

RAPORT

Badanie ilościowe przedsiębiorców działających w Euroregionie Nysa dotyczące wpływu kryzysu na funkcjonowanie przedsiębiorstw na pograniczu polsko-czeskim

w związku z realizacją projektu pn.

Wpływ kryzysu na funkcjonowanie przedsiębiorstw na pograniczu polsko-czeskim

numer N.007.04.0040 realizowanego w ramach

Funduszu Małych Projektów Programu Interreg Czechy – Polska 2021 – 2027

Instytut Badawczy IPC

ul. A. Ostrowskiego 9

53-238 Wrocław

Listopad 2024 roku

**Česko – Polsko**

Spis treści

Wprowadzenie	3
Nota metodologiczna	3
Charakterystyka badanych przedsiębiorstw.....	3
Wyniki badania	6
Podsumowanie	18
Spis ilustracji	19

Wprowadzenie

W listopadzie 2024 roku Instytut Badawczy IPC zrealizował w związku z realizacją projektu pn. *Wpływ kryzysu na funkcjonowanie przedsiębiorstw na pograniczu polsko-czeskim* numer N.007.04.0040 realizowanego w ramach Funduszu Małych Projektów Programu Interreg Czechi – Polska 2021 – 2027 badanie ilościowe przedsiębiorców działających w Euroregionie Nysa. Celem badania była analiza czynników wpływających na decyzje turystów w dobie kryzysu ekonomicznego.

Nota metodologiczna

Badanie zrealizowane zostało metodą ilościową z wykorzystaniem techniki wywiadu kwestionariuszowego; dane zostały zebrane za pośrednictwem Internetu, techniką CAWI (ang. *Computer Assisted Web Interview*).

Kwestionariusz badawczy przygotowany został w dwóch wersjach językowych: polskiej oraz czeskiej. Liczył 15 pytań merytorycznych, w zdecydowanej większości zamkniętych (tj. z predefiniowaną kafeterią odpowiedzi); uwzględniono również pytania półotwarte, gdzie respondent mógł samodzielnie uzupełnić proponowaną kafeterię. W kwestionariuszu zawarto również 4 pytania metryczkowe, pozwalające na charakterystykę badanych przedsiębiorstw.

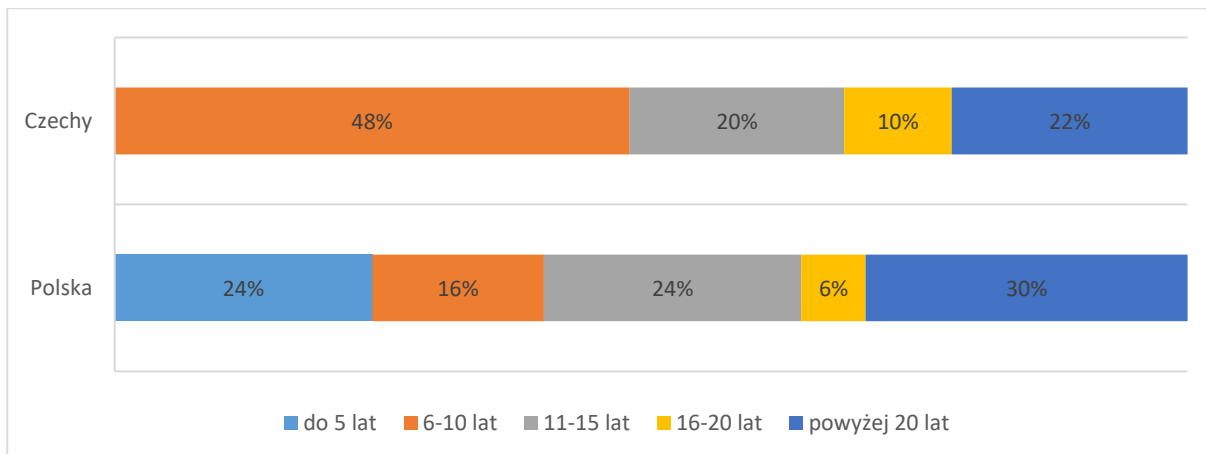
W badaniu uczestniczyło łącznie 100 reprezentantów przedsiębiorstw działających w Euroregionie Nysa: 50 firm czeskich oraz 50 firm polskich.

Charakterystyka badanych przedsiębiorstw

Spośród 100 badanych przedsiębiorstw, połowa działała na terenie Polski, druga zaś – Czech.

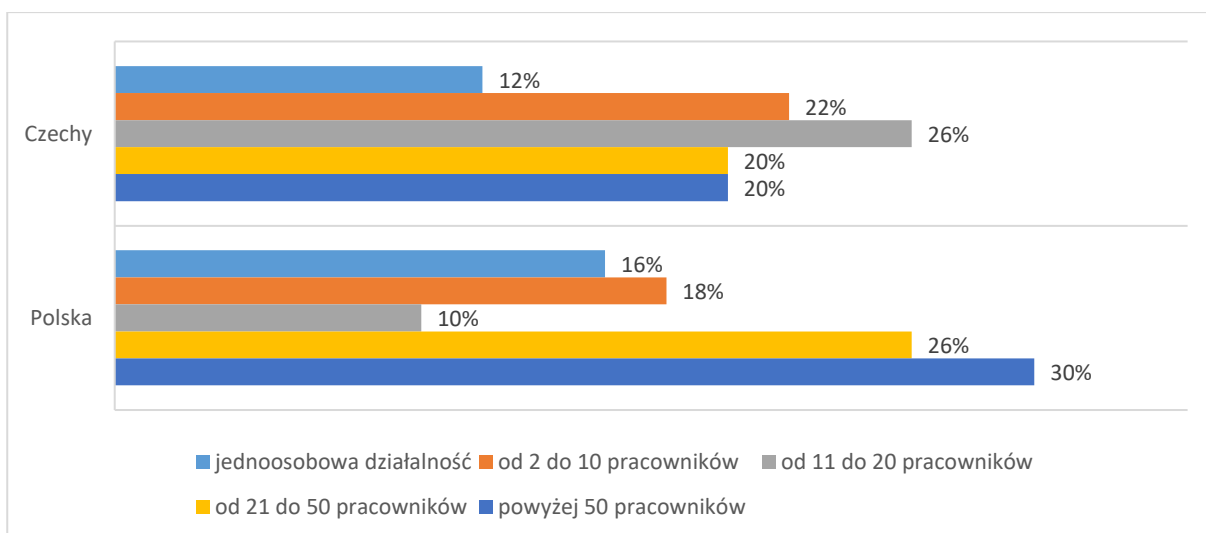
Česko - Polsko

Wykres 1. Staż działalności na rynku; n=100



Wśród firm czeskich, blisko połowa (48%) to przedsiębiorstwa działające na rynku od 6 do 10 lat. Co piąty podmiot ma staż 11-15 lat (20%) lub powyżej 20 lat (22%); ani jedno przedsiębiorstwo nie działa krócej niż 6 lat. Po stronie polskiej firmy o najkrótszym stażu działalności stanowiły jedną czwartą badanych (24%), podobnie jak podmioty działające od 11 do 15 lat (24%); najliczniej w badaniu udział wzięli przedstawiciele podmiotów o stażu ponad dwudziestoletnim (30%).

