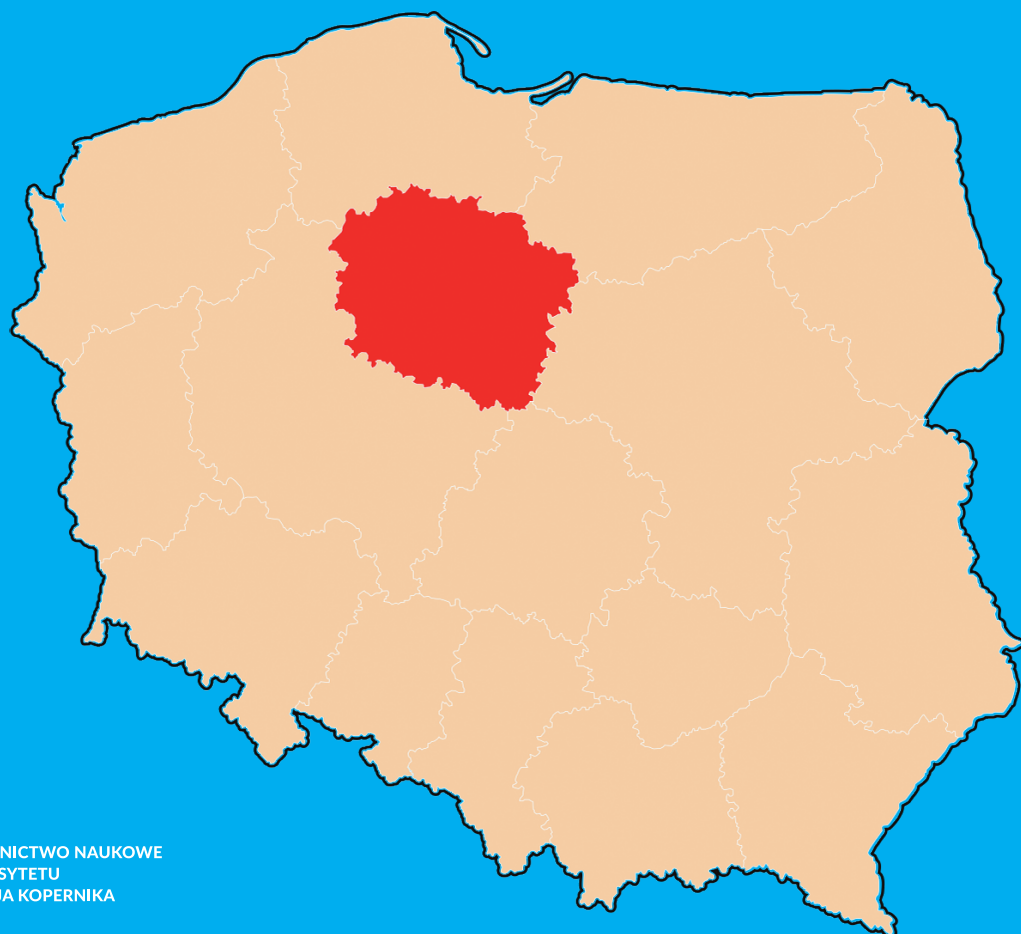


Maciej Zastempowski, Aldona Glińska-Neweś, Ewa Wędrowska,
Waldemar Glabiszewski, Dorota Grego-Planer, Iwona Escher,
Katarzyna Liczmańska-Kopcewicz

SEKTOR MIKRO-, MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW W WOJEWÓDZTWIE KUJAWSKO-POMORSKIM



WYDAWNICTWO NAUKOWE
UNIwersytetu
MIKOŁAJA KOPERNIKA

Maciej Zastempowski, Aldona Glińska-Neweś, Ewa Wędrowska,
Waldemar Glabiszewski, Dorota Grego-Planer, Iwona Escher,
Katarzyna Liczmańska-Kopcewicz

SEKTOR MIKRO-, MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW W WOJEWÓDZTWIE KUJAWSKO-POMORSKIM

WYDAWNICTWO NAUKOWE
UNIwersytetu
MIKOŁAJA KOPERNIKA

Toruń 2020

Autorstwo poszczególnych rozdziałów:

*Maciej Zastempowski (1, 3), Aldona Glińska-Neweś (6), Ewa Wędrowska (2, 7),
Waldemar Glabiszewski (4), Dorota Grego-Planer (4), Iwona Escher (6),
Katarzyna Liczmańska-Kopcewicz (2, 5)*

Projekt pt. „Usytuowanie na poziomie samorządów lokalnych instrumentów wsparcia dla MŚP, działających w oparciu o model wielopoziomowego zarządzania regionem” finansowany przez Narodowe Centrum Badań i Rozwoju w ramach Programu Strategicznego Gospostrateg, realizowany przez konsorcjum w składzie: Województwo Kujawsko-Pomorskie, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie i Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu.

Nr umowy GOSPOSTRATEG1/385453/3/NCBR/2018



Narodowe Centrum
Badań i Rozwoju



UNIwersytet
MIKOŁAJA KOPERNIKA
W TORUNIU

WYDAWNICTWO NAUKOWE UNIwersytetu MIKOŁAJA KOPERNIKA

Redakcja: ul. Gagarina 5, 87-100 Toruń

tel. 56 611 42 95, fax 56 611 47 05

e-mail: wydawnictwo@umk.pl

www.wydawnictwo.umk.pl

Dystrybucja: ul. Mickiewicza 2/4, 87-100 Toruń

tel./fax: 56 611 42 38

e-mail: books@umk.pl

SPIS TREŚCI

Wykaz skrótów	5
Wprowadzenie	7
1. Metodyka badania empirycznego	9
2. Charakterystyka badanych przedsiębiorstw	12
2.1. Informacje podstawowe	12
2.2. Przedsiębiorstwa rodzinne	15
2.3. Zmiany własnościowe	16
2.4. Ocena planowanych inwestycji	17
2.5. Rezygnacja z planów inwestycyjnych	24
2.6. Kapitał zagraniczny	26
2.7. Działalność eksportowa	27
2.8. Działalność badawczo-rozwojowa	29
2.9. Certyfikaty jakości	40
2.10. Posiadane patenty	42
3. Innowacyjność mikro, małych i średnich przedsiębiorstw	45
3.1. Zarys teoretyczny	45
3.2. Przedsiębiorstwa innowacyjne w zakresie innowacji produktowych	46
3.3. Przedsiębiorstwa innowacyjne w zakresie innowacji procesowych	67
3.4. Przedsiębiorstwa innowacyjne w zakresie innowacji organizacyjnych	79
3.5. Przedsiębiorstwa innowacyjne w zakresie innowacji marketingowych	85
4. Konkurencyjność mikro, małych i średnich przedsiębiorstw	92
4.1. Zarys teoretyczny	92
4.2. Uwarunkowania konkurencyjności przedsiębiorstw	93
4.3. Zasobowe elementy konkurencyjności przedsiębiorstw	103
4.4. Rynkowe elementy konkurencyjności przedsiębiorstw	106
4.5. Wynikowe elementy konkurencyjności przedsiębiorstw	165
5. Produktywność mikro, małych i średnich przedsiębiorstw	184
5.1. Zarys teoretyczny	184
5.2. Przychody przedsiębiorstw	185
5.3. Koszty przedsiębiorstw	188
5.4. Ilość wytworzonych przez przedsiębiorstwa produktów/usług	191
5.5. Produktywność	195
6. Współpraca mikro, małych i średnich przedsiębiorstw	199
6.1. Zarys teoretyczny	199
6.2. Obraz współpracy przedsiębiorstw: poziom całego województwa	200
6.3. Współpraca przedsiębiorstw według wielkości zatrudnienia	204
6.4. Współpraca przedsiębiorstw według sekcji PKD	210
6.5. Współpraca przedsiębiorstw według podregionów	237
6.6. Współpraca przedsiębiorstw według powiatów	246

7. Syntetyczna ocena poziomu innowacyjności, konkurencyjności, produktywności i współpracy	274
7.1. Konstrukcja mierników syntetycznych – przyjęte założenia	274
7.2. Syntetyczna ocena poziomu innowacyjności, konkurencyjności, produktywności i współpracy przedsiębiorstw w powiatach województwa kujawsko-pomorskiego	277
7.3. Syntetyczna ocena poziomu innowacyjności, konkurencyjności, produktywności i współpracy przedsiębiorstw według sekcji PKD	280
Zakończenie	283
Bibliografia	289
Załącznik	291

WYKAZ SKRÓTÓW

Podregiony:

- bydgosko-toruński – powiat bydgoski, powiat toruński, powiat miasto Bydgoszcz, powiat miasto Toruń,
- grudziądzki – powiat brodnicki, powiat chełmiński, powiat golubsko-dobrzyński, powiat grudziądzki, powiat rypiński, powiat wąbrzeski, powiat miasto Grudziądz,
- włocławski – powiat aleksandrowski, powiat lipnowski, powiat radziejowski, powiat włocławski, powiat miasto Włocławek,
- inowrocławski – powiat inowrocławski, powiat mogileński, powiat nakielski, powiat żniński,
- świecki – powiat sępoleński, powiat świecki, powiat tucholski.

Sekcje PKD:

- A – Rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo i rybactwo,
- B – Górnictwo i wydobywanie,
- C – Przetwórstwo przemysłowe,
- D – Wytwarzanie i zaopatrywanie w energię elektryczną, gaz, parę wodną i gorącą wodę,
- E – Dostawa wody; gospodarowanie ściekami i odpadami; rekultywacja,
- F – Budownictwo,
- G – Handel; naprawa pojazdów samochodowych,
- H – Transport i gospodarka magazynowa,
- I – Zakwaterowanie i gastronomia,
- J – Informacja i komunikacja,
- K – Działalność finansowa i ubezpieczeniowa,
- L – Obsługa rynku nieruchomości,
- M – Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna,
- N – Administrowanie i działalność wspierająca,

- O – Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe zabezpieczenia społeczne,
- P – Edukacja,
- Q – Opieka zdrowotna i pomoc społeczna,
- R – Działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją,
- S – Pozostała działalność usługowa.

WPROWADZENIE

Niniejsza monografia powstała w efekcie realizacji jednego z zadań w ramach projektu badawczo-rozwojowego pt. *Usytuowanie na poziomie samorządów lokalnych instrumentów wsparcia dla MŚP, działających na podstawie modelu wielopoziomowego zarządzania regionem – REGIOGMINA*, finansowanego przez Narodowe Centrum Badań i Rozwoju w obszarze Strategicznego Programu Badań Naukowych i Prac Rozwojowych pt. *Spółeczny i gospodarczy rozwój Polski w warunkach globalizujących się rynków – GOSPOSTRATEG*.

Celem projektu REGIOGMINA, realizowanego przez konsorcjum w składzie: Województwo Kujawsko-Pomorskie – Lider, Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu oraz Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, jest wypracowanie metod i instrumentów wsparcia ze strony samorządów lokalnych dla wzrostu konkurencyjności i innowacyjności lokalnych mikro, małych i średnich przedsiębiorstw (MSP), w ramach wielopoziomowego zarządzania samorządem województwa i jego instytucjami. Jego osiągnięcie wymaga realizacji szeregu zadań w ramach dwóch faz: badawczej i przygotowania do zastosowania¹.

Zaprezentowane w niniejszej pracy wyniki dotyczą badania empirycznego przeprowadzonego w ramach zadania drugiego fazy badawczej. Zostało ono zrealizowane przez zespół badawczy składający się z pracowników Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu, kierowany przez prof. dr. hab. Macieja Zastempowskiego². Celem zadania było sporządzenie statystycznych i ekonometrycznych analiz dla MSP województwa kujawsko-pomorskiego. Innymi słowy głównym celem przeprowadzonych analiz było sporządzenie aktualnego i wiarygodnego obrazu stanu sektora MSP w województwie kujawsko-pomorskim. Stworzony obraz prezentuje następujące, kluczowe zagadnienia: innowacyjność, konkurencyjność, produktywność oraz współpracę MSP. Zostały one opracowane według dwóch przekrojów – liczby zatrudnionych pracowników oraz przynależności do sekcji

¹ Więcej na temat projektu zob. REGIOGMINA. Projekt badawczy, 2020.

² Zespół badawczy składał się z następujących osób: dr I. Escher, dr hab. W. Głabiszewski, prof. UMK, prof. dr hab. A. Glińska-Neweś, dr D. Grego-Planer, dr K. Liczmańska-Kopcewicz oraz dr hab. E. Wędrowska, prof. UMK.

PKD³ oraz na dwóch poziomach agregacji przestrzennej – podregion (NUTS 3⁴) oraz powiat.

W ramach badania przyjęto, że kryterium podziału przedsiębiorstw będzie oparte na wielkości zatrudnienia. Jak mikroprzedsiębiorstwo traktuje się takie, które zatrudnia od 0 do 9 pracowników, jako małe od 10 do 49, a jako średnie od 50 do 249.

Realizacja zadania wymagała osiągnięcia następujących kamieni milowych:

- opracowanie szczegółów metodyki badawczej,
- opracowanie kryteriów doboru reprezentatywnej próby badawczej,
- dokonanie doboru próby badawczej,
- opracowanie i pilotaż narzędzia badawczego,
- przeprowadzenie badania empirycznego,
- przeprowadzenie analizy i oceny uzyskanych wyników,
- sformułowanie kluczowych wniosków.

Cel, zakres oraz rodzaj uzyskanych w trakcie studiów literaturowych i badania empirycznego danych wpłynęły na strukturę niniejszej monografii, która oprócz wprowadzenia i zakończenia składa się z siedmiu rozdziałów.

³ PKD – Polska Klasyfikacja Działalności.

⁴ NUTS 3 – *Nomenclature of Territorial Units for Statistics 3* – podregiony grupujące powiaty.

1. METODYKA BADANIA EMPIRYCZNEGO

Dokonując uszczegółowienia zarysowanej we wprowadzeniu metodyki badawczej, należy wyjaśnić, iż badanie mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw województwa kujawsko-pomorskiego miało charakter ilościowy. Wykorzystana została metoda bezpośredniego pomiaru sondażowego. Badanie przeprowadzono w okresie od czerwca do września 2019 roku, przy współudziale Pracowni Badań Społecznych i Marketingowych Soma w Toruniu, w formie standaryzowanego wywiadu osobistego wspomaganego komputerowo (metoda CAPI⁵).

Początkowo, na etapie przygotowania projektu, założono, że badanie zostanie przeprowadzone na reprezentatywnej próbie minimum 2339 podmiotów, na podstawie następujących kryteriów: wielkość przedsiębiorstwa, rodzaj działalności według PKD oraz siedziba przedsiębiorstwa. Wielkość próby badawczej ustalono, zakładając, że:

- w roku 2016 aktywne przedsiębiorstwa w województwie kujawsko-pomorskim stanowiły 93 818 podmiotów, w tym: mikro- (0–9) – 89 923, małe (10–49) – 2894, średnie (50–249) – 819, duże (250 i więcej) – 182 (Główny Urząd Statystyczny, 2017, s. 74),
- poziom ufności wynosić będzie 0.95,
- wielkość szacowanej frakcji wynosi 0.5,
- dopuszczalny błąd szacunku wyniesie 0.02.

Z uwagi na planowane przeprowadzenie analiz dotyczących związków kooperacyjnych w badanej próbie ujęto także duże przedsiębiorstwa.

Ostatecznie, w efekcie współpracy z Wojewódzkim Urzędem Statystycznym (WUS) w Bydgoszczy (dysponent rejestru REGON dla województwa kujawsko-pomorskiego) ustalono, że nie jest możliwe przeprowadzanie losowania jednostek próby z operatu obejmującego przedsiębiorstwa aktywne. W konsekwencji określono, że populacja całkowita (podmioty gospodarki narodowej wpisane do rejestru REGON, województwo kujawsko-pomorskie, stan na rok 2018) wynosi ogółem 197 657 podmiotów, w tym: mikro- – 189 096, małe – 6841, średnie – 1503, duże – 217 (Bank Danych Lokalnych, 2020).

W następnym kroku dokonano zawężenia populacji podmiotów, na podstawie następujących cech podmiotu:

⁵ CAPI – Computer Assisted Personal Interview.

- podstawowa forma prawna: osoba prawna, jednostka organizacyjna niemająca osobowości prawnej oraz osoba fizyczna prowadząca działalność gospodarczą;
- szczególna forma prawna: spółki cywilne prowadzące działalność na podstawie umowy zawartej zgodnie z kodeksem cywilnym, spółki przewidziane w przepisach innych ustaw niż kodeks spółek handlowych i kodeks cywilny lub form prawnych, do których stosuje się przepisy o spółkach, fundusze, osoby prowadzące działalność gospodarczą, spółki partnerskie, spółki akcyjne, spółki z ograniczoną odpowiedzialnością, spółki jawne, spółki komandytowe, spółki komandytowo-akcyjne, spółki europejskie, przedsiębiorstwa państwowe, towarzystwa ubezpieczeń wzajemnych, towarzystwa reasekuracji wzajemnej, główne oddziały zagranicznych zakładów reasekuracji, główne oddziały zagranicznych oddziałów ubezpieczeń, spółdzielnie, jednostki badawczo-rozwojowe, spółdzielnie europejskie, samodzielne publiczne zakłady opieki zdrowotnej, fundacje, stowarzyszenia, instytuty badawcze, przedsiębiorstwa zagraniczne, oddziały przedsiębiorstw zagranicznych oraz spółdzielcze kasy oszczędnościowo-kredytowe.

W konsekwencji ostateczna populacja całkowita (dane WUS w Bydgoszcy, stan na rok 2018) wyniosła ogółem 193 143 podmioty, w tym: mikro- – 189 096, małe – 3146, średnie – 797 oraz duże – 104.

W kolejnym kroku ustalono, iż w celu uniknięcia nadreprezentacji mikropodmiotów należy dokonać podziału ogółu populacji na trzy podpopulacje: mikropodmioty, małe i średnie podmioty oraz duże podmioty. W efekcie ustalono, iż minimalne wielkości prób badawczych powinny wynieść:

- w przypadku mikropodmiotów – 1061 (przy założeniach: liczebność podpopulacji mikropodmiotów – 189 096; poziom ufności – 0.95, wielkość frakcji – 0.5, błąd maksymalny – 0.03);
- w przypadku małych i średnich podmiotów – 1256 (przy założeniach: liczebność podpopulacji – 3943; poziom ufności – 0.99, wielkość frakcji – 0.5, błąd maksymalny – 0.03);
- w przypadku dużych podmiotów – 82 (przy założeniach: liczebność podpopulacji – 104; poziom ufności – 0.95, wielkość frakcji – 0.5, błąd maksymalny – 0.05).

Dobór reprezentatywnych prób został wykonany przez WUS w Bydgoszcy. Na podstawie operatu REGON ustalono następujące charakterystyki doboru prób losowych:

- pierwsza podpopulacja – podmioty o liczbie pracujących w przedziale 0–9 osób:
 - dobór próby na podstawie wyznaczonej alokacji – sekcje PKD oraz powiaty,
 - liczebność próby – 1100,
 - 5 rekordów przypadających na jeden podmiot;
- druga podpopulacja – podmioty o liczbie pracujących w przedziale od 10 do 249 osób:
 - dobór próby na podstawie wyznaczonej alokacji – sekcje PKD, powiaty, wielkość przedsiębiorstwa,

- liczebność próby – 1300,
- 5 rekordów przypadających na jeden podmiot;
- trzecia podpopulacja – podmioty o liczbie pracujących 250 i więcej osób:
 - pełna populacja,
 - liczebność – 104.

Ostatecznie, w wyniku doboru losowego, otrzymano z WUS próby badawcze o następujących liczebnościach:

- pierwsza podpopulacja – podmioty o liczbie pracujących w przedziale 0–9 osób:
 - liczebność próby – 1100; dodatkowo – 5500;
- druga podpopulacja – podmioty o liczbie pracujących w przedziale od 10 do 249 osób:
 - liczebność próby – 1300; dodatkowo – 2643;
- trzecia podpopulacja – podmioty o liczbie pracujących 250 i więcej osób:
 - pełna populacja – 104.

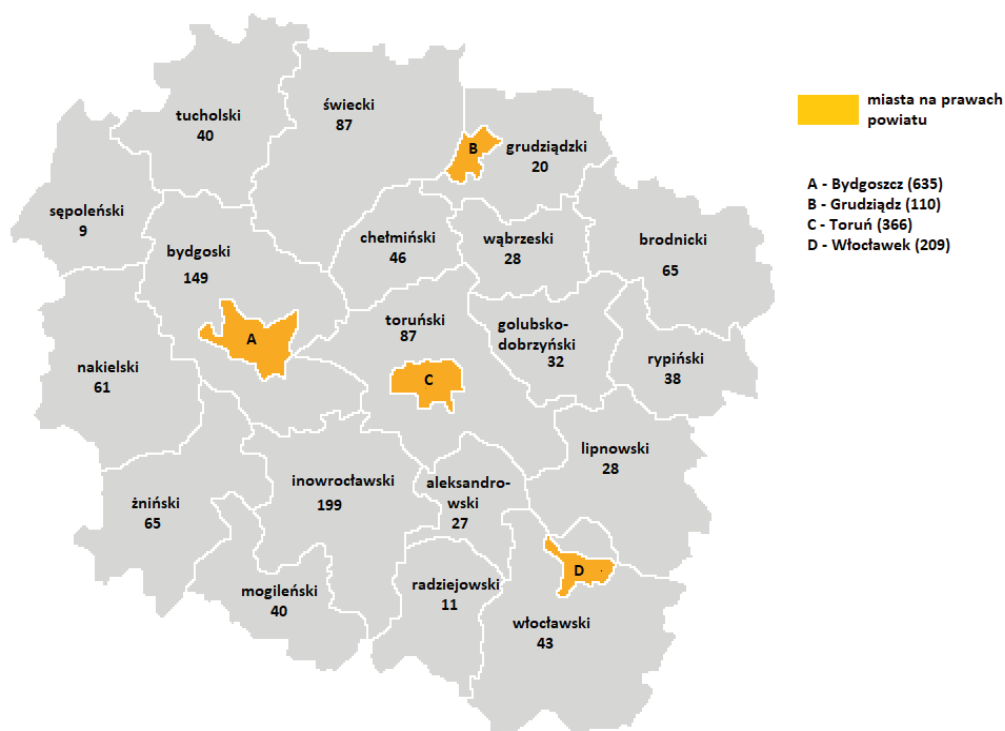
Jak wspomniano, badanie empiryczne zostało przeprowadzone przez Pracownię Badań Społecznych i Marketingowych Soma z Torunia. Pierwszym etapem było stworzenie elektronicznej wersji kwestionariusza wywiadu na podstawie oprogramowania wykorzystywanego przez wykonawcę w badaniach przeprowadzanych metodą CAPI. Następnie, opracowane narzędzie było testowane przez członków zespołu badawczego. Kolejnym krokiem były badania pilotażowe zrealizowane wśród przedstawicieli mikro-, małych, średnich oraz dużych przedsiębiorstw województwa kujawsko-pomorskiego. Celem tego kroku było sprawdzenie reakcji respondentów (reprezentujących podmioty pochodzące z populacji badanej) na zaproponowaną problematykę badawczą, a także poznanie ich ocen odnośnie do liczby zaproponowanych w kwestionariuszu pytań, ich kolejności, treści, sposobu wyskalowania odpowiedzi, jednoznaczności przygotowanych instrukcji itp.). Ostateczną wersję instrumentu, uwzględniającą korekty wprowadzone po badaniach pilotażowych, zastosowano w pomiarze właściwym. W pomiarze tym, w ramach poszczególnych podpopulacji przebadano: 1109 mikropodmiotów, 1286 małych i średnich oraz 32 dużych. W dalszej części niniejszej monografii przedstawiono wyniki uzyskane od 2395 przebadanych mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw.

W postępowaniu badawczym oprócz tradycyjnych metod indukcyjno-deдукcyjnych posłużono się narzędziami statystycznymi, opartymi na programach IBM SPSS Statistics – wersja 26 oraz STATA – wersja 16.1.

2. CHARAKTERYSTYKA BADANYCH PRZEDSIĘBIORSTW

2.1. Informacje podstawowe

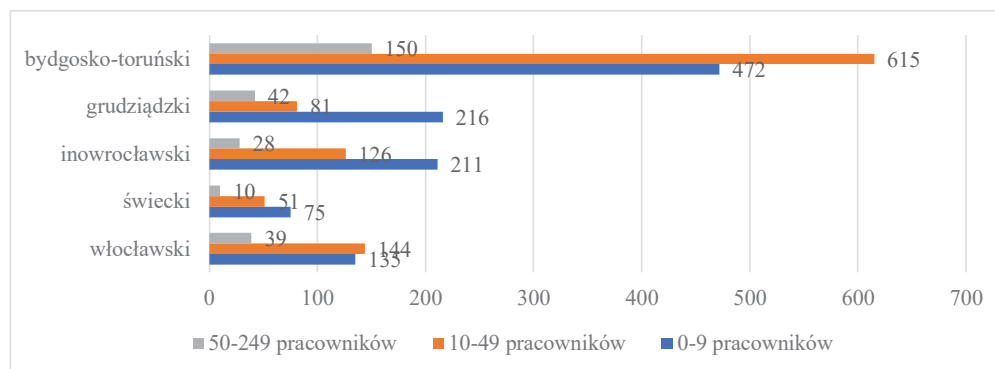
Badaniem objęto 1109 przedsiębiorstw zatrudniających od 0 do 9 pracowników, 1017 – o liczbie pracowników od 10 do 49 oraz 269 – o liczbie pracowników od 50 do 249. Rozkład liczebności badanych przedsiębiorstw według powiatów przedstawiono na rysunku 2.1. W próbie, podobnie jak w całym województwie kujawsko-pomorskim, dominują liczebnie przedsiębiorstwa podregionu bydgosko-toruńskiego (1237 badanych przedsiębiorstw). W kolejnych podregionach NUTS 3 badanie przeprowadzono odpowiednio w: 365 przedsiębiorstwach w podregionie inowrocławskim, 339 – grudziądzkim, 318 – włocławskim i 132 – świeckim.



Rysunek 2.1. Przedsiębiorstwa uczestniczące w badaniu według powiatów

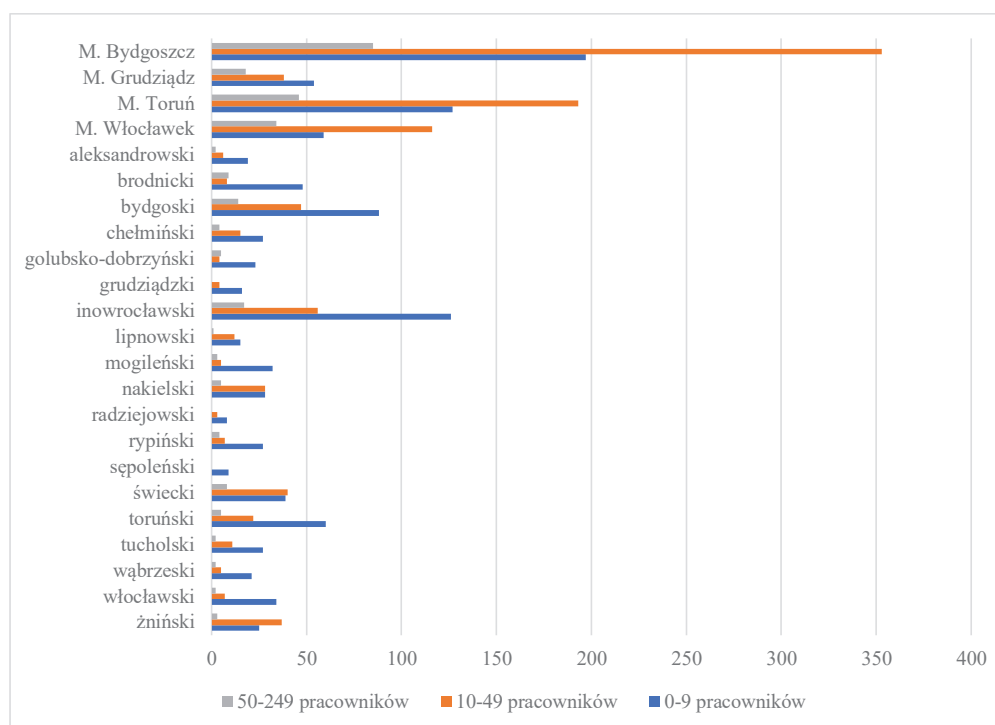
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Rozkład liczebności przedsiębiorstw, które uczestniczyły w badaniu, według regionów NUTS 3 oraz NUTS 4 uwzględniający liczbę zatrudnionych pracowników ilustrują kolejne wykresy (wykres 2.1 i 2.2). W podregionach bydgosko-toruńskim oraz włocławskim najliczniejszą podgrupę stanowią przedsiębiorstwa zatrudniające od 10 do 49 pracowników, w pozostałych podregionach – przedsiębiorstwa o liczbie pracowników od 0 do 9.



Wykres 2.1. Przedsiębiorstwa uczestniczące w badaniu według liczby zatrudnionych i podregionów NUTS 3

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

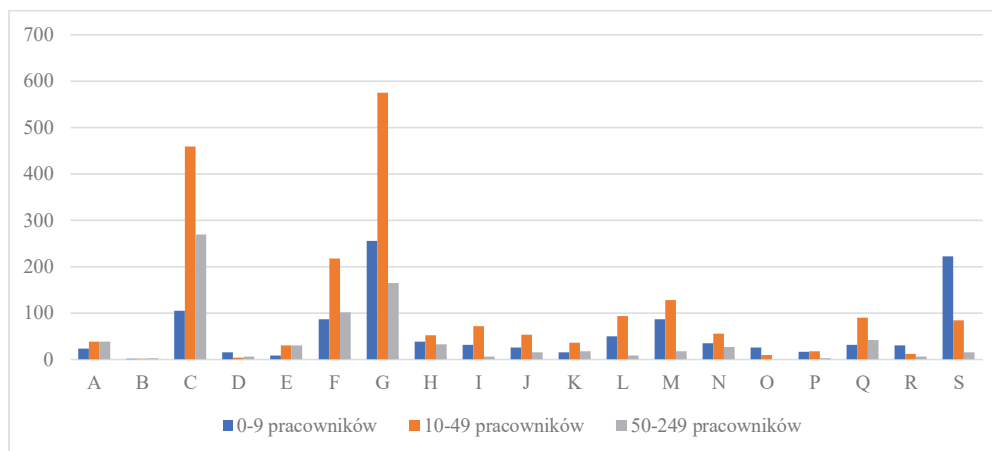


Wykres 2.2. Przedsiębiorstwa uczestniczące w badaniu według liczby zatrudnionych i powiatów

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

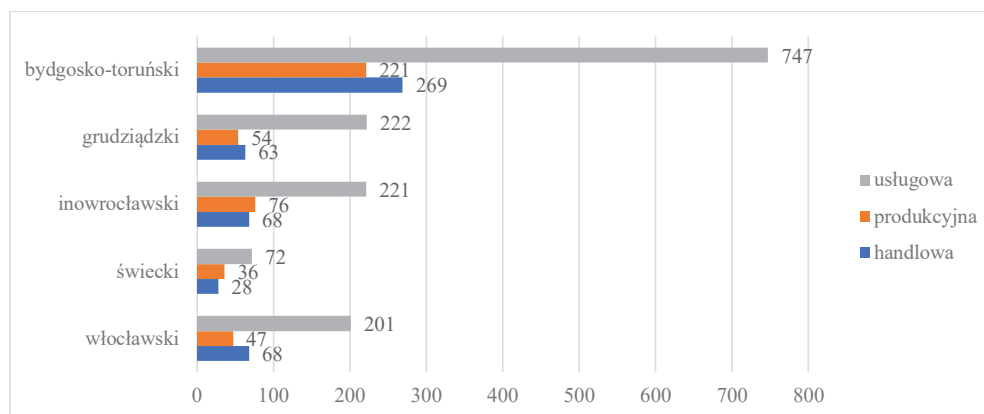
Największy udział badanych przedsiębiorstw (25%) stanowią firmy należące do sekcji G (Handel hurtowy i detaliczny), około 18% to firmy reprezentujące sekcję C (Przetwórstwo przemysłowe). Szczegółowy rozkład liczebności

przedsiębiorstw uwzględniający sekcję PKD oraz wielkość zatrudnienia przedstawia wykres 2.3.



Wykres 2.3. Przedsiębiorstwa uczestniczące w badaniu według sekcji PKD i liczby zatrudnionych
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

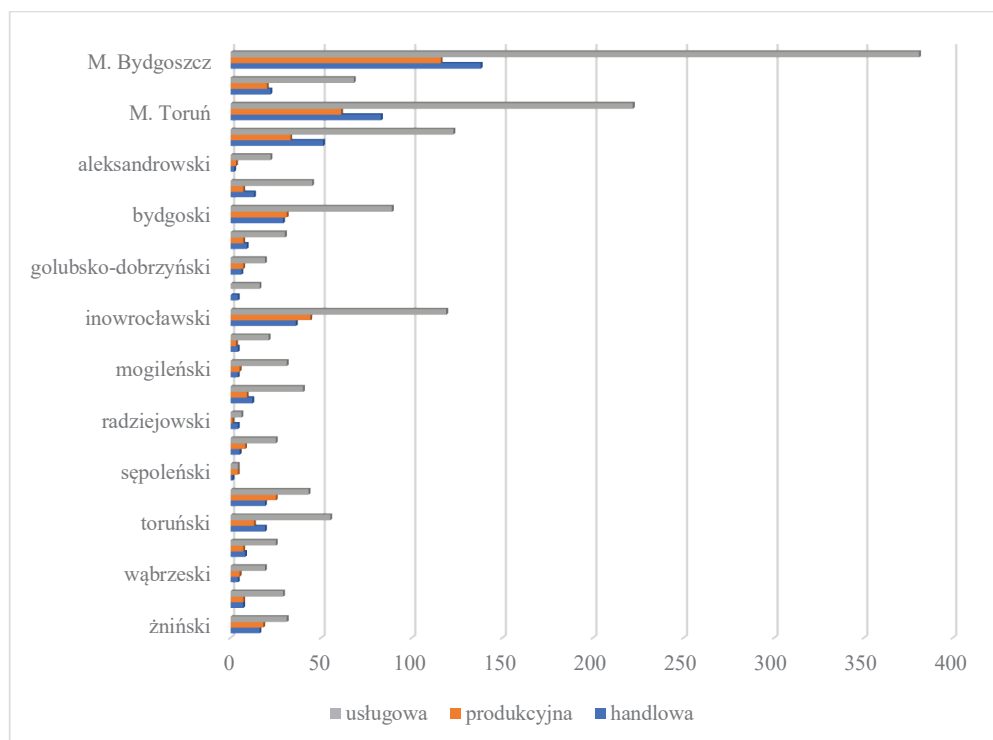
Uwzględniając deklarację respondentów dotyczącą działalności przedsiębiorstwa, należy zauważyć, iż w województwie kujawsko-pomorskim dominują przedsiębiorstwa handlowe (60,4%), mniej liczną grupę stanowią te, których działalność ma charakter usługowy (21,7%), a najmniej liczną – przedsiębiorstwa produkcyjne (17,9%)⁶. Rozkład liczebności przedsiębiorstw biorących udział w badaniu z uwzględnieniem regionów NUTS 3 i NUTS 4 ilustrują wykresy 2.4 i 2.5.



Wykres 2.4. Przedsiębiorstwa uczestniczące w badaniu według deklarowanego rodzaju działalności i podregionów NUTS 3

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

⁶ Dwa z badanych przedsiębiorstw nie wskazały rodzaju prowadzonej działalności.

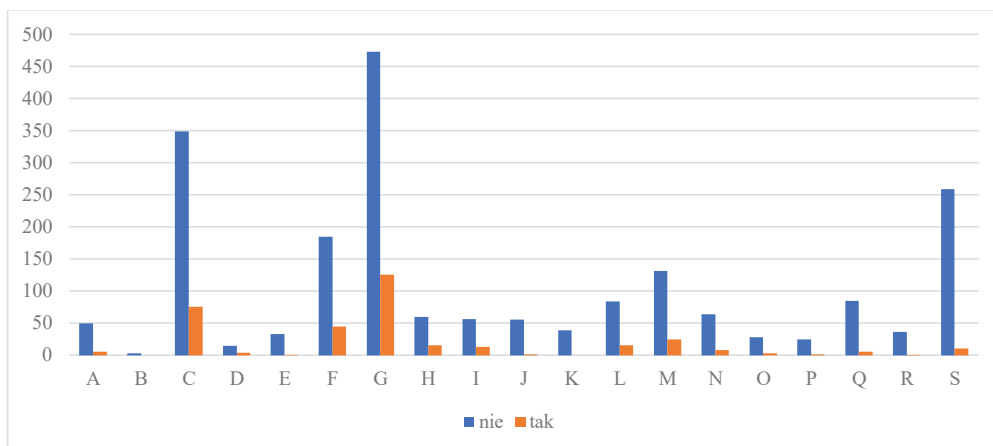


Wykres 2.5. Przedsiębiorstwa uczestniczące w badaniu według deklarowanego rodzaju działalności i powiatów

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

2.2. Przedsiębiorstwa rodzinne

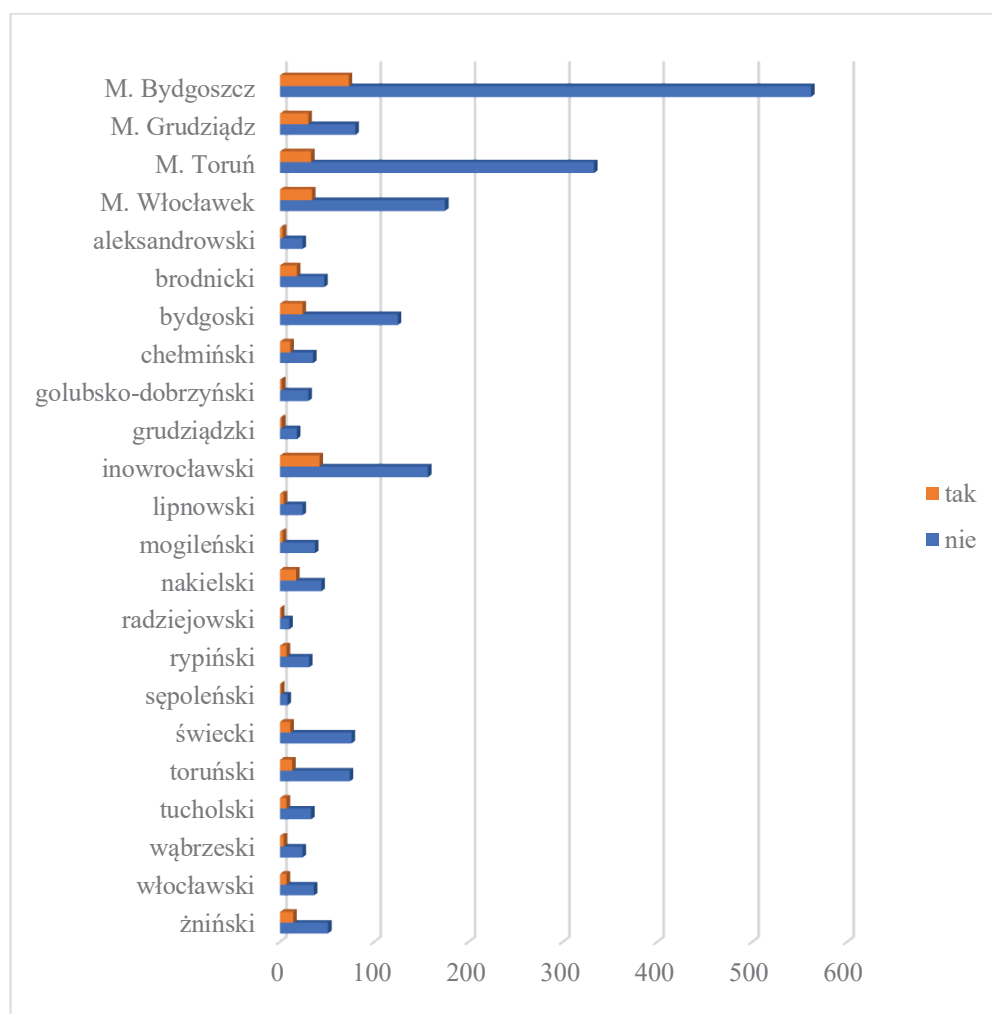
Wyniki badania pokazują, że w województwie kujawsko-pomorskim przedsiębiorstwa rodzinne stanowią 15% ogółu, przy czym w przypadku przedsiębiorstw o liczbie zatrudnionych 0–9 jest ich około 14,5%, wśród przedsiębiorstw zatrudniających 10–49 pracowników – 16,7%. Przedsiębiorstwa rodzinne stanowią najmniejszy udział wśród przedsiębiorstw o liczbie zatrudnionych 50–249 (11,5%). Rozkład liczebności przedsiębiorstw rodzinnych z uwzględnieniem sekcji PKD ilustruje wykres 2.6.



Wykres 2.6. Przedsiębiorstwa rodzinne według sekcji PKD

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy udział przedsiębiorstw rodzinnych występuje w podregionach grudziądzkim (21,8%) oraz inowrocławskim (20,8%). W podregionach świeckim (14%) i włocławskim (15,4%) jest to odsetek zbliżony do wielkości reprezentowanej przez ogół przedsiębiorstw w województwie, zaś najmniejszy udział przedsiębiorstw rodzinnych obserwuje się w regionie bydgosko-toruńskim (11,6%). Rozkład liczebności przedsiębiorstw rodzinnych w rozbiciu na powiaty przedstawiono na wykresie 2.7.



Wykres 2.7. Przedsiębiorstwa rodzinne według powiatów

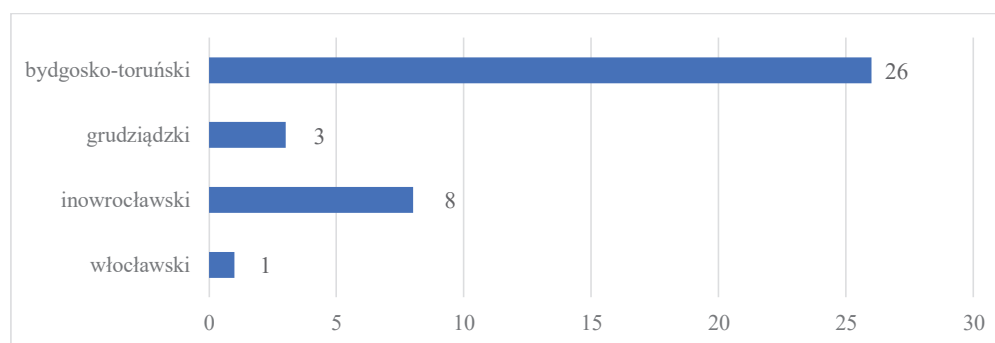
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

2.3. Zmiany własnościowe

Jedynie około 1,6% badanych przedsiębiorstw województwa zadeklarowało, iż w najbliższych latach planuje zmiany własnościowe, przy czym w przypadku przedsiębiorstw o liczbie zatrudnionych od 0 do 9 pracowników jest ich 1,44%, o liczbie zatrudnionych od 10 do 49 osób – 2,6%. Najmniejszy udział przedsiębiorstw planujących zmiany własnościowe został zaobserwowany wśród przedsiębiorstw o liczbie pracowników od 50 do 249 (0,37%). Wyniki

badania wskazują, że sekcje, do których należy największy udział przedsiębiorstw deklarujących przyszłe zmiany własnościowe, to: D (5,3%), F (2,2%), H (2,6%), K (2,6%), L (2%), M (2,55%), N (2,8%), O (3,2%), P (7,4%) oraz Q (3,3%). Z kolei wszystkie przedsiębiorstwa należące do sekcji A, B, E, I, J oraz R zadeklarowały, iż takich zmian nie przewidują w najbliższych latach. Podregionem o największym udziale przedsiębiorstw przewidujących zmiany własnościowe jest podregion inowrocławski (2,5%). W podregionach bydgosko-toruńskim i świeckim udział przedsiębiorstw, które noszą się z zamiarem wprowadzenia zmian własnościowych, jest na poziomie udziału dla województwa, a w podregionach grudziądzkim (1,18%) i włocławskim (0,94%) odsetek ten jest najmniejszy.

Spośród badanych firm województwa kujawsko-pomorskiego 38 (1,6%) zadeklarowało plany wejścia na giełdę. Do sekcji, w których udział takich firm jest najwyższy, należą: A (1,8%), C (2,4%), F (1,7%), G (1,7%), J (3,5%), K (2,6%), M (1,9%), P (3,7%), Q (2,2%) oraz R (2,6%). Natomiast wejścia na giełdę nie przewidują w najbliższych latach wszystkie przedsiębiorstwa należące do sekcji B, D, E, I, N, O. Rozkład liczby badanych przedsiębiorstw planujących wejście na giełdę według podregionów NUTS 3 przedstawia wykres 2.8.

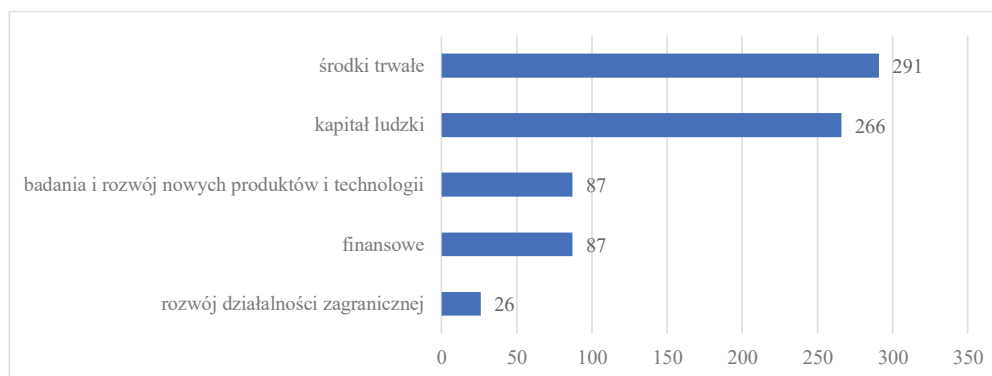


Wykres 2.8. Przedsiębiorstwa planujące wejście na giełdę według podregionów NUTS 3

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

2.4. Ocena planowanych inwestycji

Ocena własnej sytuacji oraz plany przedsiębiorstw pozostają w korelacji z otoczeniem makroekonomicznym. W przeprowadzonym badaniu uwzględniono plany inwestycyjne przedsiębiorstw, co może być pomocne w rozpoznaniu warunków do rozwoju firm. Jak wynika z przeprowadzonego badania, około 19% przedsiębiorstw województwa kujawsko-pomorskiego deklaruje, że zamierza inwestować w ciągu najbliższych 2–3 lat. Przedsiębiorstwa województwa kujawsko-pomorskiego najczęściej planują inwestycje w środki trwałe i/lub w kapitał ludzki (np. szkolenia pracowników) (wykres 2.9). Inwestycje finansowe oraz w badania i rozwój nowych produktów i technologii planuje około 19% przedsiębiorstw, które zadeklarowały plany inwestycji w najbliższym okresie. Najmniej firm planuje inwestycje w rozwój działalności zagranicznej.



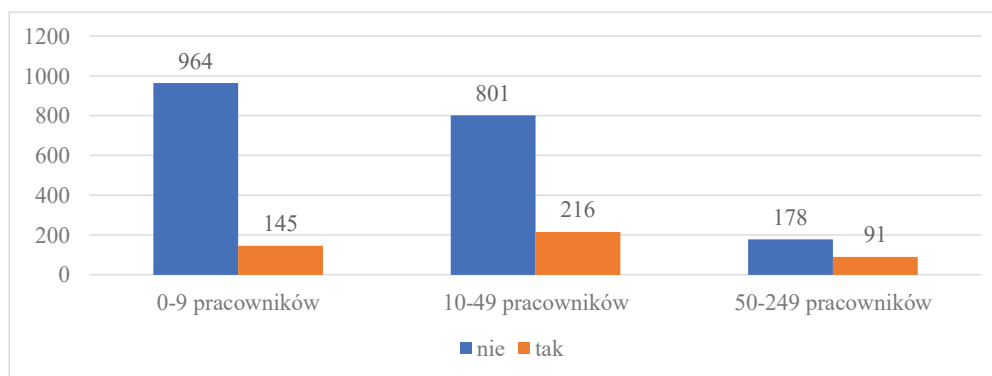
Wykres 2.9. Przedsiębiorstwa planujące inwestycje według celu inwestycji

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Przedsiębiorstwa, które planują inwestycje, wskazywały w badaniu, jakiego obszaru będą one potencjalnie dotyczyć. Najczęściej (około 75% przedsiębiorstw) przewiduje inwestycje w dotychczasowym miejscu działania oraz w regionie (42,5% badanych). Wyraźnie mniej chętnie przedsiębiorstwa planują inwestycje poza regionem (około 10%) i jedynie 1,3% za granicą. Najczęściej przedsiębiorstwa mają zamiar sfinansować planowane inwestycje ze środków własnych (88,5%). Około 18% badanych firm województwa kujawsko-pomorskiego, które planują inwestycje, wskazały, że udział ich środków własnych będzie stanowił 100%. Natomiast co czwarte badane przedsiębiorstwo deklarujące zamiar inwestowania wskazało na udział środków własnych poniżej 25%.

Możliwość skorzystania z kredytu deklaruje około 43% przedsiębiorstw, ze środków unijnych – 31,4%. Inne źródła finansowania (leasing, sponsorzy) wskazało jedynie 1,5% badanych firm województwa, które planują inwestycje w najbliższym okresie. Warto podkreślić, że ponad połowa badanych respondentów (51%) jest zdania, że istniejące na rynku możliwości finansowania inwestycji nie odpowiadają potrzebom ich przedsiębiorstw. W przypadku przedsiębiorstw o liczbie zatrudnionych poniżej 10 osób taką opinię reprezentuje około 56% badanych, mniej (48%) – respondenci z przedsiębiorstw o liczbie zatrudnionych od 10 do 49, w ostatniej grupie jest ich 54%.

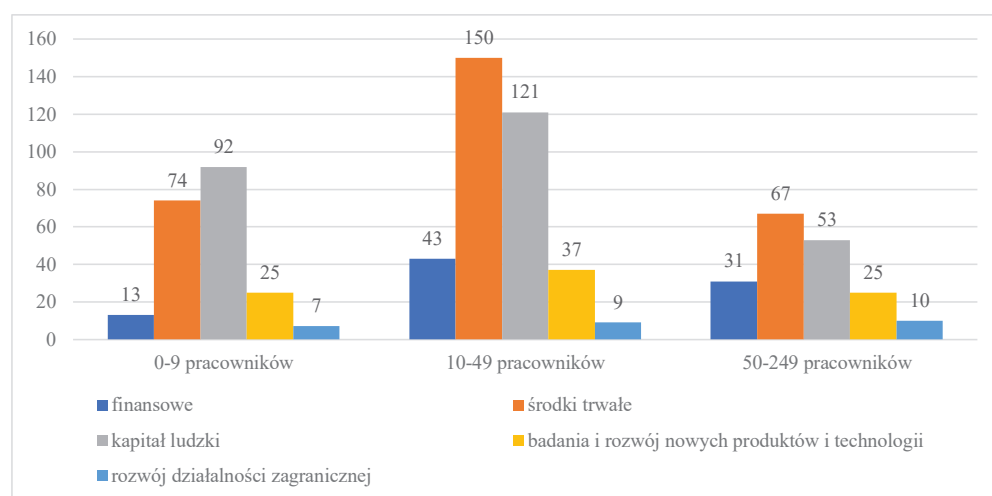
Co trzecie przedsiębiorstwo zatrudniające od 50 do 249 planuje w najbliższym okresie inwestycje, wśród przedsiębiorstw o liczbie zatrudnionych od 10 do 49 jest ich 21%. Natomiast najmniejszy udział firm, które noszą się z zamiarem inwestowania (13%), jest wśród przedsiębiorstw zatrudniających poniżej 10 pracowników. Szczegółowy rozkład liczby przedsiębiorstw, które planują (bądź nie planują) inwestować, zilustrowano na wykresie 2.10.



Wykres 2.10. Przedsiębiorstwa planujące inwestycje według wielkości zatrudnienia

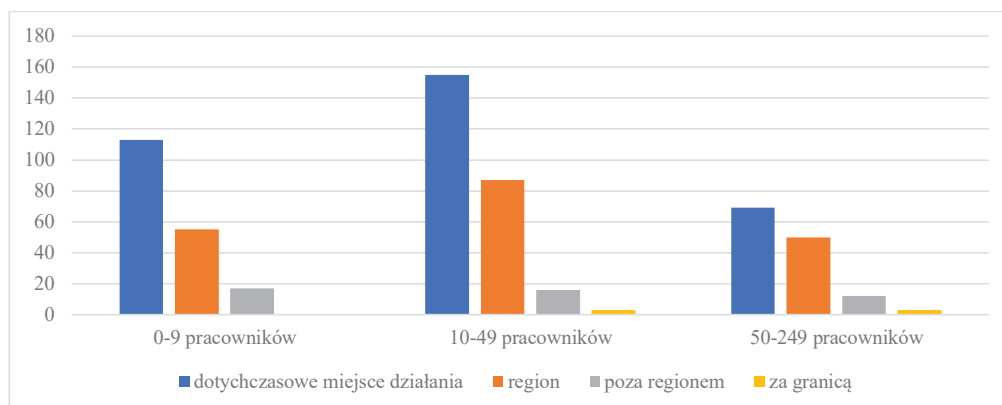
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Wśród przedsiębiorstw zatrudniających od 0 do 9 pracowników, które planują inwestycje, respondenci najczęściej deklarowali chęć inwestowania w kapitał ludzki. Natomiast w dwóch pozostałych grupach przedsiębiorstw najczęściej planowane są inwestycje w środki trwałe (wykres 2.11). Należy podkreślić, że wskazując cel inwestycji, respondenci mogli podać dowolną liczbę wskazań. W każdej z trzech grup przedsiębiorstw przeważają plany inwestowania w dotychczasowym miejscu działania (wykres 2.12).



Wykres 2.11. Przedsiębiorstwa planujące inwestycje według celu inwestycji i wielkości zatrudnienia

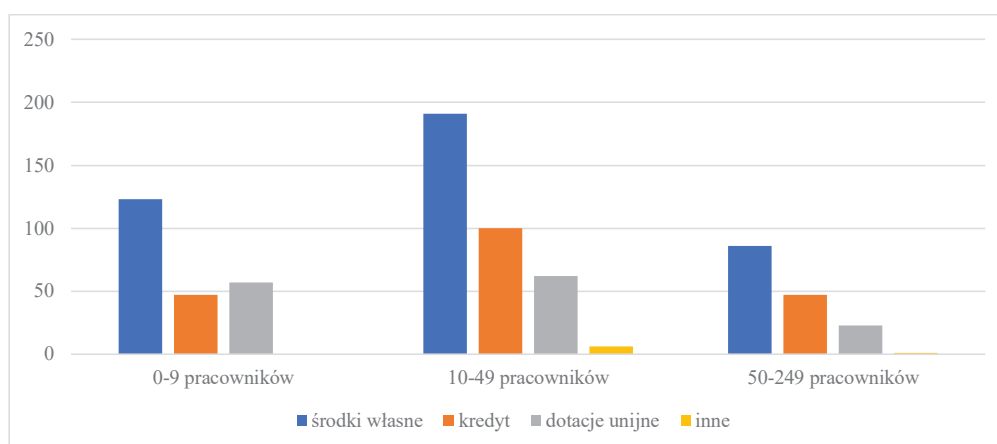
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.



Wykres 2.12. Przedsiębiorstwa planujące inwestycje według wielkości zatrudnienia i obszaru inwestowania

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

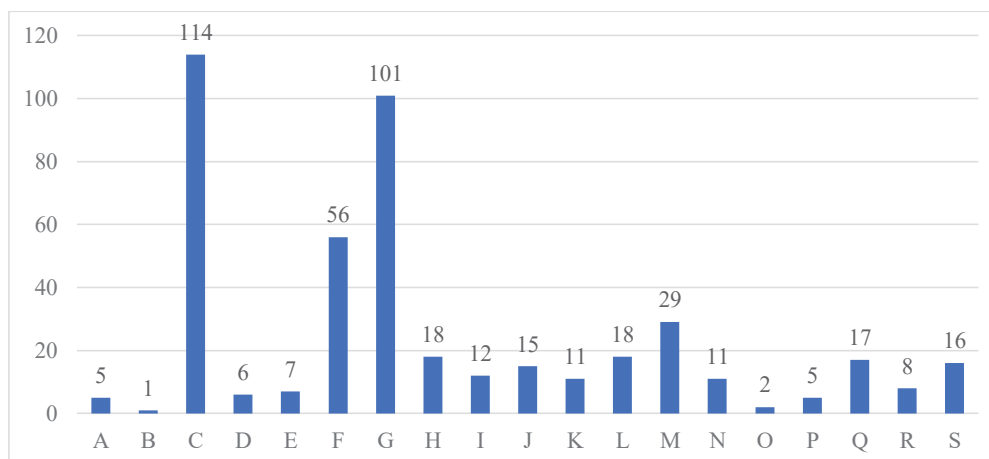
Bez względu na wielkość przedsiębiorstwa jako źródło finansowania planowanych inwestycji przedsiębiorstwa najczęściej wskazywały środki własne (wykres 2.13). Ponadto przedsiębiorstwa zatrudniające od 10 do 49 pracowników oraz przedsiębiorstwa o liczbie zatrudnionych od 50 do 249 częściej wskazują kredyt niż dotacje unijne jako źródła finansowania inwestycji. Wśród przedsiębiorstw zatrudniających poniżej 10 pracowników widoczna jest odwrotna tendencja.



Wykres 2.13. Przedsiębiorstwa planujące inwestycje według wielkości zatrudnienia i źródła inwestowania.

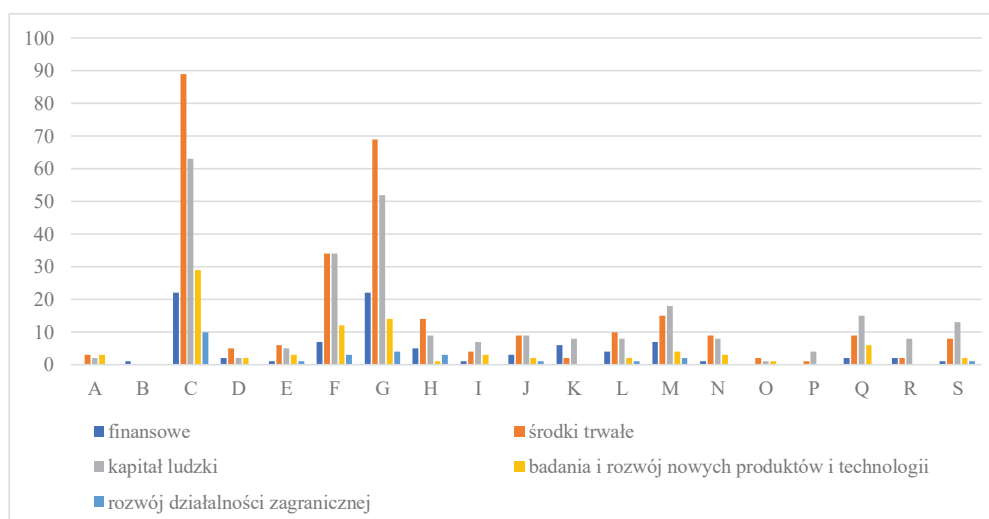
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Uwzględniając podział badanych przedsiębiorstw według sekcji PKD, wyniki badania wskazują, że wśród firm, które zamierzają inwestować, dominują przedsiębiorstwa należące do sekcji C oraz G (wykres 2.14). Na wykresie 2.15 wskazano preferowane cele inwestycyjne przedsiębiorstw z uwzględnieniem sekcji PKD.



Wykres 2.14. Przedsiębiorstwa planujące inwestycje według sekcji PKD

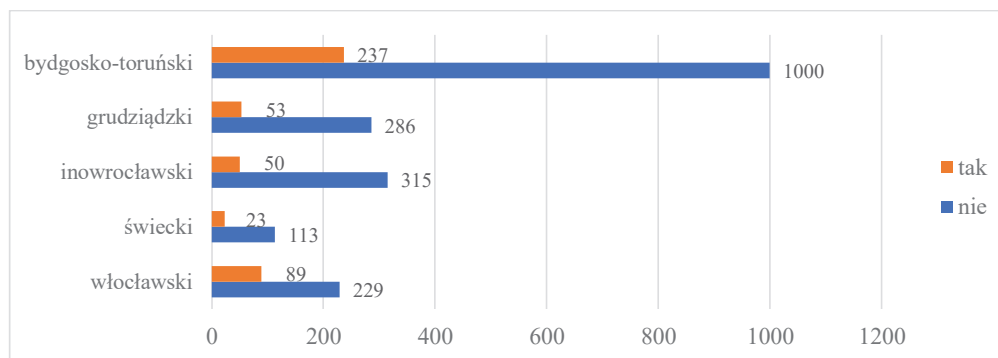
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.



Wykres 2.15. Przedsiębiorstwa planujące inwestycje według celu inwestycji i PKD

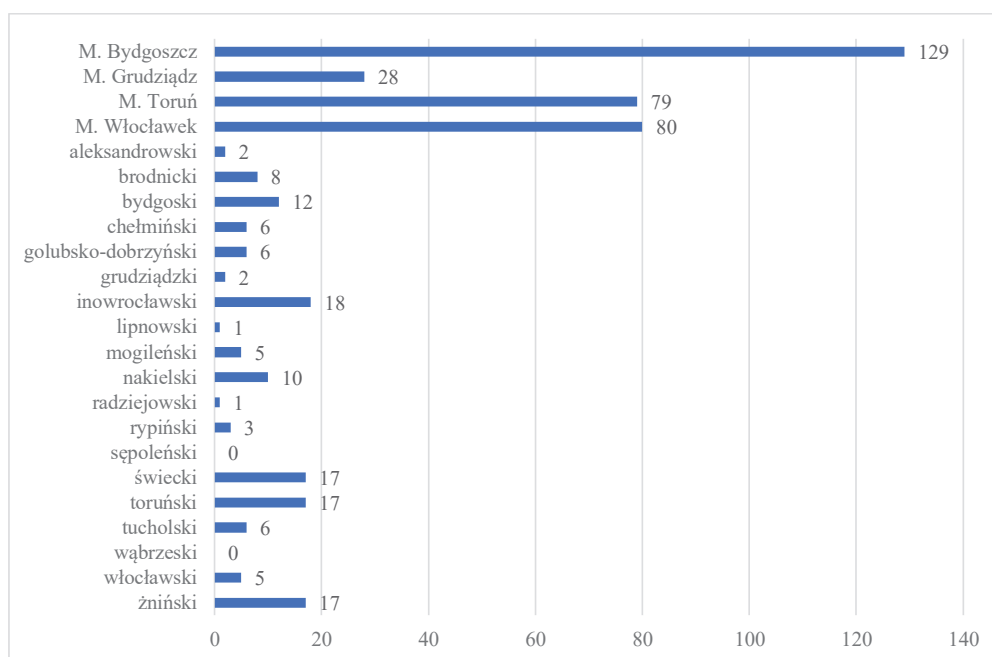
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Wśród przedsiębiorstw, które mają zamiar inwestować w najbliższych latach, dominują przedsiębiorstwa podregionu bydgosko-toruńskiego, najmniej takich firm jest w podregionie świeckim (wykres 2.16). Jednak podregionem, w którym udział takich przedsiębiorstw jest największy, jest podregion włocławski, gdzie plany związane z inwestycjami deklaruje około 28% badanych przedsiębiorstw. Rozkład liczby przedsiębiorstw planujących inwestycje w najbliższym okresie według podregionów NUTS 3 oraz NUTS 4 przedstawiają wykresy 2.16 i 2.17.



Wykres 2.16. Przedsiębiorstwa planujące inwestycje według podregionów NUTS 3

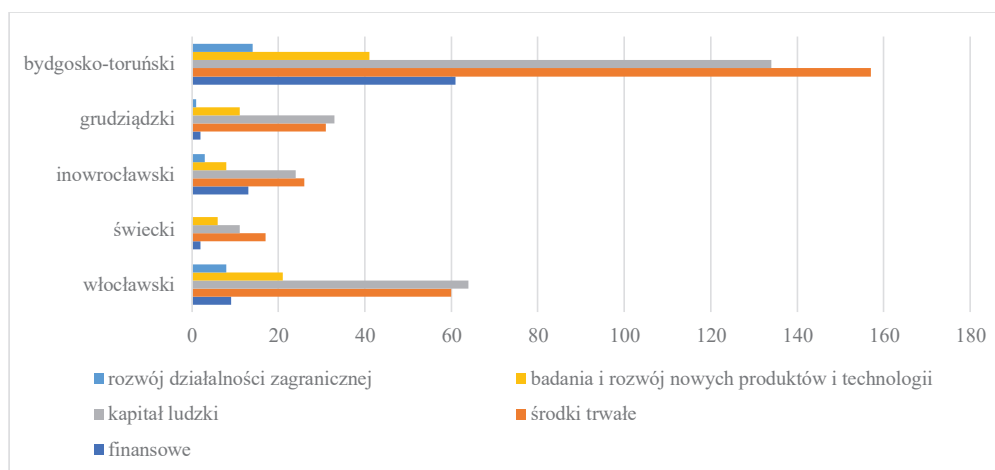
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.



Wykres 2.17. Przedsiębiorstwa planujące inwestycje według powiatów

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

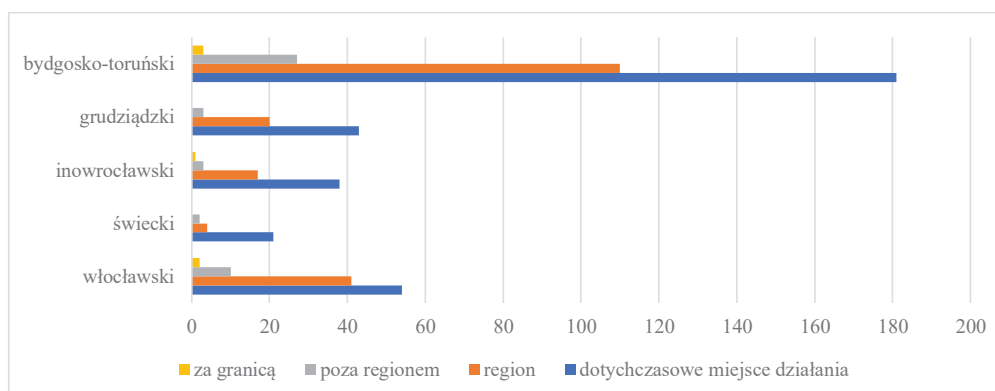
Plany dotyczące inwestycji w środki trwałe dominują jako odpowiedzi respondentów z podregionów bydgosko-toruńskiego, inowrocławskiego i świeckiego. Natomiast chęć inwestowania w kapitał ludzki była najczęściej deklarowana przez przedsiębiorstwa planujące inwestycje w podregionach grudziądzkim i włocławskim (wykres 2.18).



Wykres 2.18. Przedsiębiorstwa planujące inwestycje według celu inwestycji i podregionów NUTS 3

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

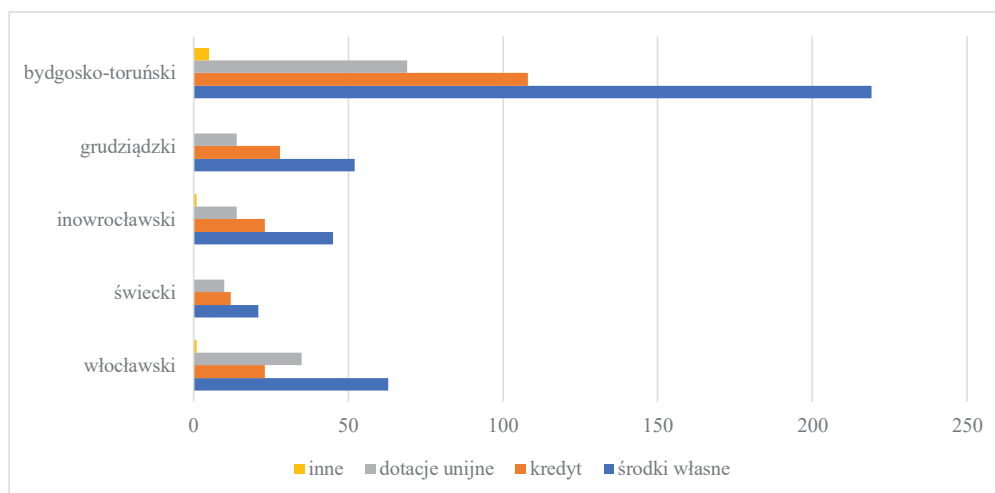
Biorąc pod uwagę obszar inwestycji bez względu na rodzaj podregionu dominują plany inwestycyjne w obszarze dotychczasowego miejsca działania. Na drugim miejscu są inwestycje w regionie (wykres 2.19).



Wykres 2.19. Przedsiębiorstwa planujące inwestycje według obszaru inwestycji i podregionów NUTS 3

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Z kolei patrząc przez pryzmat źródeł finansowania planowanych inwestycji, podobnie jak w przypadku całej badanej próby, dominują tu środki własne (wykres 2.20).



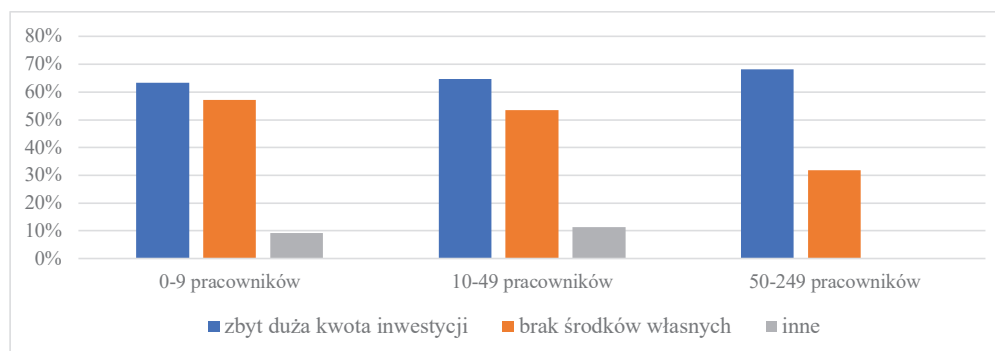
Wykres 2.20. Przedsiębiorstwa planujące inwestycje według źródeł inwestowania i podregionów NUTS 3

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

2.5. Rezygnacja z planów inwestycyjnych

W ostatnich trzech latach z realizacji inwestycji zrezygnowało około 8,7% badanych przedsiębiorstw województwa kujawsko-pomorskiego. Najczęściej respondenci jako przyczynę rezygnacji podawali zbyt dużą kwotę zaplanowanej inwestycji (64%) oraz brak środków własnych (53%). Inne przyczyny rezygnacji dotyczyły 9% przedsiębiorstw, które nie zrealizowały zaplanowanych inwestycji. Jako powody wycofania się z zamierzeń inwestycyjnych wskazano między innymi: brak koniunktury, brak wsparcia finansowego instytucji, niepewność rynkową, regulacje ustawowe, przeszkody biurokratyczne.

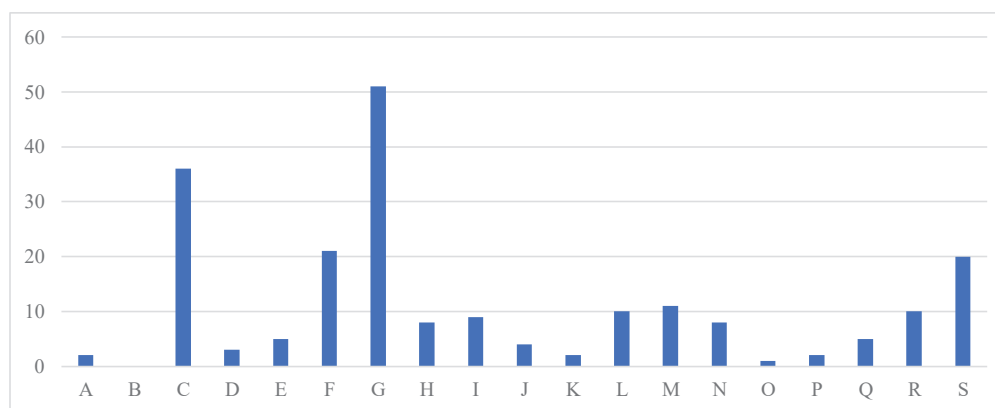
Odsetek przedsiębiorstw, które zrezygnowały z realizacji inwestycji w każdej z grup przedsiębiorstw uwzględnionej w badaniu, był zbliżony (8,2–8,8%). Zbyt dużą kwotę inwestycji wskazywano najczęściej w każdej grupie, choć największy odsetek wskazań tej przyczyny wystąpił wśród przedsiębiorstw zatrudniających od 50 do 249 pracowników (68%). Brak środków własnych stanowił przeszkodę dla 57% przedsiębiorstw zatrudniających poniżej 10 osób, 53% przedsiębiorstw o liczbie zatrudnionych od 10 do 49 osób i 32% przedsiębiorstw zatrudniających od 50 do 249 osób (wykres 2.21).



Wykres 2.21. Przyczyny rezygnacji z inwestycji w przedsiębiorstwach według wielkości zatrudnienia

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

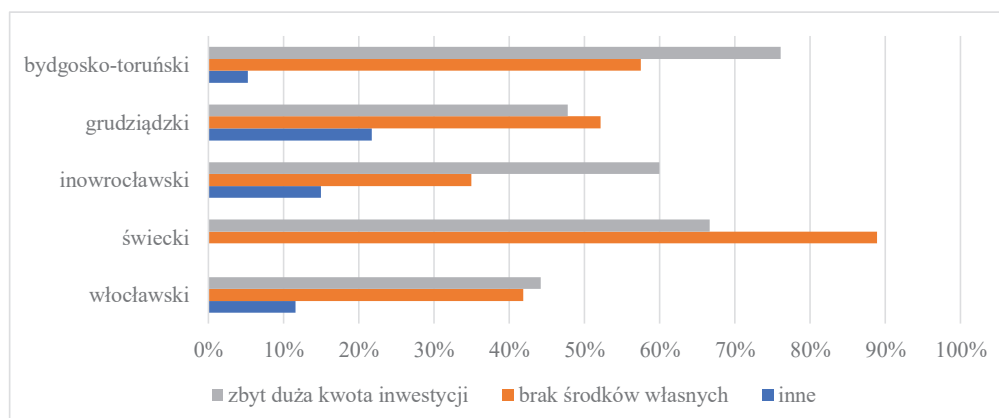
Szczegółowy rozkład liczebności badanych przedsiębiorstw, które zrezygnowały z inwestycji w ostatnich trzech latach z uwzględnieniem sekcji PKD, przedstawiono na wykresie 2.22.



Wykres 2.22. Przedsiębiorstwa, które zrezygnowały z inwestycji według sekcji PKD

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Wyniki badania wskazują, że największy udział przedsiębiorstw, które zrezygnowały z inwestycji w ostatnich trzech latach obserwowany jest w podregionie włocławskim (13,5%) oraz bydgosko-toruńskim (9,1%). W pozostałych podregionach udział ten był na zbliżonym poziomie: w podregionie grudziądzkim – 6,8%, świeckim – 6,6%, inowrocławskim – 5,5%. Jednak struktura wskazań dotycząca przyczyn jest odmienna w podregionach województwa (wykres 2.23).



Wykres 2.23. Przyczyny rezygnacji z inwestycji w przedsiębiorstwach według podregionów

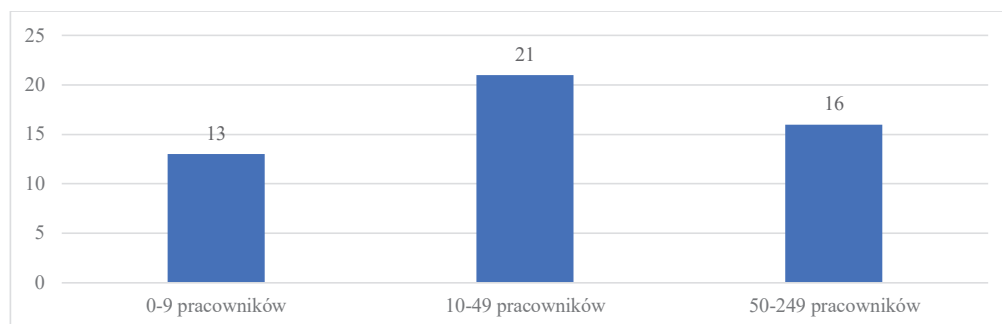
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

2.6. Kapitał zagraniczny

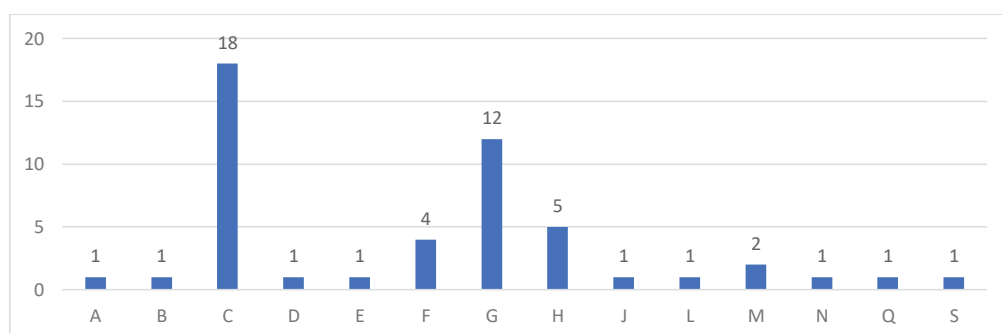
Udział podmiotów z kapitałem zagranicznym w ogólnej liczbie tych podmiotów jest stosunkowo niewielki. Wyniki badania wskazują, że 50 badanych przedsiębiorstw województwa kujawsko-pomorskiego (co stanowi 2,1%) to przedsiębiorstwa z kapitałem zagranicznym, a przedsiębiorstw, w których kapitał zagraniczny stanowi 100% jest niespełna 0,5% ogółu uczestniczących w badaniu. Według danych uzyskanych w badaniu kapitał zagraniczny znajdujący się w podmiotach działających w województwie pochodzi z różnych krajów. Największy udział w przedsiębiorstwach z kapitałem zagranicznym stanowią podmioty z kapitałem pochodzącym z Niemiec (38%). Ponadto respondenci wskazywali, że kapitał w ich przedsiębiorstwach pochodzi z Niderlandów (8%), Francji (6%), Wielkiej Brytanii (6%), Szwecji, USA, Danii, Japonii, Grecji, Irlandii, Chin, Czech, Belgii, Rosji i Turcji.

Na wykresie 2.24 zaprezentowano dane dotyczące liczby przedsiębiorstw z udziałem kapitału zagranicznego według wielkości przedsiębiorstwa.

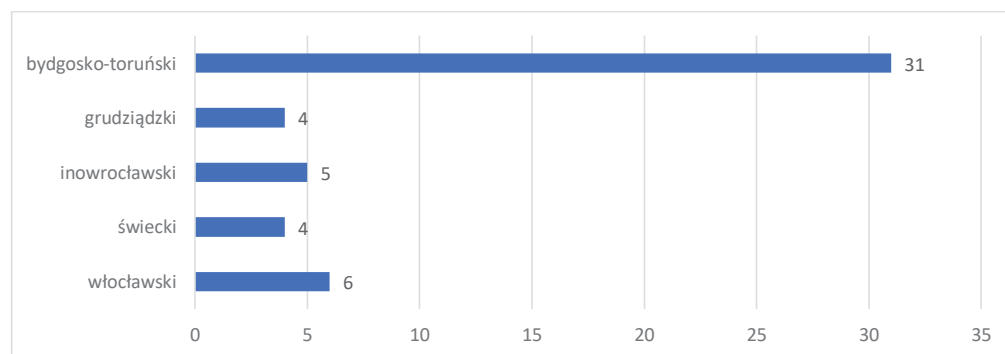
Wyniki badania wskazują, że najwięcej podmiotów z kapitałem zagranicznym należy do sekcji C oraz G (wykres 2.25). Z kolei uwzględniając lokalizację tych przedsiębiorstw w podregionach województwa, należy zauważyć, że najwięcej podmiotów z kapitałem zagranicznym znajduje się w podregionie bydgosko-toruńskim (wykres 2.26).



Wykres 2.24. Przedsiębiorstwa z udziałem kapitału zagranicznego według wielkości przedsiębiorstwa
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.



Wykres 2.25. Przedsiębiorstwa z udziałem kapitału zagranicznego według sekcji PKD
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.



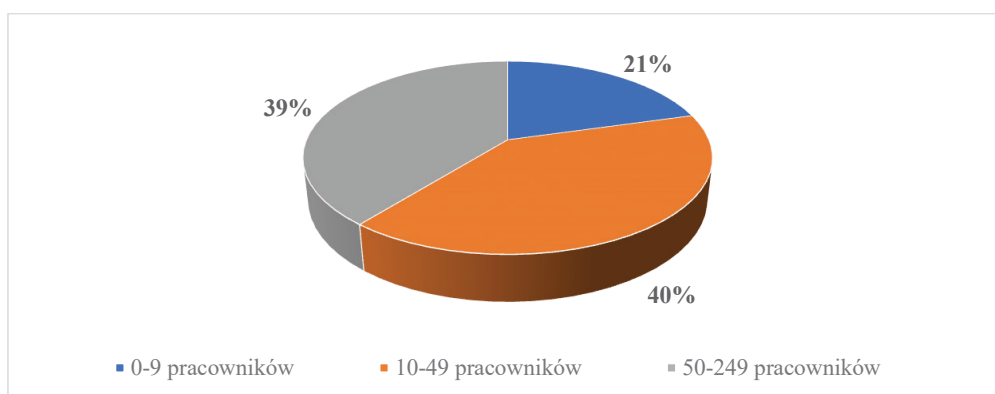
Wykres 2.26. Przedsiębiorstwa z udziałem kapitału zagranicznego według sekcji PKD
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

2.7. Działalność eksportowa

Przedsiębiorstwa województwa kujawsko-pomorskiego, podobnie jak innych regionów kraju, funkcjonują w otoczeniu gospodarczym o dość wysokiej zmienności, którą determinują między innymi: spowolnienie popytu zagranicznego parterów handlowych i ogólnosiwiatowego handlu, niepewność w zakresie polityk celnych i wyjścia Wielkiej Brytanii z Unii Europejskiej. W przeprowadzonym wywiadzie pytano respondentów o to, czy eksportują swoje produkty,

a jeżeli tak, do jakiego kraju najczęściej oraz jaki jest udział eksportu w sprzedaży ogółem. Wyniki badania wskazują, że jedynie 4,2% przedsiębiorstw województwa eksportuje swoje produkty. Największy udział w eksporcie podmioty województwa kujawsko-pomorskiego mają z krajami Unii Europejskiej – około 90% podmiotów eksplorujących swoje produkty wskazało kraje UE. Wśród krajów Wspólnoty najczęściej wskazywano Niemcy (45,4%) jako kraj, do którego kierowana jest dominująca część eksportowanych produktów. Mniejszy udział stanowią podmioty, które eksportowane produkty kierują do krajów Europy Środkowo-Wschodniej (głównie Rosji) – 6,2% oraz krajów innych kontynentów. Przeciętny udział deklarowanego eksportu w wartości sprzedaży ogółem wynosi 26%, choć deklarowany udział eksportu charakteryzuje się dużą rozpiętością – od 1% do 100%. Jedynie 8,2% eksportujących przedsiębiorstw deklaruje, że ich udział eksportu w wartości sprzedaży jest większy lub równy 50%.

Dalsza prezentacja wyników badania będzie odnosić do przedsiębiorstw, które zadeklarowały, iż eksportują swoje towary. Uwzględniając wielkość przedsiębiorstwa, dostrzec można znaczące różnice w udziale podmiotów eksportujących swoje produkty – wśród mikroprzedsiębiorstw jedynie 1,8%, spośród podmiotów o liczbie zatrudnionych od 10 do 49 osób takie firmy stanowią około 4%. Największy udział (16,5%) podmiotów deklarujących eksport obserwujemy w grupie średnich przedsiębiorstw. Z kolei strukturę liczebności ogółu, czyli 97 eksportujących podmiotów, ze względu na wielkość zatrudnienia przedstawiono na wykresie 2.27.



Wykres 2.27. Przedsiębiorstwa eksportujące swoje produkty według liczby zatrudnionych.

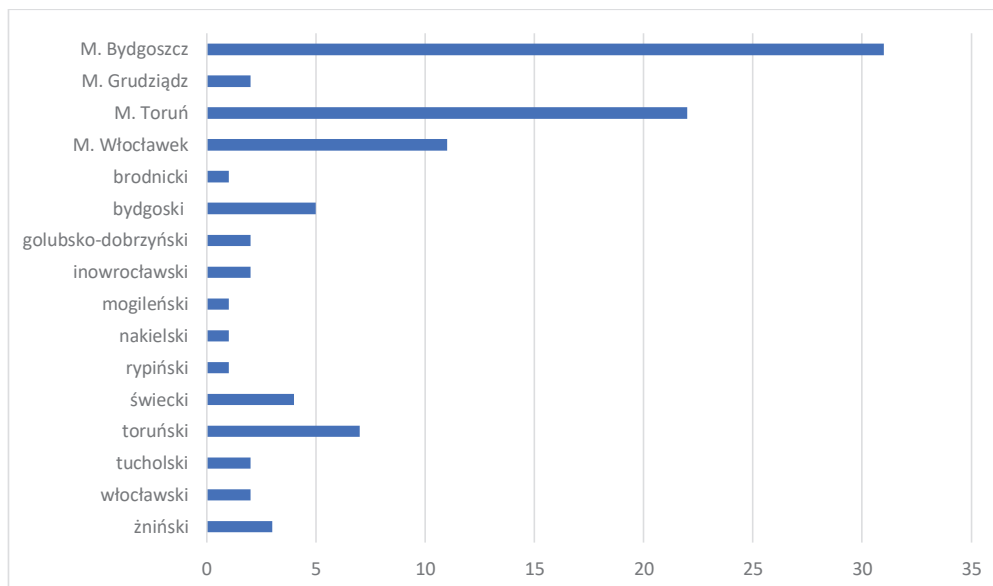
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Przeciętny udział eksportu w sprzedaży ogółem dla trzech grup podmiotów zaklasyfikowanych według wielkości zatrudnienia jest następujący:

- przedsiębiorstwa o liczbie zatrudnionych poniżej 10 osób: 31%,
- przedsiębiorstwa o liczbie zatrudnionych od 10 do 49 osób: 21%,
- przedsiębiorstwa o liczbie zatrudnionych od 50 do 249 osób: 29%.

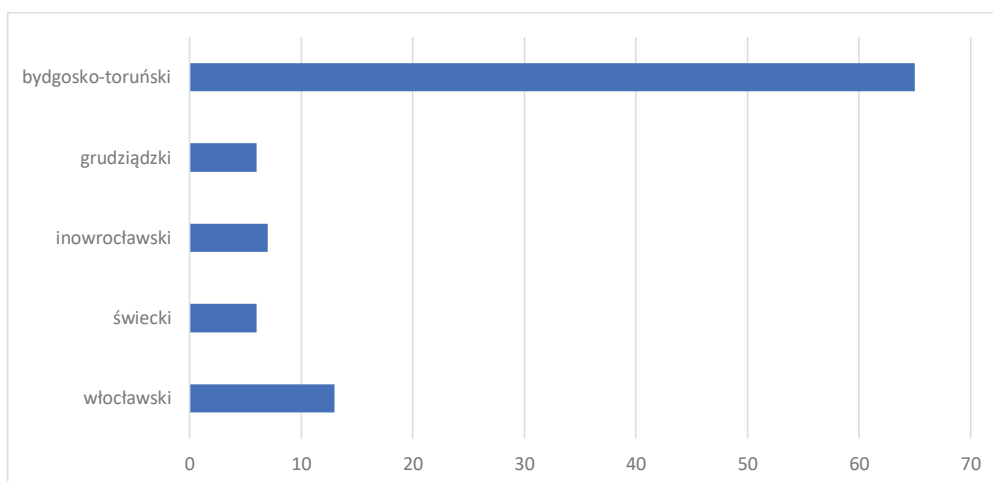
Największy udział podmiotów eksportujących swoje produkty przypada na sekcję C, w której takich firm jest 13,3%. Powoduje to, iż ponad połowa firm eksportujących swoje produkty (51,5%) to właśnie przedsiębiorstwa z sekcji: przetwórstwo przemysłowe. Pozostałe przedsiębiorstwa deklarujące eksport należą do sekcji: E, F, G, H, I, J, L, M, N, P, S.

Rozpatrując podmioty eksplorujące swoje towary według lokalizacji przedsiębiorstw należy podkreślić, że najczęściej eksportujących firm znajduje się w Bydgoszczy, Toruniu i Włocławku (wykres 2.28). Taka lokalizacja firm według powiatów determinuje rozkład eksportujących przedsiębiorstw według podregionów (wykres 2.29).



Wykres 2.28. Rozkład liczby podmiotów eksportujących swoje produkty według powiatów

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.



Wykres 2.29 Rozkład liczby podmiotów eksportujących swoje produkty według podregionów

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

2.8. Działalność badawczo-rozwojowa

Działalność badawcza (research) i prace rozwojowe (development) obejmują systematycznie podejmowaną pracę twórczą w celu zwiększenia zasobów wiedzy, w tym wiedzy o człowieku, kulturze i społeczeństwie oraz wykorzystanie

ich do tworzenia nowych zastosowań. Wyróżnia się trzy rodzaje badań: podstawowe (*basic research*), stosowane (*applied research*) i prace rozwojowe (*experimental development*) (OECD, 2002, s. 89–90).

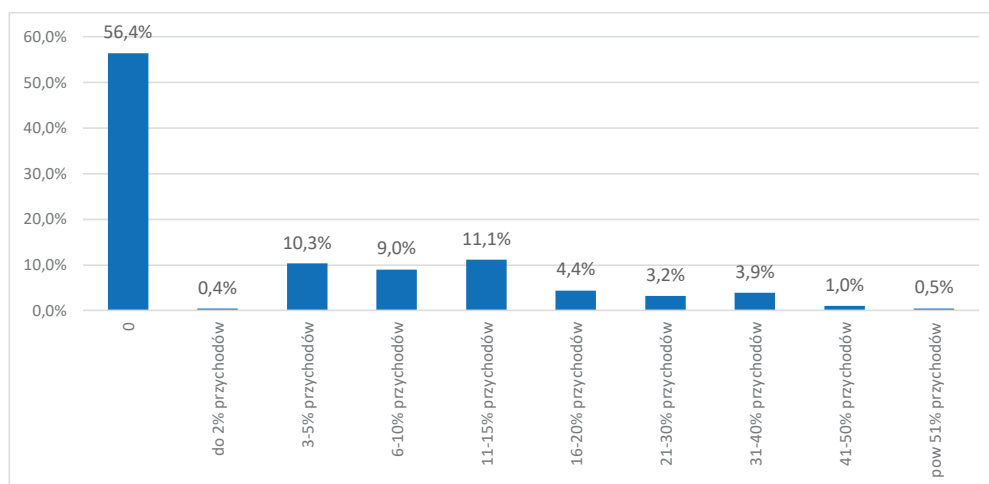
Badania podstawowe, mające na celu odkrycie nowych prawidłowości, prawd, zasad, praw nauki, polegają na analizie własności, struktur i zależności. Mają charakter działalności eksperymentalnej lub teoretycznej i mogą być ukierunkowane lub nieukierunkowane (czyste). Rezultaty badań podstawowych często wykorzystuje się w badaniach stosowanych.

Badania stosowane są to prace oryginalne, mające za zadanie zdobycie nowej wiedzy, a także konkretne cele praktyczne, co odróżnia je od badań podstawowych. Wyniki badań stosowanych prowadzą do powstania wynalazku.

Prace rozwojowe mogą być konstrukcyjne, technologiczno-projektowe lub doświadczalne. Polegają na zastosowaniu już istniejącej wiedzy, uzyskanej dzięki pracom badawczym lub w wyniku doświadczenia praktycznego, do opracowania nowych lub znacznego ulepszenia istniejących materiałów, urządzeń, wyrobów, procesów, systemów czy usług, łącznie z przygotowaniem prototypów doświadczalnych i instalacji pilotażowych.

Przedsiębiorstwa sektora MSP regionu kujawsko-pomorskiego określały swoją aktywność w obszarze działań badawczo-rozwojowych, wskazując udział w przychodach przeznaczanych na badania i rozwój. Warto podkreślić, że jeśli chodzi o skalę działalności badawczo-rozwojowej w 2018 roku, to 45,3% przedsiębiorstw w regionie było aktywnych w obszarze inwestycji w działalność B+R (co oznacza, że przeznaczały część swoich przychodów na badania i rozwój). Przedsiębiorstwa najczęściej deklarowały udział w przychodach przeznaczany na omawianą działalność mieszczący się w przedziale od 2% do 15%.

Udział przychodów przeznaczanych na badania i rozwój w pierwszej kolejności zaprezentowano w podziale na wielkość przedsiębiorstw, której wyznacznikiem jest liczba zatrudnionych. Wykres 2.30 prezentuje udział przychodów przeznaczony na B+R przez mikroprzedsiębiorstwa.

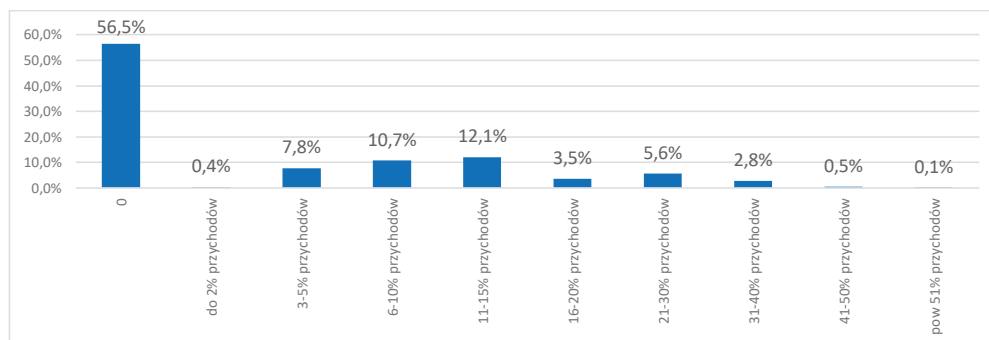


Wykres 2.30. Udział przychodów przeznaczony w roku 2018 na badania i rozwój przez przedsiębiorstwa zatrudniające od 0 do 9 pracowników

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Okazało się, że 56,4% wśród badanych mikroprzedsiębiorstw, nie przeznaczają żadnych środków na badania i rozwój. Natomiast wśród tych, które podejmują działania badawczo-rozwojowe, najliczniejsza grupa przeznaczą na nie udział w przychodach w przedziale 11–15% przychodów – 11,1% wskazań, w następnej kolejności 6–10% przychodów – 9% wskazań i 3–5% przychodów – 10,3% wskazań.

Deklaracje dotyczące udziału w przychodach przeznaczanego na B+R przez przedsiębiorstwa zatrudniające 10–49 pracowników zaprezentowano na wykresie 2.31.

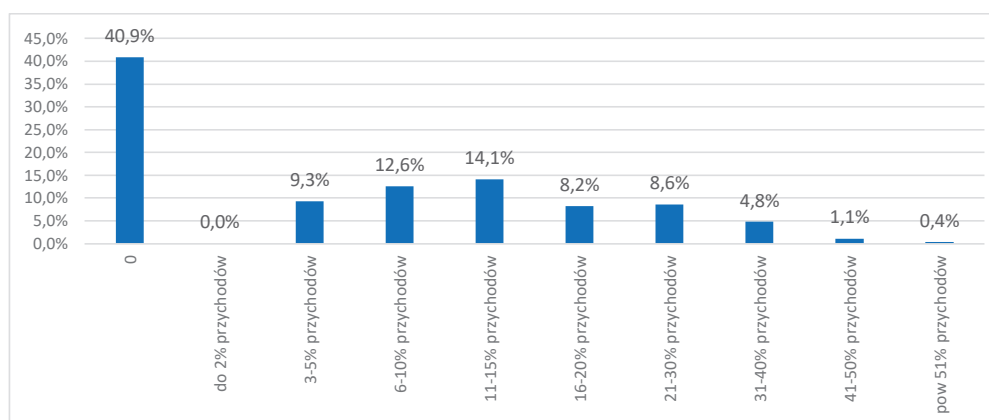


Wykres 2.31. Udział przychodów przeznaczony w roku 2018 na badania i rozwój przez przedsiębiorstwa zatrudniające 10–49 pracowników

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

W grupie badanych małych przedsiębiorstw – 56,5% z nich wskazało, że nie przeznaczają żadnych środków na badania i rozwój. Wśród tych, którzy inwestują w działalność z zakresu B+R, najliczniejsza grupa zadeklarowała, że przeznaczą na powyższe działania udział w przychodach w przedziale 11–15% przychodów – 12,1% wskazań, w następnej kolejności 6–10% przychodów – 10,7% wskazań i 3–5% przychodów – 7,8% wskazań.

Na wykresie 2.32 zaprezentowano udział przychodów przeznaczony na działalność z zakresu B+R przez przedsiębiorstwa zatrudniające 50–249 pracowników.

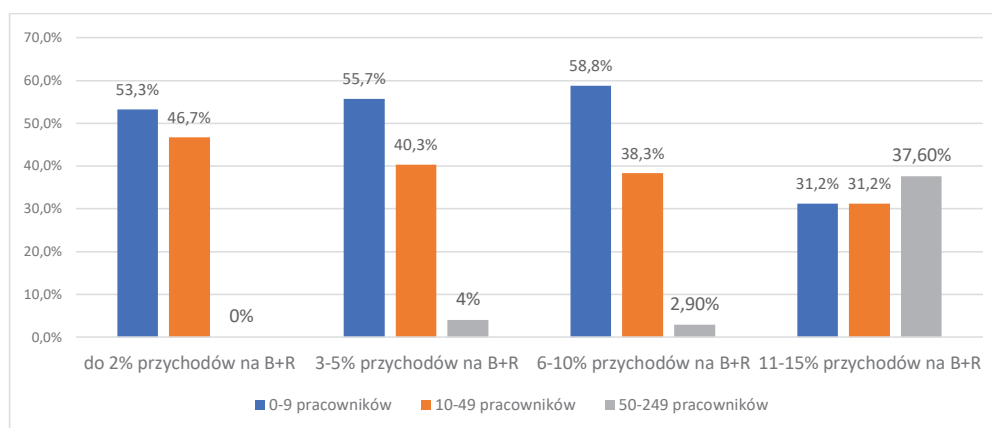


Wykres 2.32. Udział przychodów przeznaczony w roku 2018 na badania i rozwój przez przedsiębiorstwa zatrudniające 50–249 pracowników

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

W grupie badanych średnich przedsiębiorstw – 40,9% z nich zadeklarowało, że nie przeznaczają żadnych środków na badania i rozwój. Wśród tych, którzy inwestują działania badawczo-rozwojowe, najczęściej przeznaczają na nie udział w przychodach w przedziale 11–15% przychodów – 14,1% wskazań, w następnej kolejności 6–10% przychodów – 12,6% wskazań i 3–5% przychodów – 9,3% wskazań.

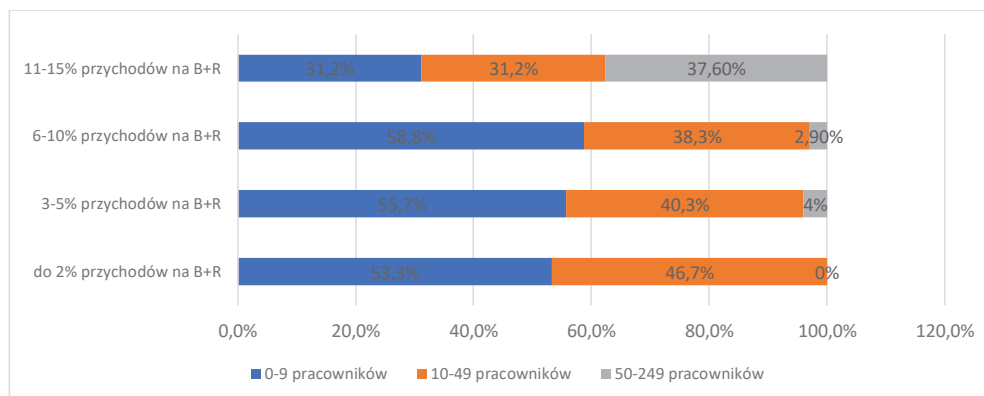
Dla porównania wydatków na cele badawczo-rozwojowe w odniesieniu do przychodów w roku 2018 wśród badanych przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego na wykresach 2.33 i 2.34 zaprezentowano najczęściej wskazywane przedziały.



Wykres 2.33. Udział przychodów przeznaczony w roku 2018 na badania i rozwój przez przedsiębiorstwa w najczęściej wybieranych przedziałach – według wielkości zatrudnienia

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

W przedziale do 2% przychodów na badania i rozwój w 2018 roku przeznaczyło 53,3% mikroprzedsiębiorstw, natomiast żadne z badanych średnich przedsiębiorstw. Z kolei przedział 11–15% przychodów przeznaczonych na badania i rozwój wskazało po 31,2% przedstawicieli mikro- oraz małych przedsiębiorstw i aż 37,6% średnich przedsiębiorstw. Udział przychodów przeznaczony w roku 2018 na badania i rozwój przez badane przedsiębiorstwa w najczęściej wybieranych przedziałach zaprezentowano poniżej, na skumulowanym wykresie słupkowym (wykres 2.34).

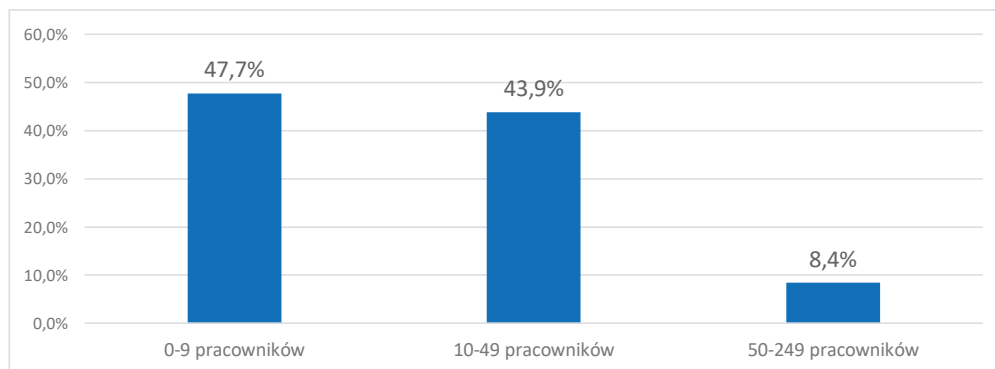


Wykres 2.34. Udział przychodów przeznaczony w roku 2018 na badania i rozwój przez przedsiębiorstwa w najczęściej wybieranych przedziałach – według liczby zatrudnionych

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Wyraźnie zauważalna jest tendencja wzrostu udziału w przychodach przeznaczanego na działania z zakresu B+R wraz ze wzrostem liczby zatrudnionych w badanych przedsiębiorstwach.

W dalszej kolejności wśród badanych przedsiębiorstw wyodrębniono grupę tych, które w roku 2018 nie przeznaczyły żadnych środków na badania i rozwój (wykres 2.35).



Wykres 2.35. Udział przedsiębiorstw w grupie tych, które nie przeznaczyły w roku 2018 żadnej części przychodów na badania i rozwój – według liczby zatrudnionych

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Wśród przedsiębiorstw, które nie zdecydowały się w roku 2018 na żadne inwestycje w działania B+R, jest 47,7% mikroprzedsiębiorstw, 43,9% małych przedsiębiorstw i 8,4% średnich przedsiębiorstw. Wyraźnie widać, że wraz ze wzrostem przedsiębiorstw maleje liczba tych, które nie planują w swoich budżetach wydatków na działania z zakresu B+R.

Wyniki przeprowadzonego badania pokazują, że w ramach wszystkich wyodrębnionych sekcji PKD największą część przychodów przeznaczyły na badania i rozwój w roku 2018 przedsiębiorstwa należące do sekcji B oraz sekcji R. Natomiast najmniejszy udział w przychodach na B+R przeznaczały przedsiębiorstwa należące do sekcji H, sekcji O, oraz sekcji I (tabela 2.1).

Udział w przychodach w przedziale 0 – 2% na badania i rozwój przeznaczały najczęściej przedsiębiorstwa należące do sekcji N (1,4%) i sekcji H (1,3%). Udział w przychodach w przedziale do 3–5% przeznaczony na badania i rozwój najczęściej deklarowały przedsiębiorstwa należące do sekcji Q (14,3%) i sekcji S (13,3%). Na udział w przychodach w przedziale 6–11% przeznaczony na badania i rozwój najczęściej wskazują przedsiębiorstwa należące do sekcji K (20,5%), sekcji A (19,6%) oraz sekcji N (19,4%). Udział w przychodach w przedziale 11–15% przeznaczony na badania i rozwój najczęściej wskazywały przedsiębiorstwa należące do sekcji A (19,6%), sekcji D (15,8%) oraz sekcji E (14,7%). Z kolei 16–20% przychodów przeznaczane na B+R najczęściej deklarują przedsiębiorstwa należące do sekcji R (13,2%) i sekcji D (10,5%). Udział w przychodach w przedziale 21–30% przeznaczony na badania i rozwój najczęściej wskazywały przedsiębiorstwa należące do sekcji B (66,7%), sekcji E (14,7%) oraz sekcji J (13,8%). Powyżej 30% przychodów przeznaczane na B+R deklarowały przedsiębiorstwa sporadycznie, wśród nich znalazły się należące do sekcji E (11,8%) i sekcji R (7,9%). Największy odsetek przedsiębiorstw, które zadeklarowały, że

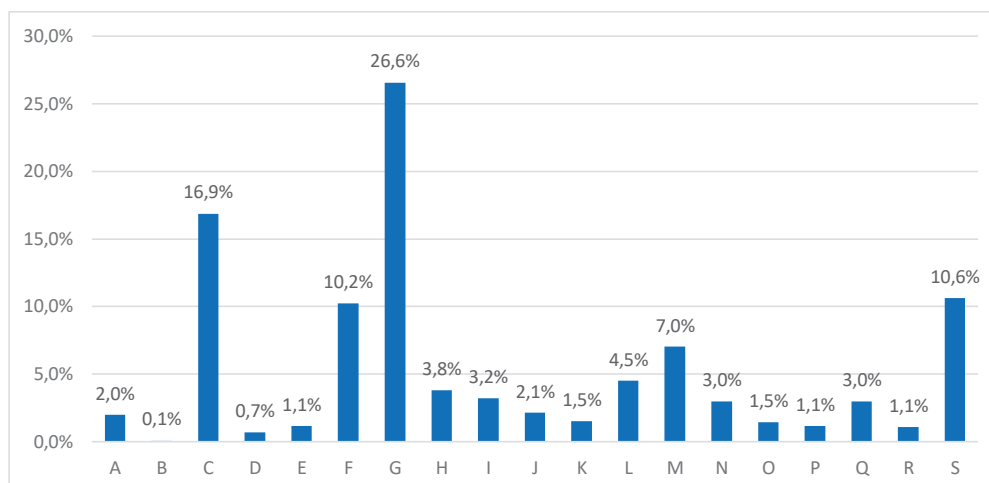
nie przeznaczają żadnych środków na badania i rozwój, znalazł się w sekcji H (65,8%), sekcji O (61,3%) oraz sekcji I (60,0%).

Tabela 2.1. Udział w przychodach przeznaczony na badania i rozwój w roku 2018 według sekcji PKD (w wyodrębnionych przedziałach)

Sekcja PKD	Przedziały wskazań dotyczących udziału w przychodach, który został przeznaczony na badania i rozwój w roku 2018 (w %)								
	0	do 2	3–5	6–10	11–15	16–20	21–30	pow. 30	Suma
A	46,4	0,0	8,9	12,5	19,6	1,8	8,9	1,8	100
B	33,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	66,7	0,0	100
C	52,0	0,2	8,7	13,6	11,8	5,2	7,3	1,2	100
D	47,4	0,0	5,3	15,8	15,8	10,5	5,3	0,0	100
E	44,1	0,0	5,9	0,0	14,7	8,8	14,7	11,8	100
F	58,3	0,0	8,3	10,0	9,6	2,6	9,6	1,7	100
G	58,1	0,3	7,3	9,5	10,9	5,0	7,0	1,8	100
H	65,8	1,3	5,3	1,3	11,8	0,0	7,9	6,6	100
I	60,0	0,0	7,1	12,9	11,4	2,9	4,3	1,4	100
J	48,3	0,0	12,1	8,6	10,3	3,4	13,8	3,4	100
K	51,3	0,0	12,8	12,8	20,5	0,0	2,6	0,0	100
L	59,0	1,0	9,0	11,0	10,0	3,0	4,0	3,0	100
M	58,6	0,0	10,2	8,3	10,2	5,1	5,7	1,9	100
N	54,2	1,4	8,3	6,9	19,4	5,6	2,8	1,4	100
O	61,3	0,0	12,9	3,2	16,1	0,0	3,2	3,2	100
P	55,6	0,0	11,1	14,8	7,4	7,4	3,7	0,0	100
Q	42,9	1,1	14,3	13,2	12,1	5,5	6,6	4,4	100
R	36,8	0,0	5,3	13,2	13,2	13,2	10,5	7,9	100
S	51,5	0,4	13,3	8,9	12,6	4,4	5,6	3,3	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Wśród badanych przedsiębiorstw wyodrębniono według sekcji PKD grupę tych, które w roku 2018 nie przeznaczyły żadnych środków na badania i rozwój (wykres 2.36).



Wykres 2.36. Udział przedsiębiorstw, które nie przeznaczyły w roku 2018 żadnej części przychodów na badania i rozwój według sekcji PKD

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Wśród przedsiębiorstw, które w roku 2018 nie przeznaczyły żadnych środków na badania i rozwój, najwięcej znalazło się w sekcji G (26,6%), sekcji C (16,9%), sekcji S (10,6%) oraz sekcji F (10,2%). Natomiast najmniej przedsiębiorstw rezygnuje z inwestowania w działania z zakresu B+R w sekcji B (0,1%), sekcji D (0,7%) oraz sekcji E (1,1%), sekcji P (1,1%) i sekcji R (1,1%).

Analizując wydatki na badania i rozwój w ujęciu terytorialnym, można zauważyć, że wśród mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw największy odsetek podmiotów, które w roku 2018 uwzględniały wydatki na działalność B+R, prowadził działalność w podregionie grudziądzkim, najniższy zaś – w podregionie włocławskim (tabela 2.2).

Tabela 2.2. Udział w przychodach przeznaczony na badania i rozwój w roku 2018 według podregionów (w wyodrębnionych przedziałach)

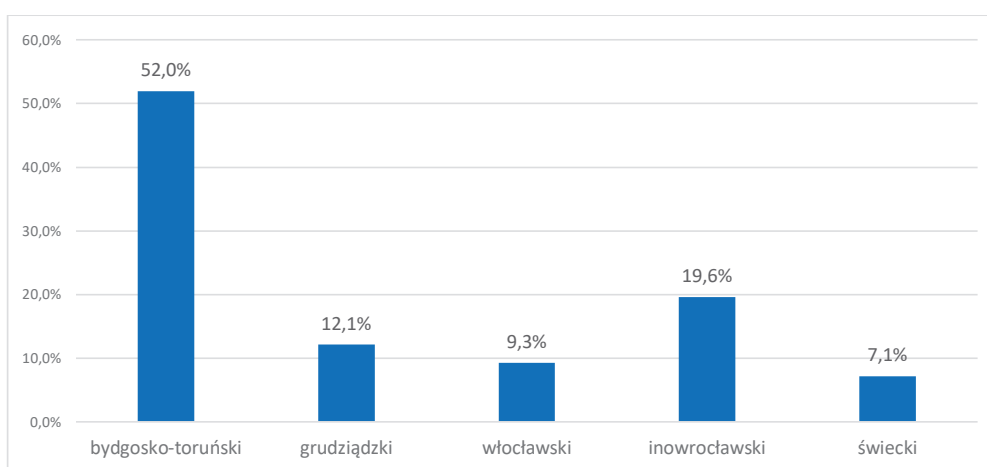
Podregion	Przedziały wskazań dotyczących udziału w przychodach, który został przeznaczony na badania i rozwój w roku 2018 (w %)								
	0	do 2	3–5	6–10	11–15	16–20	21–30	pow. 30	Suma
Bydgosko-toruński	54,3	0,2	9,4	9,8	12,0	4,0	8,1	2,2	100
Grudziądzki	50,1	0,9	10,9	14,5	10,3	4,4	5,6	3,2	100
Włocławski	62,6	0,0	6,3	9,7	8,2	5,0	6,0	2,2	100
Inowrocławski	53,7	0,3	9,0	7,9	15,1	5,5	6,0	2,5	100
Świecki	54,0	0,7	8,8	9,5	14,6	4,4	5,8	2,2	100

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

W podregionie bydgosko-toruńskim 54% przedsiębiorstw zaniechało w roku 2018 realizacji działań badawczo-rozwojowych. Najliczniejsza grupa wśród tych, którzy przeznaczali środki na działania z zakresu B+R, deklarowała, że ich wartość plasowała się w przedziale 11–15% udziału w przychodach – 12% wskazań. W podregionie grudziądzkim najliczniejsza grupa wśród przedsiębiorstw decydujących się na inwestycje w badania i rozwój deklarowała, że

mieszczą się one w przedziale 6–10% udziału w przychodach – 14,5% wskazań. Przedsiębiorstwa podregionu włocławskiego, które finansowały działania z zakresu B+R, najczęściej przeznaczały na nie udział w przychodach w przedziale 6–10% – 9,7% wskazań. W podregionie inowrocławskim najlichniesza grupa wśród przedsiębiorstw decydujących się na inwestycje w badania i rozwój deklarowała, że mieszczą się one w przedziale 11–15% udziału w przychodach – 15,1% wskazań. Przedsiębiorstwa podregionu świeckiego, które finansowały działania z zakresu B+R, najczęściej przeznaczały na nie udział w przychodach w przedziale 11–15% – 14,6% wskazań.

