wiedza na ten temat nie dociera niestety do przedsiębiorców. Przysłuchując się i uczestnicząc w wypowiedziach obu stron mogą stwierdzić, że miasto stara się komunikować z przedsiębiorcami, ciężko jest jednak przedrzeć się przez szum informacyjny. W tej sytuacji niejednokrotnie dialog zamienia się w monolog i tak często jest odbierany. „Miasto podlega ustawom i nawet gdyby chciało to nie może pewnych rzeczy zmienić” - jest to jeden z przytaczanych powodów braku dobrego dialogu. Skoro tak jest, to należy dołożyć wszelkich starań, żeby monolog zamienić w dialog. Po drugiej stronie zawsze jest człowiek. Powinni o tym pamiętać zarówno przedsiębiorcy, jak i urzędnicy, skupiając się na rozwiązaniach i dążąc właśnie do dialogu.*

*Cieszy mnie bardzo fakt, że po stronie Urzędu Miasta Katowice jest spora grupa urzędników rozumiejących wartość, jaką niesie dobre otoczenie dla biznesu. Jest otwartość na poszukiwanie rozwiązań, podejmowanie inicjatyw nie tylko własnych, ale również tych, które pochodzą z zewnątrz. Inicjatywę przejmują Ci urzędnicy, którzy nie boją się działań niestandardowych, jeśli służą one dobru miasta i działającym w nim firm.*

*Przedsiębiorcy jako jedną z barier w kontaktach z miastem podnoszą obawę o podejrzenia o korupcję i zainteresowanie odpowiednich służb takimi kontaktami. Jedną z dobrych wiadomości płynących ze zorganizowanych warsztatów jest to, że katowiczcy urzędnicy nie mają tego typu obaw, działają transparentnie, więc zapraszają do kontaktu i właśnie dialogu, bez obaw o tego typu przeszkody.*

*Jestem pewien, że tego typu programy i zorganizowane spotkania przedsiębiorców z urzędnikami wpłyną pozytywnie na budowanie dialogu i świadomości, że warunki do prowadzenia biznesu w dużej części tworzą ludzie, a nie tylko bezduszne przepisy.*



Piotr Grzybowski  
Zastępca Prezydenta Miasta  
Częstochowy  
Deputy Major of Częstochowa City

*Moim zdaniem "Kodeks dobrych praktyk" nie jest projektem sensu stricto. Take działanie powinno mieć początek i koniec, a tę inicjatywę zakwalifikowałbym bardziej jako przyczynek do dalszej dyskusji.*

*Sama konferencja kończąca to zadanie będzie dla nas bardziej kick-offem, meetingiem dla dalszej pracy. Na pewno ta inicjatywa określi kierunki dla dalszej współpracy pomiędzy samorządem a biznesem. Bardzo liczę na to, że pomoże w powstaniu platformy, która zintegruje korporacje, samorządy gospodarcze i izby przedsiębiorców. Dziś rozdrobnienie i liczba tych organizacji skutecznie utrudnia dialog, który zwłaszcza po okresie pandemii potrzebuje nowych form.*

*W Częstochowie, dokładamy wszelkich starań, żeby zwiększyć udział pracodawców w stanowieniu lokalnych przepisów. Mamy nadzieję, że udział w tym "projekcie" będzie kolejnym krokiem na tej drodze.*



Aneta Janik-Barciś  
Prezes ZPP Częstochowa

*Dla naszej organizacji to ważny projekt. Cieszę się, że Częstochowa znalazła się w pierwszej trójce miast, które brały udział w tej inicjatywie. Tym bardziej, że Urząd Miasta jest otwarty na współpracę i promocję przedsiębiorczości.*

*Wierzę, że Kodeks wskaże właściwe kierunki działania i odpowie na pytania wszystkich, którzy do niego sięgną. Przed nami owocna współpraca z samorządem.*

*Wypracowaliśmy już kilka propozycji poprawienia jakości komunikacji z przedsiębiorcami i wyjścia naprzeciw problemom z którymi się zderzają na co dzień.*



Związek Przedsiębiorców i Pracodawców (ZPP) jest najszybciej rozwijającą się i najbardziej aktywną organizacją polskich przedsiębiorców założoną w 2010 roku. Zrzesza 14 organizacji regionalnych i 23 organizacji branżowych. ZPP jest członkiem Rady Dialogu Społecznego i posiada przedstawicielstwo w Brukseli. Związek co roku publikuje ponad 30 autorskich raportów, opracowań, filmów oraz ponad 100 komentarzy, stanowisk i opinii legislacyjnych. Organizuje liczne debaty i spotkania. Celem ZPP jest uczynienie Polski miejscem z najlepszymi warunkami do prowadzenia biznesu i systemem podatkowym w Europie. Jest organizacją apolityczną, wspierającą wolny rynek i zdrowy rozsądek ekonomiczny, niezależnie od podziałów politycznych.



CENTER FOR INTERNATIONAL  
PRIVATE ENTERPRISE

Center for International Private Enterprise (CIPE) jest organizacją pozarządową o profilu biznesowym, działającą na styku demokracji i rozwoju gospodarczego w celu wdrażania rodzimych, opartych na sektorze prywatnym rozwiązań dla wyzwań stojących przed rynkami wschodzącymi i granicznymi. Misją CIPE jest wzmacnianie demokracji poprzez prywatną przedsiębiorczość i reformy rynkowe, realizując wizję świata, w którym demokracja zapewnia wszystkim wolność i możliwości dobrobytu. Założona w 1983 roku i mająca siedzibę w Waszyngtonie, CIPE działa w ponad 80 krajach poprzez sieć partnerskich stowarzyszeń biznesowych, izb handlowych, ośrodków analitycznych i innych organizacji oraz posiada biura terenowe i przedstawicieli w ponad 30 krajach, w tym biuro europejskie na Słowacji. Programy CIPE są wspierane przez USAID, National Endowment for Democracy (NED), Departament Stanu USA, agencje donatorów z Australii, Wielkiej Brytanii, Kanady i innych krajów, a także przez prywatne fundacje. CIPE jest filią Amerykańskiej Izby Handlowej oraz instytutem National Endowment for Democracy.



**580 000**

pracowników  
w firmach  
członkowskich



**19**

organizacji  
regionalnych



**23**

organizacje  
branżowe



**ZPP**

ZWIĄZEK PRZEDSIĘBIORCÓW  
I PRACODAWCÓW

**SKONTAKTUJ  
SIĘ Z NAMI**

**WWW.ZPP.NET.PL**



**13 500**

cytowań w mediach  
rocznie



**129 000**

followers – profile na  
Twitter



**130 000**

fanów  
na Facebook



**740 000**

minimalny zasięg  
miesięczny  
na Facebook



[WWW.ZPP.NET.PL](http://WWW.ZPP.NET.PL)

ZWIĄZEK PRZEDSIĘBIORCÓW I PRACODAWCÓW