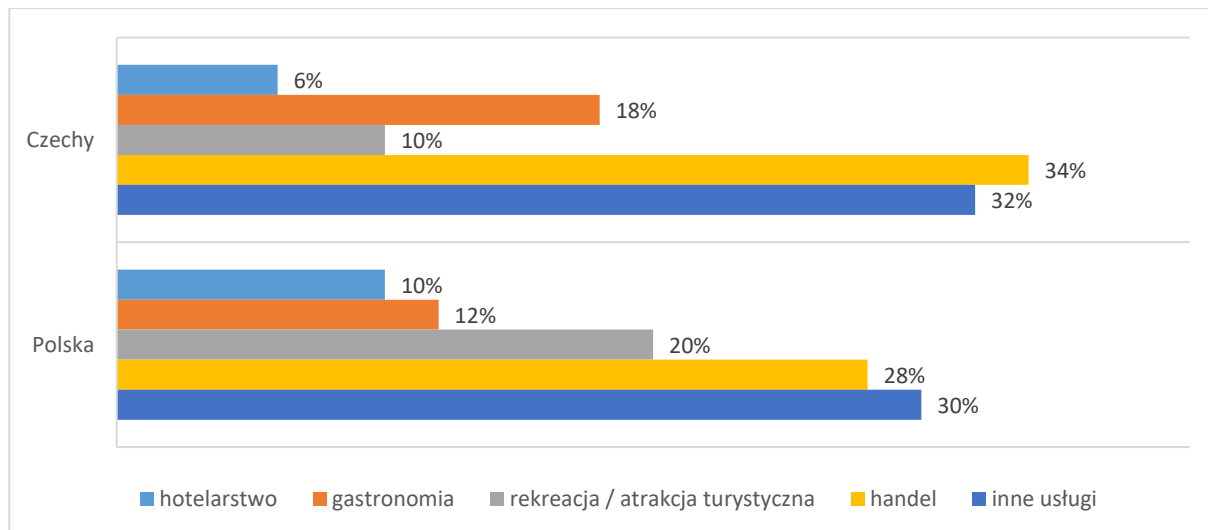
Wykres 2. Wielkość zatrudnienia; n=100



Wśród firm czeskich najliczniej reprezentowane były podmioty zatrudniające od 11 do 20 pracowników (26%). W Polsce natomiast największy odsetek badanych to przedsiębiorstwa liczące więcej niż 50 zatrudnionych osób (30%).

Česko - Polsko

Wykres 3. Branża działalności; n=100

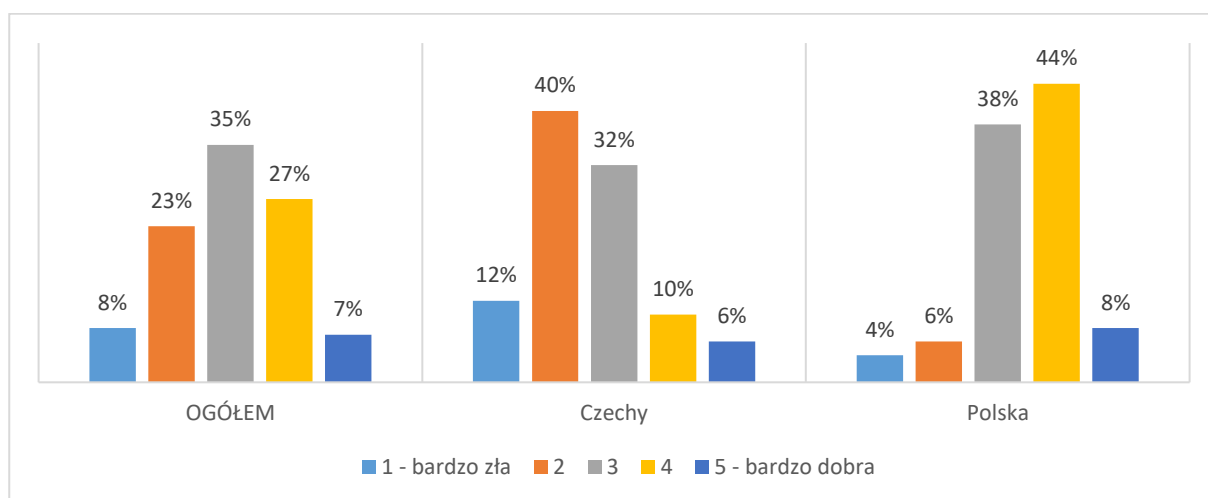


W obu krajach najliczniej reprezentowane były przedsiębiorstwa handlowe oraz działające w branży innej niż ujęte w kafeterii odpowiedzi. W próbie polskiej firmy działające w obszarze rekreacji i atrakcji turystycznych występowały dwa razy częściej niż w próbie czeskiej.

Wyniki badania

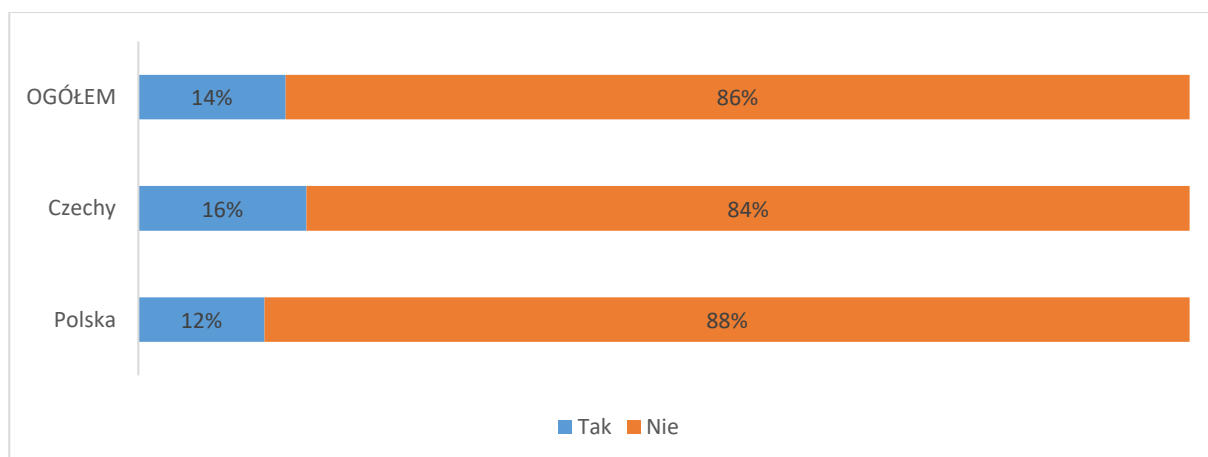
W pierwszej kolejności ankietowani proszeni byli o ogólną ocenę bieżącej sytuacji finansowej reprezentowanych przez siebie podmiotów.

Wykres 4. Ocena aktualnej sytuacji finansowej firmy; n=100



Ogółem, około jedna trzecia przedsiębiorstw (31%) ocenia swoją sytuację ekonomiczną negatywnie; odsetek ocen pozytywnych jest bardzo zbliżony (34%). Uwagę zwraca natomiast duża dysproporcja pomiędzy ankietowanymi z obu krajów; w Czechach ponad połowa (52%) respondentów uważa, że aktualna sytuacja ich firmy jest *raczej* lub *bardzo zła*, zaś w Polsce taki sam odsetek ocenia swoją sytuację dobrze.

Wykres 5. Zawieszenie działalności podczas kryzysu; n=100



Średnio co siódmy ankietowany (14%) przyznaje, że reprezentowany przez niego podmiot zawiesił działalność podczas kryzysu. Odsetek ten był nieznacznie niższy wśród firm polskich (12%) niż czeskich (16%).