Wśród przedsiębiorstw, które przeznaczyły część swoich przychodów na badania i rozwój w roku 2018, najlichniesza grupa wskazała wydatki na poziomie 15% przychodów (wykres 2.37).

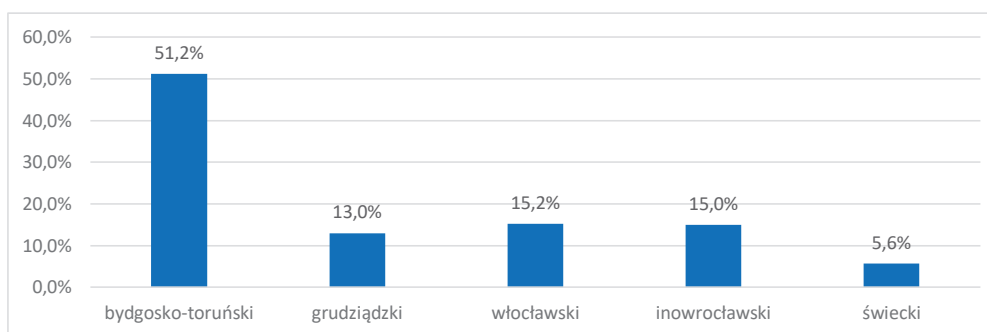


Wykres 2.37. Udział przedsiębiorstw według podregionów w grupie tych, które przeznaczyły 15% przychodów na badania i rozwój w roku 2018

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Wśród przedsiębiorstw, które przeznaczyły część swoich przychodów na badania i rozwój w roku 2018 na poziomie 15% przychodów, znalazło się najwięcej z podregionu bydgosko-toruńskiego – 52%, natomiast najmniej z podregionu świeckiego – 7,1%.

Wśród badanych przedsiębiorstw wyodrębniono grupę tych, które w roku 2018 nie przeznaczyły żadnych środków na badania i rozwój (wykres 2.38).

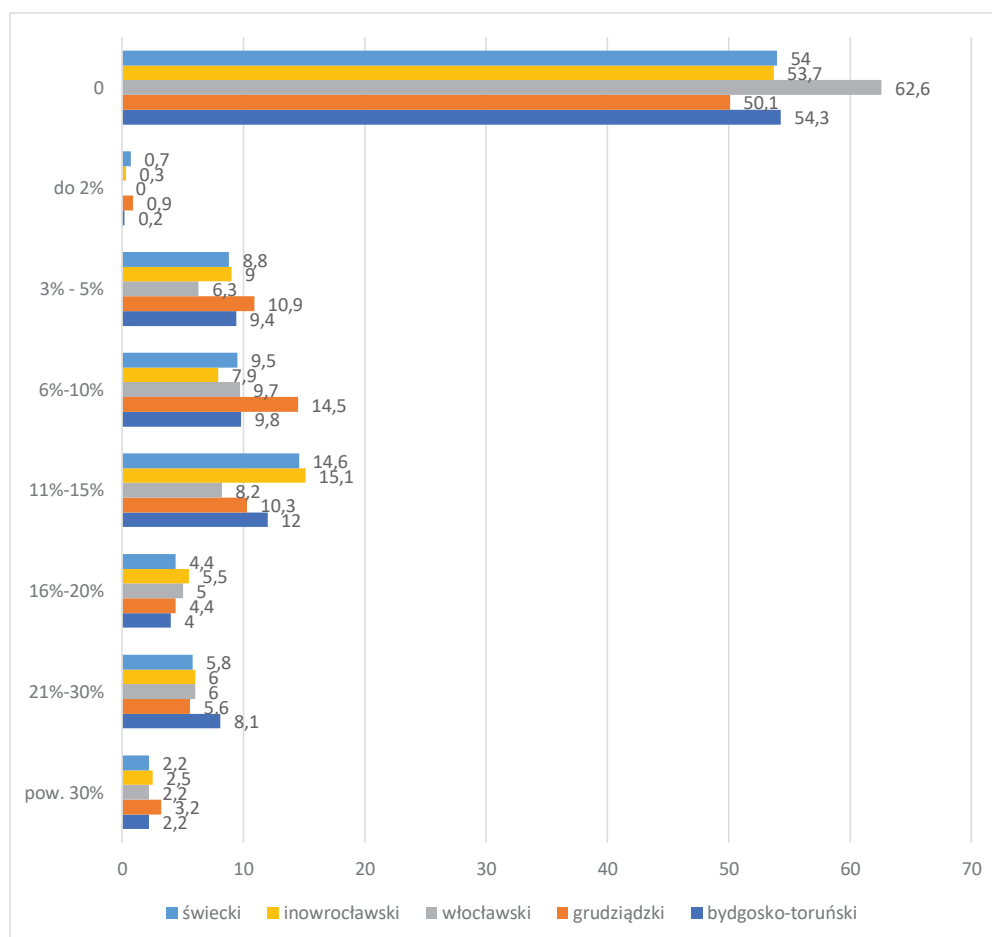


Wykres 2.38. Udział przedsiębiorstw według podregionów w grupie tych, które nie przeznaczyły w roku 2018 żadnych środków na badania i rozwój

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Wśród przedsiębiorstw, które w 2018 roku nie znalazły miejsca w budżetach na działania B+R, najczęściej prowadzi działalność w podregionie bydgosko-toruńskim – 51,1%, a najmniej w podregionie świeckim – 5,6%.

Udział w przychodach przeznaczony na badania i rozwój w roku 2018, według podregionów, w wyodrębnionych przedziałach zaprezentowano na wykresie 2.39.



Wykres 2.39. Udział w przychodach przeznaczony na badania i rozwój w roku 2018 według podregionów (w wyodrębnionych przedziałach)

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

W kolejnym etapie dokonano analizy wydatków na badania i rozwój w ujęciu powiatów, wyniki zaprezentowano w tabeli 2.3.

Analizując wydatki na badania i rozwój w ujęciu powiatów, można zauważyć, że wśród mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw największy odsetek podmiotów, które w roku 2018 nie uwzględniały wydatków na działalność B+R, znalazł się w miastach Włocławek – 69,4%, Toruń – 68% i powiecie toruńskim – 66,7%.

Tabela. 2.3. Udział w przychodach przeznaczony na badania i rozwój w roku 2018 według powiatów

Powiat	Przedziały wskazań dotyczących udziału w przychodach, który został przeznaczony na badania i rozwój w roku 2018 (w %)								
	0	do 2	3–5	6–10	11–15	16–20	21–30	31–50	pow. 51
Aleksandrowski	40,7	0,0	3,7	3,7	22,2	3,7	18,5	7,4	0,0
Brodnicki	63,1	0,0	6,2	13,8	9,2	4,6	3,1	0,0	0,0
Bydgoski	47,3	0,0	11,5	8,1	13,5	4,7	12,8	1,4	0,7
Chełmiński	52,2	0,0	13,0	13,0	13,0	0,0	8,7	0,0	0,0
Golubsko-dobrzyński	34,4	0,0	12,5	15,6	18,8	6,3	9,4	3,1	0,0
Grudziądzki	60,0	0,0	15,0	0,0	15,0	0,0	10,0	0,0	0,0
Inowrocławski	61,8	0,0	5,5	5,5	14,1	4,5	4,5	4,0	0,0
Lipnowski	53,6	0,0	10,7	10,7	14,3	7,1	3,6	0,0	0,0
Mogileński	47,5	2,5	12,5	10,0	7,5	12,5	7,5	0,0	0,0
Nakielski	52,5	0,0	16,4	8,2	18,0	1,6	3,3	0,0	0,0
Radziejowski	54,5	0,0	9,1	0,0	18,2	9,1	9,1	0,0	0,0
Rypiński	60,5	0,0	13,2	10,5	5,3	0,0	5,3	5,3	0,0
Sępoleński	22,2	0,0	11,1	22,2	33,3	11,1	0,0	0,0	0,0
Świecki	58,6	0,0	8,0	8,0	12,6	5,7	4,6	2,3	0,0
Toruński	66,7	0,1	5,7	8,0	8,0	1,1	5,7	3,4	0,0
Tucholski	51,2	0,0	9,8	9,8	14,6	0,0	9,8	0,0	2,4
Wąbrzeski	46,4	3,6	17,9	21,4	10,7	0,0	0,0	0,0	0,0
Włocławski	51,2	0,0	7,0	4,7	18,6	4,7	11,6	2,3	0,0
Żniński	33,8	0,0	10,8	13,8	20,0	7,7	12,3	1,5	0,0
M. Bydgoszcz	46,3	0,3	12,0	10,4	14,2	5,2	9,0	2,0	0,6
M. Grudziądz	41,8	1,8	9,1	17,3	8,2	9,1	5,5	6,4	0,9
M. Toruń	68,0	0,0	4,9	9,8	8,5	2,5	5,2	1,1	0,0
M. Włocławek	69,4	0,0	5,7	12,0	2,9	4,8	3,3	1,9	0,0

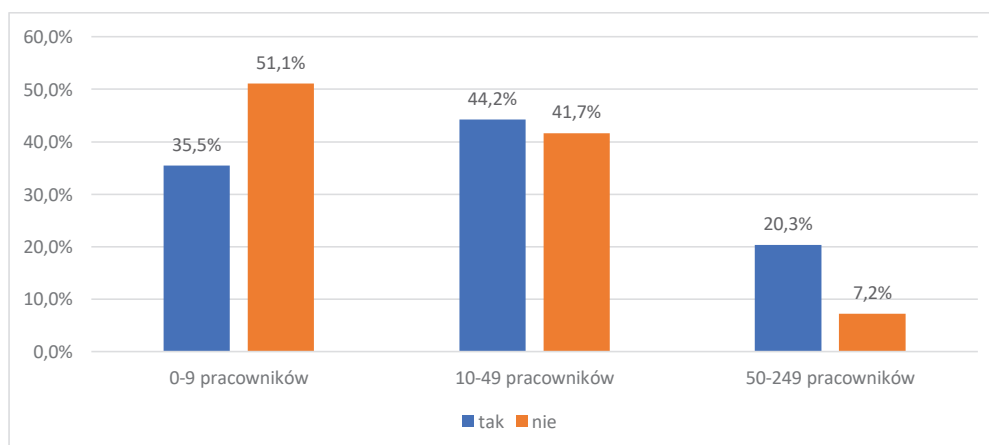
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

W powiecie aleksandrowskim reprezentanci 59,3% przedsiębiorstw zadeklarowali, że przeznaczyci część swoich budżetów na badania i rozwój. Wśród nich najliczniejszą grupę – 22,2% – stanowią deklarujący wydatki na poziomie 6–10% swoich przychodów. Wśród przedsiębiorstw zlokalizowanych w powiecie brodnickim 36,9% przeznacza część budżetu na badania i rozwój. Najczęściej, jak wskazują, mieszczą się one w przedziale 6–10% udziału w przychodach – 13,8% wskazań. W powiecie bydgoskim 52,7% przedsiębiorstw przeznaczało środki na badania i rozwój, wśród nich najliczniejszą grupę – 13,5% stanowią deklarujący wydatki na poziomie 11–15% swoich przychodów. Wśród przedsiębiorstw zlokalizowanych w powiecie chełmińskim 47,8% przeznacza część budżetu na badania i rozwój, najczęściej, zgodnie z deklaracją mieszczą się one w przedziale 3–15% udziału w przychodach – 39% wskazań. 65,6% przedsiębiorstw powiatu golubsko-dobrzyńskiego przeznaczało środki na badania i rozwój, wśród nich najliczniejszą grupę – 18,8% stanowią deklarujący wydatki na poziomie 11–15% swoich przychodów. W powiecie grudziądzkim 40% przedsiębiorstw przeznaczało środki na badania i rozwój, wśród nich najliczniejszą grupę – 15% stanowią deklarujący wydatki na poziomie 11–15% swoich przychodów. 38,2% przedsiębiorstw powiatu inowrocławskim realizowało

wydatki na badania i rozwój, wśród nich najliczniejszą grupę – 14,1% stanowią deklarujący wydatki na poziomie 11–15% swoich przychodów. Wśród przedsiębiorstw zlokalizowanych w powiecie lipnowskim 46,4% przeznacza część budżetu na badania i rozwój, najczęściej, zgodnie z deklaracją mieszczą się one w przedziale 11–15% udziału w przychodach – 14,3% wskazań. W powiecie mogileńskim 52,5% przedsiębiorstw przeznaczało środki na badania i rozwój, wśród nich najliczniejszą grupę – 12,5% stanowią deklarujący wydatki na poziomie 11–15% swoich przychodów oraz na poziomie 3–5% przychodów – 12,5% wskazań. Wśród przedsiębiorstw zlokalizowanych w powiecie nakielskim 47,5% przeznacza część budżetu na badania i rozwój, najczęściej, zgodnie z deklaracją mieszczą się one w przedziale 11–15% udziału w przychodach – 18% wskazań. W powiecie radziejowskim 45,5% przedsiębiorstw przeznaczało środki na badania i rozwój, wśród nich najliczniejszą grupę – 18,2% stanowią deklarujący wydatki na poziomie 11–15% swoich przychodów. 39,5% przedsiębiorstw powiatu rypińskiego realizowało wydatki na badania i rozwój, wśród nich najliczniejszą grupę – 13,2% stanowią deklarujący je na poziomie 3–5% swoich przychodów. Wśród przedsiębiorstw zlokalizowanych w powiecie sępoleńskim 77,8% przeznacza część budżetu na badania i rozwój, najczęściej, zgodnie z deklaracją mieszczą się one w przedziale 11–15% udziału w przychodach – 33,3% wskazań. W powiecie świeckim 41,4% przedsiębiorstw przeznaczało środki na badania i rozwój, wśród nich najliczniejszą grupę – 12,6% stanowią deklarujący wydatki na poziomie 11–15% swoich przychodów. 33,3% przedsiębiorstw powiatu toruńskiego przeznaczało środki na badania i rozwój, wśród nich najliczniejszą grupę – 16% stanowią deklarujący wydatki na poziomie 6–15% swoich przychodów. W powiecie tucholskim 48,8% przedsiębiorstw przeznaczało środki na badania i rozwój, wśród nich najliczniejszą grupę – 14,6% stanowią deklarujący wydatki na poziomie 11–15% swoich przychodów. 56,3% przedsiębiorstw powiatu wąbrzeskiego przeznaczało środki na badania i rozwój, wśród nich najliczniejszą grupę – 21,4% stanowią deklarujący wydatki na poziomie 6–10% swoich przychodów. W powiecie włocławskim 48,8% przedsiębiorstw przeznaczało środki na badania i rozwój, wśród nich najliczniejszą grupę – 18,6% stanowią deklarujący wydatki na poziomie 11–15% swoich przychodów. 66,2% przedsiębiorstw powiatu żnińskiego przeznaczało środki na badania i rozwój, wśród nich najliczniejszą grupę – 20% stanowią deklarujący wydatki na poziomie 11–15% swoich przychodów. W mieście Bydgoszcz 53,7% przedsiębiorstw przeznaczało środki na badania i rozwój, wśród nich najliczniejszą grupę – 14,2% stanowią deklarujący wydatki na poziomie 11–15% swoich przychodów. W mieście Grudziądz 58,2% przedsiębiorstw przeznaczało środki na badania i rozwój, wśród nich najliczniejszą grupę – 17,3% stanowią deklarujący wydatki na poziomie 6–10% swoich przychodów. W mieście Toruń 32% przedsiębiorstw przeznaczało środki na badania i rozwój, wśród nich najliczniejszą grupę – 9,8% stanowią deklarujący wydatki na poziomie 6–10% swoich przychodów. W mieście Włocławek 30,6% przedsiębiorstw przeznaczało środki na badania i rozwój, wśród nich najliczniejszą grupę – 12% stanowią deklarujący wydatki na poziomie 6–10% swoich przychodów.

2.9. Certyfikaty jakości

W województwie kujawsko-pomorskim udział mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw, które posiadają certyfikaty jakości (np. ISO, HACCP) w ogólnej liczbie badanych przedsiębiorstw wyniósł 30,9%. Rozkład liczebności przedsiębiorstw posiadających certyfikaty jakości z uwzględnieniem liczby zatrudnionych ilustruje wykres 2.40.

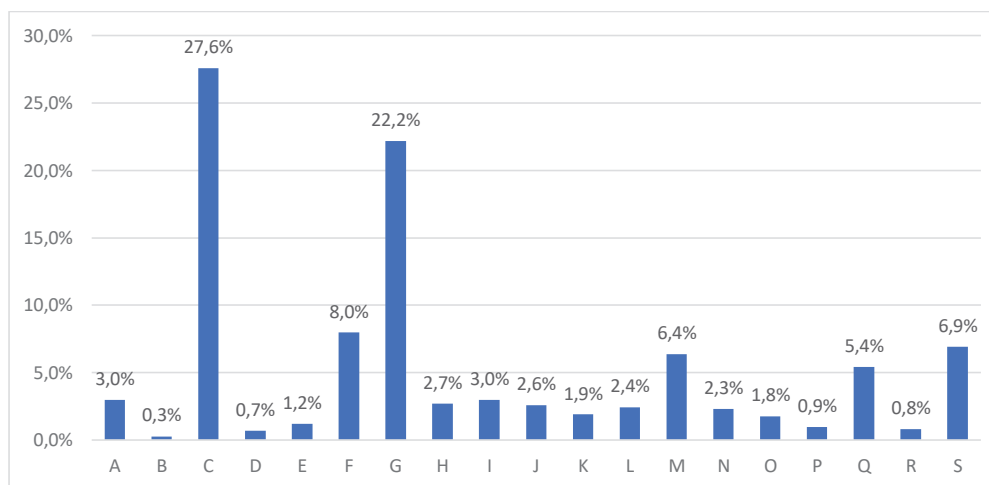


Wykres 2.40. Przedsiębiorstwa posiadające certyfikaty jakości (np. ISO, HACCP) według liczby zatrudnionych

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Wyniki badania pokazują, że przedsiębiorstwa, które posiadają certyfikaty jakości stanowią 30,9% ogółu, przy czym w przypadku mikroprzedsiębiorstw jest ich 35,5%, wśród małych przedsiębiorstw – 44,2%, natomiast wśród średnich przedsiębiorstw – 20,3%.

Rozkład liczebności przedsiębiorstw posiadających certyfikaty jakości według sekcji PKD zaprezentowano na wykresie 2.41.

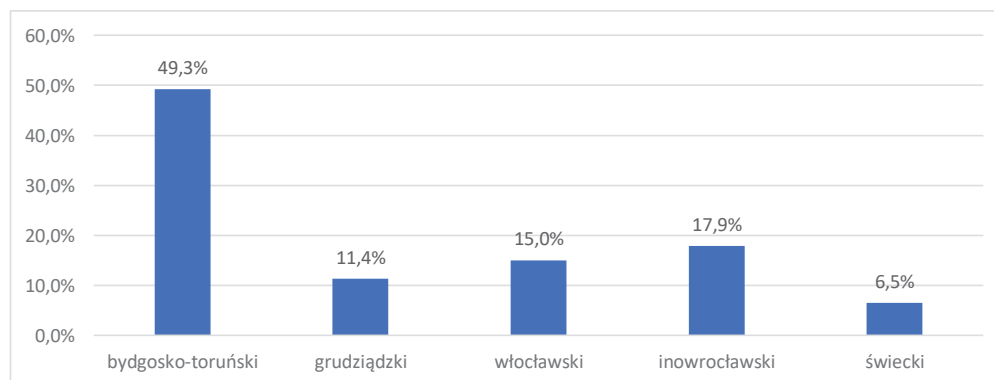


Wykres 2.41. Przedsiębiorstwa posiadające certyfikaty jakości (np. ISO, HACCP) według sekcji PKD

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

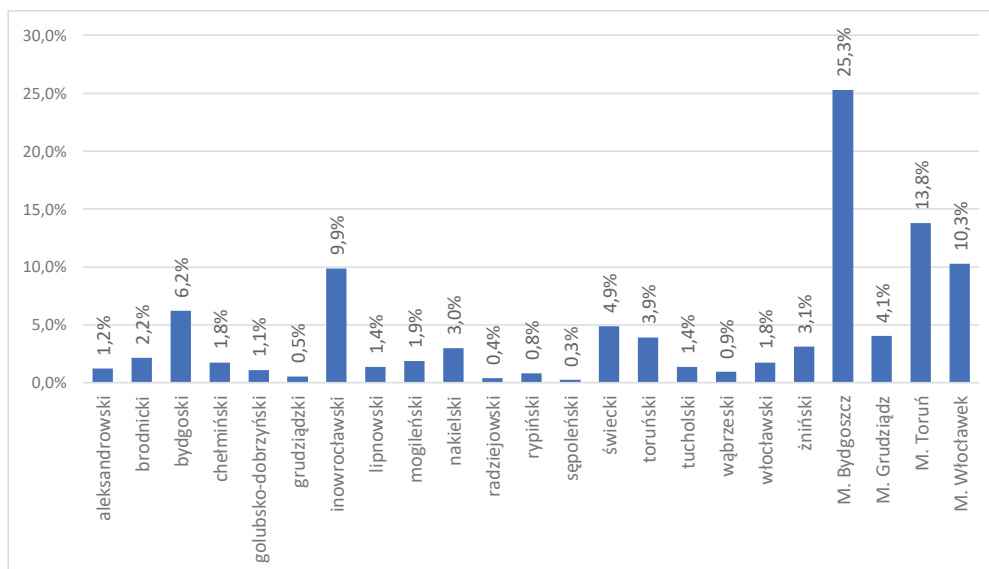
Wyniki przeprowadzonego badania pokazują, że przedsiębiorstwa realizujące działalność w ramach wszystkich wyodrębnionych sekcji PKD posiadają certyfikaty (np. ISO, HACCP). Najliczniejszą grupę stanowią przedsiębiorstwa należące do sekcji C (27,6%) i sekcji G – (22,2%), najmniej liczna grupa to przedsiębiorstwa należące do sekcji B (0,3%) oraz sekcji D (0,7%).

Największy udział wśród przedsiębiorstw deklarujących posiadanie certyfikatów jakości zlokalizowany jest w podregionie bydgosko-toruńskim – 49,3%, natomiast najmniej w podregionie świeckim – 6,5% (wykres 2.42).



Wykres 2.42. Przedsiębiorstwa posiadające certyfikaty jakości (np. ISO, HACCP) według podregionów
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

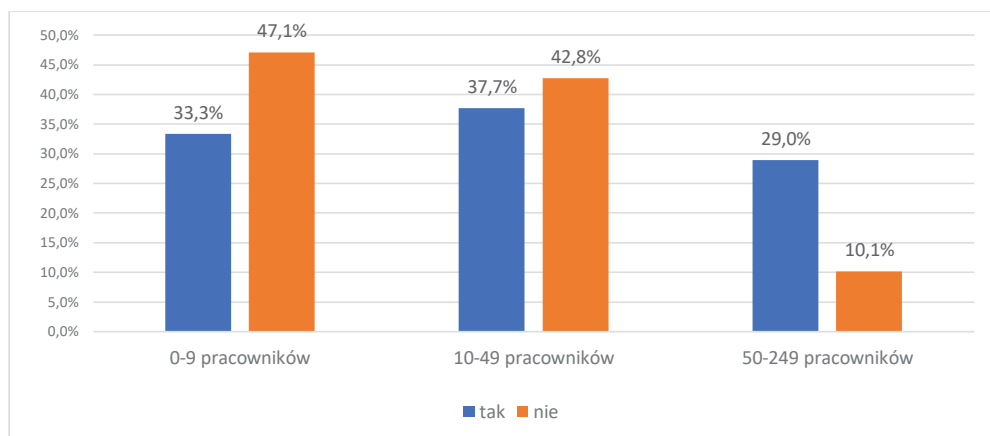
Największy udział przedsiębiorstw posiadających certyfikaty jakości (np. ISO, HACCP) zlokalizowany jest w miastach: Bydgoszcz – 25,3%, Toruń – 13,8%, Włocławek – 10,3%. Najmniej natomiast zlokalizowanych jest w powiecie sępoleńskim – 0,3% i powiecie grudziądzkim – 0,5% (wykres 2.43).



Wykres 2.43. Przedsiębiorstwa posiadające certyfikaty jakości (np. ISO, HACCP) według powiatów
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

2.10. Posiadane patenty

W województwie kujawsko-pomorskim udział mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw, które posiadają własne patenty w ogólnej liczbie badanych przedsiębiorstw wyniósł 5,7%. Wśród przedsiębiorstw posiadających własne patenty 33,3% to mikroprzedsiębiorstwa, 37,7% – małe przedsiębiorstwa, a 29% – średnie przedsiębiorstwa. Rozkład liczebności przedsiębiorstw posiadających własne patenty z uwzględnieniem liczby zatrudnionych ilustruje wykres 2.44.



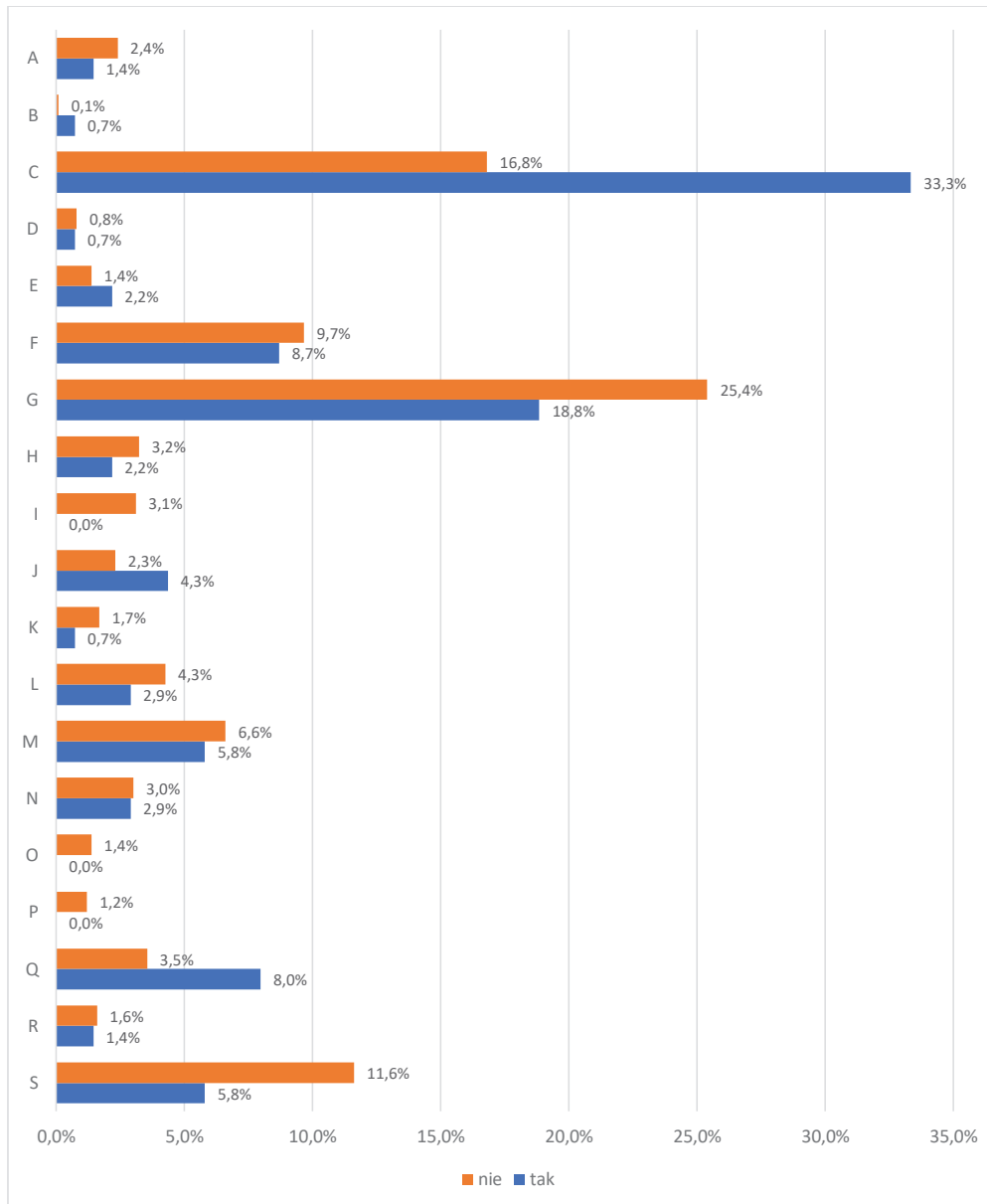
Wykres 2.44. Przedsiębiorstwa posiadające własne patenty według liczby zatrudnionych

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Wyniki przeprowadzonego badania pokazują, że istnieją sekcje PKD, w których realizują działalność przedsiębiorstwa, deklarujące brak własnych patentów. Zjawisko takie zaobserwować można w sekcji I, sekcji O oraz sekcji P. Natomiast najliczniejszą grupę przedsiębiorstw posiadających własne patenty stanowią należące do sekcji C (33,3%) i sekcji G (18,8%) (wykres 2.45).

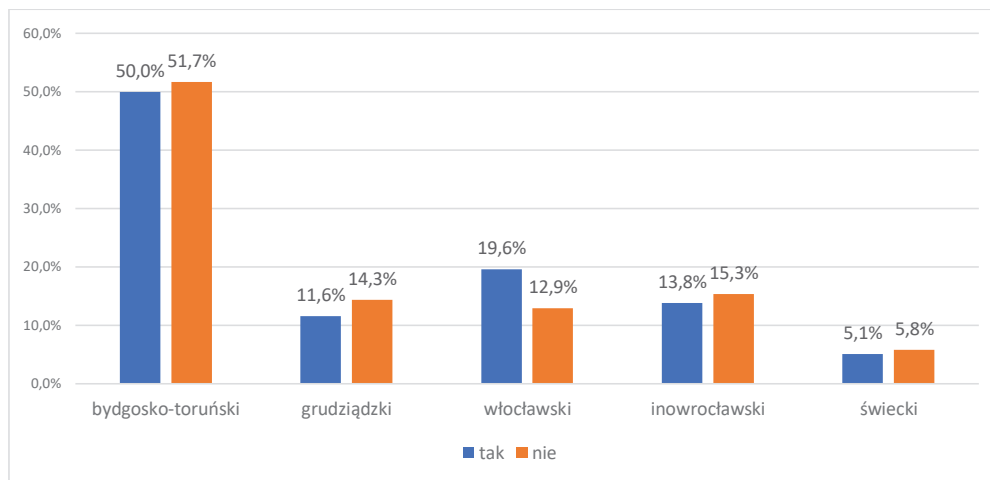
Analizując w ujęciu terytorialnym mikro-, małe i średnie przedsiębiorstwa, które posiadają własne patenty, najliczniej zlokalizowane są w podregionie bydgosko-toruńskim – 50%, natomiast najmniej prowadzi działalność w podregionie świeckim – 5,1% (wykres 2.46).

Największy udział przedsiębiorstw posiadających własne patenty zlokalizowany jest w miastach: Bydgoszcz – 31,2%, Włocławek – 17,4% i Toruń – 11,6%. Natomiast żadne z przedsiębiorstw prowadzących działalność w powiatach: lipnowskim, wąbrzeskim nie posiada własnych patentów (wykres 2.47).



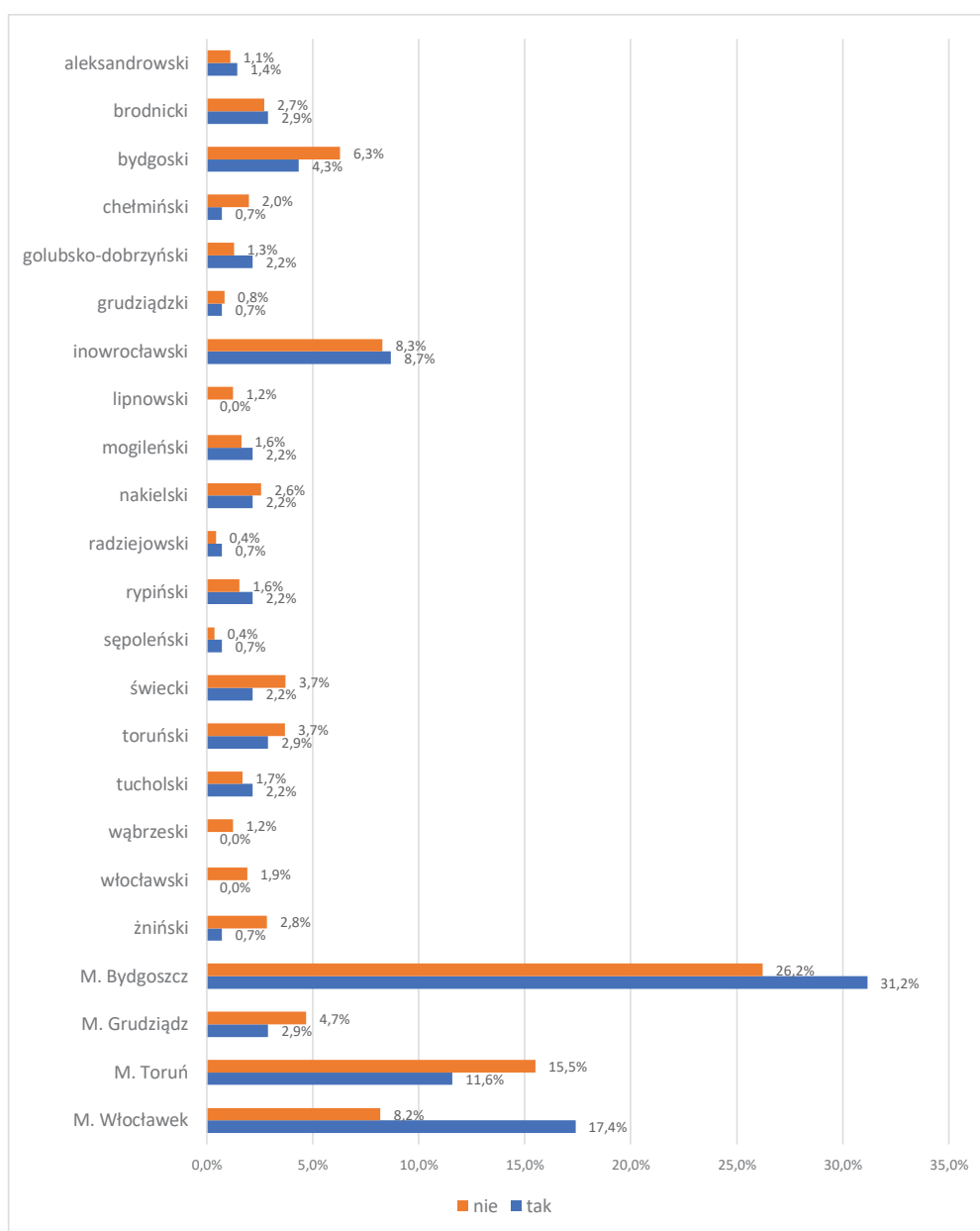
Wykres 2.45. Przedsiębiorstwa posiadające patenty według sekcji PKD

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.



Wykres 2.46. Przedsiębiorstwa posiadające patenty według podregionów

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.



Wykres 2.47. Przedsiębiorstwa posiadające patenty według powiatów

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

3. INNOWACYJNOŚĆ MIKRO-, MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW

3.1. Zarys teoretyczny

Z uwagi na wysoki stopień wykorzystywania w działalności statystycznej i badawczej prezentację innowacyjności mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw oparto na trzeciej edycji *Podręcznika Oslo*. Są to wytyczne metodologiczne dotyczące badań statystycznych innowacji. Opierając się na nich, wyróżniamy cztery rodzaje innowacji: 1) innowacje w obrębie produktów, 2) innowacje w obrębie procesów, 3) innowacje marketingowe oraz 4) innowacje organizacyjne (OECD & Eurostat, 2005).

Pierwsza z nich – innowacja produktowa – obejmuje wprowadzenie wyrobu lub usługi, które są nowe lub znacząco udoskonalone w zakresie swoich cech lub zastosowań. Wymienia się tu: znaczące udoskonalenia pod względem specyfikacji technicznych, komponentów i materiałów, wbudowanego oprogramowania, łatwości obsługi lub innych cech funkcjonalnych (OECD & Eurostat, 2005, s. 50).

Innowacja procesowa odnosi się do wdrożenia nowej lub znacząco udoskonalonej metody produkcji lub dostawy. Do kategorii tej zalicza się znaczące zmiany w zakresie technologii, urządzeń oraz/lub oprogramowania. Tak rozumiana innowacja to wdrożenie nowych lub istotnie ulepszonych metod produkcji, dystrybucji i wspierania działalności w zakresie wyrobów i usług. Do innowacji procesowych zalicza się także nowe lub znacząco ulepszone metody tworzenia i świadczenia usług. Obejmują także nowe lub istotnie ulepszone techniki, urządzenia i oprogramowanie w działalności pomocniczej, takiej jak zaopatrzenie, księgowość, obsługa informatyczna i prace konserwacyjne (OECD & Eurostat, 2005, s. 51–52).

Innowacja marketingowa jest wdrożeniem nowej metody marketingowej wiążącej się ze znaczącymi zmianami w projekcie/konstrukcji produktu lub w opakowaniu, dystrybucji, promocji czy strategii cenowej. Nowe metody marketingowe mogą być wdrażane zarówno na potrzeby nowych, jak i już istniejących produktów (OECD & Eurostat, 2005, s. 52–53).

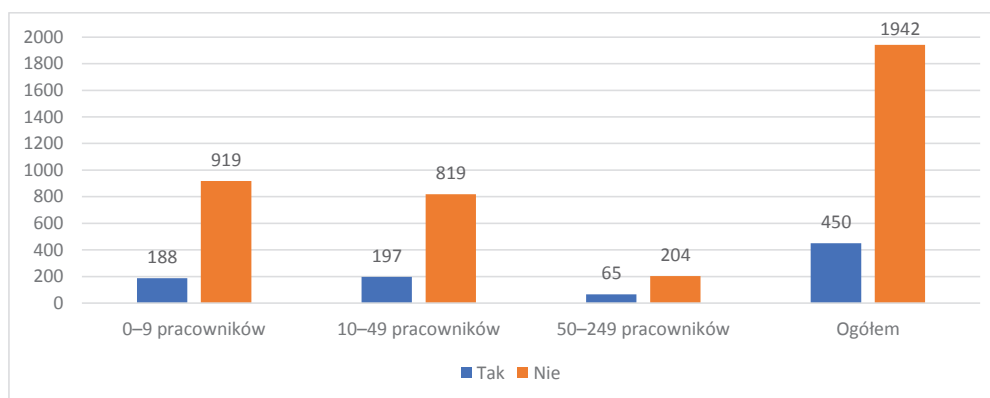
Ostatnim rodzajem innowacji jest innowacja związana z organizacją przedsiębiorstwa. Przyjęto, iż innowacje takie obejmują wdrożenie nowej metody organizacyjnej w przyjętych przez przedsiębiorstwo zasadach działania

w organizacji miejsca pracy lub w stosunkach z otoczeniem. Warto również podkreślić, że nie chodzi tu o każdą zmianę organizacyjną, a jedynie o tę, która nie była dotychczas stosowana w danym przedsiębiorstwie i która wynika ze strategicznych decyzji podjętych przez jego kierownictwo (OECD & Eurostat, 2005, s. 53–55).

Podsumowując, jako innowację traktuje się wdrożenie nowego lub znacząco udoskonalonego produktu (wyrobu lub usługi) lub procesu, nowej metody marketingowej lub nowej metody organizacyjnej. Innowacyjność przedsiębiorstwa rozumie się w ujęciu rezultatu (efektu), czyli wdrożenia innowacji (Zastempowski, 2019, s. 8). W konsekwencji przyjmuje się, że przedsiębiorstw innowacyjne jest to taki podmiot, który w badanym okresie (trzech lat – 2016–2018) wprowadziło przynajmniej jedną innowację.

3.2. Przedsiębiorstwa innowacyjne w zakresie innowacji produktowych

Udział mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw, które wprowadziły **innowacje produktowe** w latach 2016–2018, w ogólnej liczbie badanych przedsiębiorstw, wyniósł odpowiednio 17,0%, 19,4% i 24,2%. Najczęściej innowacje produktowe wprowadzały podmioty o liczbie pracujących pomiędzy 50 a 249 osób. Biorąc pod uwagę ogólną liczbę badanych przedsiębiorstw, innowacje produktowe wprowadziło 18,8% z nich (wykres 3.1, tabela 3.1 i 3.2).



Wykres 3.1. Przedsiębiorstwa innowacyjne w zakresie innowacji produktowych w latach 2016–2018 według liczby pracujących

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.1. Innowacyjność produktowa według wielkości – struktura odpowiedzi – część 1

Wielkość	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
0–9 pracowników	188	41,8	919	47,3	1107	46,3
10–49 pracowników	197	43,8	819	42,2	1016	42,5
50–249 pracowników	65	14,4	204	10,5	269	11,2
Ogółem	450	100,0	1942	100,0	2392	100,0

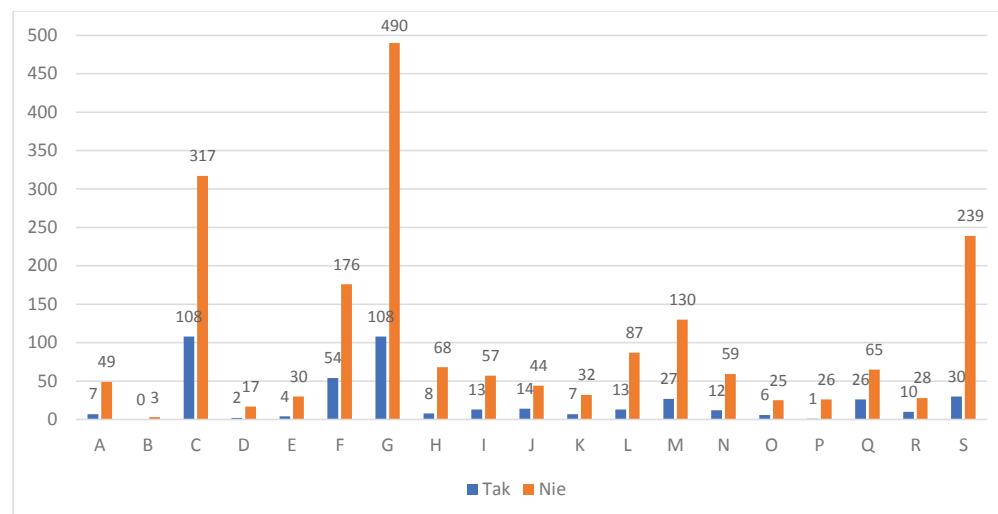
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.2. Innowacyjność produktowa według wielkości – struktura odpowiedzi – część 2

Wielkość	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
0–9 pracowników	188	17,0	919	83,0	1107	100,0
10–49 pracowników	197	19,4	819	80,6	1016	100,0
50–249 pracowników	65	24,2	204	75,8	269	100,0
Ogółem	450	18,8	1942	81,2	2392	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

W badanym okresie najwięcej mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw, które wprowadziły innowacje produktowe, należało do sekcji C (24,0%), G (24,0%) oraz F (12,0%). Natomiast najmniej było ich w sekcji B (0,0%), P (0,2%) oraz D (0,4%) (wykres 3.2, tabela 3.3 i 3.4).



Wykres 3.2. Przedsiębiorstwa innowacyjne w zakresie innowacji produktowych w latach 2016–2018 według sekcji PKD

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.3. Innowacyjność produktowa według sekcji PKD – struktura odpowiedzi – część 1

Sekcja PKD	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
A	7	1,6	49	2,5	56	2,3
B	0	0,0	3	0,2	3	0,1
C	108	24,0	317	16,3	425	17,8
D	2	0,4	17	0,9	19	0,8
E	4	0,9	30	1,5	34	1,4
F	54	12,0	176	9,1	230	9,6
G	108	24,0	490	25,2	598	25,0
H	8	1,8	68	3,5	76	3,2
I	13	2,9	57	2,9	70	2,9
J	14	3,1	44	2,3	58	2,4
K	7	1,6	32	1,6	39	1,6
L	13	2,9	87	4,5	100	4,2
M	27	6,0	130	6,7	157	6,6
N	12	2,7	59	3,0	71	3,0
O	6	1,3	25	1,3	31	1,3
P	1	0,2	26	1,3	27	1,1
Q	26	5,8	65	3,3	91	3,8
R	10	2,2	28	1,4	38	1,6
S	30	6,7	239	12,3	269	11,2
Ogółem	450	100,0	1942	100,0	2392	100,0

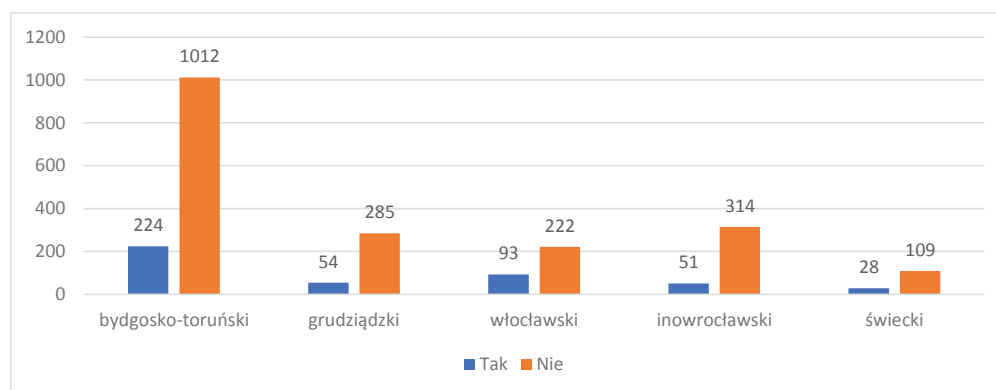
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.4. Innowacyjność produktowa według sekcji PKD – struktura odpowiedzi – część 2

Sekcja PKD	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
A	7	12,5	49	87,5	56	100,0
B	0	0,0	3	100,0	3	100,0
C	108	25,4	317	74,6	425	100,0
D	2	10,5	17	89,5	19	100,0
E	4	11,8	30	88,2	34	100,0
F	54	23,5	176	76,5	230	100,0
G	108	18,1	490	81,9	598	100,0
H	8	10,5	68	89,5	76	100,0
I	13	18,6	57	81,4	70	100,0
J	14	24,1	44	75,9	58	100,0
K	7	17,9	32	82,1	39	100,0
L	13	13,0	87	87,0	100	100,0
M	27	17,2	130	82,8	157	100,0
N	12	16,9	59	83,1	71	100,0
O	6	19,4	25	80,6	31	100,0
P	1	3,7	26	96,3	27	100,0
Q	26	28,6	65	71,4	91	100,0
R	10	26,3	28	73,7	38	100,0
S	30	11,2	239	88,8	269	100,0
Ogółem	450	18,8	1942	81,2	2392	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Analizując innowacyjność w ujęciu terytorialnym z perspektywy podregionów (NUTS 3), zauważyć można, że wśród badanych przedsiębiorstw największy odsetek podmiotów, które w latach 2016–2018 wprowadziły innowacje produktowe, miał swoją siedzibę w podregionie bydgosko-toruńskim (49,8%) oraz włocławskim (20,7%). Pomędzy 11 a 12% badanych innowacyjnych przedsiębiorstw znajdowało się w podregionie grudziądzkim i inowrocławskim. Najmniej zaś w podregionie świeckim (6,2%) (wykres 3.3, tabela 3.5 i 3.6).



Wykres 3.3. Przedsiębiorstwa innowacyjne w zakresie innowacji produktowych w latach 2016–2018 według podregionów

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.5. Innowacyjność produktowa według podregionów – struktura odpowiedzi – część 1

Podregion	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
Bydgosko-toruński	224	49,8	1012	52,1	1236	51,7
Grudziądzki	54	12,0	285	14,7	339	14,2
Włocławski	93	20,7	222	11,4	315	13,2
Inowrocławski	51	11,3	314	16,2	365	15,3
Świecki	28	6,2	109	5,6	137	5,7
Ogółem	450	100,0	1942	100,0	2392	100,0

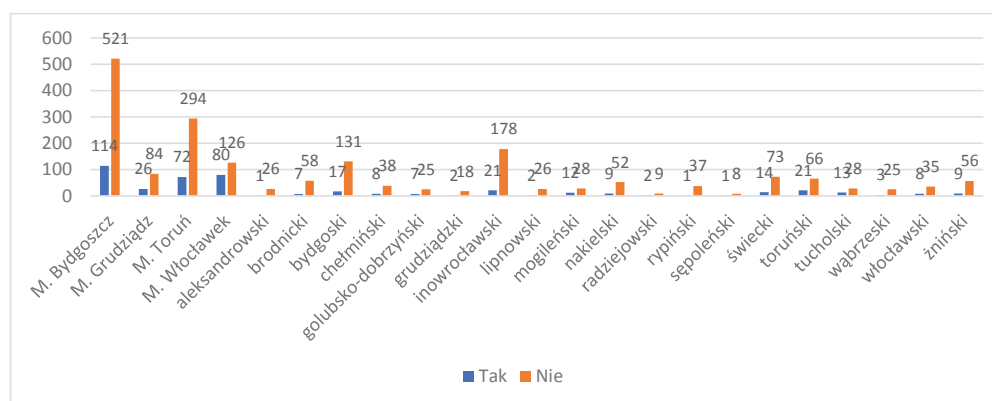
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.6. Innowacyjność produktowa według podregionów – struktura odpowiedzi – część 2

Podregion	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
Bydgosko-toruński	224	18,1	1012	81,9	1236	100,0
Grudziądzki	54	15,9	285	84,1	339	100,0
Włocławski	93	29,5	222	70,5	315	100,0
Inowrocławski	51	14,0	314	86,0	365	100,0
Świecki	28	20,4	109	79,6	137	100,0
Ogółem	450	18,8	1942	81,2	2392	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Z kolei oceniając innowacyjność w ujęciu terytorialnym z perspektywy powiatów, można zauważyć, że wśród badanych mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw największy odsetek podmiotów, które w latach 2016–2018 wprowadziły innowacje produktowe, wystąpił w największych miastach regionu, a więc Bydgoszczy (25,3%), Włocławku (17,8%), Toruniu (16,0%) oraz Grudziądzu (5,8%). Najniższy zaś zaobserwowano w powiecie aleksandrowskim (0,2%), rypińskim (0,2%) i sępoleńskim (0,2%) (wykres 3.4, tabela 3.7 i 3.8).



Wykres 3.4. Przedsiębiorstwa innowacyjne w zakresie innowacji produktowych w latach 2016–2018 według powiatów

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.7. Innowacyjność produktowa według powiatów – struktura odpowiedzi – część 1

Powiat	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
Aleksandrowski	1	0,2	26	1,3	27	1,1
Brodnicki	7	1,6	58	3,0	65	2,7
Bydgoski	17	3,8	131	6,7	148	6,2
Chełmiński	8	1,8	38	2,0	46	1,9
Golubsko-dobrzyński	7	1,6	25	1,3	32	1,3
Grudziądzki	2	0,4	18	0,9	20	0,8
Inowrocławski	21	4,7	178	9,2	199	8,3
Lipnowski	2	0,4	26	1,3	28	1,2
Mogileński	12	2,7	28	1,4	40	1,7
Nakielski	9	2,0	52	2,7	61	2,6
Radziejowski	2	0,4	9	0,5	11	0,5
Rypiński	1	0,2	37	1,9	38	1,6
Sępoleński	1	0,2	8	0,4	9	0,4
Świecki	14	3,1	73	3,8	87	3,6
Toruński	21	4,7	66	3,4	87	3,6
Tucholski	13	2,9	28	1,4	41	1,7
Wąbrzeski	3	0,7	25	1,3	28	1,2
Włocławski	8	1,8	35	1,8	43	1,8

Cd. tab. 3.7

Powiat	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
Żniński	9	2,0	56	2,9	65	2,7
M. Bydgoszcz	114	25,3	521	26,8	635	26,5
M. Grudziądz	26	5,8	84	4,3	110	4,6
M. Toruń	72	16,0	294	15,1	366	15,3
M. Włocławek	80	17,8	126	6,5	206	8,6
Ogółem	450	100,0	1942	100,0	2392	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

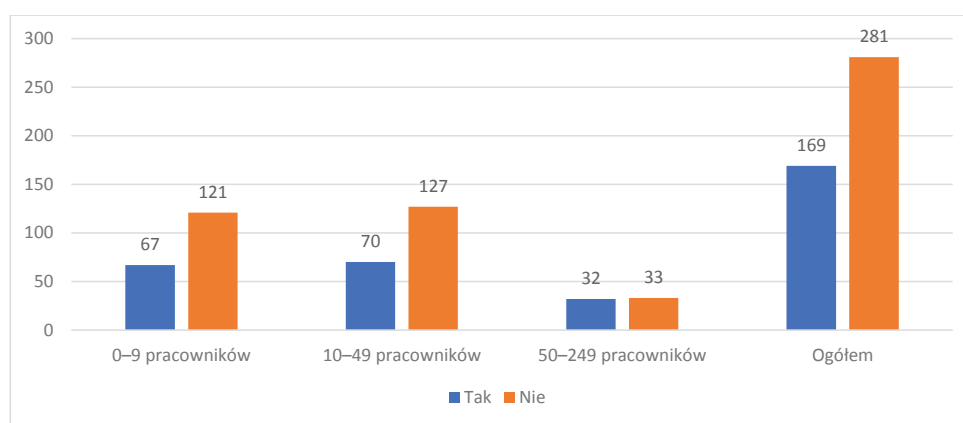
Tabela 3.8. Innowacyjność produktowa według powiatów – struktura odpowiedzi – część 2

Powiat	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
Aleksandrowski	1	3,7	26	96,3	27	100,0
Brodnicki	7	10,8	58	89,2	65	100,0
Bydgoski	17	11,5	131	88,5	148	100,0
Chełmiński	8	17,4	38	82,6	46	100,0
Golubsko-dobrzyński	7	21,9	25	78,1	32	100,0
Grudziądzki	2	10,0	18	90,0	20	100,0
Inowrocławski	21	10,6	178	89,4	199	100,0
Lipnowski	2	7,1	26	92,9	28	100,0
Mogileński	12	30,0	28	70,0	40	100,0
Nakielski	9	14,8	52	85,2	61	100,0
Radziejowski	2	18,2	9	81,8	11	100,0
Rypiński	1	2,6	37	97,4	38	100,0
Sępoleński	1	11,1	8	88,9	9	100,0
Świecki	14	16,1	73	83,9	87	100,0
Toruński	21	24,1	66	75,9	87	100,0
Tucholski	13	31,7	28	68,3	41	100,0
Wąbrzeski	3	10,7	25	89,3	28	100,0
Włocławski	8	18,6	35	81,4	43	100,0
Żniński	9	13,8	56	86,2	65	100,0
M. Bydgoszcz	114	18,0	521	82,0	635	100,0
M. Grudziądz	26	23,6	84	76,4	110	100,0
M. Toruń	72	19,7	294	80,3	366	100,0
M. Włocławek	80	38,8	126	61,2	206	100,0
Ogółem	450	18,8	1942	81,2	2392	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Udział mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw, które wprowadziły **innowacje produktowe nowe dla rynku** (wprowadzone przed konkurencją), w latach 2016–2018, w ogólnej liczbie badanych przedsiębiorstw, wyniósł odpowiednio 6,1%, 6,9% i 11,9%. Najczęściej nowe dla rynku innowacje produktowe wprowadzały podmioty o liczbie pracujących pomiędzy 50 a 249 osób. Biorąc pod uwagę ogólną liczbę badanych MSP, innowacje produktowe nowe dla rynku wprowadziło 7,1% z nich.

Z kolei udział MSP, które wprowadziły innowacje produktowe nowe dla rynku w relacji do przedsiębiorstw innowacyjnych, wyniósł odpowiednio 35,6%, 35,5% i 49,2%. Biorąc pod uwagę ogólną liczbę innowacyjnych MSP, innowacje produktowe nowe dla rynku wprowadziło 37,6% z nich (wykres 3.5, tabela 3.9 i 3.10).



Wykres 3.5. Innowacje produktowe – nowe dla rynku według liczby pracujących

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.9. Innowacje produktowe nowe dla rynku według liczby pracujących – struktura odpowiedzi – część 1

Wielkość	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
0–9 pracowników	67	39,6	121	43,1	188	41,8
10–49 pracowników	70	41,4	127	45,2	197	43,8
50–249 pracowników	32	18,9	33	11,7	65	14,4
Ogółem	169	100,0	281	100,0	450	100,0

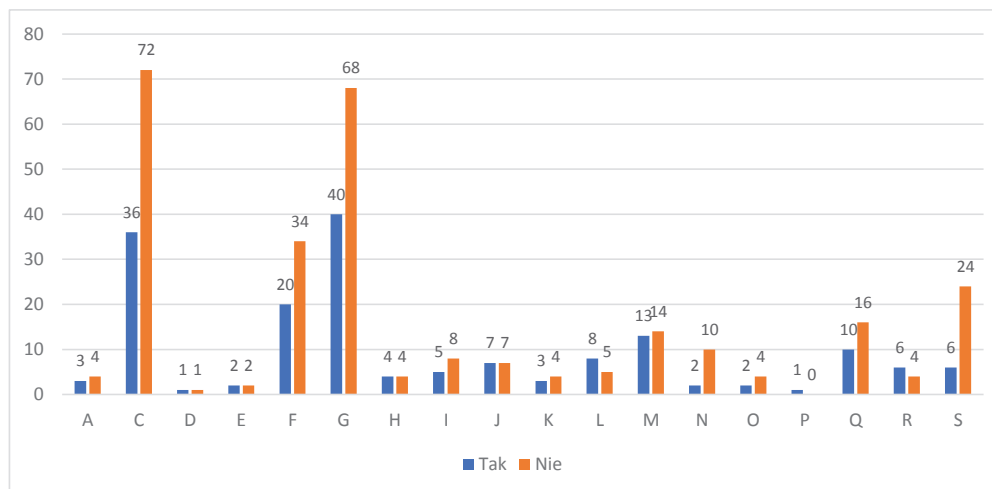
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.10. Innowacje produktowe nowe dla rynku według liczby pracujących – struktura odpowiedzi – część 2

Wielkość	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
0–9 pracowników	67	35,6	121	64,6	188	100,0
10–49 pracowników	70	35,5	127	64,5	197	100,0
50–249 pracowników	32	49,2	33	50,8	65	100,0
Ogółem	169	37,6	281	62,4	450	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

W badanym okresie najwięcej mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw, które wprowadziły innowacje produktowe nowe dla rynku, należało do sekcji G (23,7%), C (21,3%) oraz F (11,8%). Najmniej natomiast było ich w sekcji D (0,6%) i P (0,6%) (wykres 3.6, tabela 3.11 i 3.12).



Wykres 3.6. Innowacje produktowe – nowe dla rynku według sekcji PKD

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.11. Innowacje produktowe nowe dla rynku według sekcji PKD – struktura odpowiedzi – część 1

Sekcja PKD	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
A	3	1,8	4	1,4	7	1,6
C	36	21,3	72	25,6	108	24,0
D	1	0,6	1	0,4	2	0,4
E	2	1,2	2	0,7	4	0,9
F	20	11,8	34	12,1	54	12,0
G	40	23,7	68	24,2	108	24,0
H	4	2,4	4	1,4	8	1,8
I	5	3,0	8	2,8	13	2,9
J	7	4,1	7	2,5	14	3,1
K	3	1,8	4	1,4	7	1,6
L	8	4,7	5	1,8	13	2,9
M	13	7,7	14	5,0	27	6,0
N	2	1,2	10	3,6	12	2,7
O	2	1,2	4	1,4	6	1,3
P	1	0,6	0	0,0	1	0,2
Q	10	5,9	16	5,7	26	5,8

Cd. tab. 3.11

Sekcja PKD	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
R	6	3,6	4	1,4	10	2,2
S	6	3,6	24	8,5	30	6,7
Ogółem	169	100,0	281	100,0	450	100,0

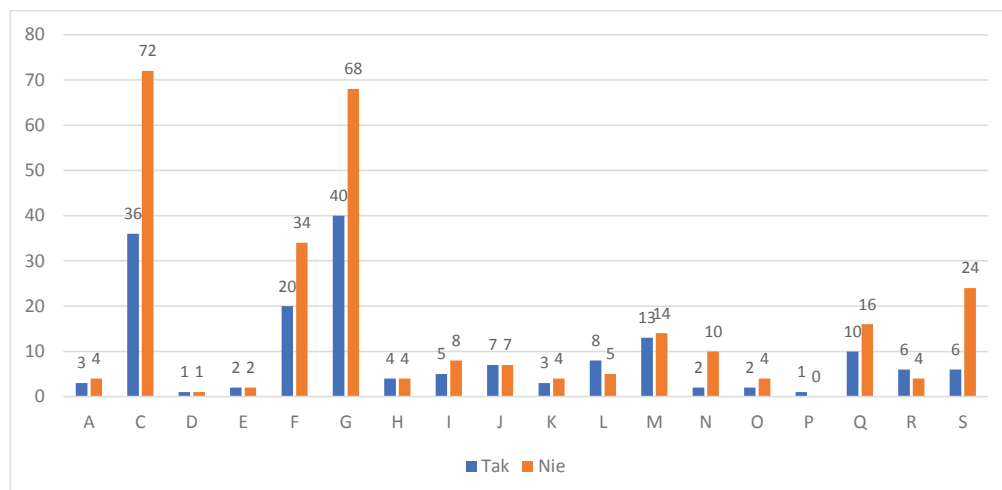
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.12. Innowacje produktowe nowe dla rynku według sekcji PKD – struktura odpowiedzi – część 2

Sekcja PKD	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
A	3	42,9	4	57,1	7	100,0
C	36	33,3	72	66,7	108	100,0
D	1	50,0	1	50,0	2	100,0
E	2	50,0	2	50,0	4	100,0
F	20	37,0	34	63,0	54	100,0
G	40	37,0	68	63,0	108	100,0
H	4	50,0	4	50,0	8	100,0
I	5	38,5	8	61,5	13	100,0
J	7	50,0	7	50,0	14	100,0
K	3	42,9	4	57,1	7	100,0
L	8	61,5	5	38,5	13	100,0
M	13	48,1	14	51,9	27	100,0
N	2	16,7	10	83,3	12	100,0
O	2	33,3	4	66,7	6	100,0
P	1	100,0	0	0,0	1	100,0
Q	10	38,5	16	61,5	26	100,0
R	6	60,0	4	40,0	10	100,0
S	6	20,0	24	80,0	30	100,0
Ogółem	169	37,6	281	62,4	450	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Dokonując oceny nowych dla rynku innowacji produktowych z perspektywy podregionów, zauważyć można, że wśród badanych mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw najczęściej miało swoją siedzibę w podregionie bydgosko-toruńskim (49,1%), włocławskim (19,5%) oraz grudziądzkim (14,8%). Najmniej zaś w podregionie świeckim (8,3%) i inowrocławskim (8,3%) (wykres 3.7, tabela 3.13 i 3.14).



Wykres 3.7. Innowacje produktowe – nowe dla rynku według podregionów

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.13. Innowacje produktowe nowe dla rynku według podregionów – struktura odpowiedzi – część 1

Podregion	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
Bydgosko-toruński	83	49,1	141	50,2	224	49,8
Grudziądzki	25	14,8	29	10,3	54	12,0
Włocławski	33	19,5	60	21,4	93	20,7
Inowrocławski	14	8,3	37	13,2	51	11,3
Świecki	14	8,3	14	5,0	28	6,2
Ogółem	169	100,0	281	100,0	450	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

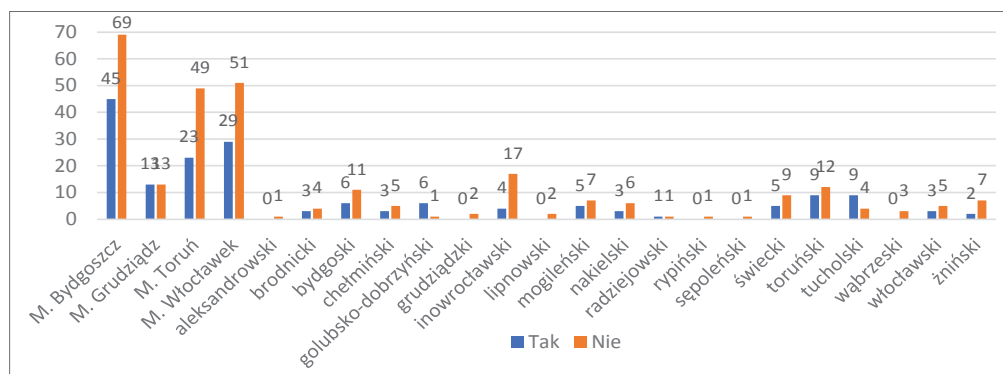
Tabela 3.14. Innowacje produktowe nowe dla rynku według podregionów – struktura odpowiedzi – część 2

Podregion	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
Bydgosko-toruński	83	37,1	141	62,9	224	100,0
Grudziądzki	25	46,3	29	53,7	54	100,0
Włocławski	33	35,5	60	64,5	93	100,0
Inowrocławski	14	27,5	37	72,5	51	100,0
Świecki	14	50,0	14	50,0	28	100,0
Ogółem	169	37,6	281	62,4	450	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Z kolei oceniając wprowadzenie nowych dla rynku innowacji produktowych w ujęciu terytorialnym można zauważyć, że wśród badanych mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw największy odsetek podmiotów wystąpił w największych miastach województwa, a więc Bydgoszczy (26,6%), Włocławku (17,2%),

Toruniu (13,6%) oraz Grudziądzu (7,7%). Brak tego rodzaju innowacji zaobserwowano w powiecie aleksandrowskim, grudziądzkim, lipnowskim, rypińskim, sępoleńskim i wąbrzeskim (wykres 3.8, tabela 3.15 i 3.16).



Wykres 3.8. Innowacje produktowe – nowe dla rynku według powiatów

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.15. Innowacje produktowe nowe dla rynku według powiatów– struktura odpowiedzi – część 1

Powiat	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
Aleksandrowski	0	0,0	1	0,4	1	0,2
Brodnicki	3	1,8	4	1,4	7	1,6
Bydgoski	6	3,6	11	3,9	17	3,8
Chełmiński	3	1,8	5	1,8	8	1,8
Golubsko-dobrzyński	6	3,6	1	0,4	7	1,6
Grudziądzki	0	0,0	2	0,7	2	0,4
Inowrocławski	4	2,4	17	6,0	21	4,7
Lipnowski	0	0,0	2	0,7	2	0,4
Mogileński	5	3,0	7	2,5	12	2,7
Nakielski	3	1,8	6	2,1	9	2,0
Radziejowski	1	0,6	1	0,4	2	0,4
Rypiński	0	0,0	1	0,4	1	0,2
Sępoleński	0	0,0	1	0,4	1	0,2
Świecki	5	3,0	9	3,2	14	3,1
Toruński	9	5,3	12	4,3	21	4,7
Tucholski	9	5,3	4	1,4	13	2,9
Wąbrzeski	0	0,0	3	1,1	3	0,7
Włocławski	3	1,8	5	1,8	8	1,8
Żniński	2	1,2	7	2,5	9	2,0
M. Bydgoszcz	45	26,6	69	24,6	114	25,3
M. Grudziądz	13	7,7	13	4,6	26	5,8
M. Toruń	23	13,6	49	17,4	72	16,0
M. Włocławek	29	17,2	51	18,1	80	17,8
Ogółem	169	100,0	281	100,0	450	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

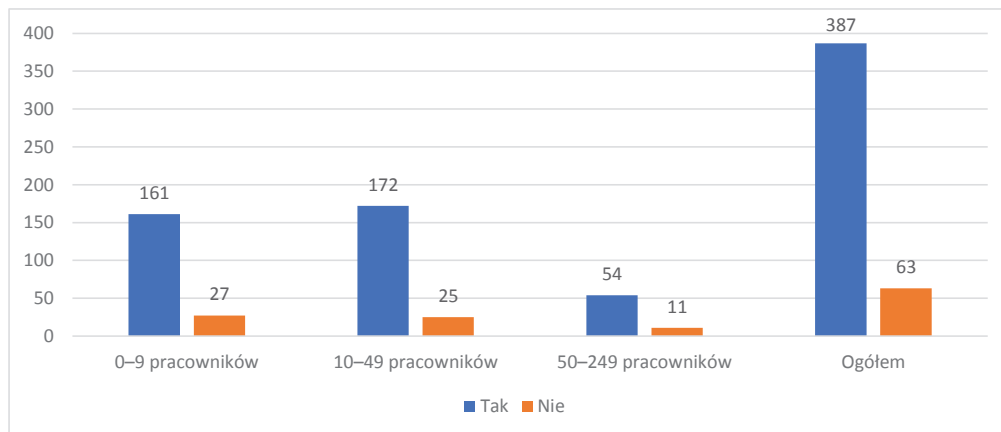
Tabela 3.16. Innowacje produktowe nowe dla rynku według powiatów – struktura odpowiedzi – część 2

Powiat	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
Aleksandrowski	0	0,0	1	100,0	1	100,0
Brodnicki	3	42,9	4	57,1	7	100,0
Bydgoski	6	35,3	11	64,7	17	100,0
Chełmiński	3	37,5	5	62,5	8	100,0
Golubsko-dobrzyński	6	85,7	1	14,3	7	100,0
Grudziądzki	0	0,0	2	100,0	2	100,0
Inowrocławski	4	19,0	17	81,0	21	100,0
Lipnowski	0	0,0	2	100,0	2	100,0
Mogileński	5	41,7	7	58,3	12	100,0
Nakielski	3	33,3	6	66,7	9	100,0
Radziejowski	1	50,0	1	50,0	2	100,0
Rypiński	0	0,0	1	100,0	1	100,0
Sępoleński	0	0,0	1	100,0	1	100,0
Świecki	5	35,7	9	64,3	14	100,0
Toruński	9	42,9	12	57,1	21	100,0
Tucholski	9	69,2	4	30,8	13	100,0
Wąbrzeski	0	0,0	3	100,0	3	100,0
Włocławski	3	37,5	5	62,5	8	100,0
Żniński	2	22,2	7	77,8	9	100,0
M. Bydgoszcz	45	39,5	69	60,5	114	100,0
M. Grudziądz	13	50,0	13	50,0	26	100,0
M. Toruń	23	31,9	49	68,1	72	100,0
M. Włocławek	29	36,3	51	63,8	80	100,0
Ogółem	169	37,6	281	62,4	450	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Udział mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw, które wprowadziły **innowacje produktowe nowe tylko dla przedsiębiorstwa** (wcześniej wprowadzone przez konkurencję na rynek), w latach 2016–2018, w ogólnej liczbie tych przedsiębiorstw, wyniósł odpowiednio 14,5%, 16,9% i 20,1%. Najczęściej nowe tylko dla przedsiębiorstwa innowacje produktowe wprowadzały podmioty średniej wielkości. Biorąc pod uwagę ogólną liczbę badanych MSP, innowacje produktowe nowe tylko dla przedsiębiorstwa wprowadziło 16,2% z nich.

Z kolei, udział MSP, które wprowadziły innowacje produktowe nowe tylko dla przedsiębiorstwa w relacji do przedsiębiorstw innowacyjnych, wyniósł odpowiednio 85,6%, 87,3% i 83,1%. Biorąc pod uwagę ogólną liczbę innowacyjnych MSP, innowacje produktowe nowe dla przedsiębiorstwa wprowadziło 86,0% z nich (wykres 3.9, tabela 3.17 i 3.18).



Wykres 3.9. Innowacje produktowe – nowe dla przedsiębiorstwa według liczby pracujących

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.17. Innowacje produktowe nowe dla przedsiębiorstwa według liczby pracujących – struktura odpowiedzi – część 1

Wielkość	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
0–9 pracowników	161	41,6	27	42,9	188	41,8
10–49 pracowników	172	44,4	25	39,7	197	43,8
50–249 pracowników	54	14,0	11	17,5	65	14,4
Ogółem	387	100,0	63	100,0	450	100,0

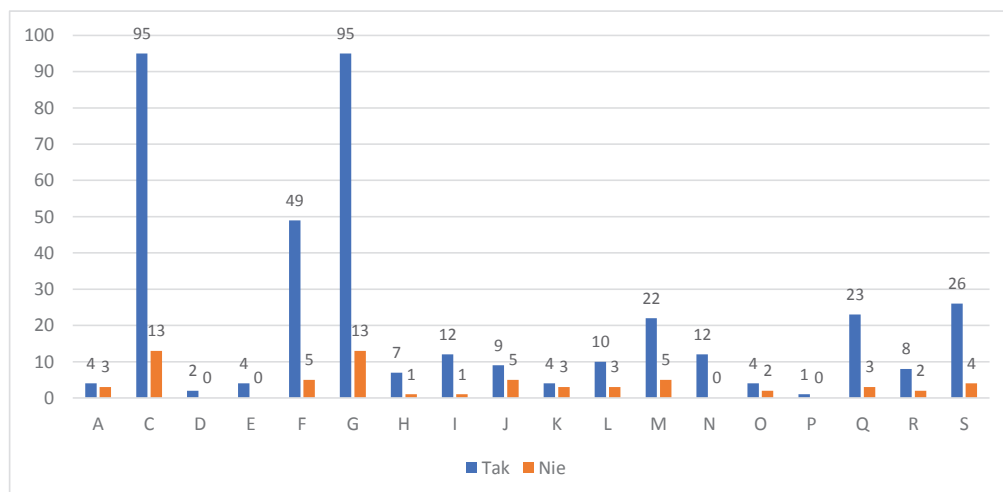
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.18. Innowacje produktowe nowe dla przedsiębiorstwa według liczby pracujących – struktura odpowiedzi – część 2

Wielkość	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
0–9 pracowników	161	85,6	27	14,4	188	100,0
10–49 pracowników	172	87,3	25	12,7	197	100,0
50–249 pracowników	54	83,1	11	16,9	65	100,0
Ogółem	387	86,0	63	14,0	450	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

W badanym okresie najczęściej mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw, które wprowadziły innowacje produktowe nowe tylko dla przedsiębiorstwa, należało do sekcji C (24,5%), G (24,5%) oraz F (12,7%). Najmniej natomiast było ich w sekcji D (0,5%) i P (0,3%) (wykres 2.10, tabela 2.19 i 2.20).



Wykres 3.10. Innowacje produktowe – nowe dla przedsiębiorstwa według sekcji PKD

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.19. Innowacje produktowe nowe dla przedsiębiorstwa według sekcji PKD – struktura odpowiedzi – część 1

Sekcja PKD	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
A	4	1,0	3	4,8	7	1,6
C	95	24,5	13	20,6	108	24,0
D	2	0,5	0	0,0	2	0,4
E	4	1,0	0	0,0	4	0,9
F	49	12,7	5	7,9	54	12,0
G	95	24,5	13	20,6	108	24,0
H	7	1,8	1	1,6	8	1,8
I	12	3,1	1	1,6	13	2,9
J	9	2,3	5	7,9	14	3,1
K	4	1,0	3	4,8	7	1,6
L	10	2,6	3	4,8	13	2,9
M	22	5,7	5	7,9	27	6,0
N	12	3,1	0	0,0	12	2,7
O	4	1,0	2	3,2	6	1,3
P	1	0,3	0	0,0	1	0,2
Q	23	5,9	3	4,8	26	5,8
R	8	2,1	2	3,2	10	2,2
S	26	6,7	4	6,3	30	6,7
Ogółem	387	100,0	63	100,0	450	100,0

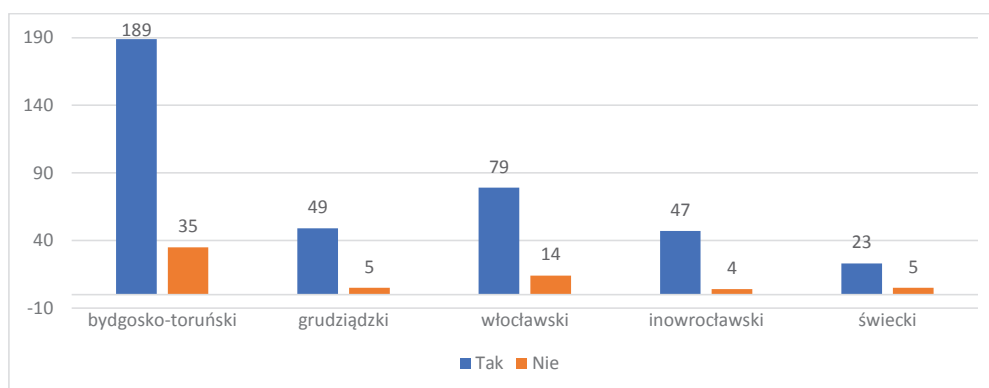
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.20. Innowacje produktowe nowe dla przedsiębiorstwa według sekcji PKD – struktura odpowiedzi – część 2

Sekcja PKD	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
A	4	57,1	3	42,9	7	100,0
C	95	88,0	13	12,0	108	100,0
D	2	100,0	0	0,0	2	100,0
E	4	100,0	0	0,0	4	100,0
F	49	90,7	5	9,3	54	100,0
G	95	88,0	13	12,0	108	100,0
H	7	87,5	1	12,5	8	100,0
I	12	92,3	1	7,7	13	100,0
J	9	64,3	5	35,7	14	100,0
K	4	57,1	3	42,9	7	100,0
L	10	76,9	3	23,1	13	100,0
M	22	81,5	5	18,5	27	100,0
N	12	100,0	0	0,0	12	100,0
O	4	66,7	2	33,3	6	100,0
P	1	100,0	0	0,0	1	100,0
Q	23	88,5	3	11,5	26	100,0
R	8	80,0	2	20,0	10	100,0
S	26	86,7	4	13,3	30	100,0
Ogółem	387	86,0	63	14,0	450	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Dokonując oceny nowych tylko dla przedsiębiorstwa innowacji produktowych z perspektywy podregionów zauważyć można, że wśród badanych mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw najwięcej swoją siedzibę miało w podregionie bydgosko-toruńskim (48,8%), włocławskim (20,4%). W podregionie grudziądzkim i inowrocławskim było ich ponad 12%. W podregionie świeckim natomiast (5,9%) (wykres 3.11, tabela 3.21 i 3.22).



Wykres 3.11. Innowacje produktowe – nowe dla przedsiębiorstwa według podregionów

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.21. Innowacje produktowe nowe dla przedsiębiorstwa według podregionów – struktura odpowiedzi – część 1

Podregion	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
Bydgosko-toruński	189	48,8	35	55,6	224	49,8
Grudziądzki	49	12,7	5	7,9	54	12,0
Włocławski	79	20,4	14	22,2	93	20,7
Inowrocławski	47	12,1	4	6,3	51	11,3
Świecki	23	5,9	5	7,9	28	6,2
Ogółem	387	100,0	63	100,0	450	100,0

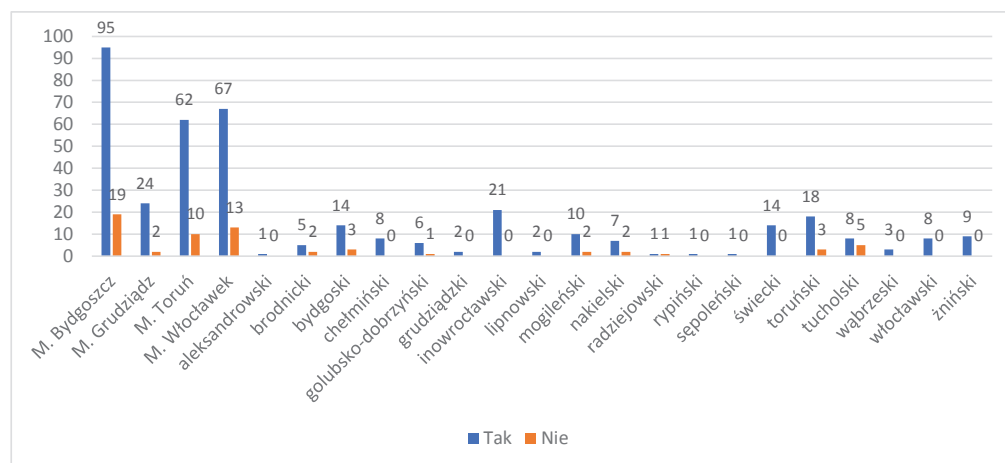
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.22. Innowacje produktowe nowe dla przedsiębiorstwa według podregionów – struktura odpowiedzi – część 2

Podregion	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
Bydgosko-toruński	83	84,4	141	15,6	224	100,0
Grudziądzki	25	90,7	29	9,3	54	100,0
Włocławski	33	84,9	60	15,1	93	100,0
Inowrocławski	14	92,2	37	7,8	51	100,0
Świecki	14	82,1	14	17,9	28	100,0
Ogółem	169	86,0	281	14,0	450	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Z kolei oceniając wprowadzenie nowych tylko dla przedsiębiorstwa innowacji produktowych w ujęciu terytorialnym z punktu widzenia powiatów, zauważyć można, że wśród badanych mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw największy odsetek podmiotów, wystąpił w największych miastach województwa, a więc Bydgoszczy (24,5%), Włocławku (17,3%), Toruniu (16,0%) oraz Grudziądzu (6,2%). Najmniej tego rodzaju innowacji zaobserwowano w powiecie aleksandrowskim, radziejowskim, rypińskim i sępoleńskim (0,3%) (wykres 3.12, tabela 3.23 i 3.24).



Wykres 3.12. Innowacje produktowe – nowe dla przedsiębiorstwa według powiatów

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.23. Innowacje produktowe nowe dla przedsiębiorstwa według powiatów – struktura odpowiedzi – część 1

Powiat	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
Aleksandrowski	1	0,3	0	0,0	1	0,2
Brodnicki	5	1,3	2	3,2	7	1,6
Bydgoski	14	3,6	3	4,8	17	3,8
Chełmiński	8	2,1	0	0,0	8	1,8
Golubsko-dobrzyński	6	1,6	1	1,6	7	1,6
Grudziądzki	2	0,5	0	0,0	2	0,4
Inowrocławski	21	5,4	0	0,0	21	4,7
Lipnowski	2	0,5	0	0,0	2	0,4
Mogileński	10	2,6	2	3,2	12	2,7
Nakielski	7	1,8	2	3,2	9	2,0
Radziejowski	1	0,3	1	1,6	2	0,4
Rypiński	1	0,3	0	0,0	1	0,2
Sępoleński	1	0,3	0	0,0	1	0,2
Świecki	14	3,6	0	0,0	14	3,1
Toruński	18	4,7	3	4,8	21	4,7
Tucholski	8	2,1	5	7,9	13	2,9
Wąbrzeski	3	0,8	0	0,0	3	0,7
Włocławski	8	2,1	0	0,0	8	1,8
Żniński	9	2,3	0	0,0	9	2,0
M. Bydgoszcz	95	24,5	19	30,2	114	25,3
M. Grudziądz	24	6,2	2	3,2	26	5,8
M. Toruń	62	16,0	10	15,9	72	16,0
M. Włocławek	67	17,3	13	20,6	80	17,8
Ogółem	387	100,0	63	100,0	450	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.24. Innowacje produktowe nowe dla przedsiębiorstwa według powiatów – struktura odpowiedzi – część 2

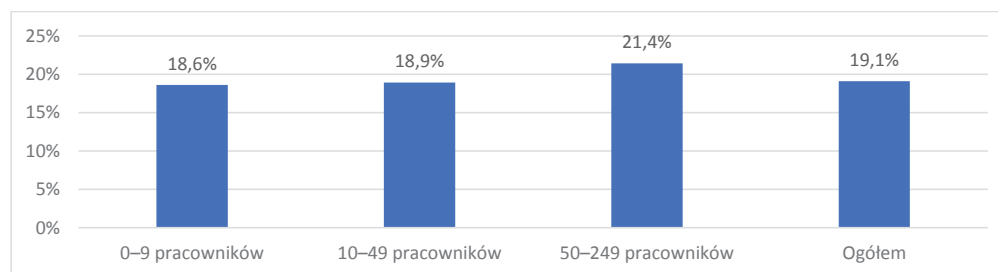
Powiat	Tak		Nie		Ogółem	
	Liczebność	Udział %	Liczebność	Udział %	Liczebność	Udział %
aleksandrowski	1	100,0	0	0,0	1	100,0
brodnicki	5	71,4	2	28,6	7	100,0
bydgoski	14	82,4	3	17,6	17	100,0
chełmiński	8	100,0	0	0,0	8	100,0
golubsko-dobrzyński	6	85,7	1	14,3	7	100,0
grudziądzki	2	100,0	0	0,0	2	100,0

Cd. tab. 3.24

Powiat	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
Inowrocławski	21	100,0	0	0,0	21	100,0
Lipnowski	2	100,0	0	0,0	2	100,0
Mogileński	10	83,3	2	16,7	12	100,0
Nakielski	7	77,8	2	22,2	9	100,0
Radziejowski	1	50,0	1	50,0	2	100,0
Rypiński	1	100,0	0	0,0	1	100,0
Sępoleński	1	100,0	0	0,0	1	100,0
Świecki	14	100,0	0	0,0	14	100,0
Toruński	18	85,7	3	14,3	21	100,0
Tucholski	8	61,5	5	38,5	13	100,0
Wąbrzeski	3	100,0	0	0,0	3	100,0
Włocławski	8	100,0	0	0,0	8	100,0
Żniński	9	100,0	0	0,0	9	100,0
M. Bydgoszcz	95	83,3	19	16,7	114	100,0
M. Grudziądz	24	92,3	2	7,7	26	100,0
M. Toruń	62	86,1	10	13,9	72	100,0
M. Włocławek	67	83,8	13	16,3	80	100,0
Ogółem	387	86,0	63	14,0	450	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

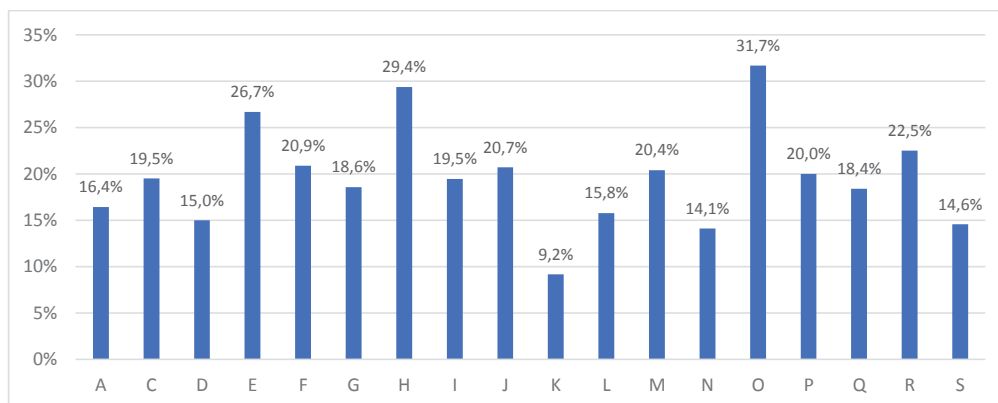
W **strukturze oferty** mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw województwa kujawsko-pomorskiego, w latach 2016–2018, innowacje produktowe stanowiły odpowiednio 18,6%, 18,9% i 21,4%. Innowacje produktowe stanowiły największą część oferty przedsiębiorstw o liczbie pracujących pomiędzy 50 a 249 osób. Biorąc pod uwagę ogólną liczbę innowacyjnych przedsiębiorstw, innowacje produktowe stanowiły średnio 19,1% ich oferty (wykres 3.13).



Wykres 3.13. Udział innowacji produktowych w ofercie przedsiębiorstwa ogółem według liczby pracujących

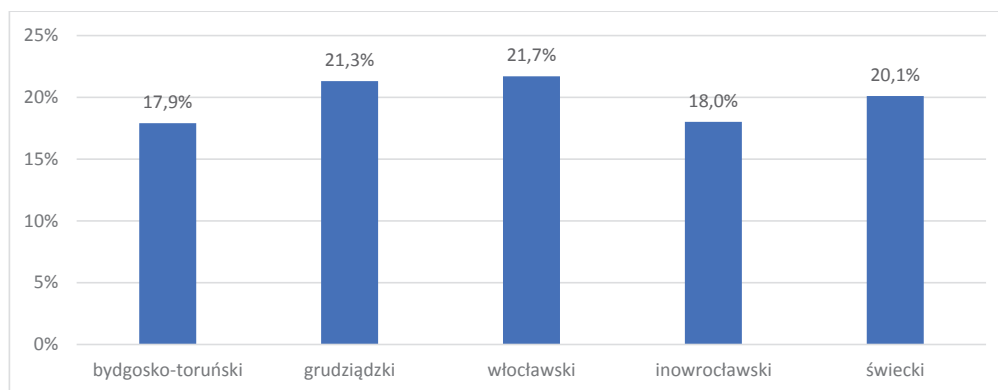
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

W badanym okresie innowacje produktowe stanowiły największą część oferty mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw należących do sekcji O (31,7%), H (29,4%) oraz E (26,7%). Najmniejszą część oferty stanowiły w przypadku przedsiębiorstw sekcji K (9,2%) (wykres 2.14).



Wykres 3.14. Udział innowacji produktowych w ofercie przedsiębiorstwa ogółem według sekcji PKD
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

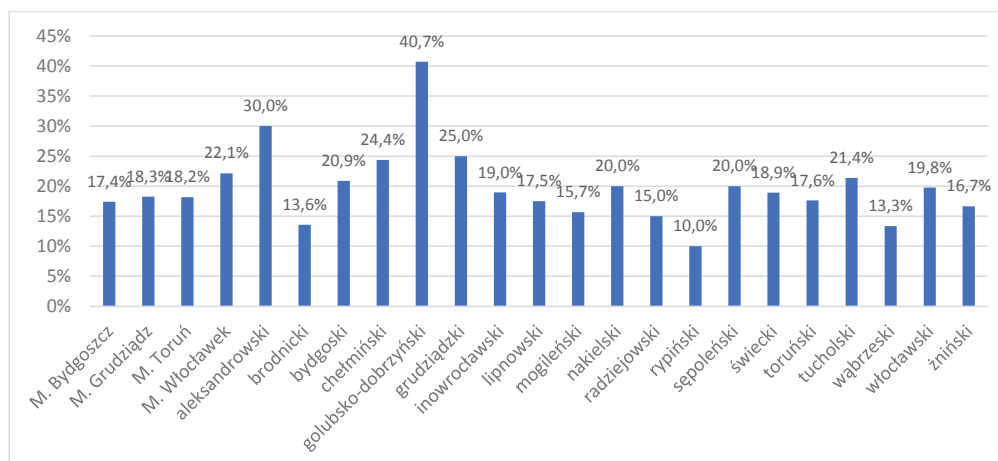
Dokonując oceny udziału innowacji produktowych w ofercie badanych przedsiębiorstw z perspektywy podregionów, zauważyć można, że był on największy w podregionie włocławskim (21,7%) oraz grudziądzkim (21,3%). W świeckim wyniósł średnio 20%, a w bydgosko-toruńskim i inowrocławskim około 18% (wykres 3.15).



Wykres 3.15. Udział innowacji produktowych w ofercie przedsiębiorstwa ogółem według podregionów

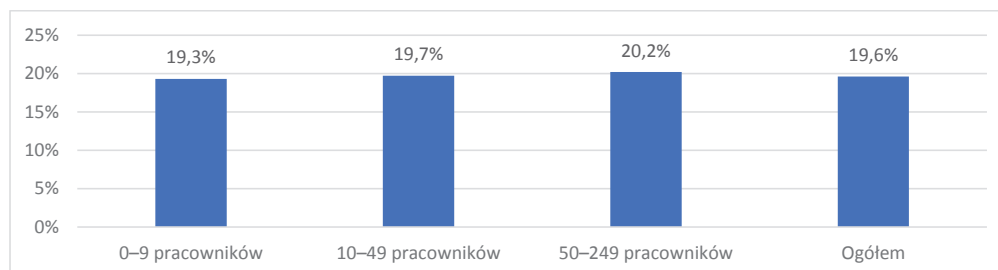
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Z kolei oceniając udział innowacji produktowych w ofercie badanych przedsiębiorstw z punktu widzenia powiatów, zauważyć można, że wśród badanych mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw największy był on w powiecie golubsko-dobrzańskim (40,7%) i aleksandrowskim (30,0%). Najniższy zaś w powiecie rypińskim (10%) (wykres 3.16).



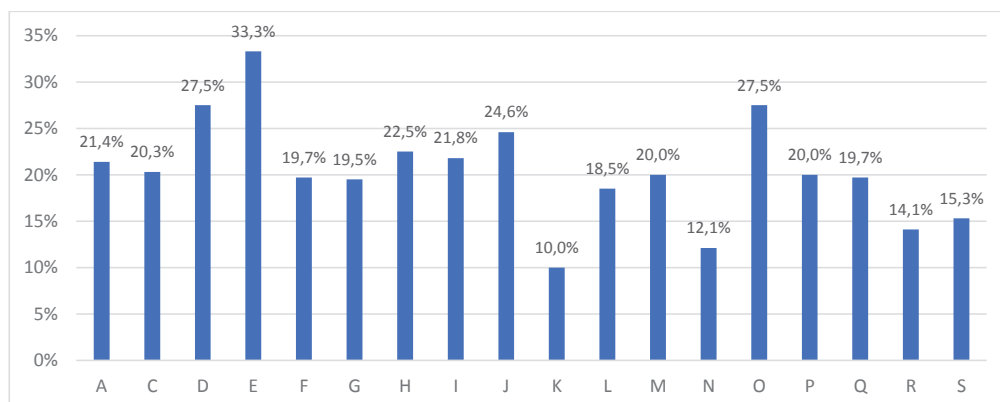
Wykres 3.16. Udział innowacji produktowych w ofercie przedsiębiorstwa ogółem według powiatów
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Udział przychodów mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw ze sprzedaży produktów nowych lub istotnie ulepszonych w przychodach ze sprzedaży ogółem, w latach 2016–2018, stanowił odpowiednio 19,3%, 19,7% i 20,2%. Najwyższy był w przypadku przedsiębiorstw średnich. Biorąc pod uwagę ogólną liczbę innowacyjnych przedsiębiorstw, wyniósł on średnio 19,1% przychodów ze sprzedaży ogółem (wykres 3.17).



Wykres 3.17. Udział przychodów przedsiębiorstw ze sprzedaży produktów nowych lub istotnie ulepszonych w przychodach ze sprzedaży ogółem według liczby pracujących
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

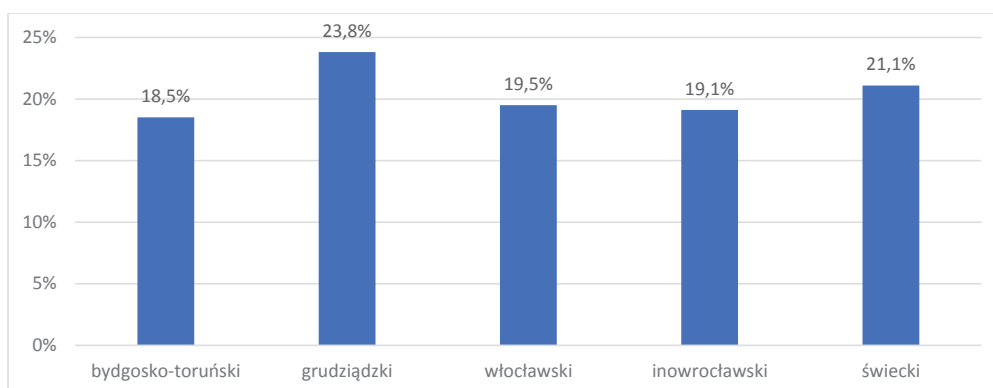
W badanym okresie udział przychodów przedsiębiorstw ze sprzedaży innowacji produktowych w przychodach ze sprzedaży ogółem był najwyższy wśród mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw należących do sekcji E (33,3%), D (27,5%) oraz O (27,5%). Najniższy zaś w przypadku przedsiębiorstw należących do sekcji K (10,0%) (wykres 3.18).



Wykres 3.18. Udział przychodów przedsiębiorstw ze sprzedaży produktów nowych lub istotnie ulepszonych w przychodach ze sprzedaży ogółem według sekcji PKD

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

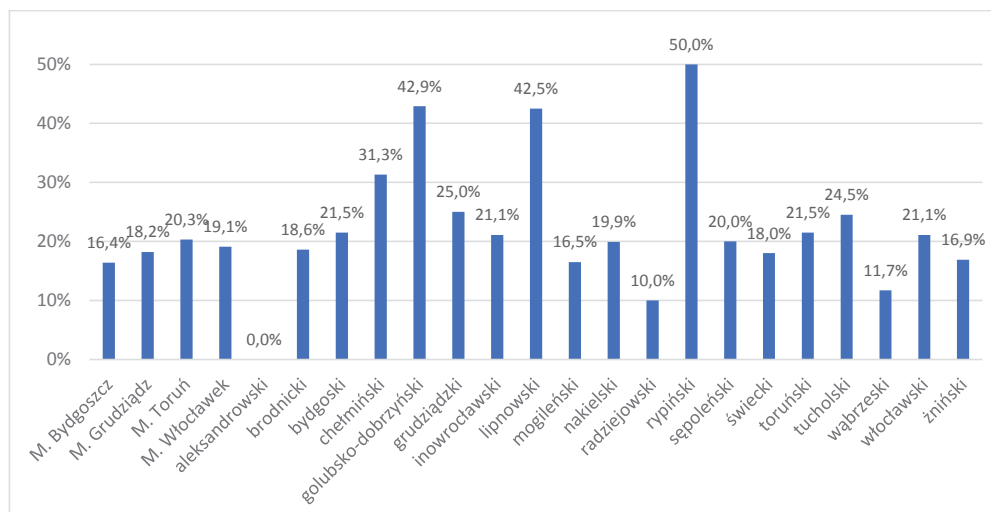
W badanym okresie udział przychodów przedsiębiorstw ze sprzedaży innowacji produktowych w przychodach ze sprzedaży ogółem był najwyższy wśród mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw z podregionu grudziądzkiego (23,8%). Stosunkowo najniższy był on zaś wśród przedsiębiorstw podregionu bydgosko-toruńskiego (18,5%) (wykres 3.19).



Wykres 3.19. Udział przychodów przedsiębiorstw ze sprzedaży produktów nowych lub istotnie ulepszonych w przychodach ze sprzedaży ogółem według podregionów

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Z kolei oceniając udział przychodów przedsiębiorstw ze sprzedaży innowacji produktowych w przychodach ze sprzedaży ogółem z punktu widzenia powiatów zauważyć można, że wśród badanych mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw największy był on w powiecie rypińskim (50,0%), golubsko-dobrzańskim (42,9%) oraz lipnowskim (42,5%). Najniższy zaś w powiecie aleksandrowskim (0%) (wykres 3.20).

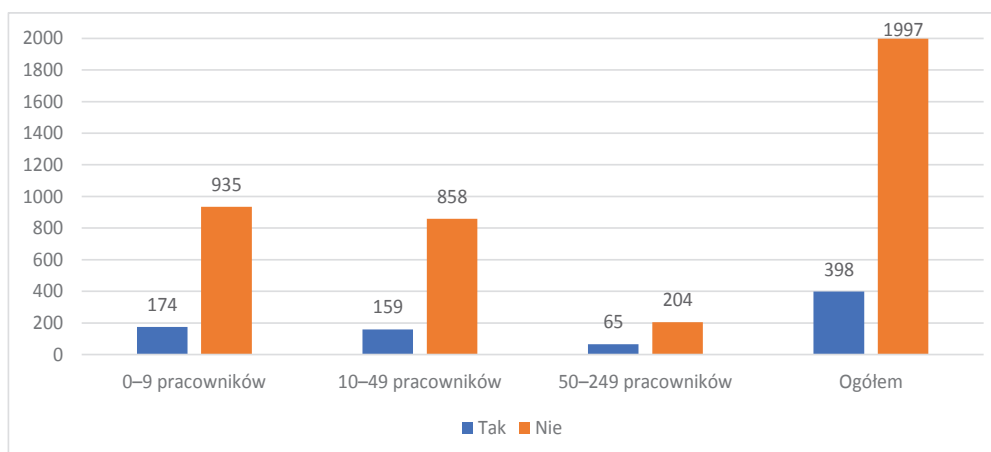


Wykres 3.20. Udział przychodów przedsiębiorstw ze sprzedaży produktów nowych lub istotnie ulepszonych w przychodach ze sprzedaży ogółem według powiatów

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

3.3. Przedsiębiorstwa innowacyjne w zakresie innowacji procesowych

Udział mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw, które wprowadziły **innowacje procesowe** w latach 2016–2018, w ogólnej liczbie badanych przedsiębiorstw, wyniósł odpowiednio 15,7%, 15,6% i 24,2%. Najczęściej innowacje procesowe wprowadzały podmioty o liczbie pracujących pomiędzy 50 a 249 osób. Biorąc pod uwagę ogólną liczbę badanych przedsiębiorstw, innowacje produktowe wprowadziło 16,6% z nich (wykres 3.21, tabela 3.25 i 3.26).



Wykres 3.21. Przedsiębiorstwa innowacyjne w zakresie innowacji procesowych w latach 2016–2018 według liczby pracujących

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.25. Innowacyjność procesowa według wielkości – struktura odpowiedzi – część 1

Wielkość	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
0–9 pracowników	174	43,7	935	46,8	1109	46,3
10–49 pracowników	159	39,9	858	43,0	1017	42,5
50–249 pracowników	65	16,3	204	10,2	269	11,2
Ogółem	398	100,0	1997	100,0	2395	100,0

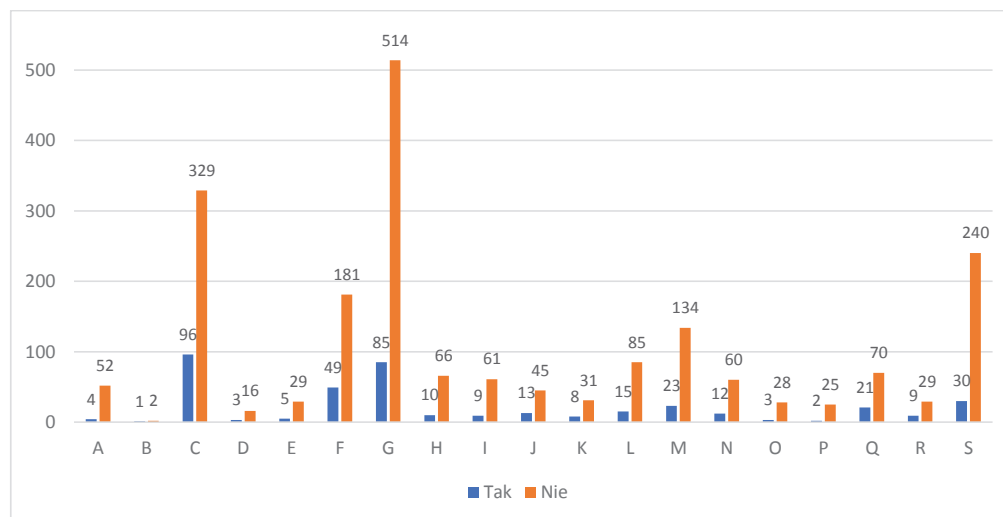
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.26. Innowacyjność procesowa według wielkości – struktura odpowiedzi – część 2

Wielkość	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
0–9 pracowników	174	15,7	935	84,3	1109	100,0
10–49 pracowników	159	15,6	858	84,4	1017	100,0
50–249 pracowników	65	24,2	204	75,8	269	100,0
Ogółem	398	16,6	1997	83,4	2395	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

W badanym okresie najwięcej mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw, które wprowadziły innowacje procesowe, należało do sekcji C (24,1%), G (21,4%) oraz F (12,3%). Natomiast najmniej było ich w sekcji P (0,5%) oraz B (0,3%) (wykres 3.22, tabela 3.27 i 3.28).



Wykres 3.22. Przedsiębiorstwa innowacyjne w zakresie innowacji procesowych w latach 2016–2018 według sekcji PKD

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.27. Innowacyjność procesowa według sekcji PKD – struktura odpowiedzi – część 1

Sekcja PKD	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
A	4	1,0	52	2,6	56	2,3
B	1	0,3	2	0,1	3	0,1
C	96	24,1	329	16,5	425	17,7
D	3	0,8	16	0,8	19	0,8
E	5	1,3	29	1,5	34	1,4
F	49	12,3	181	9,1	230	9,6
G	85	21,4	514	25,7	599	25,0
H	10	2,5	66	3,3	76	3,2
I	9	2,3	61	3,1	70	2,9
J	13	3,3	45	2,3	58	2,4
K	8	2,0	31	1,6	39	1,6
L	15	3,8	85	4,3	100	4,2
M	23	5,8	134	6,7	157	6,6
N	12	3,0	60	3,0	72	3,0
O	3	0,8	28	1,4	31	1,3
P	2	0,5	25	1,3	27	1,1
Q	21	5,3	70	3,5	91	3,8
R	9	2,3	29	1,5	38	1,6
S	30	7,5	240	12,0	270	11,3
Ogółem	398	100,0	1997	100,0	2395	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.28. Innowacyjność procesowa według sekcji PKD – struktura odpowiedzi – część 2

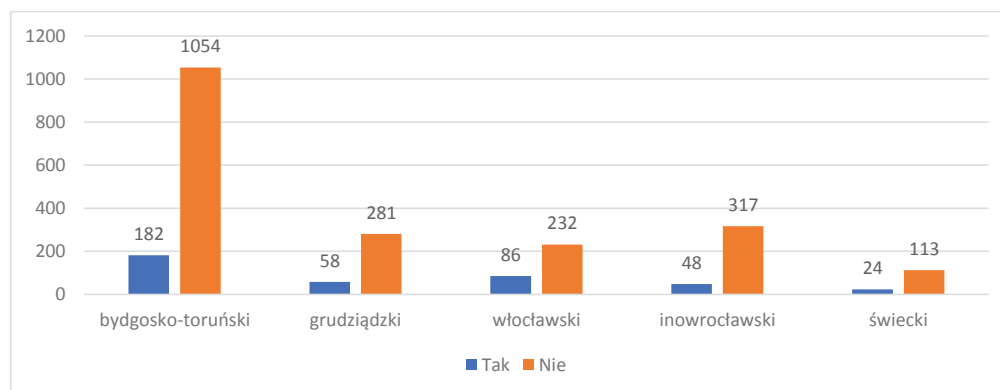
Sekcja PKD	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
A	4	7,1	52	92,9	56	100,0
B	1	33,3	2	66,7	3	100,0
C	96	22,6	329	77,4	425	100,0
D	3	15,8	16	84,2	19	100,0
E	5	14,7	29	85,3	34	100,0
F	49	21,3	181	78,7	230	100,0
G	85	14,2	514	85,8	599	100,0
H	10	13,2	66	86,8	76	100,0
I	9	12,9	61	87,1	70	100,0
J	13	22,4	45	77,6	58	100,0
K	8	20,5	31	79,5	39	100,0

Cd. tab. 3.28

Sekcja PKD	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
L	15	15,0	85	85,0	100	100,0
M	23	14,6	134	85,4	157	100,0
N	12	16,7	60	83,3	72	100,0
O	3	9,7	28	90,3	31	100,0
P	2	7,4	25	92,6	27	100,0
Q	21	23,1	70	76,9	91	100,0
R	9	23,7	29	76,3	38	100,0
S	30	11,1	240	88,9	270	100,0
Ogółem	398	16,6	1997	83,4	2395	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Analizując innowacyjność w ujęciu terytorialnym z perspektywy podregionów zauważyć można, że wśród badanych przedsiębiorstw największy odsetek podmiotów, które w latach 2016–2018 wprowadziły innowacje procesowe, miał swoją siedzibę w podregionie bydgosko-toruńskim (45,7%) oraz włocławskim (21,6%). Blisko 15% badanych innowacyjnych przedsiębiorstw znajdowało się w podregionie grudziądzkim a 12% w inowrocławskim. Najmniej zaś w podregionie świeckim (6,0%) (wykres 3.23, tabela 3.29 i 3.30).



Wykres 3.23. Przedsiębiorstwa innowacyjne w zakresie innowacji procesowych w latach 2016–2018 według podregionów

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.29. Innowacyjność procesowa według podregionów – struktura odpowiedzi – część 1

Podregion	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
Bydgosko-toruński	182	45,7	1054	52,8	1236	51,6
Grudziądzki	58	14,6	281	14,1	339	14,2
Włocławski	86	21,6	232	11,6	318	13,3
Inowrocławski	48	12,1	317	15,9	365	15,2
Świecki	24	6,0	113	5,7	137	5,7
Ogółem	398	100,0	1997	100,0	2395	100,0

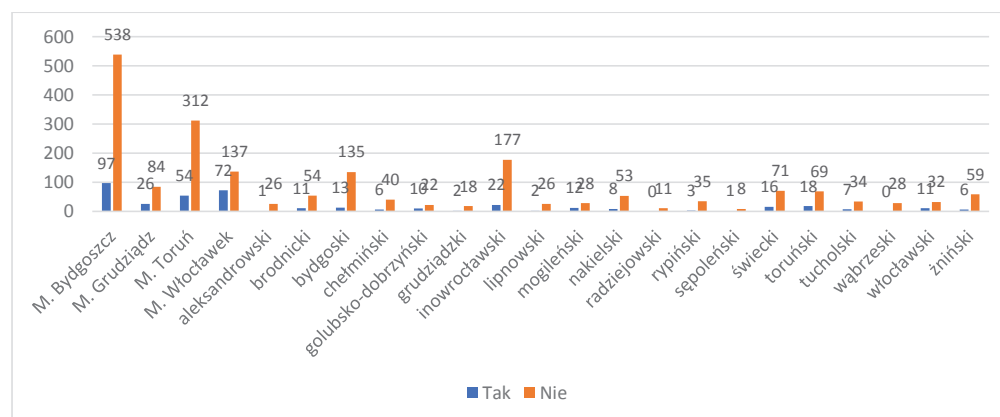
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.30. Innowacyjność procesowa według podregionów – struktura odpowiedzi – część 2

Podregion	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
Bydgosko-toruński	182	14,7	1054	85,3	1236	100,0
Grudziądzki	58	17,1	281	82,9	339	100,0
Włocławski	86	27,0	232	73,0	318	100,0
Inowrocławski	48	13,2	317	86,8	365	100,0
Świecki	24	17,5	113	82,5	137	100,0
Ogółem	398	16,6	1997	83,4	2395	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Z kolei oceniając innowacyjność w ujęciu terytorialnym z perspektywy powiatów można zauważyć, że wśród badanych mikro, małych i średnich przedsiębiorstw największy odsetek podmiotów, które w latach 2016–2018 wprowadziły innowacje procesowe, wystąpił w największych miastach regionu, a więc Bydgoszczy (24,4%), Włocławku (18,1%), Toruniu (13,6%) oraz Grudziądzu (6,5%). Najniższy zaś zaobserwowano w powiecie radziejowskim i wąbrzeskim (0,0%) (wykres 3.24, tabela 3.31 i 3.32).