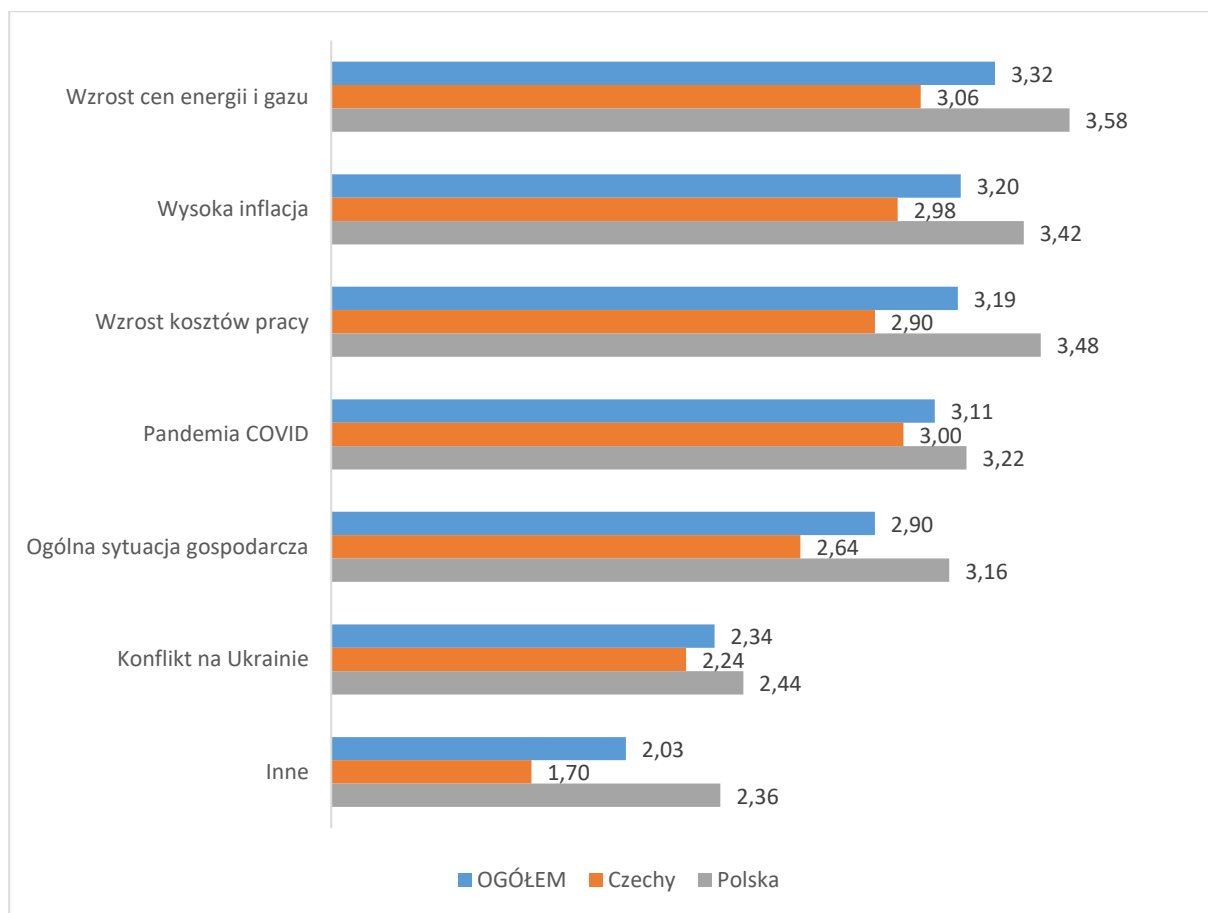
Česko – Polsko

Tabela 1. Okres zawieszenia działalności gospodarczej [w miesiącach]

	N=	Min	Max	Średnia	Mediana
Czechy	8	3	18	6,13	4
Polska	6	1,5	24	7,08	4,5

Przedsiębiorstwa czeskie zawieszały działalność na okres od kwartału do półtora roku, średnio nieco ponad 6 miesięcy. W firmach polskich czas zawieszenia to od półtora miesiąca do dwóch lat, średnio 7 miesięcy.

Wykres 6. Średnia ocena wpływu poszczególnych czynników gospodarczych na działalność firmy; n=100, skala <1;5>



Česko - Polsko

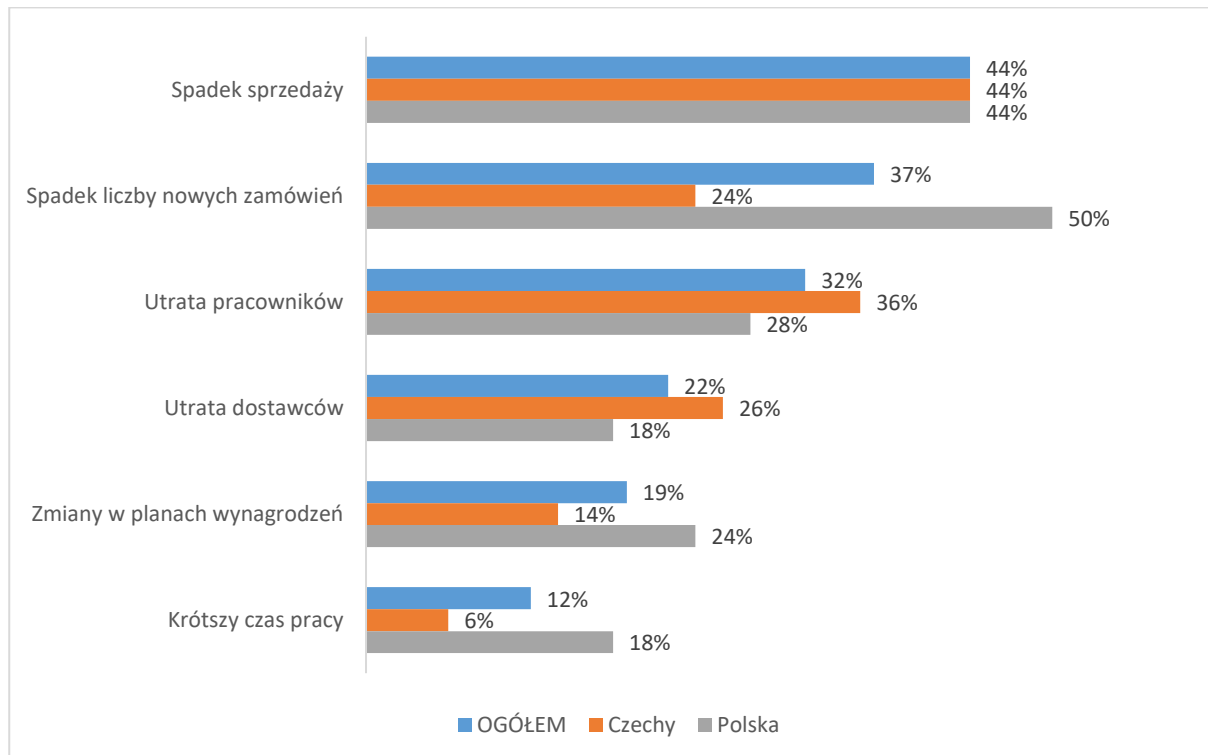
Czynnik gospodarczy, który w opinii badanych z obu krajów miał największy wpływ na funkcjonowanie ich firm to wzrost cen energii i gazu (m=3,32). W firmach czeskich drugim czynnikiem o najwyższym w opinii badanych znaczeniu była pandemia COVID-19 (m=3,00), natomiast w podmiotach działających w Polsce – wysoka inflacja (m=3,42). Największe różnice w ocenie znaczenia poszczególnych czynników gospodarczych między przedsiębiorcami z obu krajów dotyczyły wzrostu kosztów pracy (różnica 0,58 punktu) oraz ogólnej sytuacji gospodarczej i wzrostu cen energii i gazu (różnica w obu przypadkach to 0,52 punktu).

Przedsiębiorcy działający na terenie Polski jako czynniki o istotnym wpływie na ich działalność, które nie zostały ujęte w kafeterii odpowiedzi, wymieniali przede wszystkim brak odpowiednich pracowników,

rosnące koszty prowadzenia działalności gospodarczej (w tym kredytów), ogólne poczucie niepewności, rozwój nowych technologii (również AI), a także wrześnieją powódź na Dolnym Śląsku.

Podobnie przedsiębiorców czeskich dotyczą rosnące koszty prowadzenia działalności, brak dostępności odpowiednich pracowników, a także skutki powodzi.