Wykres 3.24. Przedsiębiorstwa innowacyjne w zakresie innowacji procesowych w latach 2016–2018 według powiatów

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.31. Innowacyjność procesowa według powiatów– struktura odpowiedzi – część 1

Powiat	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
Aleksandrowski	1	0,3	26	1,3	27	1,1
Brodnicki	11	2,8	54	2,7	65	2,7
Bydgoski	13	3,3	135	6,8	148	6,2
Chełmiński	6	1,5	40	2,0	46	1,9
Golubsko-dobrzyński	10	2,5	22	1,1	32	1,3
Grudziądzki	2	0,5	18	0,9	20	0,8
Inowrocławski	22	5,5	177	8,9	199	8,3
Lipnowski	2	0,5	26	1,3	28	1,2
Mogileński	12	3,0	28	1,4	40	1,7
Nakielski	8	2,0	53	2,7	61	2,5
Radziejowski	0	0,0	11	0,6	11	0,5
Rypiński	3	0,8	35	1,8	38	1,6
Sępoleński	1	0,3	8	0,4	9	0,4
Świecki	16	4,0	71	3,6	87	3,6
Toruński	18	4,5	69	3,5	87	3,6
Tucholski	7	1,8	34	1,7	41	1,7
Wąbrzeski	0	0,0	28	1,4	28	1,2
Włocławski	11	2,8	32	1,6	43	1,8
Żniński	6	1,5	59	3,0	65	2,7
M. Bydgoszcz	97	24,4	538	26,9	635	26,5
M. Grudziądz	26	6,5	84	4,2	110	4,6
M. Toruń	54	13,6	312	15,6	366	15,3
M. Włocławek	72	18,1	137	6,9	209	8,7
Ogółem	398	100,0	1997	100,0	2395	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.32. Innowacyjność procesowa według powiatów – struktura odpowiedzi – część 2

Powiat	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
Aleksandrowski	1	3,7	26	96,3	27	100,0
Brodnicki	11	16,9	54	83,1	65	100,0
Bydgoski	13	8,8	135	91,2	148	100,0
Chełmiński	6	13,0	40	87,0	46	100,0
Golubsko-dobrzyński	10	31,3	22	68,8	32	100,0
Grudziądzki	2	10,0	18	90,0	20	100,0
Inowrocławski	22	11,1	177	88,9	199	100,0

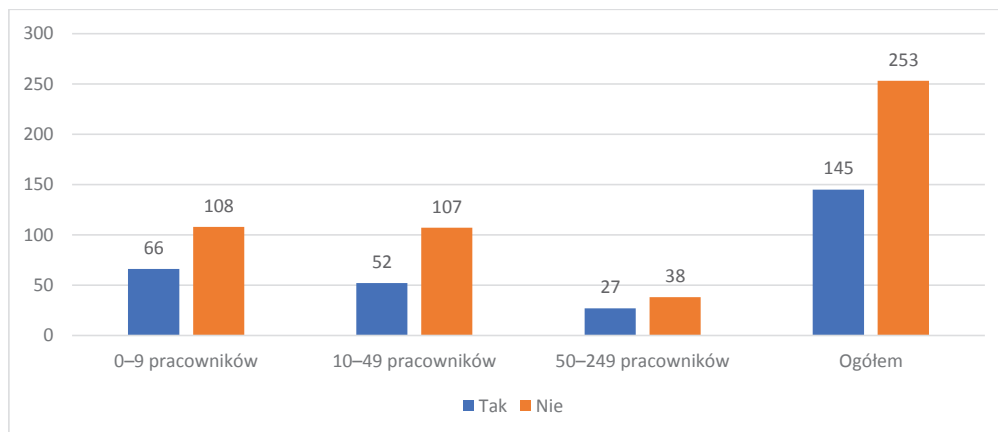
Cd. tab. 3.32

Powiat	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
Lipnowski	2	7,1	26	92,9	28	100,0
Mogileński	12	30,0	28	70,0	40	100,0
Nakielski	8	13,1	53	86,9	61	100,0
Radziejowski	0	0,0	11	100,0	11	100,0
Rypiński	3	7,9	35	92,1	38	100,0
Sępoleński	1	11,1	8	88,9	9	100,0
Świecki	16	18,4	71	81,6	87	100,0
Toruński	18	20,7	69	79,3	87	100,0
Tucholski	7	17,1	34	82,9	41	100,0
Wąbrzeski	0	0,0	28	100,0	28	100,0
Włocławski	11	25,6	32	74,4	43	100,0
Żniński	6	9,2	59	90,8	65	100,0
M. Bydgoszcz	97	15,3	538	84,7	635	100,0
M. Grudziądz	26	23,6	84	76,4	110	100,0
M. Toruń	54	14,8	312	85,2	366	100,0
M. Włocławek	72	34,4	137	65,6	209	100,0
Ogółem	398	16,6	1997	83,4	2395	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Udział mikro, małych i średnich przedsiębiorstw, które wprowadziły **procesy nowe lub istotnie ulepszone dla rynku, na którym działa przedsiębiorstwo**, w latach 2016–2018, w ogólnej liczbie tych przedsiębiorstw, wyniósł odpowiednio 5,9%, 5,1% i 10,0%. Najczęściej nowe dla rynku innowacje procesowe wprowadzały podmioty o liczbie pracujących pomiędzy 50 a 249 osób. Biorąc pod uwagę ogólną liczbę badanych MSP, innowacje procesowe nowe dla rynku wprowadziło 6,1% z nich.

Z kolei udział MSP, które wprowadziły innowacje procesowe nowe dla rynku w relacji do przedsiębiorstw innowacyjnych, wyniósł odpowiednio 37,9%, 32,7% i 41,5%. Biorąc pod uwagę ogólną liczbę innowacyjnych MSP, innowacje procesowe nowe dla rynku wprowadziło 36,4% z nich (wykres 3.25, tabela 3.33 i 3.34).



Wykres 3.25. Innowacje procesowe – nowe dla rynku według liczby pracujących

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.33. Innowacje procesowe nowe dla rynku według liczby pracujących – struktura odpowiedzi – część 1

Wielkość	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
0–9 pracowników	66	45,5	108	42,7	174	43,7
10–49 pracowników	52	35,9	107	42,3	159	39,9
50–249 pracowników	27	18,6	38	15,0	65	16,3
Ogółem	145	100,0	253	100,0	398	100,0

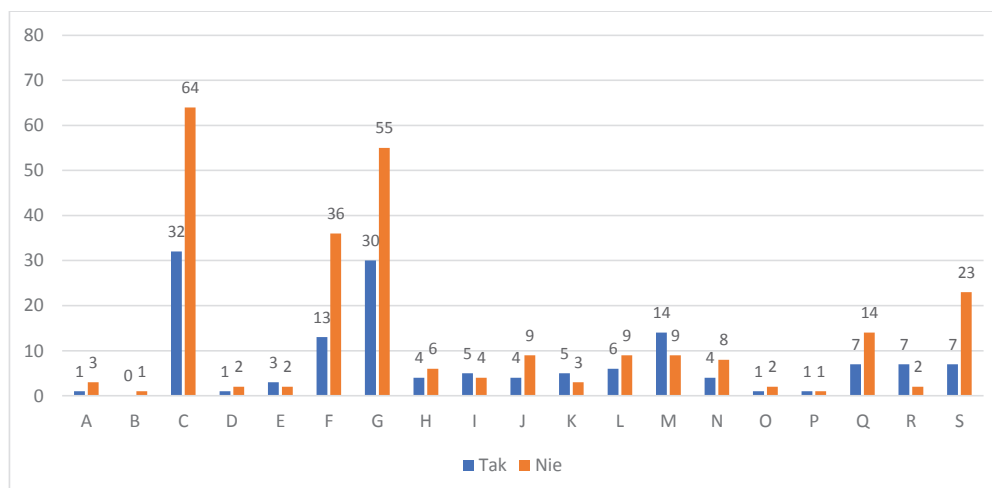
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.34. Innowacje procesowe nowe dla rynku według liczby pracujących – struktura odpowiedzi – część 2

Wielkość	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
0–9 pracowników	66	37,9	108	62,1	174	100,0
10–49 pracowników	52	32,7	107	67,3	159	100,0
50–249 pracowników	27	41,5	38	58,5	65	100,0
Ogółem	145	36,4	253	63,6	398	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

W badanym okresie najwięcej mikro, małych i średnich przedsiębiorstw, które wprowadziły innowacje procesowe nowe dla rynku, należało do sekcji C (22,1%) i G (20,7%). Najmniej natomiast było ich w sekcji A, D, O i P (0,6%) oraz B (0,0%) (wykres 3.26, tabela 3.35 i 3.36).



Wykres 3.26. Innowacje procesowe nowe dla rynku według sekcji PKD

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.35. Innowacje procesowe nowe dla rynku według sekcji PKD – struktura odpowiedzi – część 1

Sekcja PKD	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
A	1	0,7	3	1,2	4	1,0
B	0	0,0	1	0,4	1	0,3
C	32	22,1	64	25,3	96	24,1
D	1	0,7	2	0,8	3	0,8
E	3	2,1	2	0,8	5	1,3
F	13	9,0	36	14,2	49	12,3
G	30	20,7	55	21,7	85	21,4
H	4	2,8	6	2,4	10	2,5
I	5	3,4	4	1,6	9	2,3
J	4	2,8	9	3,6	13	3,3
K	5	3,4	3	1,2	8	2,0
L	6	4,1	9	3,6	15	3,8
M	14	9,7	9	3,6	23	5,8
N	4	2,8	8	3,2	12	3,0
O	1	0,7	2	0,8	3	0,8
P	1	0,7	1	0,4	2	0,5
Q	7	4,8	14	5,5	21	5,3
R	7	4,8	2	0,8	9	2,3
S	7	4,8	23	9,1	30	7,5
Ogółem	145	100,0	253	100,0	398	100,0

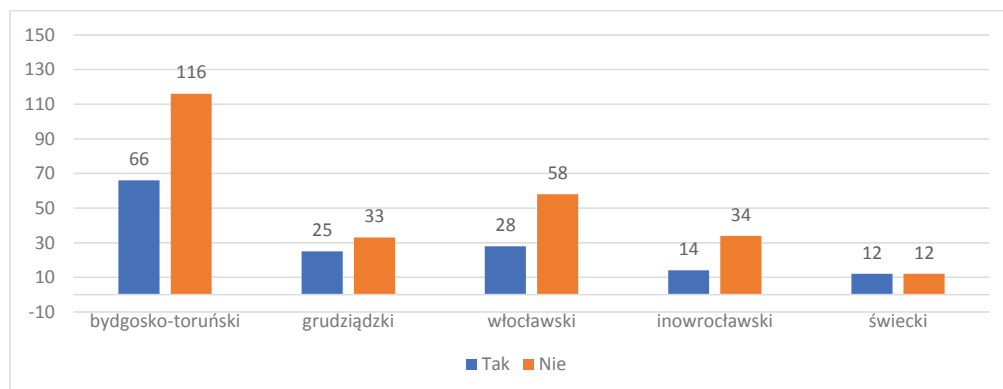
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.36. Innowacje procesowe nowe dla rynku według sekcji PKD – struktura odpowiedzi – część 2

Sekcja PKD	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
A	1	25,0	3	75,0	4	100,0
B	0	0,0	1	100,0	1	100,0
C	32	33,3	64	66,7	96	100,0
D	1	33,3	2	66,7	3	100,0
E	3	60,0	2	40,0	5	100,0
F	13	26,5	36	73,5	49	100,0
G	30	35,3	55	64,7	85	100,0
H	4	40,0	6	60,0	10	100,0
I	5	55,6	4	44,4	9	100,0
J	4	30,8	9	69,2	13	100,0
K	5	62,5	3	37,5	8	100,0
L	6	40,0	9	60,0	15	100,0
M	14	60,9	9	39,1	23	100,0
N	4	33,3	8	66,7	12	100,0
O	1	33,3	2	66,7	3	100,0
P	1	50,0	1	50,0	2	100,0
Q	7	33,3	14	66,7	21	100,0
R	7	77,8	2	22,2	9	100,0
S	7	23,3	23	76,7	30	100,0
Ogółem	145	36,4	253	63,6	398	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Dokonując oceny nowych dla rynku innowacji procesowych z perspektywy podregionów, zauważyć można, że wśród badanych mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw najwięcej miało swoją siedzibę w podregionie bydgosko-toruńskim (45,5%), włocławskim (19,3%) oraz grudziądzkim (17,2%). Najmniej zaś w podregionie inowrocławskim (9,7%) i świeckim (8,3%) (wykres 3.27, tabela 3.37 i 3.38).



Wykres 3.27. Innowacje procesowe nowe dla rynku według podregionów

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.37. Innowacje procesowe nowe dla rynku według podregionów – struktura odpowiedzi – część 1

Podregion	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
Bydgosko-toruński	66	45,5	116	45,8	182	45,7
Grudziądzki	25	17,2	33	13,0	58	14,6
Włocławski	28	19,3	58	22,9	86	21,6
Inowrocławski	14	9,7	34	13,4	48	12,1
Świecki	12	8,3	12	4,7	24	6,0
Ogółem	145	100,0	253	100,0	398	100,0

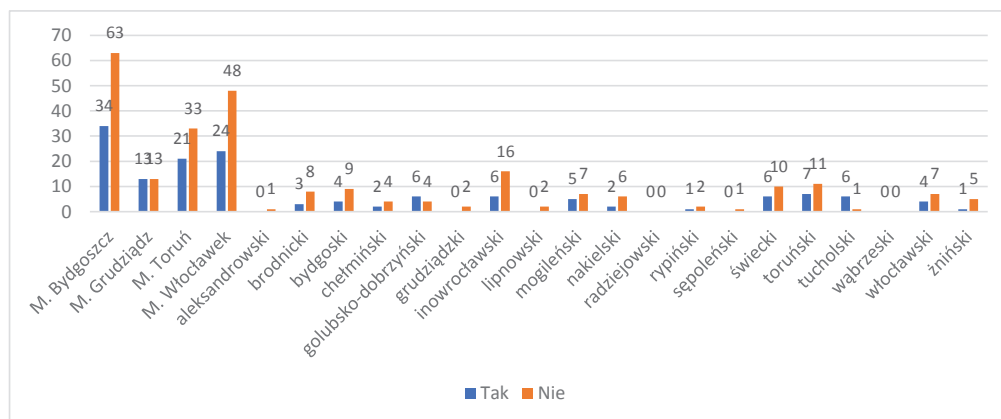
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.38. Innowacje procesowe nowe dla rynku według podregionów – struktura odpowiedzi – część 2

Podregion	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
Bydgosko-toruński	66	36,3	116	63,7	182	100,0
Grudziądzki	25	43,1	33	56,9	58	100,0
Włocławski	28	32,6	58	67,4	86	100,0
Inowrocławski	14	29,2	34	70,8	48	100,0
Świecki	12	50,0	12	50,0	24	100,0
Ogółem	145	36,4	253	63,6	398	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Oceniając wprowadzenie nowych dla rynku innowacji procesowych w ujęciu terytorialnym można zauważyć, że wśród badanych mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw największy odsetek podmiotów, wystąpił w największych miastach województwa, a więc Bydgoszczy (23,4%), Włocławku (16,6%), Toruniu (14,5%) oraz Grudziądzu (9%). Brak tego rodzaju innowacji zaobserwowano w powiecie aleksandrowskim, grudziądzkim, lipnowskim i sępoleńskim (wykres 3.28, tabela 3.39 i 3.40).



Wykres 3.28. Innowacje procesowe nowe dla rynku według powiatów

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.39. Innowacje procesowe nowe dla rynku według powiatów– struktura odpowiedzi – część 1

Powiat	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
Aleksandrowski	0	0,0	1	0,4	1	0,3
Brodnicki	3	2,1	8	3,2	11	2,8
Bydgoski	4	2,8	9	3,6	13	3,3
Chełmiński	2	1,4	4	1,6	6	1,5
Golubsko-dobrzyński	6	4,1	4	1,6	10	2,5
Grudziądzki	0	0,0	2	0,8	2	0,5
Inowrocławski	6	4,1	16	6,3	22	5,5
Lipnowski	0	0,0	2	0,8	2	0,5
Mogileński	5	3,4	7	2,8	12	3,0
Nakielski	2	1,4	6	2,4	8	2,0
Radziejowski	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Rypiński	1	0,7	2	0,8	3	0,0
Sępoleński	0	0,0	1	0,4	1	0,3
Świecki	6	4,1	10	4,0	16	4,0
Toruński	7	4,8	11	4,3	18	4,5
Tucholski	6	4,1	1	0,4	7	1,8
Wąbrzeski	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Włocławski	4	2,8	7	2,8	11	2,8
Żniński	1	0,7	5	2,0	6	1,5
M. Bydgoszcz	34	23,4	63	24,9	97	24,4
M. Grudziądz	13	9,0	13	5,1	26	6,5
M. Toruń	21	14,5	33	13,0	54	13,6
M. Włocławek	24	16,6	48	19,0	72	18,1
Ogółem	145	100,0	253	100,0	398	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

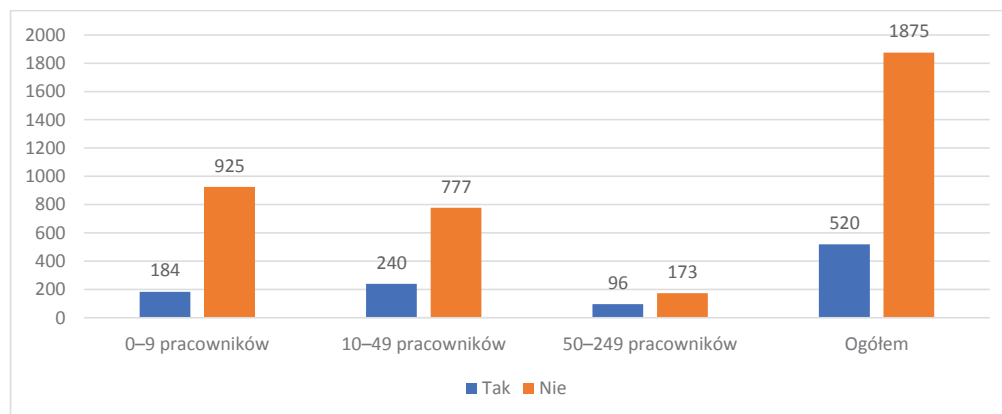
Tabela 3.40. Innowacje procesowe nowe dla rynku według powiatów – struktura odpowiedzi – część 2

Powiat	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
Aleksandrowski	0	0,0	1	100,0	1	100,0
Brodnicki	3	27,3	8	72,7	11	100,0
Bydgoski	4	30,8	9	69,2	13	100,0
Chełmiński	2	33,3	4	66,7	6	100,0
Golubsko-dobrzyński	6	60,0	4	40,0	10	100,0
Grudziądzki	0	0,0	2	100,0	2	100,0
Inowrocławski	6	27,3	16	72,7	22	100,0
Lipnowski	0	0,0	2	100,0	2	100,0
Mogileński	5	41,7	7	58,3	12	100,0
Nakielski	2	25,0	6	75,0	8	100,0
Radziejowski	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Rypiński	1	33,3	2	66,7	3	100,0
Sępoleński	0	0,0	1	100,0	1	100,0
Świecki	6	37,5	10	62,5	16	100,0
Toruński	7	38,9	11	61,1	18	100,0
Tucholski	6	85,7	1	14,3	7	100,0
Wąbrzeski	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Włocławski	4	36,4	7	63,6	11	100,0
Żniński	1	16,7	5	83,3	6	100,0
M. Bydgoszcz	34	35,1	63	64,9	97	100,0
M. Grudziądz	13	50,0	13	50,0	26	100,0
M. Toruń	21	31,9	33	61,1	54	100,0
M. Włocławek	24	36,3	48	66,7	72	100,0
Ogółem	145	37,6	253	63,6	398	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

3.4. Przedsiębiorstwa innowacyjne w zakresie innowacji organizacyjnych

Udział mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw, które wprowadziły **innowacje organizacyjne** w latach 2016–2018, w ogólnej liczbie badanych przedsiębiorstw wyniósł odpowiednio 16,6%, 23,6% i 35,7%. Najczęściej innowacje procesowe wprowadzały podmioty o liczbie pracujących pomiędzy 50 a 249 osób. Biorąc pod uwagę ogólną liczbę badanych przedsiębiorstw, innowacje organizacyjne wprowadziło 21,7% z nich (wykres 3.29, tabela 3.41 i 3.42).



Wykres 3.29. Przedsiębiorstwa innowacyjne w zakresie innowacji organizacyjnych w latach 2016–2018 według liczby pracujących

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.41. Innowacyjność organizacyjna według wielkości – struktura odpowiedzi – część 1

Wielkość	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
0–9 pracowników	184	35,4	925	49,3	1109	46,3
10–49 pracowników	240	46,2	777	41,4	1017	42,5
50–249 pracowników	96	18,5	173	9,2	269	11,2
Ogółem	520	100,0	1 875	100,0	2395	100,0

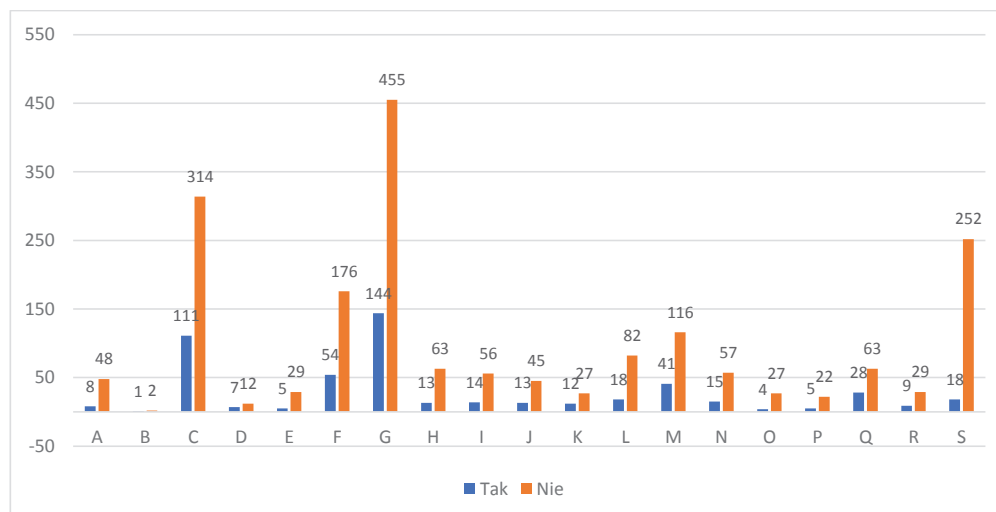
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.42. Innowacyjność organizacyjna według wielkości – struktura odpowiedzi – część 2

Wielkość	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
0–9 pracowników	184	16,6	925	83,4	1109	100,0
10–49 pracowników	240	23,6	777	76,4	1017	100,0
50–249 pracowników	96	35,7	173	64,3	269	100,0
Ogółem	520	21,7	1 875	78,3	2395	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

W badanym okresie najwięcej mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw, które wprowadziły innowacje procesowe, należało do sekcji G (27,7%), C (21,3%) oraz F (10,4%). Natomiast najmniej było ich w sekcji O (0,8%) oraz B (0,2%) (wykres 2.30, tabela 2.43 i 2.44).



Wykres 3.30. Przedsiębiorstwa innowacyjne w zakresie innowacji organizacyjnych w latach 2016–2018 według sekcji PKD

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.43. Innowacyjność organizacyjna według sekcji PKD – struktura odpowiedzi – część 1

Sekcja PKD	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
A	8	1,5	48	2,6	56	2,3
B	1	0,2	2	0,1	3	0,1
C	111	21,3	314	16,7	425	17,7
D	7	1,3	12	0,6	19	0,8
E	5	1,0	29	1,5	34	1,4
F	54	10,4	176	9,4	230	9,6
G	144	27,7	455	24,3	599	25,0
H	13	2,5	63	3,4	76	3,2
I	14	2,7	56	3,0	70	2,9
J	13	2,5	45	2,4	58	2,4
K	12	2,3	27	1,4	39	1,6
L	18	3,5	82	4,4	100	4,2
M	41	7,9	116	6,2	157	6,6
N	15	2,9	57	3,0	72	3,0
O	4	0,8	27	1,4	31	1,3
P	5	1,0	22	1,2	27	1,1
Q	28	5,4	63	3,4	91	3,8
R	9	1,7	29	1,5	38	1,6
S	18	3,5	252	13,4	270	11,3
Ogółem	520	100,0	1 875	100,0	2 395	100,0

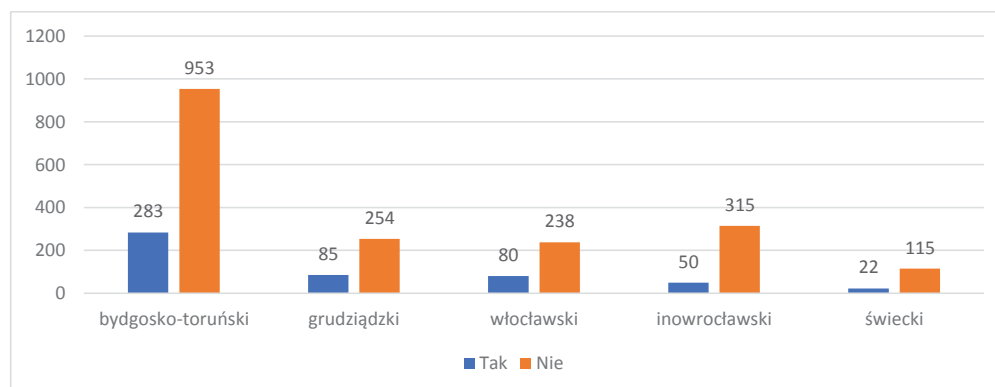
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.44. Innowacyjność organizacyjna według sekcji PKD – struktura odpowiedzi – część 2

Sekcja PKD	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
A	8	14,3	48	85,7	56	100,0
B	1	33,3	2	66,7	3	100,0
C	111	26,1	314	73,9	425	100,0
D	7	36,8	12	63,2	19	100,0
E	5	14,7	29	85,3	34	100,0
F	54	23,5	176	76,5	230	100,0
G	144	24,0	455	76,0	599	100,0
H	13	17,1	63	82,9	76	100,0
I	14	20,0	56	80,0	70	100,0
J	13	22,4	45	77,6	58	100,0
K	12	30,8	27	69,2	39	100,0
L	18	18,0	82	82,0	100	100,0
M	41	26,1	116	73,9	157	100,0
N	15	20,8	57	79,2	72	100,0
O	4	12,9	27	87,1	31	100,0
P	5	18,5	22	81,5	27	100,0
Q	28	30,8	63	69,2	91	100,0
R	9	23,7	29	76,3	38	100,0
S	18	6,7	252	93,3	270	100,0
Ogółem	520	21,7	1875	78,3	2 395	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Analizując innowacyjność w ujęciu terytorialnym z perspektywy podregionów, zauważyć można, że wśród badanych przedsiębiorstw największy odsetek podmiotów, które w latach 2016–2018 wprowadziły innowacje organizacyjne, miał swoją siedzibę w podregionie bydgosko-toruńskim (54,4%) oraz grudziądzkim (16,3%). Ponad 15% badanych innowacyjnych przedsiębiorstw znajdowało się w podregionie włocławskim a poniżej 10% w inowrocławskim. Najmniej zaś w podregionie świeckim (4,2%) (wykres 3.31, tabela 3.45 i 3.46).



Wykres 3.31. Przedsiębiorstwa innowacyjne w zakresie innowacji organizacyjnych w latach 2016–2018 według podregionów

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.45. Innowacyjność organizacyjna według podregionów – struktura odpowiedzi – część 1

Podregion	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
Bydgosko-toruński	283	54,4	953	50,8	1236	51,6
Grudziądzki	85	16,3	254	13,5	339	14,2
Włocławski	80	15,4	238	12,7	318	13,3
Inowrocławski	50	9,6	315	16,8	365	15,2
Świecki	22	4,2	115	6,1	137	5,7
Ogółem	520	100,0	1 875	100,0	2395	100,0

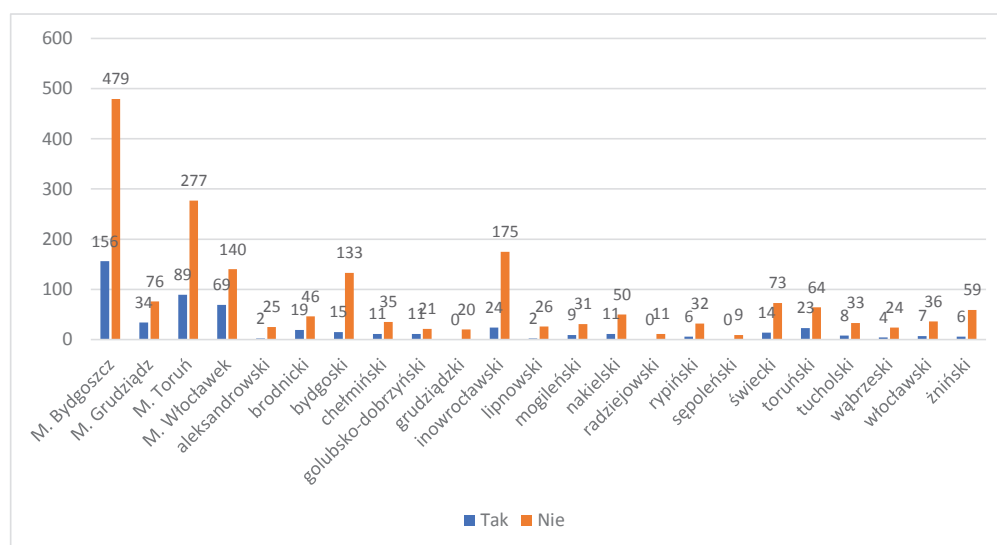
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.46. Innowacyjność organizacyjna według podregionów – struktura odpowiedzi – część 2

Podregion	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
Bydgosko-toruński	283	22,9	953	77,1	1236	100,0
Grudziądzki	85	25,1	254	74,9	339	100,0
Włocławski	80	25,2	238	74,8	318	100,0
Inowrocławski	50	13,7	315	86,3	365	100,0
Świecki	22	16,1	115	83,9	137	100,0
Ogółem	520	21,7	1 875	78,3	2 395	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Z kolei oceniając innowacyjność w ujęciu terytorialnym z perspektywy powiatów, można zauważyć, że wśród badanych mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw największy odsetek podmiotów, które w latach 2016–2018 wprowadziły innowacje organizacyjne, wystąpił w największych miastach regionu, a więc Bydgoszczy (30,0%), Toruniu (17,1%), Włocławku (13,1%) oraz Grudziądzu (6,1%). Brak zaobserwowano w powiecie grudziądzkim, radziejowskim i sępoleńskim (wykres 3.32, tabela 3.47 i 3.48).



Wykres 3.32. Przedsiębiorstwa innowacyjne w zakresie innowacji organizacyjnych w latach 2016–2018 według powiatów

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.47. Innowacyjność organizacyjna według powiatów– struktura odpowiedzi – część 1

Powiat	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
Aleksandrowski	2	0,4	25	1,3	27	1,1
Brodnicki	19	3,7	46	2,5	65	2,7
Bydgoski	15	2,9	133	7,1	148	6,2
Chełmiński	11	2,1	35	1,9	46	1,9
Golubsko-dobrzyński	11	2,1	21	1,1	32	1,3
Grudziądzki	0	0,0	20	1,1	20	0,8
Inowrocławski	24	4,6	175	9,3	199	8,3
Lipnowski	2	0,4	26	1,4	28	1,2
Mogileński	9	1,7	31	1,7	40	1,7
Nakielski	11	2,1	50	2,7	61	2,5
Radziejowski	0	0,0	11	0,6	11	0,5
Rypiński	6	1,2	32	1,7	38	1,6
Sępoleński	0	0,0	9	0,5	9	0,4
Świecki	14	2,7	73	3,9	87	3,6
Toruński	23	4,4	64	3,4	87	3,6
Tucholski	8	1,5	33	1,8	41	1,7
Wąbrzeski	4	0,8	24	1,3	28	1,2
Włocławski	7	1,3	36	1,9	43	1,8
Żniński	6	1,2	59	3,1	65	2,7
M. Bydgoszcz	156	30,0	479	25,5	635	26,5
M. Grudziądz	34	6,5	76	4,1	110	4,6
M. Toruń	89	17,1	277	14,8	366	15,3
M. Włocławek	69	13,3	140	7,5	209	8,7
Ogółem	520	100,0	1875	100,0	2 395	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.48. Innowacyjność organizacyjna według powiatów – struktura odpowiedzi – część 2

Powiat	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
Aleksandrowski	2	7,4	25	92,6	27	100,0
Brodnicki	19	29,2	46	70,8	65	100,0
Bydgoski	15	10,1	133	89,9	148	100,0
Chełmiński	11	23,9	35	76,1	46	100,0
Golubsko-dobrzyński	11	34,4	21	65,6	32	100,0
Grudziądzki	0	0,0	20	100,0	20	100,0
Inowrocławski	24	12,1	175	87,9	199	100,0

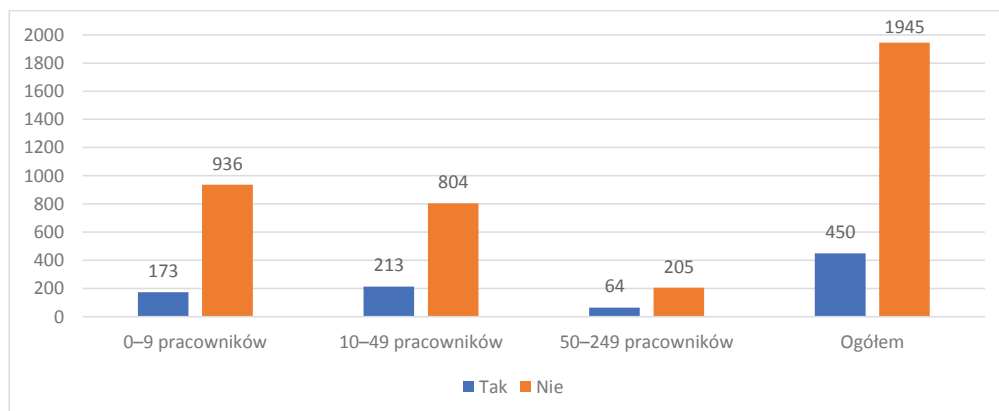
Cd. tab. 3.48

Powiat	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
Lipnowski	2	7,1	26	92,9	28	100,0
Mogileński	9	22,5	31	77,5	40	100,0
Nakielski	11	18,0	50	82,0	61	100,0
Radziejowski	0	0,0	11	100,0	11	100,0
Rypiński	6	15,8	32	84,2	38	100,0
Sępoleński	0	0,0	9	100,0	9	100,0
Świecki	14	16,1	73	83,9	87	100,0
Toruński	23	26,4	64	73,6	87	100,0
Tucholski	8	19,5	33	80,5	41	100,0
Wąbrzeski	4	14,3	24	85,7	28	100,0
Włocławski	7	16,3	36	83,7	43	100,0
Żniński	6	9,2	59	90,8	65	100,0
M. Bydgoszcz	156	24,6	479	75,4	635	100,0
M. Grudziądz	34	30,9	76	69,1	110	100,0
M. Toruń	89	24,3	277	75,7	366	100,0
M. Włocławek	69	33,0	140	67,0	209	100,0
Ogółem	520	21,7	1875	78,3	2 395	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

3.5. Przedsiębiorstwa innowacyjne w zakresie innowacji marketingowych

Udział mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw, które wprowadziły **innowacje marketingowe** w latach 2016–2018, w ogólnej liczbie badanych przedsiębiorstw, wyniósł odpowiednio 15,6%, 20,9% i 23,8%. Najczęściej innowacje marketingowe wprowadzały podmioty średniej wielkości. Biorąc pod uwagę ogólną liczbę badanych przedsiębiorstw, innowacje marketingowe wprowadziło 18,8% z nich (wykres 3.33, tabela 3.49 i 3.50).



Wykres 3.33. Przedsiębiorstwa innowacyjne w zakresie innowacji marketingowych w latach 2016–2018 według liczby pracujących

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.49. Innowacyjność marketingowych według wielkości – struktura odpowiedzi – część 1

Wielkość	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
0–9 pracowników	173	38,4	936	48,1	1 109	46,3
10–49 pracowników	213	47,3	804	41,3	1 017	42,5
50–249 pracowników	64	14,2	205	10,5	269	11,2
Ogółem	450	100,0	1 945	100,0	2 395	100,0

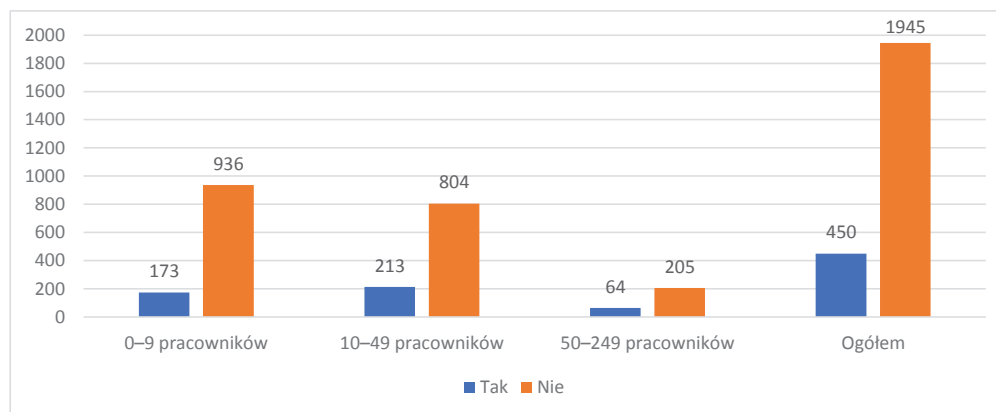
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.50. Innowacyjność marketingowych według wielkości – struktura odpowiedzi – część 2

Wielkość	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
0–9 pracowników	173	15,6	936	84,4	1 109	100,0
10–49 pracowników	213	20,9	804	79,1	1 017	100,0
50–249 pracowników	64	23,8	205	76,2	269	100,0
Ogółem	450	18,8	1 945	81,2	2 395	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

W badanym okresie najwięcej mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw, które wprowadziły innowacje marketingowe, należało do sekcji G (29,3%), C (26,9%) oraz F (8,9%). Natomiast najmniej było ich w sekcji O i P (0,4%) (wykres 3.34, tabela 3.51 i 3.52).



Wykres 3.34. Przedsiębiorstwa innowacyjne w zakresie innowacji marketingowych w latach 2016–2018 według sekcji PKD

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.51. Innowacyjność marketingowych według sekcji PKD – struktura odpowiedzi – część 1

Sekcja PKD	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
A	3	0,7	53	2,7	56	2,3
B	0	0,0	3	0,2	3	0,1
C	121	26,9	304	15,6	425	17,7
D	5	1,1	14	0,7	19	0,8
E	5	1,1	29	1,5	34	1,4
F	40	8,9	190	9,8	230	9,6
G	132	29,3	467	24,0	599	25,0
H	11	2,4	65	3,3	76	3,2
I	17	3,8	53	2,7	70	2,9
J	17	3,8	41	2,1	58	2,4
K	7	1,6	32	1,6	39	1,6
L	14	3,1	86	4,4	100	4,2
M	25	5,6	132	6,8	157	6,6
N	10	2,2	62	3,2	72	3,0
O	2	0,4	29	1,5	31	1,3
P	2	0,4	25	1,3	27	1,1
Q	16	3,6	75	3,9	91	3,8
R	4	0,9	34	1,7	38	1,6
S	19	4,2	251	12,9	270	11,3
Ogółem	450	100,0	1 945	100,0	2 395	100,0

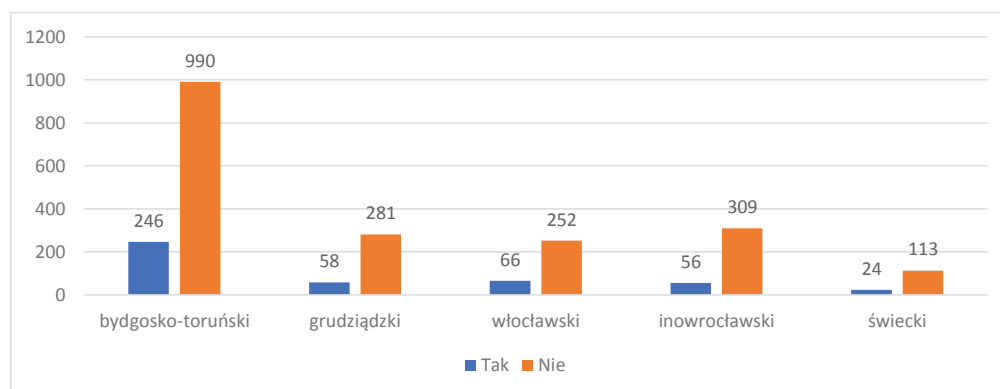
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.52. Innowacyjność marketingowych według sekcji PKD – struktura odpowiedzi – część 2

Sekcja PKD	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
A	3	5,4	53	94,6	56	100,0
B	0	0,0	3	100,0	3	100,0
C	121	28,5	304	71,5	425	100,0
D	5	26,3	14	73,7	19	100,0
E	5	14,7	29	85,3	34	100,0
F	40	17,4	190	82,6	230	100,0
G	132	22,0	467	78,0	599	100,0
H	11	14,5	65	85,5	76	100,0
I	17	24,3	53	75,7	70	100,0
J	17	29,3	41	70,7	58	100,0
K	7	17,9	32	82,1	39	100,0
L	14	14,0	86	86,0	100	100,0
M	25	15,9	132	84,1	157	100,0
N	10	13,9	62	86,1	72	100,0
O	2	6,5	29	93,5	31	100,0
P	2	7,4	25	92,6	27	100,0
Q	16	17,6	75	82,4	91	100,0
R	4	10,5	34	89,5	38	100,0
S	19	7,0	251	93,0	270	100,0
Ogółem	450	18,8	1 945	81,2	2 395	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Analizując innowacyjność w ujęciu terytorialnym z perspektywy podregionów, zauważyć można, że wśród badanych przedsiębiorstw największy odsetek podmiotów, które w latach 2016–2018 wprowadziły innowacje marketingowe, miał swoją siedzibę w podregionie bydgosko-toruńskim (54,7%) oraz włocławskim (14,7%). Ponad 12% badanych innowacyjnych przedsiębiorstw znajdowało się w podregionie grudziądzkim i inowrocławskim. Najmniej zaś w podregionie świeckim (5,3%) (wykres 3.35, tabela 3.53 i 3.54).



Wykres 3.35. Przedsiębiorstwa innowacyjne w zakresie innowacji marketingowych w latach 2016–2018 według podregionów

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.53. Innowacyjność marketingowych według podregionów – struktura odpowiedzi – część 1

Podregion	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
Bydgosko-toruński	246	54,7%	990	50,9%	1236	51,6
Grudziądzki	58	12,9%	281	14,4%	339	14,2
Włocławski	66	14,7%	252	13,0%	318	13,3
Inowrocławski	56	12,4%	309	15,9%	365	15,2
Świecki	24	5,3%	113	5,8%	137	5,7
Ogółem	450	100,0	1 945	100,0	2 395	100,0

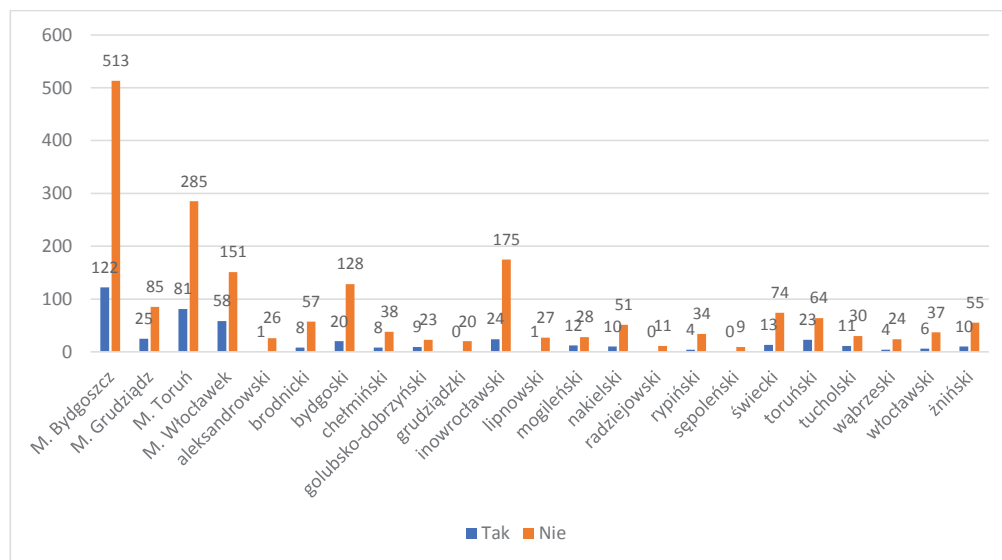
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.54. Innowacyjność marketingowych według podregionów – struktura odpowiedzi – część 2

Podregion	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
Bydgosko-toruński	246	19,9%	990	80,1%	1 236	100,0
Grudziądzki	58	17,1%	281	82,9%	339	100,0
Włocławski	66	20,8%	252	79,2%	318	100,0
Inowrocławski	56	15,3%	309	84,7%	365	100,0
Świecki	24	17,5%	113	82,5%	137	100,0
Ogółem	450	18,8%	1 945	81,2%	2 395	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Z kolei oceniając innowacyjność w ujęciu terytorialnym z perspektywy powiatów, można zauważyć, że wśród badanych mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw największy odsetek podmiotów, które w latach 2016–2018 wprowadziły innowacje marketingowe, wystąpił w największych miastach regionu, a więc Bydgoszczy (27,1%), Toruniu (18,9%), Włocławku (12,9%) oraz Grudziądzu (5,6%). Brak zaobserwowano w powiecie grudziądzkim, radziejowskim i sępoleńskim (wykres 3.36, tabela 3.55 i 3.56).



Wykres 3.36. Przedsiębiorstwa innowacyjne w zakresie innowacji marketingowych w latach 2016–2018 według powiatów

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.55. Innowacyjność marketingowych według powiatów – struktura odpowiedzi – część 1

Powiat	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
Aleksandrowski	1	0,2%	26	1,3%	27	1,1
Brodnicki	8	1,8%	57	2,9%	65	2,7
Bydgoski	20	4,4%	128	6,6%	148	6,2
Chełmiński	8	1,8%	38	2,0%	46	1,9
Golubsko-dobrzyński	9	2,0%	23	1,2%	32	1,3
Grudziądzki	0	0,0%	20	1,0%	20	0,8
Inowrocławski	24	5,3%	175	9,0%	199	8,3
Lipnowski	1	0,2%	27	1,4%	28	1,2
Mogileński	12	2,7%	28	1,4%	40	1,7
Nakielski	10	2,2%	51	2,6%	61	2,5
Radziejowski	0	0,0%	11	0,6%	11	0,5
Rypiński	4	0,9%	34	1,7%	38	1,6
Sępoleński	0	0,0%	9	0,5%	9	0,4
Świecki	13	2,9%	74	3,8%	87	3,6
Toruński	23	5,1%	64	3,3%	87	3,6
Tucholski	11	2,4%	30	1,5%	41	1,7
Wąbrzeski	4	0,9%	24	1,2%	28	1,2
Włocławski	6	1,3%	37	1,9%	43	1,8
Żniński	10	2,2%	55	2,8%	65	2,7
M. Bydgoszcz	122	27,1%	513	26,4%	635	26,5

Cd. tab. 3.55

Powiat	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
M. Grudziądz	25	5,6%	85	4,4%	110	4,6
M. Toruń	81	18,0%	285	14,7%	366	15,3
M. Włocławek	58	12,9%	151	7,8%	209	8,7
Ogółem	450	100,0	1 945	100,0	2 395	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 3.56. Innowacyjność marketingowych według powiatów – struktura odpowiedzi – część 2

Powiat	Tak		Nie		Ogółem	
	liczebność	udział %	liczebność	udział %	liczebność	udział %
Aleksandrowski	1	3,7	26	96,3	27	100,0
Brodnicki	8	12,3	57	87,7	65	100,0
Bydgoski	20	13,5	128	86,5	148	100,0
Chełmiński	8	17,4	38	82,6	46	100,0
Golubsko-dobrzyński	9	28,1	23	71,9	32	100,0
Grudziądzki	0	0,0	20	100,0	20	100,0
Inowrocławski	24	12,1	175	87,9	199	100,0
Lipnowski	1	3,6	27	96,4	28	100,0
Mogileński	12	30,0	28	70,0	40	100,0
Nakielski	10	16,4	51	83,6	61	100,0
Radziejowski	0	0,0	11	100,0	11	100,0
Rypiński	4	10,5	34	89,5	38	100,0
Sępoleński	0	0,0	9	100,0	9	100,0
Świecki	13	14,9	74	85,1	87	100,0
Toruński	23	26,4	64	73,6	87	100,0
Tucholski	11	26,8	30	73,2	41	100,0
Wąbrzeski	4	14,3	24	85,7	28	100,0
Włocławski	6	14,0	37	86,0	43	100,0
Żniński	10	15,4	55	84,6	65	100,0
M. Bydgoszcz	122	19,2	513	80,8	635	100,0
M. Grudziądz	25	22,7	85	77,3	110	100,0
M. Toruń	81	22,1	285	77,9	366	100,0
M. Włocławek	58	27,8	151	72,2	209	100,0
Ogółem	450	18,8	1 945	81,2	2 395	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

4. KONKURENCYJNOŚĆ MIKRO-, MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW

4.1. Zarys teoretyczny

Pojęcie konkurencyjności w sposób naturalny wyłania się na gruncie mechanizmów zjawiska konkurencji, a jego dopełnienia należy doszukiwać się w sukcesie osiąganym w rynkowej rywalizacji. Tym samym można ją postrzegać jako atrybut skutecznie działającego przedsiębiorstwa bądź jego złożoną zdolność do sprostania konkurencji lub też proces dochodzenia do rynkowego zwycięstwa. Konkurencyjność ma więc wielowymiarowy oraz wieloaspektowy charakter i może być pojmowana w różnych ujęciach, co wywołuje nie tylko trudność w jednoznacznym jej zdefiniowaniu, ale również w teoretycznym analizowaniu i empirycznym diagnozowaniu. Dlatego pojęcie to nie doczekało się powszechnie akceptowanej definicji i wystandaryzowanej metodyki badawczej.

W literaturze światowej konkurencyjność często utożsamiana jest z przewagą konkurencyjną, która jest osiąwana przez firmę przede wszystkim wtedy, gdy ta dostarcza na rynek produkty zaspokajające potrzeby klientów po niższej cenie lub za sprawą wyróżniających cech jakościowych, innymi słowy dostarcza produkty zaspokajające potrzeby klientów w taki sposób, w jaki konkurenci nie są w stanie tego zrobić (Caldwell & Anderson, 2017, s. 3). Szerzej rzecz ujmując, przewaga konkurencyjna jest uzyskiwana przez firmę w sytuacji, w której kupujący zauważa w całej jej ofercie rynkowej wyższą wartość niż w przypadku ofert konkurentów. Oznacza to, że z przewagą konkurencyjną mamy do czynienia wyłącznie wtedy, gdy jest ona dostrzegana przez nabywców i ma dla nich decydujące znaczenie (Glabiszewski, 2005, s. 68). Należy dodać, że szczególnie pożądana dla firm jest trwała przewaga konkurencyjna, w przypadku której konkurenci nie mogą łatwo i szybko imitować wyróżniającej wartości w ich ofercie (Li & Toppinen, 2011, s. 113–123). Stąd przewaga konkurencyjna w sposób bezpośredni musi odnosić się do określonych i celowo stosowanych zdolności przedsiębiorstwa, zależnych od jego zasobów (Tseng, Lin, Chiu & Liao, 2008, s. 17–29).

Konkurencyjność przedsiębiorstwa w niniejszym opracowaniu traktowana jest jako jego trwała zdolność do skutecznego konkurowania, mająca swoje źródło w posiadanych i ciągle kształtowanych zasobach, które determinują skuteczność stosowanych na rynku instrumentów oddziaływania na klientów

warunkujących osiągnięte wyniki, a tym samym sukces przedsiębiorstwa (Glabiszewski, 2005, s. 38; Grego-Planer, 2016, s. 12–13; Stankiewicz, 2002, s. 36, UNCTAD, 2005, s. 4).

Konkurencyjność okazuje się bardzo złożonym konstruktem, w ramach którego można wyodrębnić autonomiczne komponenty, a następnie je zoperacjonalizować, co jest szczególnie ważne dla celów diagnostycznych. W strukturze konkurencyjności należy wyodrębnić co najmniej trzy podstawowe składowe, mianowicie:

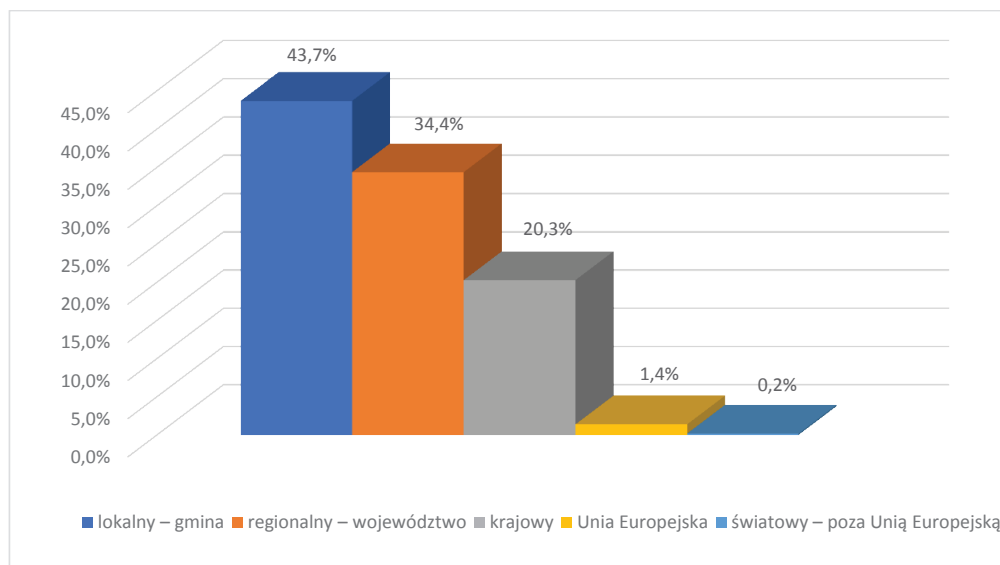
- potencjał konkurencyjny, stanowiący całokształt szeroko rozumianych zasobów przedsiębiorstwa, zarówno tych materialnych, jak i niematerialnych, których określona ilość, jakość i struktura mogą być przejawem zasobowych przewag konkurencyjnych;
- instrumenty konkurowania, które – będąc rzeczywistymi środkami oddziaływania na klientów – stanowią o wartości oferty rynkowej i mogą być przejawem rynkowej przewagi konkurencyjnej,
- pozycję konkurencyjną, będącą odzwierciedleniem osiągniętych w procesie konkurowania rynkowych i finansowych wyników.

Każda z tych zagregowanych składowych powinna być określona przez pryzmat wielu, tworzących ją i stanowiących o jej istocie sprecyzowanych elementów, co też w niniejszym opracowaniu zostało poczynione. Takie wnikliwe, a jednocześnie holistyczne podejście do konkurencyjności pozwala na dokonanie oceny rzeczywistej zdolności przedsiębiorstwa do skutecznego konkurowania (Zvirblis & Buracas, 2012, s. 214) i co ważne, umożliwia weryfikację jej trwałego charakteru, który powinien być jej kluczową właściwością.

Wiedza o skutecznym kształtowaniu konkurencyjności jest niezwykle ważna dla współczesnych przedsiębiorstw, którym przyszło funkcjonować w wyjątkowo wymagających warunkach, będących konsekwencją zaawansowanych procesów globalizacyjnych, znaczącego postępu technologicznego i dynamicznie rosnącej konkurencji oraz coraz większych oczekiwań klientów.

4.2. Uwarunkowania konkurencyjności przedsiębiorstw

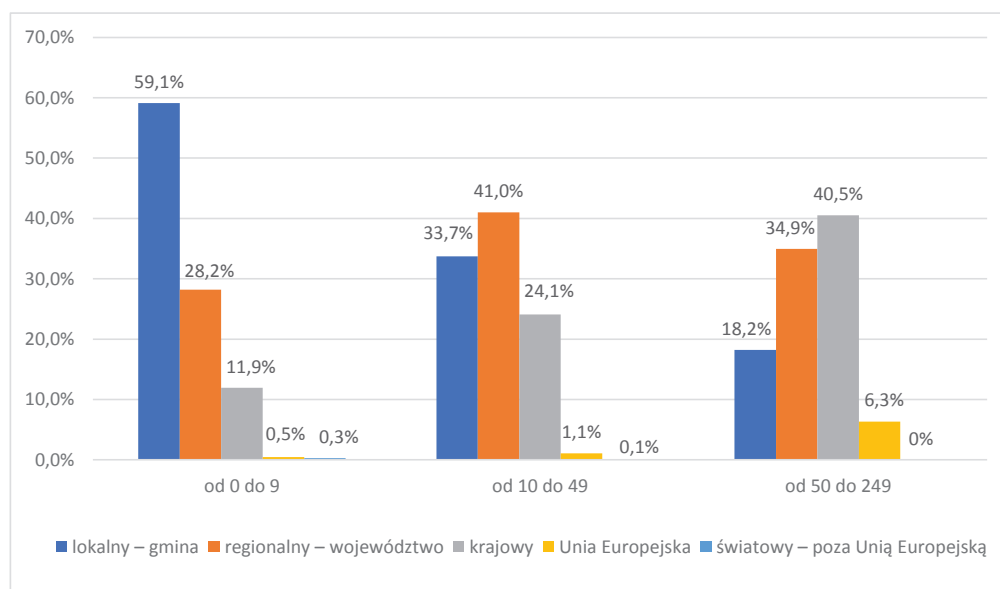
Przedsiębiorstwa sektora MSP regionu kujawsko-pomorskiego najwięcej swoich produktów sprzedają na rynkach lokalnych, czyli w obrębie gmin, w których funkcjonują (43,7% przedsiębiorstw) oraz na rynkach regionalnych, tj. w ramach województwa (34,4% przedsiębiorstw). Jedynie 1,4% przedsiębiorstw MSP w regionie największą sprzedaż realizuje na rynkach Unii Europejskiej i zaledwie 0,2% na rynku światowym – poza UE (wykres 4.1).



Wykres 4.1. Dominujące rynki sprzedaży przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Wraz ze wzrostem wielkości przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego zwiększa się ich dominujący rynek sprzedaży. Mikroprzedsiębiorstwa (liczba pracujących od 0 do 9) najczęściej swoich produktów sprzedają na rynku lokalnym (59,1%), małe przedsiębiorstwa (liczba pracujących od 10 do 49) na rynku regionalnym (41,0%), natomiast średnie przedsiębiorstwa (liczba pracujących od 50 do 249) na rynku krajowym (40,5%) (wykres 4.2).

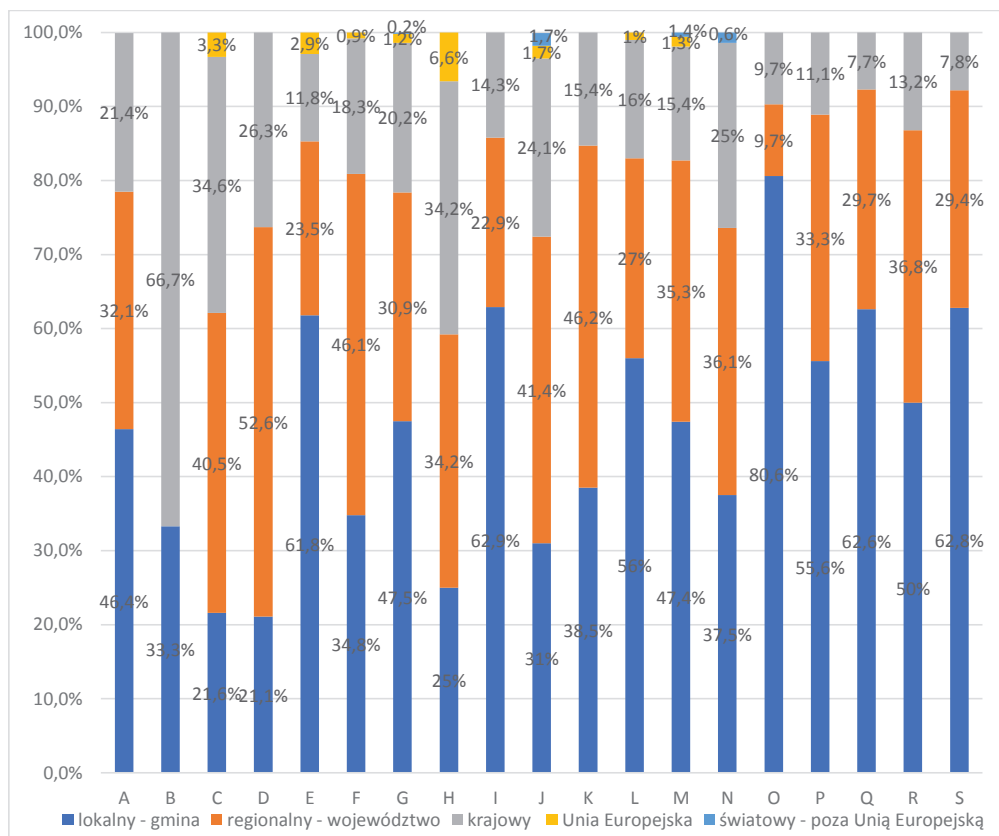


Wykres 4.2. Dominujące rynki sprzedaży przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego według liczby pracujących

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Rynek krajowy jest dominującym rynkiem sprzedaży dla badanych przedsiębiorstw należących do sekcji B (66,7%), a także sekcji H (34,2%), w przypadku

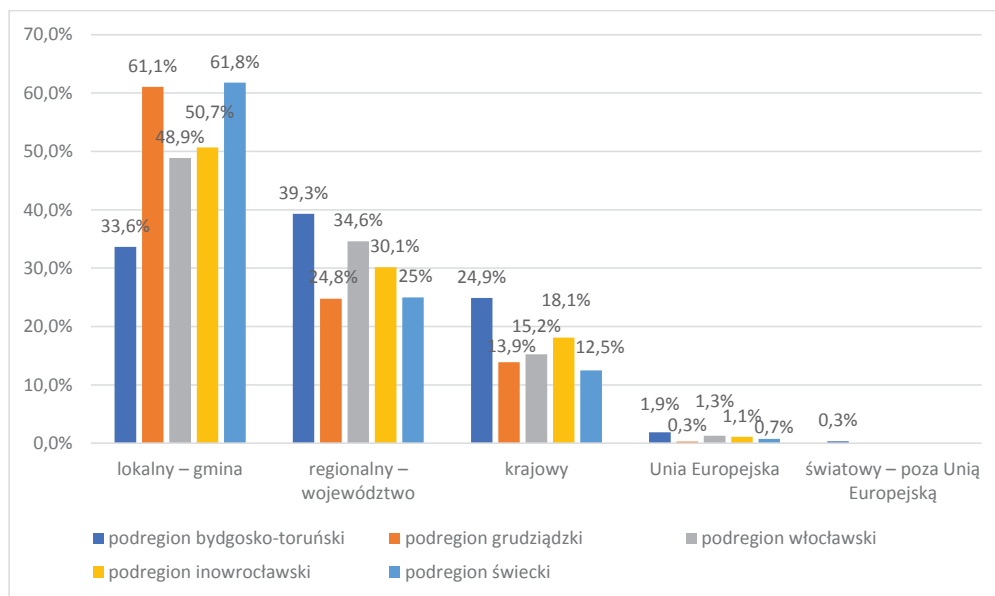
której taki sam odsetek badanych przedsiębiorstw największą sprzedaż realizuje na rynku regionalnym (34,2%). Rynek regionalny jest dominującym rynkiem sprzedaży również dla badanych przedsiębiorstw w sekcjach C (40,5%), D (52,6%), F (46,1%), H (34,2%), J (41,4%) i K (46,2%). W przypadku pozostałych sekcji PKD dominującym rynkiem sprzedaży jest rynek lokalny (wykres 4.3).



Wykres 4.3. Dominujące rynki sprzedaży przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego według sekcji PKD

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

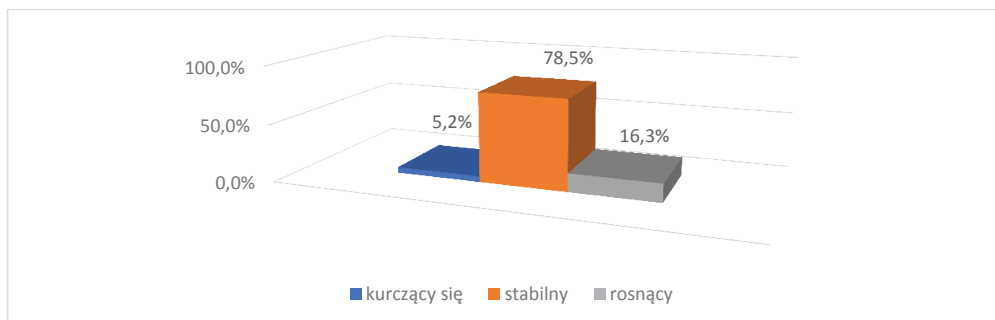
Tylko w podregionie bydgosko-toruńskim dominującym wśród badanych przedsiębiorstw rynkiem sprzedaży jest rynek regionalny (39,3%). W przypadku pozostałych regionów jest nim rynek lokalny. We wszystkich podregionach badane przedsiębiorstwa realizują najmniejszą sprzedaż na rynku Unii Europejskiej (od 0,3 do 1,9%) i rynku światowym, tj. poza UE (od 0,0 do 0,3%) (wykres 4.4).



Wykres 4.4. Dominujące rynki sprzedaży przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego według podregionów

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

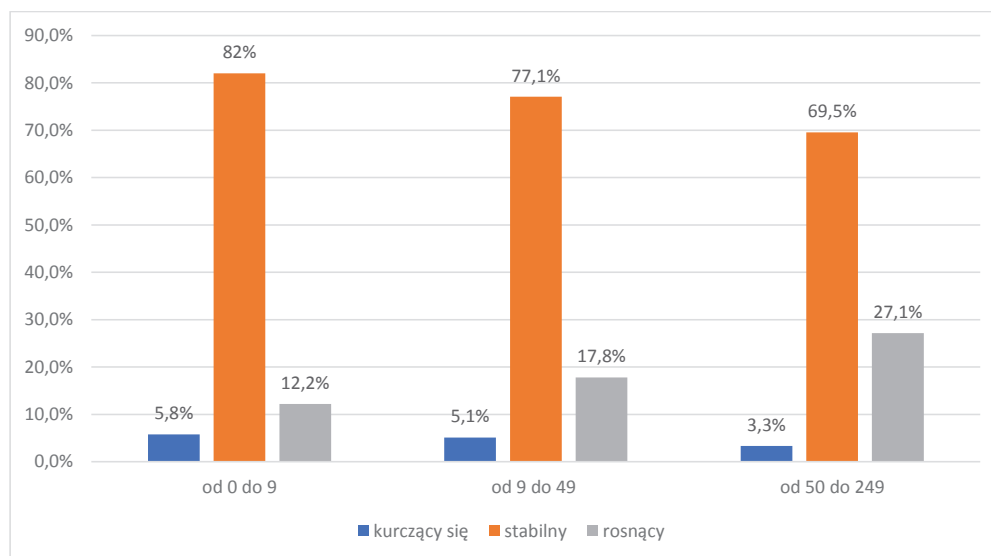
Przedsiębiorstwa sektora MSP regionu kujawsko-pomorskiego najczęściej swoich produktów sprzedają na rynkach stabilnych, a najmniej na rynkach kurczących się. Mianowicie dla 78,5% mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw w regionie rynki dominujące mają charakter stabilny, dla 16,3% – charakter rosnący, a dla 5,8% – charakter kurczący się (wykres 4.5).



Wykres 4.5. Charakter dominujących rynków sprzedaży przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

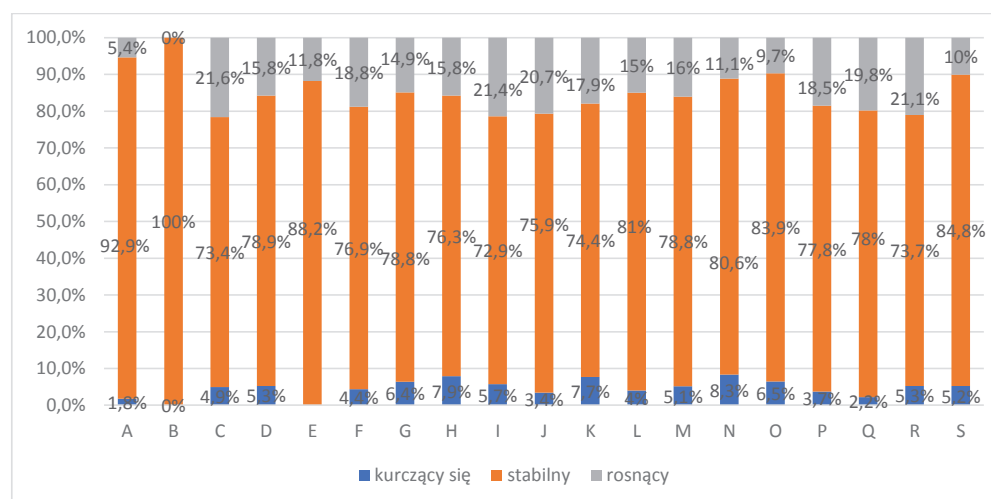
Dla 82,0% mikroprzedsiębiorstw rynki dominujące mają charakter stabilny, dla 12,2% charakter rosnący, a dla 5,8% charakter kurczący się. W podobnych proporcjach struktura ta kształtuje się w przypadku pozostałych dwóch grup przedsiębiorstw. Mianowicie dla 77,1% małych przedsiębiorstw rynki dominujące mają charakter stabilny, dla 17,8% charakter rosnący, a dla 5,1% charakter kurczący się. I wreszcie dla 69,5% średnich przedsiębiorstw rynki dominujące mają charakter stabilny, dla 27,1% charakter rosnący, a dla 5,1% charakter kurczący się (wykres 4.6).



Wykres 4.6. Charakter dominujących rynków sprzedaży przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego według liczby pracujących

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

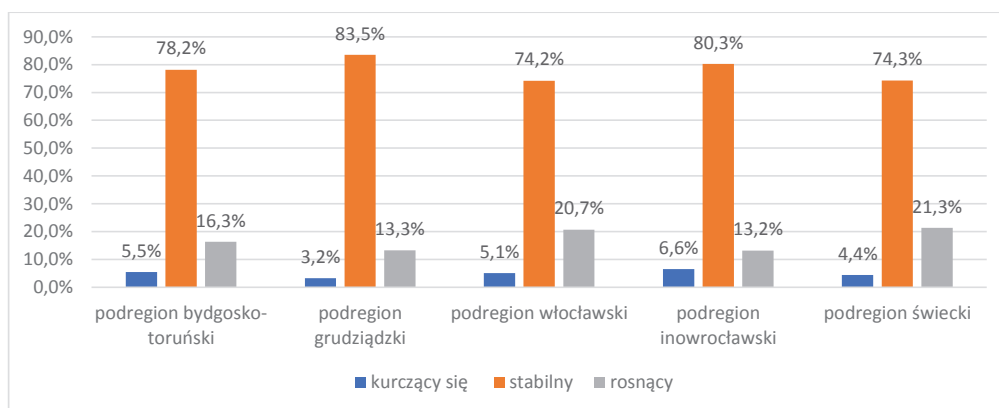
Dla zdecydowanej większości badanych przedsiębiorstw wszystkich dwudziestu sekcji PKD dominujący rynek sprzedaży ma charakter stabilny (od 72,9% w przypadku badanych przedsiębiorstw w sekcji I do 100% w sekcji B). Należy zauważyć, że w przypadku sekcji B wszystkie badane przedsiębiorstwa zadeklarowały, iż największą sprzedaż realizują właśnie na rynkach stabilnych. Z kolei dla zdecydowanej mniejszości badanych przedsiębiorstw wszystkich dwudziestu sekcji rynek dominujący ma charakter kurczący się (od 0,0% badanych przedsiębiorstw w sekcji B do 8,3% w sekcji N) (wykres 4.7).



Wykres 4.7. Charakter dominujących rynków sprzedaży przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego według sekcji PKD

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

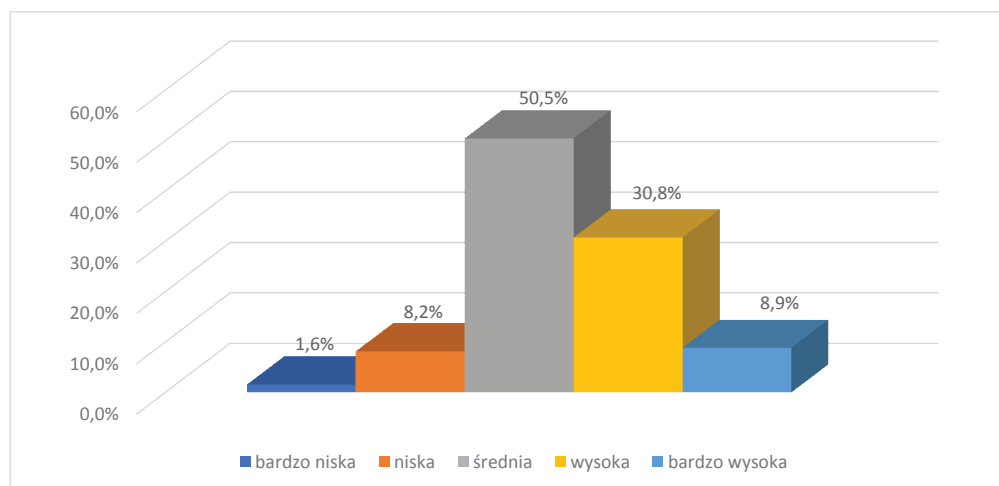
Również w poszczególnych podregionach dla zdecydowanej większości badanych przedsiębiorstw dominujący rynek sprzedaży ma charakter stabilny (od 74,2% badanych przedsiębiorstw w podregionie włocławskim do 83,5% w podregionie grudziądzkim). Natomiast dla zdecydowanej mniejszości badanych przedsiębiorstw rynek dominujący ma charakter kurczący się (od 3,2% badanych przedsiębiorstw w podregionie grudziądzkim do 6,6% w podregionie inowrocławskim) (wykres 4.8).



Wykres 4.8. Charakter dominujących rynków sprzedaży przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego według podregionów

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

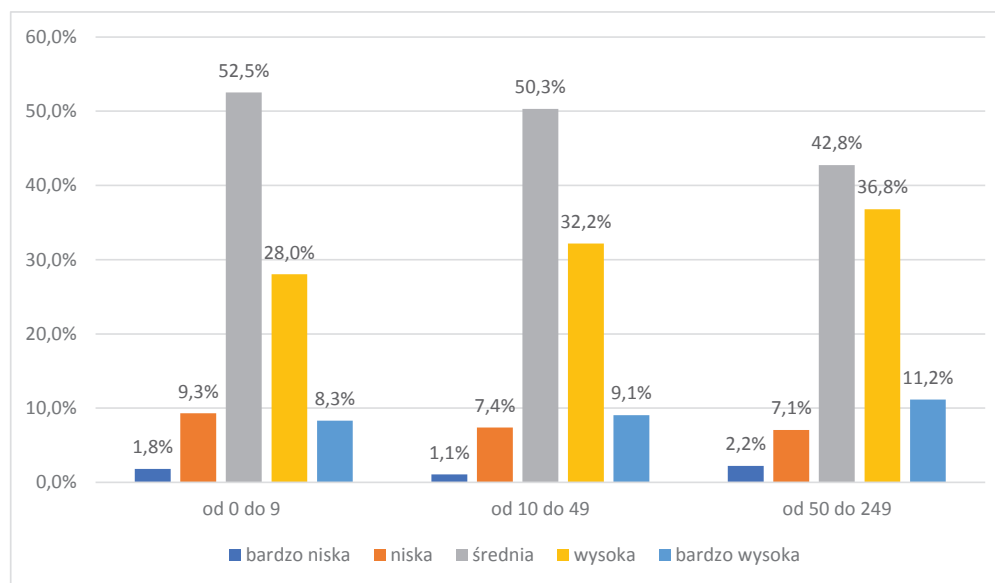
Przedsiębiorstwa sektora MSP regionu kujawsko-pomorskiego najczęściej działają na rynkach, na których występuje średnia i wysoka intensywność konkurencji. 50,5% mikro, małych i średnich przedsiębiorstw w regionie ocenia intensywność konkurencji na swoich dominujących rynkach jako średnią, 30,8% – jako wysoką, 8,9% – jako bardzo wysoką, 8,2% – jako niską i 1,6% – jako bardzo niską (wykres 4.9).



Wykres 4.9. Intensywność konkurencji na dominujących rynkach sprzedaży przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

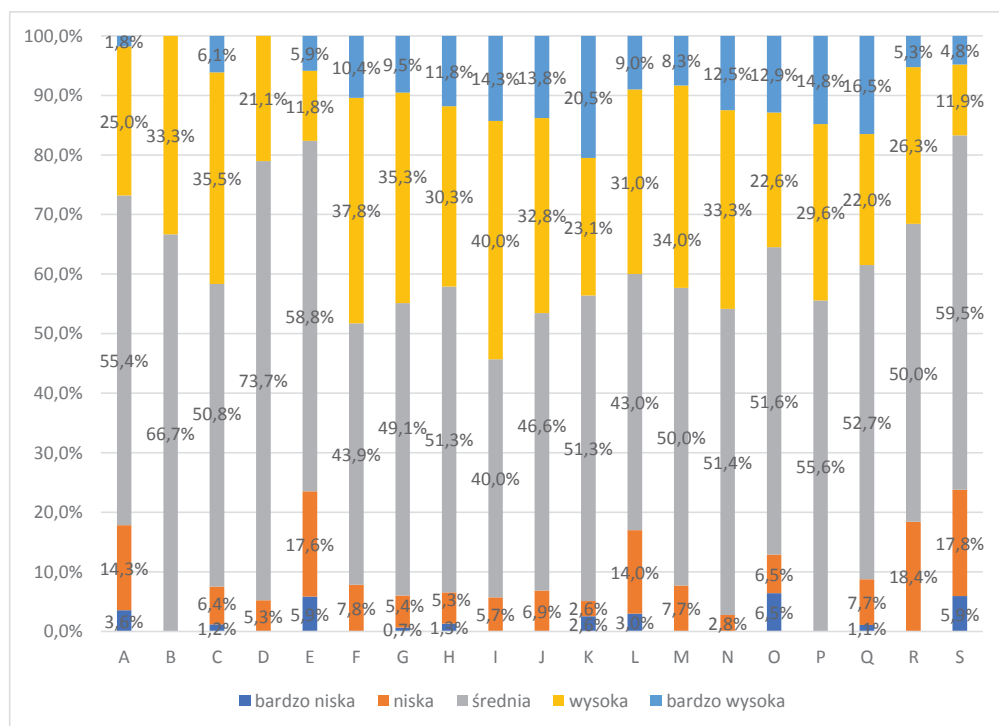
Ponadto 52,5% mikroprzedsiębiorstw ocenia intensywność konkurencji na swoich dominujących rynkach jako średnią, a 28% jako wysoką. Również takie oceny dominują w przypadku przedsiębiorstw małych (50,3% wskazało na średnią intensywność konkurencji, a 32,2% na wysoką) oraz średnich (42,8% wskazało na średnią intensywność konkurencji, a 36,8% na wysoką). Tylko znikomy odsetek przedsiębiorstw postrzega swoją konkurencję jako bardzo niską, mianowicie 1,8% mikroprzedsiębiorstw, 1,1% małych i 2,2% średnich przedsiębiorstw (wykres 4.10).



Wykres 4.10. Intensywność konkurencji na dominujących rynkach sprzedaży przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego według liczby pracujących

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

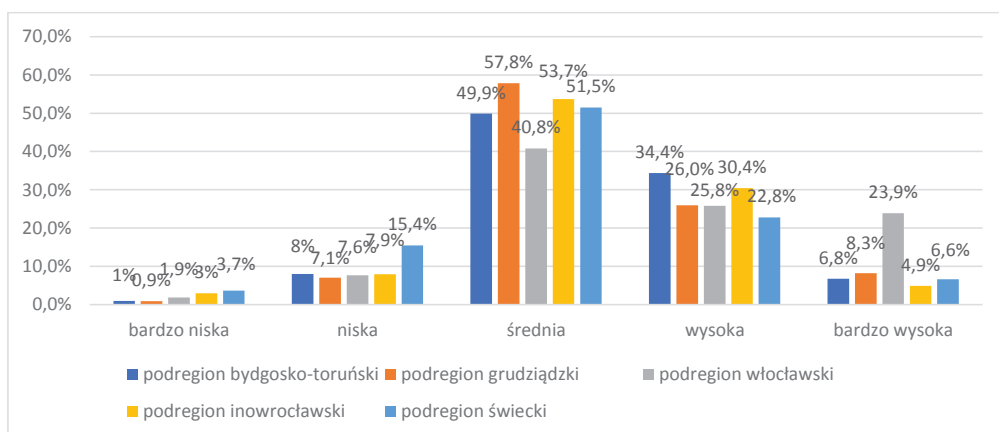
Również w ramach wszystkich wyodrębnionych dwudziestu sekcji PKD największy odsetek badanych przedsiębiorstw funkcjonuje na rynkach o średniej i wysokiej intensywności konkurencji. Na średnią intensywność konkurencji najczęściej wskazują badane przedsiębiorstwa należące do sekcji D (73,7%), na wysoką – przedsiębiorstwa należące do sekcji I (40,0%), na bardzo wysoką – przedsiębiorstwa należące do sekcji K (20,5%), na niską – przedsiębiorstwa należące do sekcji R (18,4%), na bardzo niską – przedsiębiorstwa należące do sekcji O (6,5%) (wykres 4.11).



Wykres 4.11. Intensywność konkurencji na dominujących rynkach sprzedaży przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego według sekcji PKD

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

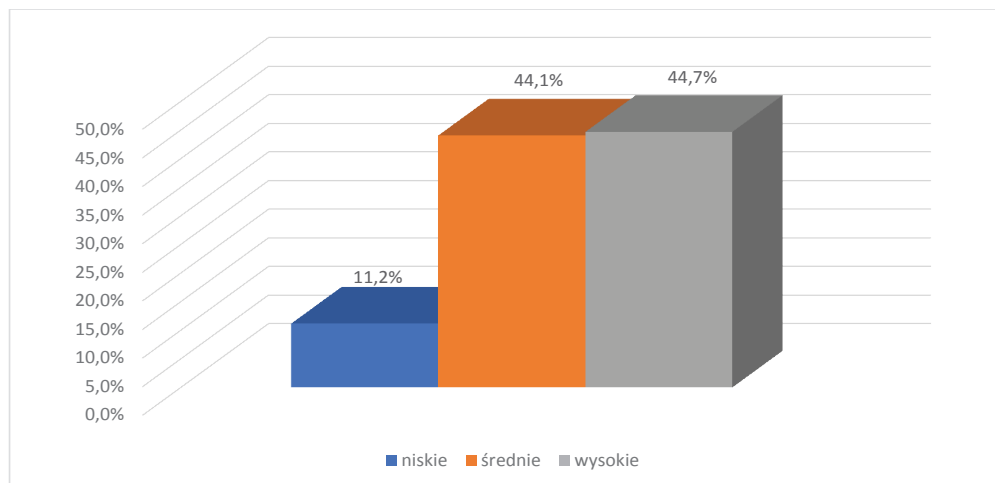
Także w poszczególnych podregionach w ramach badanej próby przedsiębiorstw dominują takie, które funkcjonują na rynkach o średniej i wysokiej intensywności konkurencji. Na średnią intensywność konkurencji najczęściej wskazują badane przedsiębiorstwa z podregionu grudziądzkiego (57,8%), na wysoką – przedsiębiorstwa z podregionu bydgosko-toruńskiego (34,4%), na bardzo wysoką – przedsiębiorstwa z podregionu włocławskiego (23,9%), na niską – przedsiębiorstwa z podregionu świeckiego (15,4%), na bardzo niską – również przedsiębiorstwa z podregionu świeckiego (3,7%) (wykres 4.12).



Wykres 4.12. Intensywność konkurencji na dominujących rynkach sprzedaży przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego według podregionów

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

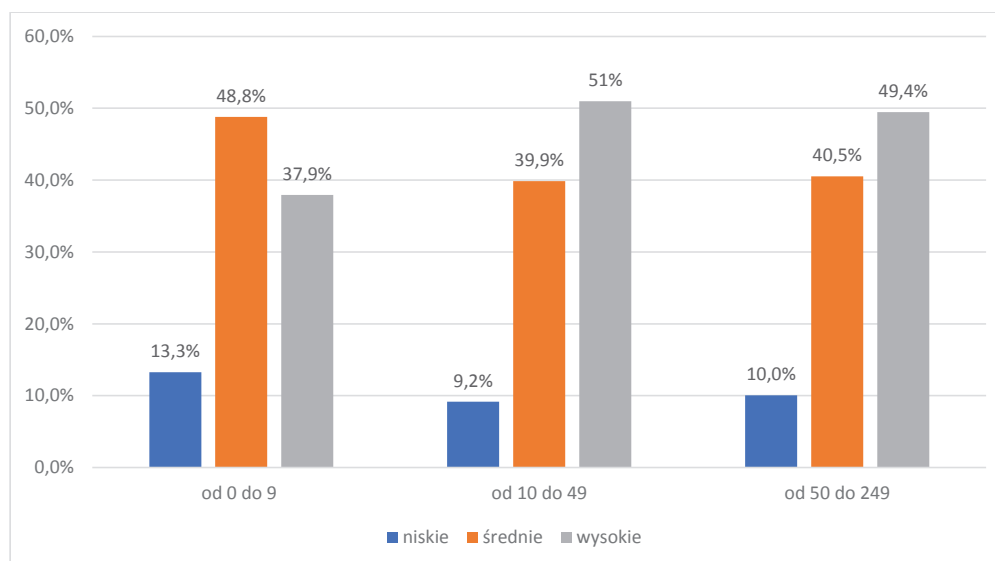
Przedsiębiorstwa sektora MSP regionu kujawsko-pomorskiego działają przede wszystkim na rynkach, na których wymagania klientów są wysokie lub średnie. 44,7% mikro, małych i średnich przedsiębiorstw w regionie określa poziom wymagań swoich klientów jako wysoki, 44,1% – jako średni i tylko 11,2% – jako niski (wykres 4.13).



Wykres 4.13. Wymagania klientów na dominujących rynkach przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

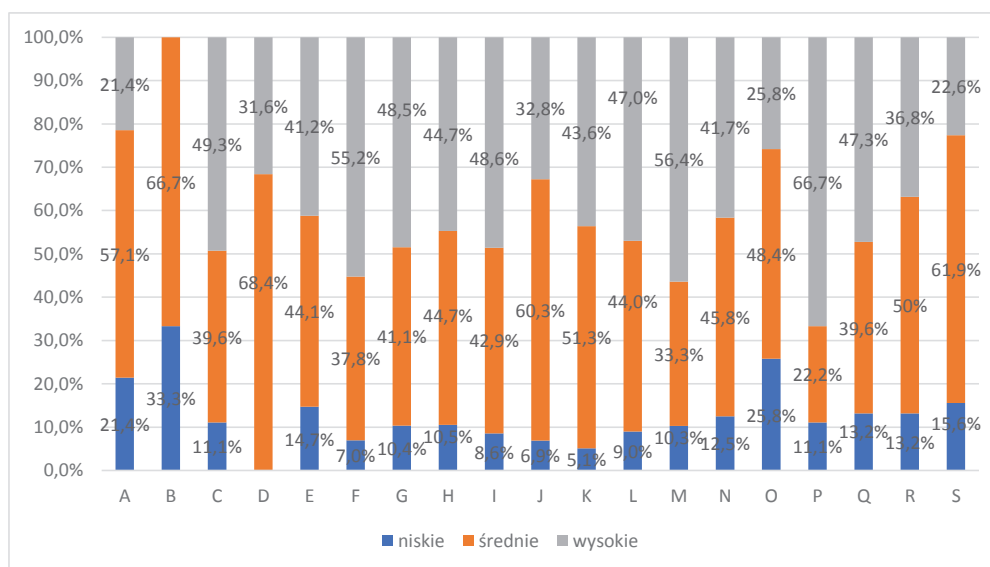
Największy odsetek mikroprzedsiębiorstw (48,8%) deklaruje, że wymagania ich klientów są średnie. 37,9% mikroprzedsiębiorstw twierdzi, że wymagania te są wysokie i tylko 13,3%, że są niskie. Z kolei największy odsetek zarówno przedsiębiorstw małych (51,0%), jak i średnich (49,4%) deklaruje, że wymagania ich klientów są wysokie. Ponadto ok. 40% z nich określa poziom wymagań swoich klientów jako średni, a ok. 10% – jako niski (wykres 4.14).



Wykres 4.14. Wymagania klientów na dominujących rynkach przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego według liczby pracujących

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

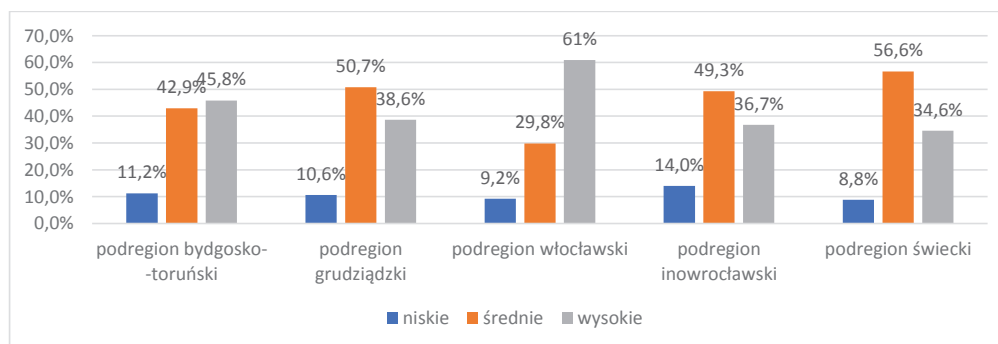
Także w poszczególnych sekcjach PKD największy odsetek badanych przedsiębiorstw deklaruje, że wymagania ich klientów są średnie lub wysokie. Na wysokie wymagania swoich klientów najczęściej wskazują badane przedsiębiorstwa z sekcji M (56,4%), na średnie wymagania – przedsiębiorstwa z sekcji D (68,4%), natomiast na niskie wymagania – przedsiębiorstwa z sekcji B (33,3%). Warto zauważyć, że wśród badanych przedsiębiorstw sekcji B nie ma takich, które by oceniły wymagania swoich klientów jako wysokie. Wszystkie one wskazały, że wymagania te są albo niskie (33,3%), albo średnie (66,7%). Z kolei wśród badanych przedsiębiorstw sekcji D nie ma żadnego, które by stwierdziło, że wymagania ich klientów są niskie. Wszystkie one wskazały, że wymagania te są średnie (68,4%) lub wysokie (31,6%) (wykres 4.15).



Wykres 4.15. Wymagania klientów na dominujących rynkach przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego według sekcji PKD

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

W przypadku poszczególnych podregionów również największy odsetek badanych przedsiębiorstw deklaruje, że wymagania ich klientów są średnie lub wysokie. Na wysokie wymagania swoich klientów najczęściej wskazują badane przedsiębiorstwa z podregionu włocławskiego (61,0%), na średnie wymagania – przedsiębiorstwa z podregionu świeckiego (56,6%), z kolei na niskie wymagania – przedsiębiorstwa z podregionu inowrocławskiego (14,0%) (wykres 4.16).



Wykres 4.16. Wymagania klientów na dominujących rynkach przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego według podregionów

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

4.3. Zasobowe elementy konkurencyjności przedsiębiorstw

W dalszej części punktu 4 raportu przedstawione zostały wyniki odnoszące się do poszczególnych elementów konkurencyjności przedsiębiorstw sektora MSP regionu kujawsko-pomorskiego, które świadczą o ich pozycji konkurencyjnej oraz rynkowych i zasobowych przewagach konkurencyjnych. Przyjęte zostało założenie, że przewagi konkurencyjne uzyskiwane w sferze zasobów pozwalają osiągnąć przewagi konkurencyjne na rynku, a te z kolei warunkują poziom osiąganych wyników rynkowych i finansowych, które świadczą o pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa. Poszczególne diagnozowane składniki konkurencyjności zostały zapowiedziane wprowadzającymi do nich podtytułami.

Wszystkie wielkości prezentowane w punktach 4.3, 4.4 i 4.5 są wyznaczone na podstawie deklaracji respondentów, które stanowią ich odpowiedź na pytanie: na ile zgadzają się z kolejnymi stwierdzeniami odnoszącymi się do poszczególnych elementów konkurencyjności w ich przedsiębiorstwach w porównaniu do głównych konkurentów. W pytaniu tym zastosowano siedmiostopniową skalę Likerta, gdzie 1 oznacza – zupełnie się nie zgadzam, a 7 – całkowicie się zgadzam z danym stwierdzeniem. Ponadto dokonywane odpowiedzi odnosiły się do sytuacji występującej w latach 2016–2018.

Poziom rozwoju zasobów przedsiębiorstwa w porównaniu do głównych konkurentów

Tylko 4,8% przedsiębiorstw sektora MSP regionu kujawsko-pomorskiego zdecydowanie zgadza się ze stwierdzeniem, że posiada bardziej rozwinięte zasoby niż ich główni konkurenci. Taką odpowiedź udzieliło 8,9% średnich przedsiębiorstw, 4,8% mikroprzedsiębiorstw i 3,6% przedsiębiorstw małych. Zdecydowanie z tym stwierdzeniem nie zgadza się podobna liczba przedsiębiorstw sektora MSP, tj. 4,1% – 5,3% małych, 3,3% mikro- i 2,2% średnich (tabela 4.1).

Na odpowiedzi (5, 6, 7) świadczące o wyższym względem głównych konkurentów poziomie zadowolenia klientów wskazało 39,8% przedsiębiorstw – 52,4% średnich, 40,1% małych i 36,2% mikroprzedsiębiorstw.

Tabela 4.1. Poziom rozwoju zasobów przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według liczby pracujących

Wielkość	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
0–9	3,3	12,7	20,3	27,4	21,4	10,0	4,8	100,0
10–49	5,3	8,8	22,1	23,6	24,4	12,1	3,6	100,0
50–249	2,2	8,2	17,1	20,1	26,8	16,7	8,9	100,0
Razem	4,1	10,6	20,7	25,0	23,3	11,7	4,8	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Zgodnie z udzielonymi odpowiedziami największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że posiada bardziej rozwinięte zasoby niż ich główni konkurenci (wskazana odpowiedź 7), znajduje się w sekcji A (7,1%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do sekcji K (2,6%) i sekcji I (2,9%), przy czym w przypadku sekcji B, D, E, P i R żadne spośród badanych przedsiębiorstw nie wyraziło takiego przekonania (tabela 4.2).

Ponadto w przypadku pięciu sekcji PKD, nie odnotowano ani jednego wśród badanych przedsiębiorstw, które udzieliłoby odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z sekcji P (7,4%) i sekcji N (6,9%).

Tabela 4.2. Poziom rozwoju zasobów przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według sekcji PKD

Sekcja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
A	1,8	14,3	23,2	26,8	14,3	12,5	7,1	100,0
B	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
C	3,1	8,2	22,1	21,6	25,4	14,6	4,9	100,0
D	0,0	10,5	15,8	31,6	36,8	5,3	0,0	100,0
E	0,0	8,8	23,5	29,4	26,5	11,8	0,0	100,0
F	4,4	13,1	20,1	21,0	25,8	10,9	4,8	100,0
G	5,7	9,2	16,9	26,4	23,6	12,4	5,9	100,0
H	0,0	9,2	28,9	21,1	27,6	7,9	5,3	100,0
I	1,4	12,9	15,7	32,9	24,3	10,0	2,9	100,0
J	5,2	1,7	24,1	29,3	24,1	10,3	5,2	100,0
K	2,6	7,7	20,5	28,2	20,5	17,9	2,6	100,0
L	6,0	10,0	19,0	23,0	29,0	9,0	4,0	100,0
M	5,7	5,7	19,7	26,1	25,5	14,0	3,2	100,0

Cd. tab. 4.2

Sekcja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
N	6,9	11,1	19,4	23,6	18,1	15,3	5,6	100,0
O	0,0	16,1	19,4	29,0	19,4	12,9	3,2	100,0
P	7,4	0,0	29,6	29,6	25,9	7,4	0,0	100,0
Q	3,3	16,5	19,8	28,6	17,6	8,8	5,5	100,0
R	2,6	7,9	21,1	34,2	28,9	5,3	0,0	100,0
S	3,0	18,6	25,3	23,8	16,0	8,2	5,2	100,0
Razem	4,1	10,6	20,7	25,0	23,3	11,7	4,8	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że posiada bardziej rozwinięte zasoby niż ich główni konkurenci (wskazana odpowiedź 7), funkcjonuje w podregionie włocławskim (16,5). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do podregionu świeckiego (1,5%) (tabela 4.3).

Najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw wskazujących odpowiedź 1 pochodzi z podregionu inowrocławskiego (2,2%), natomiast największy – z podregionu włocławskiego (5,4%).

Tabela 4.3. Poziom rozwoju zasobów przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według podregionów

Podregion	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
Bydgosko-toruński	4,5	10,5	21,7	23,8	25,3	11,2	2,9	100,0
Grudziądzki	2,7	10,3	23,3	27,4	22,7	10,0	3,5	100,0
Włocławski	5,4	6,7	15,6	20,6	19,7	15,6	16,5	100,0
Inowrocławski	2,2	13,4	19,2	29,6	21,1	11,2	3,3	100,0
Świecki	5,1	13,2	20,6	27,2	20,6	11,8	1,5	100,0
Razem	4,1	10,6	20,7	25,0	23,3	11,7	4,8	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że posiada bardziej rozwinięte zasoby niż ich główni konkurenci (wskazana odpowiedź 7), jest zlokalizowanych w powiecie miasta Włocławek (23,8%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, ma swoją siedzibę w powiatach świeckim (1,1%), miasta Bydgoszcz (1,4%) i żnińskim (1,5%), przy czym w powiatach aleksandrowskim, radziejowskim, sępoleńskim i wąbrzeskim w ogóle nie odnotowano przedsiębiorstw o takim przekonaniu (tabela 4.4).

Ponadto w przypadku ośmiu spośród dwudziestu trzech powiatów, żadne zlokalizowane tam badane przedsiębiorstwo nie udzieliło odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę

odpowieź, pochodzi z powiatów sępoleńskiego (11,1%) i wąbrzeskiego (10,7%).

Tabela 4.4. Poziom rozwoju zasobów przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według powiatów

Powiat	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
M. Bydgoszcz	4,7	12,4	23,3	21,9	24,7	11,5	1,4	100,0
M. Grudziądz	5,5	15,5	20,0	18,2	27,3	9,1	4,5	100,0
M. Toruń	5,7	9,3	21,3	24,6	23,2	12,0	3,8	100,0
M. Włocławek	6,8	3,4	11,2	16,0	19,9	18,9	23,8	100,0
Aleksandrowski	0,0	14,8	22,2	29,6	22,2	11,1	0,0	100,0
Brodnicki	0,0	3,1	26,2	35,4	23,1	9,2	3,1	100,0
Bydgoski	2,0	8,7	20,8	28,9	26,2	10,1	3,4	100,0
Chełmiński	0,0	8,7	19,6	39,1	17,4	13,0	2,2	100,0
Golubsko-dobrzyński	0,0	3,1	31,3	25,0	18,8	18,8	3,1	100,0
Grudziądzki	0,0	10,0	35,0	25,0	10,0	10,0	10,0	100,0
Inowrocławski	2,0	9,5	21,1	29,1	23,6	10,6	4,0	100,0
Lipnowski	0,0	14,3	32,1	21,4	17,9	10,7	3,6	100,0
Mogileński	5,0	17,5	10,0	37,5	12,5	15,0	2,5	100,0
Nakielski	3,3	23,0	18,0	19,7	23,0	9,8	3,3	100,0
Radziejowski	9,1	9,1	27,3	36,4	9,1	9,1	0,0	100,0
Rypiński	0,0	7,9	21,1	34,2	28,9	5,3	2,6	100,0
Sępoleński	11,1	33,3	22,2	11,1	11,1	11,1	0,0	100,0
Świecki	5,7	13,8	18,4	25,3	25,3	10,3	1,1	100,0
Toruński	2,3	4,6	13,8	25,3	36,8	8,0	9,2	100,0
Tucholski	2,5	7,5	25,0	35,0	12,5	15,0	2,5	100,0
Wąbrzeski	10,7	21,4	21,4	21,4	17,9	7,1	0,0	100,0
Włocławski	4,7	11,6	18,6	32,6	20,9	7,0	4,7	100,0
Żniński	0,0	13,8	20,0	35,4	16,9	12,3	1,5	100,0
Razem	4,1	10,6	20,7	25,0	23,3	11,7	4,8	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

4.4. Rynkowe elementy konkurencyjności przedsiębiorstw

Poziom jakości produktów przedsiębiorstwa
w porównaniu do głównych konkurentów

7,6% przedsiębiorstw sektora MSP regionu kujawsko-pomorskiego zdecydowanie zgadza się ze stwierdzeniem, że posiada wyższy poziom jakości

produktów w porównaniu do głównych konkurentów. Taką odpowiedź udzieliło 10,8% średnich przedsiębiorstw, 8,6% mikroprzedsiębiorstw i najmniej, bo 5,7% przedsiębiorstw małych. Zdecydowanie z tym stwierdzeniem nie zgadza się zaledwie 1,9% przedsiębiorstw sektora MSP – po 2,0% przedsiębiorstw mikro- i małych oraz 1,5% średnich (tabela 4.5).

Na odpowiedzi (5, 6, 7) świadczące o wyższym względem głównych konkurentów poziomie jakości produktów wskazało 47,1% przedsiębiorstw – 50,9% średnich, 47,5% małych i 45,8% mikroprzedsiębiorstw.

Tabela 4.5. Poziom jakości produktów przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według liczby pracujących

Wielkość	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
0–9	2,0	9,6	18,8	23,9	22,4	14,8	8,6	100,0
10–49	2,0	10,0	19,6	20,9	23,1	18,7	5,7	100,0
50–249	1,5	8,9	17,8	20,8	19,7	20,4	10,8	100,0
Razem	1,9	9,7	19,0	22,3	22,4	17,1	7,6	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Zgodnie z udzielonymi odpowiedziami największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że posiada wyższy poziom jakości swoich produktów w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), znajduje się w sekcji O (19,4%) i w sekcji N (15,3%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do sekcji E (2,9%), przy czym w przypadku sekcji B i R żadne spośród badanych przedsiębiorstw nie wyraziło takiego przekonania (tabela 4.6).

Ponadto w przypadku sześciu sekcji PKD, nie odnotowano ani jednego wśród badanych przedsiębiorstw, które udzieliłoby odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z sekcji E (8,8%).

Tabela 4.6. Poziom jakości produktów przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według sekcji PKD

Sekcja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
A	1,8	14,3	21,4	28,6	8,9	17,9	7,1	100,0
B	0,0	33,3	66,7	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
C	2,1	8,5	18,1	21,4	20,9	20,0	8,9	100,0
D	0,0	5,3	26,3	15,8	26,3	21,1	5,3	100,0
E	8,8	11,8	20,6	17,6	29,4	8,8	2,9	100,0
F	1,7	10,9	19,2	20,1	20,5	21,8	5,7	100,0
G	2,2	8,2	17,6	24,4	21,7	18,7	7,2	100,0
H	2,6	9,2	21,1	23,7	19,7	18,4	5,3	100,0
I	0,0	5,7	18,6	22,9	32,9	14,3	5,7	100,0

Cd. tab. 4.6

Sekcja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
J	1,7	19,0	10,3	15,5	27,6	15,5	10,3	100,0
K	5,1	10,3	25,6	15,4	25,6	12,8	5,1	100,0
L	1,0	6,0	21,0	23,0	26,0	15,0	8,0	100,0
M	0,0	10,2	13,4	13,4	32,5	22,9	7,6	100,0
N	1,4	12,5	13,9	22,2	23,6	11,1	15,3	100,0
O	0,0	16,1	29,0	22,6	3,2	9,7	19,4	100,0
P	0,0	11,1	18,5	22,2	22,2	22,2	3,7	100,0
Q	1,1	6,6	18,7	31,9	20,9	11,0	9,9	100,0
R	2,6	13,2	18,4	26,3	31,6	7,9	0,0	100,0
S	2,6	11,9	25,4	23,9	19,8	9,3	7,1	100,0
Razem	1,9	9,7	19,0	22,3	22,4	17,1	7,6	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że posiada wyższy poziom jakości swoich produktów w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), funkcjonuje w podregionie włocławskim (22,0%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do podregionu bydgosko-toruńskiego (4,6%) (tabela 4.7).

Najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw wskazujących odpowiedź 1 pochodzi z podregionów bydgosko-toruńskiego (1,3%), inowrocławskiego (1,4%) i świeckiego (1,5%), natomiast największy – z podregionu grudziądzkiego (3,8%).

Tabela 4.7. Poziom jakości produktów przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według podregionów

Podregion	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
Bydgosko-toruński	1,3	10,8	19,4	22,7	23,4	17,7	4,6	100,0
Grudziądzki	3,8	13,0	16,8	23,6	21,5	15,3	5,9	100,0
Włocławski	3,2	5,1	13,1	17,5	18,8	20,4	22,0	100,0
Inowrocławski	1,4	6,8	23,8	23,8	21,9	15,3	6,8	100,0
Świecki	1,5	9,6	22,1	22,1	24,3	12,5	8,1	100,0
Razem	1,9	9,7	19,0	22,3	22,4	17,1	7,6	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Zdecydowanie największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że posiada wyższy poziom jakości swoich produktów w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), jest zlokalizowanych w powiecie miasta Włocławek (31,2%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych

przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, ma swoją siedzibę w powiecie żnińskim (1,5%), przy czym w powiatach aleksandrowskim, radziejowskim, sępoleńskim i wąbrzeskim w ogóle nie odnotowano przedsiębiorstw o takim przekonaniu (tabela 4.8).

Ponadto w przypadku dziewięciu spośród dwudziestu trzech powiatów, żadne zlokalizowane tam badane przedsiębiorstwo nie udzieliło odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z powiatu wąbrzeskiego (10,7%).

Tabela 4.8. Poziom jakości produktów przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według powiatów

Powiat	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
M. Bydgoszcz	0,9	12,8	20,0	23,3	21,3	18,3	3,5	100,0
M. Grudziądz	7,3	10,9	11,8	20,0	25,5	18,2	6,4	100,0
M. Toruń	1,4	9,3	21,0	19,7	25,7	17,8	5,2	100,0
M. Włocławek	2,4	2,9	5,9	13,7	21,0	22,9	31,2	100,0
Aleksandrowski	7,4	11,1	18,5	40,7	14,8	7,4	0,0	100,0
Brodnicki	1,5	4,6	27,7	21,5	18,5	20,0	6,2	100,0
Bydgoski	2,0	10,1	18,1	28,9	23,5	12,1	5,4	100,0
Chełmiński	0,0	13,0	19,6	32,6	15,2	13,0	6,5	100,0
Golubsko-dobrzyński	0,0	21,9	12,5	15,6	34,4	9,4	6,3	100,0
Grudziądzki	0,0	15,0	15,0	20,0	30,0	10,0	10,0	100,0
Inowrocławski	2,0	5,0	22,1	20,6	26,6	17,1	6,5	100,0
Lipnowski	0,0	7,1	35,7	14,3	10,7	28,6	3,6	100,0
Mogileński	0,0	2,5	27,5	20,0	30,0	10,0	10,0	100,0
Nakielski	0,0	8,2	24,6	27,9	16,4	11,5	11,5	100,0
Radziejowski	0,0	9,1	27,3	36,4	9,1	18,2	0,0	100,0
Rypiński	2,6	10,5	15,8	36,8	10,5	18,4	5,3	100,0
Sępoleński	0,0	11,1	33,3	33,3	11,1	11,1	0,0	100,0
Świecki	2,3	10,3	23,0	21,8	21,8	14,9	5,7	100,0
Toruński	2,3	4,6	10,3	20,7	29,9	23,0	9,2	100,0
Tucholski	0,0	7,5	17,5	20,0	32,5	7,5	15,0	100,0
Wąbrzeski	10,7	32,1	14,3	21,4	17,9	3,6	0,0	100,0
Włocławski	7,0	9,3	25,6	18,6	18,6	11,6	9,3	100,0
Żniński	1,5	13,8	26,2	32,3	7,7	16,9	1,5	100,0
Razem	1,9	9,7	19,0	22,3	22,4	17,1	7,6	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Poziom innowacyjności produktów przedsiębiorstwa w porównaniu do głównych konkurentów

Tylko 6,4% przedsiębiorstw sektora MSP regionu kujawsko-pomorskiego zdecydowanie zgadza się ze stwierdzeniem, że posiada wyższy poziom innowacyjności produktów w porównaniu do głównych konkurentów. Taką odpowiedź udzieliło 7,8% średnich i mikroprzedsiębiorstw oraz zaledwie 4,4% przedsiębiorstw małych. Zdecydowanie z tym stwierdzeniem nie zgadza się zaledwie nieco więcej, bo 9,0% przedsiębiorstw sektora MSP – 11,5% małych, 7,5% mikro i 5,9% średnich (tabela 4.9).

Na odpowiedzi (5, 6, 7) świadczące o wyższym względem głównych konkurentów poziomie innowacyjności swoich produktów wskazało 37,3% przedsiębiorstw – 46,8% średnich, 36,3% małych i 35,9% mikroprzedsiębiorstw.

Tabela 4.9. Poziom innowacyjności produktów przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według liczby pracujących

Wielkość	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
0–9	7,5	9,9	24,4	22,4	19,1	9,0	7,8	100,0
10–49	11,5	9,3	18,6	24,3	20,2	11,7	4,4	100,0
50–249	5,9	10,8	16,0	20,4	22,3	16,7	7,8	100,0
Razem	9,0	9,7	21,0	23,0	19,9	11,0	6,4	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Zgodnie z udzielonymi odpowiedziami największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że posiada wyższy poziom innowacyjności produktów w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), znajduje się w sekcji D (15,8%) i w sekcji A (10,7%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do sekcji L (3,0%), a w przypadku sekcji B, E i R żadne spośród badanych przedsiębiorstw nie wyraziło takiego przekonania (tabela 4.10).

Ponadto w przypadku dwóch sekcji PKD, nie odnotowano ani jednego wśród badanych przedsiębiorstw, które udzieliłoby odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z sekcji N (16,7%) i sekcji P (14,8%).

Tabela 4.10. Poziom innowacyjności produktów przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według sekcji PKD

Sekcja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
A	7,1	7,1	14,3	30,4	16,1	14,3	10,7	100,0
B	0,0	33,3	33,3	33,3	0,0	0,0	0,0	100,0
C	6,4	12,2	19,8	18,6	20,0	15,5	7,5	100,0
D	0,0	5,3	21,1	21,1	26,3	10,5	15,8	100,0

Cd. tab. 4.10

Sekcja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
E	8,8	11,8	11,8	29,4	32,4	5,9	0,0	100,0
F	10,0	12,2	18,8	21,4	20,1	10,0	7,4	100,0
G	11,0	10,4	20,2	21,9	20,4	10,2	5,9	100,0
H	11,8	7,9	28,9	15,8	26,3	3,9	5,3	100,0
I	11,4	10,0	14,3	28,6	24,3	7,1	4,3	100,0
J	5,2	8,6	27,6	15,5	20,7	17,2	5,2	100,0
K	12,8	7,7	20,5	23,1	25,6	5,1	5,1	100,0
L	13,0	11,0	21,0	26,0	14,0	12,0	3,0	100,0
M	10,3	7,1	16,0	27,6	22,4	11,5	5,1	100,0
N	16,7	5,6	19,4	25,0	15,3	12,5	5,6	100,0
O	6,5	6,5	38,7	16,1	12,9	12,9	6,5	100,0
P	14,8	11,1	22,2	22,2	14,8	7,4	7,4	100,0
Q	4,4	3,3	23,1	29,7	23,1	9,9	6,6	100,0
R	10,5	5,3	28,9	18,4	26,3	10,5	0,0	100,0
S	4,8	8,9	26,4	28,3	14,9	8,6	8,2	100,0
Razem	9,0	9,7	21,0	23,0	19,9	11,0	6,4	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że posiada wyższy poziom innowacyjności produktów w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), funkcjonuje w podregionie włocławskim (20,1%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do podregionu bydgosko-toruńskiego (3,3%) (tabela 4.11).

Najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw wskazujących odpowiedź 1 pochodzi z podregionu inowrocławskiego (3,8%), natomiast największy – ponownie z podregionu bydgosko-toruńskiego (10,7%).

Tabela 4.11. Poziom innowacyjności produktów przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według podregionów

Podregion	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
Bydgosko-toruński	10,7	9,8	20,4	24,3	21,6	9,9	3,3	100,0
Grudziądzki	8,6	13,0	20,1	22,1	17,7	13,6	5,0	100,0
Włocławski	9,9	6,7	17,2	15,9	14,6	15,6	20,1	100,0
Inowrocławski	3,8	9,6	27,4	24,1	19,7	9,6	5,8	100,0
Świecki	7,4	8,8	20,6	25,7	22,8	7,4	7,4	100,0
Razem	9,0	9,7	21,0	23,0	19,9	11,0	6,4	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że posiada wyższy poziom innowacyjności produktów w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), jest zlokalizowanych w powiatach miasta Włocławek (25,9%), ale także w rypińskim (15,8%) i włocławskim (11,6%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, ma swoją siedzibę w powiecie miasta Toruń (1,4%), przy czym w powiatach mogileńskim, sępoleńskim i wąbrzeskim w ogóle nie odnotowano przedsiębiorstw o takim przekonaniu (tabela 4.12).

Ponadto w przypadku czterech spośród dwudziestu trzech powiatów, żadne zlokalizowane tam badane przedsiębiorstwo nie udzieliło odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z powiatów wąbrzeskiego (21,4%) i miasta Toruń (19,4%).

Tabela 4.12. Poziom innowacyjności produktów przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według powiatów

Powiat	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
M. Bydgoszcz	8,5	11,5	19,8	25,4	20,9	10,9	3,0	100,0
M. Grudziądz	10,9	13,6	15,5	21,8	22,7	11,8	3,6	100,0
M. Toruń	19,4	6,8	18,0	23,2	22,7	8,5	1,4	100,0
M. Włocławek	12,7	5,9	9,8	11,7	15,1	19,0	25,9	100,0
Aleksandrowski	7,4	7,4	33,3	18,5	18,5	7,4	7,4	100,0
Brodnicki	3,1	9,2	23,1	21,5	21,5	18,5	3,1	100,0
Bydgoski	1,3	12,1	29,5	18,8	22,1	8,1	8,1	100,0
Chełmiński	8,7	10,9	21,7	26,1	8,7	19,6	4,3	100,0
Golubsko-dobrzyński	12,5	15,6	15,6	25,0	9,4	15,6	6,3	100,0
Grudziądzki	5,0	15,0	25,0	25,0	20,0	5,0	5,0	100,0
Inowrocławski	4,5	8,0	25,6	26,1	21,1	7,5	7,0	100,0
Lipnowski	3,6	3,6	35,7	17,9	25,0	7,1	7,1	100,0
Mogileński	5,0	7,5	25,0	17,5	30,0	15,0	0,0	100,0
Nakielski	4,9	13,1	19,7	26,2	14,8	13,1	8,2	100,0
Radziejowski	0,0	9,1	54,5	27,3	0,0	0,0	9,1	100,0
Rypiński	0,0	10,5	21,1	21,1	18,4	13,2	15,8	100,0
Sępoleński	0,0	22,2	44,4	22,2	0,0	11,1	0,0	100,0
Świecki	6,9	10,3	17,2	27,6	21,8	8,0	8,0	100,0
Toruński	5,7	5,7	18,4	31,0	20,7	12,6	5,7	100,0
Tucholski	10,0	2,5	22,5	22,5	30,0	5,0	7,5	100,0
Wąbrzeski	21,4	21,4	28,6	14,3	10,7	3,6	0,0	100,0
Włocławski	4,7	11,6	20,9	30,2	7,0	14,0	11,6	100,0
Żniński	0,0	12,3	41,5	20,0	13,8	9,2	3,1	100,0
Razem	9,0	9,7	21,0	23,0	19,9	11,0	6,4	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Siła marek przedsiębiorstwa w porównaniu do głównych konkurentów

Tylko 5,7% przedsiębiorstw sektora MSP regionu kujawsko-pomorskiego zdecydowanie zgadza się ze stwierdzeniem, że posiada silniejsze marki w porównaniu do głównych konkurentów. Taką odpowiedź udzieliło 7,8% średnich przedsiębiorstw, 6,4% mikroprzedsiębiorstw i najmniej, bo 4,3% przedsiębiorstw małych. Zdecydowanie z tym stwierdzeniem nie zgadza się aż 10,8% przedsiębiorstw sektora MSP – 12,5% małych, 10,0% mikro i 7,8% średnich (tabela 4.13).

Na odpowiedzi (5, 6, 7) świadczące o większej względem głównych konkurentów sile posiadanych marek wskazało 37,3% przedsiębiorstw – 41,3% średnich, 37,8% małych i 35,7% mikroprzedsiębiorstw.

Tabela 4.13. Siła marek przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego względem głównych konkurentów według liczby pracujących

Wielkość	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
0–9	10,0	12,6	20,2	21,5	19,8	9,5	6,4	100,0
10–49	12,5	9,2	19,3	21,1	21,1	12,4	4,3	100,0
50–249	7,8	10,1	16,0	24,6	21,6	11,9	7,8	100,0
Razem	10,8	10,9	19,3	21,7	20,6	11,0	5,7	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Zgodnie z udzielonymi odpowiedziami największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że posiada silniejsze marki w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), znajduje się w sekcji D (10,5%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do sekcji J (1,7%), przy czym w przypadku sekcji B i sekcji E żadne spośród badanych przedsiębiorstw nie wyraziło takiego przekonania (tabela 4.14).

Ponadto w przypadku jednej sekcji PKD, tj. B nie odnotowano ani jednego wśród badanych przedsiębiorstw, które udzieliłoby odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z sekcji P (22,2%) i sekcji I (21,4%).

Tabela 4.14. Siła marek przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego względem głównych konkurentów według sekcji PKD

Sekcja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
A	1,8	14,3	16,1	25,0	23,2	16,1	3,6	100,0
B	0,0	0,0	66,7	33,3	0,0	0,0	0,0	100,0
C	8,2	8,2	18,4	20,5	22,6	15,3	6,8	100,0
D	5,3	0,0	31,6	31,6	15,8	5,3	10,5	100,0

Cd. tab. 4.14

Seksja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
E	11,8	11,8	32,4	32,4	8,8	2,9	0,0	100,0
F	13,1	13,1	17,9	17,5	22,3	9,2	7,0	100,0
G	7,7	10,2	19,7	22,2	21,6	12,7	5,9	100,0
H	14,5	13,2	21,1	13,2	27,6	5,3	5,3	100,0
I	21,4	10,0	21,4	20,0	15,7	8,6	2,9	100,0
J	15,5	8,6	22,4	20,7	20,7	10,3	1,7	100,0
K	15,4	12,8	10,3	12,8	35,9	5,1	7,7	100,0
L	13,0	11,0	27,0	19,0	19,0	7,0	4,0	100,0
M	18,5	7,6	13,4	24,2	21,7	10,2	4,5	100,0
N	15,5	12,7	16,9	18,3	16,9	14,1	5,6	100,0
O	9,7	12,9	19,4	25,8	19,4	6,5	6,5	100,0
P	22,2	14,8	18,5	18,5	14,8	7,4	3,7	100,0
Q	9,9	14,3	16,5	26,4	15,4	12,1	5,5	100,0
R	10,5	21,1	13,2	18,4	26,3	7,9	2,6	100,0
S	9,3	12,7	21,6	26,9	14,9	7,8	6,7	100,0
Razem	10,8	10,9	19,3	21,7	20,6	11,0	5,7	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że posiada silniejsze marki w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), funkcjonuje w podregionie włocławskim (16,0%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do podregionu bydgosko-toruńskiego (3,2%) (tabela 4.15).

Najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw wskazujących odpowiedź 1 pochodzi z podregionu inowrocławskiego (5,8%), natomiast największy – z podregionu włocławskiego (15,7%).

Tabela 4.15. Siła marek przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego względem głównych konkurentów według podregionów

Podregion	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
Bydgosko-toruński	11,3	9,9	21,2	23,0	20,3	11,1	3,2	100,0
Grudziądzki	9,4	14,5	20,1	20,4	19,2	10,3	6,2	100,0
Włocławski	15,7	8,6	11,5	17,6	18,5	12,1	16,0	100,0
Inowrocławski	5,8	12,1	21,6	22,7	22,7	10,1	4,9	100,0
Świecki	11,8	12,5	12,5	20,6	25,7	11,8	5,1	100,0
Razem	10,8	10,9	19,3	21,7	20,6	11,0	5,7	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że posiada silniejsze marki w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), jest zlokalizowanych w powiatach miasta Włocławek (19,6%) i golubsko-dobrzyńskim (15,6%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, ma swoją siedzibę w powiecie miasta Toruń (1,1%), przy czym w powiatach tucholskim i wąbrzeskim w ogóle nie odnotowano przedsiębiorstw o takim przekonaniu (tabela 4.16).

Ponadto w przypadku trzech spośród dwudziestu trzech powiatów, żadne zlokalizowane tam badane przedsiębiorstwo nie udzieliło odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z powiatów grudziądzkiego (20,0%) oraz miasta Toruń (19,7%) i miasta Włocławek (19,6%).

Tabela 4.16. Siła marek przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego względem głównych konkurentów według powiatów

Powiat	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
M. Bydgoszcz	9,3	11,7	23,1	23,3	17,8	11,8	3,0	100,0
M. Grudziądz	8,2	14,5	16,4	19,1	25,5	11,8	4,5	100,0
M. Toruń	19,7	6,3	16,7	22,7	24,0	9,6	1,1	100,0
M. Włocławek	19,6	3,9	6,4	17,2	19,1	14,2	19,6	100,0
Aleksandrowski	3,7	18,5	22,2	11,1	33,3	7,4	3,7	100,0
Brodnicki	6,2	12,3	15,4	26,2	21,5	13,8	4,6	100,0
Bydgoski	2,7	14,1	26,2	20,1	19,5	11,4	6,0	100,0
Chełmiński	15,2	4,3	32,6	10,9	19,6	13,0	4,3	100,0
Golubsko-dobrzyński	15,6	6,3	18,8	31,3	9,4	3,1	15,6	100,0
Grudziądzki	20,0	10,0	35,0	15,0	0,0	10,0	10,0	100,0
Inowrocławski	6,5	13,6	18,6	21,6	25,6	8,0	6,0	100,0
Lipnowski	10,7	17,9	14,3	17,9	21,4	7,1	10,7	100,0
Mogileński	7,5	12,5	20,0	20,0	22,5	15,0	2,5	100,0
Nakielski	8,2	9,8	26,2	23,0	14,8	13,1	4,9	100,0
Radziejowski	9,1	27,3	9,1	36,4	9,1	0,0	9,1	100,0
Rypiński	0,0	23,7	13,2	21,1	21,1	10,5	10,5	100,0
Sępoleński	0,0	33,3	22,2	11,1	22,2	0,0	11,1	100,0
Świecki	11,5	10,3	12,6	20,7	26,4	11,5	6,9	100,0
Toruński	5,7	5,7	17,2	26,4	24,1	11,5	9,2	100,0
Tucholski	15,0	12,5	10,0	22,5	25,0	15,0	0,0	100,0
Wąbrzeski	10,7	35,7	25,0	17,9	10,7	0,0	0,0	100,0
Włocławski	9,3	14,0	27,9	18,6	7,0	11,6	11,6	100,0
Żniński	0,0	9,2	27,7	27,7	21,5	10,8	3,1	100,0
Razem	10,8	10,9	19,3	21,7	20,6	11,0	5,7	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Szerokość asortymentu przedsiębiorstwa w porównaniu do głównych konkurentów

7,2% przedsiębiorstw sektora MSP regionu kujawsko-pomorskiego zdecydowanie zgadza się ze stwierdzeniem, że posiada szerszy asortyment produktów w porównaniu do głównych konkurentów. Taką odpowiedź udzieliło 11,6% średnich przedsiębiorstw, 6,9% mikroprzedsiębiorstw i 6,4% przedsiębiorstw małych. Zdecydowanie z tym stwierdzeniem nie zgadza się zbliżona liczba przedsiębiorstw sektora MSP, tj. 8,1% – 9,9% małych, 7,1% mikro i 4,9% średnich (tabela 4.17).

Na odpowiedzi (5, 6, 7) świadczące o szerszym względem głównych konkurentów asortymencie produktów wskazało 44,7% przedsiębiorstw – 51,2% średnich, 44,7% małych i 43,1% mikroprzedsiębiorstw.

Tabela 4.17. Szerokość asortymentu przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według liczby pracujących

Wielkość	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
0–9	7,1	9,1	20,2	20,4	22,4	13,8	6,9	100,0
10–49	9,9	7,9	16,4	21,0	21,0	17,3	6,4	100,0
50–249	4,9	8,2	17,2	18,7	21,3	18,3	11,6	100,0
Razem	8,1	8,5	18,2	20,5	21,7	15,8	7,2	100,0

Zgodnie z udzielonymi odpowiedziami największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że posiada szerszy asortyment produktów w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), znajduje się w sekcji O (9,7%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do sekcji R (2,6%), a w przypadku sekcji B, D i E żadne spośród badanych przedsiębiorstw nie wyraziło takiego przekonania (tabela 4.18).

Ponadto w przypadku jednej sekcji PKD, tj. sekcji B nie odnotowano ani jednego wśród badanych przedsiębiorstw, które udzieliłoby odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z sekcji P (18,5%) i sekcji M (17,2%).

Tabela 4.18. Szerokość asortymentu przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według sekcji PKD

Sekcja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
A	3,6	5,4	23,2	23,2	23,2	17,9	3,6	100,0
B	0,0	0,0	33,3	33,3	33,3	0,0	0,0	100,0
C	6,6	7,1	14,6	21,9	23,1	17,9	8,9	100,0
D	5,3	10,5	15,8	26,3	21,1	21,1	0,0	100,0
E	11,8	11,8	29,4	14,7	26,5	5,9	0,0	100,0

Cd. tab. 4.18

Sekcja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
F	9,2	10,5	19,2	16,2	19,2	17,0	8,7	100,0
G	5,2	7,5	17,6	20,1	23,2	17,9	8,5	100,0
H	10,5	6,6	23,7	15,8	19,7	19,7	3,9	100,0
I	14,3	4,3	12,9	21,4	22,9	20,0	4,3	100,0
J	10,3	6,9	19,0	25,9	20,7	12,1	5,2	100,0
K	5,1	2,6	17,9	15,4	30,8	20,5	7,7	100,0
L	9,0	12,0	14,0	23,0	26,0	9,0	7,0	100,0
M	17,2	7,6	13,4	19,1	24,8	14,0	3,8	100,0
N	15,5	12,7	8,5	25,4	15,5	16,9	5,6	100,0
O	6,5	0,0	16,1	29,0	35,5	3,2	9,7	100,0
P	18,5	7,4	29,6	18,5	7,4	14,8	3,7	100,0
Q	6,6	13,2	26,4	11,0	17,6	17,6	7,7	100,0
R	10,5	10,5	31,6	15,8	21,1	7,9	2,6	100,0
S	5,9	11,5	23,4	24,9	16,0	10,8	7,4	100,0
Razem	8,1	8,5	18,2	20,5	21,7	15,8	7,2	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że posiada szerszy asortyment produktów w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), funkcjonuje w podregionie włocławskim (20,1%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do podregionu bydgosko-toruńskiego (4,7%) (tabela 4.19).

Najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw wskazujących odpowiedź 1 pochodzi z podregionu inowrocławskiego (3,0%), natomiast największy – z podregionu włocławskiego (9,6%).

Tabela 4.19. Szerokość asortymentu przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według podregionów

Podregion	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
Bydgosko-toruński	9,6	8,5	18,6	21,5	22,6	14,6	4,7	100,0
Grudziądzki	7,1	10,3	17,7	22,4	21,8	14,7	5,9	100,0
Włocławski	9,6	4,8	14,6	15,6	17,5	17,8	20,1	100,0
Inowrocławski	3,0	10,7	18,1	20,3	23,8	18,1	6,0	100,0
Świecki	6,6	6,6	25,0	18,4	17,6	19,1	6,6	100,0
Razem	8,1	8,5	18,2	20,5	21,7	15,8	7,2	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Zdecydowanie największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że posiada szerszy asortyment produktów w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), jest zlokalizowanych w powiecie miasta Włocławek (28,3%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, ma swoją siedzibę w powiecie ziemskim włocławskim (2,3%), przy czym w powiatach radziejowskim, sępoleńskim i wąbrzeskim w ogóle nie odnotowano przedsiębiorstw o takim przekonaniu (tabela 4.20).

Ponadto w przypadku czterech spośród dwudziestu trzech powiatów, żadne zlokalizowane tam badane przedsiębiorstwo nie udzieliło odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z powiatu miasta Toruń (16,9%).

Tabela 4.20. Szerokość asortymentu przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według powiatów

Powiat	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
M. Bydgoszcz	7,9	11,2	20,5	21,3	20,0	15,1	4,1	100,0
M. Grudziądz	8,2	8,2	20,9	17,3	24,5	17,3	3,6	100,0
M. Toruń	16,9	3,8	15,3	21,3	24,9	14,2	3,6	100,0
M. Włocławek	10,7	2,9	9,8	11,2	18,0	19,0	28,3	100,0
Aleksandrowski	7,4	14,8	22,2	18,5	18,5	14,8	3,7	100,0
Brodnicki	6,2	7,7	10,8	24,6	30,8	16,9	3,1	100,0
Bydgoski	3,4	8,7	22,8	22,1	21,5	12,1	9,4	100,0
Chełmiński	8,7	17,4	13,0	21,7	26,1	6,5	6,5	100,0
Golubsko-dobrzyński	6,3	6,3	18,8	25,0	15,6	12,5	15,6	100,0
Grudziądzki	10,0	15,0	20,0	30,0	5,0	10,0	10,0	100,0
Inowrocławski	3,0	10,6	17,6	17,1	27,1	18,1	6,5	100,0
Lipnowski	10,7	3,6	25,0	10,7	25,0	14,3	10,7	100,0
Mogileński	7,5	10,0	15,0	20,0	27,5	15,0	5,0	100,0
Nakielski	3,3	6,6	21,3	23,0	18,0	21,3	6,6	100,0
Radziejowski	0,0	0,0	18,2	63,6	9,1	9,1	0,0	100,0
Rypiński	0,0	5,3	13,2	39,5	13,2	18,4	10,5	100,0
Sępoleński	0,0	11,1	44,4	0,0	33,3	11,1	0,0	100,0
Świecki	6,9	9,2	19,5	19,5	14,9	25,3	4,6	100,0
Toruński	2,3	8,0	11,5	23,0	33,3	16,1	5,7	100,0
Tucholski	7,5	0,0	32,5	20,0	20,0	7,5	12,5	100,0
Wąbrzeski	10,7	21,4	32,1	7,1	14,3	14,3	0,0	100,0
Włocławski	7,0	9,3	25,6	25,6	11,6	18,6	2,3	100,0
Żniński	0,0	15,4	18,5	27,7	16,9	16,9	4,6	100,0
Razem	8,1	8,5	18,2	20,5	21,7	15,8	7,2	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Poziom atrakcyjności opakowań produktów przedsiębiorstwa w porównaniu do głównych konkurentów

Tylko 4,1% przedsiębiorstw sektora MSP regionu kujawsko-pomorskiego zdecydowanie zgadza się ze stwierdzeniem, że posiada bardziej atrakcyjne opakowania produktów w porównaniu do głównych konkurentów. Takiej odpowiedzi udzieliło 5,2% przedsiębiorstw średnich, 4,0% małych i 3,9% mikroprzedsiębiorstw. Zdecydowanie z tym stwierdzeniem nie zgadza się aż 23,0% przedsiębiorstw sektora MSP – 25,8% małych, 21,9% mikro- i 16,5% średnich (tabela 4.21).

Na odpowiedzi (5, 6, 7) świadczące o wyższym względem głównych konkurentów poziomie atrakcyjności opakowań produktów wskazała wyraźna mniejszość przedsiębiorstw, mianowicie 28,5% – 31,8% średnich, 29,2% mikro- i 26,9% przedsiębiorstw małych.

Tabela 4.21. Poziom atrakcyjności opakowań produktów przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według liczby pracujących

Wielkość	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
0–9	21,9	11,6	18,2	19,0	15,0	10,3	3,9	100,0
10–49	25,8	10,9	17,0	19,4	13,5	9,4	4,0	100,0
50–249	16,5	9,7	22,5	19,5	18,4	8,2	5,2	100,0
Razem	23,0	11,1	18,2	19,2	14,7	9,7	4,1	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Zgodnie z udzielonymi odpowiedziami największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że posiada bardziej atrakcyjne opakowania produktów w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), znajduje się w sekcji O (9,7%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do sekcji H (1,3%), przy czym w przypadku sekcji B, D, E, P i R żadne spośród badanych przedsiębiorstw nie wyraziło takiego przekonania (tabela 4.22).

Ponadto w przypadku jednej sekcji PKD, tj. sekcji B, nie odnotowano ani jednego wśród badanych przedsiębiorstw, które udzieliłoby odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw i to bardzo znaczący, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z sekcji P (40,7%), sekcji M (39,1%) i sekcji K (38,5%).

Tabela 4.22. Poziom atrakcyjności opakowań produktów przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według sekcji PKD

Seksja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
A	3,6	19,6	26,8	10,7	19,6	17,9	1,8	100,0
B	0,0	0,0	33,3	66,7	0,0	0,0	0,0	100,0
C	16,9	10,1	16,9	21,6	15,8	12,2	6,4	100,0
D	26,3	10,5	15,8	26,3	15,8	5,3	0,0	100,0
E	21,2	6,1	27,3	21,2	18,2	6,1	0,0	100,0
F	31,1	15,8	15,4	18,9	7,5	7,0	4,4	100,0
G	20,1	11,6	18,1	21,4	16,4	8,5	3,9	100,0
H	36,8	7,9	13,2	13,2	19,7	7,9	1,3	100,0
I	20,0	11,4	17,1	22,9	11,4	8,6	8,6	100,0
J	29,3	8,6	15,5	22,4	15,5	6,9	1,7	100,0
K	38,5	2,6	15,4	7,7	15,4	12,8	7,7	100,0
L	30,0	10,0	18,0	18,0	11,0	9,0	4,0	100,0
M	39,1	7,1	17,3	12,2	16,7	5,8	1,9	100,0
N	31,0	8,5	19,7	15,5	14,1	8,5	2,8	100,0
O	9,7	3,2	12,9	32,3	16,1	16,1	9,7	100,0
P	40,7	7,4	18,5	14,8	11,1	7,4	0,0	100,0
Q	31,9	11,0	15,4	19,8	7,7	8,8	5,5	100,0
R	21,1	18,4	26,3	18,4	2,6	13,2	0,0	100,0
S	12,3	13,1	23,1	17,5	17,9	12,7	3,4	100,0
Razem	23,0	11,1	18,2	19,2	14,7	9,7	4,1	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że posiada bardziej atrakcyjne opakowania produktów w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), funkcjonuje w podregionie włocławskim (11,0%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do podregionu bydgosko-toruńskiego (2,6%) (tabela 4.23).

Najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw wskazujących odpowiedź 1 pochodzi z podregionu inowrocławskiego (15,1%), natomiast największy – z podregionu włocławskiego (30,1%).

Tabela 4.23. Poziom atrakcyjności opakowań produktów przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według podregionów

Podregion	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
Bydgosko-toruński	25,3	10,9	18,2	20,2	14,9	7,9	2,6	100,0
Grudziądzki	18,3	14,2	18,9	18,3	16,8	10,0	3,5	100,0
Włocławski	30,1	10,7	12,3	12,9	10,0	12,9	11,0	100,0
Inowrocławski	15,1	10,7	23,6	22,2	13,7	11,0	3,8	100,0
Świecki	18,4	7,4	15,4	19,1	21,3	14,0	4,4	100,0
Razem	23,0	11,1	18,2	19,2	14,7	9,7	4,1	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że posiada bardziej atrakcyjne opakowania produktów w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), jest zlokalizowanych w powiatach miasta Włocławek (14,0%) oraz aleksandrowskim i sępoleńskim (11,1%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, ma swoją siedzibę w powiecie miasta Grudziądz (1,8%), przy czym w powiecie radziejowskim w ogóle nie odnotowano przedsiębiorstw o takim przekonaniu (tabela 4.24).

Najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw wskazujących odpowiedź 1 jest zlokalizowanych w powiatach aleksandrowskim i bydgoskim (7,4%) oraz rypińskim (7,9%). Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw i to bardzo znaczący, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z powiatów miasta Włocławek (39,0%) i miasta Toruń (38,5%).

Tabela 4.24. Poziom atrakcyjności opakowań produktów przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według powiatów

Powiat	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
M. Bydgoszcz	22,4	12,1	23,0	20,9	14,2	5,2	2,2	100,0
M. Grudziądz	22,7	15,5	18,2	20,0	14,5	7,3	1,8	100,0
M. Toruń	38,5	9,0	12,3	13,4	14,2	10,4	2,2	100,0
M. Włocławek	39,0	7,5	8,5	9,0	8,5	13,5	14,0	100,0
Aleksandrowski	7,4	18,5	33,3	7,4	7,4	14,8	11,1	100,0
Brodnicki	15,4	9,2	9,2	21,5	24,6	16,9	3,1	100,0
Bydgoski	7,4	13,4	14,1	32,2	15,4	12,1	5,4	100,0
Chełmiński	19,6	15,2	26,1	8,7	10,9	15,2	4,3	100,0
Golubsko-dobrzyński	18,8	15,6	12,5	28,1	12,5	3,1	9,4	100,0
Grudziądzki	20,0	15,0	15,0	15,0	25,0	5,0	5,0	100,0
Inowrocławski	14,6	10,1	28,1	22,1	10,6	10,1	4,5	100,0
Lipnowski	21,4	10,7	21,4	17,9	10,7	14,3	3,6	100,0

Cd. tab. 4.24

Powiat	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
Mogileński	22,5	7,5	17,5	27,5	15,0	7,5	2,5	100,0
Nakielski	18,0	14,8	18,0	18,0	14,8	13,1	3,3	100,0
Radziejowski	9,1	18,2	9,1	27,3	27,3	9,1	0,0	100,0
Rypiński	7,9	5,3	26,3	21,1	21,1	15,8	2,6	100,0
Sępoleński	11,1	11,1	33,3	33,3	0,0	0,0	11,1	100,0
Świecki	16,1	9,2	14,9	17,2	23,0	16,1	3,4	100,0
Toruński	21,8	5,7	14,9	23,0	21,8	10,3	2,3	100,0
Tucholski	25,0	2,5	12,5	20,0	22,5	12,5	5,0	100,0
Wąbrzeski	17,9	28,6	32,1	7,1	10,7	0,0	3,6	100,0
Włocławski	14,0	18,6	11,6	27,9	14,0	9,3	4,7	100,0
Żniński	9,2	10,8	18,5	23,1	21,5	13,8	3,1	100,0
Razem	23,0	11,1	18,2	19,2	14,7	9,7	4,1	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Szybkość reakcji przedsiębiorstwa na potrzeby rynku w porównaniu do głównych konkurentów

Tylko 7,6% przedsiębiorstw sektora MSP regionu kujawsko-pomorskiego zdecydowanie zgadza się ze stwierdzeniem, że szybciej reaguje na potrzeby rynku w porównaniu do głównych konkurentów. Takiej odpowiedzi udzieliło 12,3% średnich przedsiębiorstw, 7,9% mikroprzedsiębiorstw i najmniej, bo 6,0% przedsiębiorstw małych. Zdecydowanie z tym stwierdzeniem nie zgadza się 4,3% przedsiębiorstw sektora MSP – 5,5% małych, 4,0% mikro i 1,1% średnich (tabela 4.25).

Na odpowiedzi (5, 6, 7) świadczące o szybszej względem głównych konkurentów reakcji na potrzeby rynku wskazało 48,4% przedsiębiorstw – 52,8% średnich, 47,9% małych i 47,8% mikroprzedsiębiorstw.

Tabela 4.25. Szybkość reakcji przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego na potrzeby rynku w porównaniu do głównych konkurentów według liczby pracujących

Wielkość	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
0–9	4,0	8,3	18,1	21,9	24,8	15,1	7,9	100,0
10–49	5,5	8,2	17,6	20,8	28,3	13,6	6,0	100,0
50–249	1,1	8,9	15,6	21,6	22,3	18,2	12,3	100,0
Razem	4,3	8,3	17,6	21,4	26,0	14,8	7,6	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Zgodnie z udzielonymi odpowiedziami największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że szybciej reaguje na potrzeby rynku w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), znajduje się w sekcji Q (14,3%), a także w sekcji E (11,8%) i K (10,3%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do sekcji J (3,4%) i P (3,7%), przy czym w przypadku sekcji B i R żadne spośród badanych przedsiębiorstw nie wyraziło takiego przekonania (tabela 4.26).

Ponadto w przypadku dwóch sekcji PKD, nie odnotowano ani jednego wśród badanych przedsiębiorstw, które udzieliłoby odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z sekcji R (15,8%).

Tabela 4.26. Szybkość reakcji przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego na potrzeby rynku w porównaniu do głównych konkurentów według sekcji PKD

Sekcja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
A	1,8	8,9	12,5	32,1	25,0	12,5	7,1	100,0
B	0,0	0,0	33,3	0,0	33,3	33,3	0,0	100,0
C	4,9	7,8	17,6	20,2	26,4	15,5	7,5	100,0
D	5,3	5,3	5,3	31,6	31,6	15,8	5,3	100,0
E	5,9	17,6	14,7	14,7	23,5	11,8	11,8	100,0
F	1,7	9,6	18,3	19,2	29,3	14,0	7,9	100,0
G	5,5	7,9	18,4	22,9	24,9	12,4	8,0	100,0
H	1,3	9,2	22,4	13,2	27,6	18,4	7,9	100,0
I	2,9	5,7	17,1	25,7	28,6	12,9	7,1	100,0
J	3,4	5,2	17,2	24,1	34,5	12,1	3,4	100,0
K	2,6	7,7	12,8	15,4	30,8	20,5	10,3	100,0
L	5,0	10,0	14,0	19,0	27,0	20,0	5,0	100,0
M	2,5	3,8	14,0	24,2	32,5	17,8	5,1	100,0
N	4,2	6,9	13,9	29,2	22,2	13,9	9,7	100,0
O	0,0	3,2	25,8	25,8	16,1	19,4	9,7	100,0
P	7,4	11,1	22,2	14,8	22,2	18,5	3,7	100,0
Q	5,5	12,1	14,3	19,8	25,3	8,8	14,3	100,0
R	15,8	13,2	10,5	13,2	36,8	10,5	0,0	100,0
S	3,7	10,0	21,9	20,4	18,6	17,8	7,4	100,0
Razem	4,3	8,3	17,6	21,4	26,0	14,8	7,6	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że szybciej reaguje na potrzeby rynku w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), funkcjonuje w podregionie włocławskim (24,8%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie,

należy do podregionu bydgosko-toruńskiego (4,4%) i inowrocławskiego (4,7%) (tabela 4.27).

Najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw wskazujących odpowiedź 1 pochodzi z podregionu inowrocławskiego (2,5%), natomiast największy – z podregionu świeckiego (5,9%).

Tabela 4.27. Szybkość reakcji przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego na potrzeby rynku w porównaniu do głównych konkurentów według podregionów

Podregion	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
Bydgosko-toruński	4,6	8,4	19,0	21,4	28,6	13,5	4,4	100,0
Grudziądzki	5,0	10,3	18,9	20,6	23,0	15,9	6,2	100,0
Włocławski	3,8	5,7	11,1	15,9	21,3	17,5	24,8	100,0
Inowrocławski	2,5	8,5	18,4	26,0	24,4	15,6	4,7	100,0
Świecki	5,9	8,1	14,7	23,5	25,0	15,4	7,4	100,0
Razem	4,3	8,3	17,6	21,4	26,0	14,8	7,6	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że szybciej reaguje na potrzeby rynku w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), jest zlokalizowanych w powiecie miasta Włocławek (35,4%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, ma swoją siedzibę w powiatach miasta Grudziądz (1,8%), włocławskim (2,3%) i mogileńskim (2,5%), przy czym w powiatach lipnowskim, radziejowskim i sępoleńskim w ogóle nie odnotowano przedsiębiorstw o takim przekonaniu (tabela 4.28).

Ponadto w przypadku pięciu spośród dwudziestu trzech powiatów, żadne zlokalizowane tam badane przedsiębiorstwo nie udzieliło odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z powiatu sępoleńskiego (11,1%).

Tabela 4.28. Szybkość reakcji przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego na potrzeby rynku w porównaniu do głównych konkurentów według powiatów

Powiat	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
M. Bydgoszcz	4,6	9,6	21,1	20,9	28,3	12,3	3,1	100,0
M. Grudziądz	7,3	10,0	18,2	19,1	26,4	17,3	1,8	100,0
M. Toruń	6,3	6,0	15,0	20,2	30,6	16,4	5,5	100,0
M. Włocławek	3,9	2,4	6,8	10,2	21,8	19,4	35,4	100,0
Aleksandrowski	3,7	18,5	18,5	22,2	11,1	11,1	14,8	100,0
Brodnicki	3,1	7,7	6,2	18,5	33,8	24,6	6,2	100,0
Bydgoski	3,4	11,4	22,8	25,5	22,8	8,7	5,4	100,0
Chełmiński	6,5	6,5	26,1	23,9	10,9	19,6	6,5	100,0

Cd. tab. 4.28

Powiat	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
Golubsko-dobrzyński	3,1	6,3	34,4	12,5	21,9	9,4	12,5	100,0
Grudziądzki	5,0	0,0	25,0	20,0	20,0	15,0	15,0	100,0
Inowrocławski	2,5	10,6	16,1	28,1	23,6	14,1	5,0	100,0
Lipnowski	0,0	14,3	17,9	25,0	17,9	25,0	0,0	100,0
Mogileński	5,0	5,0	15,0	30,0	17,5	25,0	2,5	100,0
Nakielski	3,3	4,9	26,2	18,0	27,9	14,8	4,9	100,0
Radziejowski	0,0	9,1	36,4	45,5	9,1	0,0	0,0	100,0
Rypiński	0,0	7,9	21,1	28,9	23,7	7,9	10,5	100,0
Sępoleński	11,1	11,1	33,3	11,1	22,2	11,1	0,0	100,0
Świecki	6,9	9,2	11,5	23,0	25,3	17,2	6,9	100,0
Toruński	0,0	4,6	13,8	23,0	32,2	18,4	8,0	100,0
Tucholski	2,5	5,0	17,5	27,5	25,0	12,5	10,0	100,0
Wąbrzeski	7,1	39,3	14,3	25,0	7,1	3,6	3,6	100,0
Włocławski	7,0	7,0	16,3	25,6	30,2	11,6	2,3	100,0
Żniński	0,0	7,7	20,0	24,6	27,7	15,4	4,6	100,0
Razem	4,3	8,3	17,6	21,4	26,0	14,8	7,6	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Zakres dodatkowych usług okołosprzedażowych przedsiębiorstwa w porównaniu do głównych konkurentów

Zaledwie 5,9% przedsiębiorstw sektora MSP regionu kujawsko-pomorskiego zdecydowanie zgadza się ze stwierdzeniem, że oferuje szerszy zakres dodatkowych usług okołosprzedażowych (np. montaż, doradztwo, transport, gwarancja) w porównaniu do głównych konkurentów. Takiej odpowiedzi udzieliło 10,1% średnich przedsiębiorstw, 6,8% mikroprzedsiębiorstw i najmniej, bo 3,9% przedsiębiorstw małych. Zdecydowanie z tym stwierdzeniem nie zgadza się w zasadzie dwa razy więcej przedsiębiorstw sektora MSP, tj. 11,5% – 13,4% małych, 11,4% mikro- i 5,2% średnich (tabela 4.29).

Na odpowiedzi (5, 6, 7) świadczące o szerszym względem głównych konkurentów zakresie dodatkowych usług okołosprzedażowych wskazało 38,1% przedsiębiorstw – 45,1% średnich, 38,2% mikro- i 36,3% przedsiębiorstw małych.

Tabela 4.29. Zakres dodatkowych usług okołosprzedażowych przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według liczby pracujących

Wielkość	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
0–9	11,4	13,1	18,4	18,9	19,4	12,0	6,8	100,0
10–49	13,4	11,7	18,4	20,2	22,9	9,5	3,9	100,0
50–249	5,2	7,1	18,7	23,9	19,0	16,0	10,1	100,0
Razem	11,5	11,8	18,4	20,0	20,8	11,4	5,9	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Zgodnie z udzielonymi odpowiedziami największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że oferuje szerszy zakres dodatkowych usług okołosprzedażowych w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), znajduje się w sekcji O (12,9%) oraz w sekcji E (11,8%) i D (10,5%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do sekcji R (2,6%) i do sekcji I (2,9%), przy czym w przypadku sekcji B i P żadne spośród badanych przedsiębiorstw nie wyraziło takiego przekonania (tabela 4.30).

Ponadto w przypadku jednej sekcji PKD, tj. B, nie odnotowano ani jednego wśród badanych przedsiębiorstw, które udzieliłoby odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z sekcji R (28,9%).

Tabela 4.30. Zakres dodatkowych usług okołosprzedażowych przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według sekcji PKD

Sekcja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
A	5,4	7,1	26,8	21,4	19,6	16,1	3,6	100,0
B	0,0	33,3	0,0	0,0	66,7	0,0	0,0	100,0
C	7,3	12,0	17,6	18,4	26,1	12,5	6,1	100,0
D	21,1	15,8	5,3	26,3	10,5	10,5	10,5	100,0
E	11,8	5,9	26,5	14,7	17,6	11,8	11,8	100,0
F	3,9	10,5	21,8	21,8	23,6	11,8	6,6	100,0
G	10,7	13,4	16,6	21,9	20,2	10,9	6,4	100,0
H	14,5	9,2	21,1	13,2	23,7	10,5	7,9	100,0
I	22,9	5,7	15,7	21,4	21,4	10,0	2,9	100,0
J	10,3	8,6	22,4	19,0	25,9	6,9	6,9	100,0
K	20,5	12,8	17,9	12,8	17,9	10,3	7,7	100,0
L	14,0	11,0	22,0	16,0	22,0	12,0	3,0	100,0
M	18,6	8,3	19,9	21,8	20,5	7,7	3,2	100,0
N	16,9	11,3	18,3	23,9	15,5	8,5	5,6	100,0
O	6,5	6,5	9,7	22,6	25,8	16,1	12,9	100,0

Cd. tab. 4.30

Sekcja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
P	18,5	25,9	11,1	25,9	11,1	7,4	0,0	100,0
Q	18,7	15,4	20,9	19,8	9,9	9,9	5,5	100,0
R	28,9	15,8	10,5	15,8	18,4	7,9	2,6	100,0
S	11,2	13,4	18,2	19,0	16,4	15,2	6,7	100,0
Razem	11,5	11,8	18,4	20,0	20,8	11,4	5,9	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że oferuje szerszy zakres dodatkowych usług okołosprzedażowych w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), funkcjonuje w podregionie włocławskim (17,6%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do podregionu bydgosko-toruńskiego (3,5%) (tabela 4.31).

Najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw wskazujących odpowiedź 1 pochodzi z podregionu inowrocławskiego (9,6%), natomiast największy – z podregionu świeckiego (13,2%).

Tabela 4.31. Zakres dodatkowych usług okołosprzedażowych przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według podregionów

Podregion	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
Bydgosko-toruński	11,6	11,5	19,7	21,7	22,5	9,5	3,5	100,0
Grudziądzki	12,4	16,8	16,5	17,1	17,1	13,3	6,8	100,0
Włocławski	12,1	7,0	14,7	14,4	19,5	14,7	17,6	100,0
Inowrocławski	9,6	11,5	21,4	23,3	18,6	11,5	4,1	100,0
Świecki	13,2	14,7	11,8	15,4	24,3	16,2	4,4	100,0
Razem	11,5	11,8	18,4	20,0	20,8	11,4	5,9	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że oferuje szerszy zakres dodatkowych usług okołosprzedażowych w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), jest zlokalizowanych w powiatach miasta Włocławek (24,5%) i grudziądzkim (20,0%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, ma swoją siedzibę w powiatach miasta Bydgoszcz (2,2%), przy czym w powiatach lipnowskim, radziejowskim i sępoleńskim w ogóle nie odnotowano przedsiębiorstw o takim przekonaniu (tabela 4.32).

Ponadto w przypadku jednego spośród dwudziestu trzech powiatów, mianowicie sępoleńskiego, żadne zlokalizowane tam badane przedsiębiorstwo nie udzieliło odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z powiatów miasta Toruń (18,9%), golubsko-dobrzyńskiego (18,8%) i wąbrzeskiego (17,9%).

Tabela 4.32. Zakres dodatkowych usług okołosprzedażowych przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według powiatów

Powiat	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
M. Bydgoszcz	9,4	13,7	21,7	24,7	21,3	6,9	2,2	100,0
M. Grudziądz	13,6	19,1	20,0	18,2	20,0	5,5	3,6	100,0
M. Toruń	18,9	8,7	12,8	18,6	25,1	12,6	3,3	100,0
M. Włocławek	15,2	4,4	7,8	10,3	20,6	17,2	24,5	100,0
Aleksandrowski	3,7	7,4	29,6	14,8	25,9	14,8	3,7	100,0
Brodnicki	9,2	13,8	9,2	9,2	29,2	18,5	10,8	100,0
Bydgoski	4,0	12,1	30,2	16,8	18,8	11,4	6,7	100,0
Chełmiński	13,0	19,6	13,0	19,6	13,0	17,4	4,3	100,0
Golubsko-dobrzyński	18,8	15,6	12,5	15,6	9,4	18,8	9,4	100,0
Grudziądzki	10,0	0,0	30,0	25,0	5,0	10,0	20,0	100,0
Inowrocławski	11,1	11,6	20,6	26,6	14,6	12,1	3,5	100,0
Lipnowski	7,1	7,1	25,0	28,6	17,9	14,3	0,0	100,0
Mogileński	12,5	15,0	12,5	20,0	25,0	10,0	5,0	100,0
Nakielski	8,2	11,5	31,1	18,0	19,7	8,2	3,3	100,0
Radziejowski	9,1	9,1	36,4	27,3	18,2	0,0	0,0	100,0
Rypiński	5,3	15,8	15,8	18,4	13,2	26,3	5,3	100,0
Sępoleński	0,0	11,1	44,4	11,1	11,1	22,2	0,0	100,0
Świecki	13,8	18,4	8,0	13,8	26,4	14,9	4,6	100,0
Toruński	9,2	5,7	16,1	21,8	26,4	12,6	8,0	100,0
Tucholski	15,0	7,5	12,5	20,0	22,5	17,5	5,0	100,0
Wąbrzeski	17,9	25,0	21,4	21,4	7,1	3,6	3,6	100,0
Włocławski	7,0	18,6	25,6	20,9	11,6	7,0	9,3	100,0
Żniński	4,6	9,2	20,0	20,0	26,2	13,8	6,2	100,0
Razem	11,5	11,8	18,4	20,0	20,8	11,4	5,9	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Poziom atrakcyjności cen przedsiębiorstwa w porównaniu do głównych konkurentów

Zaledwie 5,0% przedsiębiorstw sektora MSP regionu kujawsko-pomorskiego zdecydowanie zgadza się ze stwierdzeniem, że stosuje bardziej atrakcyjne ceny w porównaniu do głównych konkurentów. Takiej odpowiedzi udzieliło 9,7% średnich przedsiębiorstw, 5,6% mikroprzedsiębiorstw i najmniej, bo 3,1%, przedsiębiorstw małych. Zdecydowanie z tym stwierdzeniem nie zgadza się porównywalna część przedsiębiorstw sektora MSP, tj. 4,7% – 6,6% małych, 3,5% mikro- i 2,2% średnich (tabela 4.33).

Na odpowiedzi (5, 6, 7) świadczące o większej względem głównych konkurentów atrakcyjności cen wskazało 44,4% przedsiębiorstw – 48,3% średnich, 44,2% mikro- i 43,4% przedsiębiorstw małych.

Tabela 4.33. Poziom atrakcyjności cen przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według liczby pracujących

Wielkość	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
0–9	3,5	10,0	19,0	23,3	24,5	14,1	5,6	100,0
10–49	6,6	9,8	15,9	24,2	26,9	13,4	3,1	100,0
50–249	2,2	8,9	19,3	21,2	23,0	15,6	9,7	100,0
Razem	4,7	9,8	17,7	23,4	25,4	14,0	5,0	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Zgodnie z udzielonymi odpowiedziami największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że stosuje bardziej atrakcyjne ceny w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), znajduje się w sekcji E (11,8%) i w sekcji D (10,5%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do sekcji J (1,7%), przy czym w przypadku sekcji B, P i R żadne spośród badanych przedsiębiorstw nie wyraziło takiego przekonania (tabela 4.34).

Ponadto w przypadku trzech sekcji PKD nie odnotowano ani jednego wśród badanych przedsiębiorstw, które udzieliłoby odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z sekcji N (12,5%) i sekcji R (10,5%).

Tabela 4.34. Poziom atrakcyjności cen przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według sekcji PKD

Sekcja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
A	3,6	12,5	19,6	19,6	23,2	16,1	5,4	100,0
B	0,0	0,0	33,3	33,3	0,0	33,3	0,0	100,0
C	2,6	9,6	16,0	24,2	26,4	15,5	5,6	100,0
D	0,0	10,5	26,3	15,8	21,1	15,8	10,5	100,0
E	5,9	17,6	20,6	17,6	17,6	8,8	11,8	100,0
F	4,4	10,0	15,3	22,7	29,7	12,2	5,7	100,0
G	4,0	11,7	17,1	21,6	25,3	15,1	5,4	100,0
H	6,6	7,9	13,2	26,3	30,3	13,2	2,6	100,0
I	0,0	10,0	11,4	24,3	38,6	7,1	8,6	100,0
J	6,9	6,9	20,7	24,1	24,1	15,5	1,7	100,0
K	5,1	7,7	20,5	28,2	20,5	15,4	2,6	100,0
L	6,0	8,0	18,0	26,0	24,0	15,0	3,0	100,0
M	3,8	5,1	22,3	22,3	29,9	12,7	3,8	100,0

Cd. tab. 4.34

Sekcja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
N	12,5	5,6	18,1	30,6	20,8	5,6	6,9	100,0
O	6,5	9,7	9,7	16,1	32,3	22,6	3,2	100,0
P	7,4	18,5	25,9	29,6	14,8	3,7	0,0	100,0
Q	7,7	6,6	17,6	31,9	18,7	13,2	4,4	100,0
R	10,5	7,9	21,1	28,9	10,5	21,1	0,0	100,0
S	6,0	10,4	21,3	21,3	22,4	13,8	4,9	100,0
Razem	4,7	9,8	17,7	23,4	25,4	14,0	5,0	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że stosuje bardziej atrakcyjne ceny w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), funkcjonuje w podregionie włocławskim (18,5%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do podregionów bydgosko-toruńskiego (2,2%) i inowrocławskiego (2,5%) (tabela 4.35).

Najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw wskazujących odpowiedź 1 pochodzi również z podregionu inowrocławskiego (2,2%), natomiast największy – z podregionu włocławskiego (6,1%).

Tabela 4.35. Poziom atrakcyjności cen przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według podregionów

Podregion	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
Bydgosko-toruński	5,1	9,9	17,4	28,1	25,9	11,4	2,2	100,0
Grudziądzki	5,0	14,5	18,6	16,5	23,3	17,1	5,0	100,0
Włocławski	6,1	5,7	15,6	17,2	21,3	15,6	18,5	100,0
Inowrocławski	2,2	8,2	19,2	21,6	28,2	18,1	2,5	100,0
Świecki	3,7	10,3	19,9	16,9	27,9	14,7	6,6	100,0
Razem	4,7	9,8	17,7	23,4	25,4	14,0	5,0	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że stosuje bardziej atrakcyjne ceny w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), jest zlokalizowanych w powiecie miasta Włocławek (26,8%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, ma swoją siedzibę w powiatach znińskim (1,5%) oraz miasta Bydgoszcz i nakielskim (1,6%), przy czym w powiatach aleksandrowskim, mogileńskim i radziejowskim w ogóle nie odnotowano przedsiębiorstw o takim przekonaniu (tabela 4.36).

Ponadto w przypadku czterech spośród dwudziestu trzech powiatów żadne zlokalizowane tam badane przedsiębiorstwo nie udzieliło odpowiedzi 1.

Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, i to bardzo wysoki, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z powiatu wąbrzeskiego (21,4%).

Tabela 4.36. Poziom atrakcyjności cen przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według powiatów

Powiat	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
M. Bydgoszcz	4,4	10,9	18,9	27,4	25,2	11,7	1,6	100,0
M. Grudziądz	4,5	17,3	17,3	18,2	23,6	17,3	1,8	100,0
M. Toruń	7,4	9,3	15,6	29,0	26,0	10,7	2,2	100,0
M. Włocławek	7,8	2,0	11,2	14,6	19,5	18,0	26,8	100,0
Aleksandrowski	0,0	18,5	29,6	22,2	14,8	14,8	0,0	100,0
Brodnicki	3,1	9,2	10,8	16,9	26,2	24,6	9,2	100,0
Bydgoski	2,0	11,4	18,8	30,9	23,5	9,4	4,0	100,0
Chełmiński	4,3	13,0	23,9	17,4	19,6	15,2	6,5	100,0
Golubsko-dobrzyński	3,1	9,4	21,9	25,0	15,6	15,6	9,4	100,0
Grudziądzki	5,0	15,0	20,0	15,0	20,0	20,0	5,0	100,0
Inowrocławski	2,5	6,5	20,1	23,1	27,6	16,6	3,5	100,0
Lipnowski	3,6	10,7	25,0	7,1	39,3	10,7	3,6	100,0
Mogileński	2,5	2,5	12,5	22,5	40,0	20,0	0,0	100,0
Nakielski	1,6	13,1	24,6	16,4	26,2	16,4	1,6	100,0
Radziejowski	0,0	9,1	9,1	63,6	0,0	18,2	0,0	100,0
Rypiński	0,0	18,4	21,1	15,8	26,3	15,8	2,6	100,0
Sępoleński	0,0	11,1	44,4	11,1	22,2	0,0	11,1	100,0
Świecki	3,4	14,9	14,9	17,2	27,6	16,1	5,7	100,0
Toruński	5,7	3,4	11,5	25,3	34,5	16,1	3,4	100,0
Tucholski	5,0	0,0	25,0	17,5	30,0	15,0	7,5	100,0
Wąbrzeski	21,4	17,9	25,0	0,0	28,6	3,6	3,6	100,0
Włocławski	4,7	11,6	23,3	20,9	27,9	7,0	4,7	100,0
Żniński	1,5	12,3	15,4	21,5	24,6	23,1	1,5	100,0
Razem	4,7	9,8	17,7	23,4	25,4	14,0	5,0	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Częstotliwość stosowania przez przedsiębiorstwo promocji cenowych w porównaniu do głównych konkurentów

Zaledwie 4,0% przedsiębiorstw sektora MSP regionu kujawsko-pomorskiego zdecydowanie zgadza się ze stwierdzeniem, że częściej stosuje promocje cenowe w porównaniu do głównych konkurentów. Takiej odpowiedzi udzieliło 7,5% średnich przedsiębiorstw, 3,9% mikroprzedsiębiorstw i 3,2% przedsiębiorstw

małych. Zdecydowanie z tym stwierdzeniem nie zgadza się 9,3% przedsiębiorstw sektora MSP – 12,0% małych, 7,5% średnich i 7,2% mikro- (tabela 4.37).

Na odpowiedzi (5, 6, 7) świadczące o wyższym względem głównych konkurentów poziomie zadowolenia klientów wskazało 36,5% przedsiębiorstw – 44,0% średnich, 36,4% mikro- i 34,4% przedsiębiorstw małych.

Tabela 4.37. Częstotliwość stosowania przez przedsiębiorstwa regionu kujawsko-pomorskiego promocji cenowych w porównaniu do głównych konkurentów według liczby pracujących

Wielkość	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
0–9	7,2	13,4	21,3	21,7	21,2	11,3	3,9	100,0
10–49	12,0	11,7	16,6	25,2	20,8	10,4	3,2	100,0
50–249	7,5	11,6	16,0	20,9	23,1	13,4	7,5	100,0
Razem	9,3	12,5	18,7	23,1	21,3	11,2	4,0	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Zgodnie z udzielonymi odpowiedziami największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że częściej stosuje promocje cenowe w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), znajduje się w sekcji I (11,4%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do sekcji Q (1,1%), przy czym w przypadku sekcji B, O, P i R żadne spośród badanych przedsiębiorstw nie wyraziło takiego przekonania (tabela 4.38).

Ponadto w przypadku jednej sekcji PKD, tj. sekcji B nie odnotowano ani jednego wśród badanych przedsiębiorstw, które udzieliłoby odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z sekcji P (22,2%) i sekcji R (21,1%).

Tabela 4.38. Częstotliwość stosowania przez przedsiębiorstwa regionu kujawsko-pomorskiego promocji cenowych w porównaniu do głównych konkurentów według sekcji PKD

Sekcja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
A	1,8	8,9	23,2	28,6	17,9	17,9	1,8	100,0
B	0,0	33,3	33,3	0,0	0,0	33,3	0,0	100,0
C	7,5	11,5	18,1	27,1	20,2	11,1	4,5	100,0
D	5,3	0,0	42,1	21,1	15,8	10,5	5,3	100,0
E	14,7	14,7	20,6	8,8	23,5	11,8	5,9	100,0
F	11,0	13,2	19,3	21,9	19,3	10,5	4,8	100,0
G	5,7	13,0	18,7	24,1	20,6	12,9	5,0	100,0
H	14,5	11,8	14,5	22,4	21,1	11,8	3,9	100,0
I	2,9	15,7	12,9	22,9	31,4	2,9	11,4	100,0
J	6,9	12,1	27,6	19,0	20,7	12,1	1,7	100,0

Cd. tab. 4.38

Seksja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
K	10,3	12,8	12,8	35,9	17,9	7,7	2,6	100,0
L	13,0	12,0	14,0	24,0	23,0	11,0	3,0	100,0
M	16,6	13,4	18,5	21,7	19,1	9,6	1,3	100,0
N	18,3	14,1	18,3	15,5	23,9	7,0	2,8	100,0
O	3,2	12,9	19,4	12,9	19,4	32,3	0,0	100,0
P	22,2	7,4	33,3	22,2	11,1	3,7	0,0	100,0
Q	16,5	11,0	17,6	20,9	25,3	7,7	1,1	100,0
R	21,1	18,4	2,6	21,1	28,9	7,9	0,0	100,0
S	7,5	11,9	20,9	20,9	23,9	10,8	4,1	100,0
Razem	9,3	12,5	18,7	23,1	21,3	11,2	4,0	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że częściej stosuje promocje cenowe w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), funkcjonuje w podregionie włocławskim (16,3%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do podregionu świeckiego (0,7%) (tabela 4.39).

Najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw wskazujących odpowiedź 1 pochodzi z podregionu inowrocławskiego (5,5%), natomiast największy – z podregionu włocławskiego (12,5%).

Tabela 4.39. Częstotliwość stosowania przez przedsiębiorstwa regionu kujawsko-pomorskiego promocji cenowych w porównaniu do głównych konkurentów według podregionów

Podregion	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
Bydgosko-toruński	10,4	12,1	19,7	25,5	22,3	8,6	1,3	100,0
Grudziądzki	7,4	13,6	20,6	19,5	20,1	13,0	5,9	100,0
Włocławski	12,5	13,8	12,5	16,3	15,1	13,5	16,3	100,0
Inowrocławski	5,5	11,0	19,7	23,3	24,7	13,7	2,2	100,0
Świecki	5,9	14,0	16,2	25,0	19,9	18,4	0,7	100,0
Razem	9,3	12,5	18,7	23,1	21,3	11,2	4,0	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że częściej stosuje promocje cenowe w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), jest zlokalizowanych w powiatach miasta Włocławek (23,6%) i golubsko-dobrzyńskim (18,8%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, ma swoją siedzibę w powiecie miasta Toruń (0,8%), przy czym aż w siedmiu w powiatach, tj. grudziądzkim,

lipnowskim, mogileńskim, radziejowskim, sępoleńskim, tucholskim i wąbrzeskim w ogóle nie odnotowano przedsiębiorstw o takim przekonaniu (tabela 4.40).

Ponadto w przypadku tylko jednego spośród dwudziestu trzech powiatów, tj. sępoleńskiego, żadne zlokalizowane tam badane przedsiębiorstwo nie udzieliło odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z powiatów miasta Włocławek (15,8%) i miasta Toruń (15,6%).

Tabela 4.40. Częstotliwość stosowania przez przedsiębiorstwa regionu kujawsko-pomorskiego promocji cenowych w porównaniu do głównych konkurentów według powiatów

Powiat	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
M. Bydgoszcz	8,8	11,3	22,2	27,6	21,1	7,7	1,3	100,0
M. Grudziądz	8,2	15,5	22,7	19,1	20,0	10,9	3,6	100,0
M. Toruń	15,6	13,4	16,9	25,4	19,9	7,9	0,8	100,0
M. Włocławek	15,8	10,3	8,9	13,3	13,3	14,8	23,6	100,0
Aleksandrowski	7,4	14,8	29,6	11,1	22,2	11,1	3,7	100,0
Brodnicki	3,1	10,8	12,3	16,9	29,2	23,1	4,6	100,0
Bydgoski	5,4	14,1	18,8	24,8	26,2	9,4	1,3	100,0
Chełmiński	8,7	13,0	23,9	23,9	8,7	8,7	13,0	100,0
Golubsko-dobrzyński	9,4	18,8	12,5	21,9	15,6	3,1	18,8	100,0
Grudziądzki	10,0	10,0	20,0	15,0	35,0	10,0	0,0	100,0
Inowrocławski	6,0	10,1	22,6	23,6	24,6	11,1	2,0	100,0
Lipnowski	7,1	25,0	10,7	21,4	14,3	21,4	0,0	100,0
Mogileński	7,5	15,0	10,0	15,0	35,0	17,5	0,0	100,0
Nakielski	3,3	13,1	19,7	18,0	26,2	16,4	3,3	100,0
Radziejowski	9,1	0,0	27,3	54,5	0,0	9,1	0,0	100,0
Rypiński	2,6	7,9	21,1	23,7	21,1	21,1	2,6	100,0
Sępoleński	0,0	33,3	22,2	33,3	0,0	11,1	0,0	100,0
Świecki	5,7	17,2	10,3	25,3	20,7	19,5	1,1	100,0
Toruński	9,2	9,2	14,9	12,6	34,5	16,1	3,4	100,0
Tucholski	7,5	2,5	27,5	22,5	22,5	17,5	0,0	100,0
Wąbrzeski	14,3	17,9	35,7	14,3	10,7	7,1	0,0	100,0
Włocławski	4,7	25,6	16,3	20,9	23,3	4,7	4,7	100,0
Żniński	4,6	9,2	16,9	32,3	16,9	16,9	3,1	100,0
Razem	9,3	12,5	18,7	23,1	21,3	11,2	4,0	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Poziom atrakcyjności stosowanych przez przedsiębiorstwo warunków płatności w porównaniu do głównych konkurentów

Zaledwie 4,6% przedsiębiorstw sektora MSP regionu kujawsko-pomorskiego zdecydowanie zgadza się ze stwierdzeniem, że oferuje atrakcyjniejsze warunki płatności (raty, odroczone terminy itp.) niż ich główni konkurenci. Taką odpowiedź udzieliło 8,2% średnich przedsiębiorstw, 4,2% mikroprzedsiębiorstw i 4,0% przedsiębiorstw małych. Zdecydowanie z tym stwierdzeniem nie zgadza się 12,2% przedsiębiorstw sektora MSP – 13,1% mikro-, 12,6% małych i 6,7% przedsiębiorstw średnich (tabela 4.41).

Na odpowiedzi (5, 6, 7) świadczące o bardziej atrakcyjnych względem głównych konkurentów warunkach płatności wskazało 36,5% przedsiębiorstw – 36,9% średnich, 36,7% mikro- i 32,7% przedsiębiorstw małych.

Tabela 4.41. Poziom atrakcyjności stosowanych przez przedsiębiorstwa regionu kujawsko-pomorskiego warunków płatności w porównaniu do głównych konkurentów według liczby pracujących

Wielkość	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
0–9	13,1	11,9	18,1	20,2	19,0	13,5	4,2	100,0
10–49	12,6	10,8	20,4	21,7	20,6	9,9	4,0	100,0
50–249	6,7	9,7	24,2	19,7	18,2	13,4	8,2	100,0
Razem	12,2	11,2	19,7	20,8	19,6	12,0	4,6	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Zgodnie z udzielonymi odpowiedziami największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że oferuje atrakcyjniejsze warunki płatności niż ich główni konkurenci (wskazana odpowiedź 7), znajduje się w sekcji B (33,3%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do sekcji E i I (2,9%), a w przypadku sekcji D i R żadne spośród badanych przedsiębiorstw nie wyraziło takiego przekonania (tabela 4.66).

Ponadto w przypadku jednej sekcji PKD, tj. sekcji B, nie odnotowano ani jednego wśród badanych przedsiębiorstw, które udzieliłoby odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z sekcji P (25,9%), sekcji I (22,9%) i sekcji M (22,3%).

Tabela 4.66. Poziom atrakcyjności stosowanych przez przedsiębiorstwa regionu kujawsko-pomorskiego warunków płatności w porównaniu do głównych konkurentów według sekcji PKD

Sekcja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
A	5,4	8,9	25,0	19,6	19,6	14,3	7,1	100,0
B	0,0	0,0	33,3	33,3	0,0	0,0	33,3	100,0
C	7,3	13,4	18,1	24,2	22,1	10,6	4,2	100,0
D	5,3	0,0	15,8	26,3	36,8	15,8	0,0	100,0

Cd. tab. 4.42

Sekcja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
E	17,6	17,6	20,6	14,7	20,6	5,9	2,9	100,0
F	7,0	14,4	21,4	19,2	20,1	12,7	5,2	100,0
G	12,7	9,2	20,2	20,9	19,7	12,0	5,2	100,0
H	11,8	13,2	22,4	18,4	19,7	7,9	6,6	100,0
I	22,9	10,0	11,4	15,7	25,7	11,4	2,9	100,0
J	13,8	6,9	22,4	32,8	13,8	5,2	5,2	100,0
K	10,3	12,8	10,3	23,1	23,1	15,4	5,1	100,0
L	13,0	10,0	22,0	22,0	17,0	9,0	7,0	100,0
M	22,3	6,4	17,8	21,7	17,2	11,5	3,2	100,0
N	19,4	12,5	22,2	16,7	15,3	9,7	4,2	100,0
O	6,5	6,5	16,1	19,4	19,4	25,8	6,5	100,0
P	25,9	7,4	33,3	7,4	22,2	0,0	3,7	100,0
Q	16,5	13,2	19,8	23,1	14,3	9,9	3,3	100,0
R	18,4	18,4	23,7	15,8	13,2	10,5	0,0	100,0
S	10,4	12,7	19,0	17,5	18,7	18,3	3,4	100,0
Razem	12,2	11,2	19,7	20,8	19,6	12,0	4,6	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że oferuje atrakcyjniejsze warunki płatności niż ich główni konkurenci (wskazana odpowiedź 7), funkcjonuje w podregionie włocławskim (14,3%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do podregionu świeckiego (2,2%) (tabela 4.43).

Najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw wskazujących odpowiedź 1 pochodzi z podregionu inowrocławskiego (9,3%), natomiast największy – z podregionu włocławskiego (18,8%).

Tabela 4.43. Poziom atrakcyjności stosowanych przez przedsiębiorstwa regionu kujawsko-pomorskiego warunków płatności w porównaniu do głównych konkurentów według podregionów

Podregion	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
Bydgosko-toruński	10,8	11,8	20,3	22,9	21,4	9,8	3,1	100,0
Grudziądzki	14,5	15,0	17,1	19,2	19,5	12,4	2,4	100,0
Włocławski	18,8	6,7	14,0	13,4	16,9	15,9	14,3	100,0
Inowrocławski	9,3	10,1	26,3	23,0	14,8	12,3	4,1	100,0
Świecki	11,8	9,6	16,9	16,9	22,1	20,6	2,2	100,0
Razem	12,2	11,2	19,7	20,8	19,6	12,0	4,6	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że oferuje atrakcyjniejsze warunki płatności niż ich główni konkurenci (wskazana odpowiedź 7), jest zlokalizowanych w powiecie miasta Włocławek (20,0%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, ma swoją siedzibę w powiecie miasta Bydgoszcz (1,3%), przy czym w powiatach miasta Grudziądz, radziejowskim, sępoleńskim i wąbrzeskim w ogóle nie odnotowano przedsiębiorstw o takim przekonaniu (tabela 4.44).

Ponadto w przypadku jednego spośród dwudziestu trzech powiatów, tj. radziejowskiego, żadne zlokalizowane tam badane przedsiębiorstwo nie udzieliło odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z powiatów miasta Włocławek (24,9%), miasta Grudziądz (20,9%) i grudziądzkiego (20,0%).

Tabela 4.44. Poziom atrakcyjności stosowanych przez przedsiębiorstwa regionu kujawsko-pomorskiego warunków płatności w porównaniu do głównych konkurentów według powiatów

Powiat	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
M. Bydgoszcz	8,3	13,5	23,6	23,6	21,7	7,9	1,3	100,0
M. Grudziądz	20,9	17,3	14,5	18,2	20,9	8,2	0,0	100,0
M. Toruń	16,7	9,3	17,2	22,1	20,2	9,6	4,9	100,0
M. Włocławek	24,9	4,4	10,2	8,8	14,6	17,1	20,0	100,0
Aleksandrowski	3,7	11,1	22,2	14,8	29,6	14,8	3,7	100,0
Brodnicki	4,6	12,3	12,3	15,4	27,7	23,1	4,6	100,0
Bydgoski	4,7	12,1	23,5	26,8	16,1	11,4	5,4	100,0
Chełmiński	19,6	10,9	26,1	13,0	19,6	8,7	2,2	100,0
Golubsko-dobrzyński	12,5	15,6	12,5	28,1	9,4	15,6	6,3	100,0
Grudziądzki	20,0	5,0	30,0	20,0	5,0	15,0	5,0	100,0
Inowrocławski	10,1	10,1	26,1	26,1	12,6	10,1	5,0	100,0
Lipnowski	3,6	14,3	14,3	25,0	32,1	7,1	3,6	100,0
Mogileński	12,5	7,5	20,0	17,5	17,5	22,5	2,5	100,0
Nakielski	8,2	13,1	29,5	13,1	16,4	16,4	3,3	100,0
Radziejowski	0,0	9,1	18,2	36,4	18,2	18,2	0,0	100,0
Rypiński	2,6	15,8	13,2	28,9	26,3	10,5	2,6	100,0
Sępoleński	11,1	0,0	22,2	22,2	44,4	0,0	0,0	100,0
Świecki	11,5	10,3	11,5	16,1	23,0	25,3	2,3	100,0
Toruński	13,8	9,2	3,4	13,8	33,3	21,8	4,6	100,0
Tucholski	12,5	10,0	27,5	17,5	15,0	15,0	2,5	100,0
Wąbrzeski	17,9	25,0	25,0	17,9	7,1	7,1	0,0	100,0
Włocławski	14,0	9,3	25,6	20,9	9,3	16,3	4,7	100,0
Żniński	6,2	9,2	27,7	26,2	18,5	9,2	3,1	100,0
Razem	12,2	11,2	19,7	20,8	19,6	12,0	4,6	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Dostępność produktów przedsiębiorstwa w porównaniu do głównych konkurentów

7,4% przedsiębiorstw sektora MSP regionu kujawsko-pomorskiego zdecydowanie zgadza się ze stwierdzeniem, że zapewnia lepszą dostępność swoich produktów w porównaniu do głównych konkurentów. Takiej odpowiedzi udzieliło 12,3% średnich przedsiębiorstw, 7,3% mikroprzedsiębiorstw i 6,1% przedsiębiorstw małych. Zdecydowanie z tym stwierdzeniem nie zgadza się zaledwie 4,9% przedsiębiorstw sektora MSP – 7,5% małych, 3,3% mikro- i 1,9% średnich (tabela 4.45).

Na odpowiedzi (5, 6, 7) świadczące o lepszej względem głównych konkurentów dostępności produktów wskazało 47,1% przedsiębiorstw – 53,7% średnich, 46,6% mikro- i 46,0% przedsiębiorstw małych.

Tabela 4.45. Dostępność produktów przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według liczby pracujących

Wielkość	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
0–9	3,3	8,5	18,5	23,1	22,9	16,4	7,3	100,0
10–49	7,5	8,1	18,1	20,5	20,5	19,4	6,1	100,0
50–249	1,9	6,7	18,7	19,0	21,6	19,8	12,3	100,0
Razem	4,9	8,1	18,4	21,5	21,7	18,0	7,4	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Zgodnie z udzielonymi odpowiedziami największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że zapewnia lepszą dostępność swoich produktów w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), znajduje się w sekcji B (33,3%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do sekcji K (2,6%), przy czym w przypadku sekcji R żadne spośród badanych przedsiębiorstw nie wyraziło takiego przekonania (tabela 4.46).

Ponadto w przypadku trzech sekcji PKD nie odnotowano ani jednego wśród badanych przedsiębiorstw, które udzieliłoby odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi również z sekcji B (33,3%).

Tabela 4.46. Dostępność produktów przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według sekcji PKD

Sekcja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
A	1,8	7,1	12,5	26,8	26,8	21,4	3,6	100,0
B	33,3	0,0	0,0	0,0	33,3	0,0	33,3	100,0
C	4,7	6,4	17,4	24,9	17,9	21,2	7,5	100,0
D	0,0	0,0	10,5	26,3	21,1	26,3	15,8	100,0

Cd. tab. 4.46

Sekcja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
E	0,0	11,8	29,4	14,7	23,5	14,7	5,9	100,0
F	6,1	7,9	18,3	19,7	24,0	17,5	6,6	100,0
G	4,0	8,5	18,6	20,1	21,7	19,2	7,9	100,0
H	2,6	9,2	19,7	14,5	23,7	23,7	6,6	100,0
I	8,6	8,6	15,7	18,6	24,3	15,7	8,6	100,0
J	6,9	12,1	12,1	20,7	27,6	17,2	3,4	100,0
K	0,0	10,3	15,4	15,4	35,9	20,5	2,6	100,0
L	6,0	6,0	19,0	23,0	22,0	16,0	8,0	100,0
M	7,6	3,2	15,3	28,7	24,2	15,9	5,1	100,0
N	8,5	12,7	18,3	23,9	14,1	14,1	8,5	100,0
O	3,2	3,2	19,4	35,5	16,1	16,1	6,5	100,0
P	11,1	18,5	14,8	7,4	37,0	7,4	3,7	100,0
Q	3,3	9,9	19,8	17,6	26,4	13,2	9,9	100,0
R	7,9	18,4	23,7	18,4	23,7	7,9	0,0	100,0
S	4,1	8,9	22,7	20,8	17,5	16,4	9,7	100,0
Razem	4,9	8,1	18,4	21,5	21,7	18,0	7,4	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że zapewnia lepszą dostępność swoich produktów w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), funkcjonuje w podregionie włocławskim (23,9%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do podregionu świeckiego (2,2%) (tabela 4.47).

Najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw wskazujących odpowiedź 1 pochodzi z podregionu inowrocławskiego (1,9%), natomiast największy – z podregionu bydgosko-toruńskiego (6,3%).

Tabela 4.47. Dostępność produktów przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według podregionów

Podregion	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
Bydgosko-toruński	6,3	7,8	19,0	22,8	21,7	17,7	4,6	100,0
Grudziądzki	4,1	9,4	21,5	18,0	25,4	15,9	5,6	100,0
Włocławski	3,5	7,3	15,3	16,9	14,6	18,5	23,9	100,0
Inowrocławski	1,9	8,5	18,1	24,1	23,6	17,8	6,0	100,0
Świecki	5,1	8,1	12,5	22,8	23,5	25,7	2,2	100,0
Razem	4,9	8,1	18,4	21,5	21,7	18,0	7,4	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że zapewnia lepszą dostępność swoich produktów w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), jest zlokalizowanych w powiecie miasta Włocławek (33,2%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, ma swoją siedzibę w powiatach chełmińskim (2,2%) i świeckim (2,3%), przy czym w powiecie sępoleńskim w ogóle nie odnotowano przedsiębiorstw o takim przekonaniu (tabela 4.48).

Ponadto w przypadku ośmiu spośród dwudziestu trzech powiatów żadne zlokalizowane tam badane przedsiębiorstwo nie udzieliło odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z powiatu miasta Toruń (10,9%).

Tabela 4.48. Dostępność produktów przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według powiatów

Powiat	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
M. Bydgoszcz	5,5	9,1	20,0	23,6	22,0	17,2	2,5	100,0
M. Grudziądz	7,3	9,1	20,0	15,5	28,2	19,1	0,9	100,0
M. Toruń	10,9	6,8	18,3	18,3	20,8	17,8	7,1	100,0
M. Włocławek	4,9	2,9	11,2	13,7	14,1	20,0	33,2	100,0
Aleksandrowski	3,7	14,8	29,6	11,1	18,5	14,8	7,4	100,0
Brodnicki	0,0	7,7	15,4	13,8	40,0	12,3	10,8	100,0
Bydgoski	1,3	6,7	22,8	31,5	18,1	15,4	4,0	100,0
Chełmiński	6,5	15,2	30,4	21,7	10,9	13,0	2,2	100,0
Golubsko-dobrzyński	6,3	0,0	18,8	25,0	15,6	25,0	9,4	100,0
Grudziądzki	0,0	15,0	5,0	20,0	25,0	25,0	10,0	100,0
Inowrocławski	2,0	8,5	16,1	23,1	27,6	16,1	6,5	100,0
Lipnowski	0,0	10,7	21,4	32,1	14,3	14,3	7,1	100,0
Mogileński	5,0	5,0	20,0	15,0	27,5	25,0	2,5	100,0
Nakielski	0,0	8,2	23,0	24,6	19,7	18,0	6,6	100,0
Radziejowski	0,0	0,0	27,3	45,5	9,1	9,1	9,1	100,0
Rypiński	0,0	7,9	23,7	21,1	26,3	10,5	10,5	100,0
Sępoleński	0,0	22,2	22,2	33,3	11,1	11,1	0,0	100,0
Świecki	6,9	9,2	11,5	17,2	21,8	31,0	2,3	100,0
Toruński	1,1	4,6	8,0	20,7	29,9	25,3	10,3	100,0
Tucholski	2,5	2,5	12,5	32,5	30,0	17,5	2,5	100,0
Wąbrzeski	3,6	14,3	39,3	17,9	14,3	7,1	3,6	100,0
Włocławski	0,0	23,3	18,6	18,6	16,3	18,6	4,7	100,0
Żniński	1,5	10,8	18,5	32,3	12,3	18,5	6,2	100,0
Razem	4,9	8,1	18,4	21,5	21,7	18,0	7,4	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Terminowość realizacji przez przedsiębiorstwo zamówień w porównaniu do głównych konkurentów

8,9% przedsiębiorstw sektora MSP regionu kujawsko-pomorskiego zdecydowanie zgadza się ze stwierdzeniem, że zapewnia większą terminowość realizacji zamówień w porównaniu do głównych konkurentów. Takiej odpowiedzi udzieliło 14,2% średnich przedsiębiorstw, 8,4% mikroprzedsiębiorstw i 8,0% przedsiębiorstw małych. Zdecydowanie z tym stwierdzeniem nie zgadza się 5,2% przedsiębiorstw sektora MSP – 6,9% małych, 4,3% mikro- i 2,6% średnich (tabela 4.49).

Na odpowiedzi (5, 6, 7) świadczące o większej względem głównych konkurentów terminowości realizacji zamówień wskazało 48,2% przedsiębiorstw – 55,6% średnich, 49,3% małych i 45,4% mikroprzedsiębiorstw.

Tabela 4.49. Terminowość realizacji przez przedsiębiorstwa regionu kujawsko-pomorskiego zamówień w porównaniu do głównych konkurentów według liczby pracujących

Wielkość	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
0–9	4,3	10,3	18,1	21,7	18,9	18,1	8,4	100,0
10–49	6,9	7,6	17,5	18,8	19,0	22,3	8,0	100,0
50–249	2,6	9,3	14,9	17,5	19,4	22,0	14,2	100,0
Razem	5,2	9,0	17,5	20,0	19,0	20,3	8,9	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Zgodnie z udzielonymi odpowiedziami największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że zapewnia większą terminowość realizacji zamówień w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), znajduje się w sekcji Q (14,3%) i w sekcji L (12,0%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do sekcji J (3,4%), przy czym w przypadku sekcji B, P i R żadne spośród badanych przedsiębiorstw nie wyraziło takiego przekonania (tabela 4.50).

Ponadto w przypadku dwóch sekcji PKD nie odnotowano ani jednego wśród badanych przedsiębiorstw, które udzieliłoby odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z sekcji P (18,5%) i sekcji R (15,8%).

Tabela 4.50. Terminowość realizacji przez przedsiębiorstwa regionu kujawsko-pomorskiego zamówień w porównaniu do głównych konkurentów według sekcji PKD

Sekcja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
A	3,6	8,9	10,7	28,6	21,4	17,9	8,9	100,0
B	0,0	0,0	66,7	0,0	0,0	33,3	0,0	100,0
C	1,6	10,4	17,6	20,0	19,3	19,8	11,3	100,0
D	0,0	10,5	10,5	26,3	10,5	31,6	10,5	100,0

Cd. tab. 4.50

Seksja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
E	5,9	5,9	23,5	17,6	35,3	2,9	8,8	100,0
F	2,6	7,9	16,2	18,3	19,7	28,4	7,0	100,0
G	5,2	8,4	16,7	20,6	18,7	21,1	9,4	100,0
H	2,6	10,5	14,5	18,4	15,8	30,3	7,9	100,0
I	12,9	2,9	20,0	20,0	20,0	17,1	7,1	100,0
J	5,2	5,2	25,9	22,4	20,7	17,2	3,4	100,0
K	2,6	12,8	10,3	20,5	30,8	15,4	7,7	100,0
L	7,0	7,0	20,0	18,0	21,0	15,0	12,0	100,0
M	9,0	7,1	13,5	14,7	20,5	28,2	7,1	100,0
N	12,7	11,3	12,7	25,4	16,9	16,9	4,2	100,0
O	6,5	16,1	9,7	32,3	16,1	12,9	6,5	100,0
P	18,5	11,1	11,1	18,5	25,9	14,8	0,0	100,0
Q	4,4	7,7	23,1	16,5	18,7	15,4	14,3	100,0
R	15,8	18,4	18,4	21,1	18,4	7,9	0,0	100,0
S	5,6	10,8	22,4	20,5	14,2	17,2	9,3	100,0
Razem	5,2	9,0	17,5	20,0	19,0	20,3	8,9	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że zapewnią większą terminowość realizacji zamówień w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), funkcjonuje w podregionie włocławskim (25,3%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do podregionu grudziądzkiego (5,6%) (tabela 4.51).

Najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw wskazujących odpowiedź 1 pochodzi z podregionu inowrocławskiego (3,0%), natomiast największy – z podregionu świeckiego (6,6%).

Tabela 4.51. Terminowość realizacji przez przedsiębiorstwa regionu kujawsko-pomorskiego zamówień w porównaniu do głównych konkurentów według podregionów

Podregion	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
Bydgosko-toruński	5,7	7,8	18,5	21,1	20,5	20,2	6,2	100,0
Grudziądzki	5,3	13,6	17,4	20,4	16,5	21,2	5,6	100,0
Włocławski	5,4	7,1	10,6	12,8	17,0	21,8	25,3	100,0
Inowrocławski	3,0	10,7	21,1	21,4	18,6	17,8	7,4	100,0
Świecki	6,6	8,8	14,7	22,1	17,6	22,8	7,4	100,0
Razem	5,2	9,0	17,5	20,0	19,0	20,3	8,9	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że zapewnia większą terminowość realizacji zamówień w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), jest zlokalizowanych w powiecie miasta Włocławek (35,5%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, ma swoją siedzibę w powiecie miasta Grudziądz (1,8%), przy czym w powiatach radziejowskim, sępoleńskim i wąbrzeskim w ogóle nie odnotowano przedsiębiorstw o takim przekonaniu (tabela 4.52).

Ponadto w przypadku pięciu spośród dwudziestu trzech powiatów żadne zlokalizowane tam badane przedsiębiorstwo nie udzieliło odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z powiatów miasta Toruń (10,9%) i mogileńskiego (10,0%).

Tabela 4.52. Terminowość realizacji przez przedsiębiorstwa regionu kujawsko-pomorskiego zamówień w porównaniu do głównych konkurentów według powiatów

Powiat	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
M. Bydgoszcz	4,6	8,2	20,5	22,0	19,8	19,8	5,0	100,0
M. Grudziądz	7,3	17,3	10,9	20,9	15,5	26,4	1,8	100,0
M. Toruń	10,9	5,5	15,0	17,8	21,3	21,6	7,9	100,0
M. Włocławek	5,9	4,4	5,4	9,9	16,7	22,2	35,5	100,0
Aleksandrowski	3,7	18,5	22,2	11,1	7,4	29,6	7,4	100,0
Brodnicki	4,6	6,2	13,8	23,1	18,5	30,8	3,1	100,0
Bydgoski	0,0	12,1	22,1	28,2	15,4	17,4	4,7	100,0
Chełmiński	8,7	15,2	26,1	21,7	8,7	13,0	6,5	100,0
Golubsko-dobrzyński	3,1	6,3	21,9	18,8	25,0	15,6	9,4	100,0
Grudziądzki	0,0	15,0	15,0	20,0	15,0	10,0	25,0	100,0
Inowrocławski	2,5	12,1	20,6	21,6	20,6	15,1	7,5	100,0
Lipnowski	7,1	10,7	17,9	14,3	21,4	17,9	10,7	100,0
Mogileński	10,0	5,0	17,5	22,5	12,5	27,5	5,0	100,0
Nakielski	3,3	8,2	24,6	16,4	18,0	18,0	11,5	100,0
Radziejowski	9,1	0,0	18,2	36,4	27,3	9,1	0,0	100,0
Rypiński	0,0	5,3	23,7	23,7	21,1	15,8	10,5	100,0
Sępoleński	0,0	22,2	33,3	22,2	11,1	11,1	0,0	100,0
Świecki	6,9	8,0	10,3	21,8	18,4	25,3	9,2	100,0
Toruński	1,1	8,0	12,6	16,1	29,9	21,8	10,3	100,0
Tucholski	7,5	7,5	20,0	22,5	17,5	20,0	5,0	100,0
Wąbrzeski	7,1	32,1	25,0	7,1	14,3	14,3	0,0	100,0
Włocławski	2,3	11,6	20,9	20,9	18,6	20,9	4,7	100,0
Żniński	0,0	12,3	21,5	24,6	16,9	20,0	4,6	100,0
Razem	5,2	9,0	17,5	20,0	19,0	20,3	8,9	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Skuteczność działań promocyjnych przedsiębiorstwa w porównaniu do głównych konkurentów

Zaledwie 5,9% przedsiębiorstw sektora MSP regionu kujawsko-pomorskiego zdecydowanie zgadza się ze stwierdzeniem, że stosuje skuteczniejsze działania promocyjne w porównaniu do głównych konkurentów. Takiej odpowiedzi udzieliło 9,7% średnich przedsiębiorstw, 5,5% mikroprzedsiębiorstw i 5,3% przedsiębiorstw małych. Zdecydowanie z tym stwierdzeniem nie zgadza się 8,8% przedsiębiorstw sektora MSP – 11,6% małych, 7,2% mikro- i 4,8% średnich (tabela 4.53).

Na odpowiedzi (5, 6, 7) świadczące o wyższej względem głównych konkurentów skuteczności działań promocyjnych wskazało 39,9% przedsiębiorstw – 45,4% średnich, 39,8% małych i 38,5% mikroprzedsiębiorstw.

Tabela 4.53. Skuteczność działań promocyjnych przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według liczby pracujących

Wielkość	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
0–9	7,2	11,5	22,2	20,7	20,6	12,4	5,5	100,0
10–49	11,6	10,7	16,2	21,6	19,3	15,2	5,3	100,0
50–249	4,8	9,3	21,9	18,6	20,1	15,6	9,7	100,0
Razem	8,8	10,9	19,6	20,8	20,0	14,0	5,9	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Zgodnie z udzielonymi odpowiedziami największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że stosuje skuteczniejsze działania promocyjne w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), znajduje się w sekcji Q (12,1%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do sekcji H (2,6%), przy czym w przypadku sekcji B, D, P i R żadne spośród badanych przedsiębiorstw nie wyraziło takiego przekonania (tabela 4.51).

Ponadto w przypadku dwóch sekcji PKD nie odnotowano ani jednego wśród badanych przedsiębiorstw, które udzieliłoby odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z sekcji P (18,5%) i sekcji N (18,1%).

Tabela 4.54. Skuteczność działań promocyjnych przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według sekcji PKD

Sekcja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
A	1,8	7,1	23,2	30,4	17,9	14,3	5,4	100,0
B	0,0	33,3	0,0	66,7	0,0	0,0	0,0	100,0
C	7,3	10,1	20,9	17,9	19,3	17,2	7,3	100,0
D	5,3	0,0	21,1	26,3	42,1	5,3	0,0	100,0

Cd. tab. 4.54

Sekcja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
E	11,8	20,6	11,8	23,5	17,6	8,8	5,9	100,0
F	10,0	9,2	23,6	16,6	21,8	14,8	3,9	100,0
G	7,9	12,4	19,6	19,7	20,7	14,2	5,5	100,0
H	15,8	5,3	19,7	23,7	15,8	17,1	2,6	100,0
I	12,9	10,0	12,9	24,3	21,4	12,9	5,7	100,0
J	6,9	13,8	20,7	32,8	13,8	8,6	3,4	100,0
K	5,1	10,3	20,5	30,8	17,9	7,7	7,7	100,0
L	11,0	13,0	18,0	19,0	21,0	12,0	6,0	100,0
M	16,7	8,3	15,4	16,7	19,9	17,9	5,1	100,0
N	18,1	6,9	16,7	30,6	12,5	9,7	5,6	100,0
O	0,0	9,7	25,8	29,0	22,6	9,7	3,2	100,0
P	18,5	14,8	18,5	29,6	7,4	11,1	0,0	100,0
Q	5,5	6,6	16,5	24,2	24,2	11,0	12,1	100,0
R	13,2	13,2	18,4	18,4	26,3	10,5	0,0	100,0
S	4,1	14,6	20,5	20,5	19,8	12,3	8,2	100,0
Razem	8,8	10,9	19,6	20,8	20,0	14,0	5,9	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że stosuje skuteczniejsze działania promocyjne w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7) funkcjonuje w podregionie włocławskim (20,8%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do podregionu bydgosko-toruńskiego (3,5%) (tabela 4.55).

Najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw wskazujących odpowiedź 1 pochodzi z podregionu inowrocławskiego (5,2%), natomiast największy – z podregionu bydgosko-toruńskiego (10,3%).

Tabela 4.55. Skuteczność działań promocyjnych przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według podregionów

Podregion	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
Bydgosko-toruński	10,3	9,8	19,5	22,7	21,3	12,9	3,5	100,0
Grudziądzki	7,7	15,0	20,6	16,5	20,4	15,9	3,8	100,0
Włocławski	8,9	9,6	15,7	14,7	14,1	16,3	20,8	100,0
Inowrocławski	5,2	11,2	24,1	23,6	19,2	12,6	4,1	100,0
Świecki	6,6	13,2	15,4	21,3	22,8	16,9	3,7	100,0
Razem	8,8	10,9	19,6	20,8	20,0	14,0	5,9	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że stosuje skuteczniejsze działania promocyjne w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), jest zlokalizowanych w powiecie miasta Włocławek (30,4%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, ma swoją siedzibę w powiecie nakielskim (1,6%), przy czym w powiatach miasta Grudziądz i radziejowskim w ogóle nie odnotowano przedsiębiorstw o takim przekonaniu (tabela 4.56).

Ponadto w przypadku ośmiu spośród dwudziestu trzech powiatów żadne zlokalizowane tam badane przedsiębiorstwo nie udzieliło odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z powiatów miasta Toruń (16,4%) i golubsko-dobrzyńskiego (15,6%).

Tabela 4.56. Skuteczność działań promocyjnych przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według powiatów

Powiat	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
M. Bydgoszcz	9,0	9,6	20,6	23,6	21,4	12,9	2,8	100,0
M. Grudziądz	10,9	14,5	19,1	11,8	23,6	20,0	0,0	100,0
M. Toruń	16,4	10,1	14,8	21,0	21,6	12,6	3,6	100,0
M. Włocławek	9,8	7,4	8,8	13,7	12,3	17,6	30,4	100,0
Aleksandrowski	3,7	18,5	29,6	11,1	14,8	18,5	3,7	100,0
Brodnicki	3,1	9,2	21,5	13,8	29,2	20,0	3,1	100,0
Bydgoski	2,7	10,1	26,2	24,8	20,8	10,1	5,4	100,0
Chełmiński	6,5	19,6	23,9	28,3	8,7	8,7	4,3	100,0
Golubsko-dobrzyński	15,6	15,6	12,5	12,5	18,8	15,6	9,4	100,0
Grudziądzki	5,0	15,0	20,0	20,0	10,0	15,0	15,0	100,0
Inowrocławski	6,5	10,1	25,1	24,1	17,6	12,6	4,0	100,0
Lipnowski	10,7	17,9	21,4	10,7	17,9	17,9	3,6	100,0
Mogileński	10,0	7,5	20,0	17,5	20,0	20,0	5,0	100,0
Nakielski	1,6	14,8	23,0	24,6	23,0	11,5	1,6	100,0
Radziejowski	9,1	0,0	45,5	36,4	9,1	0,0	0,0	100,0
Rypiński	2,6	5,3	26,3	23,7	26,3	10,5	5,3	100,0
Sępoleński	11,1	11,1	22,2	44,4	0,0	0,0	11,1	100,0
Świecki	8,0	12,6	17,2	19,5	21,8	18,4	2,3	100,0
Toruński	8,0	9,2	19,5	19,5	19,5	19,5	4,6	100,0
Tucholski	2,5	15,0	10,0	20,0	30,0	17,5	5,0	100,0
Wąbrzeski	7,1	35,7	21,4	14,3	7,1	10,7	3,6	100,0
Włocławski	7,0	11,6	27,9	18,6	20,9	11,6	2,3	100,0
Żniński	1,5	13,8	24,6	24,6	20,0	9,2	6,2	100,0
Razem	8,8	10,9	19,6	20,8	20,0	14,0	5,9	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Reputacja przedsiębiorstwa w porównaniu do głównych konkurentów

7,2% przedsiębiorstw sektora MSP regionu kujawsko-pomorskiego zdecydowanie zgadza się ze stwierdzeniem, że posiada lepszą reputację niż ich główni konkurenci. Takiej odpowiedzi udzieliło 14,1% średnich przedsiębiorstw, 6,5% małych i 6,2% mikroprzedsiębiorstw. Zdecydowanie z tym stwierdzeniem nie zgadza się 2,7% przedsiębiorstw sektora MSP – 3,3% małych, 2,6% średnich i 2,1% mikro- (tabela 4.57).

Na odpowiedzi (5, 6, 7) świadczące o wyższym względem głównych konkurentów poziomie zadowolenia klientów wskazało 48,2% przedsiębiorstw – 53,9% średnich, 48,7% małych i 46,5% mikroprzedsiębiorstw.

Tabela 4.57. Reputacja przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według liczby pracujących

Wielkość	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
0–9	2,1	8,6	19,2	23,7	22,9	17,4	6,2	100,0
10–49	3,3	6,2	18,4	23,4	22,1	20,1	6,5	100,0
50–249	2,6	3,7	17,5	22,3	19,0	20,8	14,1	100,0
Razem	2,7	7,0	18,6	23,4	22,1	18,9	7,2	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Zgodnie z udzielonymi odpowiedziami największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że posiada lepszą reputację w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), znajduje się w sekcji H (10,5%) i w sekcji C (10,1%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do sekcji A (1,8%), przy czym w przypadku sekcji B żadne spośród badanych przedsiębiorstw nie wyraziło takiego przekonania (tabela 4.58).

Ponadto w przypadku pięciu sekcji PKD nie odnotowano ani jednego wśród badanych przedsiębiorstw, które udzieliłoby odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z sekcji A (8,9%) i sekcji E (8,8%).

Tabela 4.58. Reputacja przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według sekcji PKD

Sekcja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
A	8,9	5,4	17,9	23,2	21,4	21,4	1,8	100,0
B	0,0	0,0	33,3	66,7	0,0	0,0	0,0	100,0
C	2,8	7,1	16,2	24,5	21,6	17,6	10,1	100,0
D	0,0	5,3	15,8	31,6	21,1	21,1	5,3	100,0
E	8,8	5,9	20,6	23,5	23,5	11,8	5,9	100,0

Cd. tab. 4.58

Seksja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
F	2,2	7,0	18,3	20,5	25,3	20,5	6,1	100,0
G	2,2	6,9	20,6	22,4	20,6	20,9	6,5	100,0
H	3,9	7,9	10,5	19,7	27,6	19,7	10,5	100,0
I	0,0	2,9	22,9	21,4	31,4	15,7	5,7	100,0
J	1,7	6,9	32,8	19,0	19,0	15,5	5,2	100,0
K	2,6	5,1	15,4	30,8	25,6	15,4	5,1	100,0
L	3,0	7,0	19,0	26,0	17,0	20,0	8,0	100,0
M	1,3	3,2	14,6	18,5	28,7	26,8	7,0	100,0
N	5,6	9,7	13,9	34,7	16,7	12,5	6,9	100,0
O	0,0	6,5	22,6	29,0	19,4	16,1	6,5	100,0
P	3,7	7,4	29,6	22,2	14,8	14,8	7,4	100,0
Q	0,0	8,8	17,6	18,7	24,2	22,0	8,8	100,0
R	2,6	5,3	23,7	28,9	18,4	18,4	2,6	100,0
S	3,7	10,4	18,6	26,0	20,4	13,8	7,1	100,0
Razem	2,7	7,0	18,6	23,4	22,1	18,9	7,2	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że posiada lepszą reputację w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), funkcjonuje w podregionie włocławskim (25,1%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do podregionu bydgosko-toruńskiego (3,9%) (tabela 4.59).

Najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw wskazujących odpowiedź 1 pochodzi z podregionu inowrocławskiego (0,8%), natomiast największy – z podregionu grudziądzkiego (5,0%).

Tabela 4.59. Reputacja przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według podregionów

Podregion	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
Bydgosko-toruński	2,5	6,4	19,6	26,0	23,3	18,3	3,9	100,0
Grudziądzki	5,0	9,1	21,8	17,7	20,6	19,2	6,5	100,0
Włocławski	2,5	5,1	12,4	16,5	19,0	19,4	25,1	100,0
Inowrocławski	0,8	8,2	18,4	26,0	21,6	20,0	4,9	100,0
Świecki	3,7	8,8	16,9	22,8	23,5	19,9	4,4	100,0
Razem	2,7	7,0	18,6	23,4	22,1	18,9	7,2	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że posiada lepszą reputację w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), jest zlokalizowanych w powiecie miasta Włocławek (35,0%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, ma swoją siedzibę w powiatach brodnickim i żnińskim (3,1%), przy czym w powiatach radziejowskim, sępoleńskim i wąbrzeskim w ogóle nie odnotowano przedsiębiorstw o takim przekonaniu (tabela 4.60).

Ponadto w przypadku trzech spośród dwudziestu trzech powiatów, żadne zlokalizowane tam badane przedsiębiorstwo nie udzieliło odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z powiatu wąbrzeskiego (14,3%).

Tabela 4.60. Reputacja przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według powiatów

Powiat	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
M. Bydgoszcz	2,7	7,6	21,6	26,1	19,7	19,1	3,3	100,0
M. Grudziądz	6,4	10,9	20,0	14,5	19,1	24,5	4,5	100,0
M. Toruń	3,0	4,1	14,8	25,7	29,2	18,6	4,6	100,0
M. Włocławek	1,9	2,9	8,3	12,1	18,0	21,8	35,0	100,0
Aleksandrowski	3,7	7,4	25,9	22,2	22,2	11,1	7,4	100,0
Brodnicki	1,5	3,1	23,1	21,5	20,0	27,7	3,1	100,0
Bydgoski	1,3	8,7	24,8	26,2	23,5	12,1	3,4	100,0
Chełmiński	4,3	4,3	23,9	37,0	13,0	8,7	8,7	100,0
Golubsko-dobrzyński	3,1	9,4	15,6	18,8	28,1	12,5	12,5	100,0
Grudziądzki	5,0	10,0	20,0	0,0	20,0	30,0	15,0	100,0
Inowrocławski	0,0	8,5	18,1	26,6	24,6	16,6	5,5	100,0
Lipnowski	3,6	10,7	17,9	10,7	21,4	28,6	7,1	100,0
Mogileński	2,5	5,0	12,5	25,0	25,0	25,0	5,0	100,0
Nakielski	1,6	9,8	14,8	24,6	18,0	26,2	4,9	100,0
Radziejowski	9,1	9,1	18,2	54,5	9,1	0,0	0,0	100,0
Rypiński	2,6	13,2	18,4	15,8	31,6	7,9	10,5	100,0
Sępoleński	0,0	22,2	11,1	33,3	22,2	11,1	0,0	100,0
Świecki	5,7	8,0	18,4	19,5	24,1	20,7	3,4	100,0
Toruński	1,1	3,4	17,2	26,4	24,1	21,8	5,7	100,0
Tucholski	0,0	7,5	15,0	27,5	22,5	20,0	7,5	100,0
Wąbrzeski	14,3	17,9	35,7	3,6	17,9	10,7	0,0	100,0
Włocławski	2,3	9,3	18,6	27,9	23,3	11,6	7,0	100,0
Żniński	1,5	7,7	26,2	26,2	13,8	21,5	3,1	100,0
Razem	2,7	7,0	18,6	23,4	22,1	18,9	7,2	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Dbałość o relacje z klientami przedsiębiorstwa w porównaniu do głównych konkurentów

Zaledwie 5,5% przedsiębiorstw sektora MSP regionu kujawsko-pomorskiego zdecydowanie zgadza się ze stwierdzeniem, że bardziej dba o relacje ze swoimi klientami w porównaniu do głównych konkurentów. Taką odpowiedź udzieliło 7,8% średnich przedsiębiorstw, 6,0% mikroprzedsiębiorstw i 4,3% przedsiębiorstw małych. Zdecydowanie z tym stwierdzeniem nie zgadza się 9,0% przedsiębiorstw sektora MSP – 9,8% małych, 9,0% mikro i 6,3% średnich (tabela 4.61).

Na odpowiedzi (5, 6, 7) świadczące o większej względem głównych konkurentów dbałości o relacje ze swoimi klientami wskazało 35,5% przedsiębiorstw – 38,3% średnich, 35,6% małych i 34,2% mikroprzedsiębiorstw.

Tabela 4.61. Dbałość przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego o relacje z klientami w porównaniu do głównych konkurentów według liczby pracujących

Wielkość	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
0–9	9,0	12,8	20,5	23,6	18,2	10,0	6,0	100,0
10–49	9,8	9,6	19,7	25,3	20,4	10,9	4,3	100,0
50–249	6,3	9,3	20,4	25,7	18,2	12,3	7,8	100,0
Razem	9,0	11,0	20,1	24,6	19,1	10,6	5,5	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Zgodnie z udzielonymi odpowiedziami największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że bardziej dba o relacje z klientami w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), znajduje się w sekcji N (9,7%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do sekcji R (2,6%) i sekcji E (2,9%), przy czym w przypadku sekcji B żadne spośród badanych przedsiębiorstw nie wyraziło takiego przekonania (tabela 4.62).

Ponadto w przypadku czterech sekcji PKD, nie odnotowano ani jednego wśród badanych przedsiębiorstw, które udzieliłoby odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z sekcji M (13,5%) i sekcji I (12,9%).

Tabela 4.62. Dbałość przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego o relacje z klientami w porównaniu do głównych konkurentów według sekcji PKD

Sekcja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
A	0,0	14,3	14,3	30,4	30,4	5,4	5,4	100,0
B	0,0	0,0	66,7	33,3	0,0	0,0	0,0	100,0
C	9,4	10,6	17,2	25,9	19,3	11,8	5,9	100,0
D	0,0	5,3	26,3	36,8	15,8	10,5	5,3	100,0

Cd. tab. 4.62

Seksja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
E	11,8	17,6	14,7	14,7	23,5	14,7	2,9	100,0
F	11,8	15,7	17,9	18,8	19,7	10,5	5,7	100,0
G	11,5	11,4	20,1	25,4	17,2	9,7	4,7	100,0
H	6,6	9,2	27,6	22,4	19,7	6,6	7,9	100,0
I	12,9	8,6	14,3	22,9	27,1	7,1	7,1	100,0
J	8,6	5,2	24,1	24,1	22,4	10,3	5,2	100,0
K	2,6	10,3	28,2	30,8	15,4	7,7	5,1	100,0
L	6,0	9,0	25,0	28,0	19,0	8,0	5,0	100,0
M	13,5	9,6	16,7	23,7	17,9	13,5	5,1	100,0
N	11,1	11,1	18,1	22,2	18,1	9,7	9,7	100,0
O	0,0	9,7	22,6	29,0	12,9	22,6	3,2	100,0
P	7,4	11,1	33,3	14,8	14,8	11,1	7,4	100,0
Q	3,3	8,8	26,4	24,2	20,9	9,9	6,6	100,0
R	7,9	13,2	18,4	26,3	23,7	7,9	2,6	100,0
S	4,9	10,8	22,4	25,0	18,7	13,1	5,2	100,0
Razem	9,0	11,0	20,1	24,6	19,1	10,6	5,5	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że bardziej dba o relacje z klientami w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), funkcjonuje w podregionie włocławskim (22,4%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do podregionu świeckiego (2,2%) (tabela 4.63).

Najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw wskazujących odpowiedź 1 pochodzi z podregionu inowrocławskiego (6,6%), natomiast największy – z podregionu bydgosko-toruńskiego (9,8%).

Tabela 4.63. Dbłość przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego o relacje z klientami w porównaniu do głównych konkurentów według podregionów

Podregion	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
Bydgosko-toruński	9,8	9,5	20,8	27,8	19,6	9,5	3,1	100,0
Grudziądzki	9,4	14,7	24,2	18,9	18,9	11,2	2,7	100,0
Włocławski	9,3	9,9	11,5	14,7	17,3	15,0	22,4	100,0
Inowrocławski	6,6	12,9	23,8	24,9	18,1	10,7	3,0	100,0
Świecki	7,4	13,2	14,0	30,9	22,8	9,6	2,2	100,0
Razem	9,0	11,0	20,1	24,6	19,1	10,6	5,5	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że bardziej dba o relacje z klientami w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), jest zlokalizowanych w powiecie miasta Włocławek (32,4%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, ma swoją siedzibę w powiatach świeckim (1,1%) i miasta Grudziądz (1,8%), przy czym w powiatach aleksandrowskim, chełmińskim, mogileńskim, radziejowskim, sępoleńskim i wąbrzeskim w ogóle nie odnotowano przedsiębiorstw o takim przekonaniu (tabela 4.64).

Ponadto w przypadku jednego spośród dwudziestu trzech powiatów, tj. sępoleńskiego żadne zlokalizowane tam badane przedsiębiorstwo nie udzieliło odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z powiatu miasta Toruń (15,0%) i aleksandrowskiego (14,8%).

Tabela 4.64. Dbłość przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego o relacje z klientami w porównaniu do głównych konkurentów według powiatów

Powiat	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
M. Bydgoszcz	7,2	9,4	23,9	28,8	19,7	8,3	2,5	100,0
M. Grudziądz	11,8	14,5	22,7	17,3	21,8	10,0	1,8	100,0
M. Toruń	15,0	5,5	15,8	25,7	21,9	12,6	3,6	100,0
M. Włocławek	8,3	7,8	6,4	11,3	15,7	18,1	32,4	100,0
Aleksandrowski	14,8	11,1	11,1	29,6	22,2	11,1	0,0	100,0
Brodnicki	6,2	7,7	29,2	21,5	21,5	10,8	3,1	100,0
Bydgoski	7,4	20,1	22,1	26,8	14,8	6,7	2,0	100,0
Chełmiński	8,7	15,2	23,9	26,1	15,2	10,9	0,0	100,0
Golubsko-dobrzyński	12,5	18,8	15,6	18,8	12,5	15,6	6,3	100,0
Grudziądzki	10,0	10,0	25,0	5,0	20,0	20,0	10,0	100,0
Inowrocławski	7,0	15,1	26,6	22,1	19,6	7,0	2,5	100,0
Lipnowski	10,7	17,9	17,9	10,7	25,0	10,7	7,1	100,0
Mogileński	10,0	2,5	15,0	35,0	17,5	20,0	0,0	100,0
Nakielski	6,6	18,0	18,0	23,0	16,4	11,5	6,6	100,0
Radziejowski	9,1	9,1	36,4	36,4	9,1	0,0	0,0	100,0
Rypiński	10,5	7,9	23,7	21,1	21,1	13,2	2,6	100,0
Sępoleński	0,0	22,2	22,2	44,4	11,1	0,0	0,0	100,0
Świecki	8,0	14,9	12,6	32,2	24,1	6,9	1,1	100,0
Toruński	10,3	9,2	16,1	31,0	17,2	9,2	6,9	100,0
Tucholski	7,5	7,5	15,0	25,0	22,5	17,5	5,0	100,0
Wąbrzeski	3,6	39,3	28,6	14,3	10,7	3,6	0,0	100,0
Włocławski	9,3	14,0	25,6	18,6	18,6	9,3	4,7	100,0
Żniński	3,1	7,7	26,2	29,2	15,4	15,4	3,1	100,0
Razem	9,0	11,0	20,1	24,6	19,1	10,6	5,5	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Poziom aktywności przedsiębiorstwa w Internecie w porównaniu do głównych konkurentów

Jedynie 0,8% przedsiębiorstw sektora MSP regionu kujawsko-pomorskiego zdecydowanie zgadza się ze stwierdzeniem, że są aktywniejsi w Internecie (np. wykorzystują media społecznościowe, posiadają aktywne strony www, prowadzą blogi itp.) w porównaniu do głównych konkurentów. Taką odpowiedź udzieliło 1,1% małych przedsiębiorstw, 0,6% mikroprzedsiębiorstw i najmniej, bo 0,4% przedsiębiorstw średnich. Zdecydowanie z tym stwierdzeniem nie zgadza się aż 17,0% przedsiębiorstw sektora MSP – 17,5% średnich, 17,4% małych i 16,5% mikroprzedsiębiorstw (tabela 4.65).

Na odpowiedzi (5, 6, 7) świadczące o większej względem głównych konkurentów aktywności w Internecie wskazało tylko 9,5% przedsiębiorstw – 10,0% małych, 9,3% mikro- i 8,6% przedsiębiorstw średnich.

Tabela 4.65. Poziom aktywności przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w Internecie w porównaniu do głównych konkurentów według liczby pracujących

Wielkość	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
0–9	16,5	25,7	28,7	19,9	6,9	1,8	0,6	100,0
10–49	17,4	21,6	31,2	19,9	7,0	1,9	1,1	100,0
50–249	17,5	21,9	28,6	23,4	6,3	1,9	0,4	100,0
Razem	17,0	23,5	29,7	20,3	6,9	1,8	0,8	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Zgodnie z udzielonymi odpowiedziami największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że są aktywniejsi w Internecie w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), znajduje się w sekcji J, z tym że stanowią oni zaledwie 3,4% badanych przedsiębiorstw tej sekcji. W przypadku aż 9 sekcji PKD żadne spośród badanych przedsiębiorstw nie wyraziło takiego przekonania (tabela 4.66).

Ponadto w dwóch sekcjach PKD, nie odnotowano ani jednego wśród badanych przedsiębiorstw, które udzieliłoby odpowiedzi 1. Natomiast w przypadku pozostałych sekcji znacząca część próby badawczej wskazała tę odpowiedź. Spośród nich największy odsetek badanych przedsiębiorstw pochodzi z sekcji K (28,2%).

Tabela 4.66. Poziom aktywności przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w Internecie w porównaniu do głównych konkurentów według sekcji PKD

Sekcja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
A	23,2	25,0	26,8	17,9	3,6	1,8	1,8	100,0
B	0,0	0,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	100,0
C	16,9	25,4	30,4	17,6	6,4	2,4	0,9	100,0

Cd. tab. 4.66

Seksja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
D	0,0	26,3	47,4	15,8	5,3	5,3	0,0	100,0
E	23,5	20,6	11,8	32,4	11,8	0,0	0,0	100,0
F	17,9	23,6	30,6	19,7	6,6	1,3	0,4	100,0
G	18,6	21,4	27,4	21,7	7,9	2,3	0,7	100,0
H	15,8	14,5	43,4	23,7	1,3	1,3	0,0	100,0
I	10,0	22,9	34,3	21,4	7,1	2,9	1,4	100,0
J	5,2	34,5	34,5	17,2	5,2	0,0	3,4	100,0
K	28,2	17,9	25,6	20,5	5,1	0,0	2,6	100,0
L	14,0	23,0	34,0	16,0	8,0	3,0	2,0	100,0
M	14,6	26,8	31,8	17,8	5,7	1,9	1,3	100,0
N	19,4	22,2	26,4	20,8	8,3	2,8	0,0	100,0
O	9,7	38,7	25,8	16,1	9,7	0,0	0,0	100,0
P	14,8	11,1	29,6	40,7	3,7	0,0	0,0	100,0
Q	18,7	23,1	22,0	26,4	6,6	2,2	1,1	100,0
R	23,7	18,4	34,2	15,8	5,3	2,6	0,0	100,0
S	16,4	25,7	29,0	20,4	8,2	0,4	0,0	100,0
Razem	17,0	23,5	29,7	20,3	6,9	1,8	0,8	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że są aktywniejsi w Internecie w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), funkcjonuje w podregionie inowrocławskim, aczkolwiek tylko 1,1%. Z kolei w podregionie świeckim żadne spośród badanych przedsiębiorstw nie wyraziło takiego przekonania (tabela 4.67).

Najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw wskazujących odpowiedź 1 pochodzi z podregionu inowrocławskiego (14,5%), natomiast największy – z podregionu grudziądzkiego (23,3%).

Tabela 4.67. Poziom aktywności przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w Internecie w porównaniu do głównych konkurentów według podregionów

Podregion	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
Bydgosko-toruński	15,2	23,4	30,6	21,3	6,5	2,1	1,0	100,0
Grudziądzki	23,3	21,5	30,7	16,8	5,6	1,8	0,3	100,0
Włocławski	18,1	25,4	27,3	19,4	7,9	1,3	0,6	100,0
Inowrocławski	14,5	26,0	31,2	18,6	6,3	2,2	1,1	100,0
Świecki	21,3	19,1	20,6	26,5	12,5	0,0	0,0	100,0
Razem	17,0	23,5	29,7	20,3	6,9	1,8	0,8	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że są aktywniejsi w Internecie w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), jest zlokalizowanych w powiecie nakielskim (zaledwie 3,3%). W przypadku aż szesnastu powiatów (na dwadzieścia trzy w regionie) żadne spośród pochodzących z nich badanych przedsiębiorstw nie wyraziło takiego przekonania (tabela 4.68).

Najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw wskazujących odpowiedź 1 jest zlokalizowanych w powiecie toruńskim (9,2%). Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z powiatów radziejowskiego (36,4%), włocławskiego (34,9%) i golubsko-dobrzyńskiego (34,4%).

Tabela 4.68. Poziom aktywności przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w Internecie w porównaniu do głównych konkurentów według powiatów

Powiat	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
M. Bydgoszcz	13,9	24,7	29,4	20,6	7,9	2,5	0,9	100,0
M. Grudziądz	22,7	18,2	32,7	18,2	6,4	1,8	0,0	100,0
M. Toruń	18,9	19,9	31,4	23,0	4,9	1,4	0,5	100,0
M. Włocławek	14,1	23,8	31,6	18,4	9,2	1,9	1,0	100,0
Aleksandrowski	11,1	37,0	22,2	25,9	3,7	0,0	0,0	100,0
Brodnicki	23,1	24,6	21,5	15,4	9,2	4,6	1,5	100,0
Bydgoski	15,4	22,1	29,5	22,1	6,7	1,3	2,7	100,0
Chełmiński	21,7	30,4	30,4	13,0	4,3	0,0	0,0	100,0
Golubsko-dobrzyński	34,4	18,8	18,8	25,0	3,1	0,0	0,0	100,0
Grudziądzki	15,0	20,0	50,0	15,0	0,0	0,0	0,0	100,0
Inowrocławski	16,6	29,1	28,6	18,6	5,0	1,0	1,0	100,0
Lipnowski	21,4	21,4	21,4	28,6	7,1	0,0	0,0	100,0
Mogileński	12,5	20,0	37,5	12,5	15,0	2,5	0,0	100,0
Nakielski	11,5	24,6	34,4	19,7	3,3	3,3	3,3	100,0
Radziejowski	36,4	27,3	0,0	18,2	18,2	0,0	0,0	100,0
Rypiński	15,8	21,1	39,5	21,1	0,0	2,6	0,0	100,0
Sępoleński	11,1	11,1	33,3	33,3	11,1	0,0	0,0	100,0
Świecki	26,4	16,1	19,5	25,3	12,6	0,0	0,0	100,0
Toruński	9,2	29,9	37,9	17,2	2,3	3,4	0,0	100,0
Tucholski	12,5	27,5	20,0	27,5	12,5	0,0	0,0	100,0
Wąbrzeski	32,1	17,9	32,1	7,1	10,7	0,0	0,0	100,0
Włocławski	34,9	27,9	20,9	14,0	2,3	0,0	0,0	100,0
Żniński	12,3	21,5	32,3	21,5	7,7	4,6	0,0	100,0
Razem	17,0	23,5	29,7	20,3	6,9	1,8	0,8	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Skuteczność przedsiębiorstwa w obsłudze klientów w porównaniu do głównych konkurentów

Zaledwie 5,9% przedsiębiorstw sektora MSP regionu kujawsko-pomorskiego zdecydowanie zgadza się ze stwierdzeniem, że skuteczniej obsługuje klientów w porównaniu do głównych konkurentów. Takiej odpowiedzi udzieliło 10,8% średnich przedsiębiorstw, 5,4% mikroprzedsiębiorstw i 5,1% przedsiębiorstw małych. Zdecydowanie z tym stwierdzeniem nie zgadza się 2,9% przedsiębiorstw sektora MSP – 3,5% małych, 2,9% mikro- i 0,7% średnich (tabela 4.69).