Wykres 7. Odczuwane konsekwencje kryzysów gospodarczych; n=100

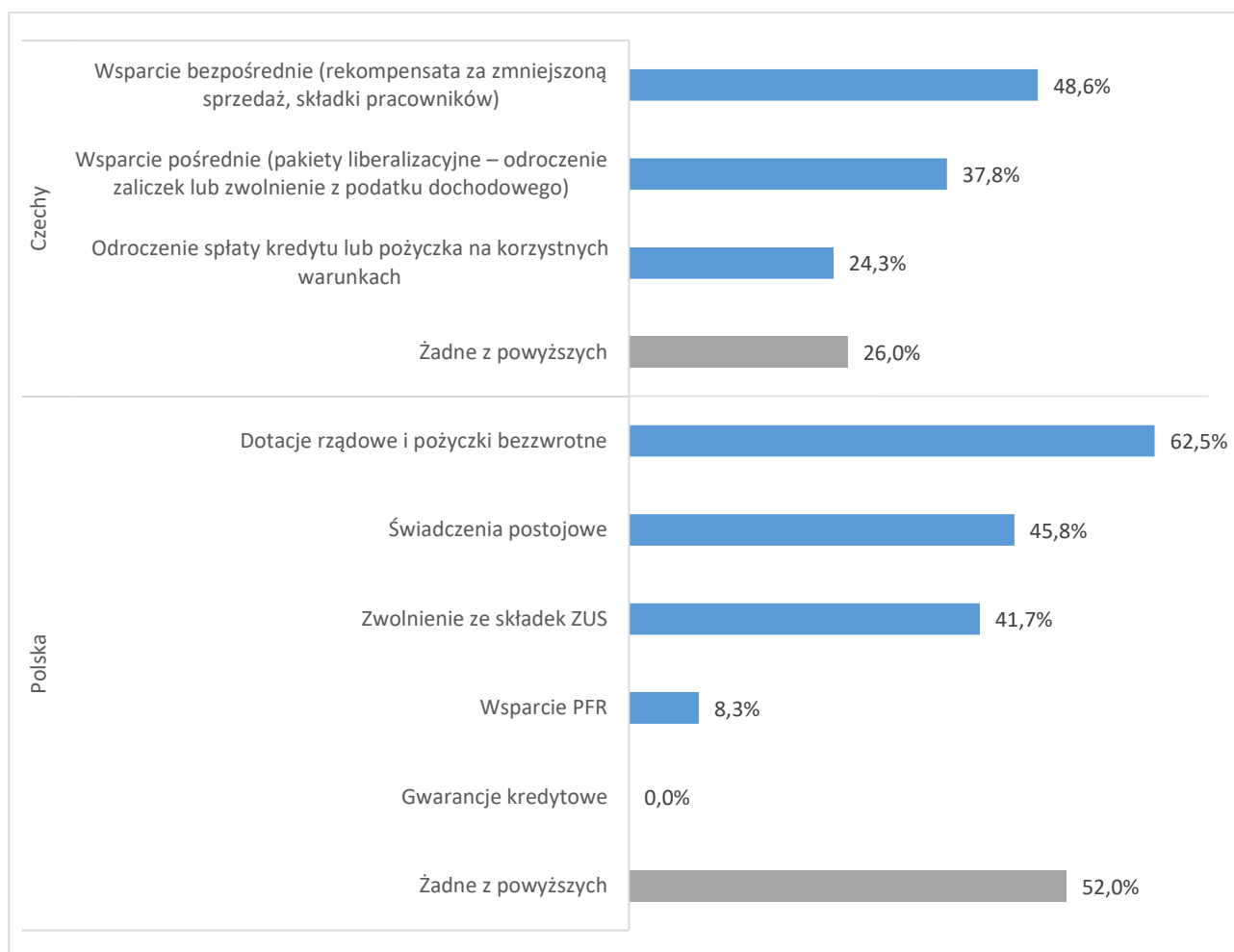


Ogólnie, najczęściej odczuwane przez badane przedsiębiorstwa konsekwencje kryzysów gospodarczych to spadek sprzedaży (44% wskazań) oraz liczby nowych zamówień (37%). Ten drugi czynnik wśród podmiotów polskich pojawiał się dwukrotnie (50% vs 24%) częściej niż wśród czeskich; firmy czeskie jako główny skutek kryzysów ekonomicznych najczęściej (36%) wskazują utratę pracowników. Spadek zamówień, zmiany

Česko – Polsko

w planach wynagrodzeń oraz konieczność skrócenia czasu pracy w większym stopniu wskazywane były przez przedsiębiorców polskich, natomiast utrata pracowników i dostawców – w Czechach.

Wykres 8. Formy wsparcia wykorzystywane w czasie pandemii COVID-19; n=100

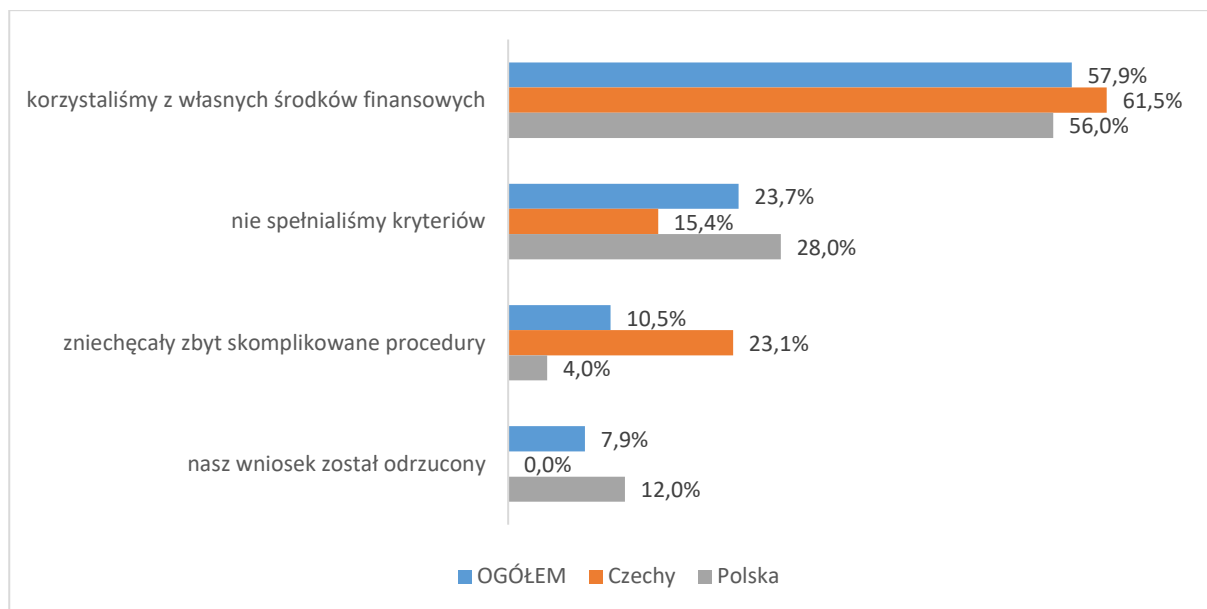


Oferowane w obu krajach formy wsparcia dla przedsiębiorców w czasie pandemii COVID-19 różniły się; były również wykorzystywane w różnym stopniu. W Republice Czeskiej blisko połowa badanych firm (49%) w grupie deklarujących wykorzystanie wsparcia korzystała ze wsparcia bezpośredniego, a niemal dwie piąte (38%) – z pośredniego. Z żadnej z wymienionych form pomocy nie korzystał jeden na czterech (26%) ankietowanych.

W Polsce odsetek firm, które nie korzystały z dostępnych form wsparcia był dwukrotnie wyższy niż wśród przedsiębiorstw czeskich (52%). W pozostałej grupie blisko dwie trzecie respondentów (63%) sięgnęło po pomoc w postaci dotacji rządowych i pożyczek bezzwrotnych, a blisko połowa (46%) korzystała ze świadczenia postojowego.

Česko – Polsko

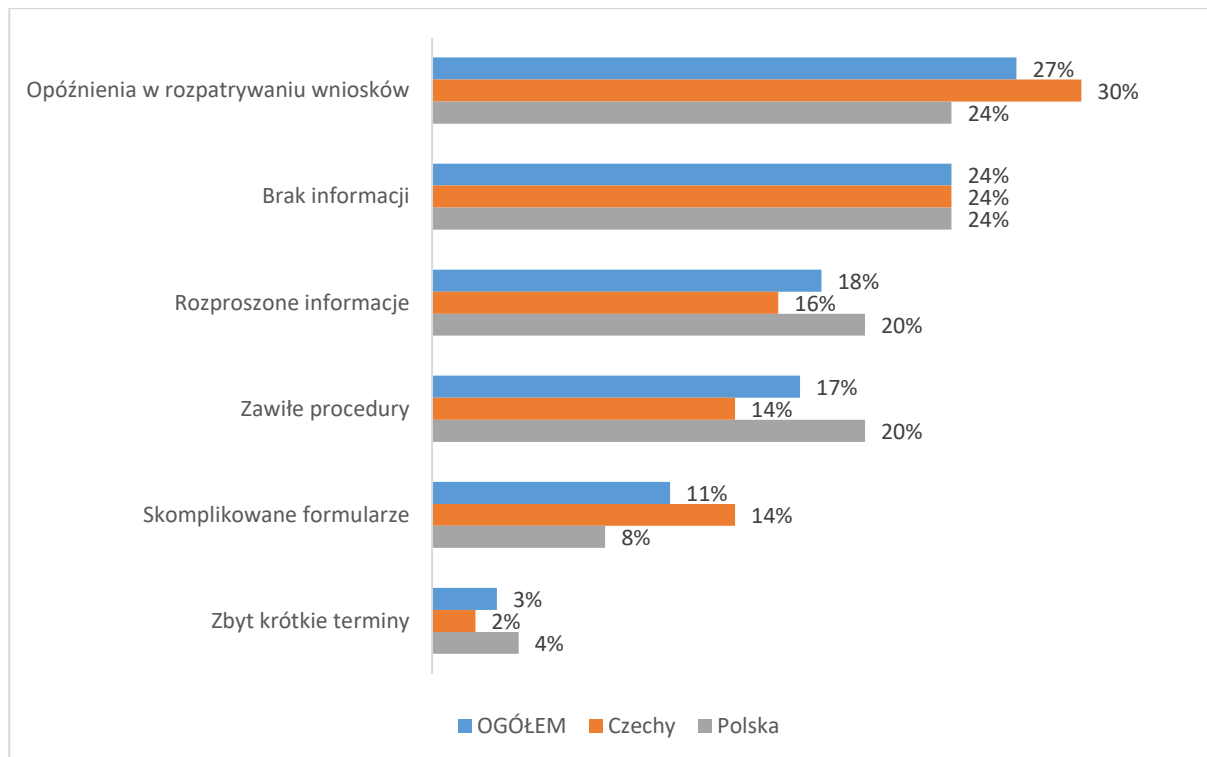
Wykres 9. Przyczyny niekorzystania z oferowanych form wsparcia; n=38



Najczęściej wskazywaną w obu krajach przyczyną rezygnacji z korzystania z pomocy publicznej w czasie pandemii była możliwość wykorzystania własnych środków finansowych (ogółem 58% wskazań, nieco częściej w Czechach niż w Polsce). W Polsce drugim najważniejszym powodem było niespełnianie kryteriów otrzymania wsparcia (28%), w Czechach zaś – niechęć do skomplikowanych procedur (23%).

Česko – Polsko

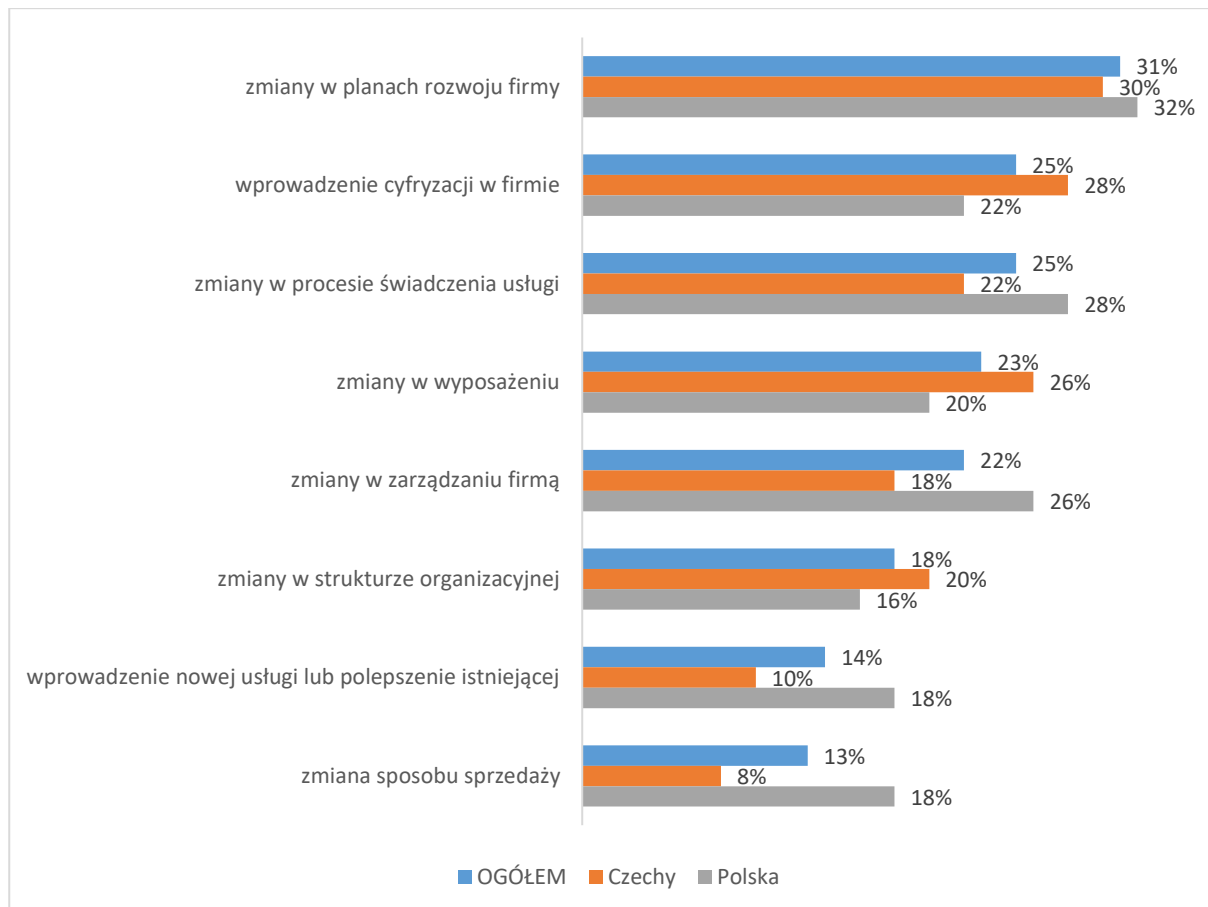
Wykres 10. Czynniki utrudniające dostęp do pomocy; n=100



Czynnikiem najbardziej utrudniającym dostęp do pomocy były – w opinii uczestników badania – opóźnienia w rozpatrywaniu wniosków (27% wskazań); nieco częściej dotyczyły one przedsiębiorców czeskich niż polskich. Około jedna czwarta badanych (po 24%) w obu krajach jako istotne utrudnienie wskazała brak informacji. Rozproszone informacje częściej wskazywane były jako problem po stronie polskiej, natomiast skomplikowane formularze – po czeskiej (w obu przypadkach różnica częstości wskazań pomiędzy ankietowanymi z obu krajów wyniosła 6 punktów procentowych).

Česko - Polsko

Wykres 11. Działania realizowane w firmie podczas kryzysu; n=100



Co trzeci respondent (31%) deklaruje, że reakcją jego firmy na kryzys była zmiana planów rozwojowych – to najczęstsza odpowiedź w obu badanych krajach. Co czwarta firma (25%) wprowadziła cyfryzację (odpowiedź ta częściej padała w Czechach) lub zmieniła swoje procesy świadczenia usług (częściej w Polsce); nieznacznie mniejszy odsetek (23%) dokonał zmian w wyposażeniu.

Największe różnice pomiędzy krajami dotyczyły zmiany sposobu sprzedaży (10 pp.), wprowadzaniu nowych lub ulepszaniu istniejących usług oraz zmian w zarządzaniu firmą (po 8 pp.); wszystkie te rozwiązania częściej wprowadzane były w Polsce.