Na odpowiedzi (5, 6, 7) świadczące o wyższej względem głównych konkurentów skuteczności w obsłudze klientów wskazało 42,4% przedsiębiorstw – 48,9% średnich, 43,4% małych i 39,8% mikroprzedsiębiorstw.

Tabela 4.69. Skuteczność przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w obsłudze klientów w porównaniu do głównych konkurentów według liczby pracujących

Wielkość	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
0–9	2,9	8,9	22,1	26,2	21,5	12,9	5,4	100,0
10–49	3,5	7,8	22,0	23,3	25,1	13,2	5,1	100,0
50–249	0,7	5,6	22,8	22,0	23,9	14,2	10,8	100,0
Razem	2,9	8,0	22,1	24,5	23,3	13,2	5,9	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Zgodnie z udzielonymi odpowiedziami największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że skuteczniej obsługuje klientów w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), znajduje się w sekcji H (10,5%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do sekcji A (1,8%), przy czym w przypadku sekcji B, P i R żadne spośród badanych przedsiębiorstw nie wyraziło takiego przekonania (tabela 4.70).

Ponadto w przypadku sześciu sekcji PKD, nie odnotowano ani jednego wśród badanych przedsiębiorstw, które udzieliłoby odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z sekcji N (8,5%) i sekcji P (7,4%).

Tabela 4.70. Skuteczność przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w obsłudze klientów w porównaniu do głównych konkurentów według sekcji PKD

Sekcja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
A	0,0	3,6	17,9	37,5	28,6	10,7	1,8	100,0
B	0,0	0,0	33,3	33,3	33,3	0,0	0,0	100,0
C	3,1	6,6	23,1	22,4	25,4	13,6	5,9	100,0
D	0,0	0,0	15,8	31,6	31,6	15,8	5,3	100,0
E	0,0	8,8	20,6	26,5	26,5	14,7	2,9	100,0

Cd. tab. 4.70

Sekcja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
F	5,7	9,2	21,8	24,5	21,4	9,6	7,9	100,0
G	1,8	9,5	20,4	25,3	24,1	12,9	6,0	100,0
H	1,3	9,2	19,7	25,0	26,3	7,9	10,5	100,0
I	1,4	4,3	18,6	25,7	32,9	12,9	4,3	100,0
J	6,9	5,2	31,0	25,9	17,2	10,3	3,4	100,0
K	0,0	12,8	23,1	25,6	10,3	25,6	2,6	100,0
L	4,0	8,0	24,0	19,0	24,0	17,0	4,0	100,0
M	2,5	4,5	20,4	22,9	24,2	20,4	5,1	100,0
N	8,5	4,2	16,9	26,8	23,9	11,3	8,5	100,0
O	6,5	6,5	25,8	25,8	12,9	12,9	9,7	100,0
P	7,4	18,5	29,6	14,8	11,1	18,5	0,0	100,0
Q	0,0	5,5	28,6	23,1	22,0	12,1	8,8	100,0
R	5,3	15,8	15,8	26,3	21,1	15,8	0,0	100,0
S	2,6	10,1	25,0	25,4	19,8	11,2	6,0	100,0
Razem	2,9	8,0	22,1	24,5	23,3	13,2	5,9	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że skuteczniej obsługuje klientów w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), funkcjonuje w podregionie włocławskim (24,9%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do podregionu bydgosko-toruńskiego (2,4%) (tabela 4.71).

Najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw wskazujących odpowiedź 1 pochodzi z podregionu inowrocławskiego (2,5%), natomiast największy – z podregionu świeckiego (3,7%).

Tabela 4.71. Skuteczność przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w obsłudze klientów w porównaniu do głównych konkurentów według podregionów

Podregion	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
Bydgosko-toruński	3,2	7,4	24,8	25,8	23,5	12,9	2,4	100,0
Grudziądzki	2,7	11,5	23,0	24,2	19,8	14,5	4,4	100,0
Włocławski	2,6	6,7	15,3	15,3	20,1	15,0	24,9	100,0
Inowrocławski	2,5	9,0	18,9	26,3	27,1	13,2	3,0	100,0
Świecki	3,7	5,9	19,9	30,1	27,2	8,1	5,1	100,0
Razem	2,9	8,0	22,1	24,5	23,3	13,2	5,9	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że skuteczniej obsługuje klientów w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), jest zlokalizowanych w powiecie miasta Włocławek (36,3%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, ma swoją siedzibę w powiecie miasta Bydgoszcz (1,9%), przy czym w powiatach aleksandrowskim, chełmińskim, mogileńskim radziejowskim, sępoleńskim i wąbrzeskim w ogóle nie odnotowano przedsiębiorstw o takim przekonaniu (tabela 4.72).

Ponadto w przypadku ośmiu spośród dwudziestu trzech powiatów, żadne zlokalizowane tam badane przedsiębiorstwo nie udzieliło odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z powiatów sępoleńskiego (11,1%) i wąbrzeskiego (10,7%).

Tabela 4.72. Skuteczność przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w obsłudze klientów w porównaniu do głównych konkurentów według powiatów

Powiat	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
M. Bydgoszcz	2,0	8,3	27,6	27,6	22,2	10,4	1,9	100,0
M. Grudziądz	3,6	12,7	20,0	20,0	18,2	21,8	3,6	100,0
M. Toruń	6,0	4,9	19,4	22,4	28,1	16,7	2,5	100,0
M. Włocławek	2,9	3,4	7,8	11,3	20,6	17,6	36,3	100,0
Aleksandrowski	0,0	25,9	25,9	14,8	14,8	18,5	0,0	100,0
Brodnicki	0,0	9,2	18,5	26,2	29,2	13,8	3,1	100,0
Bydgoski	1,3	10,1	29,5	26,8	18,8	10,1	3,4	100,0
Chełmiński	4,3	13,0	23,9	23,9	17,4	17,4	0,0	100,0
Golubsko-dobrzyński	0,0	6,3	21,9	31,3	18,8	12,5	9,4	100,0
Grudziądzki	0,0	10,0	25,0	30,0	10,0	10,0	15,0	100,0
Inowrocławski	2,5	10,1	20,1	26,6	24,6	13,1	3,0	100,0
Lipnowski	3,6	3,6	35,7	14,3	28,6	10,7	3,6	100,0
Mogileński	0,0	2,5	20,0	30,0	22,5	25,0	0,0	100,0
Nakielski	3,3	8,2	16,4	23,0	36,1	8,2	4,9	100,0
Radziejowski	0,0	0,0	27,3	63,6	9,1	0,0	0,0	100,0
Rypiński	0,0	7,9	34,2	23,7	21,1	5,3	7,9	100,0
Sępoleński	11,1	11,1	33,3	22,2	11,1	11,1	0,0	100,0
Świecki	4,6	8,0	16,1	34,5	26,4	6,9	3,4	100,0
Toruński	2,3	5,7	19,5	25,3	21,8	20,7	4,6	100,0
Tucholski	0,0	0,0	25,0	22,5	32,5	10,0	10,0	100,0
Wąbrzeski	10,7	21,4	28,6	25,0	14,3	0,0	0,0	100,0
Włocławski	2,3	14,0	27,9	23,3	18,6	7,0	7,0	100,0
Żniński	3,1	10,8	16,9	26,2	29,2	10,8	3,1	100,0
Razem	2,9	8,0	22,1	24,5	23,3	13,2	5,9	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Fachowość świadczonych przez przedsiębiorstwo usług w porównaniu do głównych konkurentów

7,3% przedsiębiorstw sektora MSP regionu kujawsko-pomorskiego zdecydowanie zgadza się ze stwierdzeniem, że bardziej fachowo świadczy usługi w porównaniu do głównych konkurentów. Takiej odpowiedzi udzieliło 15,6% średnich przedsiębiorstw, 6,8% mikroprzedsiębiorstw i 5,7% przedsiębiorstw małych. Zdecydowanie z tym stwierdzeniem nie zgadza się zaledwie 1,5% przedsiębiorstw sektora MSP – 1,8% małych, 1,4% mikro- i 1,1% średnich (tabela 4.73).

Na odpowiedzi (5, 6, 7) świadczące o wyższej względem głównych konkurentów fachowości świadczonych usług wskazało 45,8% przedsiębiorstw – 48,4% średnich, 47,0% mikro- i 44,1% przedsiębiorstw małych.

Tabela 4.73. Fachowość świadczonych przez przedsiębiorstwa regionu kujawsko-pomorskiego usług w porównaniu do głównych konkurentów według liczby pracujących

Wielkość	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
0–9	1,4	9,0	16,6	26,1	23,0	17,2	6,8	100,0
10–49	1,8	5,5	21,2	27,4	19,2	19,2	5,7	100,0
50–249	1,1	5,2	22,3	23,0	13,8	19,0	15,6	100,0
Razem	1,5	7,1	19,2	26,3	20,3	18,2	7,3	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Zgodnie z udzielonymi odpowiedziami największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że bardziej fachowo świadczy usługi w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), znajduje się w sekcjach Q (13,2%), N (11,1%) i H (10,5%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do sekcji A (1,8%), przy czym w przypadku sekcji B i D żadne spośród badanych przedsiębiorstw nie wyraziło takiego przekonania (tabela 4.74).

Ponadto w przypadku ośmiu sekcji PKD, nie odnotowano ani jednego wśród badanych przedsiębiorstw, które udzieliłoby odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z sekcji P (7,4%).

Tabela 4.74. Fachowość świadczonych przez przedsiębiorstwa regionu kujawsko-pomorskiego usług w porównaniu do głównych konkurentów według sekcji PKD

Sekcja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
A	1,8	5,4	10,7	37,5	25,0	17,9	1,8	100,0
B	0,0	0,0	66,7	0,0	33,3	0,0	0,0	100,0
C	1,6	7,1	19,3	25,9	20,7	17,2	8,2	100,0
D	0,0	0,0	10,5	26,3	36,8	26,3	0,0	100,0
E	0,0	8,8	26,5	23,5	20,6	14,7	5,9	100,0

Cd. tab. 4.74

Seksja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
F	0,9	9,6	17,9	25,8	14,8	21,8	9,2	100,0
G	1,7	7,0	18,9	24,6	20,7	20,9	6,2	100,0
H	0,0	2,6	22,4	26,3	21,1	17,1	10,5	100,0
I	0,0	5,7	10,0	28,6	32,9	15,7	7,1	100,0
J	1,7	1,7	22,4	31,0	15,5	22,4	5,2	100,0
K	0,0	10,3	23,1	20,5	17,9	25,6	2,6	100,0
L	3,0	7,0	21,0	25,0	15,0	20,0	9,0	100,0
M	0,0	3,2	17,8	22,9	21,0	26,1	8,9	100,0
N	4,2	6,9	20,8	22,2	23,6	11,1	11,1	100,0
O	3,2	12,9	6,5	38,7	19,4	12,9	6,5	100,0
P	7,4	3,7	33,3	11,1	18,5	18,5	7,4	100,0
Q	0,0	3,3	20,9	30,8	20,9	11,0	13,2	100,0
R	5,3	10,5	15,8	28,9	18,4	18,4	2,6	100,0
S	1,9	10,8	21,6	30,6	20,1	9,7	5,2	100,0
Razem	1,5	7,1	19,2	26,3	20,3	18,2	7,3	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że bardziej fachowo świadczy usługi w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), funkcjonuje w podregionie włocławskim (25,5%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do podregionu bydgosko-toruńskiego (3,9%) (tabela 4.75).

Najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw wskazujących odpowiedź 1 pochodzi z podregionu inowrocławskiego (0,8%), natomiast największy – z podregionu grudziądzkiego (2,9%).

Tabela 4.75. Fachowość świadczonych przez przedsiębiorstwa regionu kujawsko-pomorskiego usług w porównaniu do głównych konkurentów według podregionów

Podregion	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
Bydgosko-toruński	1,2	6,5	22,4	28,9	18,5	18,6	3,9	100,0
Grudziądzki	2,9	10,0	19,8	21,2	23,3	16,8	5,9	100,0
Włocławski	2,2	5,4	8,0	20,7	16,2	22,0	25,5	100,0
Inowrocławski	0,8	6,6	20,8	24,4	26,0	15,9	5,5	100,0
Świecki	1,5	9,6	10,3	33,8	23,5	16,2	5,1	100,0
Razem	1,5	7,1	19,2	26,3	20,3	18,2	7,3	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że bardziej fachowo świadczy usługi w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), jest zlokalizowanych w powiecie miasta Włocławek (37,6%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, ma swoją siedzibę w powiatach świeckim (3,4%) oraz miasta Bydgoszcz, miasta Toruń i wąbrzeskim (3,6%), przy czym w powiatach aleksandrowskim, lipnowskim, radziejowskim, rypińskim i sępoleńskim w ogóle nie odnotowano przedsiębiorstw o takim przekonaniu (tabela 4.76).

Ponadto w przypadku dziewięciu spośród dwudziestu trzech powiatów, żadne zlokalizowane tam badane przedsiębiorstwo nie udzieliło odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z powiatu wąbrzeskiego (10,7%).

Tabela 4.76. Fachowość świadczonych przez przedsiębiorstwa regionu kujawsko-pomorskiego usług w porównaniu do głównych konkurentów według powiatów

Powiat	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
M. Bydgoszcz	0,6	7,4	27,6	29,8	13,4	17,6	3,6	100,0
M. Grudziądz	5,5	9,1	22,7	17,3	18,2	21,8	5,5	100,0
M. Toruń	2,7	3,8	16,1	27,6	24,3	21,9	3,6	100,0
M. Włocławek	1,0	2,0	3,4	15,6	17,1	23,4	37,6	100,0
Aleksandrowski	3,7	14,8	29,6	18,5	14,8	18,5	0,0	100,0
Brodnicki	0,0	6,2	7,7	23,1	33,8	20,0	9,2	100,0
Bydgoski	0,7	10,7	22,8	28,2	18,1	15,4	4,0	100,0
Chełmiński	0,0	10,9	28,3	26,1	19,6	10,9	4,3	100,0
Golubsko-dobrzyński	3,1	6,3	21,9	18,8	28,1	15,6	6,3	100,0
Grudziądzki	0,0	15,0	15,0	25,0	20,0	10,0	15,0	100,0
Inowrocławski	0,5	6,0	21,1	27,1	24,6	15,1	5,5	100,0
Lipnowski	3,6	14,3	10,7	28,6	17,9	25,0	0,0	100,0
Mogileński	0,0	5,0	15,0	22,5	32,5	20,0	5,0	100,0
Nakielski	1,6	9,8	19,7	16,4	27,9	18,0	6,6	100,0
Radziejowski	0,0	9,1	9,1	54,5	27,3	0,0	0,0	100,0
Rypiński	0,0	7,9	26,3	18,4	26,3	21,1	0,0	100,0
Sępoleński	0,0	22,2	11,1	33,3	11,1	22,2	0,0	100,0
Świecki	2,3	10,3	11,5	32,2	21,8	18,4	3,4	100,0
Toruński	0,0	4,6	10,3	28,7	32,2	17,2	6,9	100,0
Tucholski	0,0	5,0	7,5	37,5	30,0	10,0	10,0	100,0
Wąbrzeski	10,7	25,0	14,3	28,6	17,9	0,0	3,6	100,0
Włocławski	7,0	9,3	14,0	32,6	9,3	20,9	7,0	100,0
Żniński	1,5	6,2	24,6	24,6	24,6	13,8	4,6	100,0
Razem	1,5	7,1	19,2	26,3	20,3	18,2	7,3	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Dbałość przedsiębiorstwa o wystrój lokalu obsługi klienta i o atrakcyjne jego wyposażenie w porównaniu do głównych konkurentów

Zaledwie 5,5% przedsiębiorstw sektora MSP regionu kujawsko-pomorskiego zdecydowanie zgadza się ze stwierdzeniem, że bardziej dba o wystrój lokalu obsługi klienta i o atrakcyjne jego wyposażenie w porównaniu do głównych konkurentów. Takiej odpowiedzi udzieliło 12,7% średnich przedsiębiorstw, 4,9% mikroprzedsiębiorstw i 4,2% przedsiębiorstw małych. Zdecydowanie z tym stwierdzeniem nie zgadza się zbliżona liczba przedsiębiorstw sektora MSP, mianowicie 4,9% – 7,9% małych, 3,0% mikro- i 1,9% średnich (tabela 4.77).

Na odpowiedzi (5, 6, 7) świadczące o większej względem głównych konkurentów dbałości o wystrój lokalu obsługi klienta i o atrakcyjne jego wyposażenie wskazało 35,8% przedsiębiorstw – 37,9% mikro-, 38,0% średnich, i 32,9% przedsiębiorstw małych.

Tabela 4.77. Dbałość przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego o wystrój lokalu obsługi klienta i o atrakcyjne jego wyposażenie w porównaniu do głównych konkurentów według liczby pracujących

Wielkość	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
0–9	3,0	10,9	20,5	27,8	22,4	10,6	4,9	100,0
10–49	7,9	5,8	22,3	31,2	20,1	8,6	4,2	100,0
50–249	1,9	5,6	24,3	30,2	16,0	9,3	12,7	100,0
Razem	4,9	8,1	21,7	29,5	20,7	9,6	5,5	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Zgodnie z udzielonymi odpowiedziami największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że bardziej dba o wystrój lokalu obsługi klienta i o atrakcyjne jego wyposażenie w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), znajduje się w sekcjach E i Q (8,8%) oraz w sekcji N (8,5%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do sekcji J (1,7%), przy czym w przypadku sekcji B żadne spośród badanych przedsiębiorstw nie wyraziło takiego przekonania (tabela 4.78).

Ponadto w przypadku siedmiu sekcji PKD, nie odnotowano ani jednego wśród badanych przedsiębiorstw, które udzieliłoby odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z sekcji N (9,9%) i sekcji J (8,6%).

Tabela 4.78. Dbłość przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego o wystrój lokalu obsługi klienta i o atrakcyjne jego wyposażenie w porównaniu do głównych konkurentów według sekcji PKD

Seksja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
A	0,0	10,7	16,1	39,3	17,9	12,5	3,6	100,0
B	0,0	0,0	66,7	33,3	0,0	0,0	0,0	100,0
C	5,9	7,3	18,8	30,8	23,3	8,7	5,2	100,0
D	0,0	0,0	15,8	36,8	36,8	5,3	5,3	100,0
E	0,0	2,9	41,2	23,5	20,6	2,9	8,8	100,0
F	7,0	10,9	22,3	31,4	16,6	7,9	3,9	100,0
G	6,0	9,4	20,2	29,3	19,7	9,7	5,7	100,0
H	7,9	9,2	23,7	28,9	17,1	6,6	6,6	100,0
I	0,0	5,7	18,6	28,6	32,9	8,6	5,7	100,0
J	8,6	3,4	22,4	36,2	20,7	6,9	1,7	100,0
K	0,0	5,1	23,1	30,8	23,1	12,8	5,1	100,0
L	3,0	6,0	26,0	26,0	19,0	13,0	7,0	100,0
M	6,4	3,2	24,2	28,0	17,8	15,9	4,5	100,0
N	9,9	9,9	19,7	25,4	16,9	9,9	8,5	100,0
O	6,5	3,2	19,4	29,0	25,8	12,9	3,2	100,0
P	7,4	14,8	14,8	29,6	18,5	11,1	3,7	100,0
Q	0,0	8,8	17,6	27,5	29,7	7,7	8,8	100,0
R	5,3	13,2	15,8	31,6	23,7	5,3	5,3	100,0
S	1,5	9,0	28,0	26,9	19,0	9,7	6,0	100,0
Razem	4,9	8,1	21,7	29,5	20,7	9,6	5,5	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że bardziej dba o wystrój lokalu obsługi klienta i o atrakcyjne jego wyposażenie w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), funkcjonuje w podregionie włocławskim (25,2%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do podregionu bydgosko-toruńskiego (2,2%) (tabela 4.79).

Najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw wskazujących odpowiedź 1 pochodzi z podregionu inowrocławskiego (1,6%), natomiast największy – z podregionu bydgosko-toruńskiego (6,8%).

Tabela 4.79. Dbłość przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego o wystrój lokalu obsługi klienta i o atrakcyjne jego wyposażenie w porównaniu do głównych konkurentów według podregionów

Podregion	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
Bydgosko-toruński	6,8	6,3	24,1	32,7	20,0	7,9	2,2	100,0
Grudziądzki	3,2	12,1	24,5	23,0	22,7	12,1	2,4	100,0
Włocławski	3,8	8,3	14,4	19,5	16,3	12,5	25,2	100,0
Inowrocławski	1,6	8,8	21,1	31,8	23,6	10,4	2,7	100,0
Świecki	3,7	12,5	11,0	33,1	25,0	9,6	5,1	100,0
Razem	4,9	8,1	21,7	29,5	20,7	9,6	5,5	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że bardziej dba o wystrój lokalu obsługi klienta i o atrakcyjne jego wyposażenie w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), jest zlokalizowanych w powiecie miasta Włocławek (36,3%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, ma swoją siedzibę w powiatach miasta Grudziądz (0,9%), miasta Toruń (1,6%) i brodnickim (1,5%), przy czym w powiatach radziejowskim i wąbrzeskim w ogóle nie odnotowano przedsiębiorstw o takim przekonaniu (tabela 4.80).

Ponadto w przypadku dziesięciu spośród dwudziestu trzech powiatów, żadne zlokalizowane tam badane przedsiębiorstwo nie udzieliło odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z powiatów miasta Toruń (12,0%) i wąbrzeskiego (10,7%).

Tabela 4.80. Dbłość przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego o wystrój lokalu obsługi klienta i o atrakcyjne jego wyposażenie w porównaniu do głównych konkurentów według powiatów

Powiat	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
M. Bydgoszcz	5,5	4,7	29,1	35,7	16,2	6,8	1,9	100,0
M. Grudziądz	4,5	12,7	26,4	21,8	20,0	13,6	0,9	100,0
M. Toruń	12,0	6,0	18,9	30,6	21,6	9,3	1,6	100,0
M. Włocławek	4,4	4,4	10,3	14,7	14,7	15,2	36,3	100,0
Aleksandrowski	0,0	25,9	22,2	22,2	18,5	3,7	7,4	100,0
Brodnicki	0,0	3,1	20,0	26,2	27,7	21,5	1,5	100,0
Bydgoski	1,3	12,1	21,5	31,5	22,8	6,7	4,0	100,0
Chełmiński	4,3	13,0	32,6	17,4	23,9	6,5	2,2	100,0
Golubsko-dobrzyński	0,0	18,8	25,0	21,9	15,6	15,6	3,1	100,0
Grudziądzki	5,0	10,0	20,0	30,0	20,0	10,0	5,0	100,0
Inowrocławski	2,5	8,0	24,6	30,7	22,1	9,5	2,5	100,0
Lipnowski	0,0	14,3	21,4	28,6	21,4	10,7	3,6	100,0

Cd. tab. 4.80

Powiat	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
Mogileński	0,0	2,5	20,0	30,0	27,5	17,5	2,5	100,0
Nakielski	0,0	11,5	18,0	36,1	19,7	11,5	3,3	100,0
Radziejowski	0,0	0,0	18,2	54,5	27,3	0,0	0,0	100,0
Rypiński	0,0	5,3	21,1	28,9	31,6	5,3	7,9	100,0
Sępoleński	0,0	22,2	11,1	22,2	33,3	0,0	11,1	100,0
Świecki	5,7	13,8	10,3	29,9	24,1	12,6	3,4	100,0
Toruński	3,4	9,2	13,8	21,8	35,6	12,6	3,4	100,0
Tucholski	0,0	7,5	12,5	42,5	25,0	5,0	7,5	100,0
Wąbrzeski	10,7	32,1	21,4	17,9	17,9	0,0	0,0	100,0
Włocławski	7,0	14,0	23,3	25,6	16,3	9,3	4,7	100,0
Żniński	1,5	12,3	13,8	32,3	29,2	7,7	3,1	100,0
Razem	4,9	8,1	21,7	29,5	20,7	9,6	5,5	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

4.5. Wynikowe elementy konkurencyjności przedsiębiorstw

Stopień zadowolenia klientów przedsiębiorstwa w porównaniu do głównych konkurentów

14,3% przedsiębiorstw sektora MSP regionu kujawsko-pomorskiego zdecydowanie zgadza się ze stwierdzeniem, że posiada bardziej zadowolonych klientów niż ich główni konkurenci. Taką odpowiedź udzieliło 19,7% średnich przedsiębiorstw, 16,2% mikroprzedsiębiorstw i najmniej, bo 10,9% przedsiębiorstw małych. Zdecydowanie z tym stwierdzeniem nie zgadza się zaledwie 1,2% przedsiębiorstw sektora MSP – 1,7% małych, 0,8% mikro i 0,7% średnich (tabela 4.81).

Na odpowiedzi (5, 6, 7) świadczące o wyższym względem głównych konkurentów poziomie zadowolenia klientów wskazało aż 66,3% przedsiębiorstw – 73,2% średnich, 66,1% małych i 64,9% mikroprzedsiębiorstw.

Tabela 4.81. Stopień zadowolenia klientów przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego względem głównych konkurentów według liczby pracujących

Wielkość	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
0–9	0,8	3,3	9,9	21,0	21,5	27,2	16,2	100,0
10–49	1,7	2,8	10,4	19,1	26,5	28,7	10,9	100,0
50–249	0,7	1,1	7,1	17,8	28,6	24,9	19,7	100,0
Razem	1,2	2,8	9,8	19,8	24,4	27,6	14,3	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Zgodnie z udzielonymi odpowiedziami największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że posiada bardziej zadowolonych klientów niż ich główni konkurenci (wskazana odpowiedź 7), znajduje się w sekcji O (35,5%) i w sekcji B (33,3%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do sekcji P (3,7%) i sekcji J (6,9%) (tabela 4.82).

Ponadto aż w przypadku połowy sekcji PKD, tj. dziesięciu spośród dwudziestu, żadne badane przedsiębiorstwo nie udzieliło odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z sekcji N (2,8%) i sekcji K (2,6%).

Tabela 4.82. Stopień zadowolenia klientów przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego względem głównych konkurentów według sekcji PKD

Sekcja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
A	1,8	1,8	14,3	14,3	26,8	26,8	14,3	100,0
B	0,0	0,0	0,0	33,3	33,3	0,0	33,3	100,0
C	0,9	2,6	9,2	20,9	23,1	27,5	15,8	100,0
D	0,0	0,0	0,0	21,1	15,8	42,1	21,1	100,0
E	0,0	8,8	11,8	5,9	38,2	23,5	11,8	100,0
F	1,3	2,2	14,0	17,9	23,6	28,4	12,7	100,0
G	1,7	2,7	9,2	20,4	24,1	28,1	13,9	100,0
H	0,0	5,3	11,8	17,1	21,1	28,9	15,8	100,0
I	0,0	0,0	5,7	22,9	37,1	21,4	12,9	100,0
J	1,7	6,9	13,8	29,3	20,7	20,7	6,9	100,0
K	2,6	5,1	10,3	15,4	25,6	25,6	15,4	100,0
L	0,0	4,0	10,0	25,0	18,0	31,0	12,0	100,0
M	0,0	0,6	5,7	16,6	32,5	31,2	13,4	100,0
N	2,8	1,4	6,9	19,4	27,8	26,4	15,3	100,0
O	0,0	3,2	0,0	16,1	16,1	29,0	35,5	100,0
P	0,0	3,7	7,4	25,9	29,6	29,6	3,7	100,0
Q	2,2	2,2	12,1	15,4	26,4	29,7	12,1	100,0
R	0,0	5,3	7,9	23,7	39,5	13,2	10,5	100,0
S	1,5	3,7	11,9	20,4	19,0	26,8	16,7	100,0
Razem	1,2	2,8	9,8	19,8	24,4	27,6	14,3	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że posiada bardziej zadowolonych klientów niż ich główni konkurenci (wskazana odpowiedź 7), funkcjonuje w podregionie włocławskim (30,5%), a następnie w podregionie świeckim (20,6%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do podregionu bydgosko-toruńskiego (9,2%) (tabela 4.83).

Najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw wskazujących odpowiedź 1 pochodzi z podregionu inowrocławskiego (0,5%), natomiast największy – z podregionu włocławskiego (2,2%).

Tabela 4.83. Stopień zadowolenia klientów przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego względem głównych konkurentów według podregionów

Podregion	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
Bydgosko-toruński	0,9	2,3	10,6	22,2	26,4	28,3	9,2	100,0
Grudziądzki	1,8	5,3	11,8	15,6	24,8	26,3	14,5	100,0
Włocławski	2,2	4,1	5,7	13,7	18,4	25,4	30,5	100,0
Inowrocławski	0,5	1,9	9,9	19,5	25,8	27,1	15,3	100,0
Świecki	1,5	0,7	7,4	23,5	15,4	30,9	20,6	100,0
Razem	1,2	2,8	9,8	19,8	24,4	27,6	14,3	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że posiada bardziej zadowolonych klientów niż ich główni konkurenci (wskazana odpowiedź 7), jest zlokalizowanych w powiecie miasta Włocławek (35,4%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, ma swoją siedzibę w powiatach miasta Bydgoszcz (6,8%), wąbrzeskim (7,1%) i miasta Grudziądz (7,3%) (tabela 4.84).

Ponadto w przypadku większości, bo aż trzynastu spośród dwudziestu trzech powiatów, żadne zlokalizowane tam badane przedsiębiorstwo nie udzieliło odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z powiatów wąbrzeskiego (3,6%), miasta Włocławek (3,4%) i brodnickiego (3,1%).

Tabela 4.84. Stopień zadowolenia klientów przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego względem głównych konkurentów według powiatów

Powiat	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
M. Bydgoszcz	0,9	2,5	10,7	26,0	27,7	25,4	6,8	100,0
M. Grudziądz	2,7	5,5	13,6	20,9	27,3	22,7	7,3	100,0
M. Toruń	1,1	1,9	10,7	20,2	26,2	31,4	8,5	100,0
M. Włocławek	3,4	1,9	2,9	9,2	19,9	27,2	35,4	100,0
Aleksandrowski	0,0	18,5	7,4	22,2	11,1	25,9	14,8	100,0
Brodnicki	3,1	3,1	3,1	12,3	21,5	29,2	27,7	100,0
Bydgoski	0,7	3,4	11,4	18,1	22,1	26,2	18,1	100,0
Chełmiński	0,0	2,2	15,2	10,9	28,3	28,3	15,2	100,0
Golubsko-dobrzyński	0,0	6,3	9,4	9,4	40,6	21,9	12,5	100,0
Grudziądzki	0,0	5,0	10,0	25,0	30,0	20,0	10,0	100,0
Inowrocławski	0,5	2,0	9,0	19,1	31,7	21,6	16,1	100,0

Cd. tab. 4.84

Powiat	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
Lipnowski	0,0	10,7	10,7	10,7	10,7	35,7	21,4	100,0
Mogileński	0,0	0,0	7,5	22,5	17,5	37,5	15,0	100,0
Nakielski	1,6	4,9	4,9	23,0	26,2	26,2	13,1	100,0
Radziejowski	0,0	0,0	18,2	36,4	18,2	9,1	18,2	100,0
Rypiński	0,0	2,6	13,2	15,8	10,5	36,8	21,1	100,0
Sępoleński	0,0	0,0	22,2	22,2	22,2	22,2	11,1	100,0
Świecki	2,3	1,1	8,0	21,8	12,6	34,5	19,5	100,0
Toruński	0,0	1,1	8,0	10,3	25,3	40,2	14,9	100,0
Tucholski	0,0	0,0	2,5	27,5	20,0	25,0	25,0	100,0
Wąbrzeski	3,6	17,9	21,4	10,7	14,3	25,0	7,1	100,0
Włocławski	0,0	2,3	11,6	25,6	20,9	14,0	25,6	100,0
Żniński	0,0	0,0	18,5	15,4	12,3	38,5	15,4	100,0
Razem	1,2	2,8	9,8	19,8	24,4	27,6	14,3	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Wzrost udziału w rynku przedsiębiorstwa w porównaniu do głównych konkurentów

7,4% przedsiębiorstw sektora MSP regionu kujawsko-pomorskiego zdecydowanie zgadza się ze stwierdzeniem, że ich udział w rynku rośnie w porównaniu do głównych konkurentów. Taką odpowiedź udzieliło 8,9% średnich przedsiębiorstw, 8,0% mikroprzedsiębiorstw i najmniej, bo 6,3% przedsiębiorstw małych. Zdecydowanie z tym stwierdzeniem nie zgadza się tylko 4,5% przedsiębiorstw sektora MSP – 6,2% małych, 3,7% mikro i 1,5% średnich (tabela 4.85).

Na odpowiedzi (5, 6, 7) świadczące o większym względem głównych konkurentów wzroście udziału w rynku wskazała niespełna połowa przedsiębiorstw, tj. 47,6% – 57,3% średnich, 48,2% małych i 44,7% mikroprzedsiębiorstw.

Tabela 4.85. Wzrost udziału w rynku przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według liczby pracujących

Wielkość	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
0–9	3,7	11,0	19,0	21,7	18,4	18,3	8,0	100,0
10–49	6,2	8,4	15,6	21,6	26,5	15,4	6,3	100,0
50–249	1,5	6,3	16,0	19,0	25,7	22,7	8,9	100,0
Razem	4,5	9,4	17,2	21,4	22,6	17,6	7,4	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Zgodnie z udzielonymi odpowiedziami największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że ich udział w rynku rośnie w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), znajduje się w sekcji B (33,3%) i w sekcji O (32,3%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do sekcji J (3,4%), a w przypadku sekcji P żadne spośród badanych przedsiębiorstw nie wyraziło takiego przekonania (tabela 4.86).

Ponadto w przypadku sześciu sekcji PKD, nie odnotowano ani jednego wśród badanych przedsiębiorstw, które udzieliłoby odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z sekcji R (7,9%), sekcji P (7,4%) i sekcji G (7,2%).

Tabela 4.86. Wzrost udziału w rynku przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według sekcji PKD

Sekcja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
A	0,0	5,4	25,0	8,9	35,7	17,9	7,1	100,0
B	0,0	0,0	33,3	33,3	0,0	0,0	33,3	100,0
C	4,0	8,0	16,0	18,6	25,9	19,5	8,0	100,0
D	0,0	10,5	21,1	10,5	26,3	26,3	5,3	100,0
E	0,0	5,9	23,5	26,5	20,6	14,7	8,8	100,0
F	5,7	9,2	16,6	20,1	24,5	17,0	7,0	100,0
G	7,2	9,5	17,6	25,3	19,7	16,4	4,3	100,0
H	3,9	7,9	18,4	17,1	34,2	10,5	7,9	100,0
I	0,0	11,4	17,1	31,4	17,1	14,3	8,6	100,0
J	6,9	3,4	19,0	34,5	19,0	13,8	3,4	100,0
K	2,6	17,9	12,8	20,5	17,9	23,1	5,1	100,0
L	5,0	11,0	16,0	22,0	26,0	15,0	5,0	100,0
M	1,9	7,0	16,6	22,3	28,7	16,6	7,0	100,0
N	5,6	11,1	19,4	18,1	25,0	15,3	5,6	100,0
O	0,0	12,9	16,1	9,7	12,9	16,1	32,3	100,0
P	7,4	7,4	25,9	33,3	18,5	7,4	0,0	100,0
Q	1,1	11,0	13,2	27,5	16,5	18,7	12,1	100,0
R	7,9	18,4	26,3	5,3	18,4	15,8	7,9	100,0
S	3,3	10,8	15,6	17,1	18,2	23,4	11,5	100,0
Razem	4,5	9,4	17,2	21,4	22,6	17,6	7,4	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że ich udział w rynku rośnie w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), funkcjonuje w podregionie włocławskim (16,8%), a następnie w podregionie świeckim (10,3%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych

przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do podregionu bydgosko-toruńskiego (4,5%) (tabela 4.87).

Najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw wskazujących odpowiedź 1 pochodzi z podregionu inowrocławskiego (3,0%), natomiast największy – z podregionu włocławskiego (7,9%).

Tabela 4.87. Wzrost udziału w rynku przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według podregionów

Podregion	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
Bydgosko-toruński	4,0	10,3	17,3	23,0	25,1	15,7	4,5	100,0
Grudziądzki	4,4	10,9	16,8	20,9	19,5	20,6	6,8	100,0
Włocławski	7,9	7,3	14,3	16,5	21,9	15,2	16,8	100,0
Inowrocławski	3,0	7,7	20,0	23,0	18,6	19,5	8,2	100,0
Świecki	5,1	5,9	16,9	14,0	20,6	27,2	10,3	100,0
Razem	4,5	9,4	17,2	21,4	22,6	17,6	7,4	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że ich udział w rynku rośnie w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), jest zlokalizowanych w powiatach miasta Włocławek (21,8%) i tucholskim (17,5%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, ma swoją siedzibę w powiatach miasta Grudziądz i miasta Toruń (3,6%), przy czym w powiatach lipnowskim i sępoleńskim w ogóle nie odnotowano przedsiębiorstw o takim przekonaniu (tabela 4.88).

Ponadto w przypadku ośmiu spośród dwudziestu trzech powiatów, żadne zlokalizowane tam badane przedsiębiorstwo nie udzieliło odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z powiatu miasta Włocławek (11,7%).

Tabela 4.88. Wzrost udziału w rynku przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według powiatów

Powiat	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
M. Bydgoszcz	3,6	12,4	20,8	19,7	27,2	12,1	4,1	100,0
M. Grudziądz	7,3	10,0	14,5	25,5	27,3	11,8	3,6	100,0
M. Toruń	6,8	8,2	12,8	28,7	23,2	16,7	3,6	100,0
M. Włocławek	11,7	6,3	8,7	14,6	22,3	14,6	21,8	100,0
Aleksandrowski	0,0	14,8	22,2	18,5	22,2	14,8	7,4	100,0
Brodnicki	3,1	3,1	15,4	20,0	16,9	29,2	12,3	100,0
Bydgoski	0,7	10,7	17,4	25,5	19,5	21,5	4,7	100,0
Chełmiński	4,3	21,7	15,2	17,4	8,7	26,1	6,5	100,0
Golubsko-dobrzyński	0,0	12,5	12,5	18,8	31,3	18,8	6,3	100,0

Cd. tab. 4.88

Powiat	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
Grudziądzki	0,0	10,0	20,0	30,0	10,0	25,0	5,0	100,0
Inowrocławski	3,5	8,0	19,1	27,6	17,6	17,6	6,5	100,0
Lipnowski	0,0	3,6	21,4	17,9	28,6	28,6	0,0	100,0
Mogileński	2,5	2,5	20,0	20,0	17,5	27,5	10,0	100,0
Nakielski	4,9	11,5	23,0	13,1	21,3	19,7	6,6	100,0
Radziejowski	0,0	9,1	27,3	27,3	27,3	0,0	9,1	100,0
Rypiński	2,6	5,3	18,4	13,2	18,4	34,2	7,9	100,0
Sępoleński	0,0	22,2	22,2	22,2	11,1	22,2	0,0	100,0
Świecki	8,0	6,9	13,8	12,6	18,4	32,2	8,0	100,0
Toruński	1,1	3,4	10,3	19,5	26,4	27,6	11,5	100,0
Tucholski	0,0	0,0	22,5	15,0	27,5	17,5	17,5	100,0
Wąbrzeski	7,1	21,4	32,1	17,9	7,1	7,1	7,1	100,0
Włocławski	2,3	9,3	27,9	20,9	14,0	14,0	11,6	100,0
Żniński	0,0	6,2	20,0	20,0	20,0	20,0	13,8	100,0
Razem	4,5	9,4	17,2	21,4	22,6	17,6	7,4	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Poziom przychodów przedsiębiorstwa w porównaniu do głównych konkurentów

Tylko 7,4% przedsiębiorstw sektora MSP regionu kujawsko-pomorskiego zdecydowanie zgadza się ze stwierdzeniem, że ich przychody są wyższe w porównaniu do głównych konkurentów. Taką odpowiedź udzieliło 8,9% średnich przedsiębiorstw, 7,8% mikroprzedsiębiorstw i najmniej, bo 6,6% przedsiębiorstw małych. Zdecydowanie z tym stwierdzeniem nie zgadza się niewiele mniejszy odsetek przedsiębiorstw sektora MSP, bo 6,3% – 8,0% małych, 5,6% mikro i 2,6% średnich (tabela 4.89).

Na odpowiedzi (5, 6, 7) świadczące o wyższym w porównaniu do głównych konkurentów poziomie uzyskiwanych przychodów wskazała mniejszość, tj. 37,0% przedsiębiorstw – 49,1% średnich, 36,3% mikroprzedsiębiorstw i 34,8% przedsiębiorstw małych.

Tabela 4.89. Poziom przychodów przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według liczby pracujących

Wielkość	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
0–9	5,6	14,2	21,3	22,7	18,6	9,9	7,8	100,0
10–49	8,0	11,0	19,8	26,5	18,3	9,9	6,6	100,0
50–249	2,6	9,7	19,3	19,3	29,0	11,2	8,9	100,0
Razem	6,3	12,3	20,4	23,9	19,6	10,0	7,4	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Zgodnie z udzielonymi odpowiedziami największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że ich przychody są wyższe w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), znajduje się w sekcji D (15,8%) i w sekcji K (15,4%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do sekcji H (2,6%), N (2,8%) i E (2,9%), a w przypadku sekcji B żadne spośród badanych przedsiębiorstw nie wyraziło takiego przekonania (tabela 4.90).

Ponadto w przypadku czterech sekcji PKD, nie odnotowano ani jednego wśród badanych przedsiębiorstw, które udzieliłoby odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z sekcji G (9,2%) i sekcji N (8,3%).

Tabela 4.90. Poziom przychodów przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według sekcji PKD

Sekcja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
A	0,0	3,6	28,6	21,4	25,0	14,3	7,1	100,0
B	0,0	33,3	0,0	33,3	0,0	33,3	0,0	100,0
C	5,9	10,6	20,5	22,4	20,7	11,1	8,9	100,0
D	0,0	10,5	21,1	31,6	15,8	5,3	15,8	100,0
E	2,9	5,9	32,4	23,5	17,6	14,7	2,9	100,0
F	7,4	10,5	21,8	26,2	16,6	9,6	7,9	100,0
G	9,2	13,7	21,4	23,7	19,6	7,2	5,2	100,0
H	2,6	11,8	19,7	22,4	30,3	10,5	2,6	100,0
I	2,9	10,0	25,7	34,3	11,4	5,7	10,0	100,0
J	5,2	13,8	19,0	32,8	12,1	12,1	5,2	100,0
K	2,6	15,4	17,9	23,1	17,9	7,7	15,4	100,0
L	7,0	13,0	19,0	20,0	24,0	12,0	5,0	100,0
M	3,2	14,0	14,0	27,4	24,8	10,2	6,4	100,0
N	8,3	15,3	20,8	16,7	23,6	12,5	2,8	100,0
O	0,0	6,5	12,9	32,3	16,1	25,8	6,5	100,0
P	7,4	3,7	25,9	40,7	18,5	0,0	3,7	100,0

Cd. tab. 4.90

Sekcja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
Q	5,5	8,8	17,6	27,5	18,7	8,8	13,2	100,0
R	5,3	18,4	31,6	18,4	10,5	10,5	5,3	100,0
S	6,3	16,0	17,2	19,0	17,5	12,7	11,2	100,0
Razem	6,3	12,3	20,4	23,9	19,6	10,0	7,4	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że ich przychody są wyższe w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), funkcjonuje w podregionie świeckim (12,5%), a następnie w podregionie włocławskim (11,1%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do podregionów grudziądzkiego (6,2%), inowrocławskiego (6,3%) i bydgosko-toruńskiego (6,5%) (tabela 4.91).

Najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw wskazujących odpowiedź 1 pochodzi również z podregionu inowrocławskiego (3,3%), a także grudziądzkiego (3,8%), natomiast największy – z podregionu włocławskiego (12,4%).

Tabela 4.91. Poziom przychodów przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według podregionów

Podregion	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
Bydgosko-toruński	6,3	11,3	23,0	24,5	19,8	8,6	6,5	100,0
Grudziądzki	3,8	16,8	18,3	20,9	20,4	13,6	6,2	100,0
Włocławski	12,4	10,2	14,3	23,2	18,5	10,2	11,1	100,0
Inowrocławski	3,3	14,0	20,0	25,8	20,3	10,4	6,3	100,0
Świecki	5,9	11,0	17,6	22,8	16,9	13,2	12,5	100,0
Razem	6,3	12,3	20,4	23,9	19,6	10,0	7,4	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że ich przychody są wyższe w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), jest zlokalizowanych w powiatach miasta Włocławek (24,6%), toruńskim (24,4%) i świeckim (23,8%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, ma swoją siedzibę w powiatach nakielskim (6,1%) i lipnowskim (6,4%), przy czym w powiecie radziejowskim w ogóle nie odnotowano przedsiębiorstw o takim przekonaniu (tabela 4.92).

Ponadto w przypadku ośmiu spośród dwudziestu trzech powiatów, żadne zlokalizowane tam badane przedsiębiorstwo nie udzieliło odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z powiatów wąbrzeskiego (4,5%) i miasta Włocławek (4,2%).

Tabela 4.92. Poziom przychodów przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według powiatów

Powiat	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
M. Bydgoszcz	1,6	7,4	19,7	25,7	25,3	11,8	8,5	100,0
M. Grudziądz	1,2	10,0	15,8	23,9	27,5	11,5	10,0	100,0
M. Toruń	2,1	4,5	15,9	25,1	25,8	14,5	12,1	100,0
M. Włocławek	4,2	4,6	7,6	20,9	21,2	16,7	24,6	100,0
Aleksandrowski	2,0	9,8	20,6	15,7	19,6	11,8	20,6	100,0
Brodnicki	0,0	4,1	14,5	16,6	25,9	26,9	12,1	100,0
Bydgoski	1,2	4,3	18,3	24,5	24,8	11,9	15,0	100,0
Chełmiński	2,2	7,7	11,5	21,9	21,9	19,7	15,3	100,0
Golubsko-dobrzyński	0,0	9,0	9,0	26,9	22,4	22,4	10,4	100,0
Grudziądzki	0,0	9,2	10,3	9,2	28,7	34,5	8,0	100,0
Inowrocławski	1,4	6,3	16,0	30,7	28,0	9,4	8,2	100,0
Lipnowski	0,9	5,5	16,4	29,1	36,4	5,5	6,4	100,0
Mogileński	0,0	4,4	13,3	17,8	25,0	20,0	19,4	100,0
Nakielski	0,4	11,4	18,4	28,1	19,7	15,8	6,1	100,0
Radziejowski	0,0	4,3	13,0	34,8	21,7	26,1	0,0	100,0
Rypiński	0,0	7,3	9,1	19,5	33,5	22,0	8,5	100,0
Sępoleński	0,0	12,5	28,1	37,5	0,0	0,0	21,9	100,0
Świecki	1,8	5,2	7,1	17,8	22,3	22,0	23,8	100,0
Toruński	0,7	2,5	9,7	20,9	23,7	18,0	24,4	100,0
Tucholski	0,6	3,7	22,2	27,2	18,5	14,8	13,0	100,0
Wąbrzeski	4,5	15,7	23,6	22,5	5,6	20,2	7,9	100,0
Włocławski	0,6	4,6	15,4	32,0	25,7	13,7	8,0	100,0
Żniński	0,0	6,8	10,3	15,1	22,3	28,8	16,8	100,0
Razem	1,6	6,2	15,4	24,0	24,6	15,1	13,0	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Wzrost przychodów przedsiębiorstwa w porównaniu do głównych konkurentów

Zaledwie 6,1% przedsiębiorstw sektora MSP regionu kujawsko-pomorskiego zdecydowanie zgadza się ze stwierdzeniem, że ich przychody rosną w porównaniu do głównych konkurentów. Taką odpowiedź udzieliło 10,4% średnich przedsiębiorstw, 5,6% małych i 5,4% mikroprzedsiębiorstw. Zdecydowanie z tym stwierdzeniem nie zgadza się nieco większy odsetek przedsiębiorstw sektora MSP, mianowicie 6,5% – 8,0% małych, 6,0% mikro i 3,0% średnich (tabela 4.93).

Na odpowiedzi (5, 6, 7) świadczące o wyższym względem głównych konkurentów wzroście przychodów wskazało 36,3% przedsiębiorstw – 49,8% średnich, 34,6% mikro i 34,3% przedsiębiorstw małych.

Tabela 4.93. Wzrost przychodów przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według liczby pracujących

Wielkość	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
0–9	6,0	14,5	21,3	23,6	18,1	11,1	5,4	100,0
10–49	8,0	10,7	20,6	26,5	20,2	8,5	5,6	100,0
50–249	3,0	10,8	15,6	20,8	28,6	10,8	10,4	100,0
Razem	6,5	12,5	20,3	24,5	20,2	10,0	6,1	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Zgodnie z udzielonymi odpowiedziami największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że ich przychody rosną w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), znajduje się w sekcji Q (9,9%) i w sekcji O (9,7%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do sekcji H (2,6%), przy czym aż w trzech sekcjach, tj. B, D i R żadne spośród badanych przedsiębiorstw nie wyraziło takiego przekonania (tabela 4.94).

Ponadto w przypadku trzech sekcji PKD, nie odnotowano ani jednego wśród badanych przedsiębiorstw, które udzieliłoby odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z sekcji G (9,7%).

Tabela 4.94. Wzrost przychodów przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według sekcji PKD

Sekcja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
A	5,4	12,5	16,1	26,8	21,4	12,5	5,4	100,0
B	0,0	0,0	33,3	0,0	66,7	0,0	0,0	100,0
C	5,4	9,9	21,2	22,6	19,3	13,2	8,5	100,0
D	0,0	21,1	15,8	26,3	21,1	15,8	0,0	100,0
E	2,9	11,8	35,3	14,7	20,6	5,9	8,8	100,0
F	7,9	11,8	24,0	25,3	18,3	7,4	5,2	100,0
G	9,7	12,5	19,7	26,1	19,7	7,4	4,8	100,0
H	2,6	11,8	21,1	26,3	32,9	2,6	2,6	100,0
I	5,7	10,0	18,6	37,1	11,4	11,4	5,7	100,0
J	5,2	19,0	17,2	31,0	13,8	8,6	5,2	100,0
K	5,1	7,7	15,4	20,5	38,5	7,7	5,1	100,0
L	7,0	16,0	21,0	19,0	25,0	9,0	3,0	100,0
M	3,2	10,3	17,9	26,9	25,6	10,9	5,1	100,0

Cd. tab. 4.94

Seksja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
N	6,9	13,9	19,4	22,2	19,4	13,9	4,2	100,0
O	0,0	3,2	19,4	16,1	38,7	12,9	9,7	100,0
P	7,4	11,1	22,2	40,7	11,1	3,7	3,7	100,0
Q	4,4	11,0	22,0	23,1	17,6	12,1	9,9	100,0
R	5,3	18,4	26,3	23,7	5,3	21,1	0,0	100,0
S	6,0	17,2	17,9	20,9	17,5	11,6	9,0	100,0
Razem	6,5	12,5	20,3	24,5	20,2	10,0	6,1	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że ich przychody rosną w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), funkcjonuje w podregionie włocławskim (11,2%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do podregionu inowrocławskiego (4,4%) (tabela 4.95).

Najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw wskazujących odpowiedź 1 pochodzi z podregionów grudziądzkiego (4,1%) i również inowrocławskiego (4,4%), natomiast największy – z podregionu włocławskiego (13,1%).

Tabela 4.95. Wzrost przychodów przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według podregionów

Podregion	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
Bydgosko-toruński	6,1	12,5	21,4	25,5	21,1	8,2	5,2	100,0
Grudziądzki	4,1	15,0	17,1	26,0	18,3	13,3	6,2	100,0
Włocławski	13,1	10,9	18,2	17,6	16,6	12,5	11,2	100,0
Inowrocławski	4,4	12,3	23,0	26,6	20,0	9,3	4,4	100,0
Świecki	6,6	9,6	16,2	22,1	25,0	14,0	6,6	100,0
Razem	6,5	12,5	20,3	24,5	20,2	10,0	6,1	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że ich przychody rosną w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), jest zlokalizowanych w powiatach toruńskim (16,1%) i miasta Włocławek (15,7%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, ma swoją siedzibę w powiecie żnińskim (1,5%), przy czym w powiatach lipnowskim, radziejowskim i sępoleńskim w ogóle nie odnotowano przedsiębiorstw o takim przekonaniu (tabela 4.96).

Ponadto w przypadku siedmiu spośród dwudziestu trzech powiatów, żadne zlokalizowane tam badane przedsiębiorstwo nie udzieliło odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z powiatów miasta Włocławek (18,6%) i wąbrzeskiego (14,3%).

Tabela 4.96. Wzrost przychodów przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według powiatów

Powiat	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
M. Bydgoszcz	6,1	15,0	22,7	24,6	20,3	8,7	2,7	100,0
M. Grudziądz	6,4	17,3	20,9	23,6	17,3	10,0	4,5	100,0
M. Toruń	7,9	9,8	18,9	27,0	22,4	7,4	6,6	100,0
M. Włocławek	18,6	8,3	14,7	15,2	15,2	12,3	15,7	100,0
Aleksandrowski	0,0	18,5	33,3	14,8	11,1	18,5	3,7	100,0
Brodnicki	0,0	10,8	13,8	26,2	27,7	16,9	4,6	100,0
Bydgoski	4,0	12,1	26,8	23,5	20,1	7,4	6,0	100,0
Chełmiński	4,3	17,4	13,0	30,4	8,7	17,4	8,7	100,0
Golubsko-dobrzyński	3,1	12,5	12,5	28,1	15,6	18,8	9,4	100,0
Grudziądzki	0,0	10,0	20,0	20,0	15,0	25,0	10,0	100,0
Inowrocławski	7,0	13,1	22,1	29,1	18,6	6,0	4,0	100,0
Lipnowski	3,6	10,7	28,6	25,0	21,4	10,7	0,0	100,0
Mogileński	0,0	5,0	25,0	22,5	20,0	17,5	10,0	100,0
Nakielski	1,6	14,8	27,9	24,6	21,3	4,9	4,9	100,0
Radziejowski	0,0	18,2	0,0	36,4	27,3	18,2	0,0	100,0
Rypiński	0,0	18,4	7,9	34,2	23,7	7,9	7,9	100,0
Sępoleński	0,0	33,3	11,1	22,2	33,3	0,0	0,0	100,0
Świecki	9,2	4,6	14,9	19,5	26,4	18,4	6,9	100,0
Toruński	1,1	6,9	13,8	29,9	23,0	9,2	16,1	100,0
Tucholski	2,5	15,0	20,0	27,5	20,0	7,5	7,5	100,0
Wąbrzeski	14,3	14,3	32,1	17,9	14,3	3,6	3,6	100,0
Włocławski	4,7	16,3	23,3	20,9	20,9	9,3	4,7	100,0
Żniński	1,5	12,3	20,0	23,1	23,1	18,5	1,5	100,0
Razem	6,5	12,5	20,3	24,5	20,2	10,0	6,1	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Poziom zysków przedsiębiorstwa w porównaniu do głównych konkurentów

Zaledwie 4,3% przedsiębiorstw sektora MSP regionu kujawsko-pomorskiego zdecydowanie zgadza się ze stwierdzeniem, że ich zyski są wyższe w porównaniu do głównych konkurentów. Taką odpowiedź udzieliło 7,4% średnich przedsiębiorstw, 3,9% mikroprzedsiębiorstw i 3,8% przedsiębiorstw małych. Zdecydowanie z tym stwierdzeniem nie zgadza się znacznie więcej przedsiębiorstw sektora MSP, bo 7,4% – 9,5% małych, 6,1% mikro i 4,5% średnich (tabela 4.97).

Na odpowiedzi (5, 6, 7) świadczące o wyższym względem głównych konkurentów poziomie zysków wskazała niespełna trzecia część przedsiębiorstw, tj. 30,9% – 46,5% średnich, 29,3% mikro i 28,4% przedsiębiorstw małych.

Tabela 4.97. Poziom zysków przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według liczby pracujących

Wielkość	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
0–9	6,1	14,8	24,6	25,2	17,0	8,4	3,9	100,0
10–49	9,5	9,9	22,6	29,4	15,8	8,8	3,8	100,0
50–249	4,5	8,2	16,4	24,5	27,9	11,2	7,4	100,0
Razem	7,4	12,0	22,8	26,9	17,7	8,9	4,3	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Zgodnie z udzielonymi odpowiedziami największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że ich zyski są wyższe w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), znajduje się w sekcji O (9,7%) i w sekcji Q (8,8%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do sekcji L (1,0%) i sekcji H (1,3%), przy czym w przypadku aż czterech sekcji PKD, tj. A, B, E i R żadne spośród badanych przedsiębiorstw nie wyraziło takiego przekonania (tabela 4.98).

Ponadto w przypadku czterech sekcji PKD, nie odnotowano ani jednego wśród badanych przedsiębiorstw, które udzieliłoby odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z sekcji G (10,4%) i sekcji J (10,3%).

Tabela 4.98. Poziom zysków przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według sekcji PKD

Sekcja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
A	3,6	7,1	23,2	28,6	30,4	7,1	0,0	100,0
B	0,0	0,0	33,3	33,3	33,3	0,0	0,0	100,0
C	7,1	9,9	23,5	24,0	19,8	9,6	6,1	100,0
D	0,0	21,1	15,8	31,6	21,1	5,3	5,3	100,0
E	0,0	26,5	29,4	5,9	32,4	5,9	0,0	100,0
F	8,7	12,2	27,1	28,4	13,5	7,0	3,1	100,0
G	10,4	13,4	22,1	25,1	17,2	7,5	4,3	100,0
H	5,3	13,2	23,7	32,9	18,4	5,3	1,3	100,0
I	4,3	12,9	20,0	34,3	12,9	12,9	2,9	100,0
J	10,3	10,3	15,5	34,5	13,8	10,3	5,2	100,0
K	7,7	7,7	12,8	28,2	33,3	5,1	5,1	100,0
L	9,0	15,0	26,0	22,0	17,0	10,0	1,0	100,0
M	3,8	11,5	19,7	29,3	22,3	9,6	3,8	100,0

Cd. tab. 4.98

Sekcja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
N	9,7	6,9	26,4	22,2	13,9	15,3	5,6	100,0
O	0,0	12,9	16,1	25,8	22,6	12,9	9,7	100,0
P	7,4	11,1	33,3	37,0	7,4	0,0	3,7	100,0
Q	5,5	6,6	18,7	35,2	15,4	9,9	8,8	100,0
R	7,9	13,2	31,6	21,1	15,8	10,5	0,0	100,0
S	5,2	13,4	22,4	29,5	14,2	11,2	4,1	100,0
Razem	7,4	12,0	22,8	26,9	17,7	8,9	4,3	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że ich zyski są wyższe w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), funkcjonuje w podregionie włocławskim (10,2%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do podregionu inowrocławskiego (2,7%) (tabela 4.99).

Najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw wskazujących odpowiedź 1 pochodzi z podregionu inowrocławskiego (4,4%), natomiast największy – z podregionu włocławskiego (14,0%).

Tabela 4.99. Poziom zysków przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według podregionów

Podregion	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
Bydgosko-toruński	7,3	12,6	24,2	27,9	16,8	8,2	3,0	100,0
Grudziądzki	5,3	14,7	18,9	28,0	17,4	10,3	5,3	100,0
Włocławski	14,0	10,5	18,2	18,8	17,2	11,1	10,2	100,0
Inowrocławski	4,4	10,4	27,7	27,4	20,0	7,4	2,7	100,0
Świecki	5,9	7,4	18,4	32,4	22,1	10,3	3,7	100,0
Razem	7,4	12,0	22,8	26,9	17,7	8,9	4,3	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że ich zyski są wyższe w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), jest zlokalizowanych w powiatach brodnickim (15,0%) i lipnowskim (14,6%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, ma swoją siedzibę w powiecie golubsko-dobrzyńskim (1,3%), przy czym w powiatach chełmińskim, mogileńskim, radziejowskim, sępoleńskim i włocławskim w ogóle nie odnotowano przedsiębiorstw o takim przekonaniu (tabela 4.100).

Ponadto w przypadku sześciu spośród dwudziestu trzech powiatów, żadne zlokalizowane tam badane przedsiębiorstwo nie udzieliło odpowiedzi 1.

Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z powiatów lipnowskiego (20,5%) i wąbrzeskiego (17,9%).

Tabela 4.100. Poziom zysków przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według powiatów

Powiat	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
M. Bydgoszcz	0,0	29,6	22,2	14,8	18,5	7,4	7,4	100,0
M. Grudziądz	0,0	9,2	20,0	27,7	26,2	12,3	4,6	100,0
M. Toruń	4,0	15,4	28,2	22,8	16,8	8,1	4,7	100,0
M. Włocławek	6,5	17,4	15,2	32,6	13,0	13,0	2,2	100,0
Aleksandrowski	3,1	18,8	9,4	28,1	25,0	12,5	3,1	100,0
Brodnicki	0,0	10,0	10,0	40,0	0,0	25,0	15,0	100,0
Bydgoski	7,5	11,1	28,1	27,1	18,1	5,0	3,0	100,0
Chełmiński	3,6	17,9	21,4	28,6	25,0	3,6	0,0	100,0
Golubsko-dobrzyński	7,1	15,4	24,4	28,0	15,6	8,2	1,3	100,0
Grudziądzki	7,3	16,4	20,9	23,6	19,1	6,4	6,4	100,0
Inowrocławski	10,4	8,2	24,0	27,6	18,9	7,4	3,6	100,0
Lipnowski	20,5	6,8	13,7	15,1	15,6	13,7	14,6	100,0
Mogileński	0,0	5,0	25,0	27,5	27,5	15,0	0,0	100,0
Nakielski	1,6	14,8	24,6	27,9	18,0	9,8	3,3	100,0
Radziejowski	0,0	18,2	27,3	36,4	9,1	9,1	0,0	100,0
Rypiński	2,6	10,5	26,3	36,8	7,9	10,5	5,3	100,0
Sępoleński	11,1	11,1	44,4	11,1	11,1	11,1	0,0	100,0
Świecki	6,9	8,0	12,6	29,9	28,7	11,5	2,3	100,0
Toruński	1,1	5,7	16,1	36,8	17,2	12,6	10,3	100,0
Tucholski	2,5	5,0	25,0	42,5	10,0	7,5	7,5	100,0
Wąbrzeski	17,9	21,4	21,4	17,9	14,3	3,6	3,6	100,0
Włocławski	2,3	9,3	32,6	27,9	20,9	7,0	0,0	100,0
Żniński	0,0	7,7	30,8	27,7	23,1	7,7	3,1	100,0
Razem	7,4	12,0	22,8	26,9	17,7	8,9	4,3	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Wzrost zysków przedsiębiorstwa w porównaniu do głównych konkurentów

Tylko 3,7% przedsiębiorstw sektora MSP regionu kujawsko-pomorskiego zdecydowanie zgadza się ze stwierdzeniem, że ich zyski rosną w porównaniu do głównych konkurentów. Taką odpowiedź udzieliło 7,8% średnich przedsiębiorstw, 3,3% mikroprzedsiębiorstw i najmniej, bo 3,0% przedsiębiorstw

małych. Zdecydowanie z tym stwierdzeniem nie zgadza się dwa razy więcej przedsiębiorstw sektora MSP, a mianowicie 7,3% – 9,7% małych, 6,2% mikro i 3,0% średnich (tabela 4.101).

Na odpowiedzi (5, 6, 7) świadczące o wyższym względem głównych konkurentów wzroście zysków wskazało 30,8% przedsiębiorstw – 45,7% średnich, 28,9% małych i 28,8% mikroprzedsiębiorstw.

Tabela 4.101. Wzrost zysków przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według liczby pracujących

Wielkość	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
0–9	6,2	15,7	24,0	25,2	18,3	7,2	3,3	100,0
10–49	9,7	9,9	22,1	29,3	16,5	9,4	3,0	100,0
50–249	3,0	6,7	20,8	23,8	26,0	11,9	7,8	100,0
Razem	7,3	12,3	22,8	26,8	18,4	8,7	3,7	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Zgodnie z udzielonymi odpowiedziami największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że ich zyski rosną w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), znajduje się w sekcji O (6,5%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do sekcji L (1,0%), przy czym w przypadku sekcji B, D i R żadne spośród badanych przedsiębiorstw nie wyraziło takiego przekonania (tabela 4.102).

Ponadto w przypadku trzech sekcji PKD, nie odnotowano ani jednego wśród badanych przedsiębiorstw, które udzieliłoby odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z sekcji N i P (11,1%) oraz sekcji L (11,0%).

Tabela 4.102. Wzrost zysków przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według sekcji PKD

Sekcja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
A	0,0	12,5	30,4	25,0	16,1	14,3	1,8	100,0
B	0,0	33,3	0,0	33,3	33,3	0,0	0,0	100,0
C	6,6	12,9	22,1	22,6	21,4	9,2	5,2	100,0
D	5,3	5,3	21,1	42,1	10,5	15,8	0,0	100,0
E	2,9	17,6	26,5	26,5	17,6	2,9	5,9	100,0
F	9,6	11,8	26,2	24,5	16,2	7,9	3,9	100,0
G	9,7	11,5	22,6	27,8	16,6	8,0	3,8	100,0
H	5,3	13,2	26,3	31,6	18,4	3,9	1,3	100,0
I	5,7	7,1	20,0	40,0	12,9	10,0	4,3	100,0
J	6,9	8,6	19,0	36,2	12,1	12,1	5,2	100,0
K	2,6	7,7	23,1	33,3	28,2	0,0	5,1	100,0

Cd. tab. 4.102

Sekcja PKD	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
L	11,0	13,0	18,0	23,0	24,0	10,0	1,0	100,0
M	3,8	12,2	21,2	28,2	22,4	10,3	1,9	100,0
N	11,1	13,9	22,2	20,8	16,7	12,5	2,8	100,0
O	0,0	9,7	22,6	22,6	29,0	9,7	6,5	100,0
P	11,1	11,1	29,6	25,9	11,1	7,4	3,7	100,0
Q	5,5	11,0	24,2	29,7	16,5	7,7	5,5	100,0
R	2,6	18,4	31,6	21,1	21,1	5,3	0,0	100,0
S	6,7	14,6	21,3	27,6	17,9	9,0	3,0	100,0
Razem	7,3	12,3	22,8	26,8	18,4	8,7	3,7	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że ich zyski rosną w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), funkcjonuje w podregionie włocławskim (10,2%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, należy do podregionu bydgosko-toruńskiego (2,4%) (tabela 4.103).

Najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw wskazujących odpowiedź 1 pochodzi z podregionu inowrocławskiego (4,7%), natomiast największy – z podregionu włocławskiego (14,7%).

Tabela 4.103. Wzrost zysków przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według podregionów

Podregion	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
Bydgosko-toruński	7,0	12,0	24,9	27,0	19,3	7,3	2,4	100,0
Grudziądzki	5,0	13,0	23,9	26,0	18,9	10,0	3,2	100,0
Włocławski	14,7	12,1	14,7	19,2	15,0	14,1	10,2	100,0
Inowrocławski	4,7	12,9	23,6	30,7	17,8	7,7	2,7	100,0
Świecki	5,9	11,0	18,4	34,6	18,4	8,1	3,7	100,0
Razem	7,3	12,3	22,8	26,8	18,4	8,7	3,7	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy odsetek badanych przedsiębiorstw w pełni przekonanych, że ich zyski rosną w porównaniu do głównych konkurentów (wskazana odpowiedź 7), jest zlokalizowanych w powiatach miasta Włocławek (14,2%), sępoleńskim (11,1%) i toruńskim (10,3%). Z kolei najmniejszy odsetek badanych przedsiębiorstw, mających takie przekonanie, ma swoją siedzibę w powiatach miasta Bydgoszcz (1,3%), brodnickim (1,5%), żnińskim (1,5%) i nakielskim (1,6%), przy czym w powiatach lipnowskim i sępoleńskim w ogóle nie odnotowano przedsiębiorstw o takim przekonaniu (tabela 4.104).

Ponadto w przypadku czterech spośród dwudziestu trzech powiatów, żadne zlokalizowane tam badane przedsiębiorstwo nie udzieliło odpowiedzi 1. Natomiast największy odsetek badanych przedsiębiorstw, wskazujących tę odpowiedź, pochodzi z powiatu miasta Włocławek (20,6%).

Tabela 4.104. Wzrost zysków przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w porównaniu do głównych konkurentów według powiatów

Powiat	% wskazań							Razem
	1	2	3	4	5	6	7	
M. Bydgoszcz	6,8	13,7	25,8	26,8	18,3	7,4	1,3	100,0
M. Grudziądz	6,4	12,7	21,8	23,6	22,7	8,2	4,5	100,0
M. Toruń	10,7	8,7	24,9	27,3	18,9	7,1	2,5	100,0
M. Włocławek	20,6	7,4	11,3	16,7	13,7	16,2	14,2	100,0
Aleksandrowski	7,4	18,5	33,3	14,8	11,1	11,1	3,7	100,0
Brodnicki	1,5	7,7	23,1	32,3	21,5	12,3	1,5	100,0
Bydgoski	2,7	16,8	26,8	22,8	22,8	5,4	2,7	100,0
Chełmiński	6,5	19,6	28,3	19,6	10,9	13,0	2,2	100,0
Golubsko-dobrzyński	9,4	9,4	9,4	34,4	18,8	9,4	9,4	100,0
Grudziądzki	0,0	10,0	20,0	25,0	20,0	20,0	5,0	100,0
Inowrocławski	5,5	12,6	24,6	30,2	15,1	8,0	4,0	100,0
Lipnowski	7,1	17,9	14,3	32,1	10,7	17,9	0,0	100,0
Mogileński	2,5	10,0	20,0	27,5	30,0	10,0	0,0	100,0
Nakielski	6,6	16,4	19,7	34,4	13,1	8,2	1,6	100,0
Radziejowski	0,0	9,1	27,3	27,3	36,4	0,0	0,0	100,0
Rypiński	0,0	10,5	36,8	28,9	15,8	7,9	0,0	100,0
Sępoleński	11,1	0,0	22,2	44,4	11,1	0,0	11,1	100,0
Świecki	6,9	13,8	13,8	31,0	20,7	11,5	2,3	100,0
Toruński	1,1	5,7	14,9	34,5	23,0	10,3	10,3	100,0
Tucholski	2,5	7,5	27,5	40,0	15,0	2,5	5,0	100,0
Wąbrzeski	10,7	25,0	28,6	17,9	14,3	3,6	0,0	100,0
Włocławski	0,0	27,9	16,3	23,3	20,9	7,0	4,7	100,0
Żniński	1,5	12,3	26,2	30,8	23,1	4,6	1,5	100,0
Razem	7,3	12,3	22,8	26,8	18,4	8,7	3,7	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

5. PRODUKTYWNOŚĆ MIKRO, MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW

5.1. Zarys teoretyczny

Zagadnienie produktywności należy do elementarnych kategorii w naukach ekonomicznych. Wzrost produktywności jest postrzegany we współczesnym świecie jako jedno z najważniejszych źródeł wzrostu ekonomicznego, postępu społecznego i poprawy poziomu życia społeczeństwa.

Produktywność wyraża efektywność ponoszonych nakładów i ma kluczowe znaczenie dla rozwoju gospodarek narodowych, gałęzi i indywidualnych przedsiębiorstw, gdyż pozwala ocenić stan rozwoju oraz wpływ poszczególnych elementów na wyniki.

Produktywność to stosunek ilości wytworzonej oraz sprzedanej produkcji w rozpatrywanym okresie do ilości wykorzystywanych i/lub zużytych w tym okresie zasobów wejściowych (Kosieradzka, 2012). Produktywność przedsiębiorstwa jest złożonym wskaźnikiem, na który wpływa wiele czynników. Teoria produktywności rozwinęła się w kierunku mierzenia wydajności poszczególnych czynników produkcji (Łukiewska, 2014, s. 145–158). Rozróżnić można produktywność (Piętowska-Laska, 2012, s. 82–91):

- całkowitą – czyli stosunek całkowitej ilości produkcji do łącznej ilości zasobów zużytych lub wykorzystywanych do jej wytworzenia,
- cząstkową – czyli stosunek całkowitej ilości produkcji (lub ilości produktów poszczególnych rodzajów) do ilości poszczególnych rodzajów zasobów zużytych bądź wykorzystywanych do ich wytworzenia; można więc mówić o produktywności kapitału, pracy, materiałów, energii.

Celem produktywności w przedsiębiorstwie jest dynamizacja efektywności gospodarowania, osiąganie potrzebnej przewagi konkurencyjnej na rynkach krajowych i międzynarodowych. Wzrost produktywności czynników produkcji jest podstawą przetrwania i rozwoju przedsiębiorstwa w dłuższym okresie i równocześnie czynnikiem kształtującym jego bieżącą i przyszłą wartość. Z tego względu wielu ekonomistów, między innymi M. E. Porter (Porter, 2001), utożsamia produktywność z konkurencyjnością.

Produktywność jest podstawową miarą efektywności wykorzystania zasobów (Acemoglu & Zilibotti, 2001, s. 563–606). Rachunek produktywności obejmuje relacje zachodzące między efektami produkcji a czynnikami zaangażowanymi w jej wytworzenie (Schoar, 2002, s. 2379–2403). Porównanie wielkości

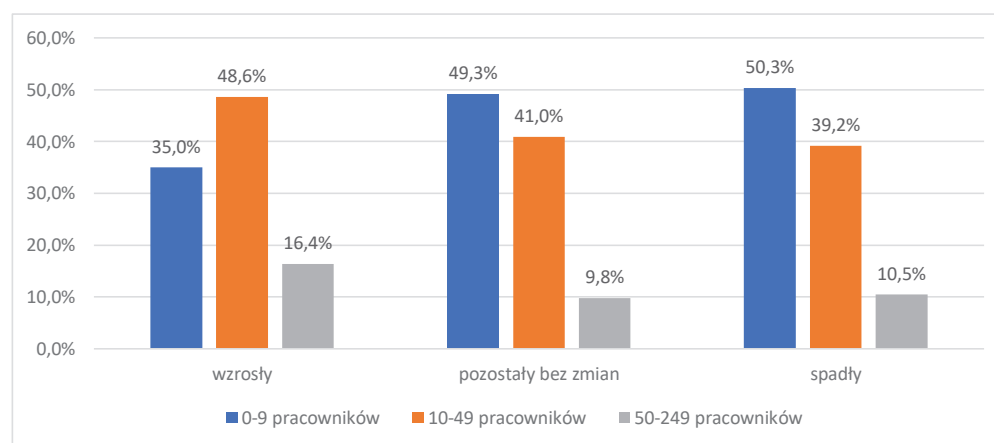
produkcji i wielkości zasobów pracy pozwala zidentyfikować przewagi wydajnościowe.

A. Stabryła wskazuje na produktywność standardową i strukturalną. Produktywność standardowa, ujmując w postaci relacji całkowitych przychodów ze sprzedaży do kosztu (wartości) wykorzystanego czynnika wytwórczego (zasobu). Produktywność standardowa nie pozwala na ustalenie zdolności do generowania efektów przez daną działalność, a służy jedynie do porównania w czasie wskaźnika wartości sprzedaży, jaka przypada na jednostkę pieniężną zaangażowanego czynnika wytwórczego. Z kolei produktywność strukturalna wyraża zdolność do generowania efektów przez poszczególne typy działalności przedsiębiorstwa (Stabryła, 2000).

W analizie produktywności przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego pod uwagę wzięto zmiany w latach 2016–2018 w obrębie: przychodów, kosztów, ilości wytworzonych dóbr i produktywności.

5.2. Przychody przedsiębiorstw

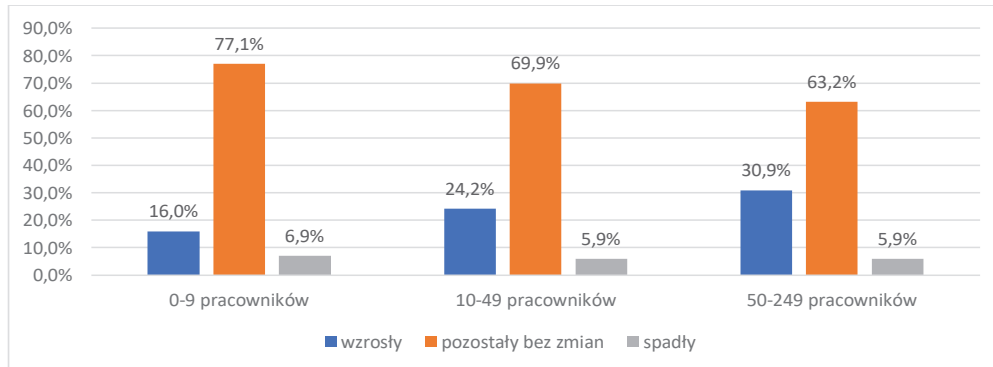
Dokonując analizy zmian w przychodach przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego, biorących udział w badaniu zapytano czy w latach 2016–2018 ich przychody wzrosły, pozostały bez zmian czy zmalały. Najliczniejszą grupę wskazującą, że ich przychody w ostatnich trzech latach wzrosły stanowią małe przedsiębiorstwa – 48,6% wskazań. 35% mikro przedsiębiorstw zadeklarowało wzrost przychodów, a tylko 16,4% średnich przedsiębiorstw. Wśród przedsiębiorstw, których przychody pozostały bez zmian znalazło się 49,3% mikro przedsiębiorstw, 41% małych przedsiębiorstw i 9,8% średnich przedsiębiorstw. Z kolei w grupie przedsiębiorstw, które zauważyły spadek przychodów w ostatnich trzech latach znalazło się 50,3% mikro przedsiębiorstw, 39,2% małych przedsiębiorstw i 10,5% średnich przedsiębiorstw (wykres 5.1).



Wykres 5.1. Zmiany w przychodach przedsiębiorstw w latach 2016–2018 według liczby zatrudnionych
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

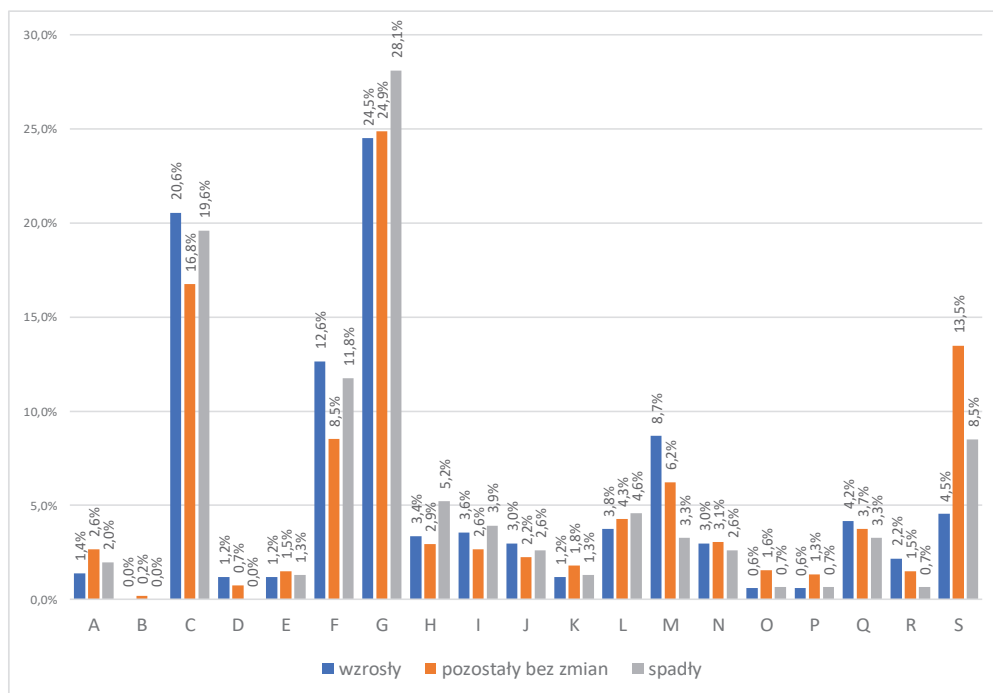
Analizując zmiany w poziomie przychodów w podziale na wielkość zatrudnienia, najliczniejszą grupę wśród mikro przedsiębiorstw stanowią te, których przychody pozostały bez zmian – 77,1% wskazań, z kolei 16,0% deklaruje, że

ich przychody wzrosły a 6,9%, – że spadły. Wśród małych przedsiębiorstw 69,9% z badanych deklaruje, że ich przychody pozostały bez zmian, 24,2% – że wzrosły a 5,9% – że zmalały. W grupie średnich przedsiębiorstw 63,2% wskazuje, że ich przychody pozostały bez zmian, 30,9% – że wzrosły a 5,9%, że ich przychody spadły (wykres 5.2).



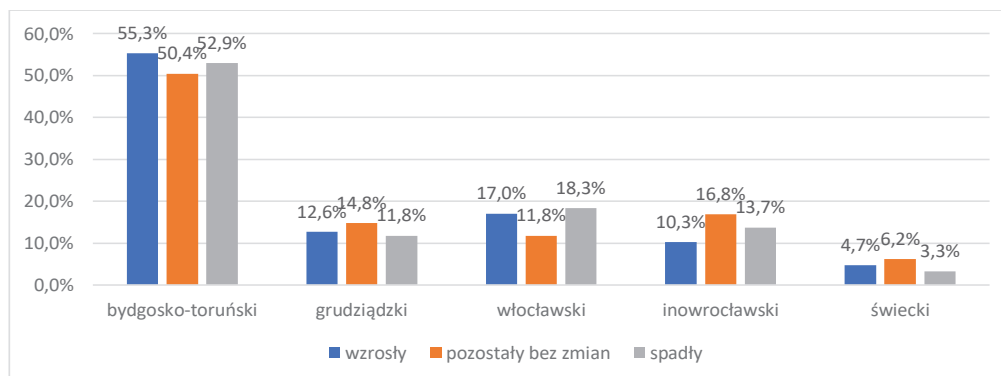
Wykres 5.2. Zmiany w przychodach przedsiębiorstw w latach 2016–2018 według liczby zatrudnionych
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Wyniki przeprowadzonego badania pokazują, że wśród przedsiębiorstw, które deklarują, że ich przychody w latach 2016–2018 wzrosły znajdują się głównie należące do sekcji G (24,5%), sekcji C (20,6%) oraz sekcji F (12,6%). Przedsiębiorstwa, których reprezentanci stwierdzają, że ich przychody w ostatnich trzech latach pozostawały bez zmian należą głównie do sekcji G (24,9%), sekcji C (16,8%) oraz sekcji S (13,5%). Natomiast w grupie przedsiębiorstw, których przychody spadły znalazły się głównie należące do sekcji: G (28,1%), sekcji C (19,6%) oraz sekcji F (11,8%) (wykres 5.3.).



Wykres 5.3. Zmiany w przychodach przedsiębiorstw w latach 2016–2018 według sekcji PKD
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

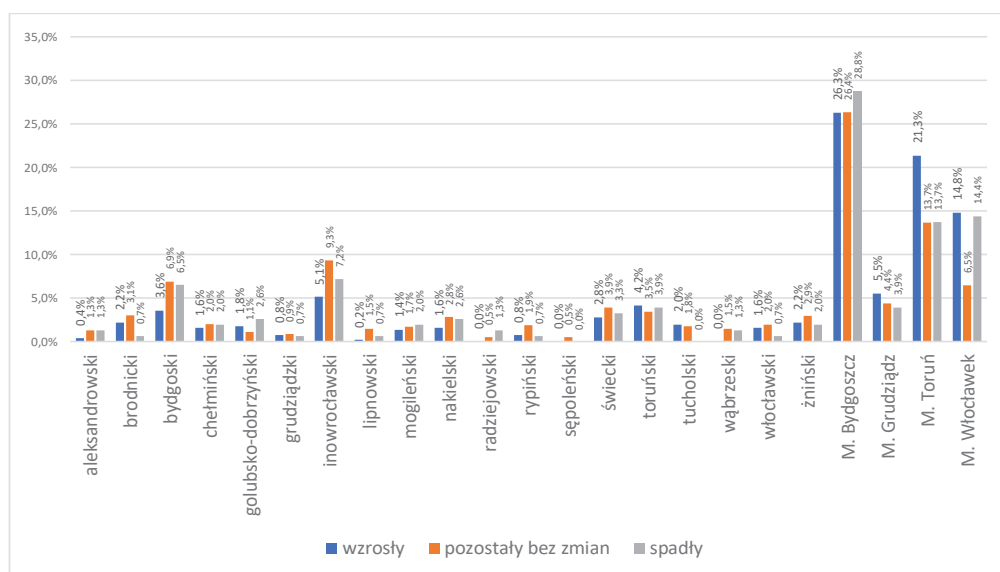
Największy udział wśród przedsiębiorstw deklarujących, że ich przychody w latach 2016–2018 wzrosły, znajduje się w podregionie bydgosko-toruńskim – 53,3% a najmniejszy w podregionie świeckim 4,7%. Najliczniejszą grupę wśród przedsiębiorstw, których przychody pozostały bez zmian stanowią zlokalizowane w podregionie bydgosko-toruńskim 50,4% a najmniej liczną w podregionie świeckim – 6,2%. Najwięcej przedsiębiorstw, które deklarują, że ich przychody spadły w ostatnich trzech latach prowadzi działalność w podregionie bydgosko-toruńskim – 52,9%, natomiast najmniej w podregionie świeckim – 3,3% (wykres 5.4).



Wykres 5.4. Zmiany w przychodach przedsiębiorstw w latach 2016–2018 według podregionów

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy udział wśród przedsiębiorstw deklarujących, że ich przychody w latach 2016–2018 wzrosły znajduje się w miastach: Bydgoszcz – 26,3%, Toruń 21,3% oraz Włocławek – 14,8%. Najliczniejszą grupę wśród przedsiębiorstw, których przychody pozostały bez zmian stanowią zlokalizowane w miastach: Bydgoszcz – 26,4% i Toruń – 13,7% oraz powiecie inowrocławskim – 9,3%. Najwięcej przedsiębiorstw, które deklarują, że ich przychody spadły w ostatnich trzech latach prowadzi działalność w miastach: Bydgoszcz – 28,8%, Włocławek – 14,4% i Toruń – 13,7% (wykres 5.6).

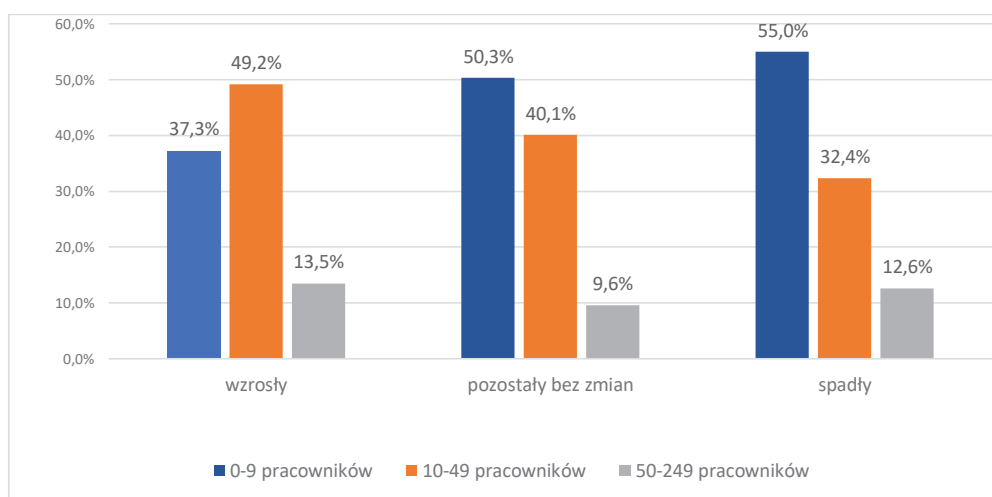


Wykres 5.6. Zmiany w przychodach przedsiębiorstw w latach 2016–2018 według powiatów

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

5.3. Koszty przedsiębiorstw

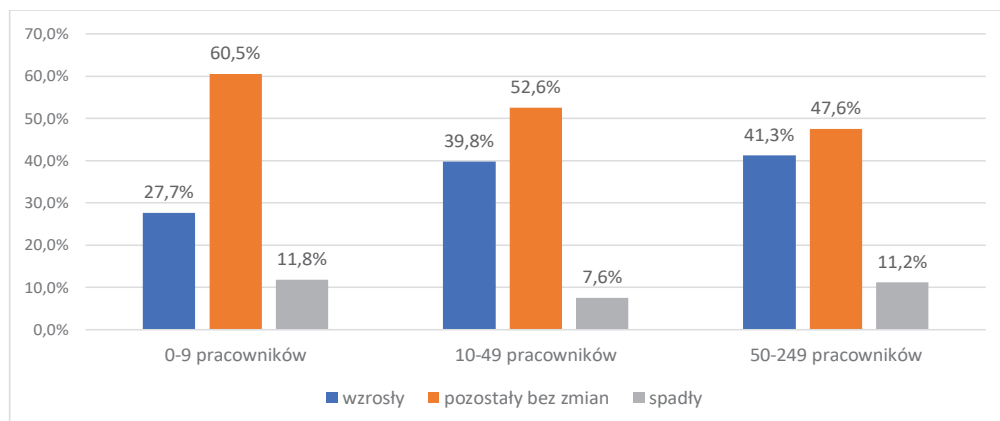
Dokonując analizy zmian w kosztach badanych przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego, reprezentantów zapytano czy w latach 2016–2018 ich koszty wzrosły, pozostały bez zmian czy zmalały. Najliczniejszą grupę wskazującą, że ich koszty w ostatnich trzech latach wzrosły stanowią małe przedsiębiorstwa – 49,2% wskazań, podobnie zadeklarowało 37,3% mikro przedsiębiorstw, a tylko 13,5% średnich przedsiębiorstw. Wśród przedsiębiorstw, których koszty pozostały bez zmian znalazło się 50,3% mikro przedsiębiorstw, 40,1% małych przedsiębiorstw i 9,6% średnich przedsiębiorstw. Z kolei w grupie przedsiębiorstw, które zauważyły spadek kosztów w ostatnich trzech latach znalazło się 55,0% mikro przedsiębiorstw, 32,4% małych przedsiębiorstw i 12,6% średnich przedsiębiorstw (wykres 5.7).



Wykres 5.7. Zmiany w kosztach przedsiębiorstw w latach 2016–2018 według liczby zatrudnionych
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

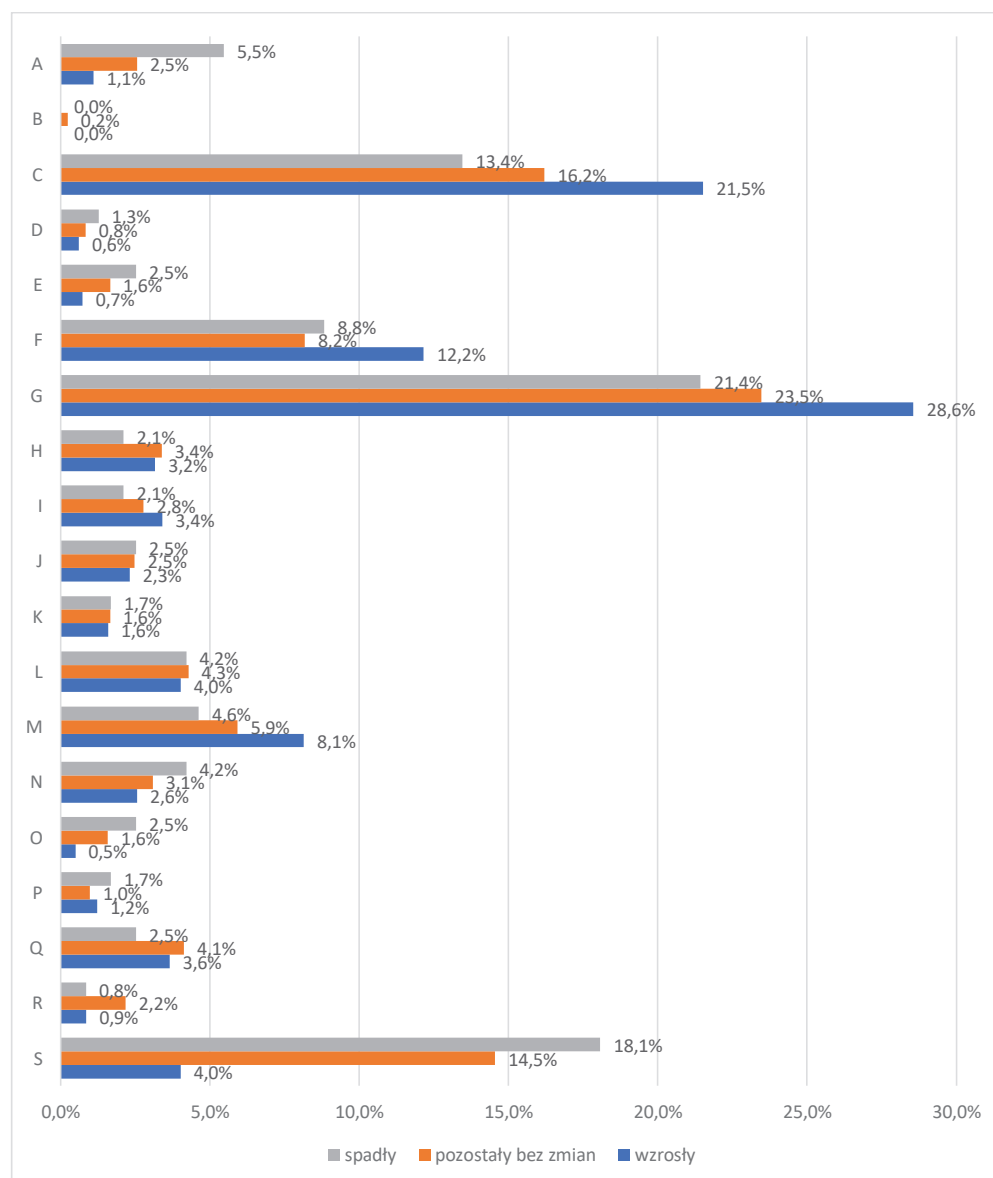
Analizując zmiany w poziomie kosztów w podziale na wielkość zatrudniania, najliczniejszą grupę wśród mikro przedsiębiorstw stanowią te, których koszty pozostały bez zmian 60,5%, z kolei 27,7% deklaruje, że ich koszty wzrosły a 11,8%, że spadły. Wśród małych przedsiębiorstw 52,6% z nich deklaruje, że ich koszty pozostały bez zmian, 39,8%, że wzrosły a 7,6%, że zmalały. W grupie średnich przedsiębiorstw 47,6% wskazuje, że ich koszty pozostały bez zmian, 41,3%, że wzrosły a 11,2%, że ich koszty spadły (wykres 5.8).

Wyniki przeprowadzonego badania pokazują, że wśród przedsiębiorstw, które deklarują, że ich koszty w latach 2016–2018 wzrosły znajdują się głównie należące do sekcji G (28,6%), sekcji C (21,5%) oraz sekcji F (12,2%). Przedsiębiorstwa, które stwierdziły, że ich koszty w ostatnich trzech latach pozostawały bez zmian należą głównie do sekcji G (23,5%), sekcji C (16,2%) oraz sekcji S (14,5%). Natomiast w grupie przedsiębiorstw, których koszty spadły znalazły się głównie należące do sekcji G (21,4%), sekcji C (13,4%) oraz sekcji S (18,1%) (wykres 5.9).



Wykres 5.8. Zmiany w kosztach przedsiębiorstw w latach 2016–2016 według liczby zatrudnionych

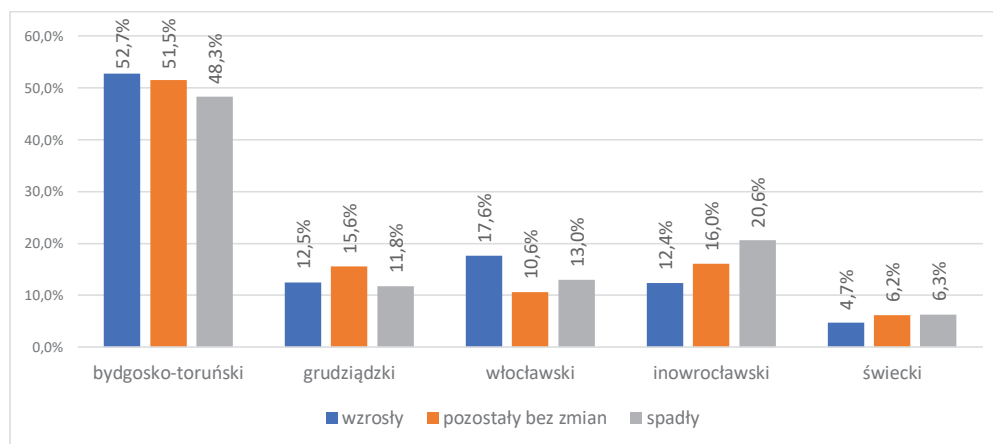
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.



Wykres 5.9. Zmiany w kosztach przedsiębiorstw w latach 2016–2016 według sekcji PKD

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

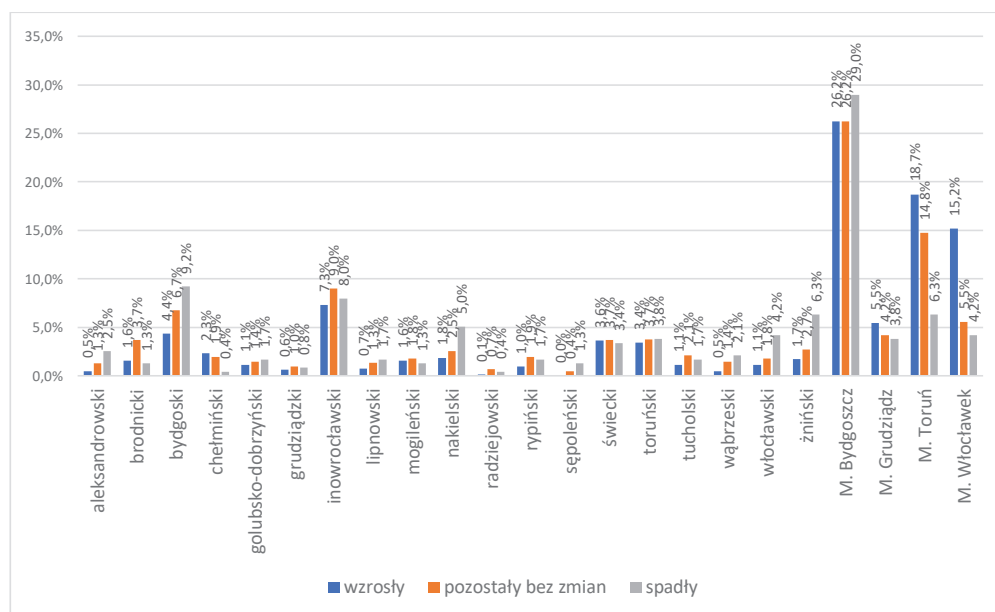
Największy udział wśród przedsiębiorstw deklarujących, że ich koszty w latach 2016–2018 wzrosły znajduje się w podregionie bydgosko-toruńskim – 52,7% a najmniejszy w podregionie świeckim 4,7%. Najliczniejszą grupę wśród przedsiębiorstw, których koszty pozostały bez zmian stanowią zlokalizowane w podregionie bydgosko-toruńskim – 51,5% a najmniej liczną w podregionie świeckim – 6,2%. Najwięcej przedsiębiorstw, które deklarują, że ich koszty spadły w ostatnich trzech latach prowadzi działalność w podregionie bydgosko-toruńskim – 48,3%, natomiast najmniej w podregionie świeckim – 6,3% (wykres 5.10).



Wykres 5.10. Zmiany w kosztach przedsiębiorstw w latach 2016–2018 według podregionów

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy udział wśród przedsiębiorstw deklarujących, że ich koszty w latach 2016–2018 wzrosły znajduje się w miastach: Bydgoszcz – 26,2%, Toruń – 18,7% oraz Włocławek – 15,2%. Najliczniejszą grupę wśród przedsiębiorstw, których koszty pozostały bez zmian stanowią zlokalizowane w miastach: Bydgoszcz – 26,2% i Toruń – 14,8% oraz powiecie inowrocławskim – 9%. Najwięcej przedsiębiorstw, które deklarują, że ich koszty spadły w ostatnich trzech latach prowadzi działalność w mieście Bydgoszcz – 29% oraz powiatach bydgoskim 9,2% i inowrocławskim – 8% (wykres 5.11).

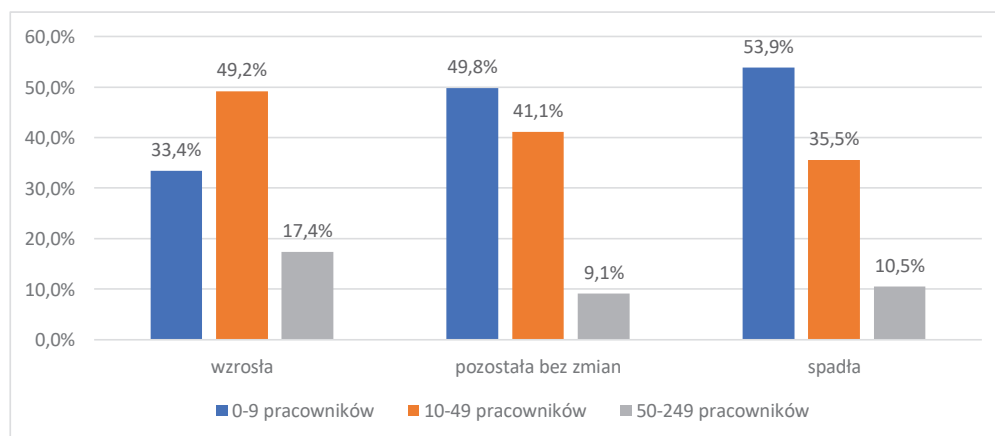


Wykres 5.11. Zmiany w kosztach przedsiębiorstw w latach 2016–2016 według powiatów

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

5.4. Ilość wytworzonych przez przedsiębiorstwa produktów/usług

Dokonując analizy zmian w ilości wytworzonych produktów/usług przez przedsiębiorstwa regionu kujawsko-pomorskiego, ankietowanych zapytano czy w latach 2016–2018 ilość wytworzonych przez nich dóbr wzrosła, pozostała bez zmian czy zmalała (wykres 5.12).



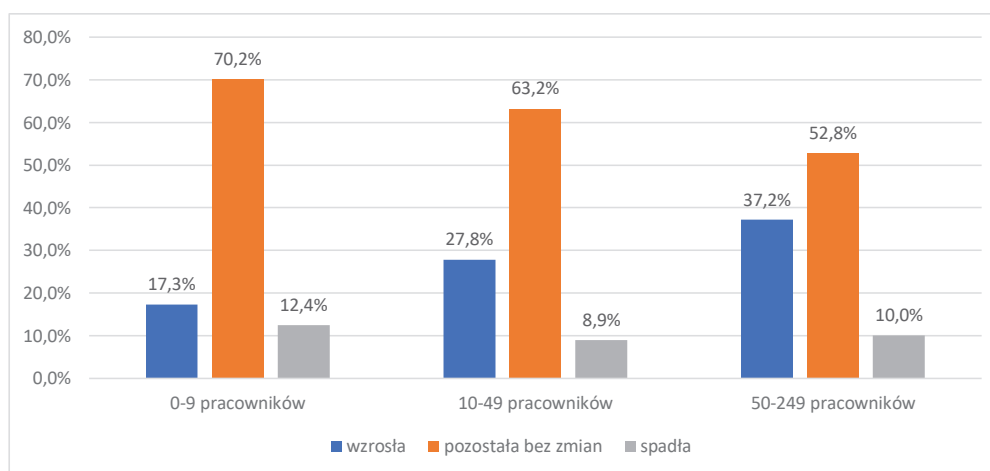
Wykres 5.12. Zmiany w ilości wytworzonych produktów/usług w latach 2016–2016 według liczby zatrudnionych

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Najliczniejszą grupę wskazującą, że ilość wytworzonych przez nich dóbr w ostatnich trzech latach wzrosła stanowią małe przedsiębiorstwa – 49,2% wskazań, podobnie zadeklarowało 33,4% mikro przedsiębiorstw, a tylko 17,4% średnich przedsiębiorstw. Wśród przedsiębiorstw u których wytworzona

ilość produktów/usług pozostała bez zmian znalazło się 49,8% mikro przedsiębiorstw, 41,1% małych przedsiębiorstw i 9,1% średnich przedsiębiorstw. Z kolei w grupie przedsiębiorstw, które odnotowały spadek wytworzonych dóbr/usług w ostatnich trzech latach znalazło się 53,9% mikro przedsiębiorstw, 35,5% małych przedsiębiorstw i 10,5% średnich przedsiębiorstw.

Analizując zmiany w ilości wytworzonych towarów/usług w podziale na wielkość zatrudnienia, najliczniejszą grupę wśród mikro przedsiębiorstw stanowią te, ilość wytworzonych dóbr pozostała bez zmian 70,2%, z kolei 17,3% deklaruje, że wzrosła, a 12,4%, że ich ilość spadła. Wśród małych przedsiębiorstw 63,2% z nich deklaruje, że ilość wytworzonych produktów/usług pozostała bez zmian, 27,8%, że wzrosła a 8,9%, że zmalała. W grupie średnich przedsiębiorstw 52,8% wskazuje, że ilość wytworzonych dóbr pozostała bez zmian, 37,2%, że wzrosła a 10%, że ich ilość spadła (wykres 5.13).



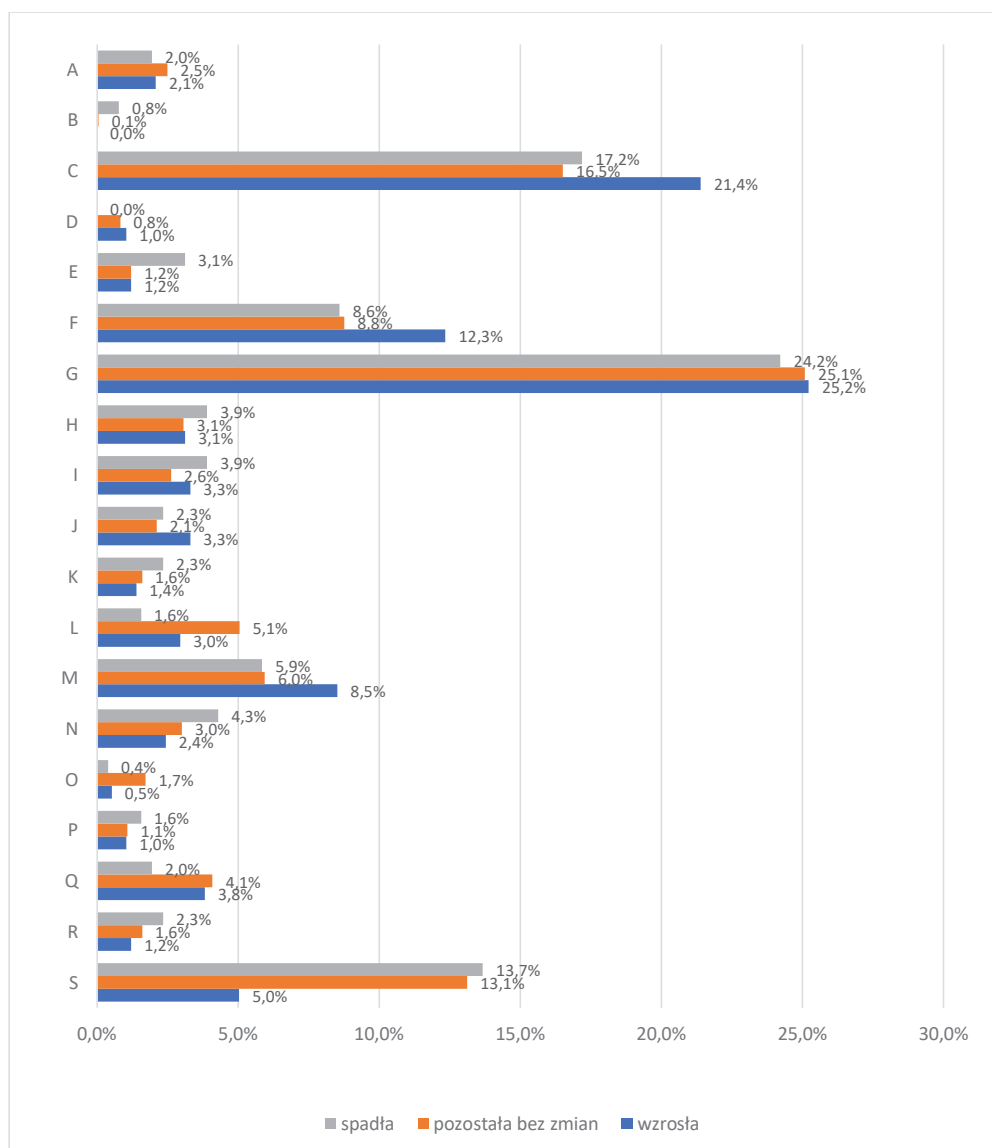
Wykres 5.13. Zmiany w ilości wytworzonych produktów/usług w latach 2016–2018 przez przedsiębiorstwa regionu kujawsko-pomorskiego według liczby zatrudnionych

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Wyniki przeprowadzonego badania pokazują, że przedsiębiorstwa, deklarujące wzrost ilości wytworzonych przez nich produktów/usług w latach 2016–2018 znajdują się głównie w sekcji G (25,2%), sekcji C (21,4%) oraz sekcji F (12,3%). Przedsiębiorstwa, które stwierdziły, że ilość wytworzonych przez nich dóbr w ostatnich trzech latach pozostawała bez zmian należą głównie do sekcji G (25,1%), sekcji C (16,5%) oraz sekcji S (13,1%). Natomiast w grupie przedsiębiorstw, u których ilość wytworzonych produktów/usług spadła, znalazły się głównie należące do sekcji G (24,2%), sekcji C (17,2%) oraz sekcji S (13,7%) (wykres 5.14).

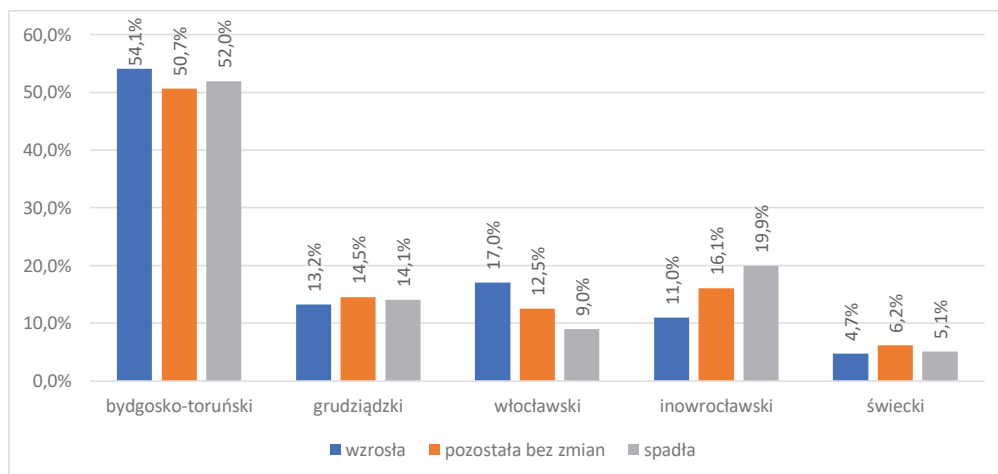
Największy udział wśród przedsiębiorstw deklarujących wzrost w obrębie ilości wytworzonych przez nich produktów/usług w latach 2016–2018 znajduje się w podregionie bydgosko-toruńskim – 54,1% a najmniejszy w podregionie świeckim 4,7%. Najliczniejszą grupę wśród przedsiębiorstw, u których ilość wyprodukowanych dóbr pozostała bez zmian stanowią zlokalizowane w podregionie bydgosko-toruńskim 50,7% a najmniej liczną w podregionie świeckim – 6,2%. Najwięcej przedsiębiorstw, które deklarują, że ilość wytworzonych przez nie produktów/usług spadła w ostatnich trzech latach prowadzi działalność

w podregionie bydgosko-toruńskim – 52%, natomiast najmniej w podregionie świeckim – 5,1% (wykres 5.15).