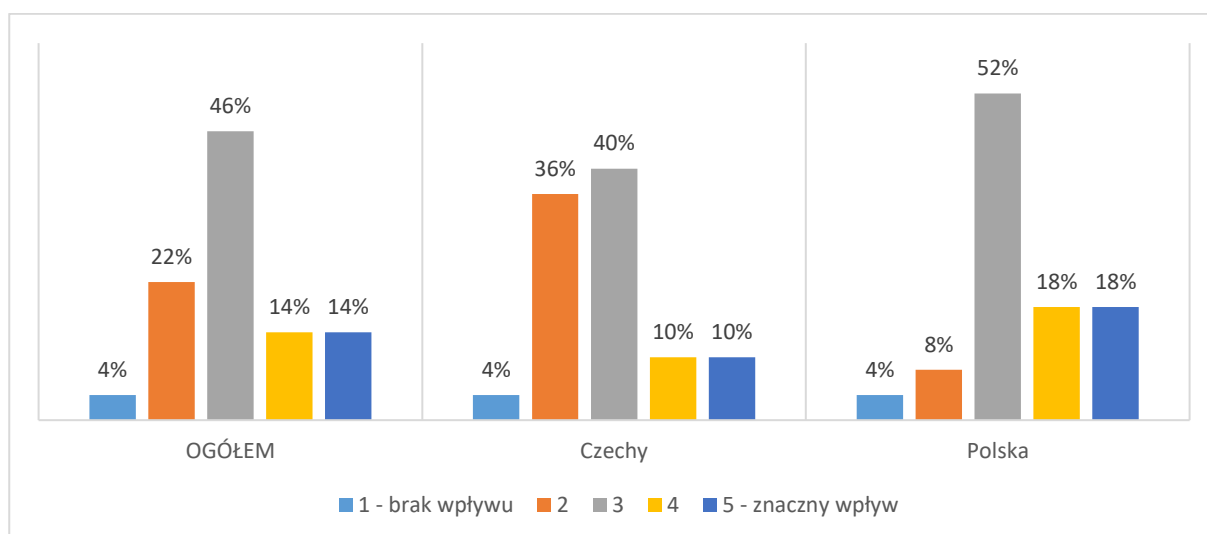
Česko – Polsko

Wykres 12. Ocena własnej zdolności do zarządzania finansami w czasie kryzysów gospodarczych; n=100



Około trzy dziesiąte uczestników badania (28%) negatywnie ocenia swoją zdolność do zarządzania finansami w czasie kryzysów gospodarczych; oceny pozytywne stanowią 26% wszystkich wskazań. Należy podkreślić głęboką różnicę pomiędzy samooceną przedsiębiorców działających na terenie Czech i Polski. W firmach czeskich oceny negatywne stanowiły ponad połowę (52%) wszystkich odpowiedzi, w polskich natomiast – zaledwie 4%. Oceny przeciętne pojawiają się w Polsce z częstością o 24 pp. większą. W przypadku opinii pozytywnych różnica między krajami jest taka sama.

Wykres 13. Ocena wpływu kryzysów na decyzje zakupowe klientów; n=100

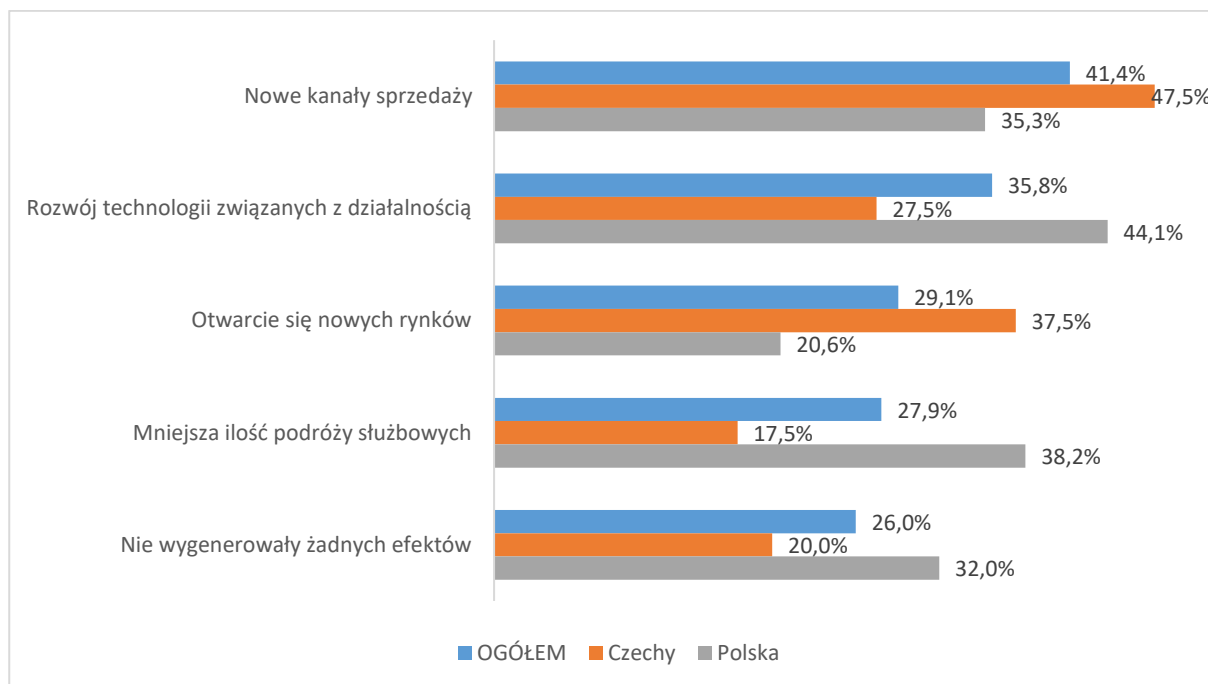


Blisko połowa badanych przedsiębiorstw (46%) neutralnie oceniła wpływ kryzysów na decyzje zakupowe swoich klientów; nota ta wyraźnie częściej pojawiała się w Polsce niż w Czechach (różnica 12 pp.). Wśród

Česko – Polsko

przedsiębiorstw czeskich brak lub niski wpływ kryzysów na decyzje zakupowe odnotowało 40% badanych, natomiast w Polsce odsetek ten był ponad trzykrotnie niższy (12%).

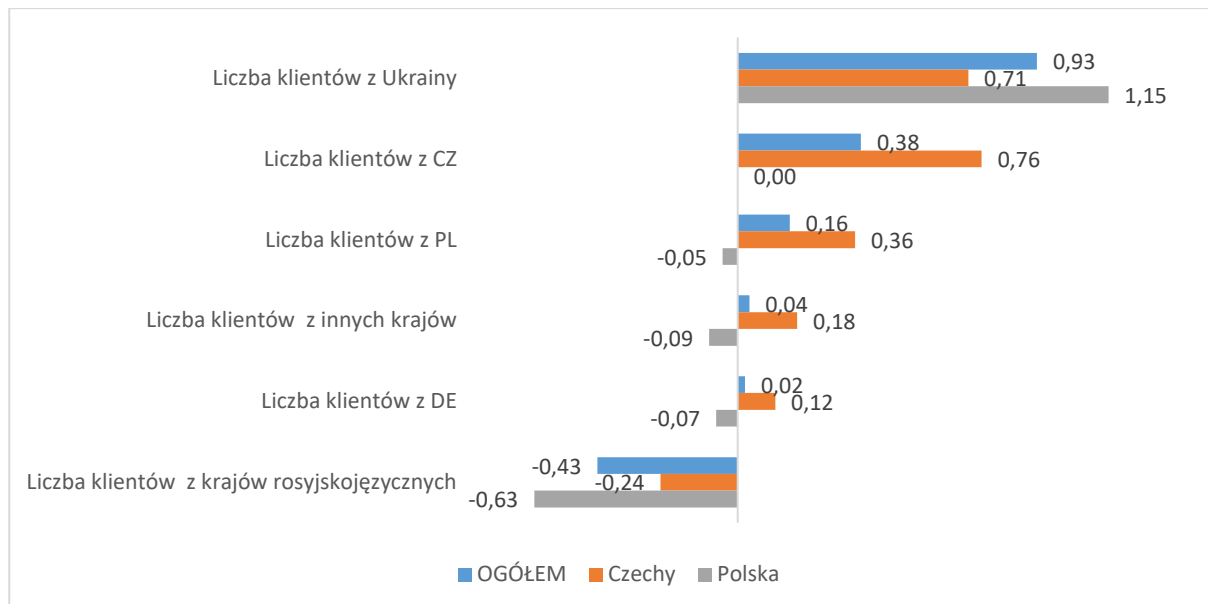
Wykres 14. Nieoczekiwane pozytywne efekty kryzysów gospodarczych w ostatnich 2-3 latach; n=100