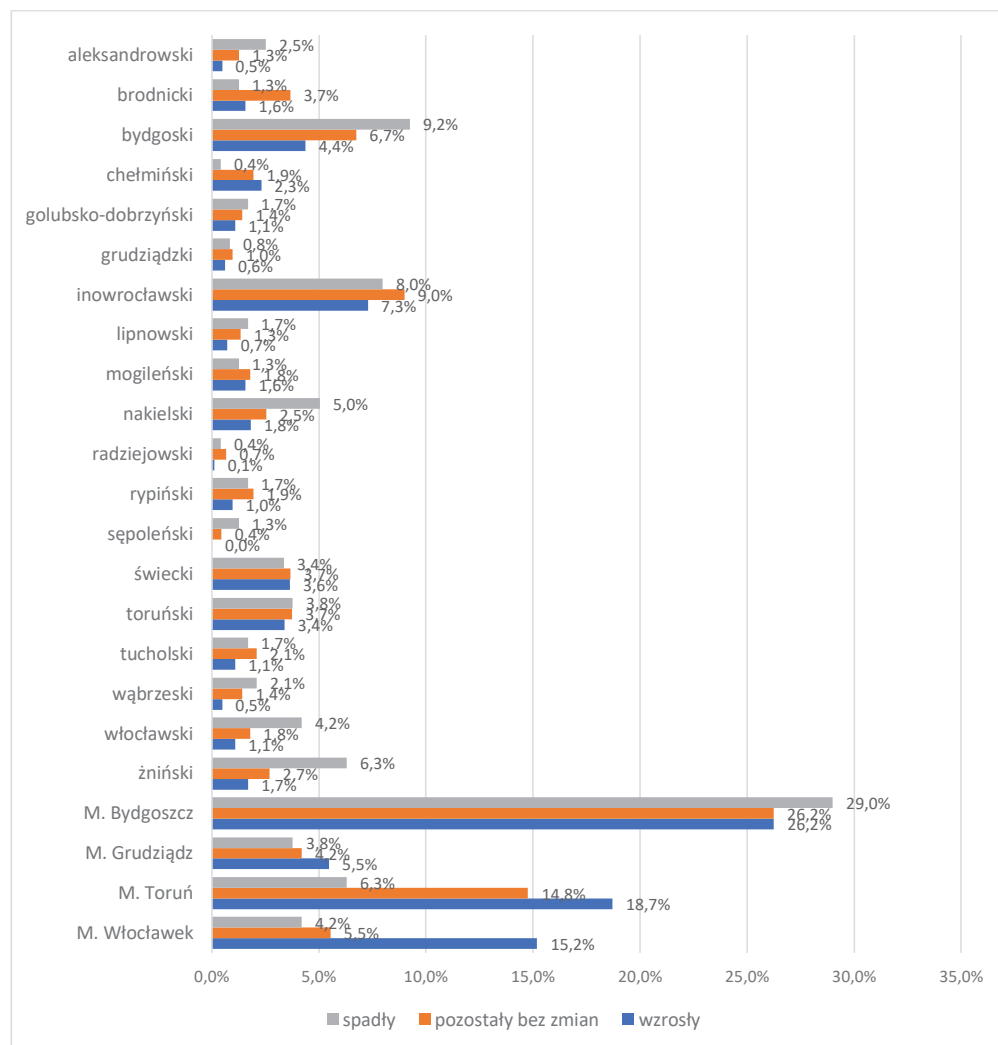
Wykres 5.14. Zmiany w ilości wytworzonych produktów/usług w latach 2016–2018 według sekcji PKD
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy udział wśród przedsiębiorstw deklarujących wzrost wielkości wytworzonych przez nich produktów/usług w latach 2016–2018 znajduje się w miastach: Bydgoszcz – 26,2%, Toruń – 18,7% oraz Włocławek – 15,2%. Najlicniejszą grupę wśród przedsiębiorstw, u których ilość wytwarzanych dóbr pozostała bez zmian, stanowią zlokalizowane w miastach: Bydgoszcz – 26,2% i Toruń – 14,8% oraz powiecie inowrocławskim – 9%. Najwięcej przedsiębiorstw, które odnotowały spadek ilości wytwarzanych produktów/usług w ostatnich trzech latach prowadzi działalność w mieście Bydgoszcz – 29% oraz powiatach: bydgoskim – 9,2% i inowrocławskim 8% (wykres 5.16).



Wykres 5.15. Zmiany w ilości wytworzonych produktów/usług w latach 2016–2016 według podregionów

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

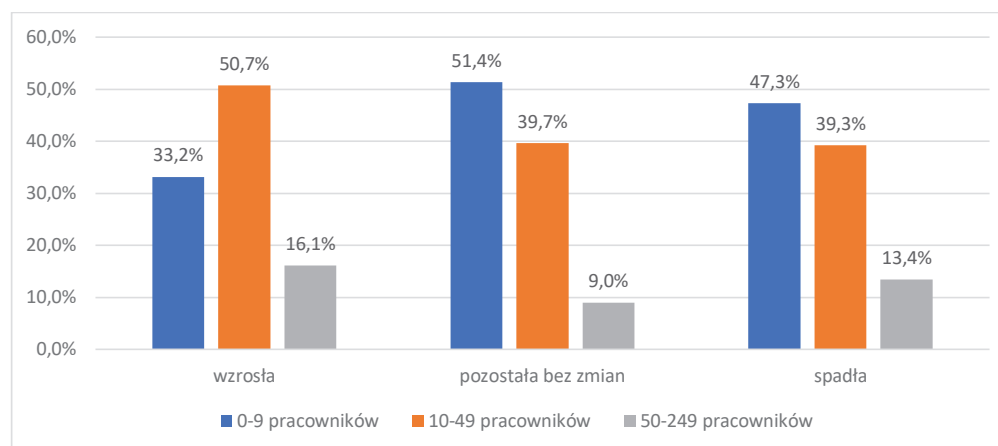


Wykres 5.16. Zmiany w ilości wytworzonych produktów/usług w latach 2016–2016 według powiatów

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

5.5. Produktivność

Dokonując analizy zmian poziomu produktivności przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego, reprezentantów badanych zapytano, czy w latach 2016–2018 ich produktivność wzrosła, pozostała bez zmian czy zmalała. Najliczniejszą grupę wskazującą, że ich produktivność w ostatnich trzech latach wzrosła stanowią mikro przedsiębiorstwa – 37,2% wskazań, w dalszej kolejności znalazły się małe przedsiębiorstwa – 50,7%, na końcu średnie przedsiębiorstwa – 16,1%. Wśród przedsiębiorstw, które deklarują, że ich produktivność pozostała bez zmian znalazło się 51,4% mikro przedsiębiorstw, 39,7% małych przedsiębiorstw i 9% średnich przedsiębiorstw. Z kolei w grupie przedsiębiorstw wskazujących spadek produktivności w ostatnich trzech latach znalazło się 47,3% mikro przedsiębiorstw, 39,3% małych przedsiębiorstw i 13,4% średnich przedsiębiorstw (wykres 5.17).

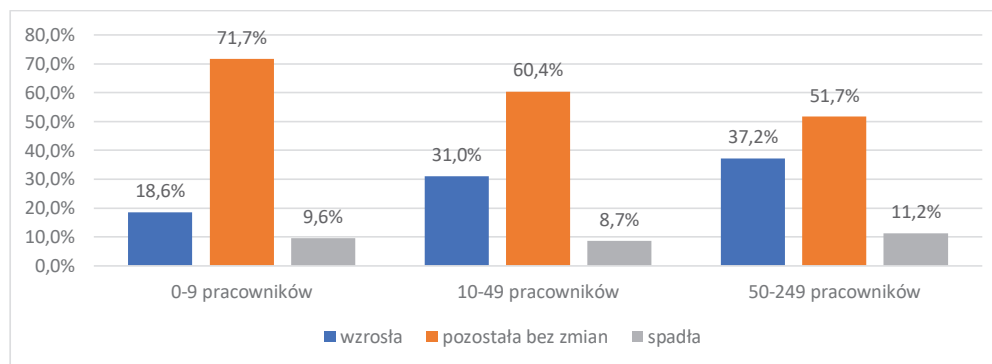


Wykres 5.17. Zmiany dotyczące produktivności w latach 2016–2018 (w grupach: wzrosła, pozostała bez zmian, spadła)

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

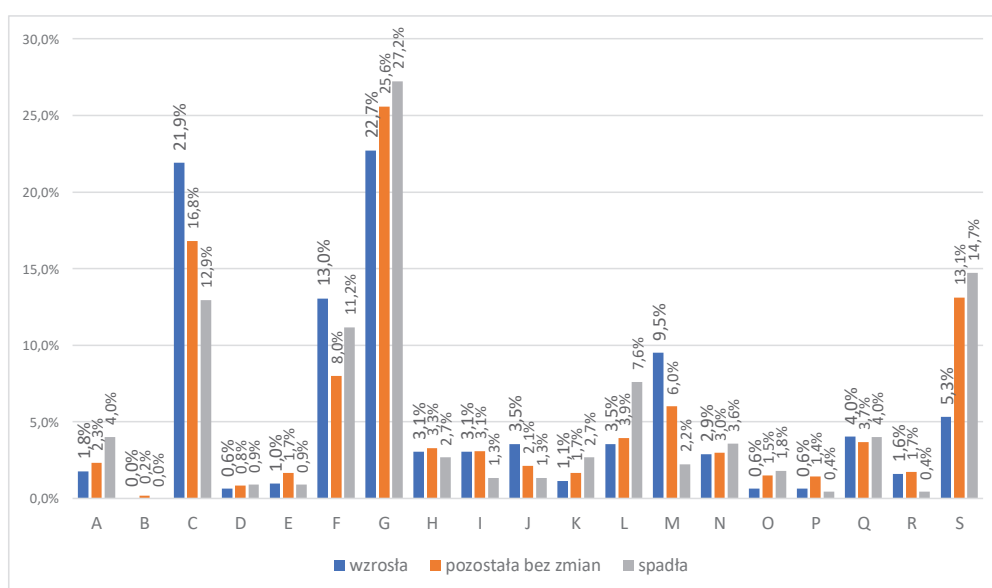
Dokonując oceny zmiany w poziomie produktivności z perspektywy wielkości zatrudnienia, najliczniejszą grupę wśród mikro przedsiębiorstw stanowią te, których produktivność pozostała bez zmian 71,7%, z kolei 18,6% deklaruje, że ich produktivność wzrosła a 9,6%, że spadła. Wśród małych przedsiębiorstw 60,4% badanych deklaruje, że ich produktivność pozostała bez zmian, 31%, że wzrosła a 8,7%, że zmalała. W grupie średnich przedsiębiorstw 51,7% wskazuje, że ich produktivność pozostała bez zmian, 37,2 procent, że wzrosła a 11,2%, że ich produktivność spadła (wykres 5.18).

Wyniki przeprowadzonego badania pokazują, że wśród przedsiębiorstw, które deklarują, że poziom ich produktivności w latach 2016–2018 wzrósł znajdują się głównie należące do sekcji G – 22,7%, sekcji C – 21,9% oraz M – 9,5%. Przedsiębiorstwa, które stwierdziły, że ich produktivność w ostatnich trzech latach pozostawała bez zmian należą głównie do sekcji: G – 25,6%, C – 16,8% oraz S – 13,1%. Natomiast w grupie przedsiębiorstw, których produktivność spadła znalazły się głównie należące do sekcji: G – 27,2%, S – 14,7%, oraz C – 12,9% (wykres 5.19.).



Wykres 5.18. Zmiany dotyczące produktywności w latach 2016–2018 według liczby zatrudnionych

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

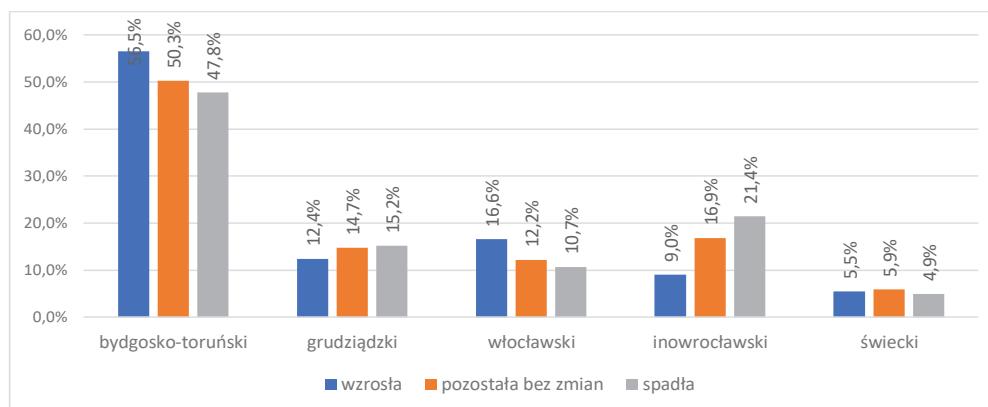


Wykres 5.19. Zmiany dotyczące produktywności w latach 2016–2018 według sekcji PKD

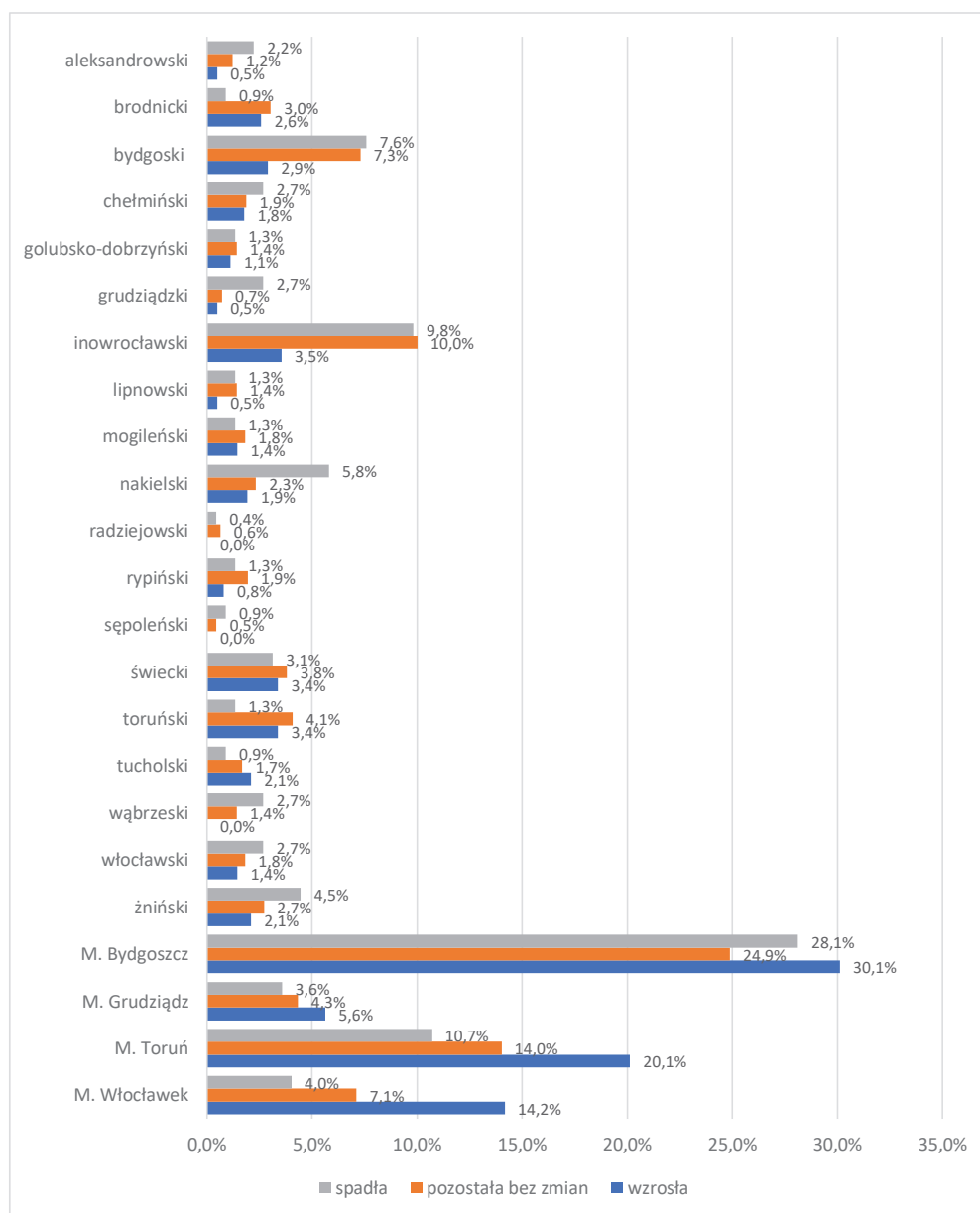
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy udział przedsiębiorstw deklarujących, że ich produktywność w latach 2016–2018 wzrosła znajduje się w podregionie bydgosko-toruńskim – 56,5% a najmniejszy w podregionie świeckim 5,5%. Najliczniejszą grupę wśród przedsiębiorstw, których produktywność pozostała bez zmian stanowią zlokalizowane w podregionie bydgosko-toruńskim 50,3% a najmniej liczną w podregionie świeckim – 5,9%. Najwięcej przedsiębiorstw, które deklarują spadek produktywności w ostatnich trzech latach prowadzi działalność w podregionie bydgosko-toruńskim – 47,8%, natomiast najmniej w podregionie świeckim – 4,9% (wykres 5.20).

Rozkład przedsiębiorstw obrazujący zmiany w produktywności w ujęciu powiatów zaprezentowano na wykresie 5.21.



Wykres 5.20. Zmiany dotyczące produktywności w latach 2016–2016 według podregionów
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.



Wykres 5.21. Zmiany dotyczące produktywności w latach 2016–2016 według powiatów
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Największy udział wśród przedsiębiorstw deklarujących, wzrost produktywności w latach 2016–2018 znajduje się w miastach: Bydgoszcz – 30,1%, Toruń – 20,1% oraz Włocławek – 14,2%. Najliczniejszą grupę wśród przedsiębiorstw, których produktywność pozostała bez zmian stanowią zlokalizowane w miastach: Bydgoszcz – 24,9% i Toruń – 14,05% oraz powiecie inowrocławskim – 10%. Najwięcej przedsiębiorstw, które deklarują, że ich produktywność spadła w ostatnich trzech latach prowadzi działalność w miastach: Bydgoszcz – 28,1% i Toruń – 10,7% oraz powiecie inowrocławskim – 9,8%.

6. WSPÓŁPRACA MIKRO, MAŁYCH I ŚREDNICH PRZEDSIĘBIORSTW

6.1. Zarys teoretyczny

Międzyorganizacyjne relacje współpracy są dziś traktowane jako jedno z podstawowych źródeł budowania przewagi konkurencyjnej (Morgan & Hunt, 1994; Ellram & Hendrick, 1995; Sudolska 2011; Shaladi, 2012; Walecka & Zelek, 2017). Istotna rola budowania tego typu relacji pomiędzy organizacjami wynika m.in. z następujących przesłanek (Glińska-Neweś, 2017; Adamik, 2016; Latusek-Jurczak, 2014; Ford, 2011; Czakon, 2009; Cannon & Perreault, 1999):

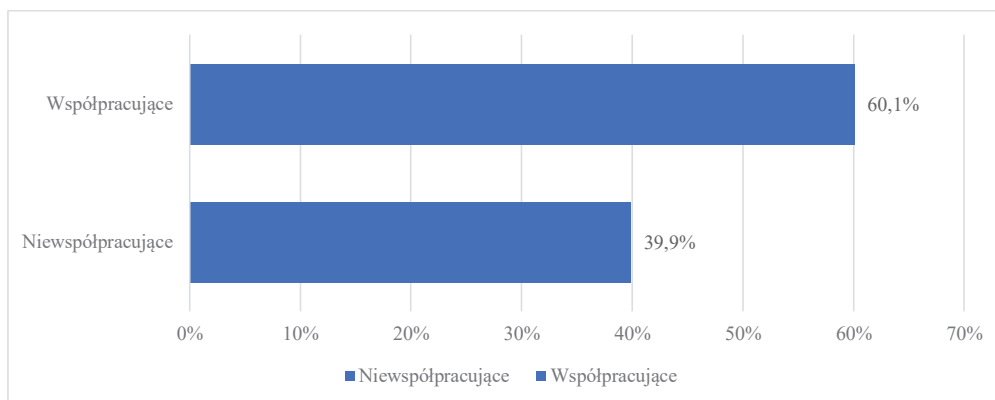
- więzi z innymi organizacjami stanowią istotne źródło pozyskiwania zasobów posiadanych przez partnerów;
- dzięki dzieleniu się unikalnymi kompetencjami i zdolnościami, partnerzy relacji współpracy są w stanie podnosić efektywność swoich działań;
- współpraca sprzyja podnoszeniu innowacyjności partnerów relacji, między innymi dlatego, że następuje integracja zasobów przez nich posiadanych, a tym samym współdzielone są i zmniejszane koszty oraz ryzyko działań badawczo-rozwojowych, a czas pomiędzy stworzeniem innowacji i jej implementacją skraca się.

Gęstą sieć bezpośrednich i pośrednich powiązań pomiędzy organizacjami spotkać można w każdej współczesnej gospodarce. Tworzą je różnego rodzaju relacje współpracy. Są one tworzone przez i pomiędzy organizacjami każdego typu, tj. przedsiębiorstwami, organizacjami rządowymi i pozarządowymi, instytucjami finansowymi, edukacyjnymi czy reprezentującymi opiekę zdrowotną. Współpracujące w tych relacjach organizacje występują w stosunku do siebie w różnorodnych rolach, niejednokrotnie pełniąc równocześnie kilka z nich, np. dostawców, odbiorców, konkurentów, partnerów we wspólnych przedsięwzięciach (Głowik & Bruhs, 2014). Dodatkowo, powiązania te nie ograniczają się z reguły do pojedynczych interakcji, ale prowadzą do powstawania długotrwałych i silnych więzi międzyorganizacyjnych (Glińska-Neweś, 2017).

W związku z wieloznacznością pojęcia „współpraca”, dla potrzeb niniejszej diagnozy (w której mowa o współpracy przedsiębiorstw stanowiących przedmiot zainteresowania autorów) przyjęto, iż będzie ona rozumiana, jako taka relacja przedsiębiorstwa z innym podmiotem lub podmiotami, która nie jest jednorazowym kontaktem.

6.2. Obraz współpracy przedsiębiorstw: poziom całego województwa

Podejmowanie współpracy z przynajmniej jednym podmiotem deklaruje się w nieco ponad 60% przedsiębiorstw województwa kujawsko-pomorskiego, należących do sektora MSP. Na wykresie 6.1 oznaczone je etykietą „współpracujące” (wykres 6.1.). W pozostałych 40% przedsiębiorstw kontakty z innymi podmiotami rynkowymi nie są określane terminem „współpraca”.



Wykres 6.1. Przedsiębiorstwa województwa kujawsko-pomorskiego deklarujące współpracę z innymi podmiotami

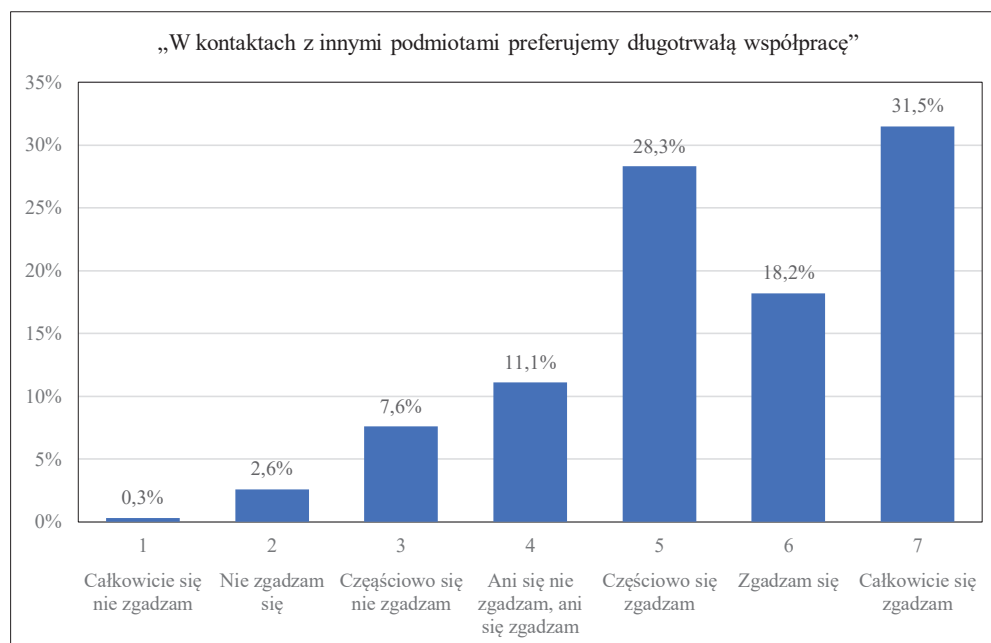
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Z uwagi na to, że kluczowym zagadnieniem prowadzonych tu rozważań jest współpraca przedsiębiorstw, wyniki prezentowane w dalszych częściach tego rozdziału dotyczą jedynie tej grupy przedsiębiorstw MSP z województwa kujawsko-pomorskiego, w których deklaruje się podejmowanie współpracy przynajmniej z jednym podmiotem (60,1% podmiotów wskazanych na wykresie 6.1).

W tej grupie przedsiębiorstw, przeważają takie, w których w kontaktach z innymi podmiotami preferuje się długotrwałą współpracę. Wniosek ten wynika z analizy ustosunkowania się reprezentantów tych przedsiębiorstw wobec stwierdzenia „W kontaktach z innymi podmiotami preferujemy długotrwałą współpracę”. Ze stwierdzeniem tym zgadza się w sumie blisko 80% osób reprezentujących takie przedsiębiorstwa, z czego większość z tych osób (31,5%) zgadza się z takim stwierdzeniem całkowicie (wykres 6.2).

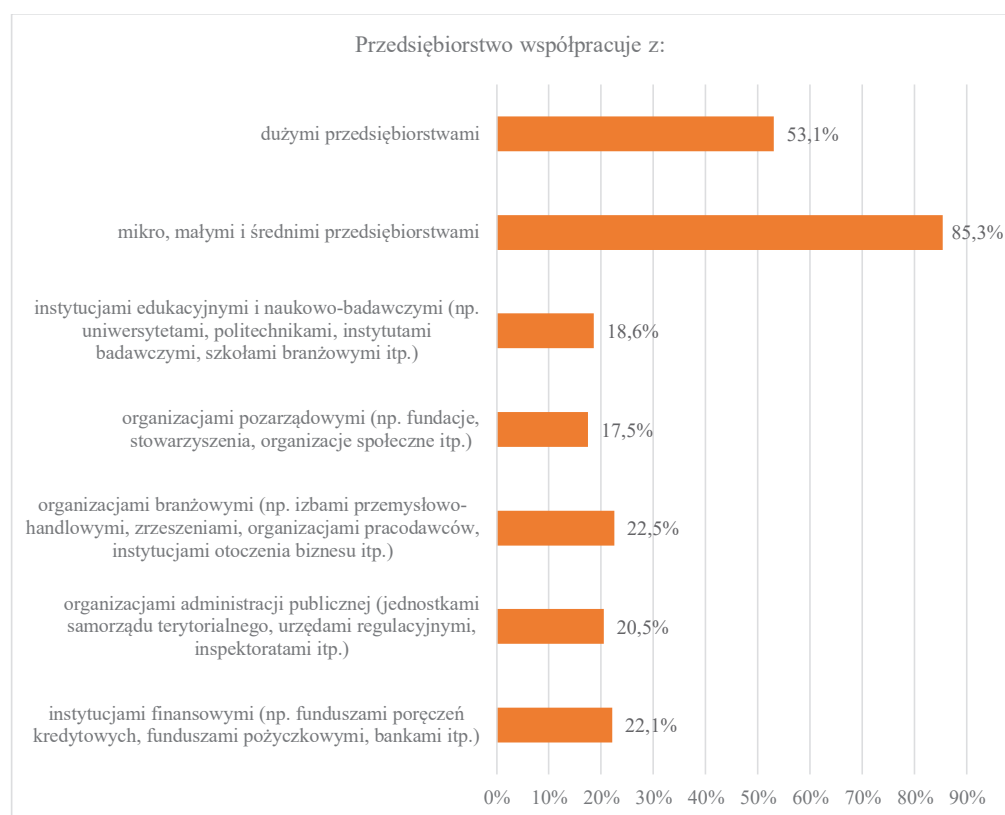
Rozważane przedsiębiorstwa współpracują przede wszystkim z innymi przedsiębiorstwami sektora MSP – współpracę taką deklaruje się w 85,3% tych podmiotów. W następnej kolejności deklarowana jest współpraca z przedsiębiorstwami dużymi – współpracę z takimi podmiotami wskazuje się w 53,1% opisywanych przedsiębiorstw. Stosunkowo rzadziej deklarowana jest współpraca z pozostałymi instytucjami, tj. instytucjami finansowymi, organizacjami administracji publicznej, organizacjami branżowymi, organizacjami pozarządowymi oraz edukacyjnymi i naukowo-badawczymi. Z każdą z wymienionych kategorii podmiotów współpracuje od blisko 18% do nieco ponad 22% opisywanych przedsiębiorstw sektora MSP (wykres 6.3). Udziały procentowe zaprezentowane na wykresie przekraczają wartość 100%, ponieważ przedsiębiorstwa

zazwyczaj współpracują z podmiotami reprezentującymi więcej niż jedną z rozważanych tu kategorii podmiotów.



Wykres 6.2. Preferowanie długotrwałej współpracy w kontaktach z innymi podmiotami

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.



Wykres 6.3. Podmioty, z którymi współpracują mikro-, małe i średnie przedsiębiorstwa województwa kujawsko-pomorskiego

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Podmioty, z którymi współpracują przedsiębiorstwa sektora MSP z województwa kujawsko-pomorskiego pochodzą przede wszystkim z tego samego województwa (wykres 6.4.). Dotyczy to wszystkich kategorii podmiotów, z którymi one współpracują (duże przedsiębiorstwa; mikro, małe, średnie przedsiębiorstwa; instytucje edukacyjne i naukowo-badawcze; organizacje branżowe; organizacje pozarządowe; organizacje administracji publicznej; instytucje finansowe). W bardzo niewielkim stopniu przedsiębiorstwa współpracują z podmiotami pochodzącymi spoza Polski. Są to przede wszystkim inne przedsiębiorstwa, najczęściej z Europy, a spośród krajów europejskich – z Niemiec.

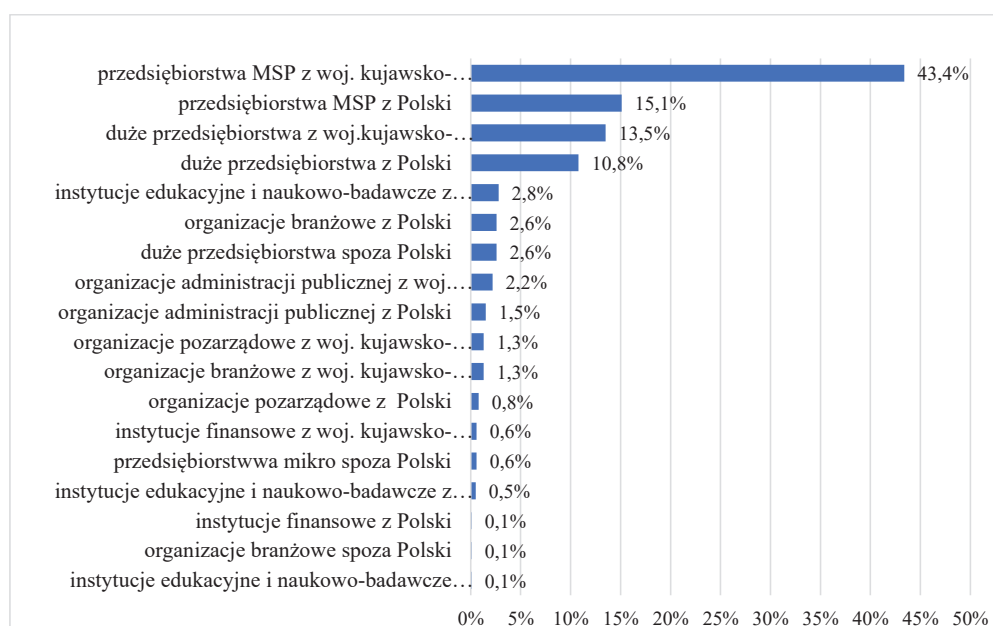


Wykres 6.4. Pochodzenie podmiotów, z którymi współpracują mikro-, małe i średnie przedsiębiorstwa województwa kujawsko-pomorskiego

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

W zdecydowanej większości opisywanych przedsiębiorstw MSP (43,4%) wskazuje się inne przedsiębiorstwa sektora MSP zlokalizowane w województwie kujawsko-pomorskim jako te podmioty (spośród wszystkich, z którymi nawiązywana jest współpraca), z którymi współpraca jest najkorzystniejsza. W znacznie mniejszej grupie opisywanych przedsiębiorstw sektora MSP, jako podmioty, z którymi współpraca jest najkorzystniejsza, wymieniane są MSP z Polski (15,1%), przedsiębiorstwa duże z województwa kujawsko-pomorskiego (13,5%) oraz duże przedsiębiorstwa z Polski (10,8%). Warto zauważyć, że wszystkie wymienione powyżej podmioty są przedsiębiorstwami. Podmioty niebędące przedsiębiorstwami, w tym instytucje edukacyjne i naukowo-badawcze (uniwersytety, politechniki, instytuty badawcze, szkoły branżowe itp.), organizacje pozarządowe (fundacje, stowarzyszenia, organizacje społeczne

itp.), organizacje branżowe (izby przemysłowo-handlowe, zrzeszenia, organizacje pracodawców, instytucje otoczenia biznesu itp.), organizacje administracji publicznej (jednostki samorządu terytorialnego, urzędy regulacyjne, inspektoraty itp.) czy organizacje finansowe (fundusze poręczeń kredytowych, fundusze pożyczkowe, banki itp.) są stosunkowo rzadko wskazywane przez przedstawicieli MSP województwa kujawsko-pomorskiego jako podmioty, z którymi (spośród wszystkich, z którymi przedsiębiorstwo współpracuje) współpraca jest najkorzystniejsza. Mowa tu o takich podmiotach pochodzących zarówno z województwa kujawsko-pomorskiego, jak i spoza województwa (krajowych lub zagranicznych).



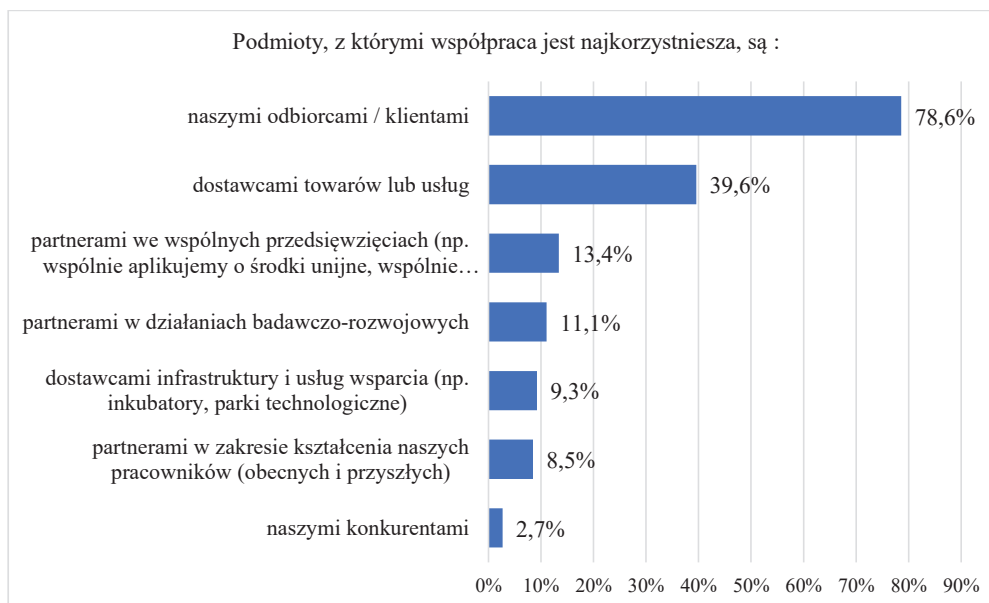
Wykres 6.5. Podmioty, z którymi współpraca oceniana jako najkorzystniejsza*

* Przedstawiciele MSP województwa kujawsko-pomorskiego zapytano o to, z którą kategorią podmiotów (spośród wszystkich, z którymi podejmowana jest współpraca), współpracę tę oceniają jako najbardziej korzystną. Zadając to pytanie, celowo nie zaproponowano osobom badanym jednej definicji pojęcia „korzystna współpraca”, pozostawiając im tym samym możliwość subiektywnej interpretacji terminu.

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Podmioty, z którymi współpraca oceniana jest jako najkorzystniejsza występują w tej współpracy w różnej roli (wykres 6.6.). Relacje współpracy wskazywane jako najbardziej korzystne najczęściej opierają się na transakcjach handlowych – partnerzy większości najwyższej ocenianych relacji współpracy są odbiorcami/klientami rozważanych przedsiębiorstw (blisko 79% relacji współpracy ocenianych jako najkorzystniejsze) lub dostawcami towarów czy usług (blisko 40% relacji ocenianych jako najkorzystniejsze). Trzecie co do częstości wskazanie (13,4%) przypada na partnerów przedsiębiorstw we wspólnych przedsięwzięciach, np. wspólnych projektach finansowanych ze środków unijnych lub wspólnie podejmowanych działaniach charytatywnych. Najrzadziej (2,7% wskazań) jako najkorzystniejszą wskazuje się współpracę podejmowaną z konkurentami (tzw. kooperacja). Suma wskazań widocznych na wykresie 6.6. przekracza 100% ponieważ w niektórych przypadkach podmiot partnerski,

z którym współpraca oceniana jest jako najkorzystniejsza, występuje w tej współpracy, pełniąc więcej niż jedną rolę.



Wykres 6.6. Role, jakie pełnią partnerzy, z którymi współpraca oceniana jest jako najkorzystniejsza

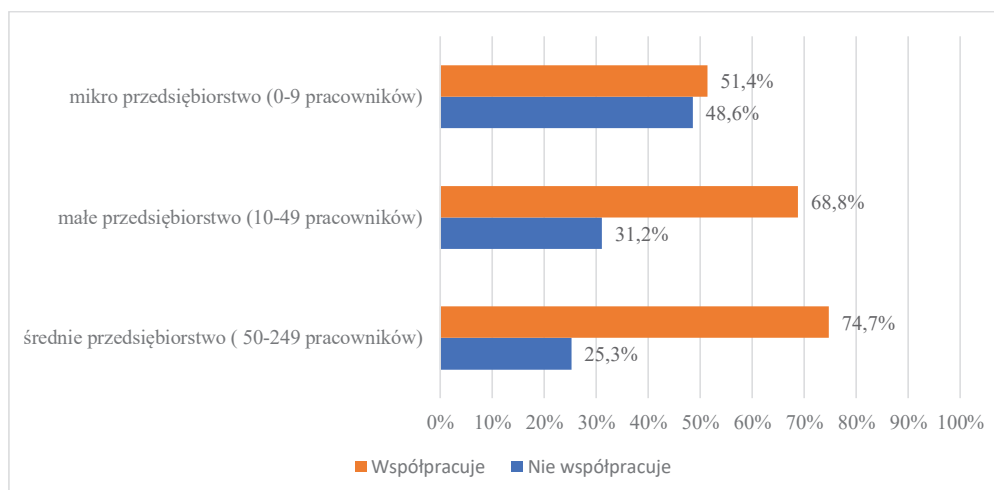
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

6.3. Współpraca przedsiębiorstw według wielkości zatrudnienia

Dane zaprezentowane w części 6.2 można rozpatrywać, uwzględniając różne kryteria podziału rozważanych tu przedsiębiorstw MSP województwa kujawsko-pomorskiego. W niniejszej części dane te zostaną przedstawione z wzięciem pod uwagę wielkości tych podmiotów, opisanej liczby zatrudnionych w nich pracowników.

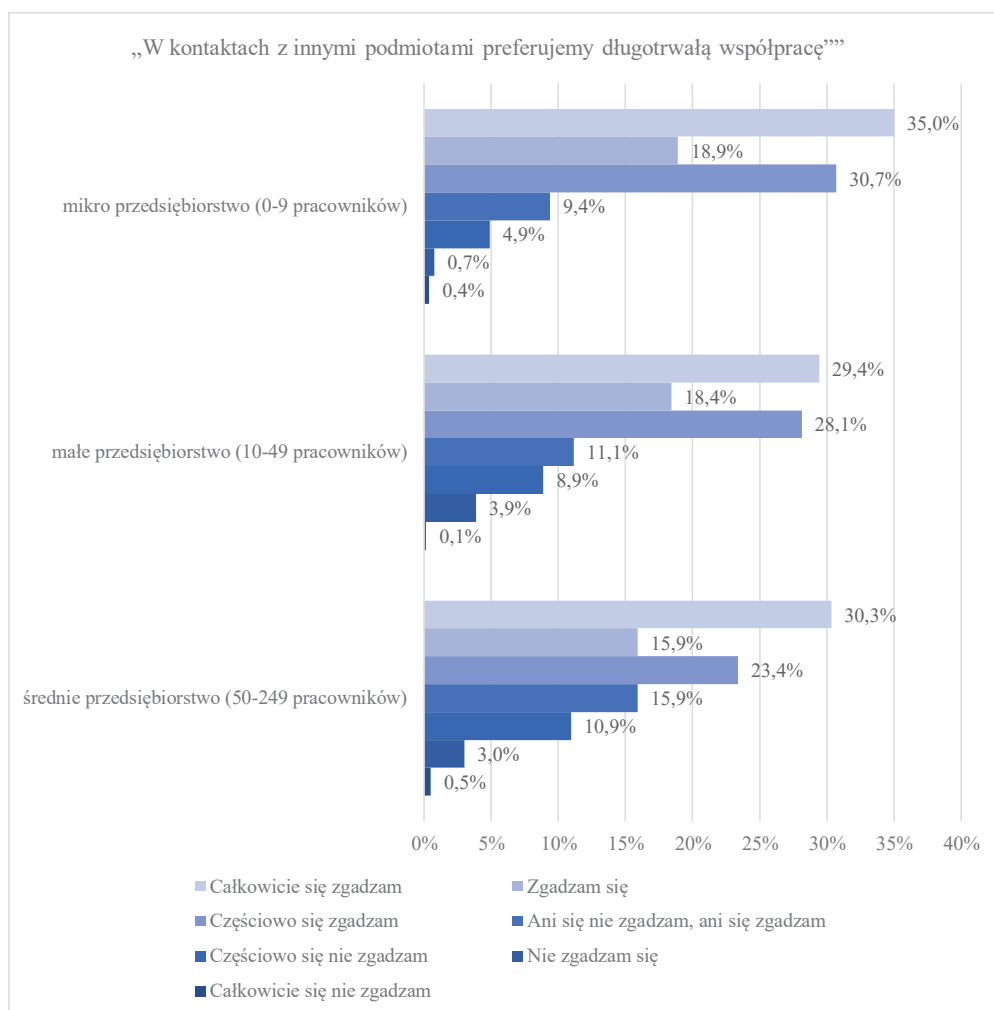
Wykres 6.7 przedstawia strukturę rozważanych przedsiębiorstw z uwzględnieniem ich wielkości, z punktu widzenia deklarowanego podejmowania współpracy z innymi podmiotami. Jak wynika z zaprezentowanych danych, w każdej z trzech kategorii przedsiębiorstw (mikro-, małe, średnie) przeważają podmioty, w których deklaruje się nawiązywanie relacji współpracy przynajmniej z jednym podmiotem. Niemniej w przypadku małych i średnich przedsiębiorstw deklaracja taka zgłaszana jest zdecydowanie częściej (kolejno 68,5% i 74,7% podmiotów wchodzących w skład rozważanej podgrupy przedsiębiorstw). W przypadku mikroprzedsiębiorstw tylko w 51,4% z nich deklaruje się podejmowanie współpracy, a w pozostałych 48,6% wskazuje się brak nawiązywania relacji współpracy choćby z jednym podmiotem.

Jednocześnie we wszystkich trzech grupach (mikro-, małe i średnie przedsiębiorstwa), częściej deklaruje się preferowanie długoterminowej współpracy. Rozkład odpowiedzi przedstawicieli analizowanych przedsiębiorstw na stwierdzenie „W kontaktach z innymi podmiotami preferujemy długotrwałą współpracę” prezentuje wykres 6.8.



Wykres 6.7. Przedsiębiorstwa MSP z województwa kujawsko-pomorskiego deklarujące podejmowanie współpracy z innymi podmiotami – według liczby zatrudnionych

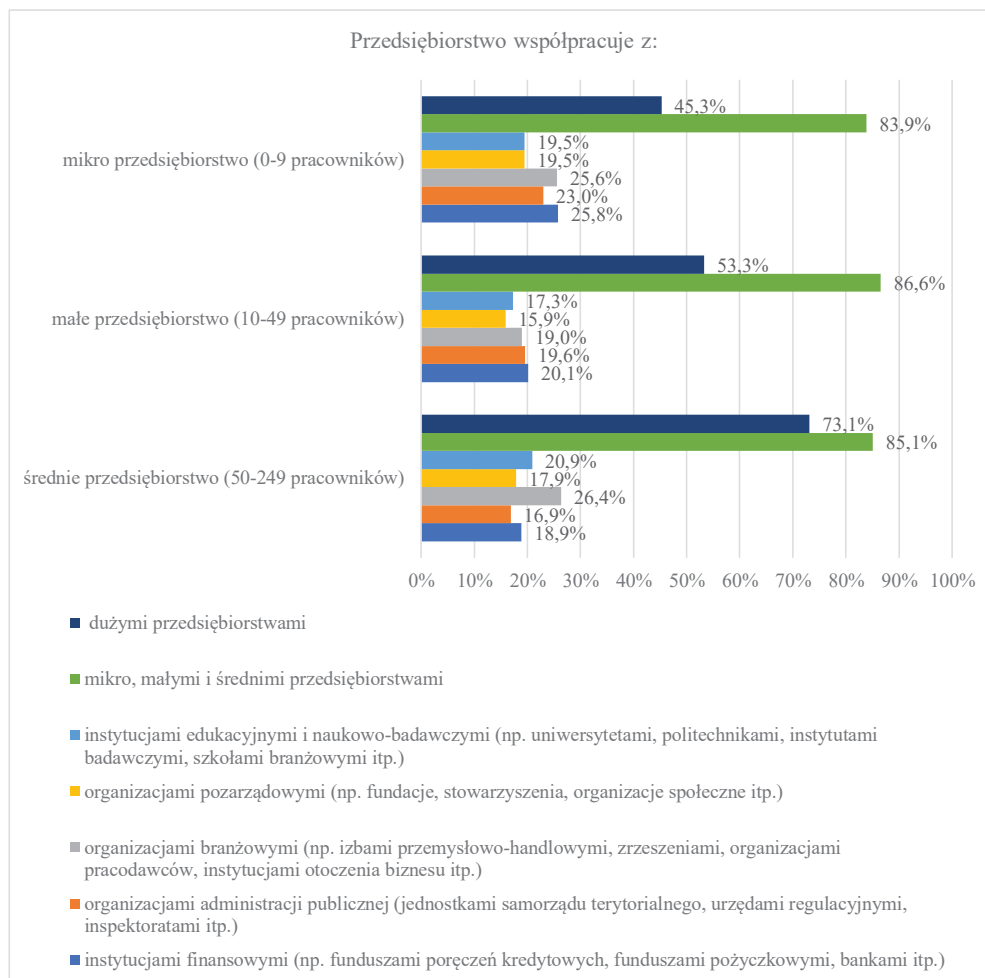
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.



Wykres 6.8. Preferowanie długotrwałej współpracy w kontaktach z innymi podmiotami – według liczby zatrudnionych

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

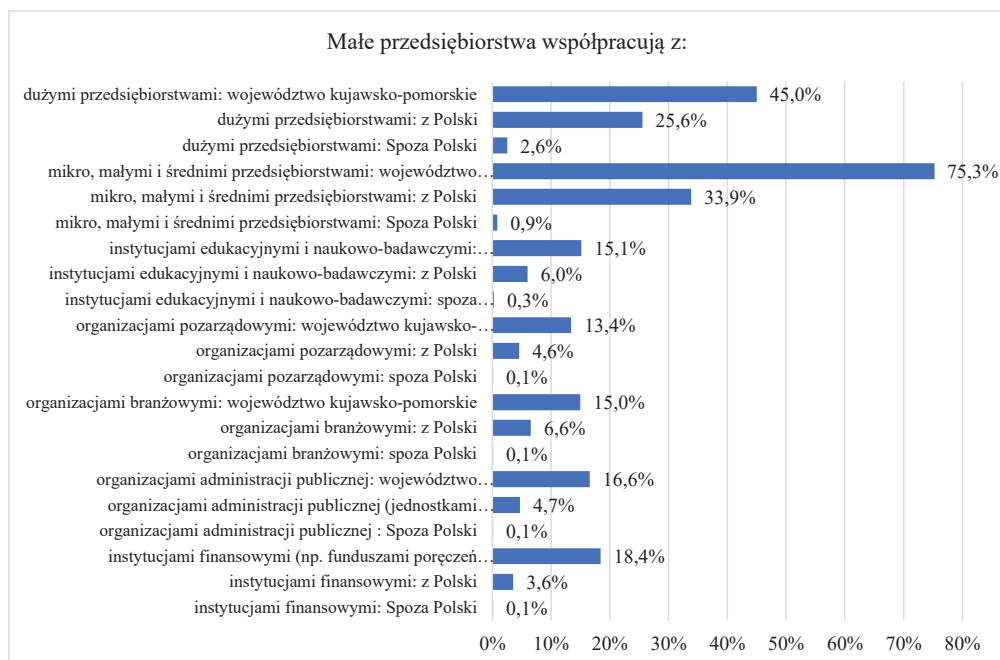
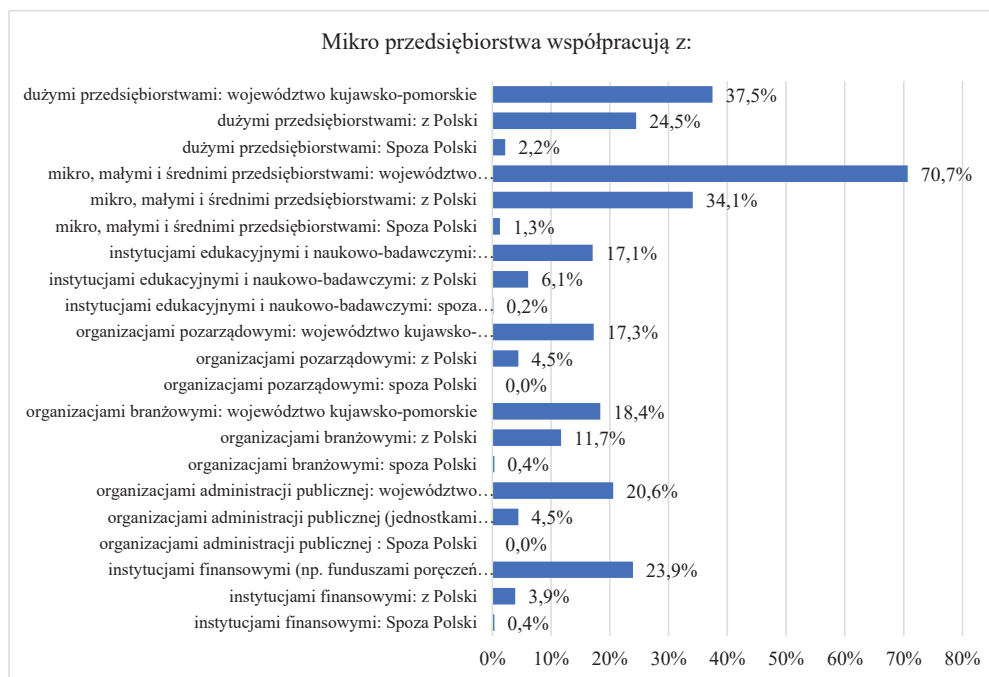
Opisywane przedsiębiorstwa, niezależnie od ich wielkości (mikro-, małe lub średnie), współpracują przede wszystkim z innymi przedsiębiorstwami sektora MSP (wykres 6.9). Na drugim miejscu, jeśli chodzi o partnerów współpracy, znajdują się przedsiębiorstwa duże. W przypadku przedsiębiorstw średnich, współpraca z przedsiębiorstwami dużymi jest deklarowana częściej, chociaż nadal na drugim miejscu, po przedsiębiorstwach sektora MSP. Udziały procentowe przekraczają wartość 100% w ramach każdej z trzech wyróżnionych kategorii, ponieważ rozważane przedsiębiorstwa zazwyczaj współpracują z więcej niż jednym typem podmiotów wskazanych na wykresie 6.9.



Wykres 6.9. Podmioty, z którymi przedsiębiorstwa MSP z województwa kujawsko-pomorskiego współpracują – rozkład odpowiedzi ze względu na liczbę zatrudnionych

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Podmioty, z którymi współpracują rozważane przedsiębiorstwa, pochodzą przede wszystkim z województwa kujawsko-pomorskiego. W przypadku przedsiębiorstw średnich stosunkowo większy niż w pozostałych dwóch grupach (mikro- i małe) jest udział podmiotów z innych części Polski (wykres 6.10).

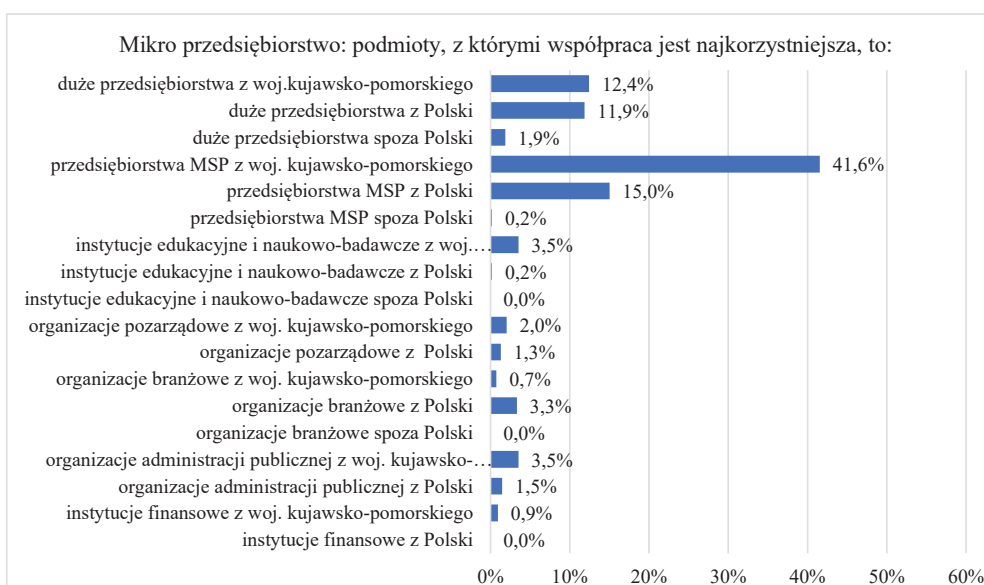


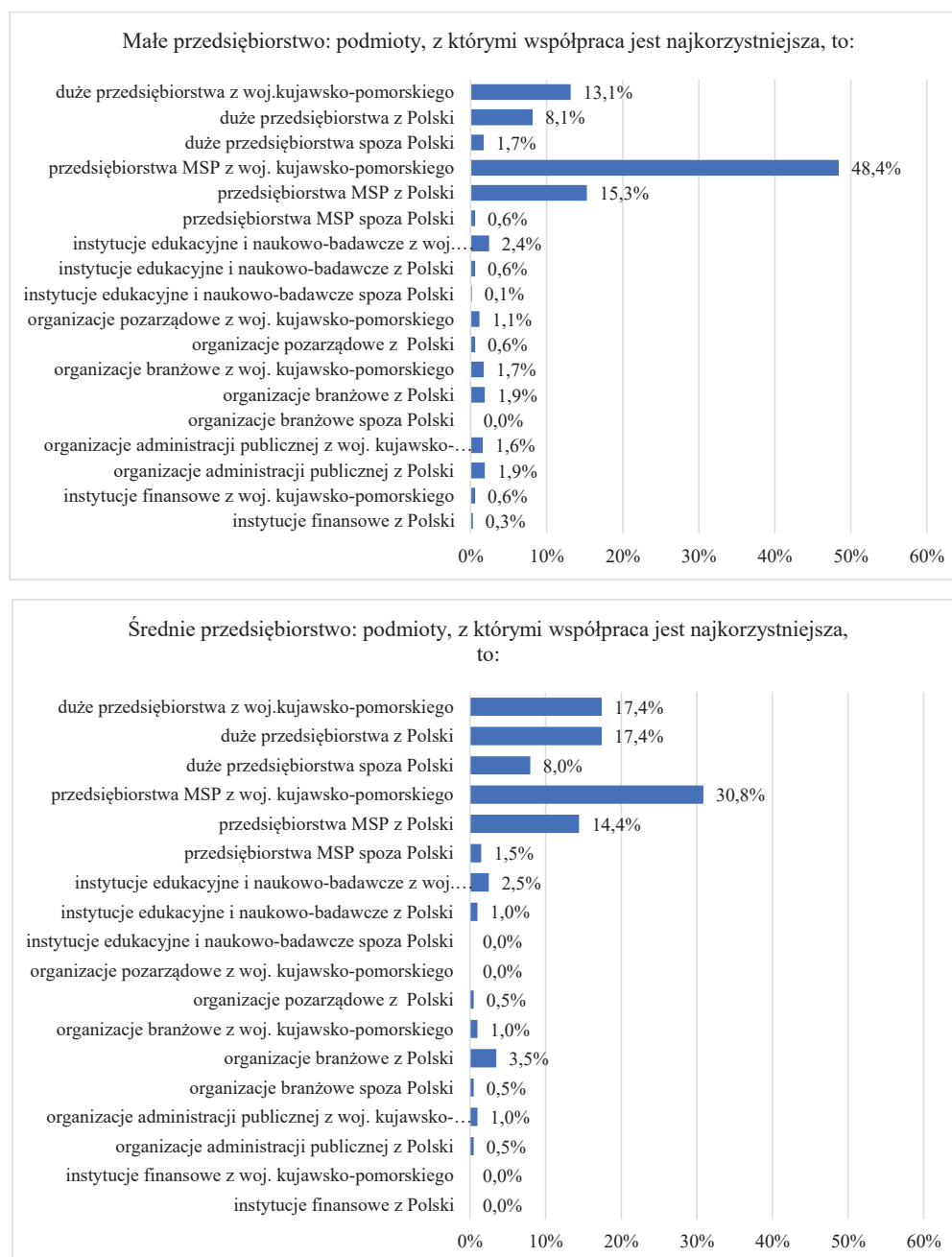


Wykres 6.10. Lokalizacja podmiotów, z którymi przedsiębiorstwa sektora MSP województwa kujawsko-pomorskiego współpracują – rozkład odpowiedzi z uwzględnieniem liczby zatrudnionych

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

W każdej z rozważanych tu kategorii przedsiębiorstw (mikro-, małe i średnie) jako najkorzystniejsza (spośród wszystkich nawiązanych relacji współpracy) wskazywana jest relacja z przedsiębiorstwami MSP zlokalizowanymi w województwie kujawsko-pomorskim (wykres 6.11). W grupie przedsiębiorstw średnich, stosunkowo częściej niż w pozostałych grupach, wymieniane są w tym kontekście także przedsiębiorstwa duże – zarówno z województwa, jak i spoza niego.



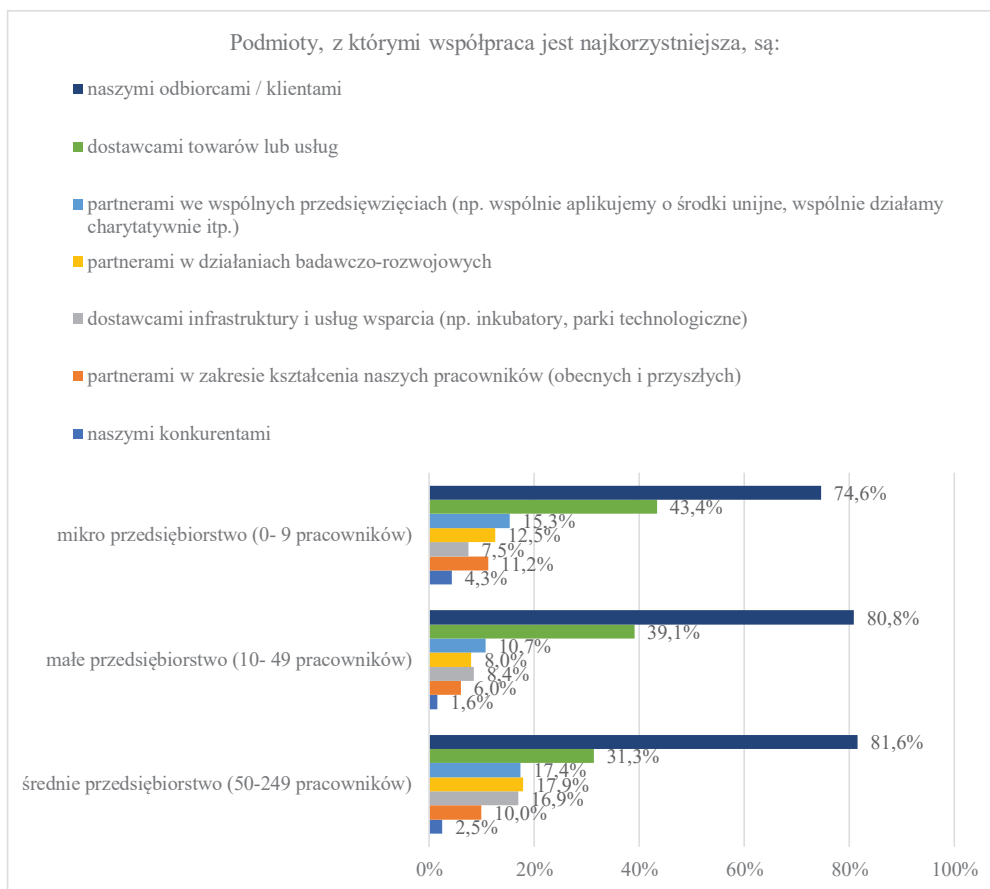


Wykres 6.11. Podmioty, z którymi współpraca jest najkorzystniejsza – rozkład odpowiedzi z uwzględnieniem liczby zatrudnionych

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Podmioty, z którymi realizowana współpraca oceniana jako najbardziej korzystna, występują w niej przede wszystkim w roli odbiorców/klientów, a następnie – dostawców towarów lub usług (wykres 6.12). Dwie wymienione role dominują we wskazaniach reprezentantów każdej z trzech kategorii rozważanych przedsiębiorstw (mikro-, małe, średnie). Uzyskany wynik jest zbliżony z zaprezentowanymi w części 6.2 wynikami zagregowanymi, opisującymi cały sektor MSP województwa kujawsko-pomorskiego. Suma wskazań widocznych na wykresie 6.12, w każdej z trzech kategorii przedsiębiorstw przekracza 100%,

ponieważ w wielu przypadkach podmiot partnerski, z którym współpraca oceniana jest jako najkorzystniejsza, występuje w tej współpracy, pełniąc więcej niż jedną rolę.

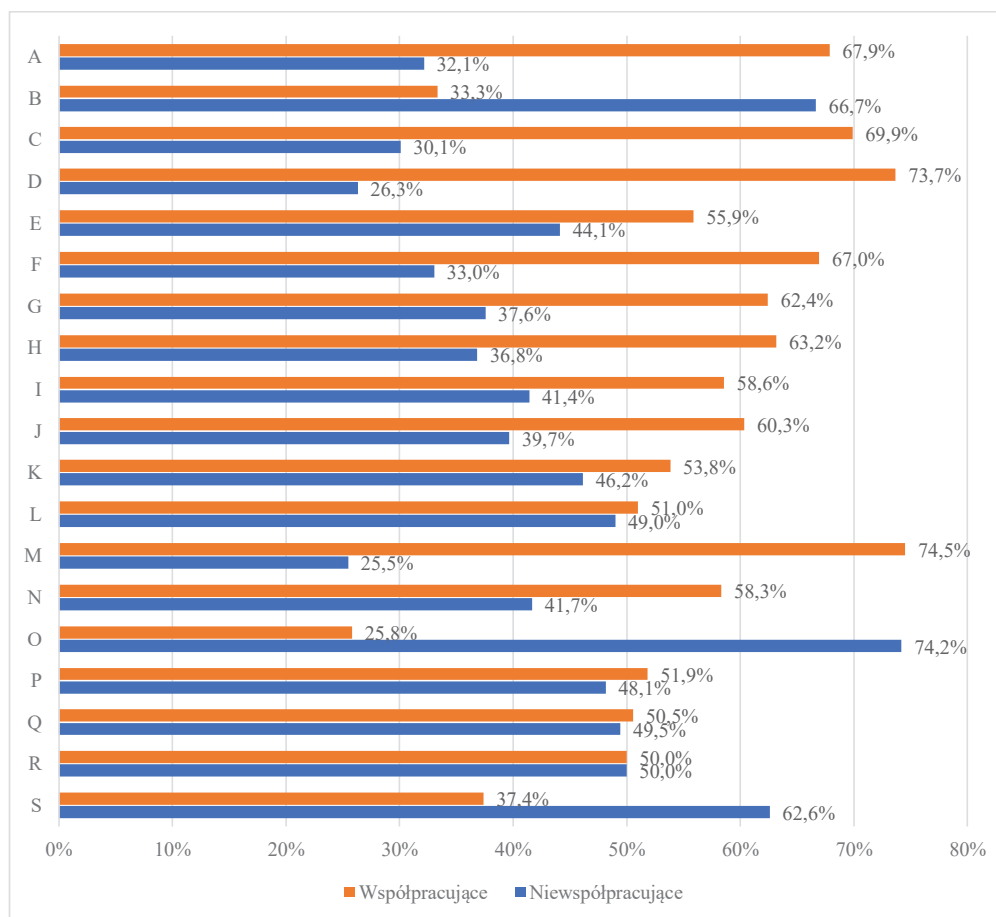


Wykres 6.12. Rola, jaką pełnią podmioty, z którymi współpraca oceniana jest jako najkorzystniejsza – rozkład odpowiedzi z uwzględnieniem liczby zatrudnionych

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

6.4. Współpraca przedsiębiorstw według sekcji PKD

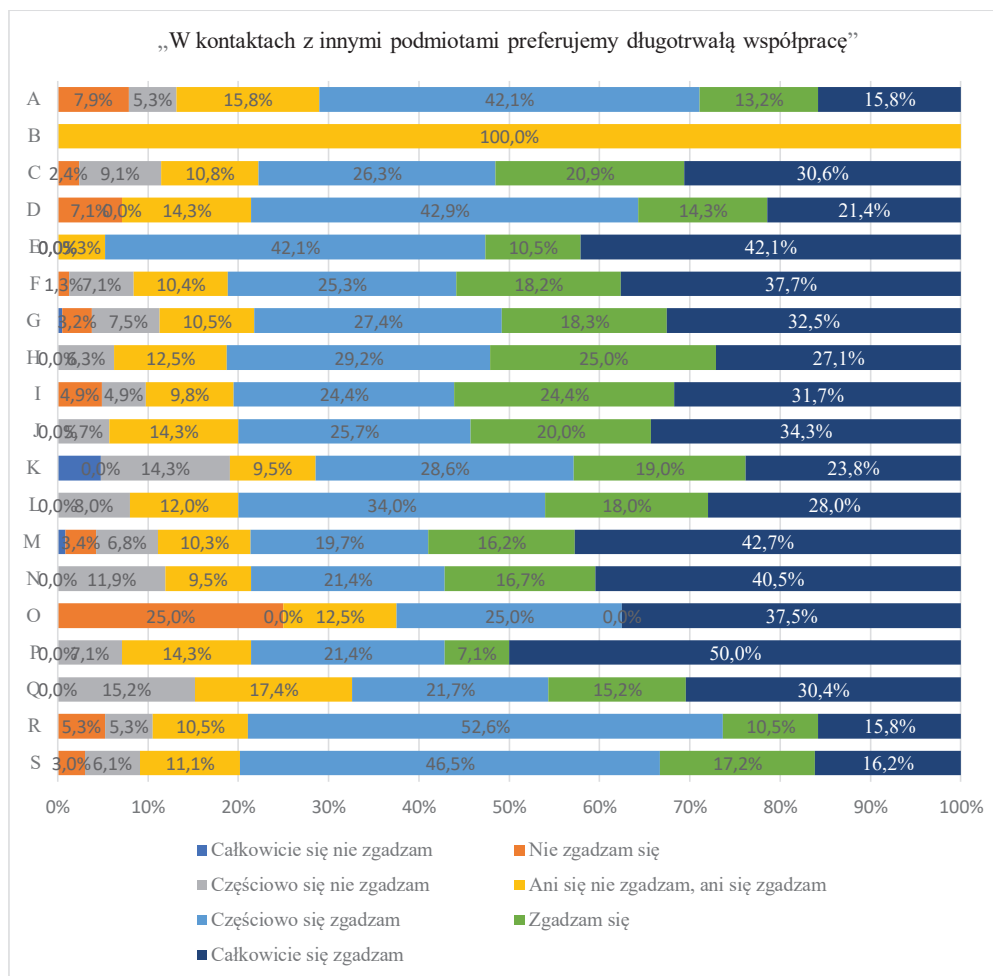
Wykres 6.13 prezentuje deklaracje przedstawicieli badanych przedsiębiorstw (w podziale na sekcje PKD) w odniesieniu do faktu podejmowania współpracy z innymi podmiotami. Jak wynika z zaprezentowanych danych, w większości grup przedsiębiorstw zidentyfikowanych ze względu na sekcję PKD przeważają podmioty, w których deklarowana jest współpraca z innymi podmiotami. Odmienny wynik uzyskano jedynie w badanych przedsiębiorstwach z sekcji B (górnictwo i wydobywanie), sekcji O (administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe zabezpieczenia społeczne) oraz sekcji S (pozostała działalność usługowa) – w przypadku tych podmiotów, odsetek badanych przedsiębiorstw, w których deklaruje się niepodjęcie współpracy z innymi podmiotami jest większy niż odsetek takich, w których – zgodnie z deklaracją ich przedstawicieli – dochodzi do nawiązywania współpracy.



Wykres 6.13. Przedsiębiorstwa deklarujące podejmowanie współpracy z innymi podmiotami – rozkład odpowiedzi z uwzględnieniem sekcji PKD

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

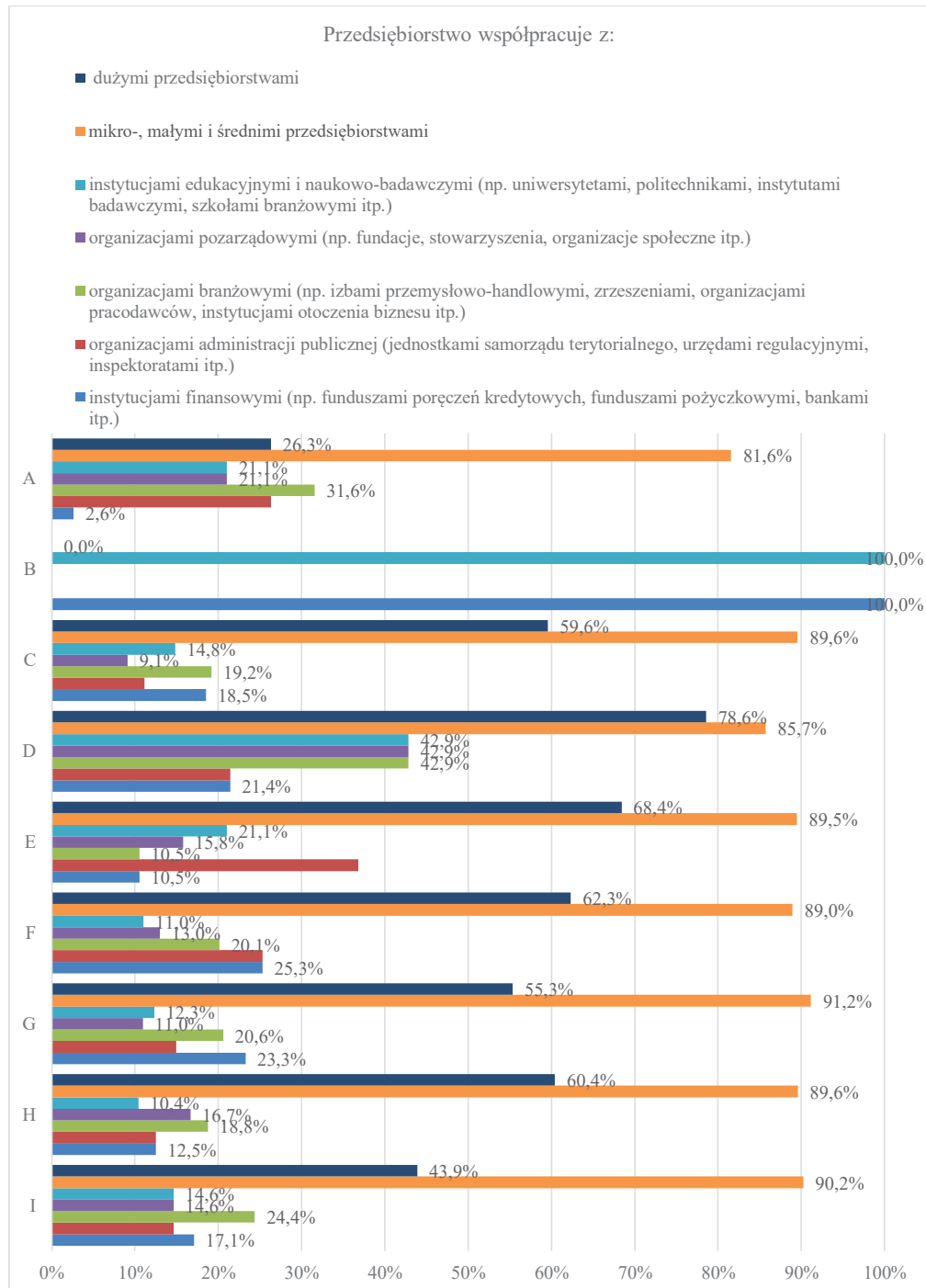
Niezależnie od sekcji PKD w badanych przedsiębiorstwach przeważają deklaracje wskazujące na preferowanie długotrwałej współpracy (wykres 6.14).

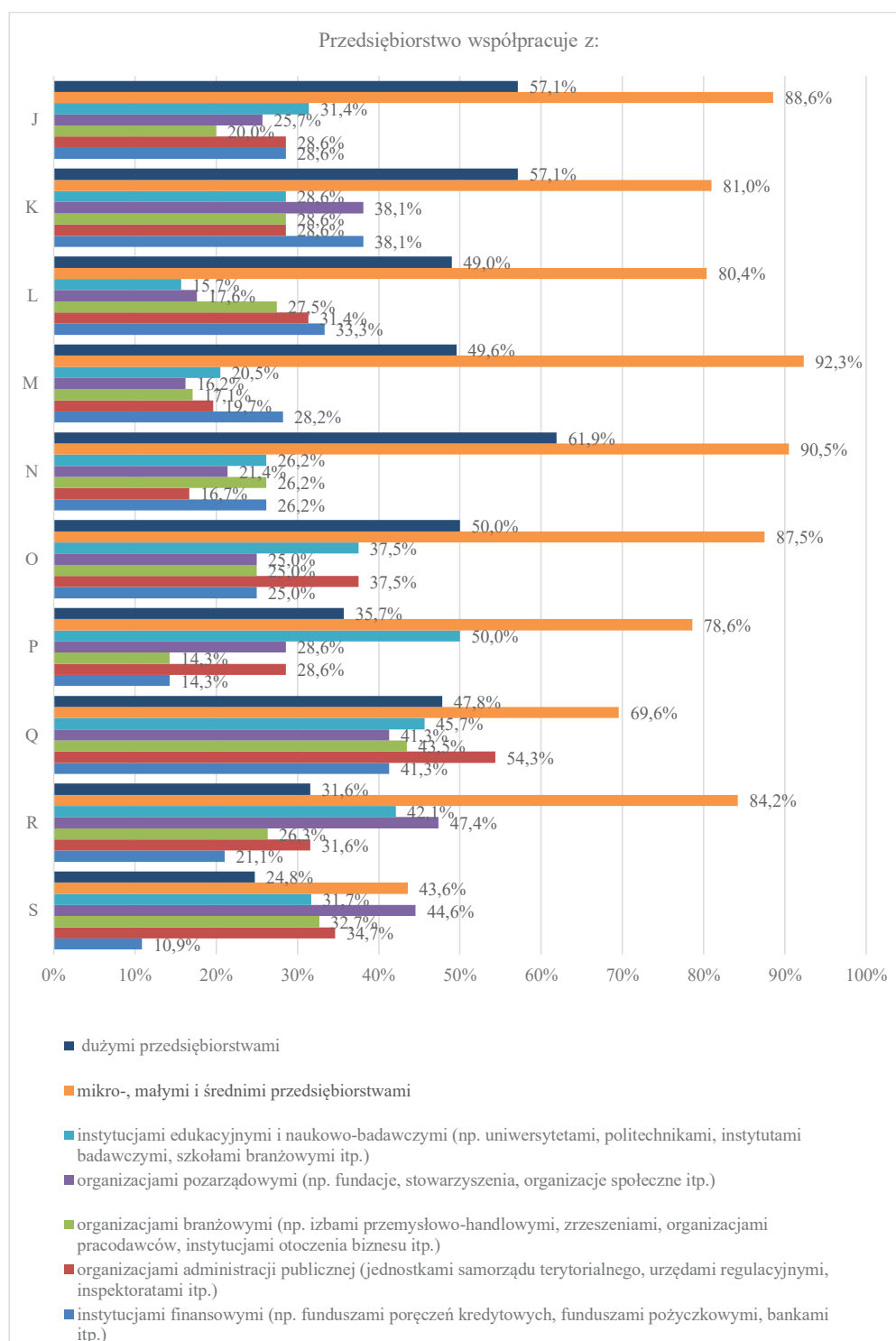


Wykres 6.14. Preferowanie długotrwałej współpracy w kontaktach z innymi podmiotami – według sekcji PKD

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

W każdej z kategorii badanych przedsiębiorstw, wyłonionych, ze względu na sekcję PKD, przedsiębiorstwa współpracują przede wszystkim z innymi przedsiębiorstwami sektora MSP (wykres 6.15). Sekcja B (górnictwo i wydobywanie) reprezentowana była tylko przez jedno przedsiębiorstwo, które (poza współpracą z innymi podmiotami) zadeklarowało podejmowanie współpracy z instytucjami edukacyjnymi, naukowo-badawczymi oraz finansowymi. W przypadku przedsiębiorstw z sekcji D (wytwarzanie i zaopatrywanie w energię elektryczną, gaz, parę wodną, gorącą wodę i powietrze do układów klimatyzacyjnych) stosunkowo wysoki jest udział wskazań na współpracę z przedsiębiorstwami dużymi.



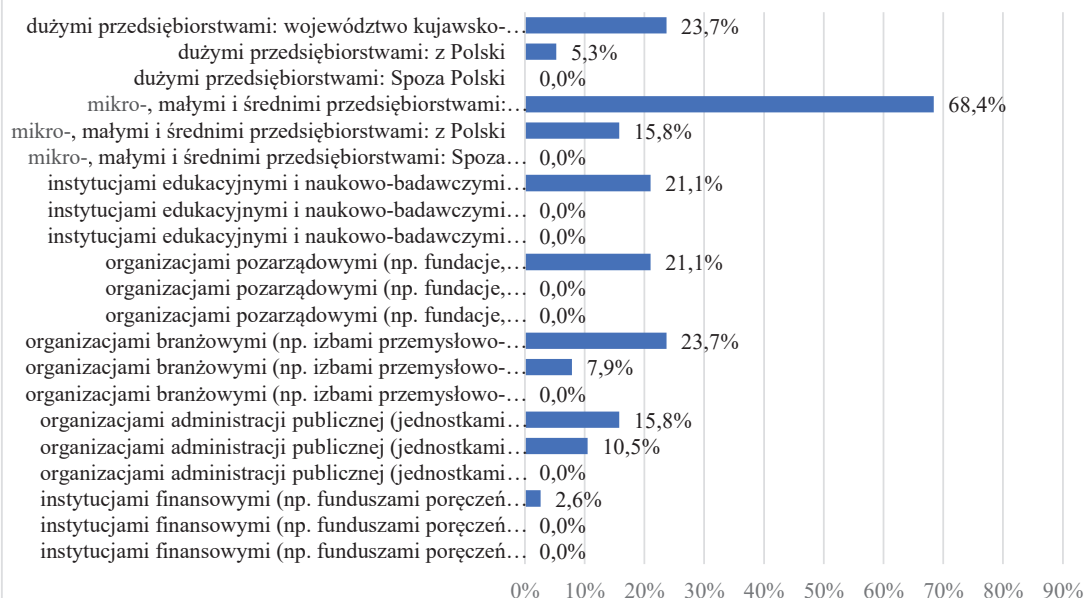


Wykres 6.15. Podmioty, z którymi współpracują badane przedsiębiorstwa – rozkład odpowiedzi ze względu na sekcję PKD

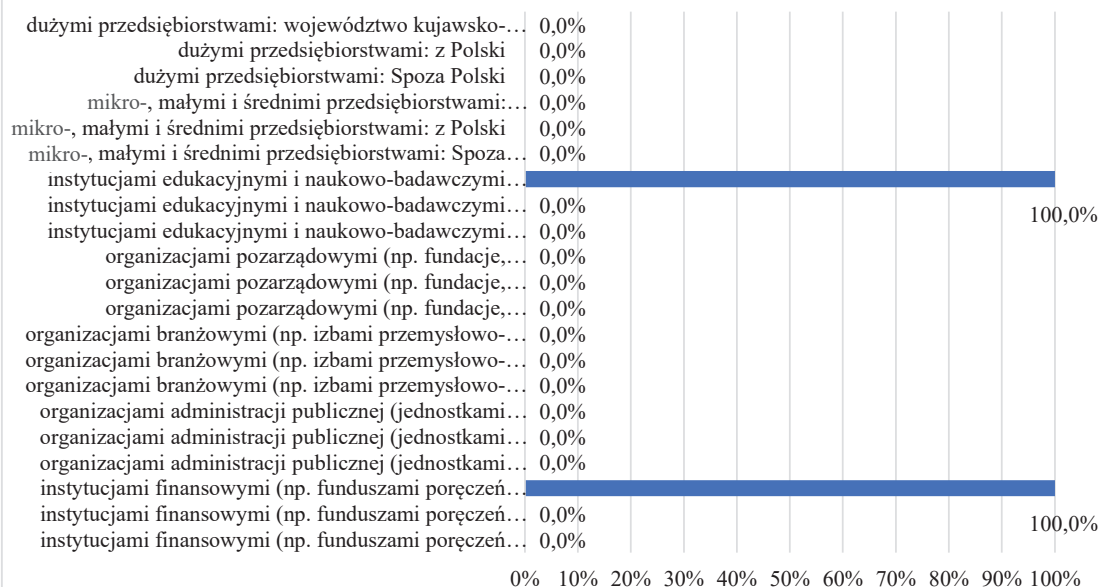
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

W większości grup badanych przedsiębiorstw zidentyfikowanych, ze względu na sekcję PKD, dominuje współpraca z podmiotami zlokalizowanymi w województwie kujawsko-pomorskim (wykres 6.16).

Seksja A: przedsiębiorstwo współpracuje z:



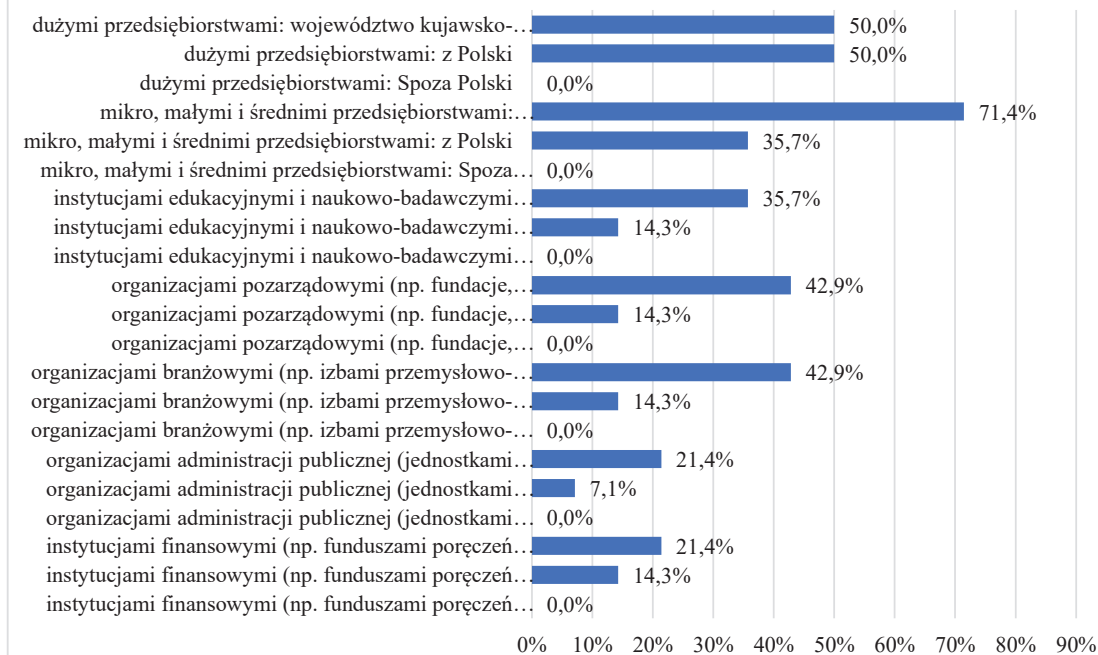
Seksja B: przedsiębiorstwo współpracuje z:



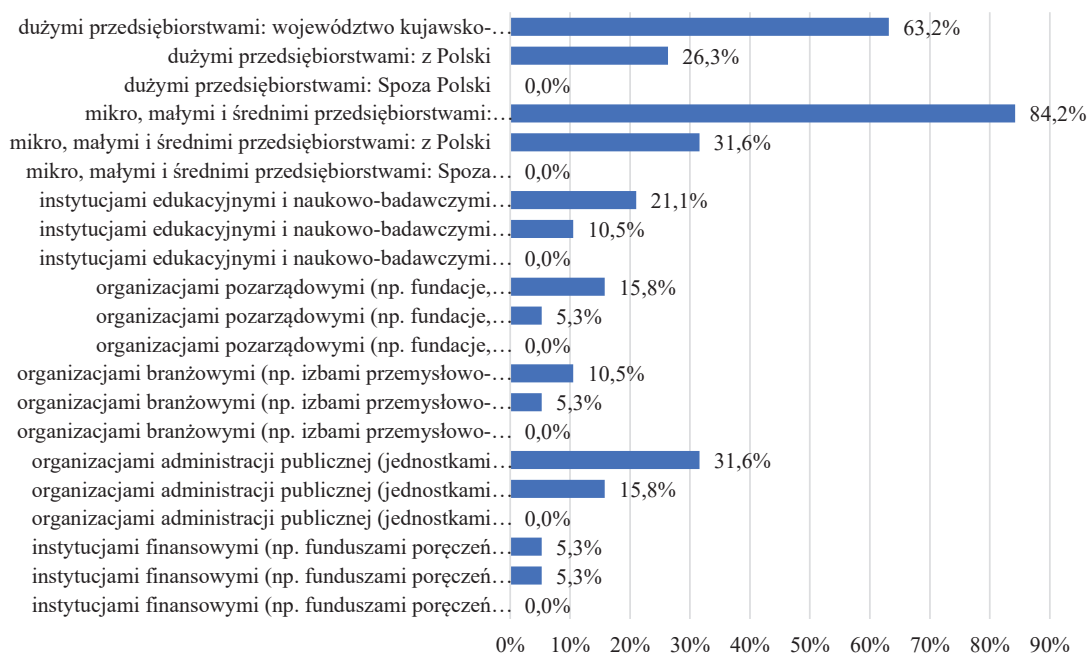
Sekcja C: przedsiębiorstwo współpracuje z:



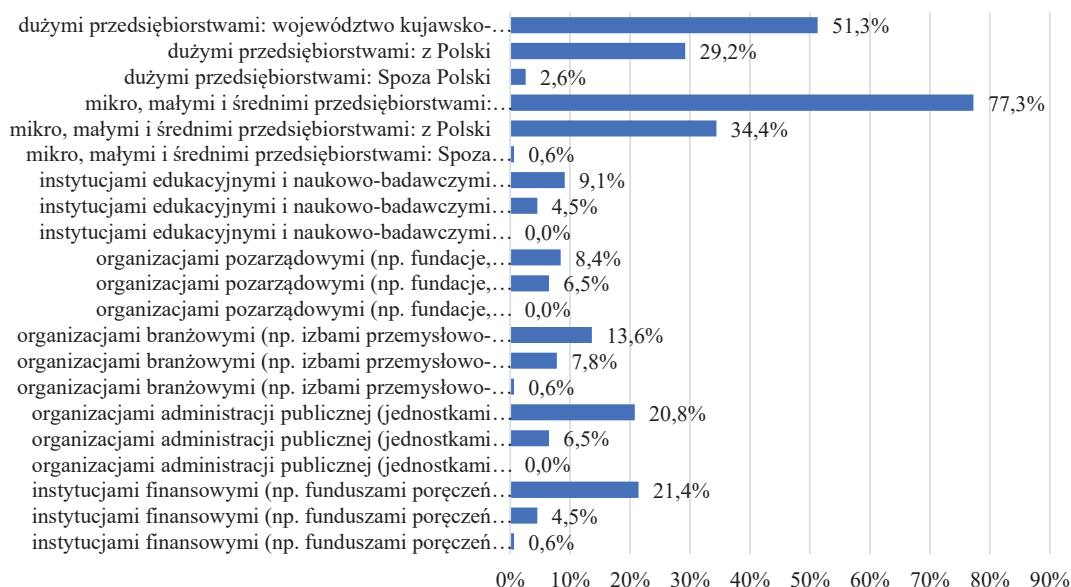
Sekcja D: przedsiębiorstwo współpracuje z:



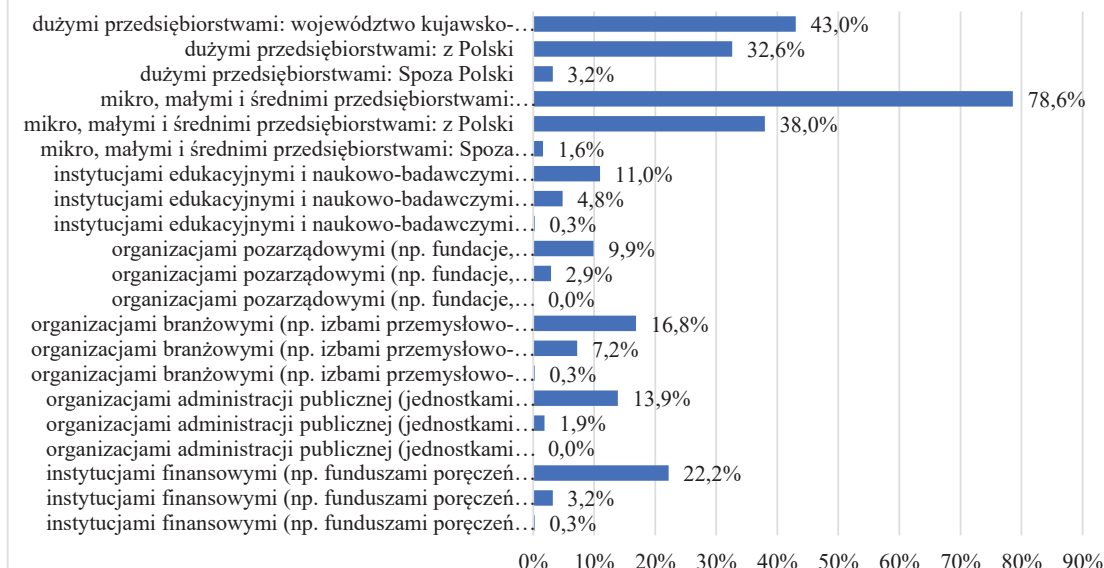
Seksja E: przedsiębiorstwo współpracuje z:



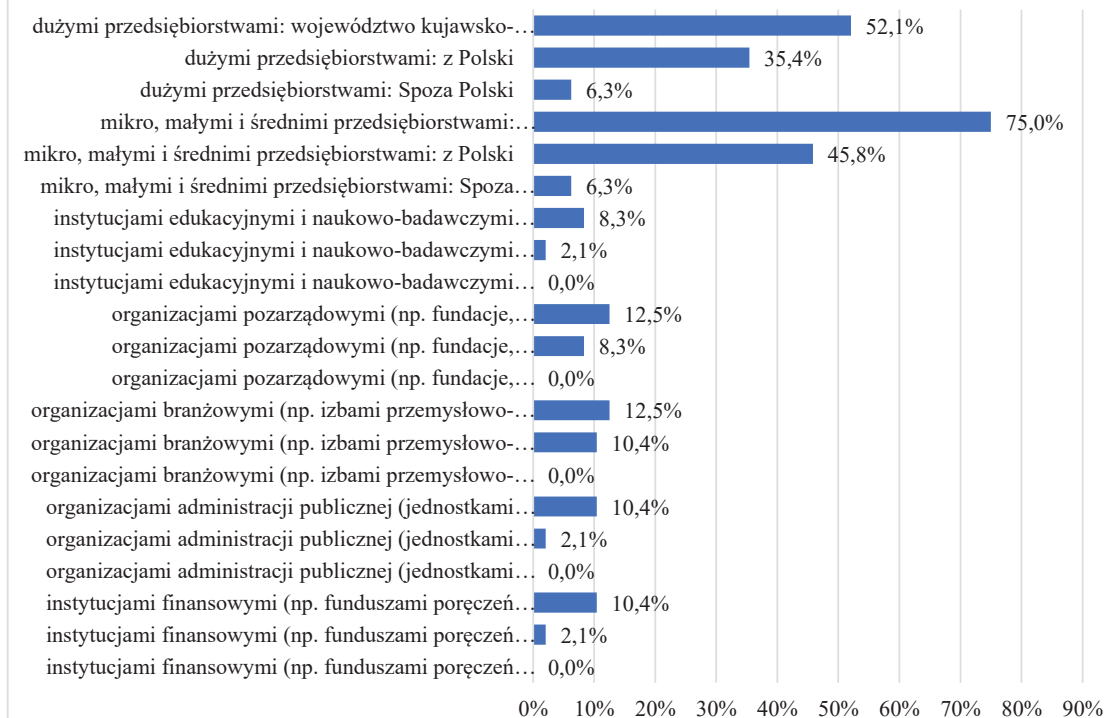
Seksja F: przedsiębiorstwo współpracuje z:

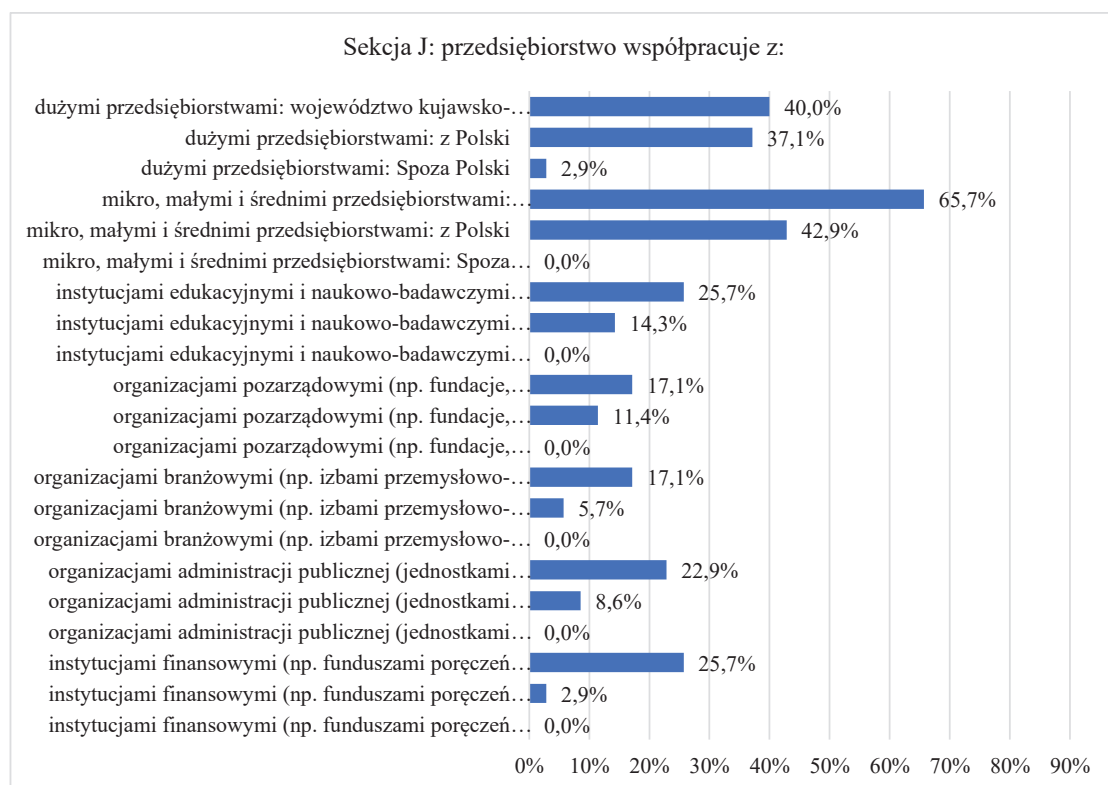
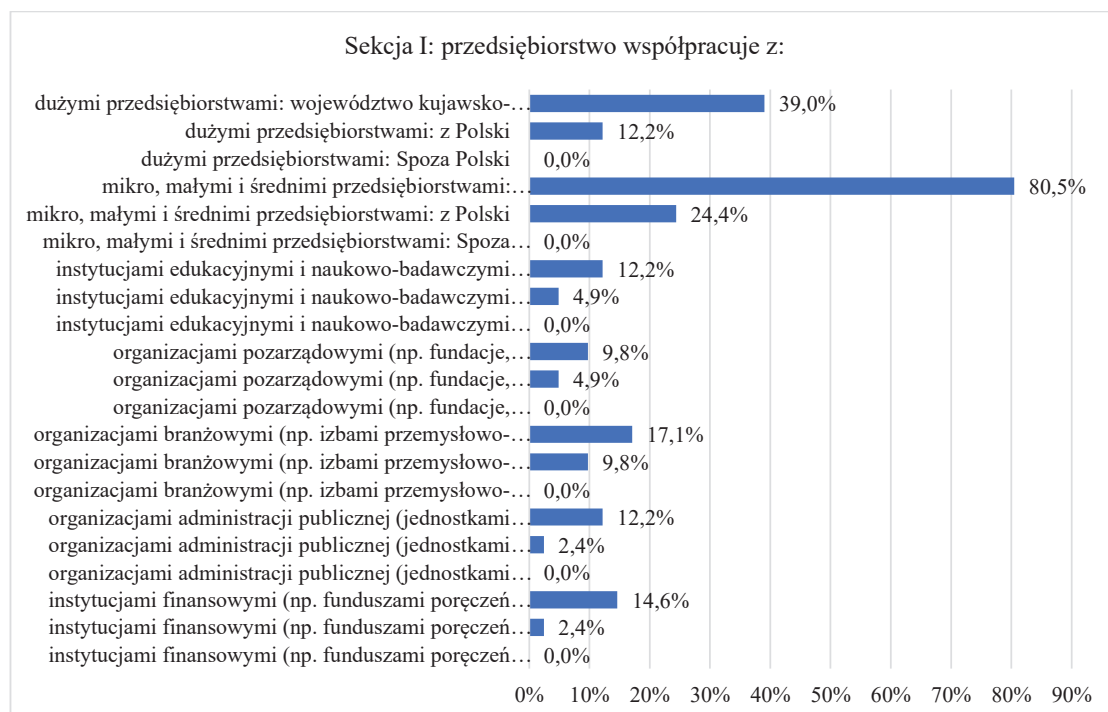


Sekcja G: przedsiębiorstwo współpracuje z:

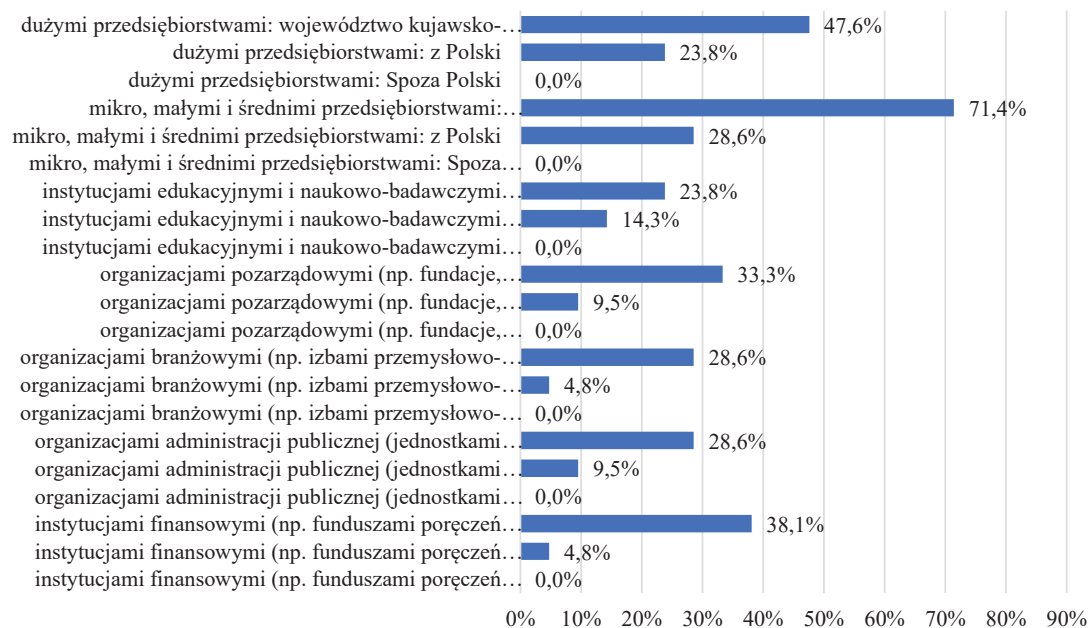


Sekcja H: przedsiębiorstwo współpracuje z:

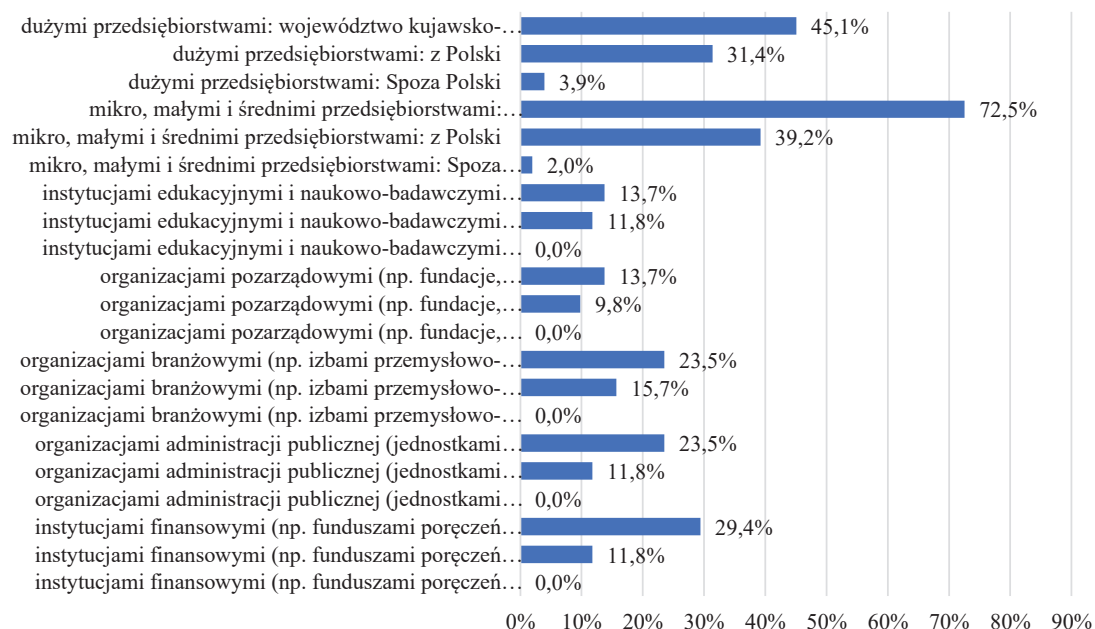




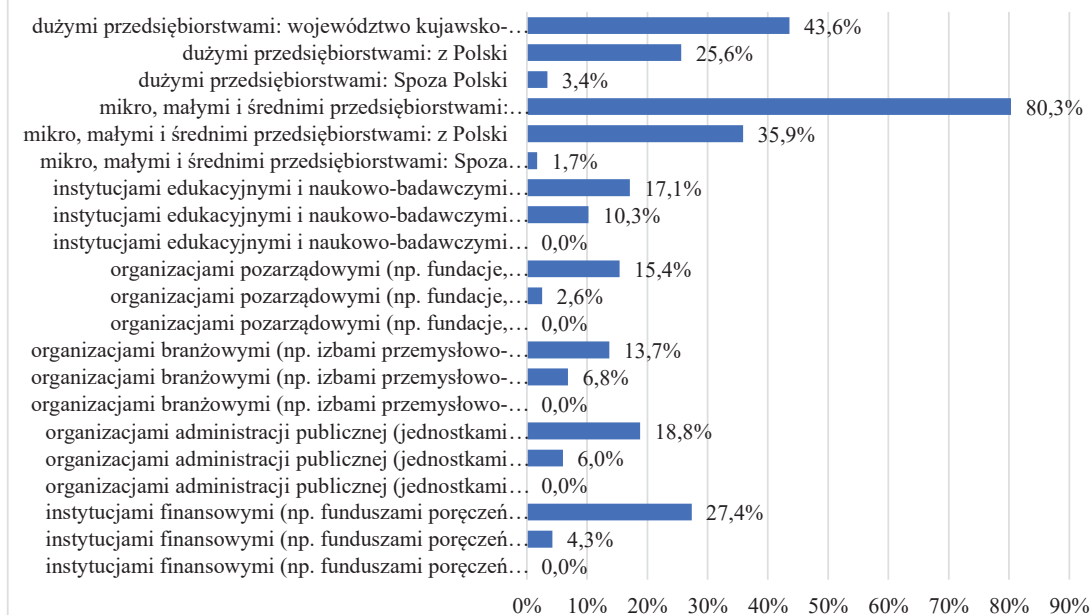
Sekcja K: przedsiębiorstwo współpracuje z:



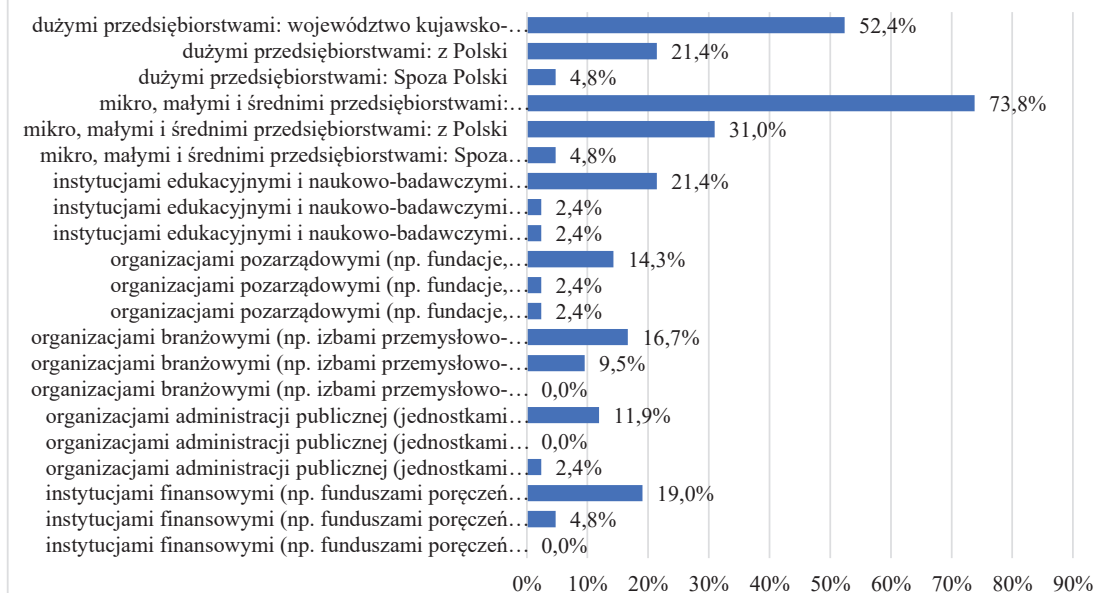
Sekcja L: przedsiębiorstwo współpracuje z:



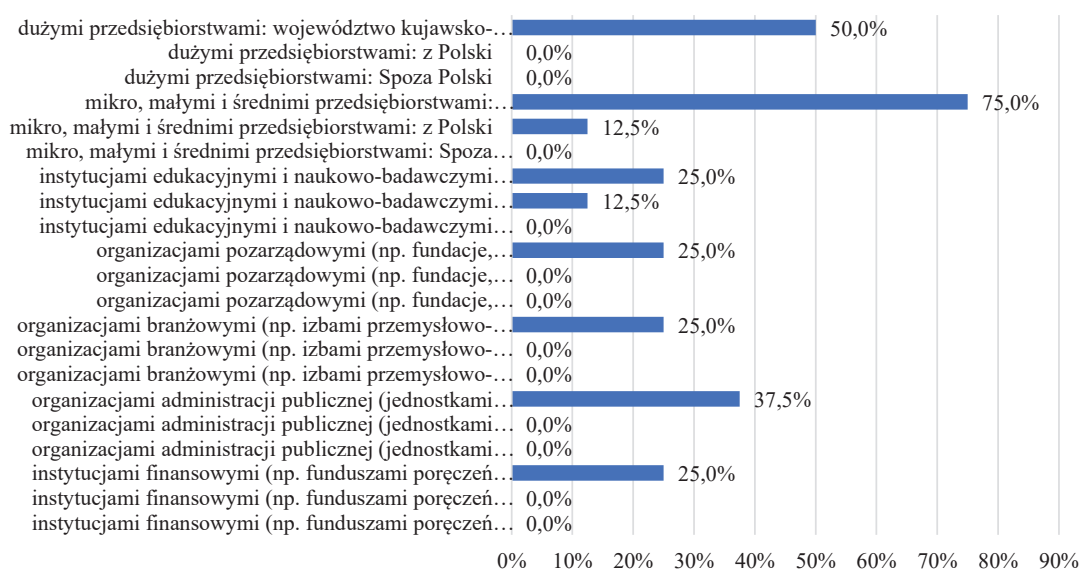
Seksja M: przedsiębiorstwo współpracuje z:



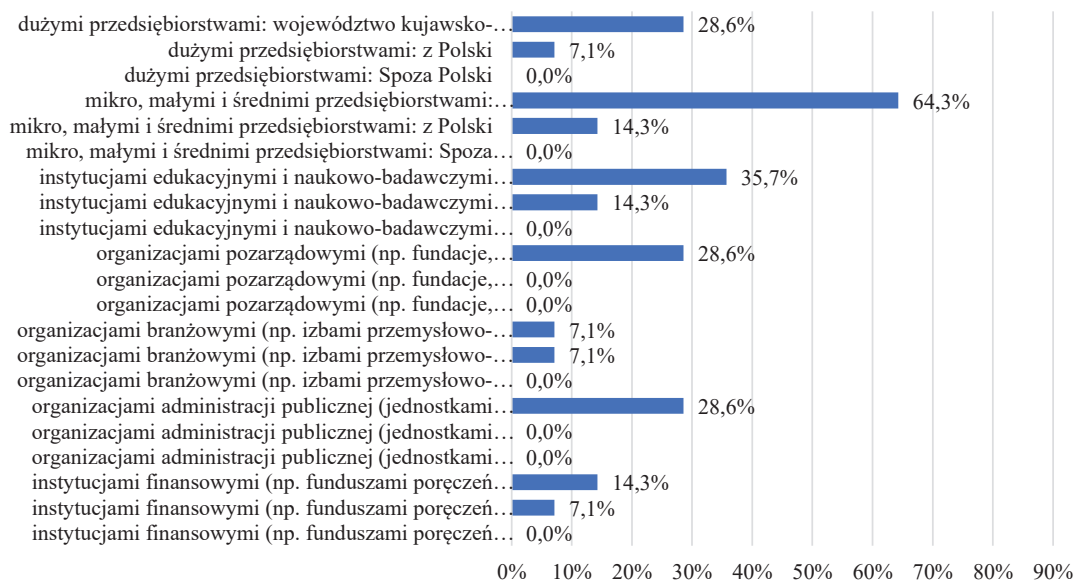
Seksja N: przedsiębiorstwo współpracuje z:

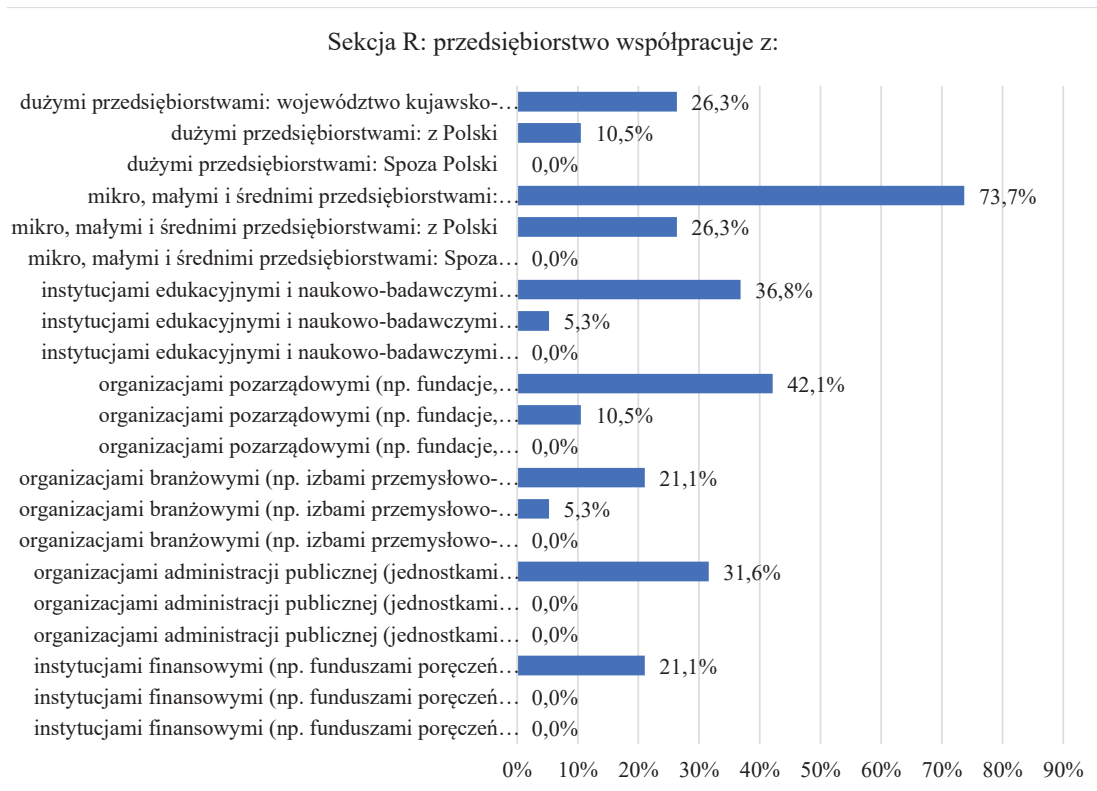
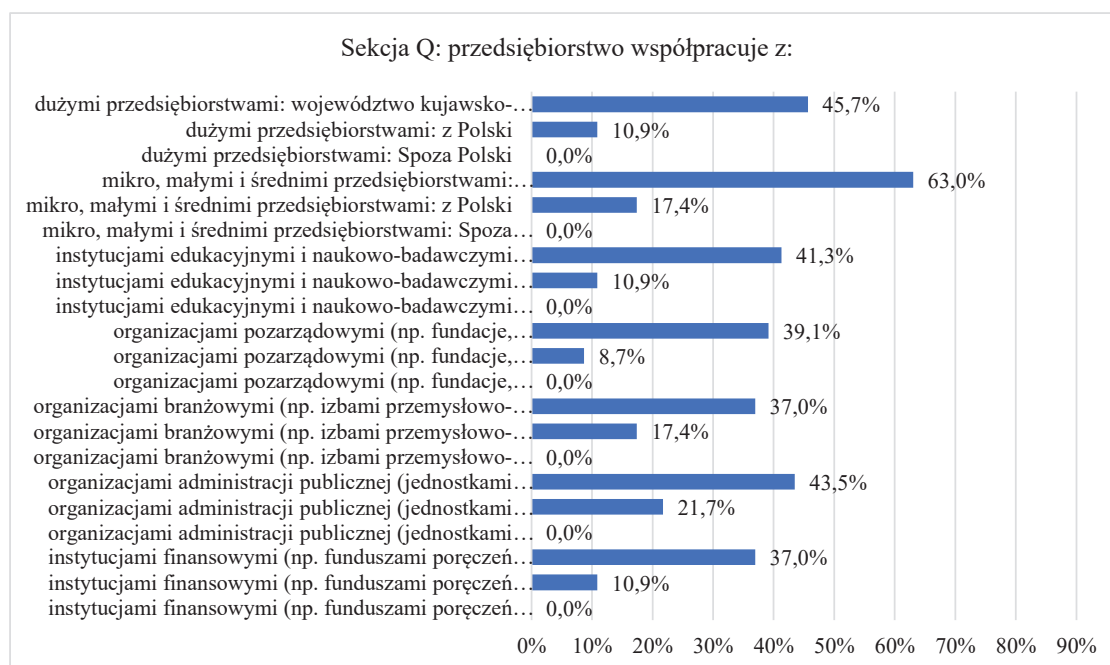


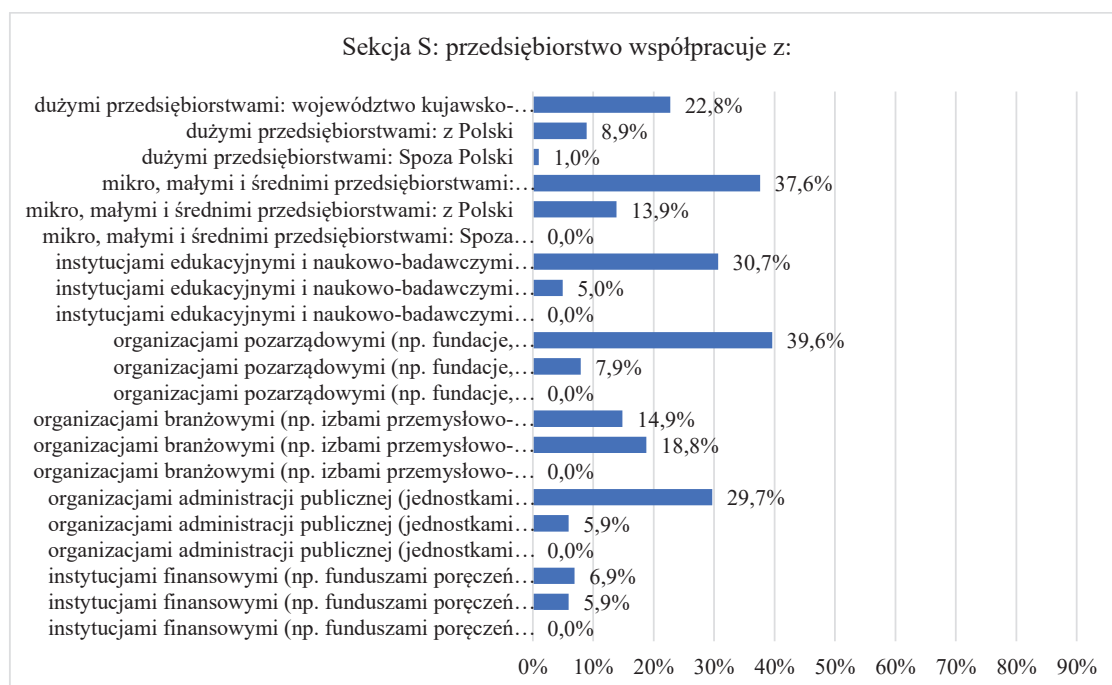
Sekcja O: przedsiębiorstwo współpracuje z:



Sekcja P: przedsiębiorstwo współpracuje z:





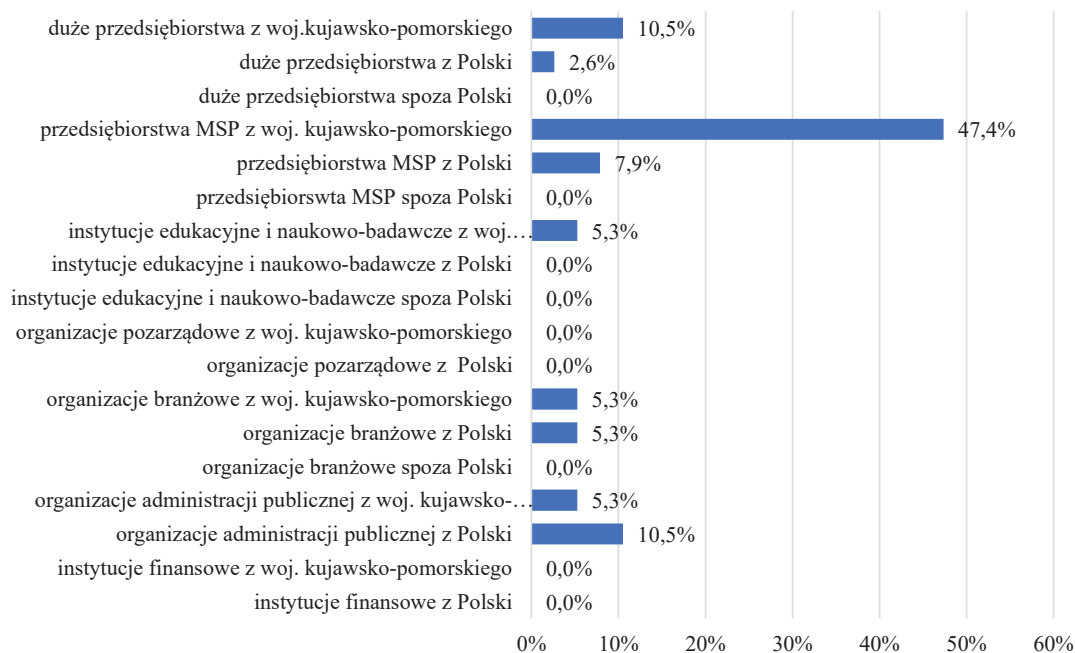


Wykres 6.16. Lokalizacja podmiotów, z którymi współpracują badane przedsiębiorstwa –rozkład odpowiadzi w podziale na poszczególne sekcje PKD

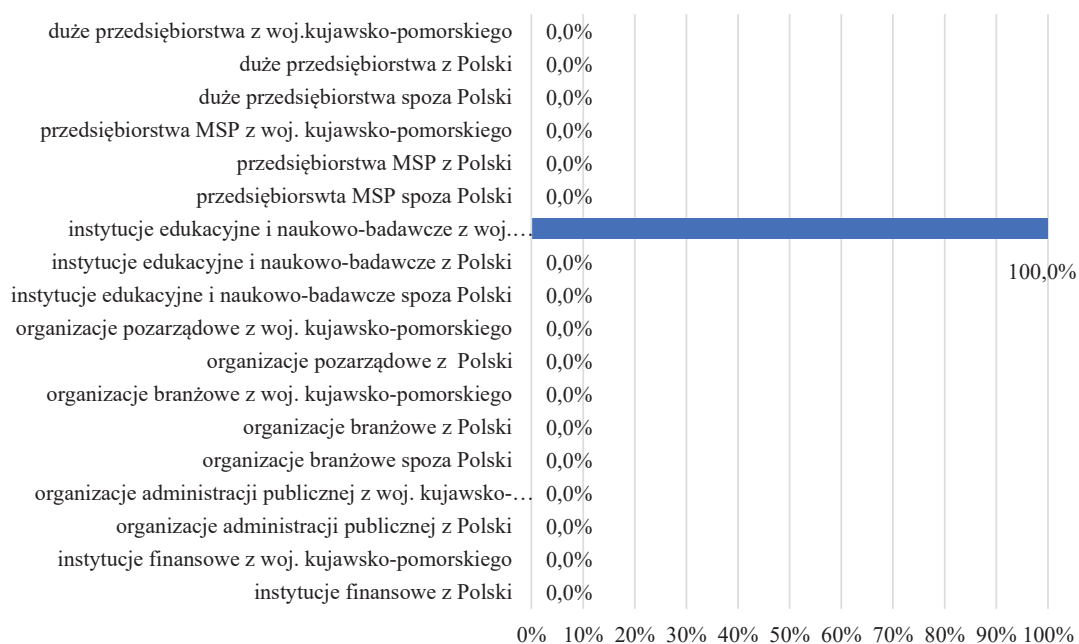
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Niemal we wszystkich analizowanych grupach badanych przedsiębiorstw, wyodrębnionych na podstawie sekcji PKD, wskazuje się inne przedsiębiorstwa sektora MSP zlokalizowane w województwie kujawsko-pomorskim jako te podmioty (spośród wszystkich, z którymi podejmowana jest współpraca), z którymi współpraca jest najkorzystniejsza (wykres 6.17). Odmienne wskazania uzyskano jedynie w przedsiębiorstwie z sekcji B (jedynym reprezentancie tej sekcji w opisywanej w tym rozdziale części próby badawczej, grupującej przedsiębiorstwa deklarujące podejmowanie współpracy). W przedsiębiorstwie tym jako najbardziej korzystną oceniono współpracę z instytucją edukacyjną/naukowo-badawczą zlokalizowaną w województwie kujawsko-pomorskim. Odmienne wskazania uzyskano także w przedsiębiorstwach z sekcji Q (opieka zdrowotna i pomoc społeczna), w których największy odsetek wskazań przypadł na współpracę z dużymi przedsiębiorstwami z województwa kujawsko-pomorskiego.