Ogółem wśród badanych firm nowe kanały sprzedaży to najczęściej wskazywany nieoczekiwany pozytywny skutek kryzysów gospodarczych ostatnich lat (41%); jest to również odpowiedź dominująca wśród respondentów z terenu Czech (48%). W Polsce natomiast respondenci jako nieoczekiwany pozytywny skutek kryzysów najliczniej wskazywali rozwój technologii związanych z działalnością ich firm (44%). Największa różnica pomiędzy krajami (około 21 pp.) dotyczyła zmniejszenia ilości podróży służbowych; zjawisko to odnotowywane było znacznie częściej w Polsce.

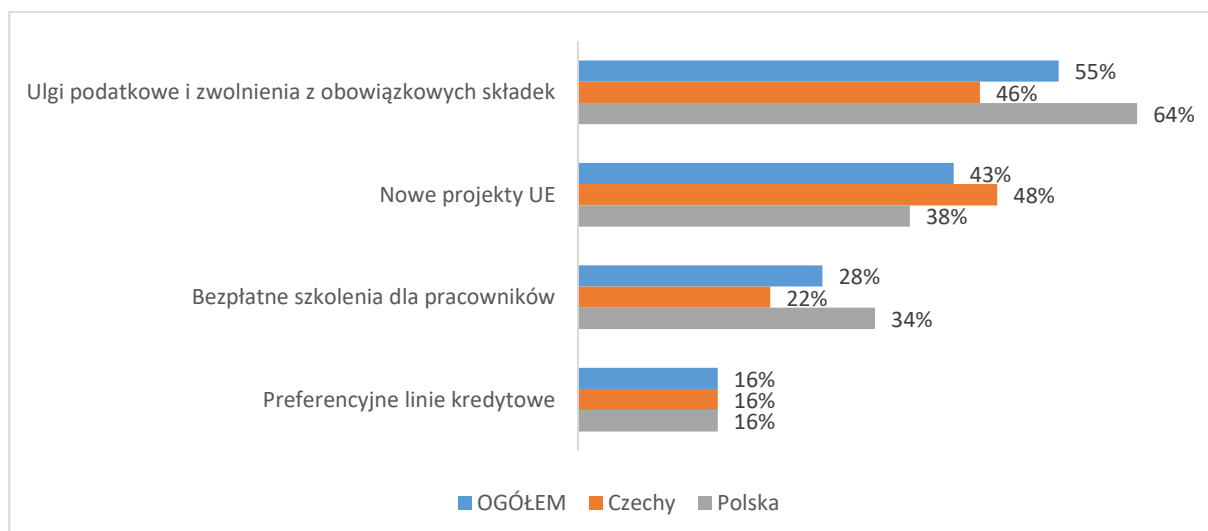
Česko - Polsko

Wykres 15. Średnia ocena wpływu obecnego kryzysu gospodarczego na strukturę klientów; n=100, skala <-3;3>



Uczestnicy badania proszeni byli o ocenę wpływu obecnego kryzysu gospodarczego na strukturę klientów z wykorzystaniem skali od -3 (duży spadek) do +3 (duży wzrost). Największy wzrost dotyczy liczby klientów z Ukrainy, przy czym jest on zauważalnie większy w Polsce niż w Czechach. Również w Czechach wyraźnie wzrosła liczba klientów z Czech (w Polsce brak zmiany), jak również z Polski (w Polsce odnotowano tu spadek). W obu badanych krajach przedsiębiorcy deklarują spadek liczby klientów z krajów rosyjskojęzycznych, przy czym jest on wyraźniejszy w Polsce niż w Czechach.

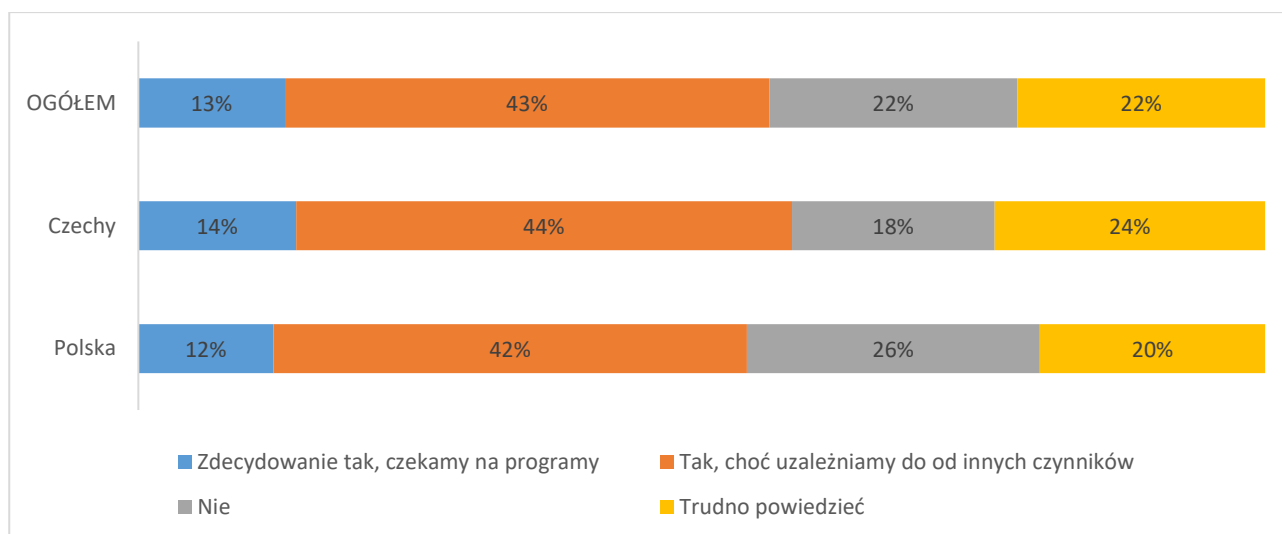
Wykres 16. Oczekiwane obecnie formy wsparcia; n=100



Česko - Polsko

Większość ankietowanych (55%) na pytanie o oczekiwane obecnie formy wsparcia wskazuje ulgi podatkowe i zwolnienia z obowiązkowych składek; odpowiedź ta jest wyraźnie popularniejsza (różnica 20 pp.) w Polsce niż w Czechach. Wśród respondentów działających na terenie Czech najczęściej oczekiwane są nowe projekty Unii Europejskiej (48%).