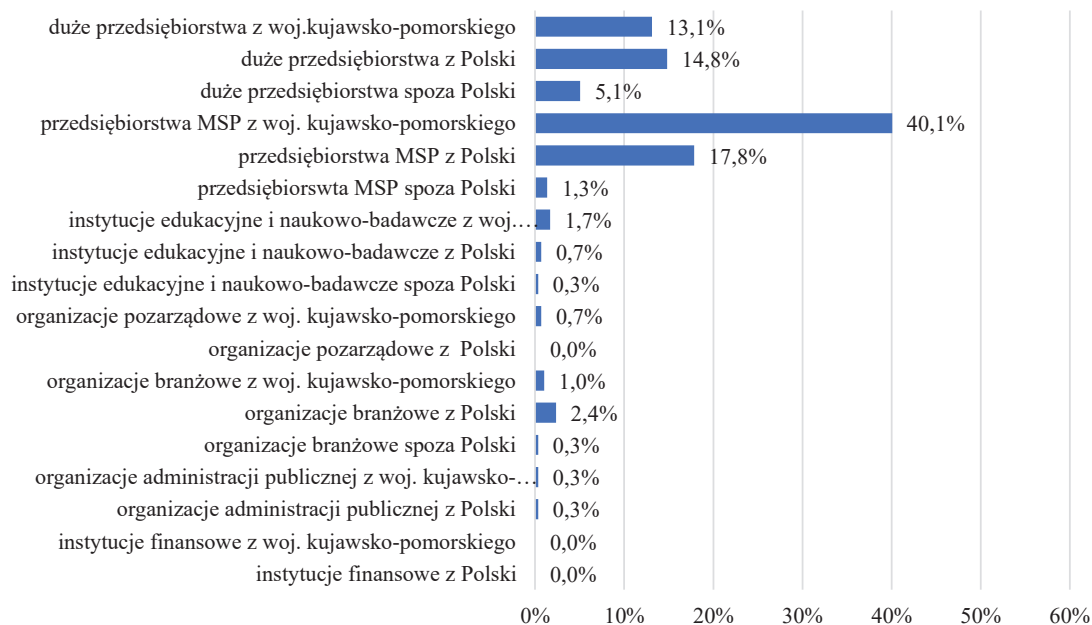
Sekcja A: podmioty, z którymi współpraca jest najkorzystniejsza, to:



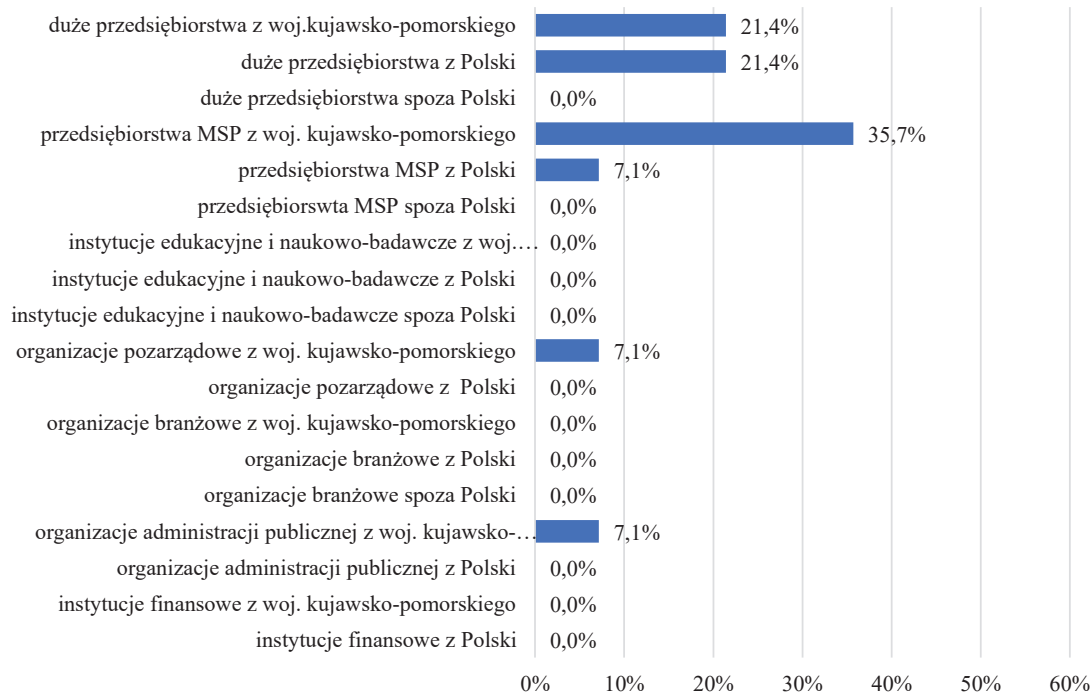
Sekcja B: podmioty, z którymi współpraca jest najkorzystniejsza, to:



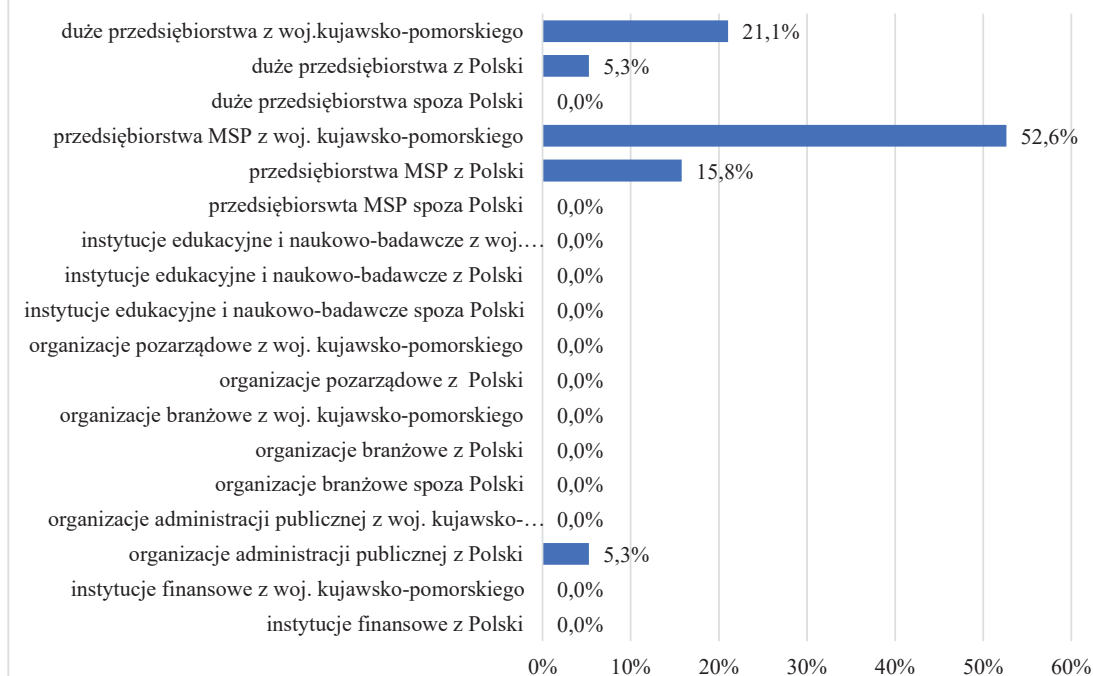
Seksja C: podmioty, z którymi współpraca jest najkorzystniejsza, to:



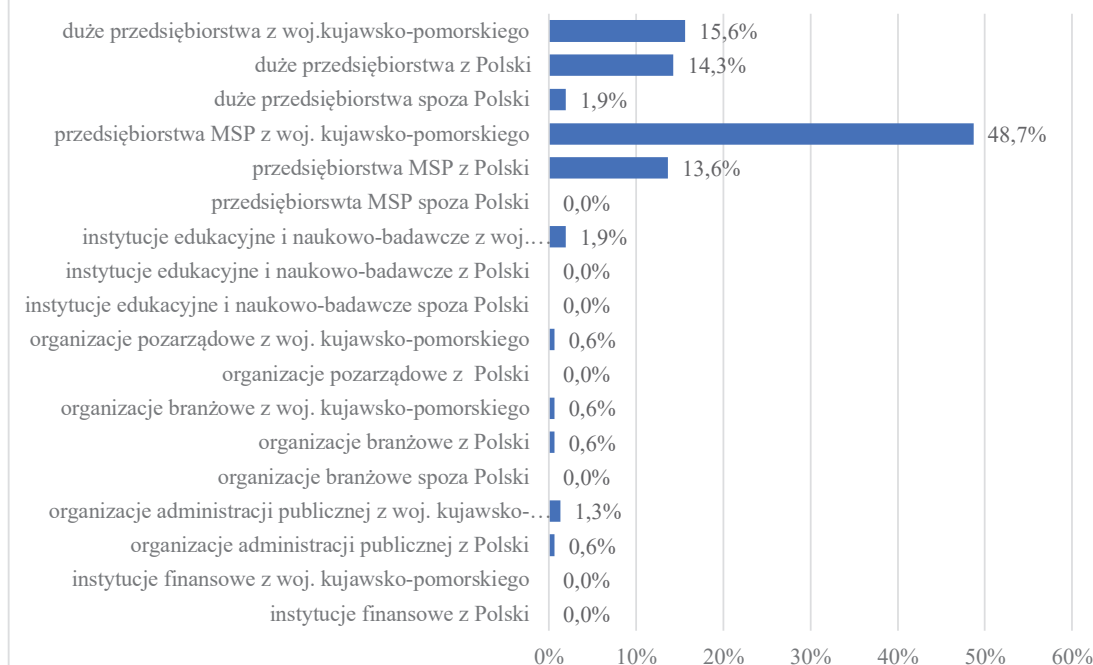
Seksja D: podmioty, z którymi współpraca jest najkorzystniejsza, to:



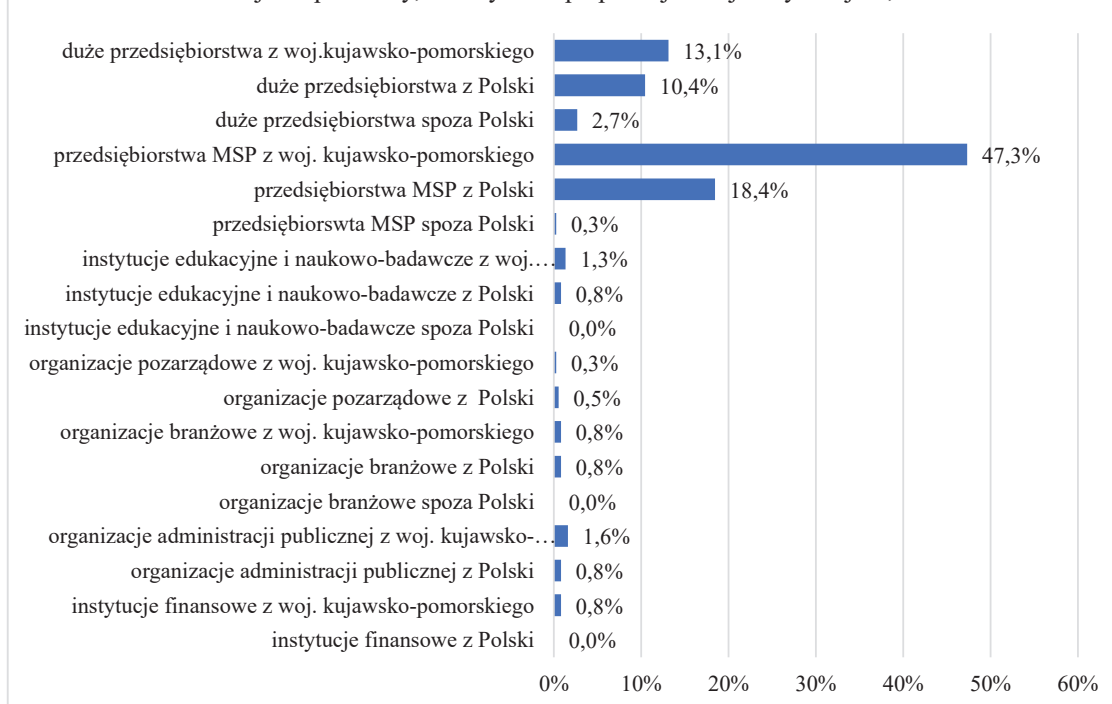
Sekcja E: podmioty, z którymi współpraca jest najkorzystniejsza, to:



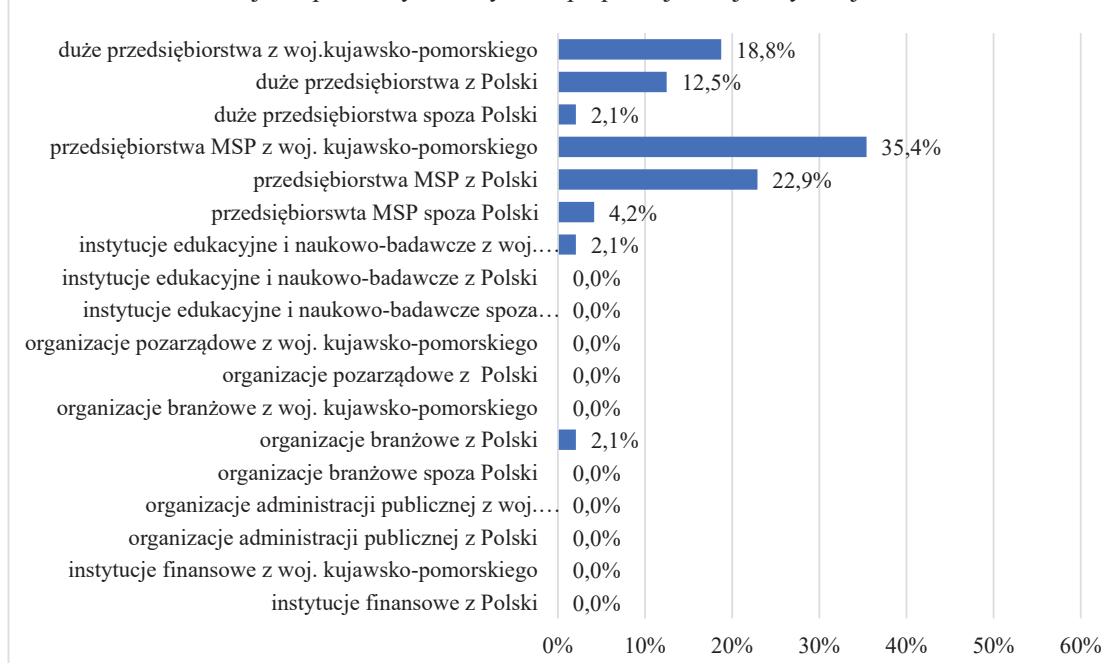
Sekcja F: podmioty, z którymi współpraca jest najkorzystniejsza, to:

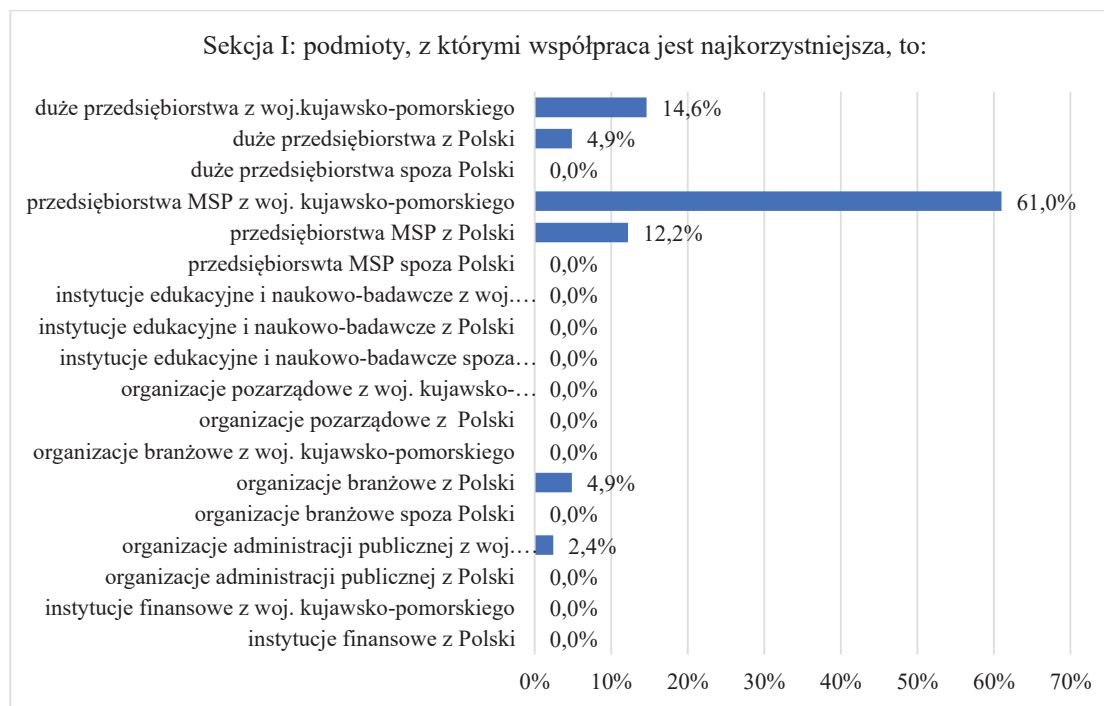


Sekcja G: podmioty, z którymi współpraca jest najkorzystniejsza, to:

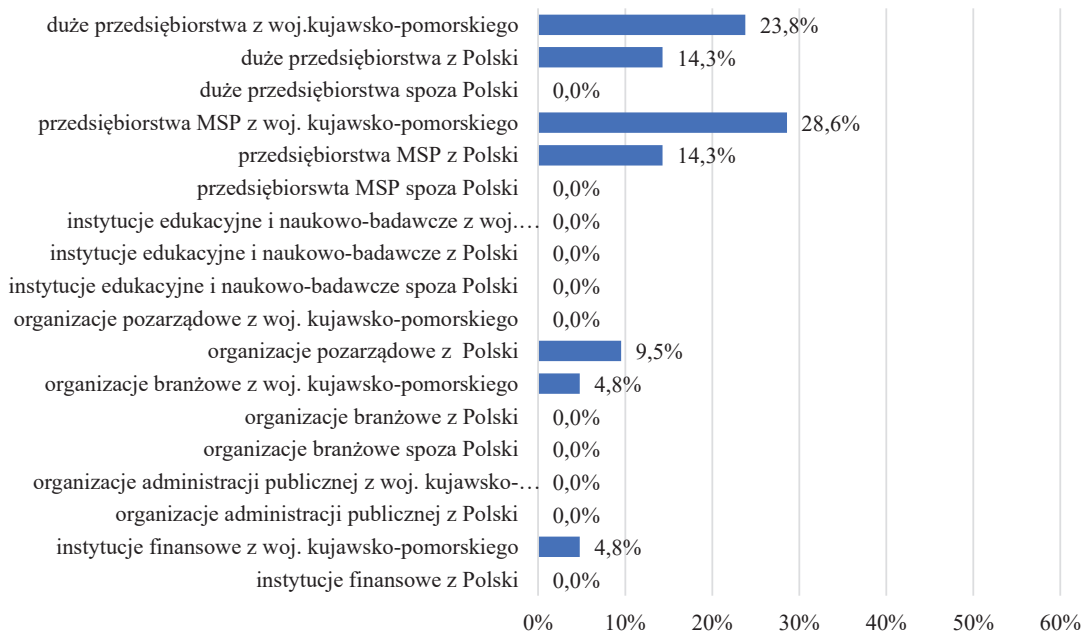


Sekcja H: podmioty, z którymi współpraca jest najkorzystniejsza, to:

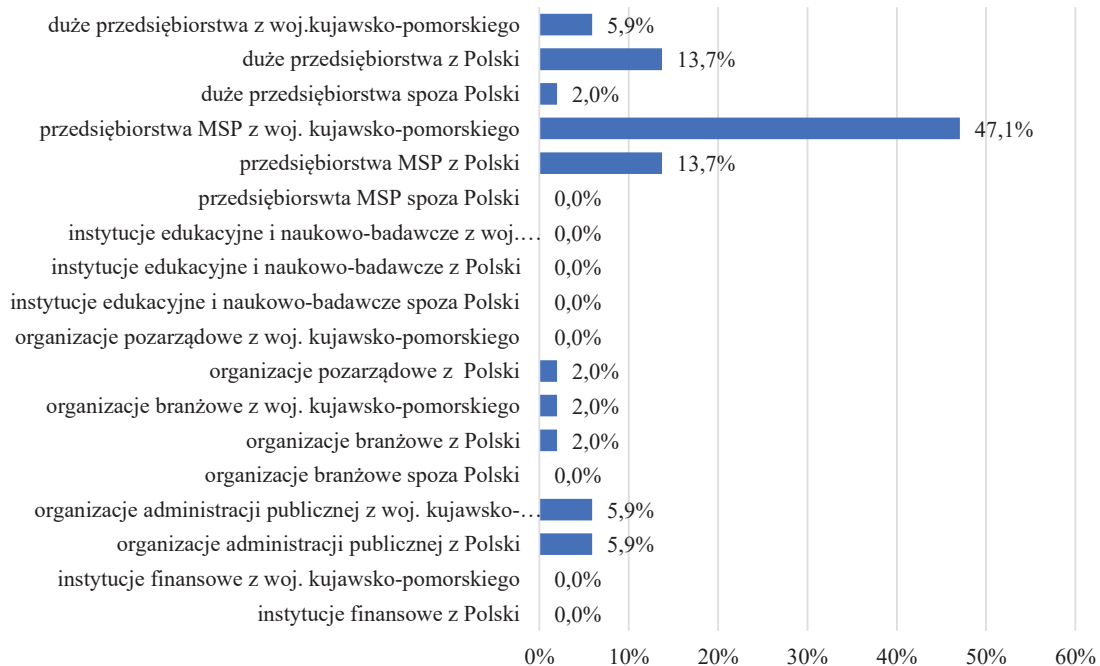


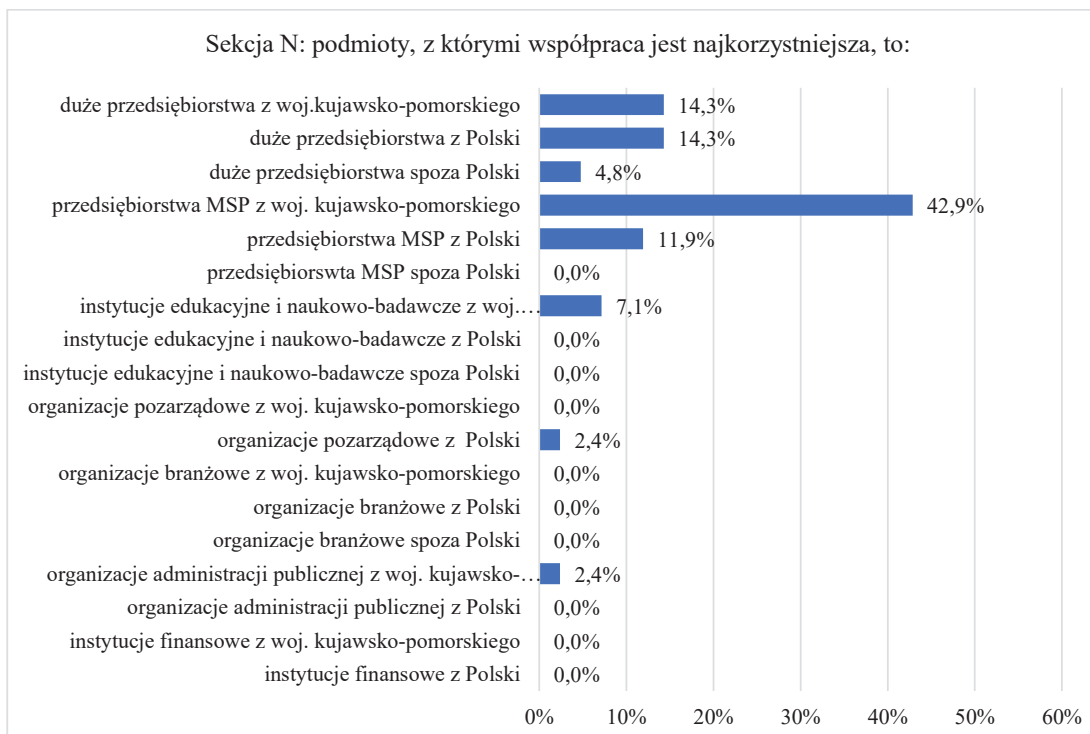
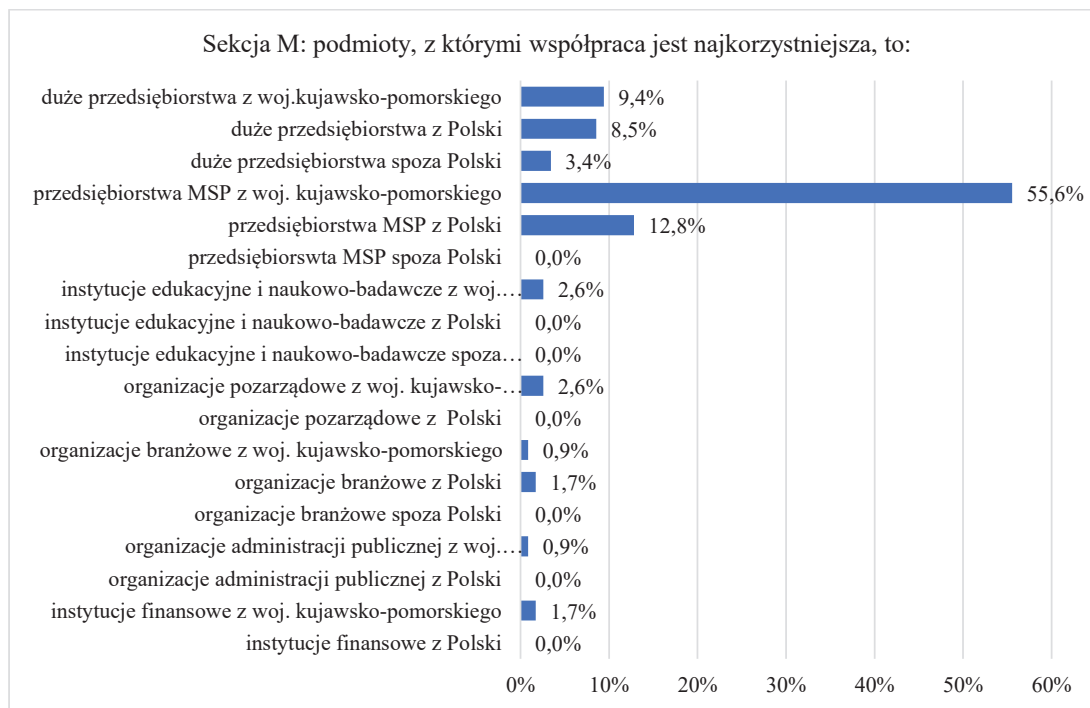


Sekcja K: podmioty, z którymi współpraca jest najkorzystniejsza, to:

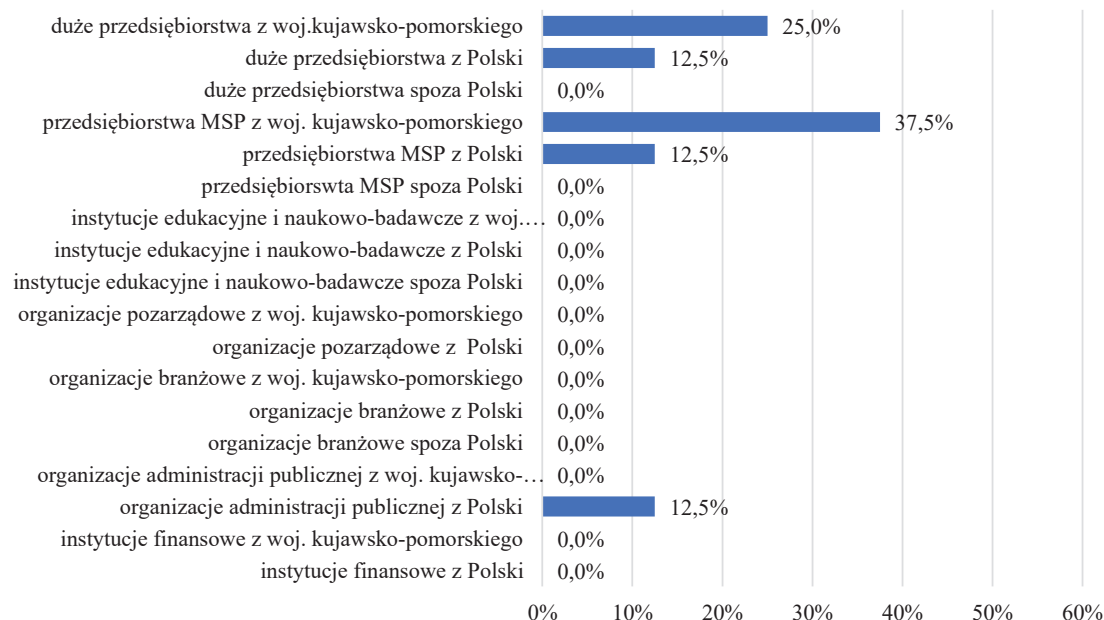


Sekcja L: podmioty, z którymi współpraca jest najkorzystniejsza, to:

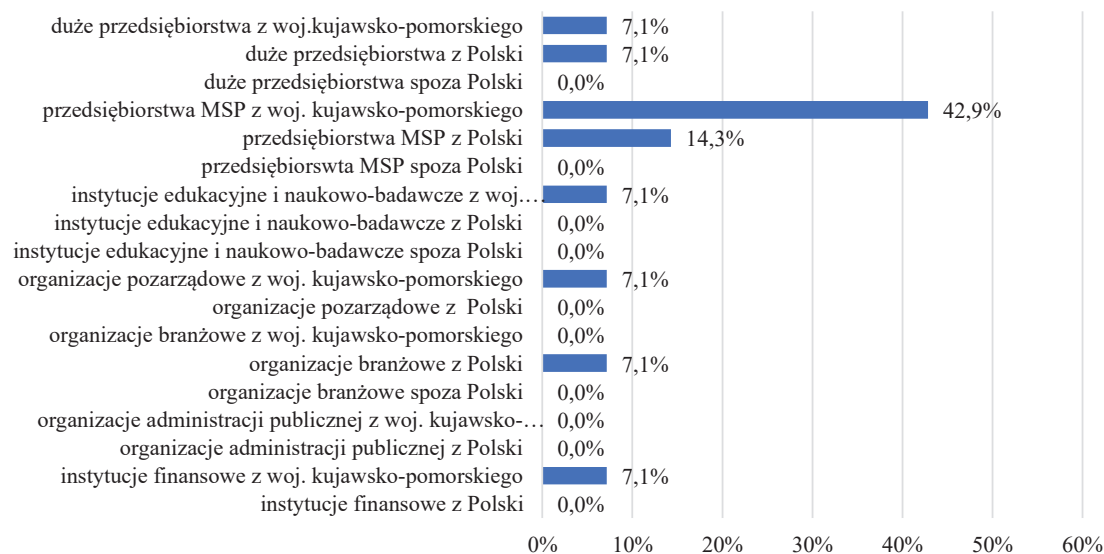




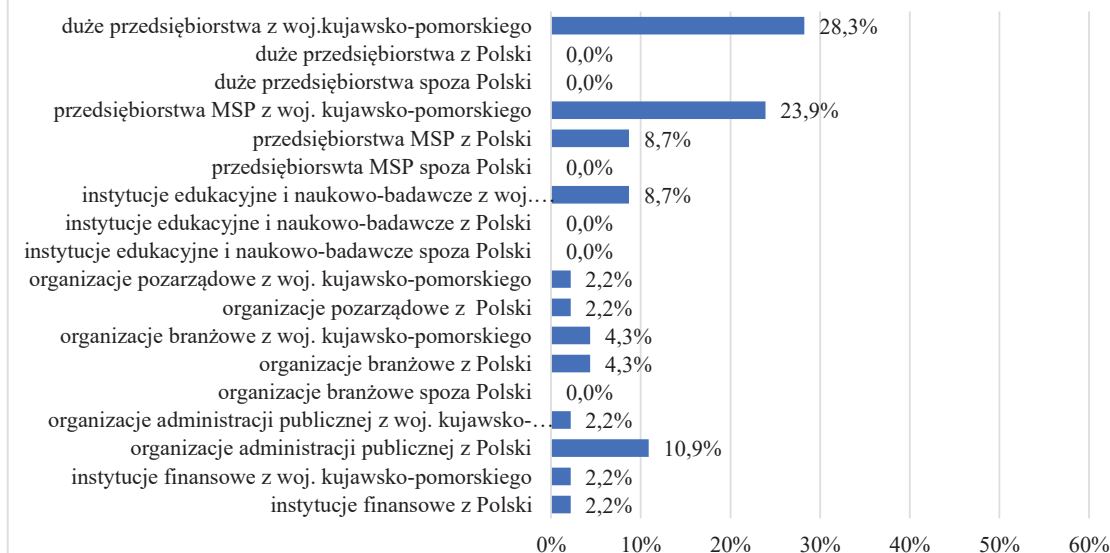
Sekcja O: podmioty, z którymi współpraca jest najkorzystniejsza, to:



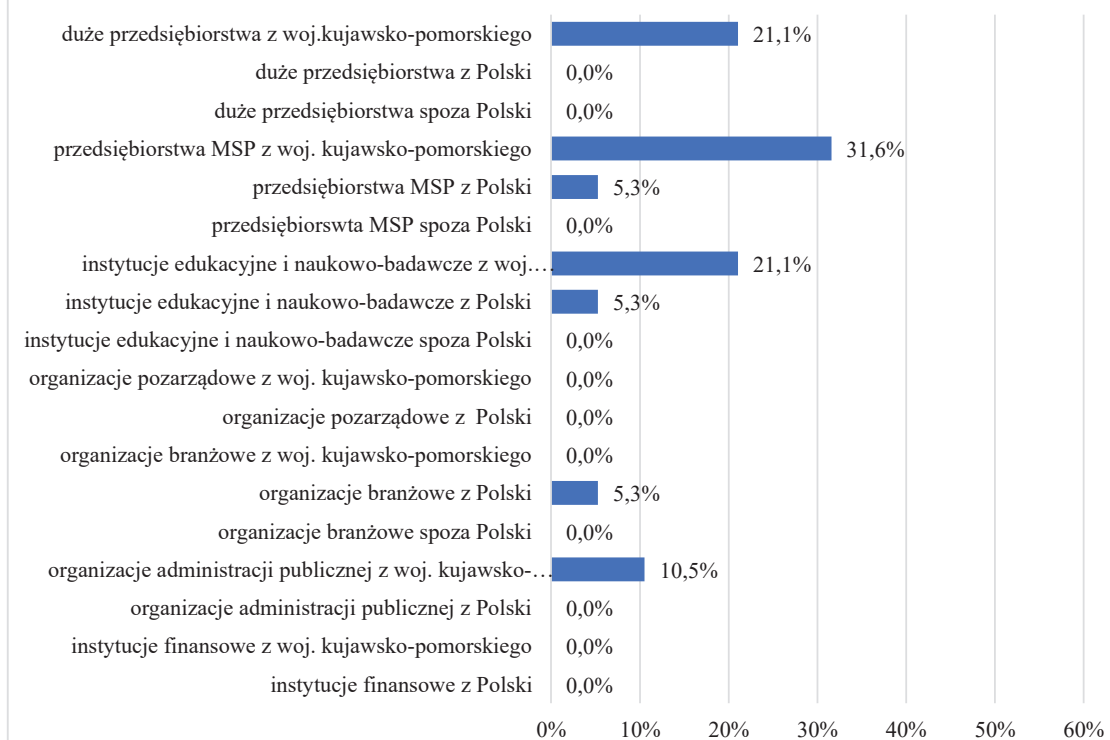
Sekcja P: podmioty, z którymi współpraca jest najkorzystniejsza, to:

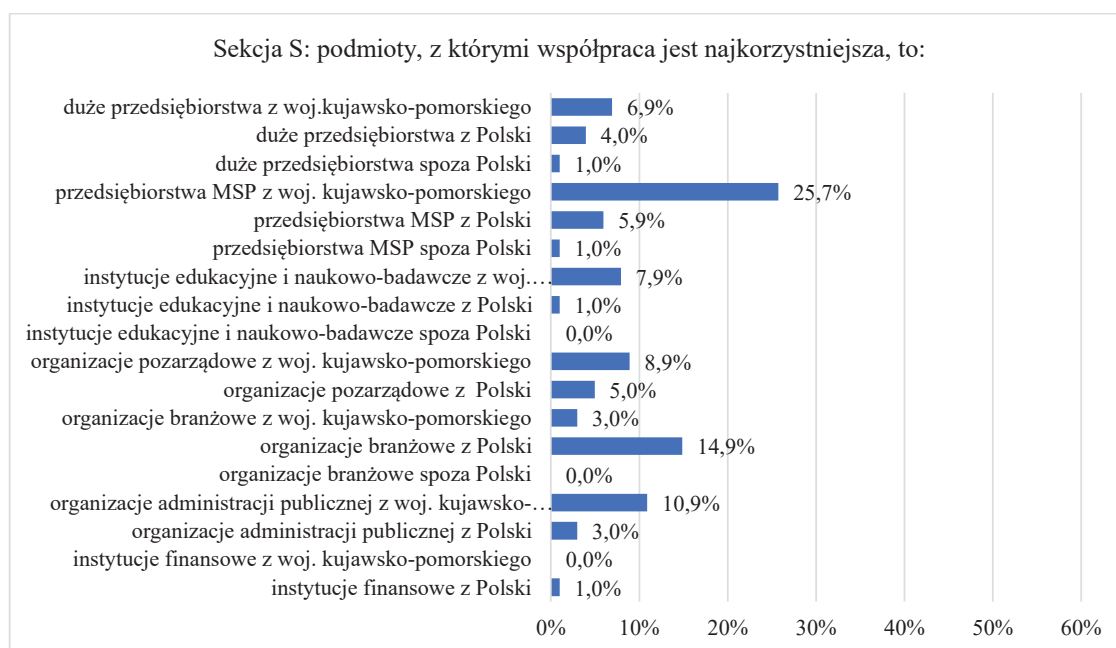


Seksja Q: podmioty, z którymi współpraca jest najkorzystniejsza, to:



Seksja R: podmioty, z którymi współpraca jest najkorzystniejsza, to:

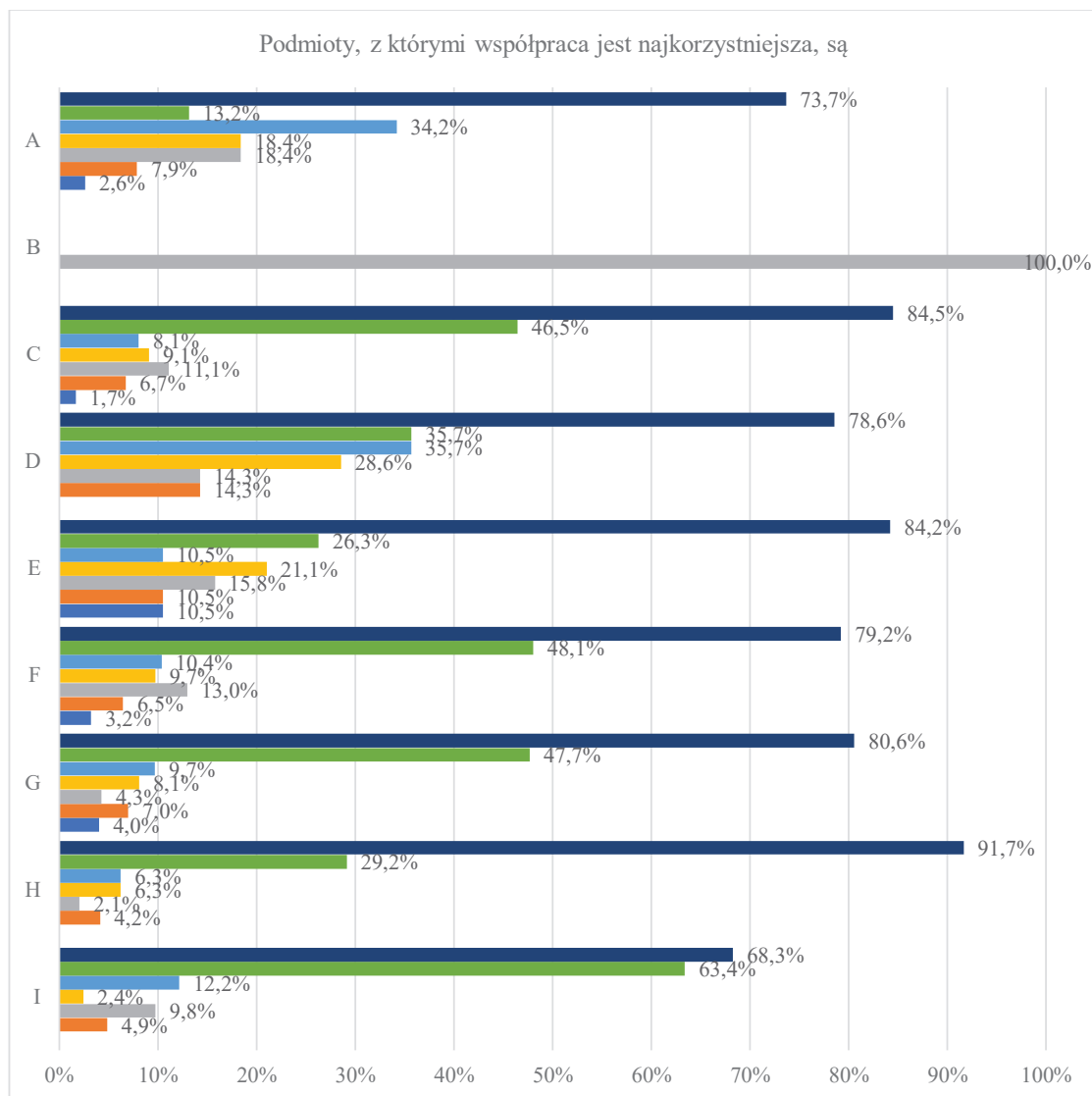


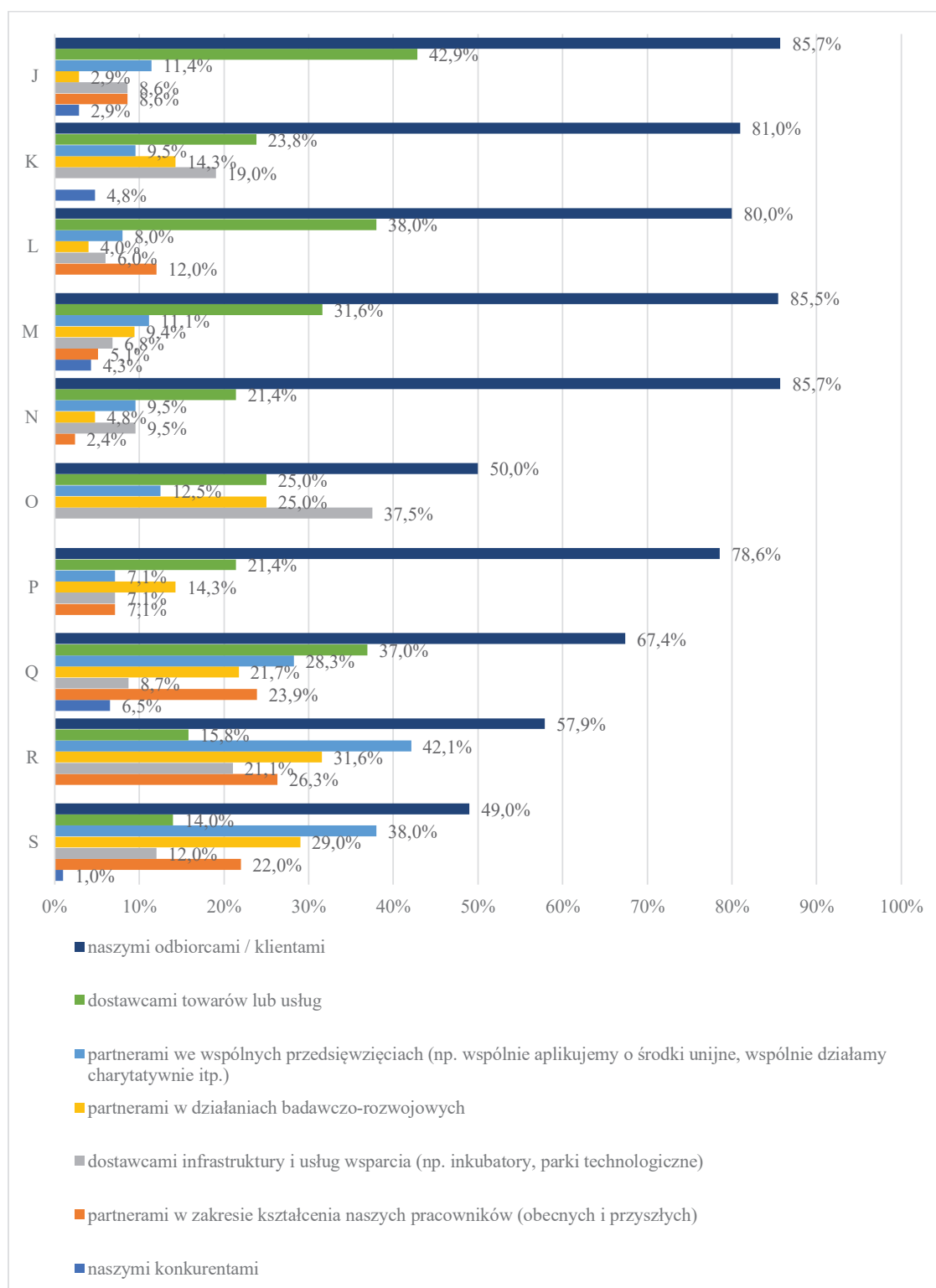


Wykres 6.17. Podmioty, z którymi współpraca jest najkorzystniejsza – rozkład odpowiedzi z uwzględnieniem sekcji PKD

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Podobnie jak w poprzednio prezentowanym przekroju uwzględniającym wielkość badanych przedsiębiorstw (zob. część 6.2), w podmiotach reprezentujących różne sekcje PKD najczęściej jako najkorzystniejsza wskazywana jest współpraca z podmiotami, które pełnią rolę odbiorców/klientów badanych przedsiębiorstw (wykres 6.18). W przedsiębiorstwie z sekcji B (tylko jeden taki podmiot w analizowanej części próby badawczej), partner, z którym współpraca uznawana jest za najlepszą, pełni rolę dostawcy infrastruktury i usług wsparcia. W przypadku przedsiębiorstw z sekcji I (działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi) stosunkowo wysoki udział wśród partnerów, z którymi współpraca oceniana jest jako najkorzystniejsza, mają dostawcy towarów lub usług.



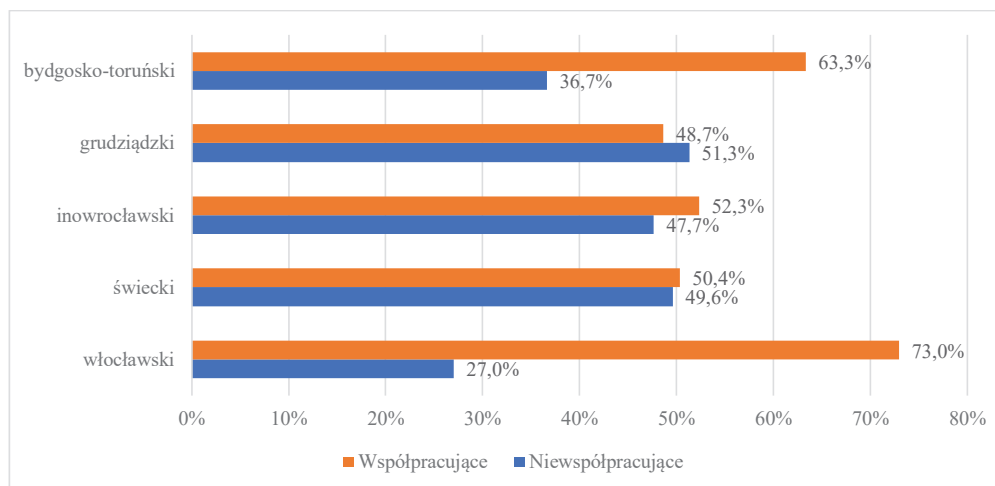


Wykres 6.18. Rola, jaką pełnią podmioty, z którymi współpraca oceniana jest jako najkorzystniejsza – rozkład odpowiedzi z uwzględnieniem sekcji PKD

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

6.5. Współpraca przedsiębiorstw według podregionów

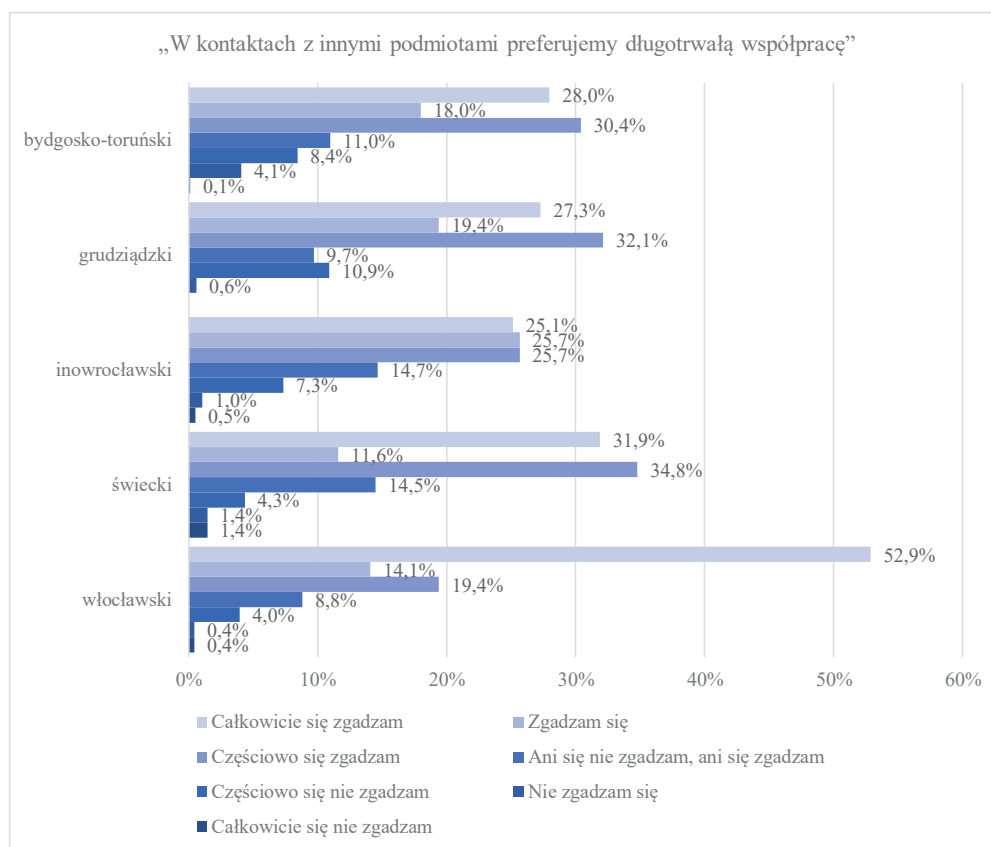
Zidentyfikowany wśród badanych przedsiębiorstw reprezentujących poszczególne podregiony województwa kujawsko-pomorskiego udział podmiotów, w których deklaruje się podejmowanie współpracy i takich, w których deklaruje się niepodejmowanie współpracy, sugeruje, że nastawienie kooperacyjne jest większe wśród przedsiębiorstw zlokalizowanych w podregionach bydgosko-toruńskim i włocławskim. Prezentuje to wykres 6.19.



Wykres 6.19. Przedsiębiorstwa województwa kujawsko-pomorskiego deklarujące podejmowanie współpracy z innymi podmiotami – rozkład odpowiedzi z uwzględnieniem lokalizacji badanych przedsiębiorstw w podregionach

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

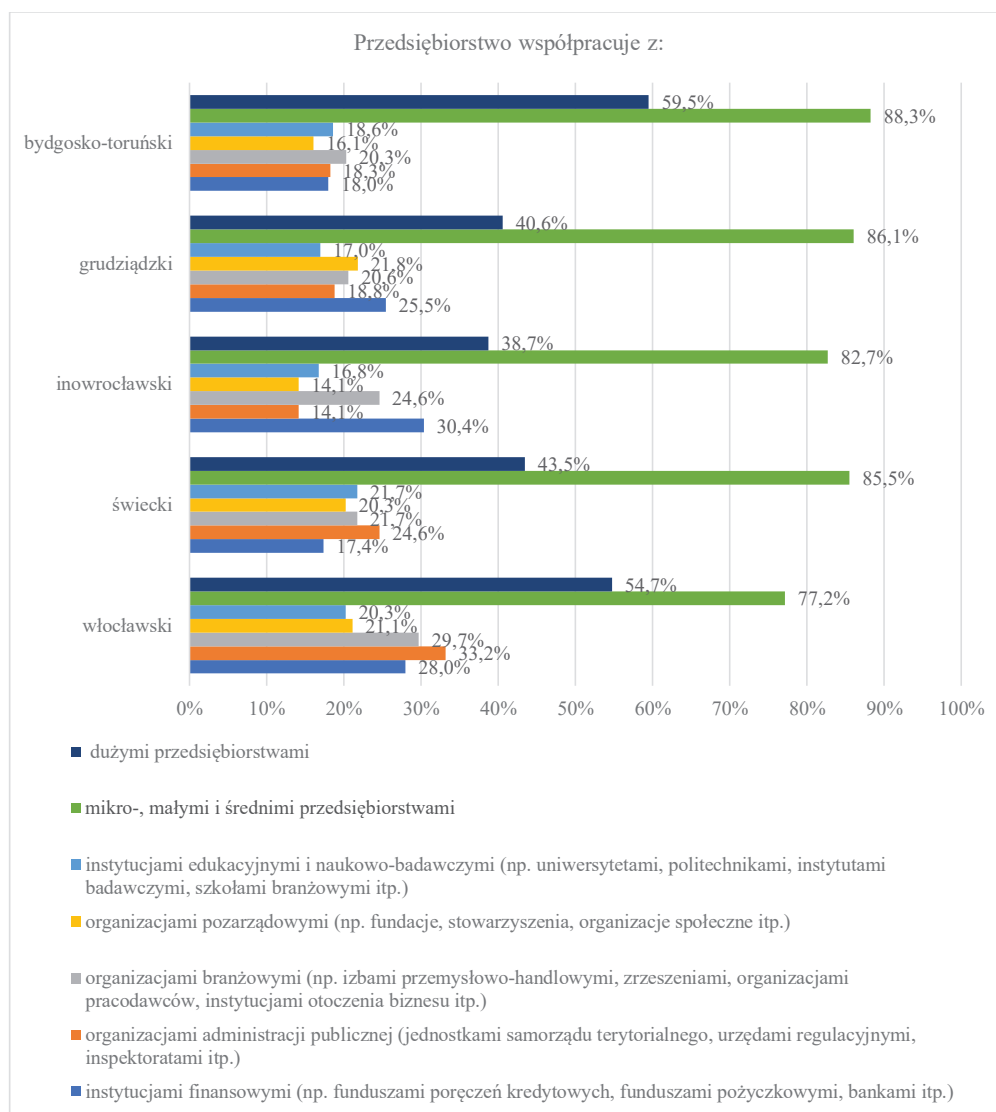
Badane przedsiębiorstwa zlokalizowane we wszystkich podregionach województwa kujawsko-pomorskiego preferują długotrwałą współpracę z innymi podmiotami, przy czym najwyższe nastawienie na taką współpracę (widoczne w najwyższej liczbie odpowiedzi „Całkowicie się zgadzam”, „Zgadzam się” lub „Częściowo się zgadzam” wobec stwierdzenia „W kontaktach z innymi podmiotami preferujemy długotrwałą współpracę”) widoczne jest wśród badanych przedsiębiorstw zlokalizowanych w podregionie włocławskim. Rozkład odpowiedzi uzyskanych w tym zakresie w badanych przedsiębiorstwach przedstawia wykres 6.20.



Wykres 6.20. Preferowanie długotrwałej współpracy w kontaktach z innymi podmiotami – rozkład odpowiedzi uzyskany w poszczególnych podregionach (respondenci w podregionie = 100%)

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

W każdym z podregionów, w badanych przedsiębiorstwach jako partnera współpracy wskazuje się najczęściej inne przedsiębiorstwa mikro, małe lub średnie (wykres 6.21). Współpracę taką deklaruje od 77% respondentów (w podregionie włocławskim) do 88% respondentów (w podregionie bydgosko-toruńskim). W następnej kolejności wymieniana jest współpraca z przedsiębiorstwami dużymi.

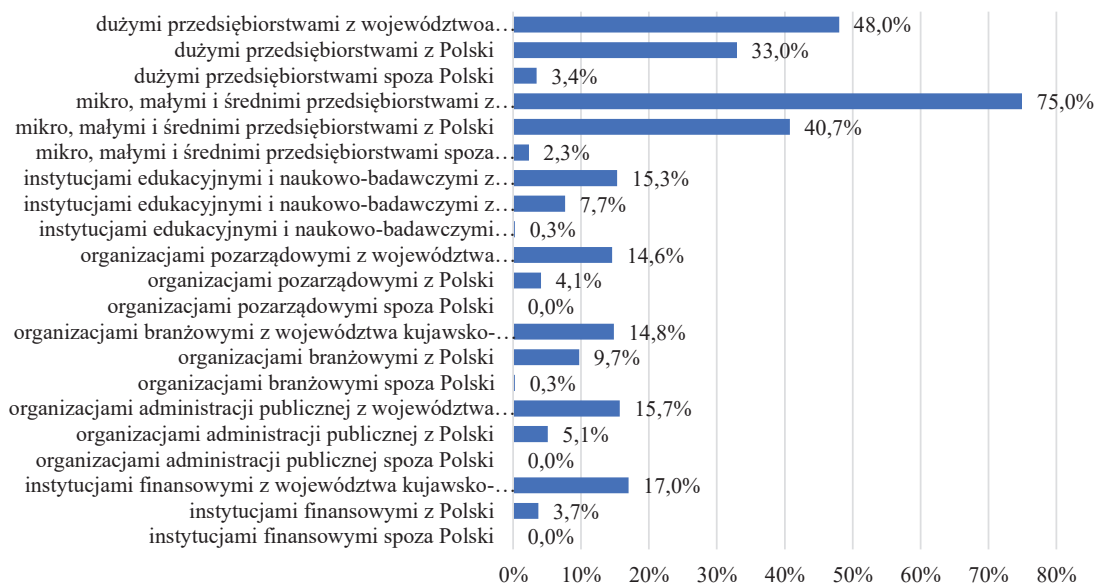


Wykres 6.21. Podmioty, z którymi współpracują badane przedsiębiorstwa – rozkład odpowiedzi w podregionach (respondenci w podregionie = 100%)

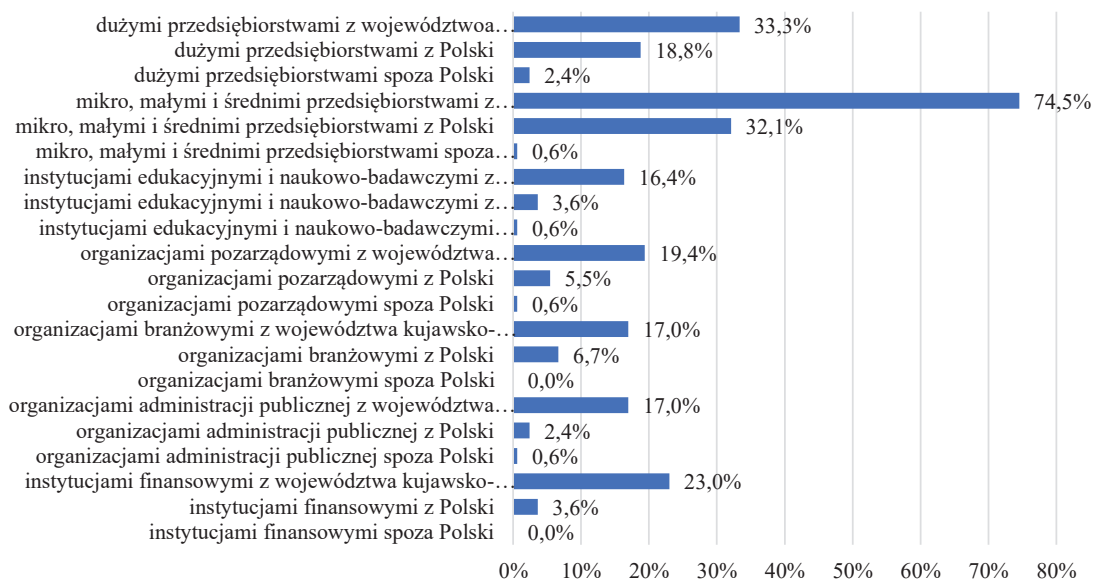
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

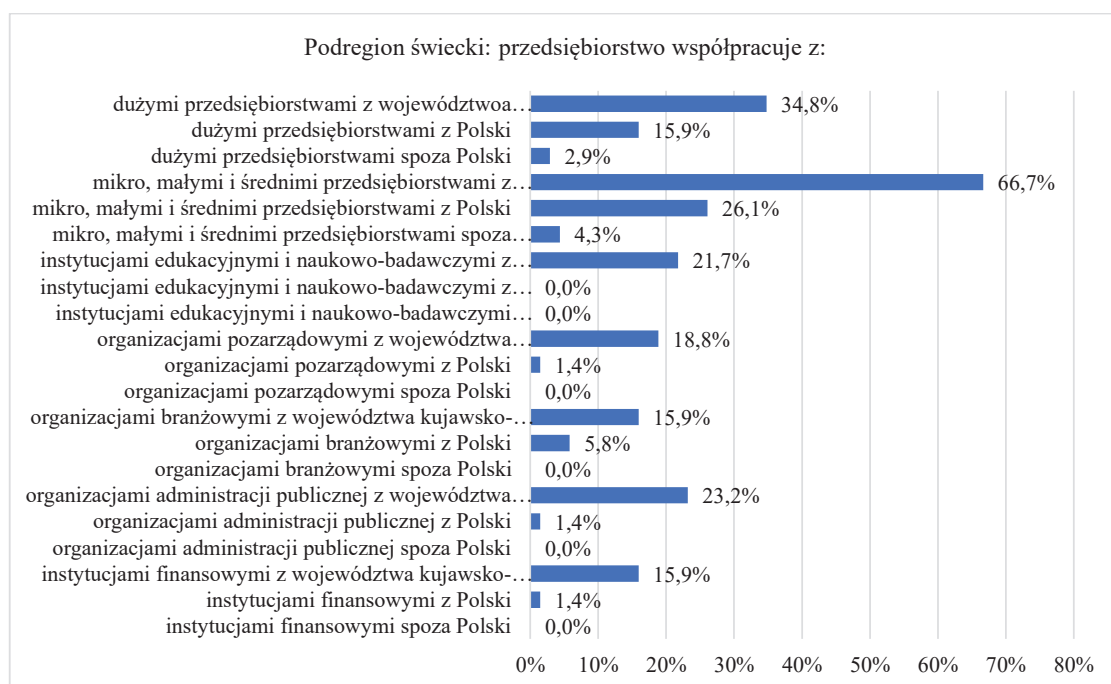
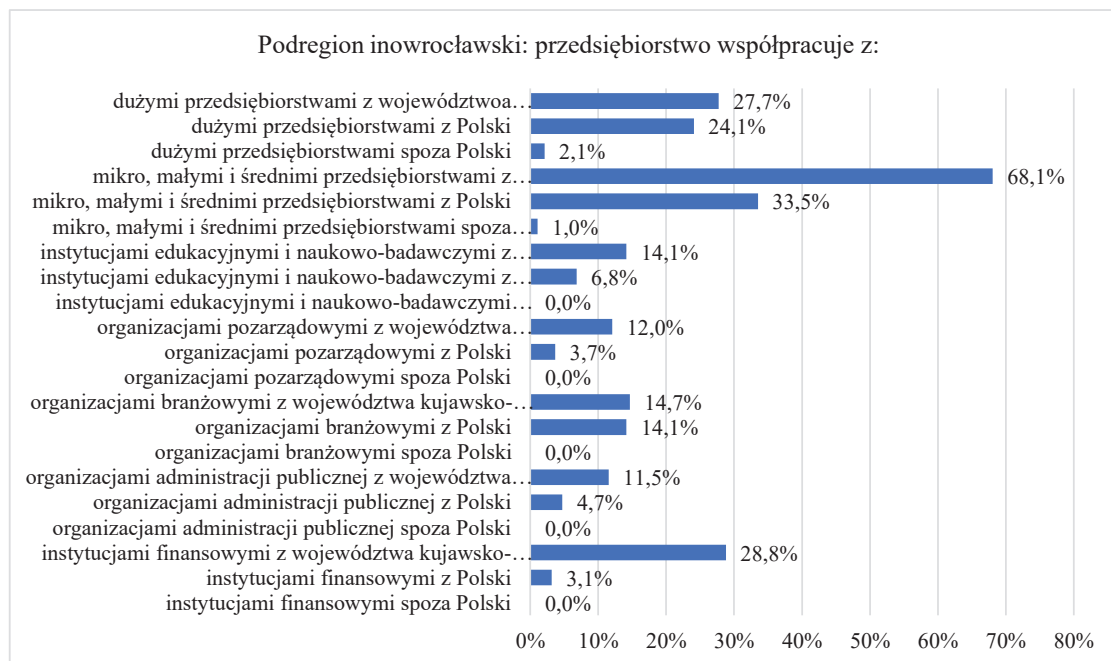
Jeśli chodzi o pochodzenie podmiotów, z którymi badane przedsiębiorstwa współpracują, sytuacja w podregionach odzwierciedla obraz uzyskany dla całego województwa (zob. część 6.2 niniejszego raportu). Ilustruje to wykres 6.22. Badane przedsiębiorstwa, niezależnie od podregionu, w którym są zlokalizowane, współpracują przede wszystkim z podmiotami zlokalizowanymi w województwie kujawsko-pomorskim, a w następnej kolejności – z podmiotami zlokalizowanymi w innych częściach Polski. Są to głównie inne przedsiębiorstwa MSP oraz przedsiębiorstwa duże.

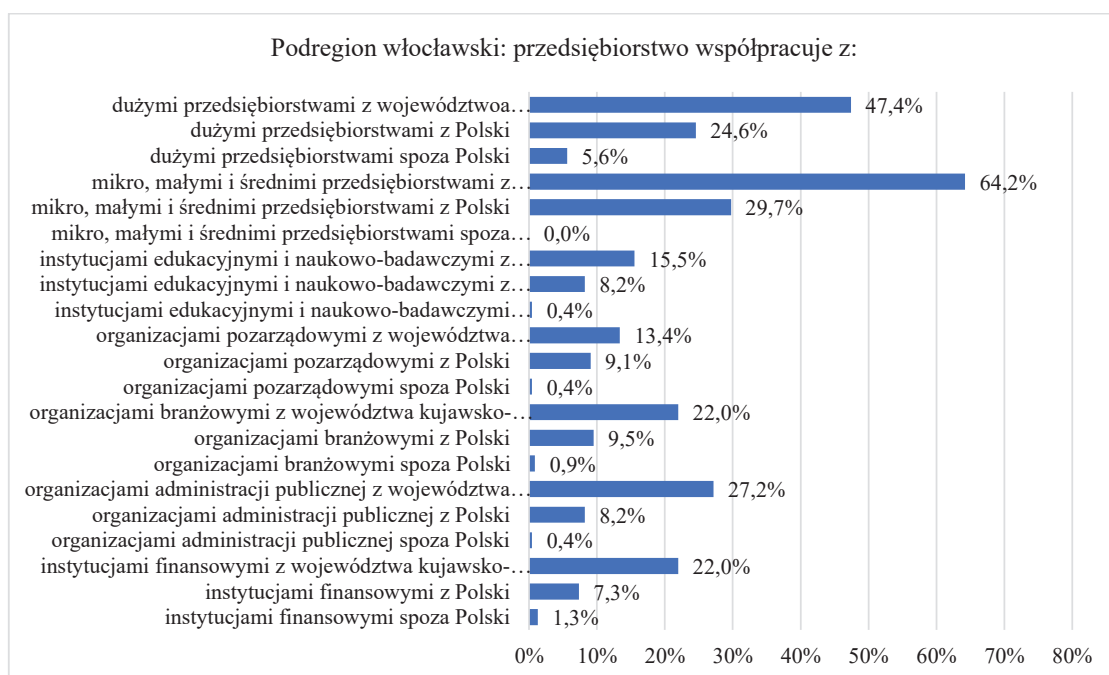
Podregion bydgosko-toruński: przedsiębiorstwo współpracuje z:



Podregion grudziądzki: przedsiębiorstwo współpracuje z:



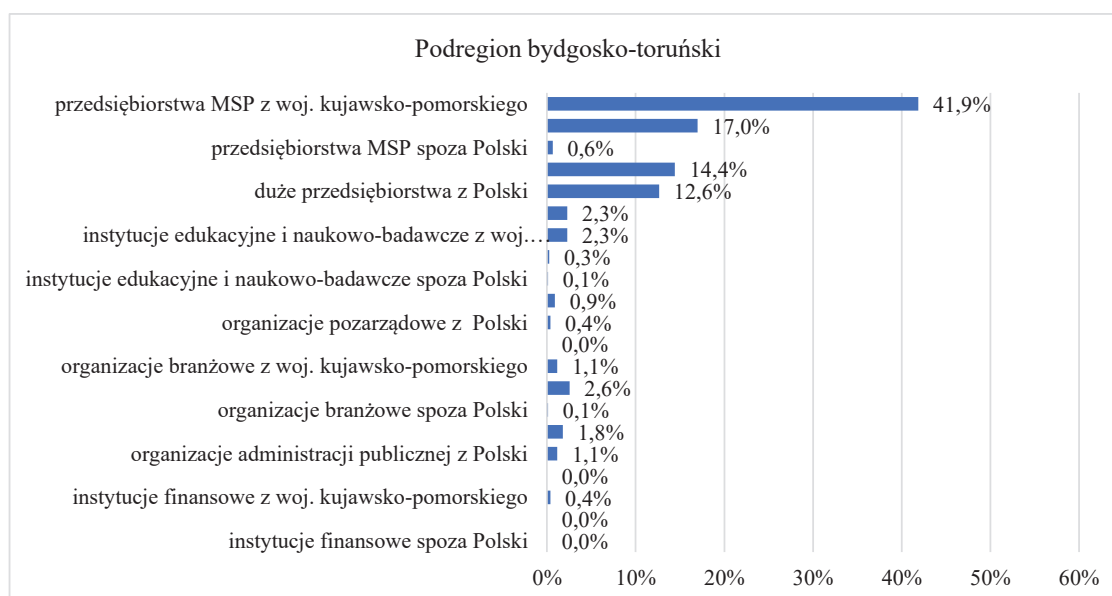




Wykres 6.22. Lokalizacja podmiotów, z którymi współpracują badane przedsiębiorstwa – rozkład według podregionów

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

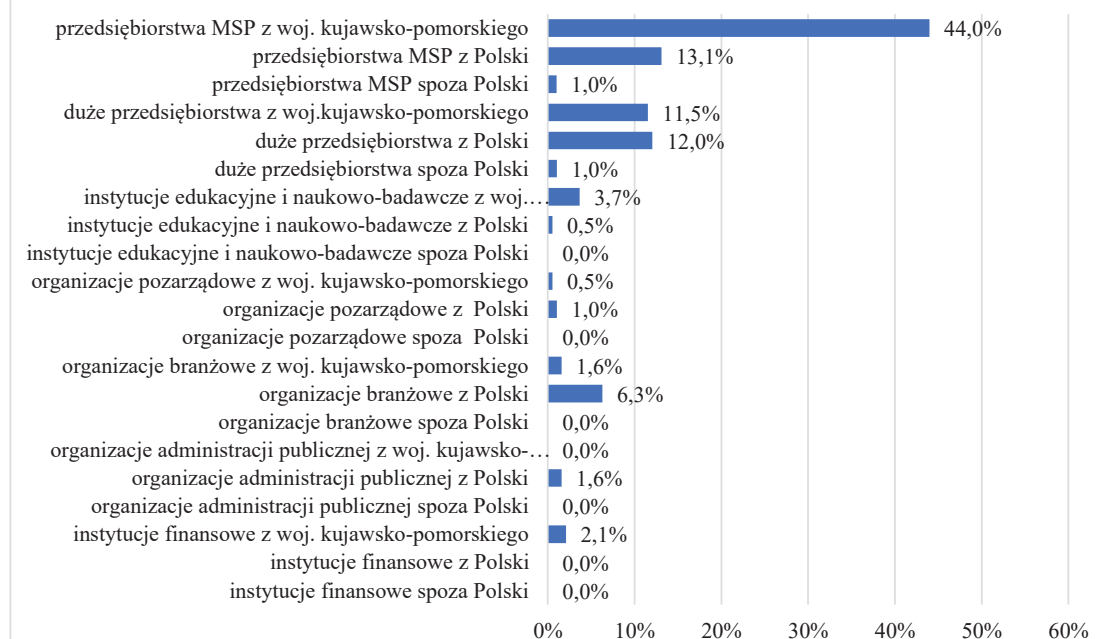
Współpraca z przedsiębiorstwami MSP pochodzącymi z województwa kujawsko-pomorskiego jest również wskazywana najczęściej jako ta, która jest najkorzystniejsza – ocena taka powtarza się w przypadku przedsiębiorstw zlokalizowanych we wszystkich opisywanych tu podregionach województwa kujawsko-pomorskiego (wykres 6.23).

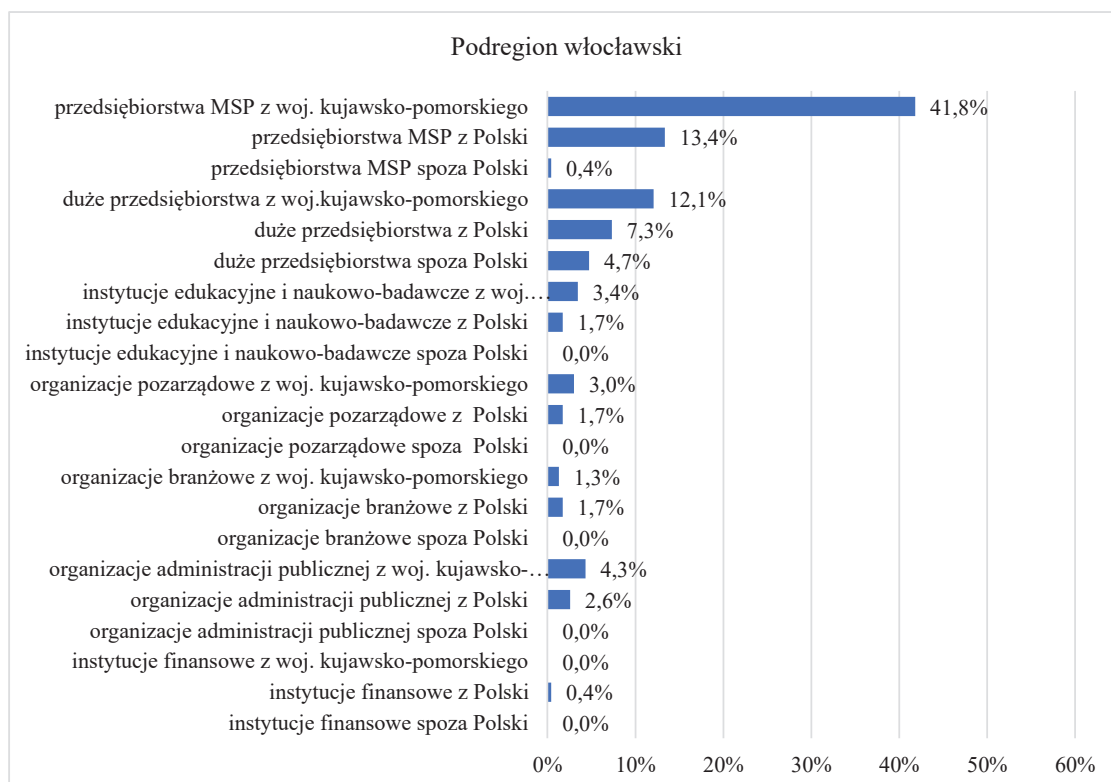
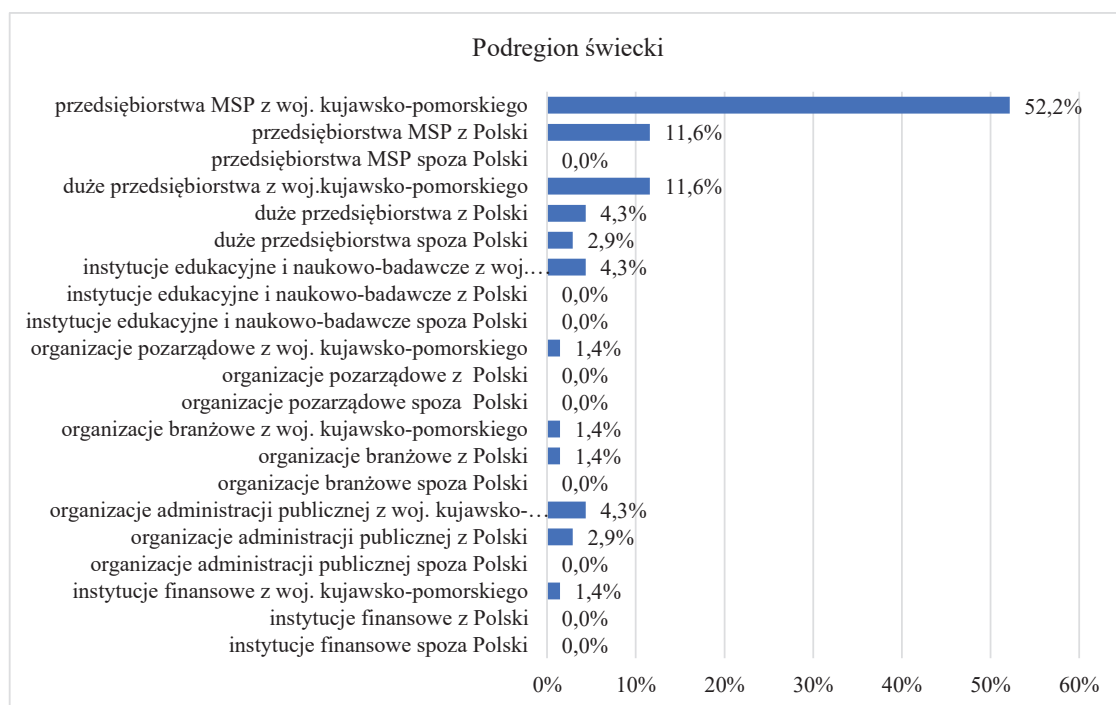


Podregion grudziądzki



Podregion inowrocławski

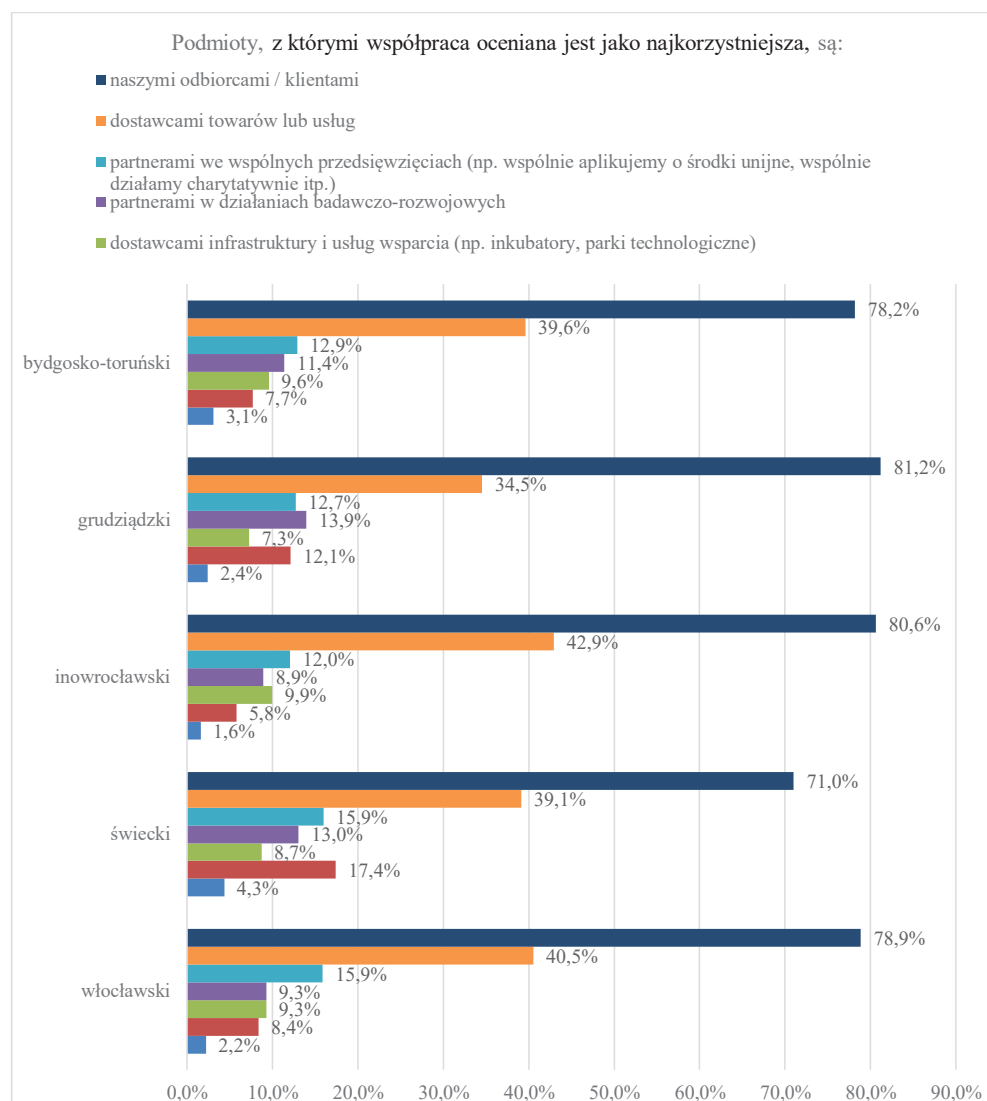




Wykres 6.23. Podmioty, z którymi współpraca jest najkorzystniejsza – rozkład odpowiedzi w podregionach

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

W badanych przedsiębiorstwach zlokalizowanych w każdym z podregionów sytuacja wygląda podobnie, jeśli chodzi o role, w jakich występują podmioty, z którymi współpraca jest oceniana jako najbardziej korzystna (wykres 6.24). Przede wszystkim podmioty te są dla badanych przedsiębiorstw odbiorcami/klientami lub dostawcami towarów i usług.



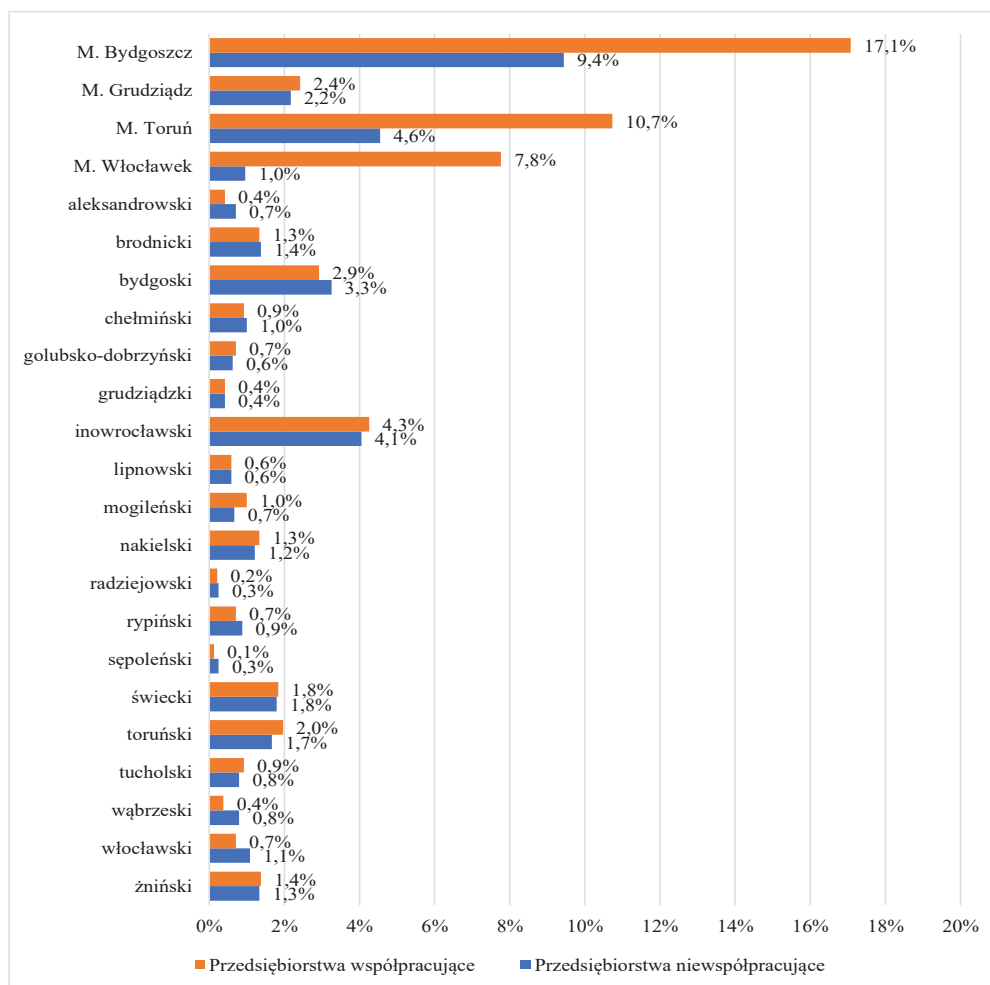
Wykres 6.24. Role pełnione przez partnerów, z którymi współpraca oceniana jest jako najkorzystniejsza – rozkład odpowiedzi w podregionach

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

6.6. Współpraca przedsiębiorstw według powiatów

Na wstępie należy zaznaczyć, że podobnie jak w przypadku wcześniej prezentowanych przekrojów, próba badawcza nie była reprezentatywna ze względu na lokalizację przedsiębiorstw w poszczególnych powiatach województwa kujawsko-pomorskiego. W związku z tym wyniki badania zaprezentowane w tej części raportu należy interpretować wyłącznie w odniesieniu do próby badawczej, a nie w odniesieniu do całej populacji przedsiębiorstw sektora MSP mających siedzibę w województwie kujawsko-pomorskim.

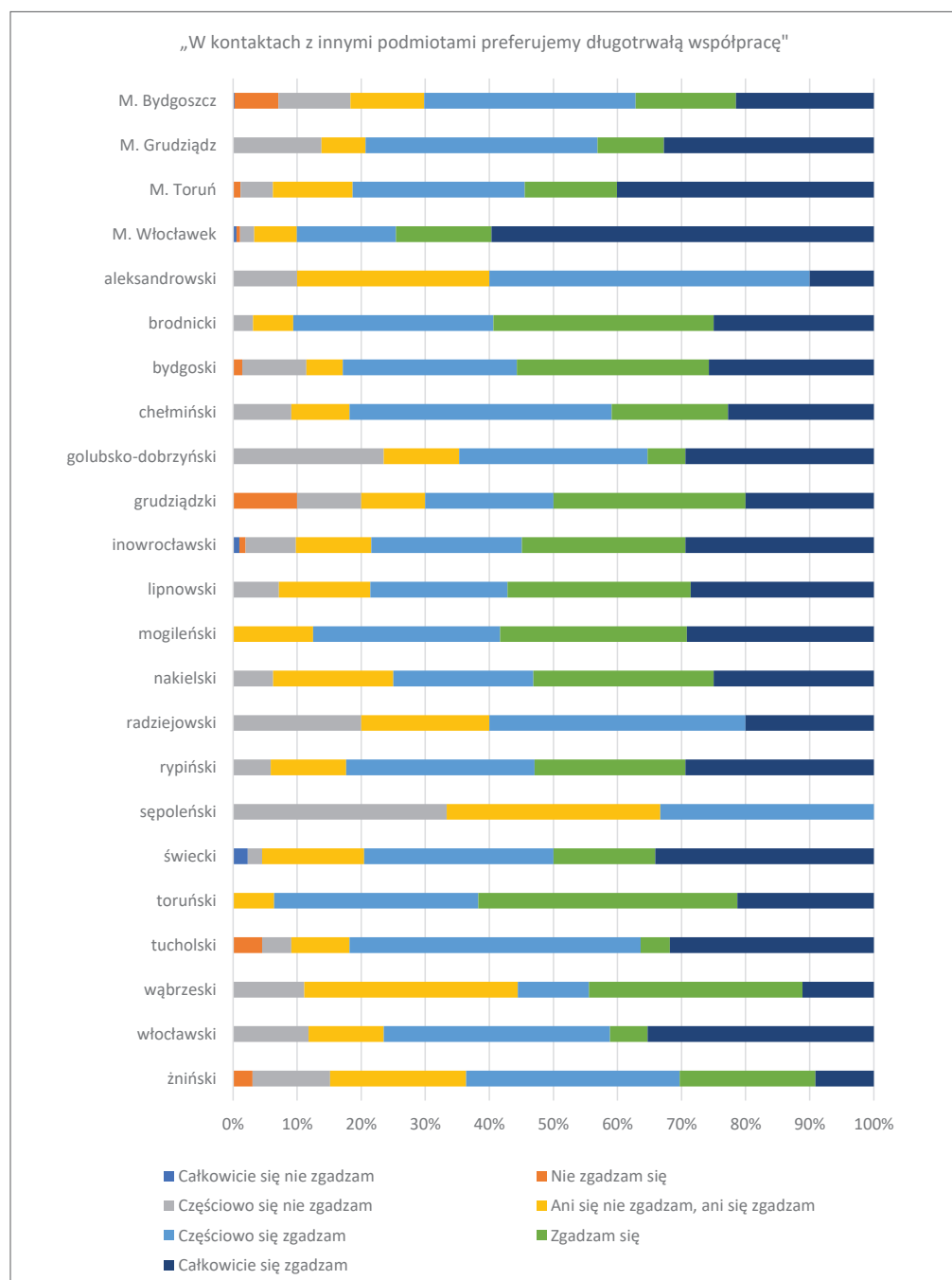
Dane dotyczące podejmowania współpracy z innymi podmiotami przez przedsiębiorstwa zlokalizowane w poszczególnych powiatach województwa potwierdzają wcześniej sformułowane wnioski dotyczące kształtowania się tej samej zmiennej w przedsiębiorstwach zlokalizowanych w poszczególnych podregionach (zob. część 6.5), tj. silniejsze nastawienie kooperacyjne widoczne jest w deklaracjach przedstawicieli tych badanych przedsiębiorstw, które zlokalizowane są w największych miastach województwa (Bydgoszczy, Toruniu, Włocławku) lub ich sąsiedztwie (wykres 6.25).



Wykres 6.25. Przedsiębiorstwa województwa kujawsko-pomorskiego deklarujące podejmowanie współpracy z innymi podmiotami – rozkład odpowiedzi z uwzględnieniem lokalizacji badanych przedsiębiorstw w powiatach

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

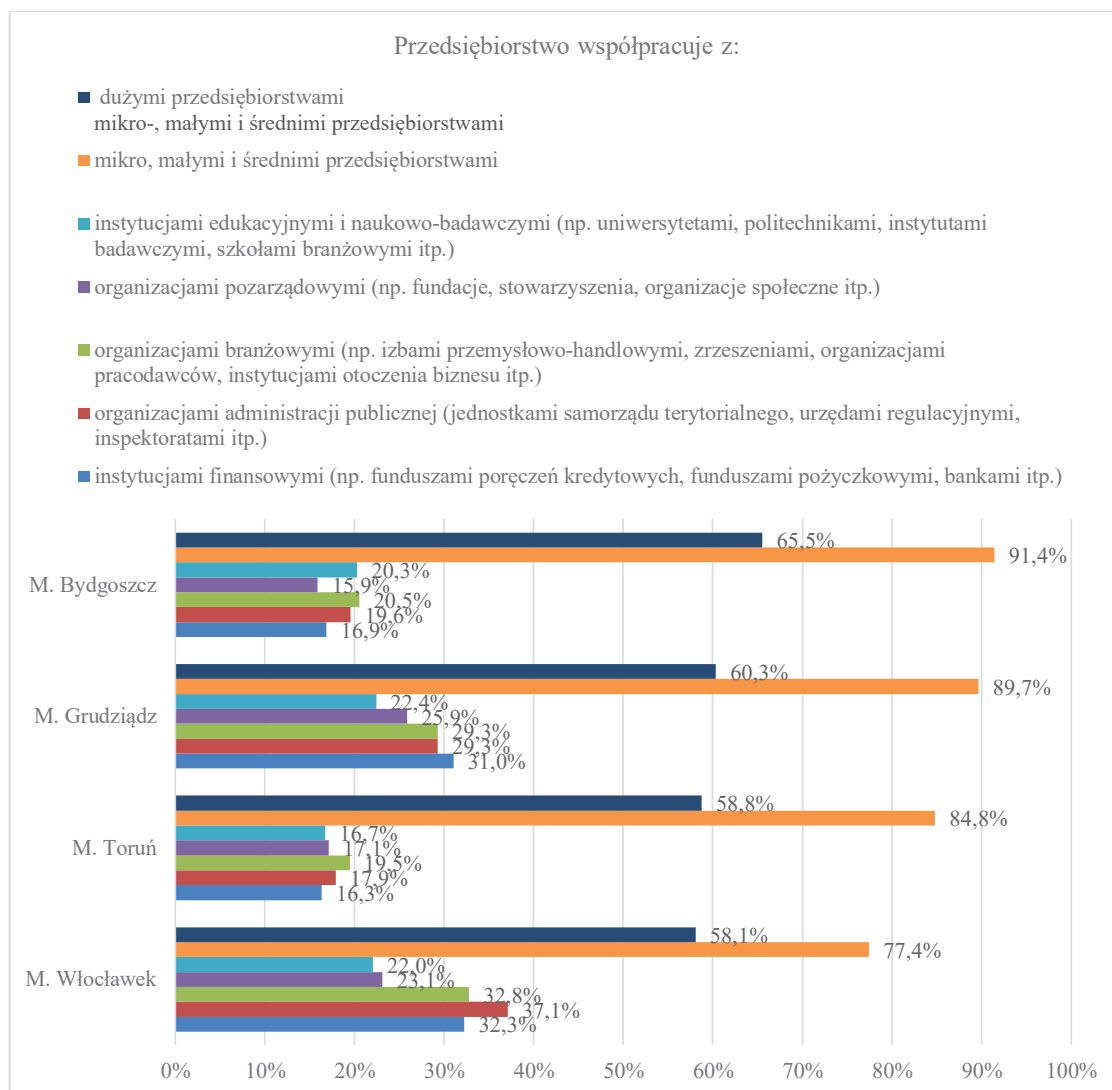
W przedsiębiorstwach deklarujących podejmowanie współpracy z innymi podmiotami, niezależnie od lokalizacji powiatowej, generalnie przeważa stanowisko wskazujące na preferowanie w kontaktach z tymi podmiotami współpracy długotrwałej (widoczne jest ono w wyższym udziale odpowiedzi „Całkowicie się zgadzam”, „Zgadzam się” lub „Częściowo się zgadzam” wobec stwierdzenia „W kontaktach z innymi podmiotami preferujemy długotrwałą współpracę”). Szczegółowe dane dotyczące tego zagadnienia przedstawia wykres 6.26.

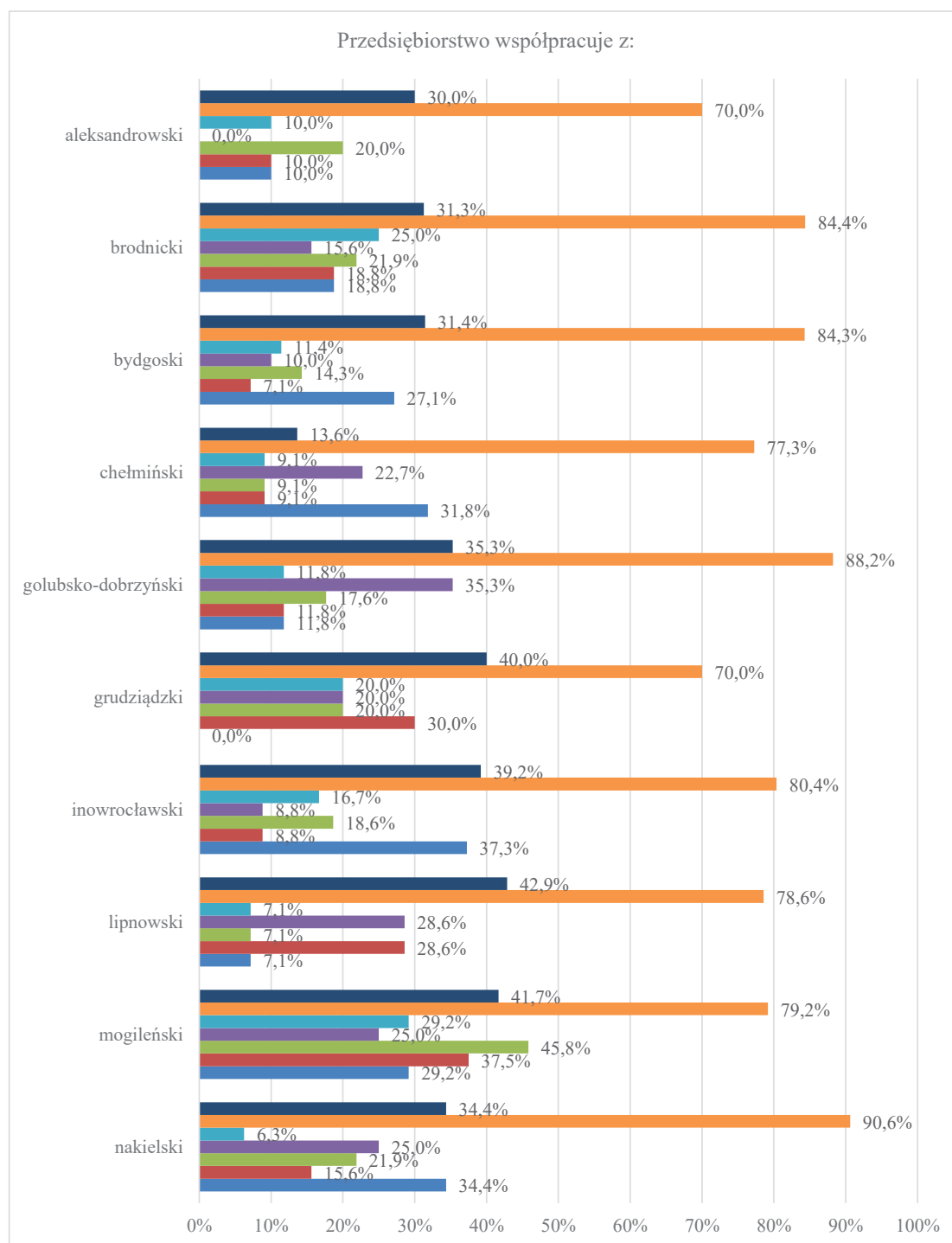


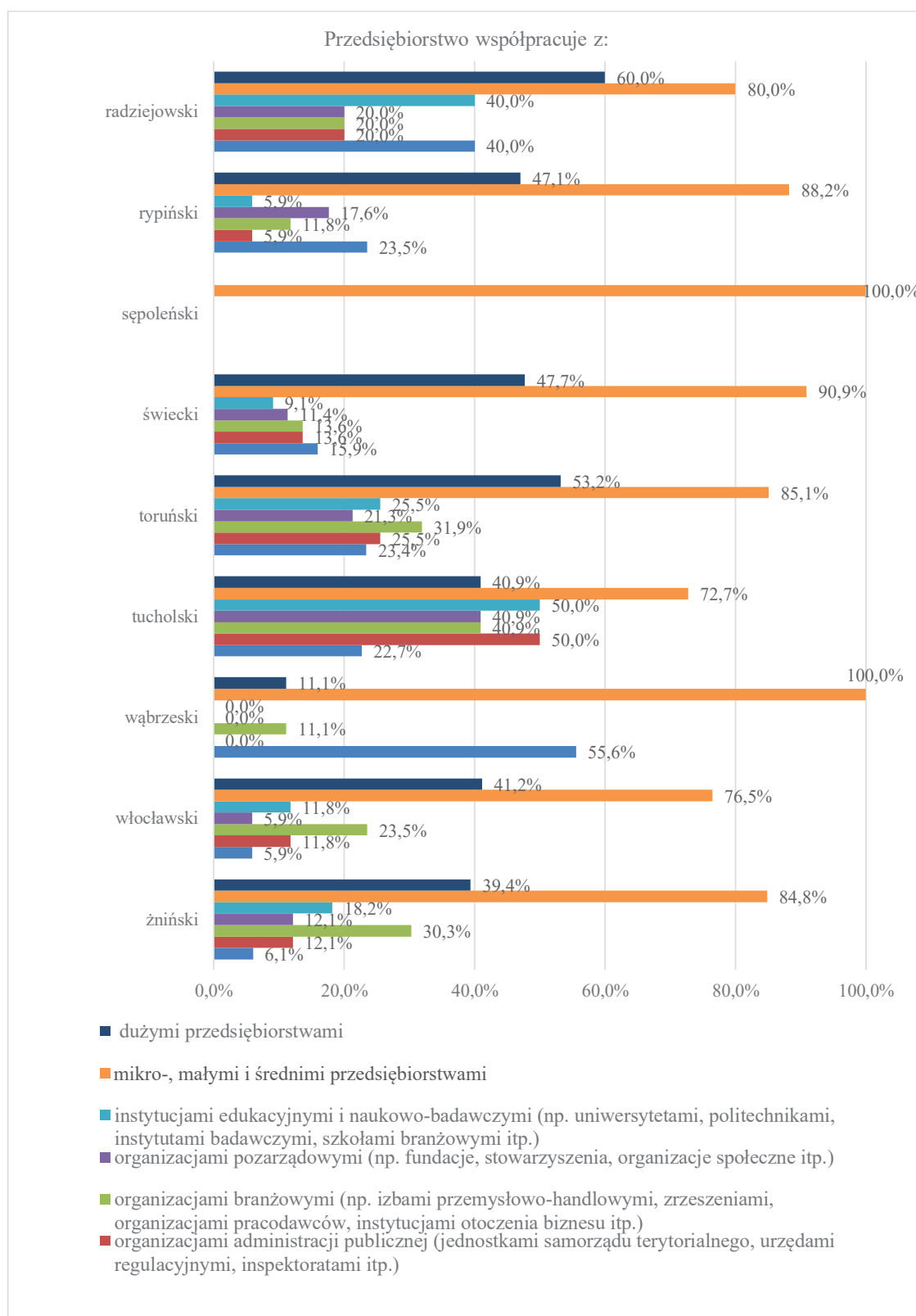
Wykres 6.26. Preferowanie długotrwałej współpracy w kontaktach z innymi podmiotami – rozkład odpowiedzi z uwzględnieniem lokalizacji badanych przedsiębiorstw w powiatach

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

W każdym z powiatów, badane przedsiębiorstwa współpracują przede wszystkim z innymi przedsiębiorstwami sektora MSP. Na drugim miejscu wymieniane są przedsiębiorstwa duże (wykres 6.27).