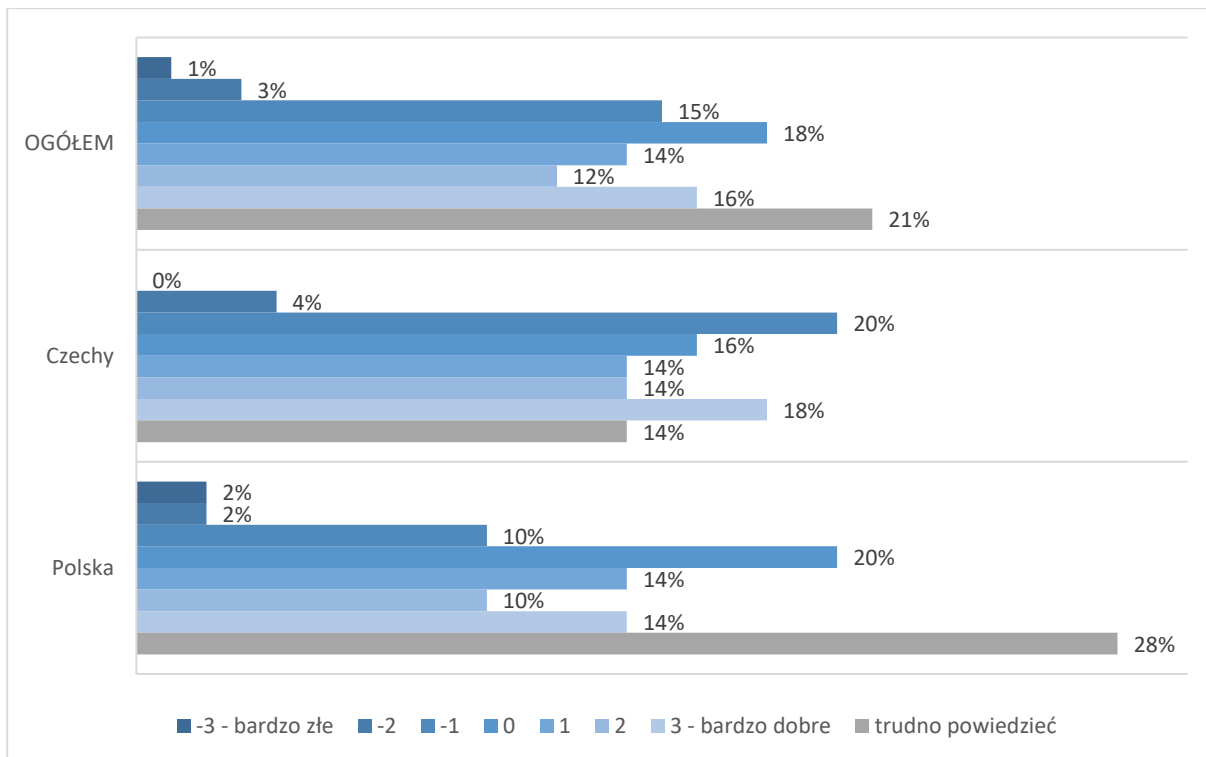
Wykres 17. Deklarowana chęć skorzystania z projektów KPO / NPO; n=100



Tylko nieco ponad jedna piąta (22%) badanych deklaruje, że nie zamierza korzystać z projektów realizowanych w ramach Krajowego Planu Odbudowy / Národního plánu obnovy; ponad dwie piąte (43%) wskazuje chęć uczestnictwa uzależnioną od innych czynników, a 13% czeka już na programy. Warto zauważyć, że odsetek podmiotów, które nie zamierzają korzystać z omawianych projektów jest istotnie wyższy (różnica 8 pp.) w Polsce niż w Czechach.

Česko – Polsko

Wykres 18. Oczekiwania dotyczące przyszłości sytuacji finansowej firmy w perspektywie 2-3 lat; n=100



Na zakończenie wywiadu respondenci proszeni byli o ocenę na siedmiopunktowej skali swoich oczekiwań dotyczących sytuacji finansowej reprezentowanych przez nich firm w perspektywie najbliższych 2-3 lat. Są one bardzo zbliżone i raczej pozytywne: w obu krajach średnia nota przewyższa wartość neutralną (Czechy $m=0,79$, Polska $m=0,78$). Odsetek badanych o przypuszczeniach pozytywnych w Czechach to 46%, w Polsce zaś – 38%. Jednocześnie jednak w Czechach wyraźnie częściej pojawiają się oczekiwania negatywne (różnica 10 pp. pomiędzy krajami); w Polsce natomiast ankietowani częściej wskazują, że nie potrafią przedstawić swojej opinii w omawianej kwestii.

Podsumowanie

Ocena sytuacji finansowej i wpływu kryzysów

- Aktualna sytuacja finansowa: Pozytywnie oceniono ją w 34% przypadków, negatywnie w 31%. W Czechach dominowały oceny negatywne (52%), w Polsce – pozytywne (52%).
- Zawieszenie działalności: Średnio 14% firm zawiesiło działalność podczas kryzysu. W Polsce okres ten wynosił średnio 7 miesięcy, w Czechach 6 miesięcy.
- Wpływ czynników gospodarczych: Największy wpływ miały wzrost cen energii i gazu (m=3,32) oraz inflacja w Polsce (m=3,42) i pandemia COVID-19 w Czechach (m=3,00).

Reakcje na kryzysy i wykorzystanie wsparcia

- Formy wsparcia: 52% polskich firm nie korzystało z pomocy publicznej, podczas gdy w Czechach było to 26%. Najczęściej korzystano z dotacji rządowych (Polska) i bezpośredniego wsparcia finansowego (Czechy).
- Działania adaptacyjne: Najczęściej firmy zmieniały plany rozwojowe (31%), wprowadzały cyfryzację (25%) lub modyfikowały procesy świadczenia usług (23%).

Konsekwencje kryzysów

- Najczęstsze skutki: Spadek sprzedaży (44%) i liczby zamówień (37%). W Polsce szczególnie odczuwano spadek zamówień (50%), w Czechach – utratę pracowników (36%).
- Nieoczekiwane efekty pozytywne: Rozwój nowych kanałów sprzedaży (41%) oraz technologii (44% w Polsce).

Oczekiwania i perspektywy

- Formy wsparcia: Polskie firmy preferują ulgi podatkowe (55%), czeskie – nowe projekty UE (48%).
- Perspektywa finansowa: Oczekiwania na najbliższe 2-3 lata były umiarkowanie pozytywne, z przewagą negatywnych ocen w Czechach.

Badanie ujawniło istotne różnice w percepcji i reakcjach przedsiębiorców z obu krajów na kryzys gospodarczy. Kluczowe wyzwania to wzrost kosztów działalności powiązany ze wzrostem cen energii oraz wysoki poziom inflacji. Istotne dla rozwoju jest dostosowanie wsparcia publicznego oraz inicjowanie działań w zakresie cyfryzacji i technologii, jak również pomoc przedsiębiorcom w zwiększaniu kompetencji związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej. Pomimo odczuwanych trudności, nastroje badanych dotyczące kondycji ich firm w najbliższych latach są raczej pozytywne.

Spis ilustracji

Tabela 1. Okres zawieszenia działalności gospodarczej [w miesiącach].....	7
Wykres 1. Staż działalności na rynku; n=100	4
Wykres 2. Wielkość zatrudnienia; n=100.....	4
Wykres 3. Branża działalności; n=100.....	5
Wykres 4. Ocena aktualnej sytuacji finansowej firmy; n=100	6
Wykres 5. Zawieszenie działalności podczas kryzysu; n=100	6
Wykres 6. Średnia ocena wpływu poszczególnych czynników gospodarczych na działalność firmy; n=100, skala <1;5>..	7
Wykres 7. Odczuwane konsekwencje kryzysów gospodarczych; n=100	8
Wykres 8. Formy wsparcia wykorzystywane w czasie pandemii COVID-19; n=100	9
Wykres 9. Przyczyny niekorzystania z oferowanych form wsparcia; n=38	10
Wykres 10. Czynniki utrudniające dostęp do pomocy; n=100.....	11
Wykres 11. Działania realizowane w firmie podczas kryzysu; n=100	12
Wykres 12. Ocena własnej zdolności do zarządzania finansami w czasie kryzysów gospodarczych; n=100	13
Wykres 13. Ocena wpływu kryzysów na decyzje zakupowe klientów; n=100.....	13
Wykres 14. Nieoczekiwane pozytywne efekty kryzysów gospodarczych w ostatnich 2-3 latach; n=100	14
Wykres 15. Średnia ocena wpływu obecnego kryzysu gospodarczego na strukturę klientów; n=100, skala <-3;3>	15
Wykres 16. Oczekiwane obecnie formy wsparcia; n=100	15
Wykres 17. Deklarowana chęć skorzystania z projektów KPO / NPO; n=100.....	16
Wykres 18. Oczekiwania dotyczące przyszłości sytuacji finansowej firmy w perspektywie 2-3 lat; n=100	17