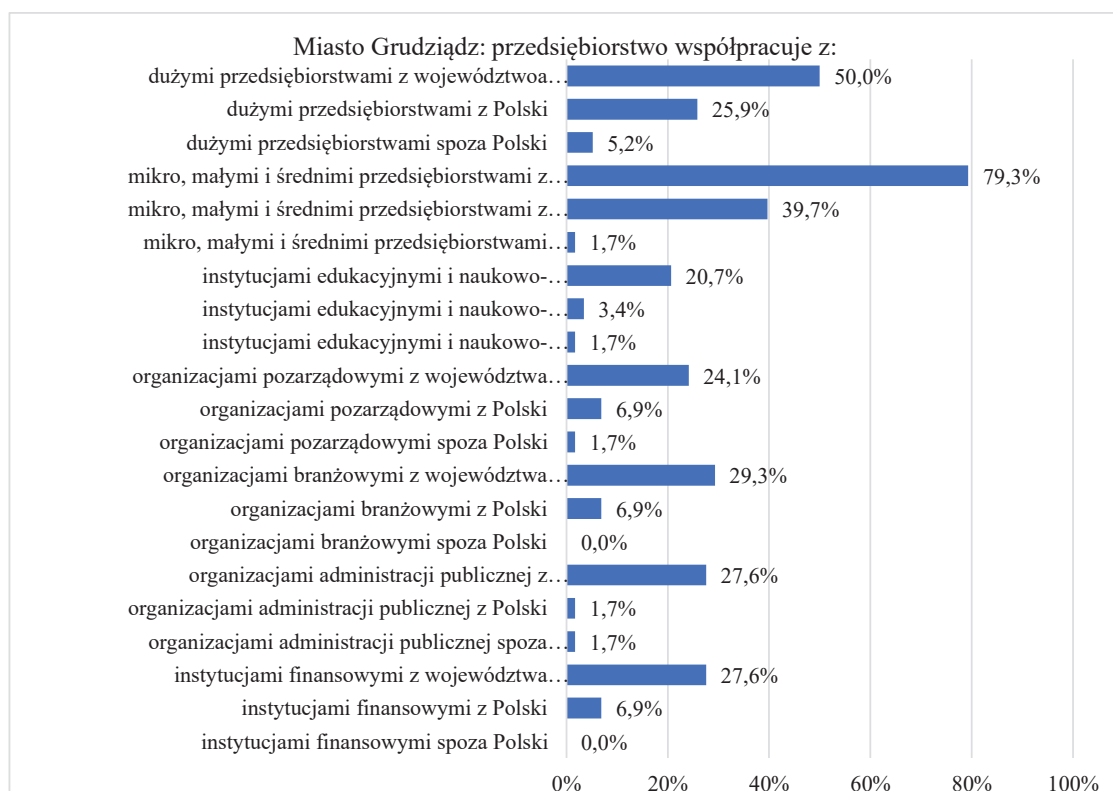
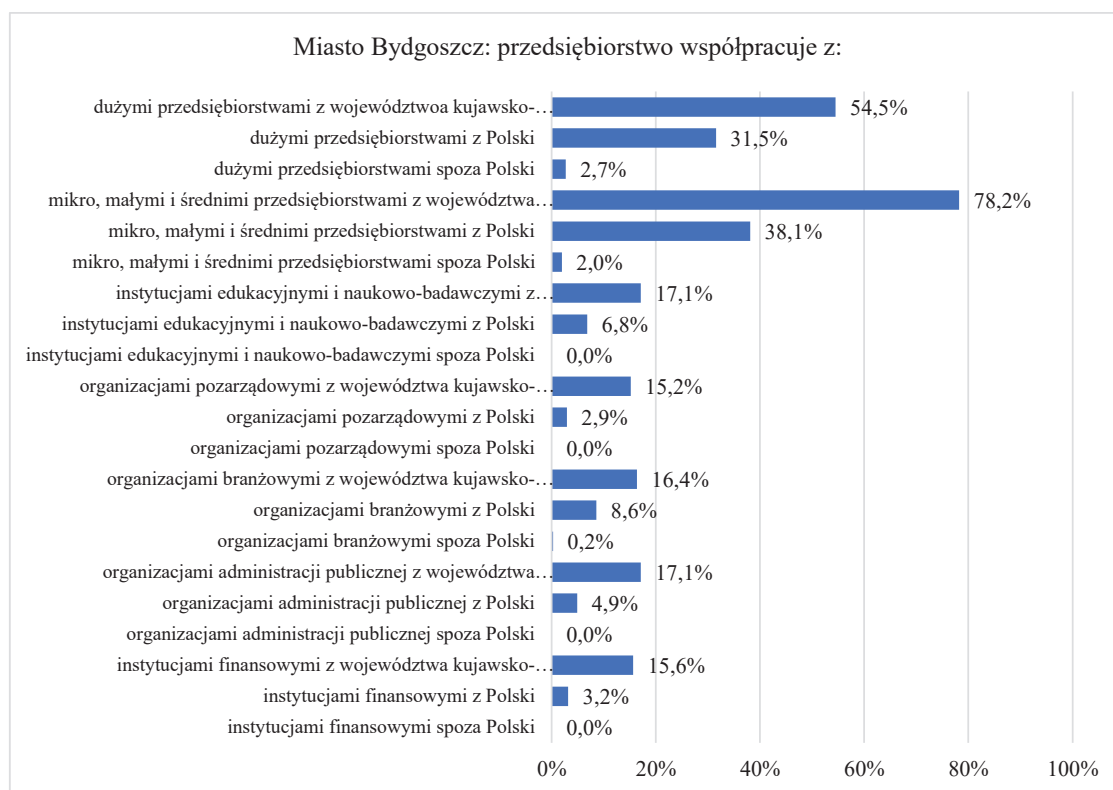


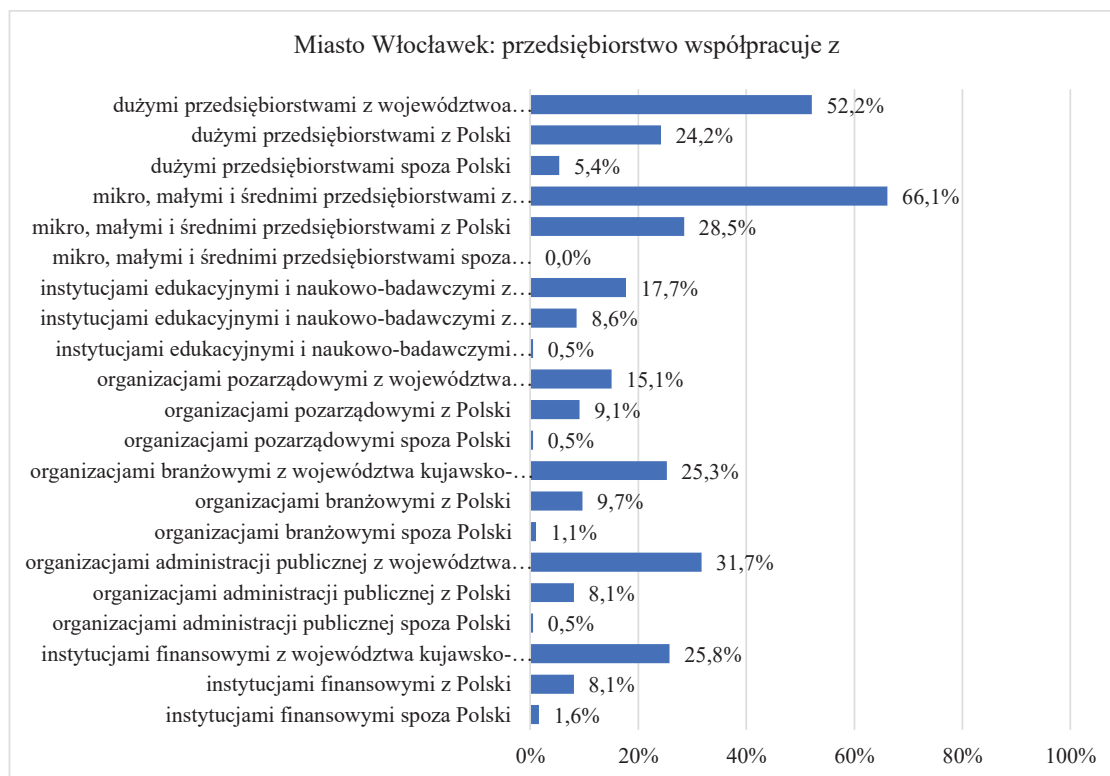
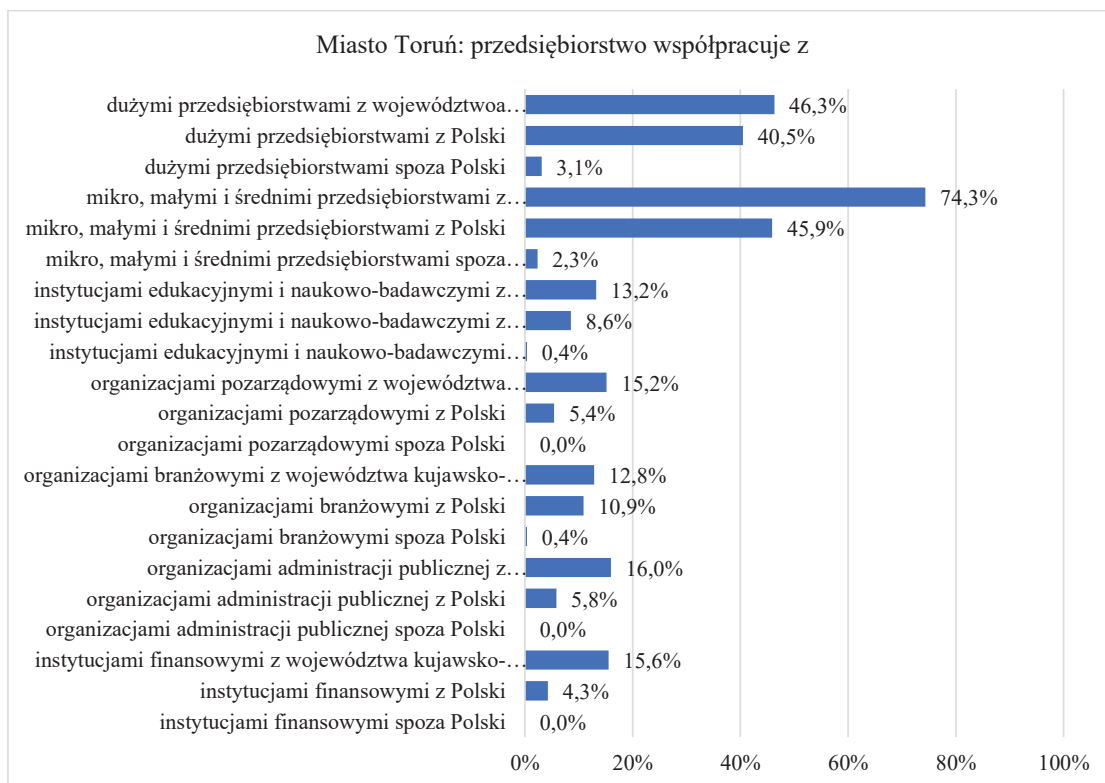


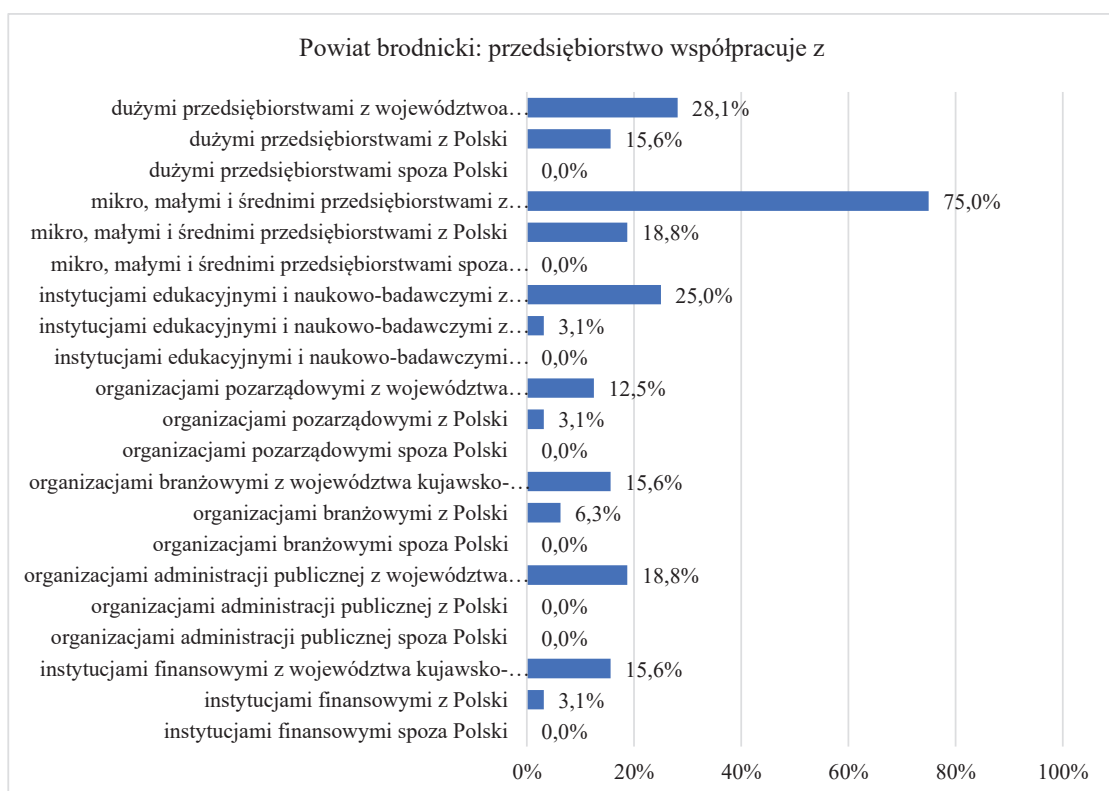
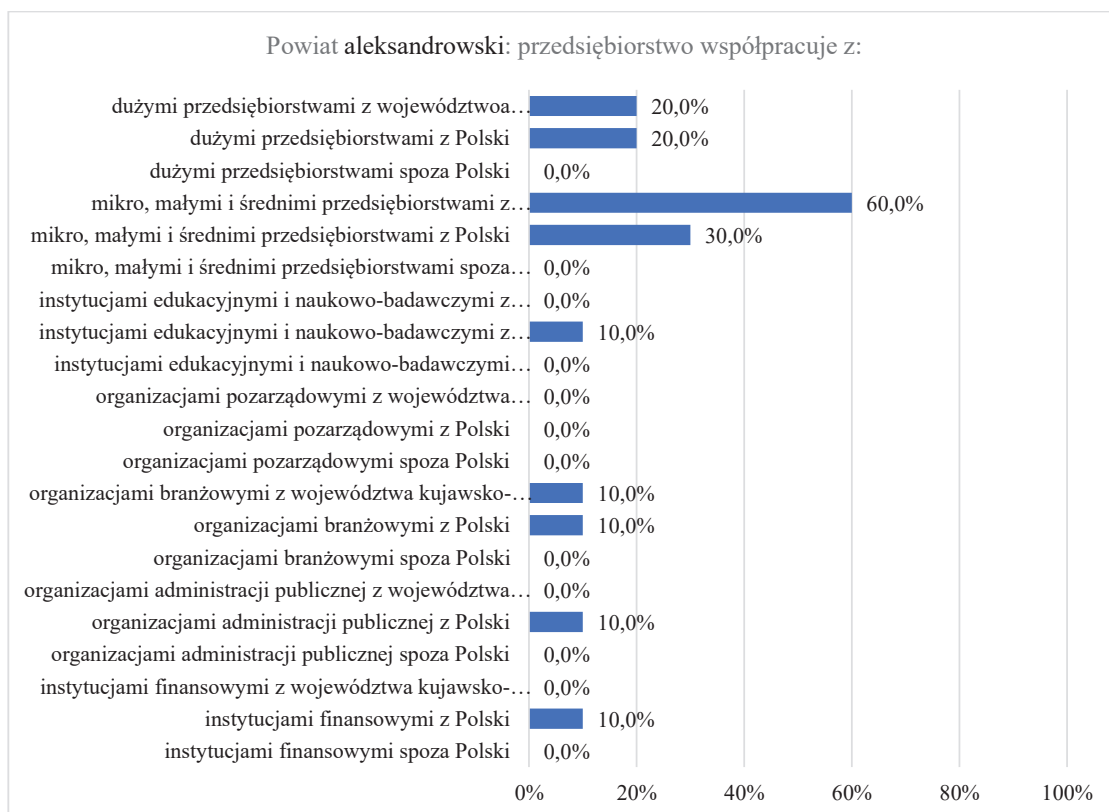
Wykres 6.27. Podmioty, z jakimi współpracują badane przedsiębiorstwa – rozkład odpowiedzi w powiatach

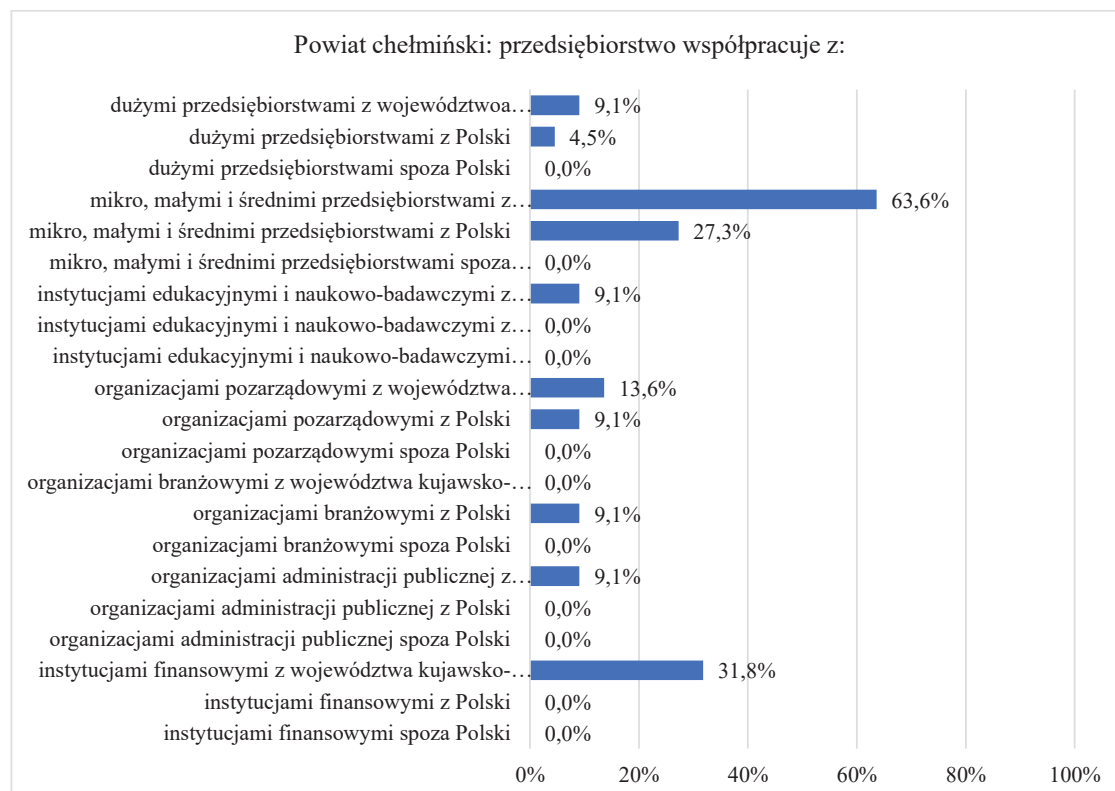
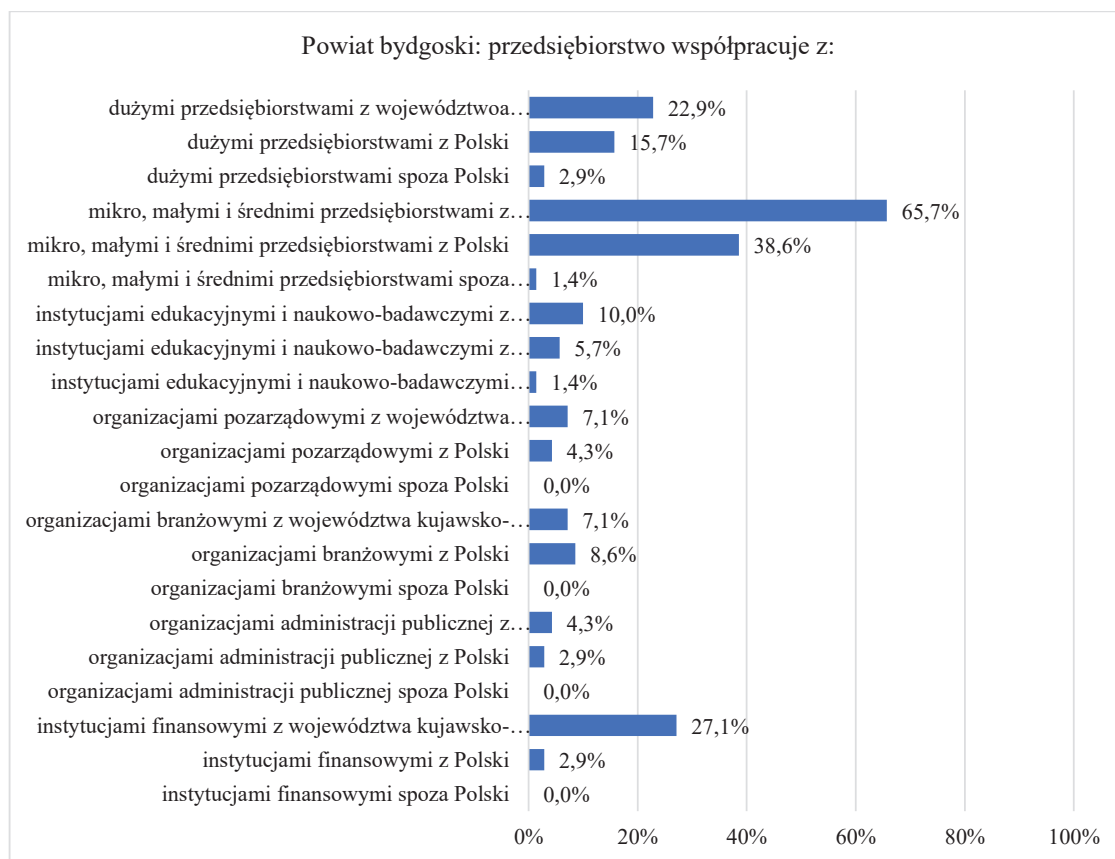
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

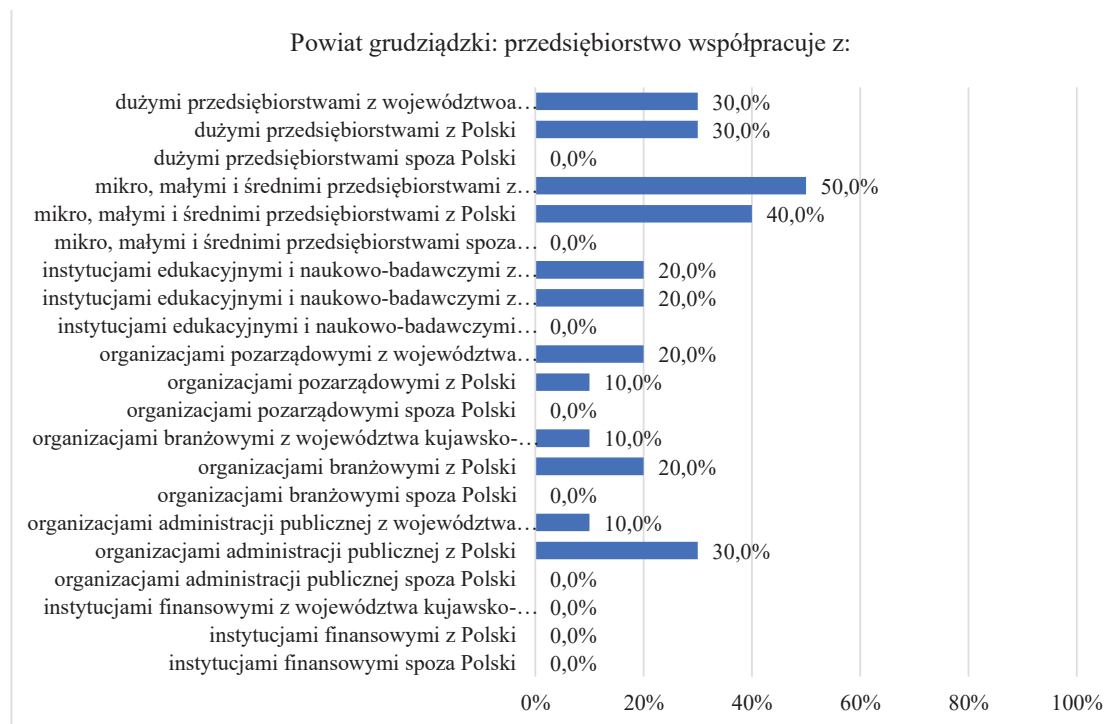
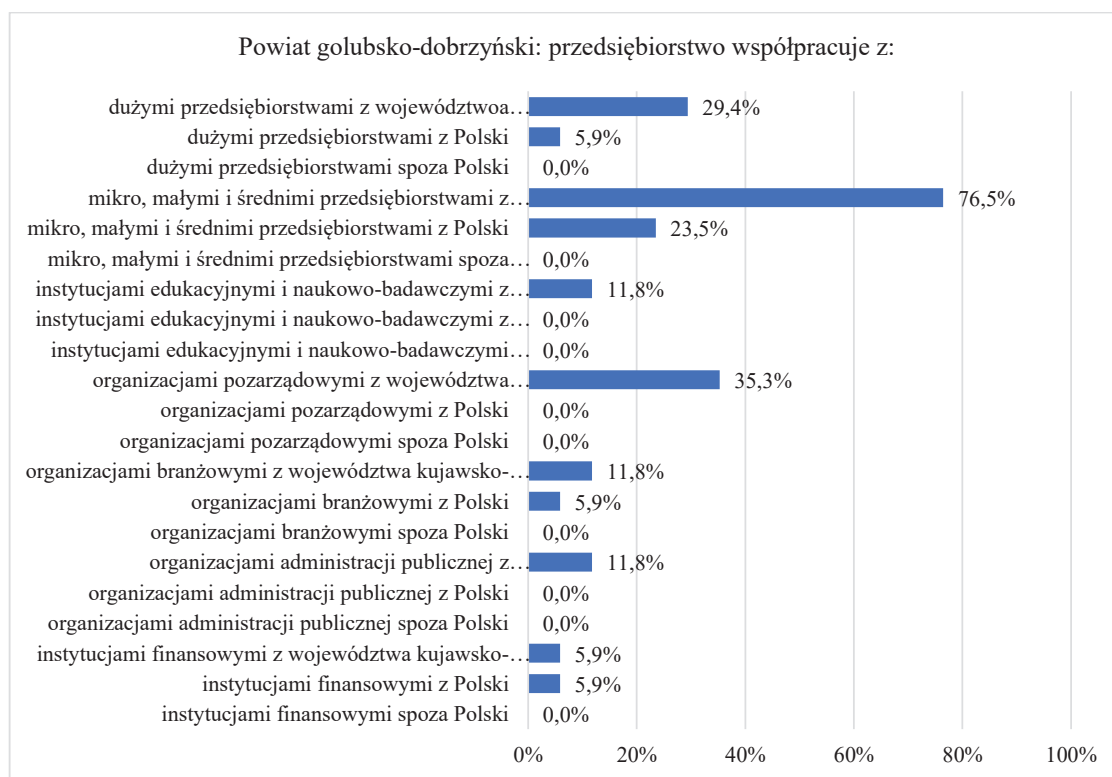
Wyżej wspomniane podmioty (przedsiębiorstwa MSP oraz duże), z którymi współpracują badane przedsiębiorstwa, zlokalizowane są przede wszystkim w województwie kujawsko-pomorskim. Z tego samego województwa pochodzą także inne podmioty, z którymi, chociaż rzadziej, współpracują badane przedsiębiorstwa (wykres 6.28).

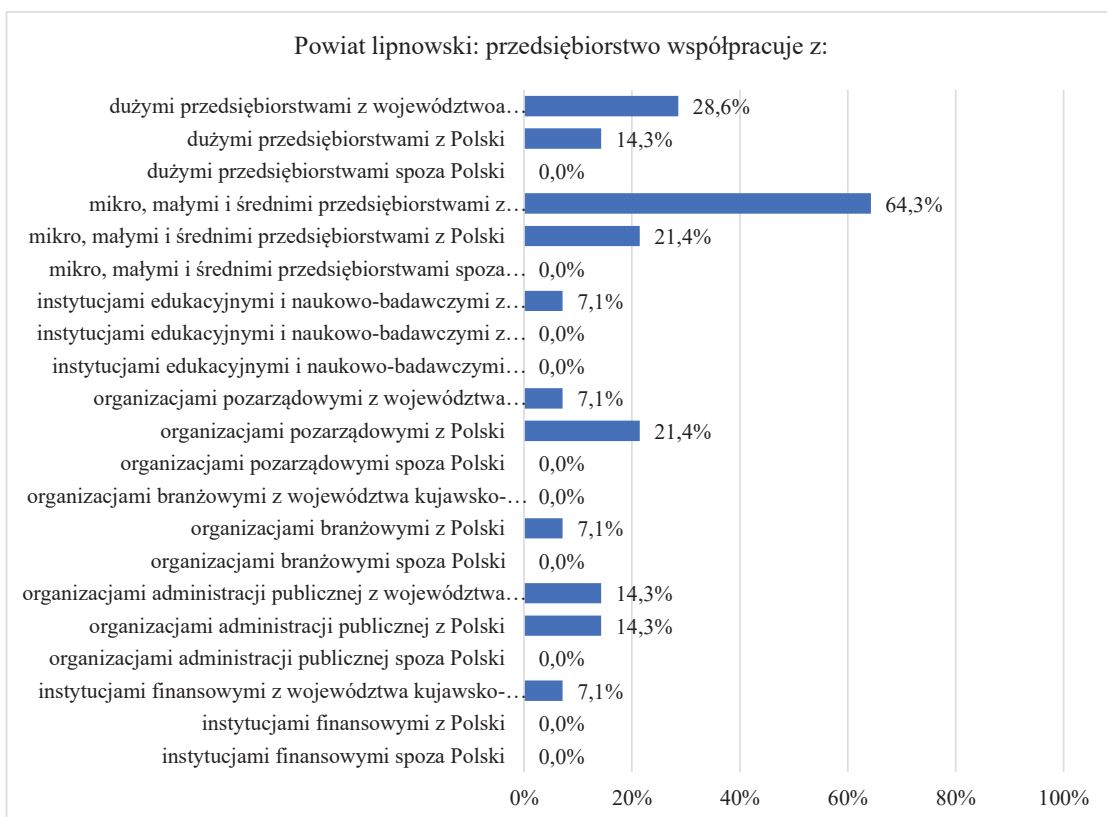
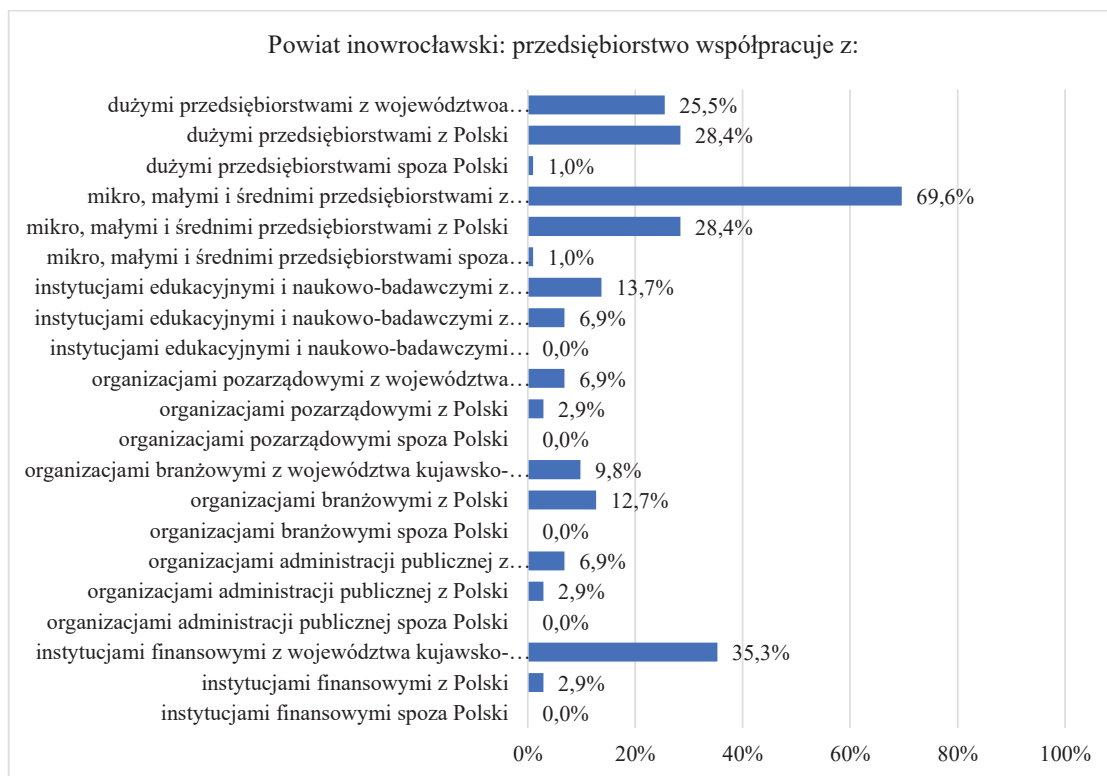


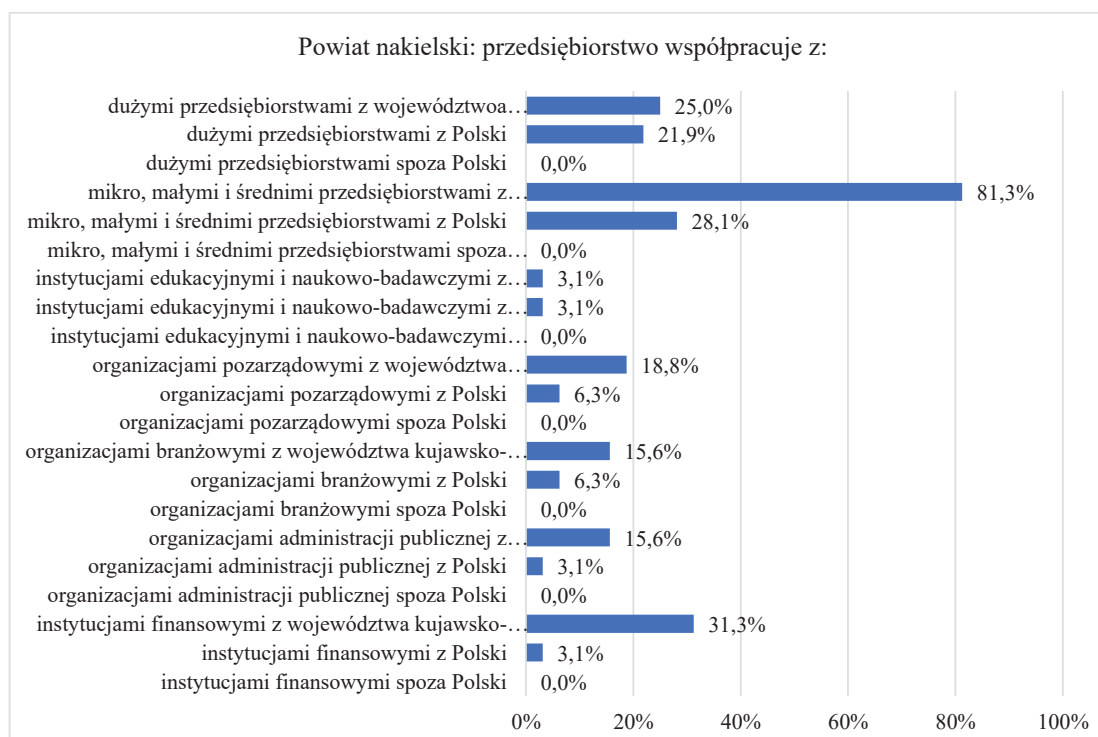


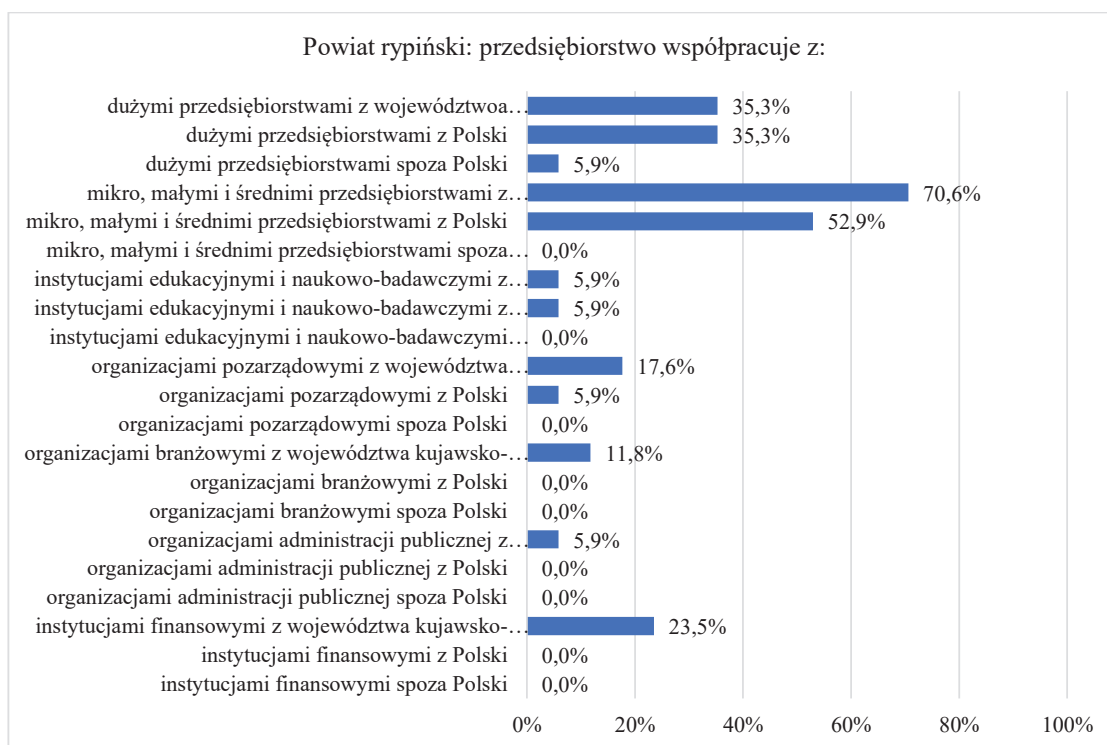


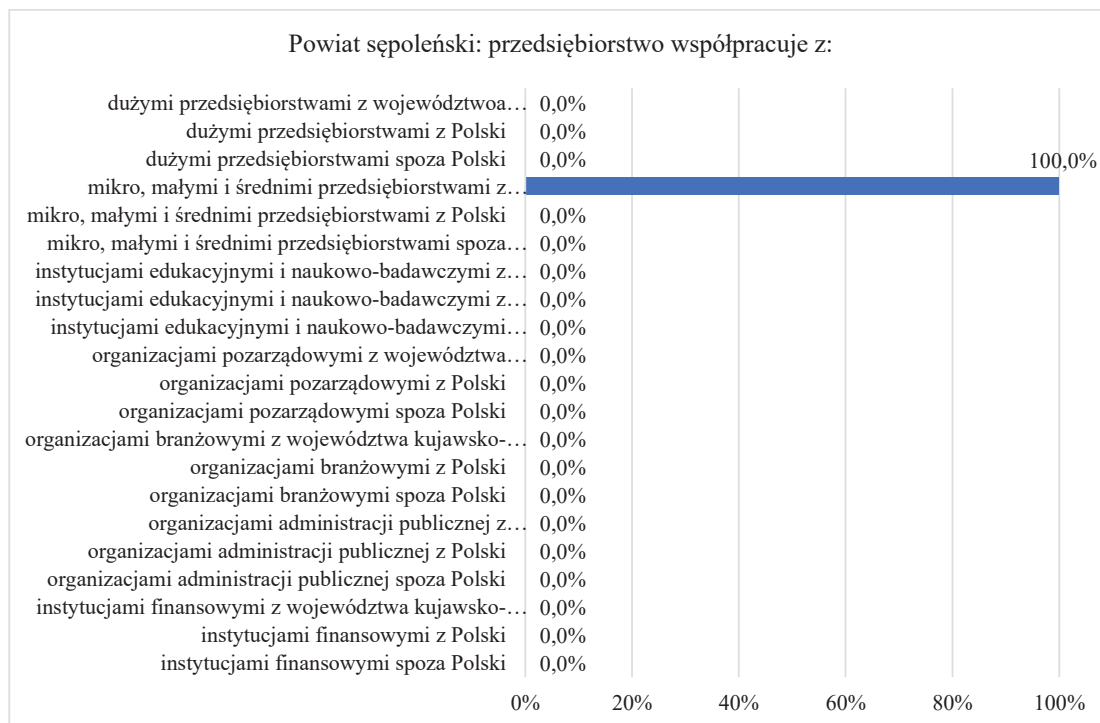


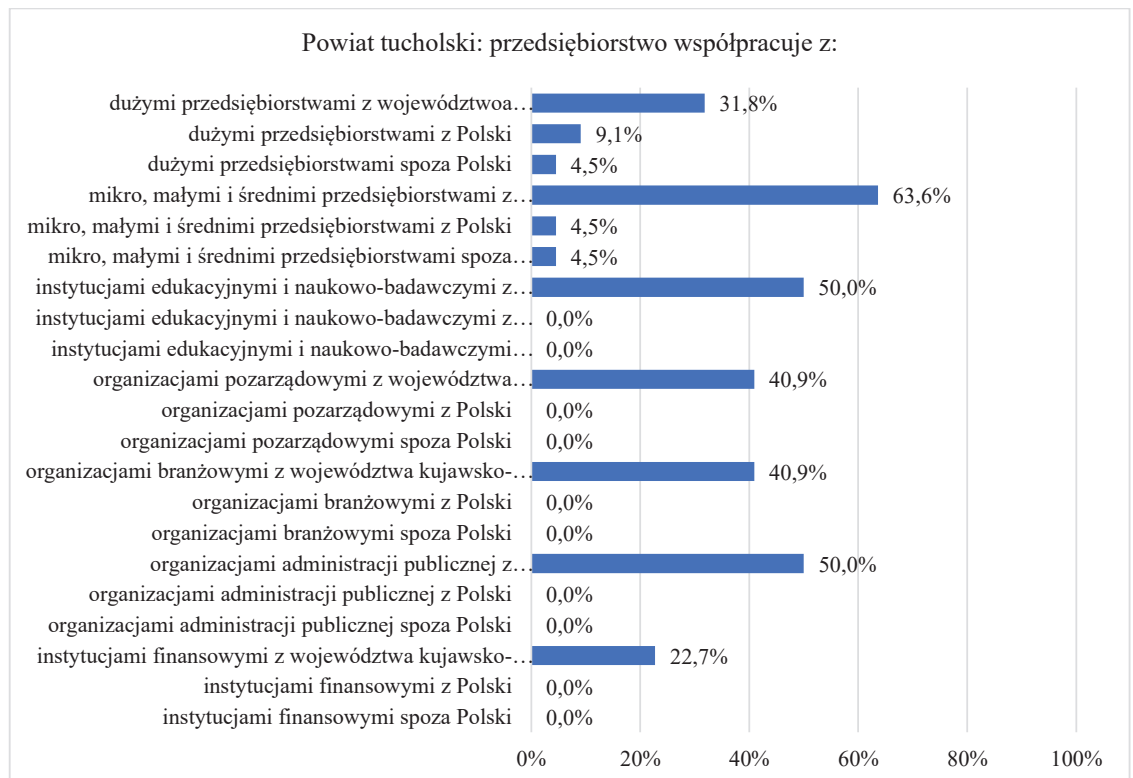


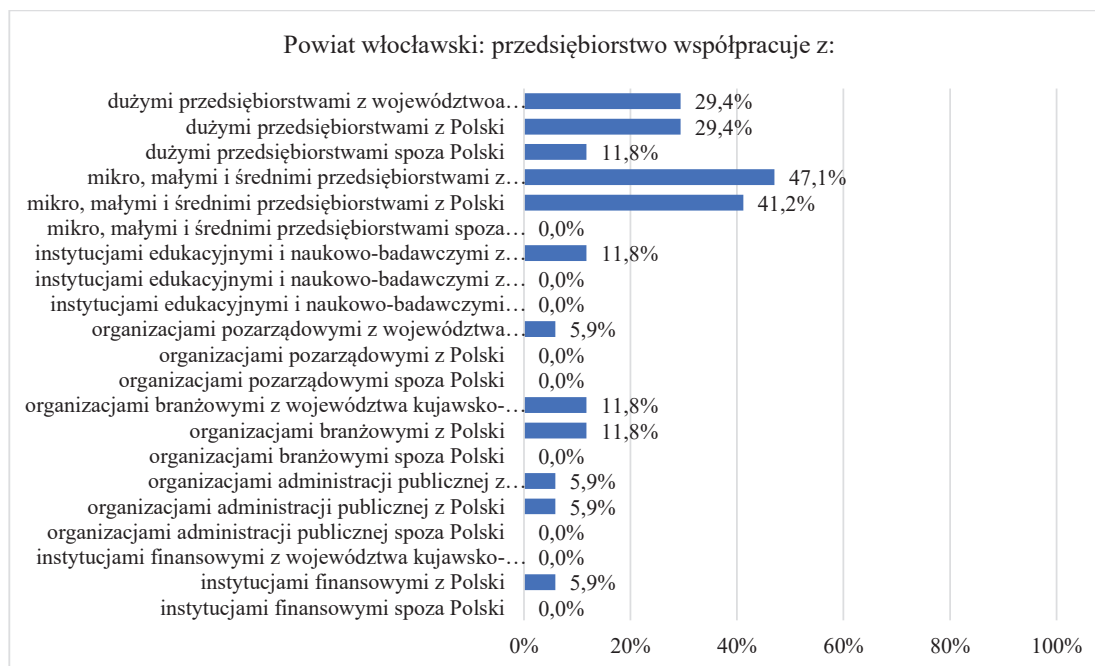
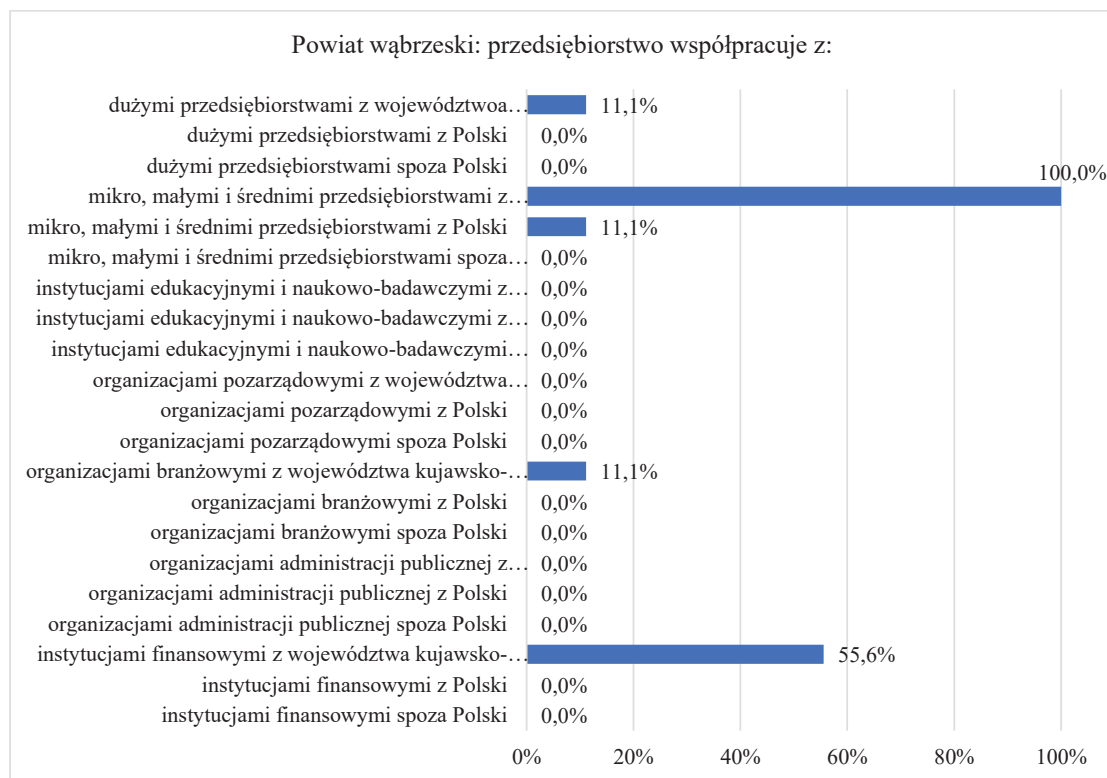


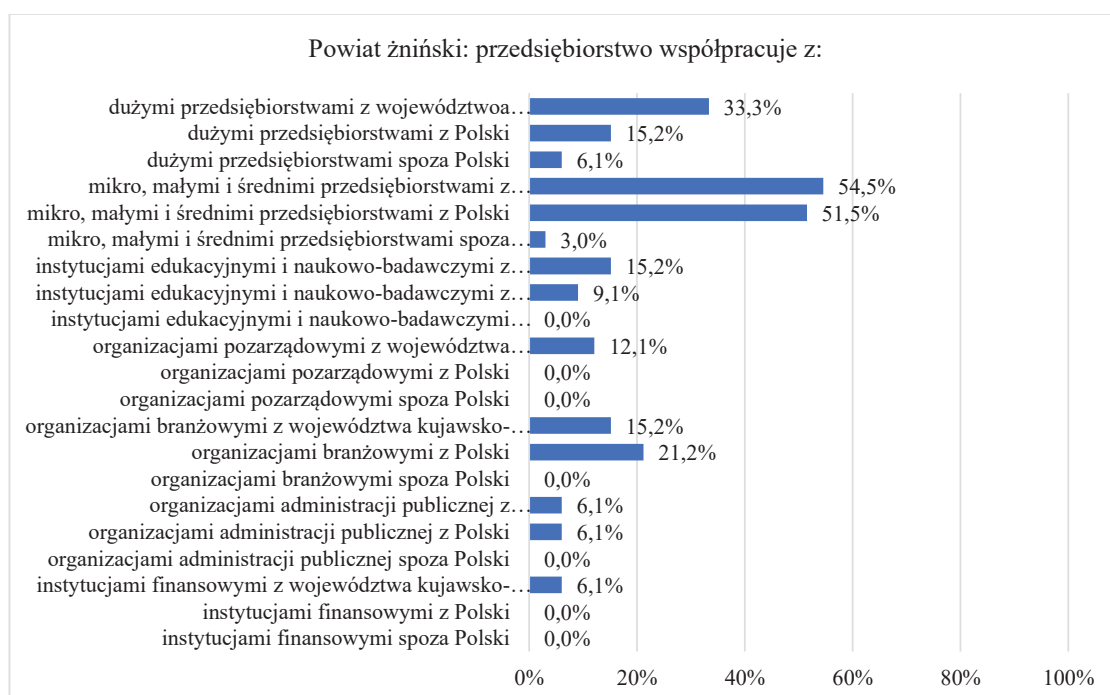










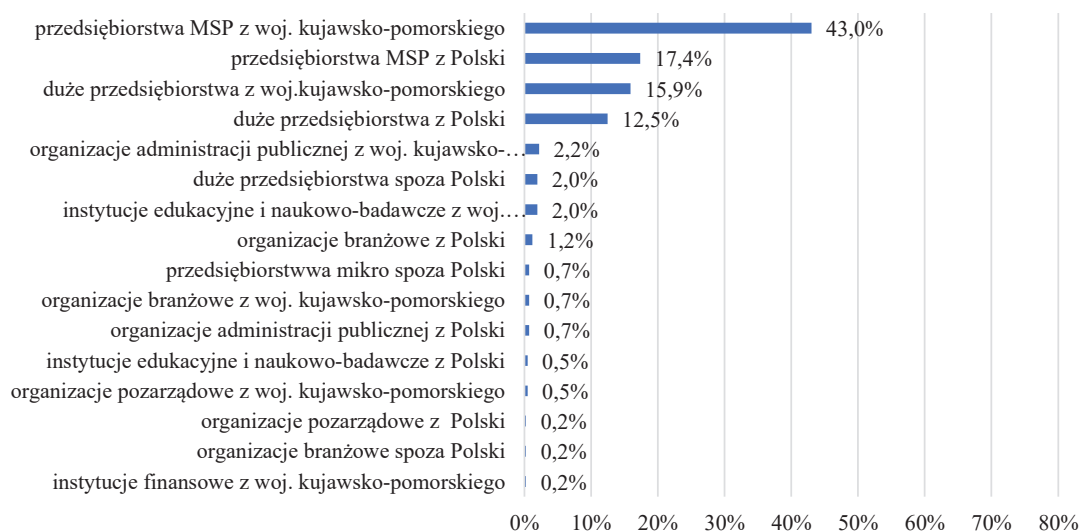


Wykres 6.28. Pochodzenie podmiotów, z którymi współpracują badane przedsiębiorstwa – rozkłady odpowiedzi w powiatach

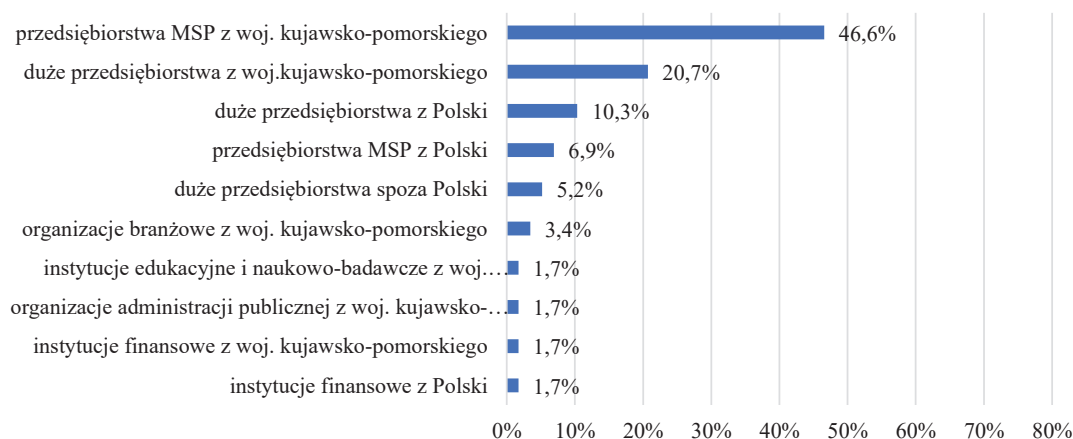
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Współpraca z przedsiębiorstwami MSP zlokalizowanymi w województwie kujawsko-pomorskim jest jednocześnie najczęściej wskazywana jako taka, która jest dla badanych przedsiębiorstw najkorzystniejsza. Ocenę taką przypisuje się tej kategorii relacji współpracy w większości badanych przedsiębiorstw, zlokalizowanych w większości powiatów województwa kujawsko-pomorskiego (wykres 6.29). Wyjątkiem są przedsiębiorstwa badane pochodzące z powiatu żnińskiego, w których częściej jako partnerów najkorzystniejszej współpracy wskazuje się przedsiębiorstwa MSP spoza województwa. Inaczej wygląda także sytuacja w przedsiębiorstwach z powiatu rypińskiego i radziejowskiego. W pierwszych z wymienionych, w równej liczbie jako najkorzystniejszą wskazuje się współpracę z MSP z województwa kujawsko-pomorskiego, współpracę z przedsiębiorstwami MSP spoza województwa, jak i współpracę z dużymi przedsiębiorstwami z Polski. Z kolei, w przypadku przedsiębiorstw pochodzących z powiatu radziejowskiego najczęściej wskazuje się duże przedsiębiorstwa z Polski jako podmioty, z którymi nawiązana jest najkorzystniejsza współpraca. W przedsiębiorstwach zlokalizowanych w znaczącej części powiatów na drugim miejscu, jeśli chodzi o partnerów najkorzystniejszej współpracy, wymieniane są przedsiębiorstwa duże z województwa kujawsko-pomorskiego (takie wskazania uzyskano w badanych przedsiębiorstwach zlokalizowanych w powiecie Miasto Grudziądz, powiatach brodnickim, golubsko-dobrzyńskim, lipnowskim, mogileńskim i wąbrzeskim) i duże przedsiębiorstwa spoza województwa (wskazano tak w badanych przedsiębiorstwach z powiatów aleksandrowskiego i inowrocławskiego). W przedsiębiorstwach zlokalizowanych w powiecie tucholskim na drugim miejscu wymieniane są organizacje administracji publicznej pochodzące z województwa kujawsko-pomorskiego.

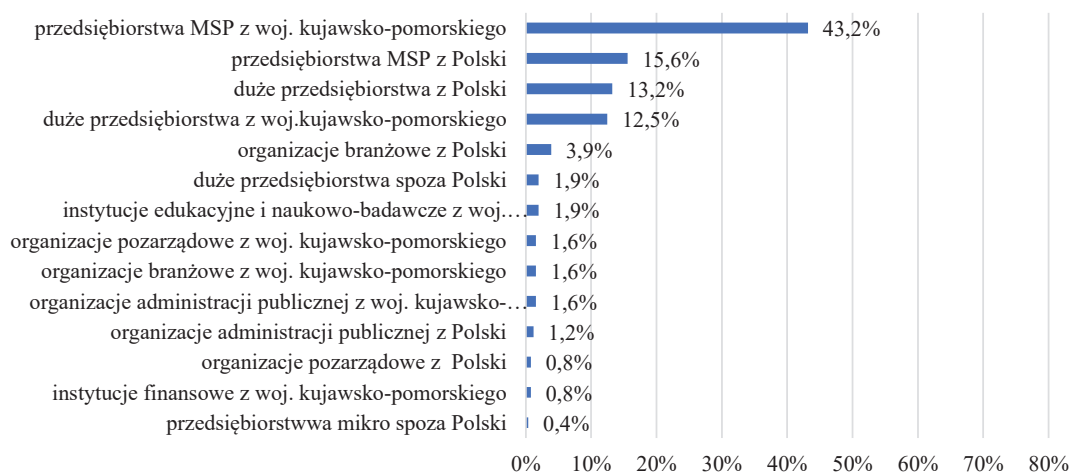
M. Bydgoszcz: podmioty, z którymi współpraca jest najkorzystniejsza, to:



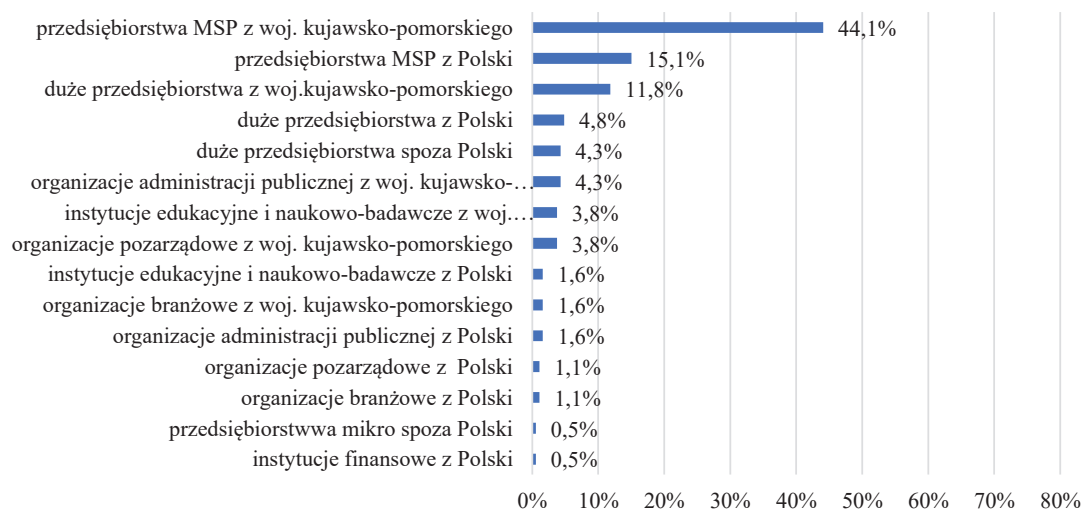
M. Grudziądz: podmioty, z którymi współpraca jest najkorzystniejsza, to:



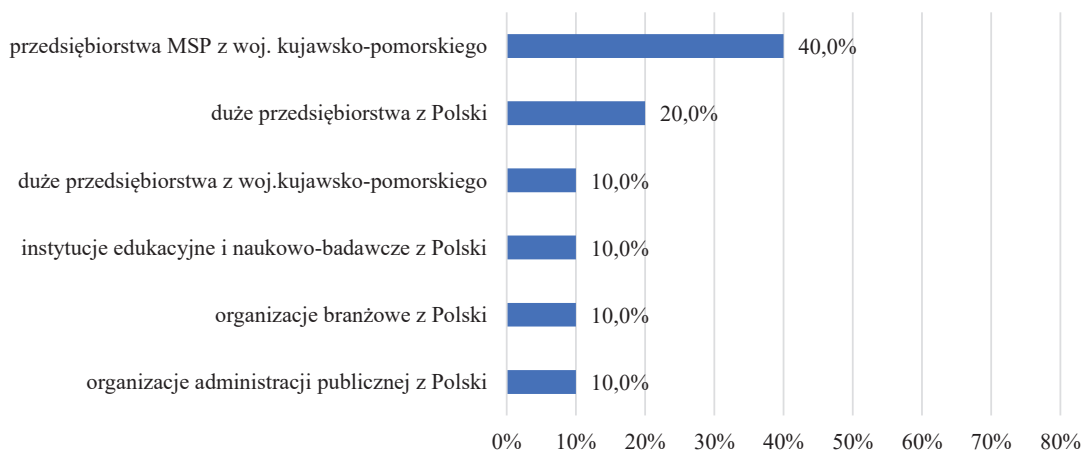
M. Toruń: podmioty, z którymi współpraca jest najkorzystniejsza, to:



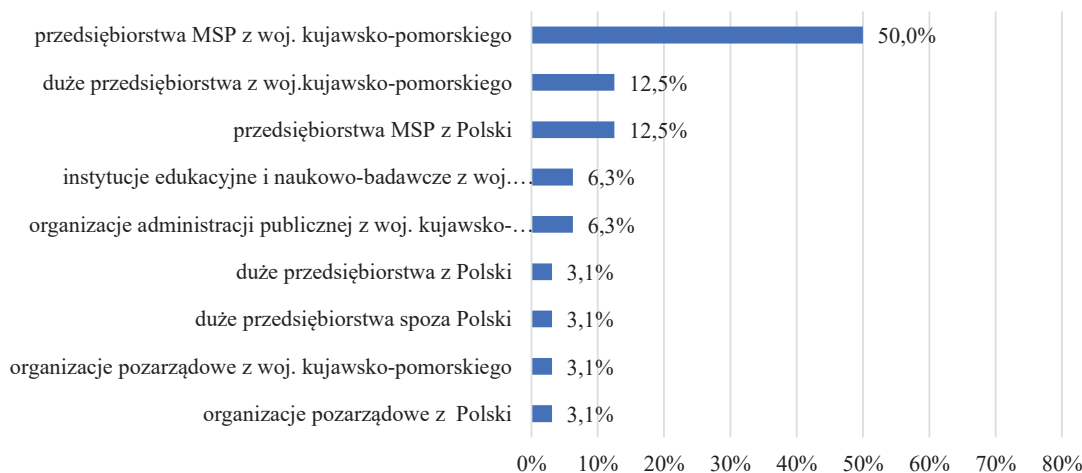
M. Włocławek: podmioty, z którymi współpraca jest najkorzystniejsza, to:



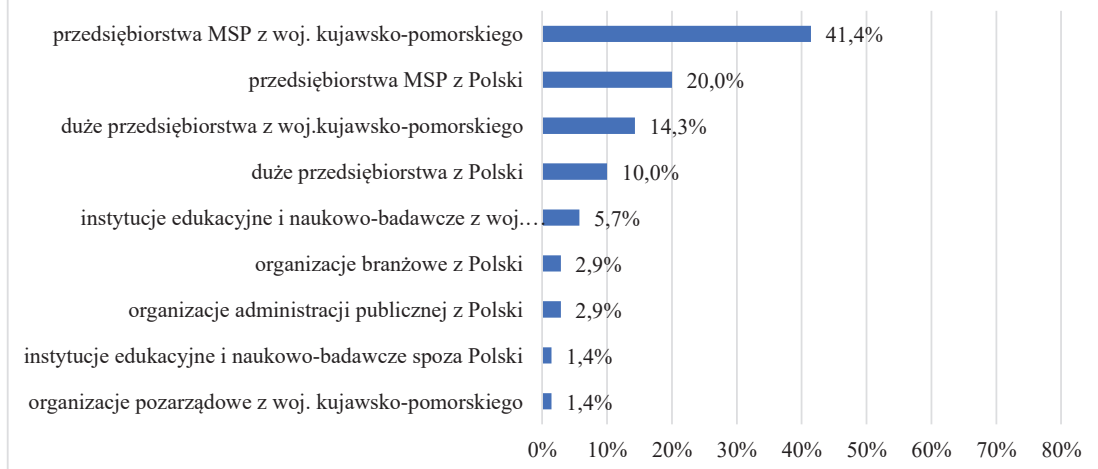
Powiat aleksandrowski: podmioty, z którymi współpraca jest najkorzystniejsza, to:



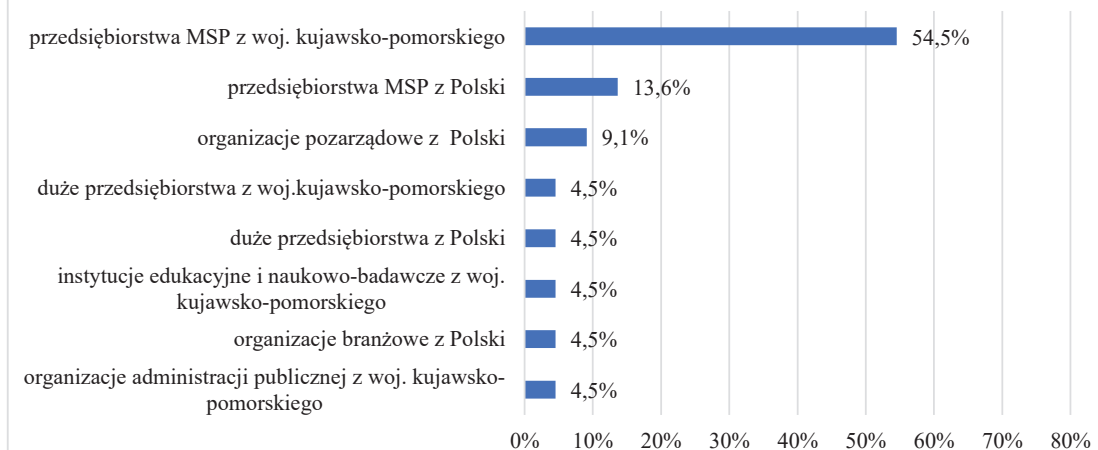
Powiat brodnicki: podmioty, z którymi współpraca jest najkorzystniejsza, to:



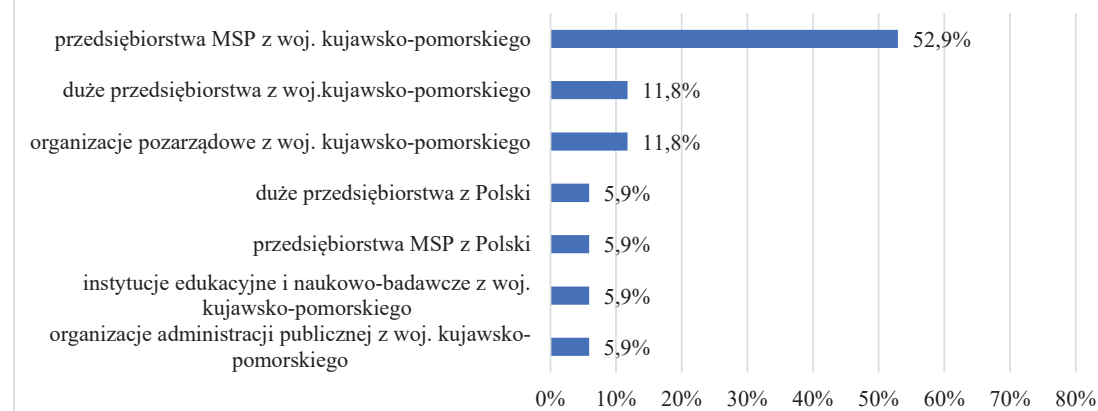
Powiat bydgoski: podmioty, z którymi współpraca jest najkorzystniejsza, to:

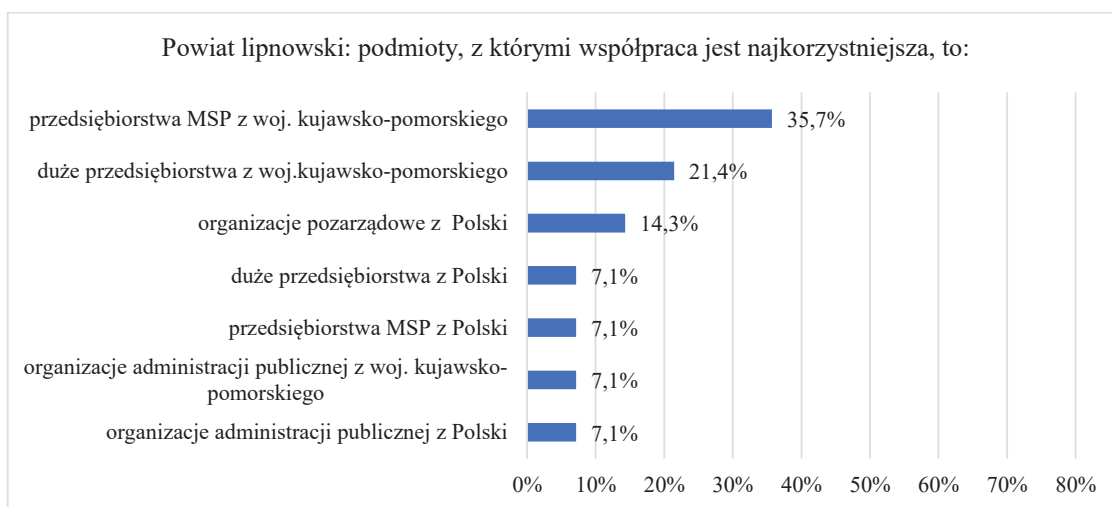
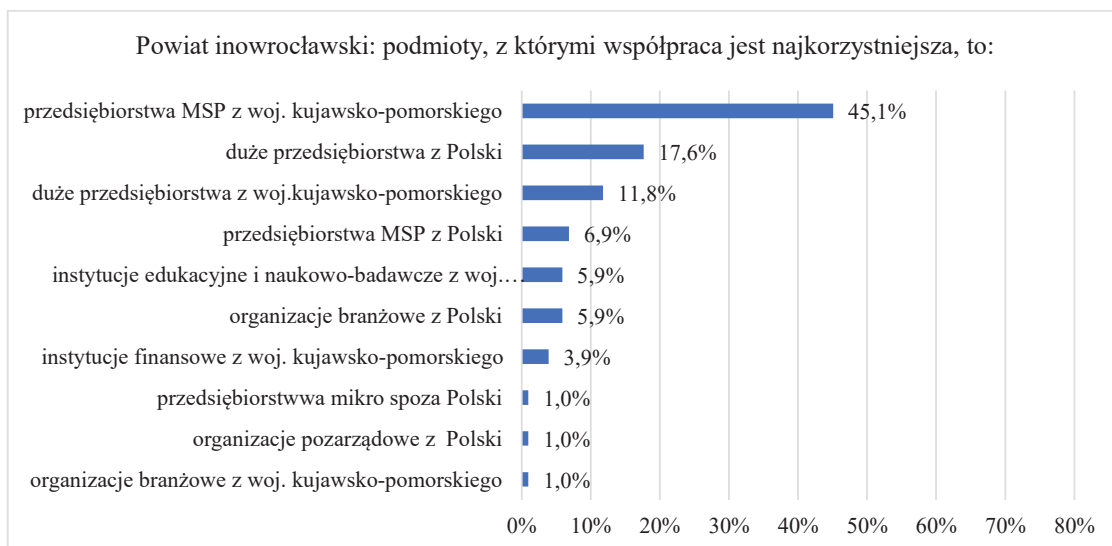
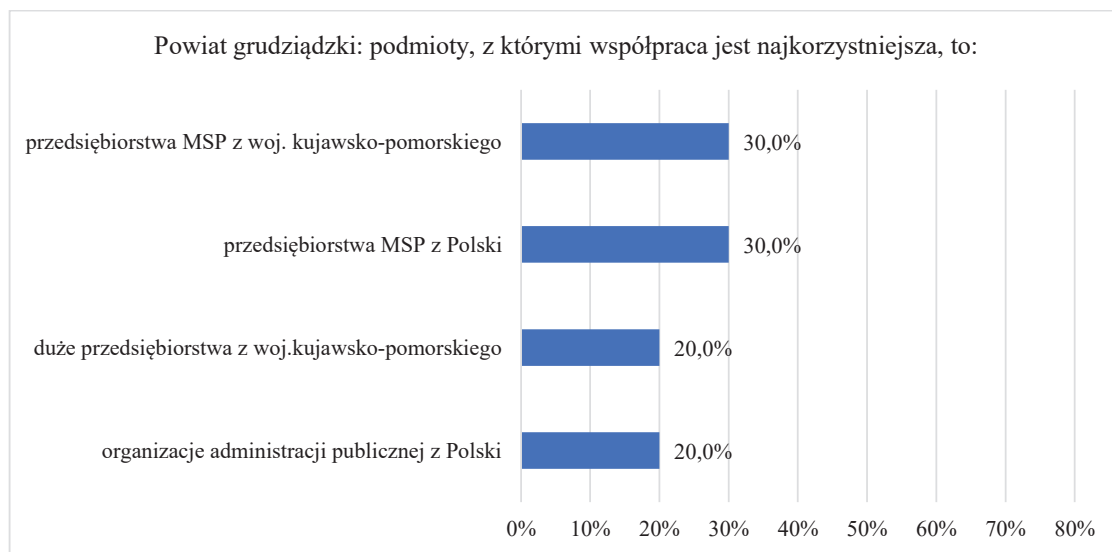


Powiat chełmiński: podmioty, z którymi współpraca jest najkorzystniejsza, to:

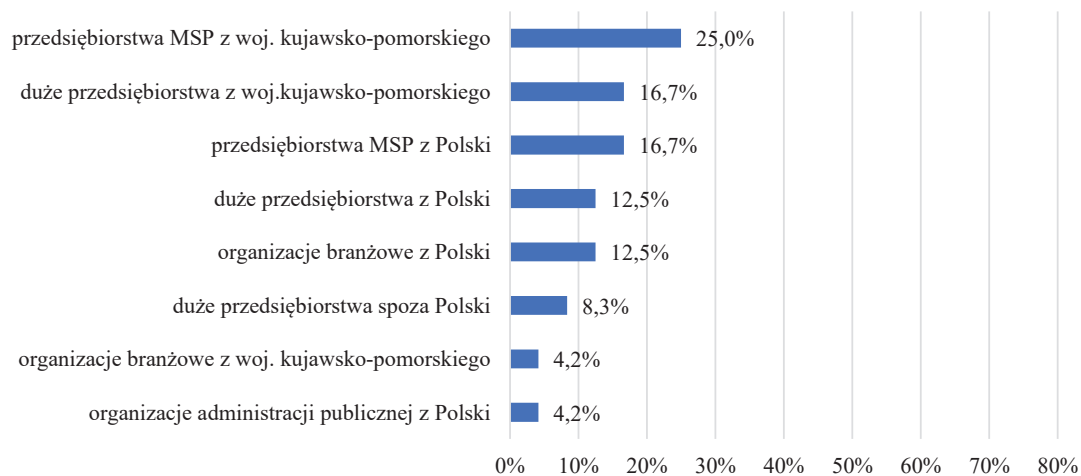


Powiat golubsko-dobrzyński: podmioty, z którymi współpraca jest najkorzystniejsza, to:

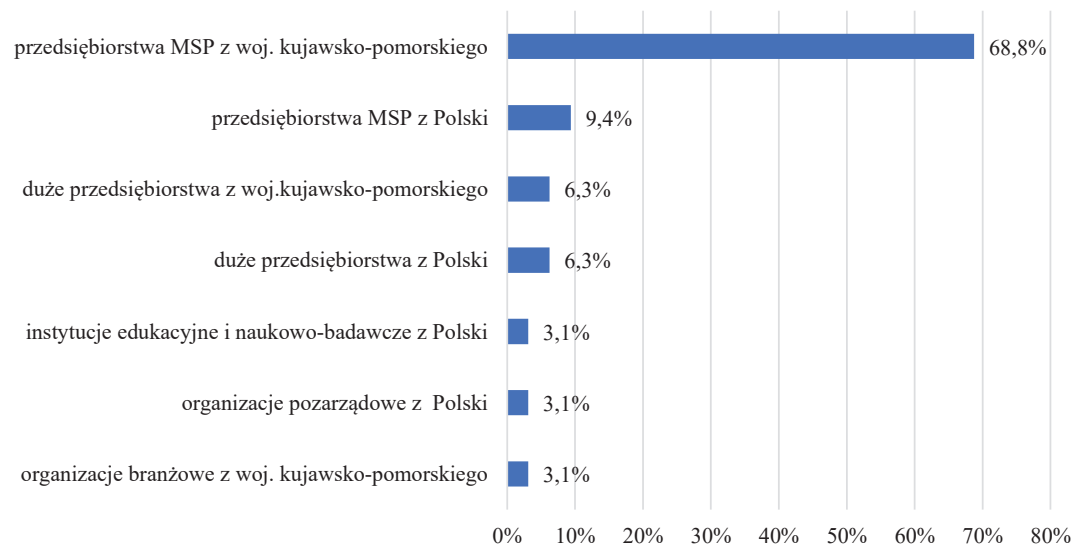




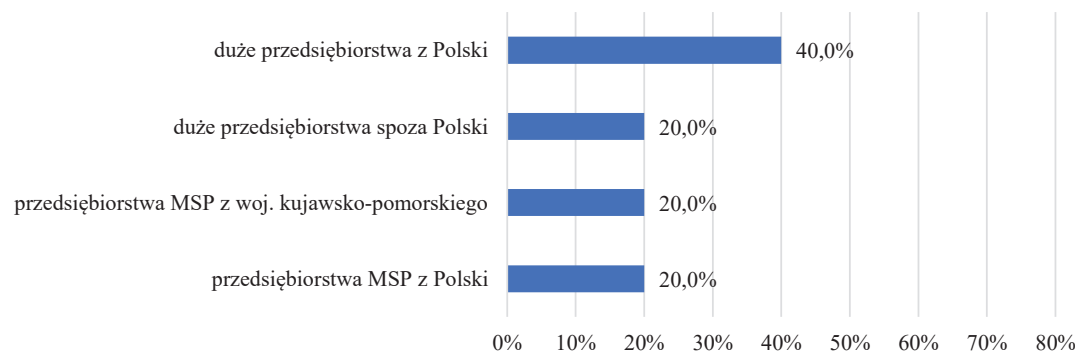
Powiat mogileński: podmioty, z którymi współpraca jest najkorzystniejsza, to:



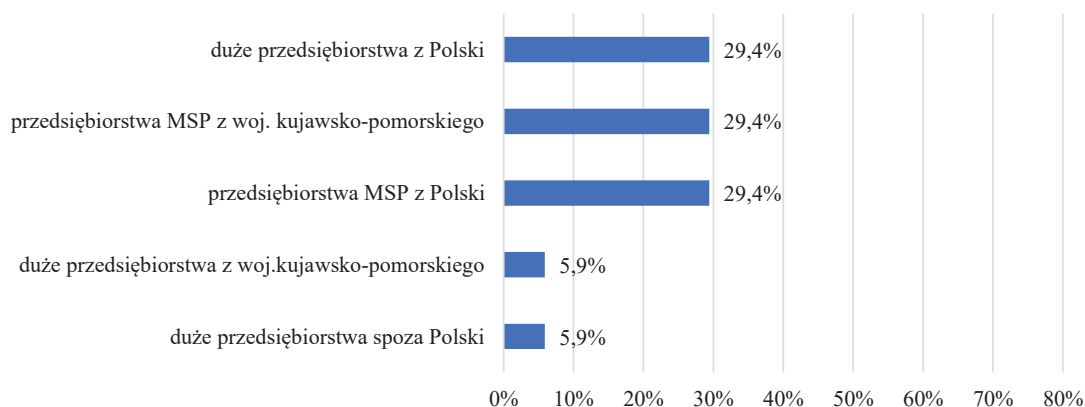
Powiat nakielski: podmioty, z którymi współpraca jest najkorzystniejsza, to:



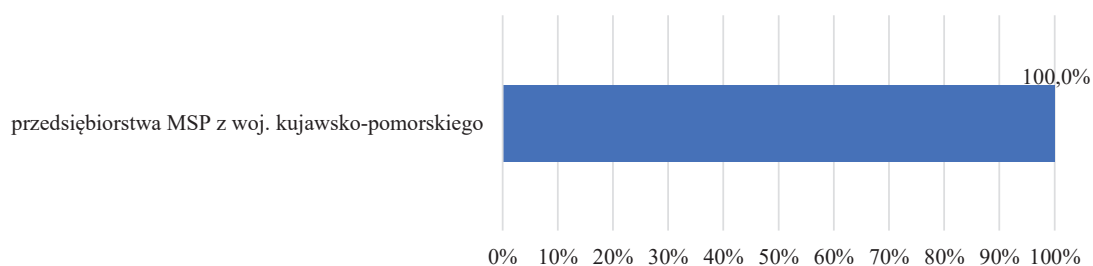
Powiat radziejowski: podmioty, z którymi współpraca jest najkorzystniejsza, to:



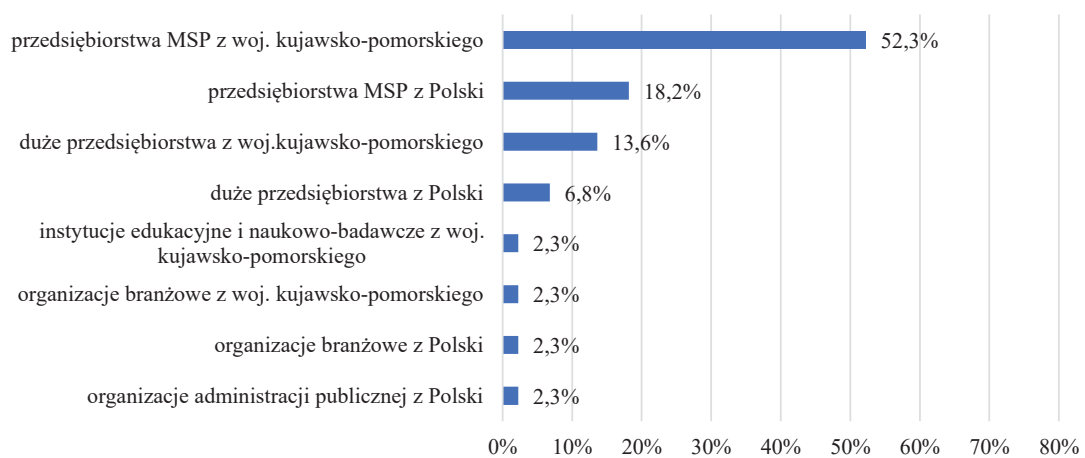
Powiat rypiński: podmioty, z którymi współpraca jest najkorzystniejsza, to:

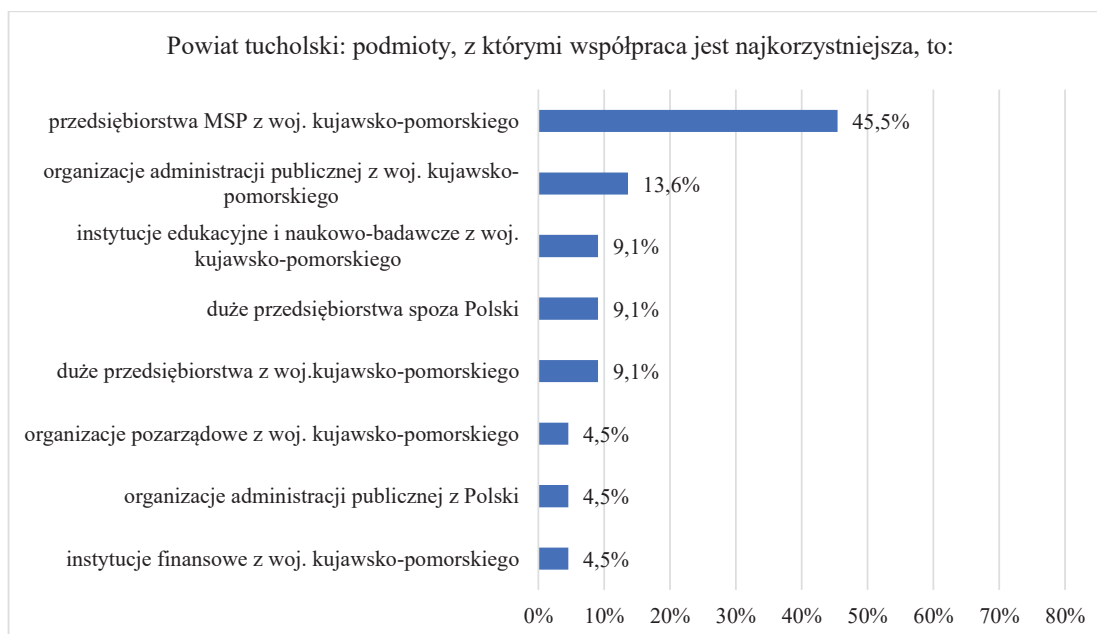
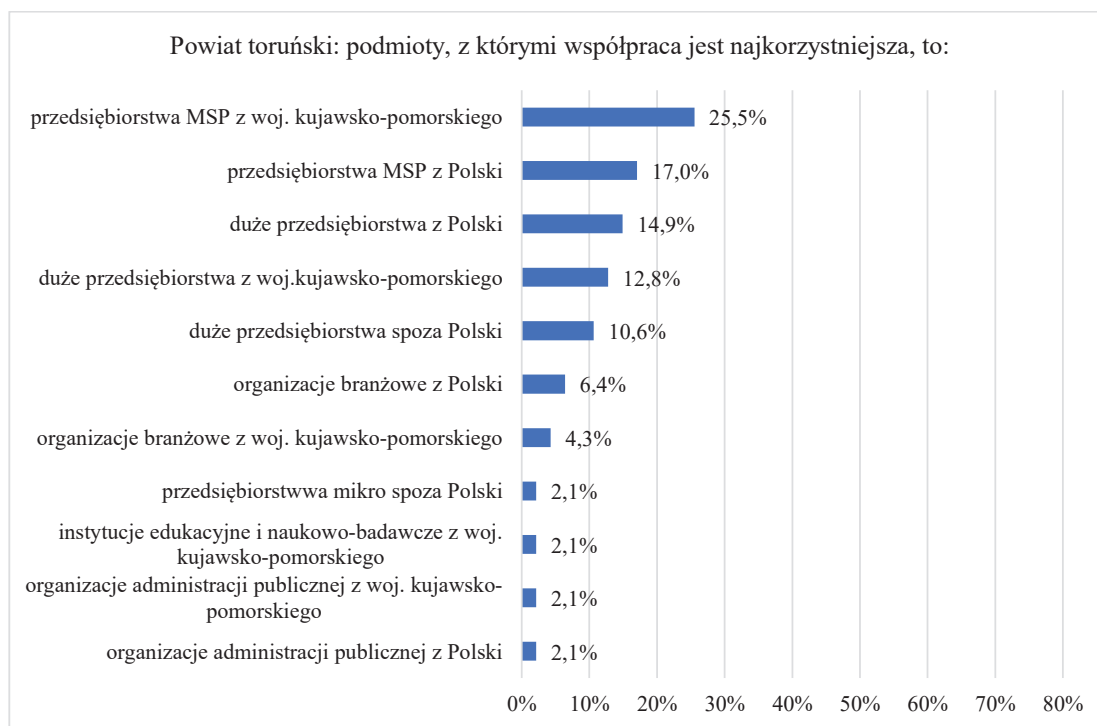


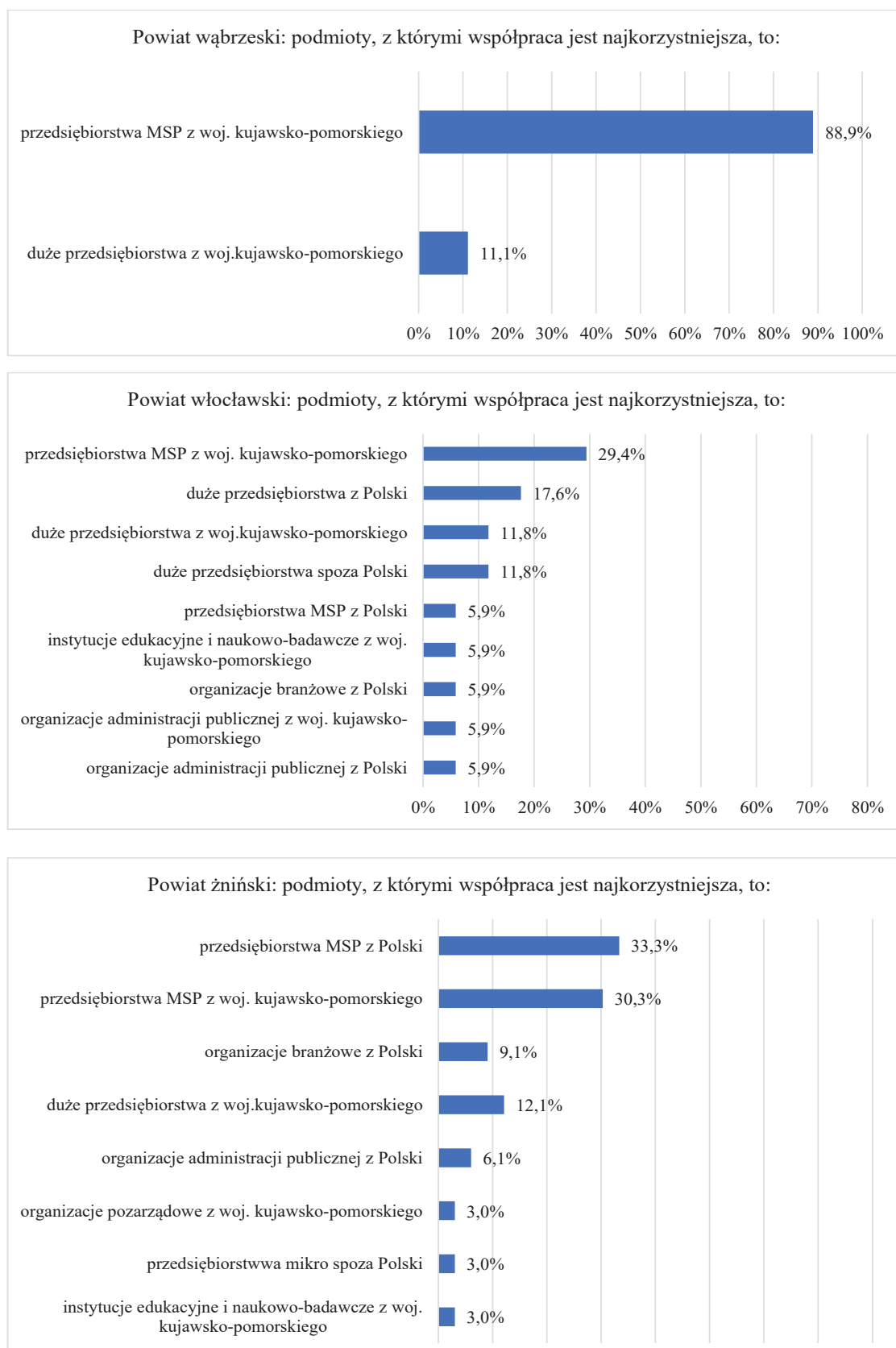
Powiat sępoleński: podmioty, z którymi współpraca jest najkorzystniejsza, to:



Powiat świecki: podmioty, z którymi współpraca jest najkorzystniejsza, to:



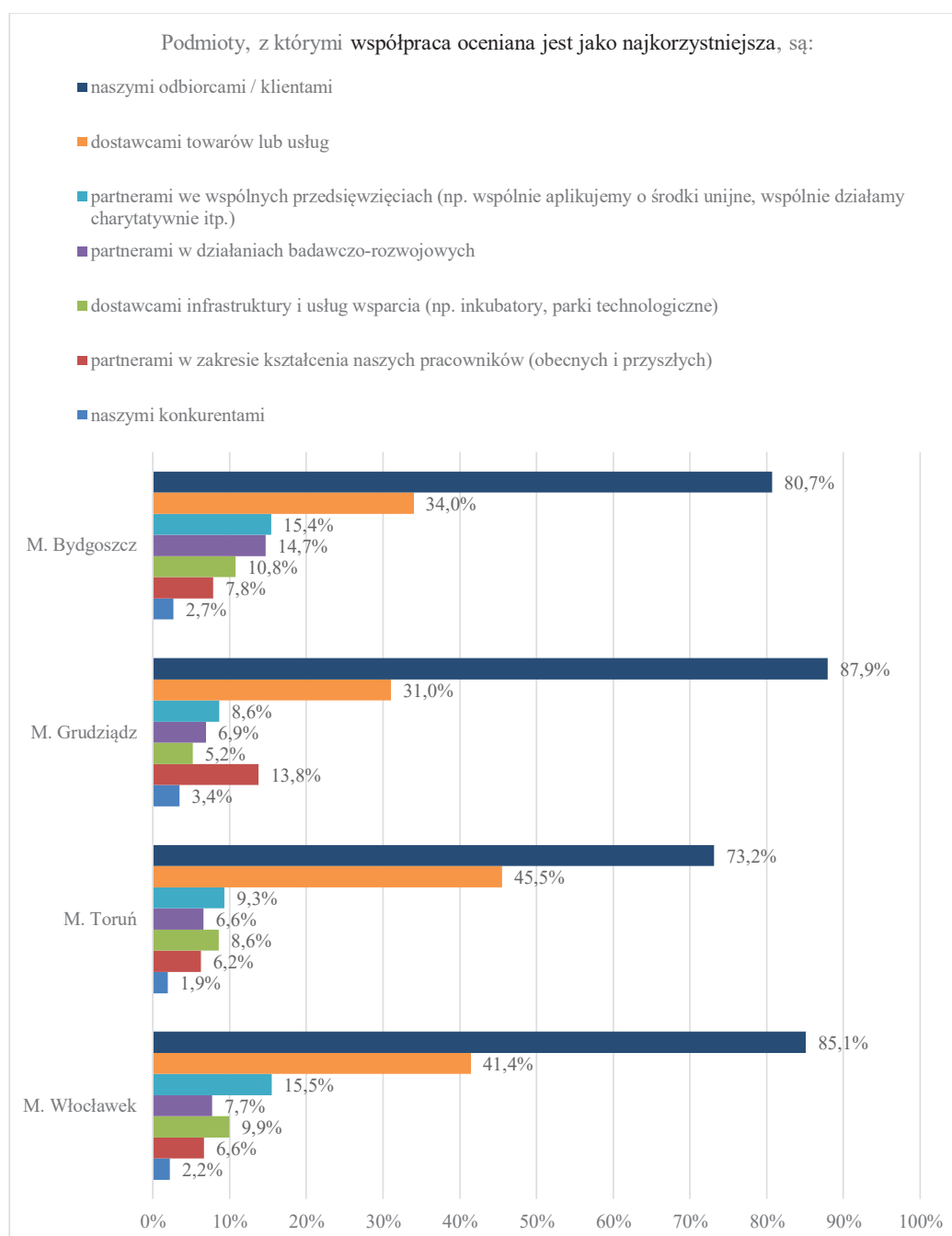


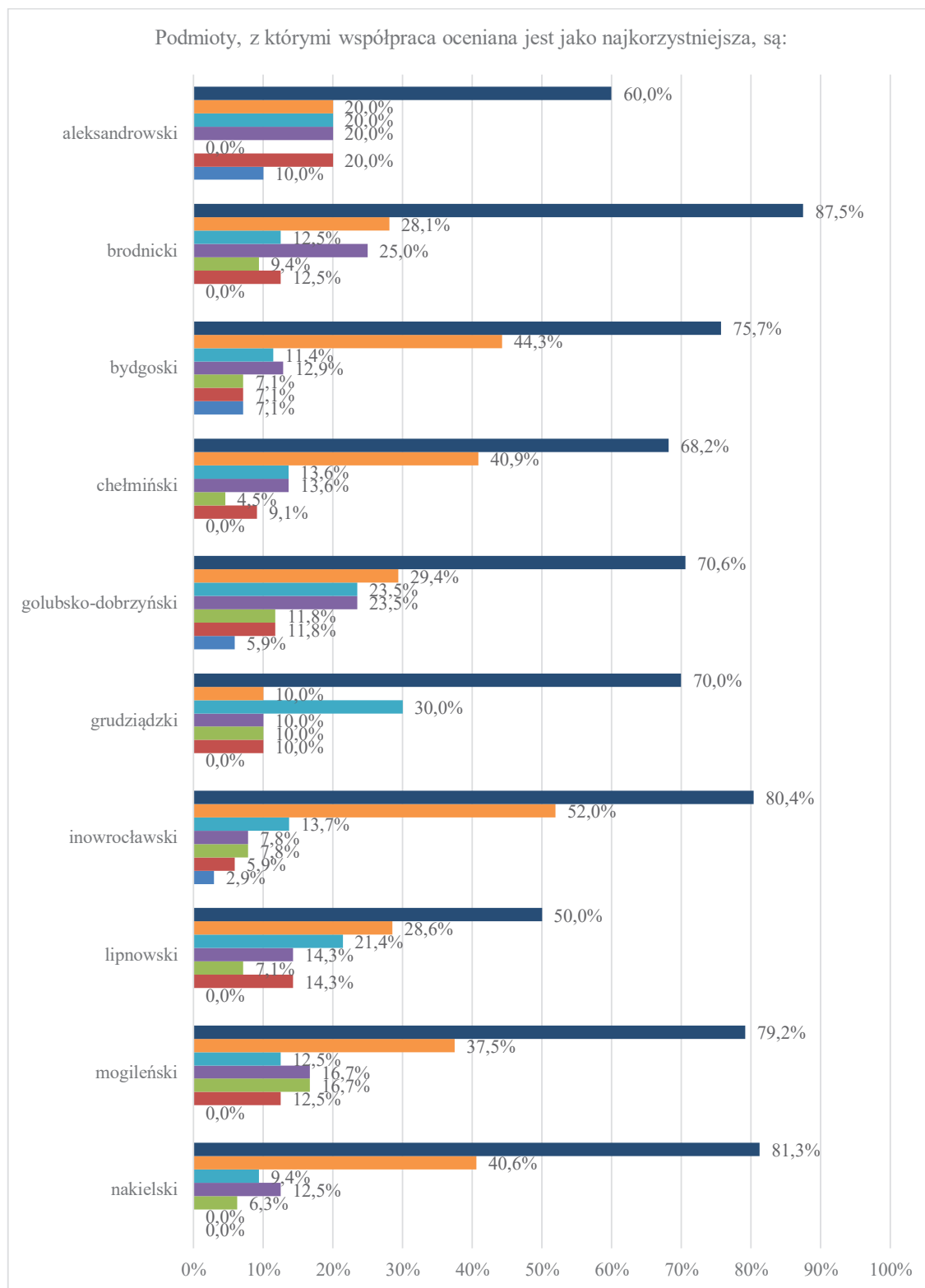


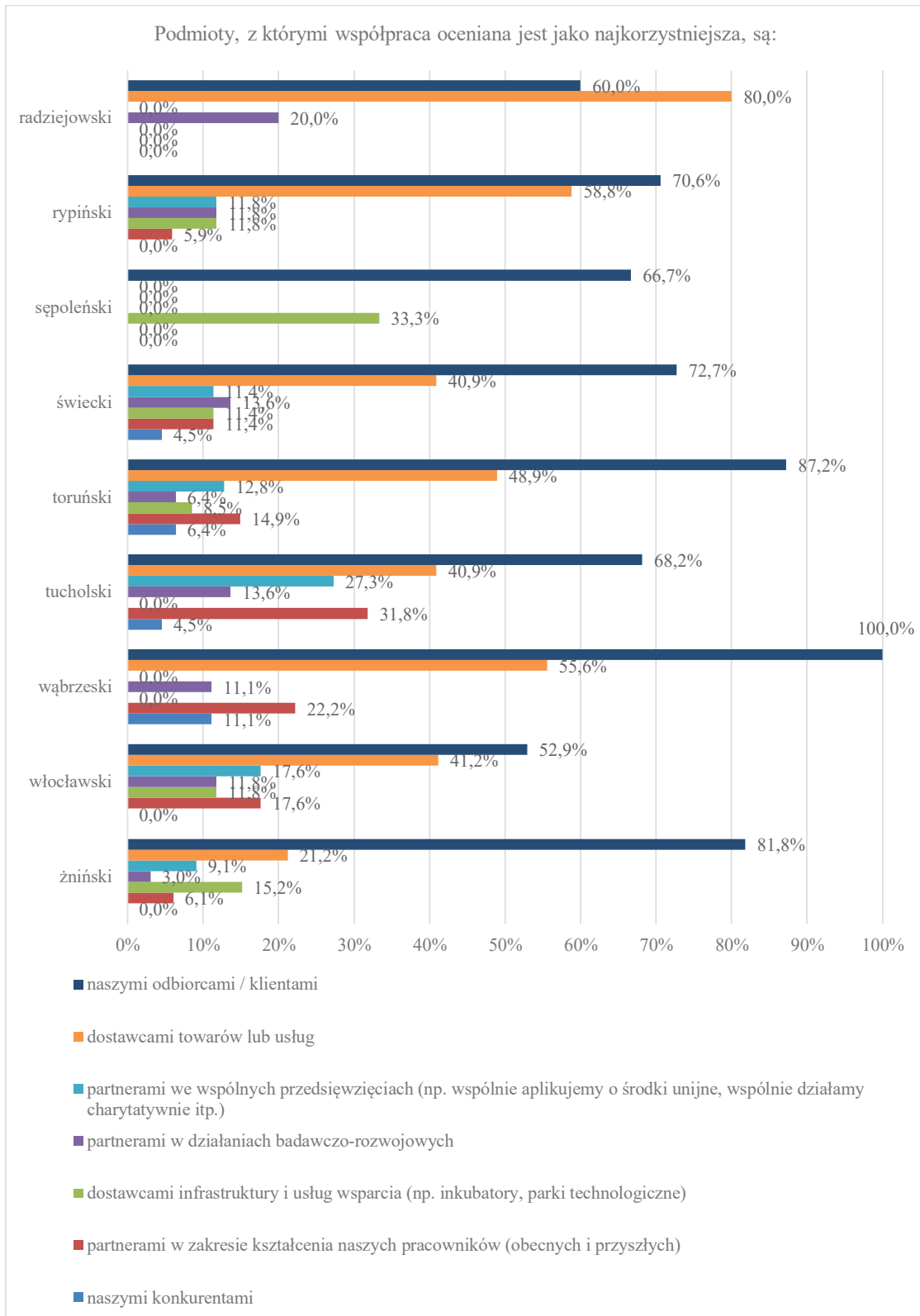
Wykres 6.29. Podmioty, z którymi współpraca jest najkorzystniejsza – rozkłady odpowiedzi uzyskane w poszczególnych powiatach

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

W badanych przedsiębiorstwach zlokalizowanych w większości powiatów województwa kujawsko-pomorskiego wskazuje się najczęściej dwie podstawowe role pełnione przez partnerów, z którymi współpraca uznawana jest za najkorzystniejszą – podmioty te pełnią rolę odbiorców/klientów badanych przedsiębiorstw lub, w drugiej kolejności, dostawców towarów lub usług (wykres 6.30). W przedsiębiorstwach pochodzących z powiatu radziejowskiego wskazuje się przede wszystkim tę drugą rolę partnerów relacji współpracy (dostawca towarów lub usług). Z kolei w powiecie sępoleńskim drugie co do częstości wskazanie, po partnerze w roli odbiorcy/klienta, przypada partnerom pełniącym rolę dostawcy infrastruktury i usług wsparcia.







Wykres 6.30. Role, jakie pełnią partnerzy, z którymi współpraca oceniana jest jako najkorzystniejsza – rozkład odpowiedzi w powiatach

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

7. SYNTETYCZNA OCENA POZIOMU INNOWACYJNOŚCI, KONKURENCYJNOŚCI, PRODUKTYWNOŚCI I WSPÓŁPRACY

7.1. Konstrukcja mierników syntetycznych – przyjęte założenia

W opracowaniu podjęto próbę syntetycznej oceny poziomu innowacyjności, konkurencyjności, produktywności i współpracy badanych przedsiębiorstw na poziomie powiatów oraz sekcji PKD. W tym celu wyznaczono odpowiednie mierniki syntetyczne opisujące odpowiednio powiaty województwa kujawsko-pomorskiego oraz sekcje PKD i charakteryzujące poziom innowacyjności, konkurencyjności, produktywności i współpracy badanych przedsiębiorstw. W analizie uwzględniono cztery obszary: innowacyjność przedsiębiorstw, konkurencyjność, produktywność i obszar dotyczący współpracy. Każdy z obszarów został scharakteryzowany zmiennymi, które poddano ocenie merytorycznej i formalnej. W wyniku badania uzyskano liczny zbiór **X** potencjalnych zmiennych diagnostycznych, które zostały scharakteryzowane w rozdziałach 2–6 niniejszego opracowania. Ze zbioru **X** wybrano ostateczny zestaw zmiennych diagnostycznych na podstawie opisanych poniżej kryteriów.

W literaturze przedmiotu można spotkać wiele kryteriów stawianych zmiennym diagnostycznym. Za Kukułą (Kukuła, 2000, s. 47–48) przyjęto najważniejsze z nich:

1. Zmienne zakwalifikowane do zbioru **X** muszą odgrywać istotną rolę w opisie analizowanego zjawiska.
2. Zmienne diagnostyczne powinny być dostępne dla prowadzącego badanie empiryczne, czyniąc zadość postulatowi kompletności informacji.
3. Zmienne diagnostyczne powinny być mierzone w mocnych skalach.
4. Wybrane zmienne powinny być słabo skorelowane między sobą.
5. Wybrane zmienne powinny być silnie skorelowane ze zmiennymi zredukowanymi.
6. Zmienne diagnostyczne powinny charakteryzować się wysokim stopniem zmienności.

Zmienne przyjęte do budowy miernika syntetycznego spełniają postulaty (1), (2), (3), (5), (6). Postulat (4) dotyczący słabej korelacji pomiędzy zmiennymi,

które wybrano ze zbioru potencjalnych zmiennych diagnostycznych, nie jest w pełni spełniony. W badaniu uzyskano bowiem liczny zbiór X zmiennych, które charakteryzowały się znacznym stopniem korelacji. Dlatego pozostawiając odpowiednie zmienne do budowy mierników syntetycznych jako nadrzędne przyjęto kryterium merytoryczne. Ewentualne skorelowanie między zmiennymi diagnostycznymi nie przekreśla słuszności ich wyboru (Strahl, 1998). Zgodnie z uwagą, jaką poczynił Kukuła (2000, s. 48), w budowie rankingu badanych obiektów skorelowanie zmiennych diagnostycznych „nie musi przeszkadzać”, a kryterium merytoryczne ma priorytet. Spełnienie postulatu (6) mówiącego o stopniu dyskryminowania obiektów oceniano, wykorzystując współczynnik zmienności.

Ostatecznie do budowy mierników syntetycznych przyjęto następujące zmienne:

Innowacyjność/produktywność – Wariant 1	
X_1	Odsetek przedsiębiorstw, które wprowadziły innowacje produktowe, nowe dla rynku
X_2	Odsetek przedsiębiorstw, które wprowadziły innowacje produktowe, nowe dla przedsiębiorstwa
X_3	Odsetek przedsiębiorstw, które wprowadziły innowacje procesowe, nowe dla rynku
X_4	Odsetek przedsiębiorstw, które wprowadziły innowacje procesowe, nowe dla przedsiębiorstwa
X_5	Odsetek przedsiębiorstw, w których wzrosła produktywność
X_6	Odsetek przedsiębiorstw, które posiadają własne patenty

Innowacyjność – Wariant 2	
X_{16}	Odsetek przedsiębiorstw, które wprowadziły innowacje produktowe
X_{17}	Odsetek przedsiębiorstw, które wprowadziły innowacje procesowe
X_{18}	Odsetek przedsiębiorstw, które wprowadziły innowacje organizacyjne
X_{19}	Odsetek przedsiębiorstw, które wprowadziły innowacje marketingowe
X_{20}	Odsetek przedsiębiorstw, które zamierzają inwestować w ciągu najbliższych 2–3 lat
X_{21}	Odsetek przedsiębiorstw, które eksportują swoje produkty

Konkurencyjność	
X_7	Średnia ocen ze stwierdzenia „nasze zasoby są lepiej rozwinięte”
X_8	Średnia ocen ze stwierdzenia „mamy wyższą jakość produktów/usług”
X_9	Średnia ocen ze stwierdzenia „mamy atrakcyjniejsze ceny”
X_{10}	Średnia ocen ze stwierdzenia „zapewniamy lepszą dostępność swoich produktów i usług”
X_{11}	Średnia ocen ze stwierdzenia „nasze działania promocyjne są skuteczniejsze”
X_{12}	Średnia ocen ze stwierdzenia „nasze przychody są wyższe”
X_{13}	Średnia ocen ze stwierdzenia „mamy bardziej zadowolonych klientów”

Współpraca	
X_{14}	Odsetek przedsiębiorstw podejmujących współpracę z innymi podmiotami
X_{15}	Średnia z ocen ze stwierdzenia „W kontaktach z innymi podmiotami preferujemy długotrwałą współpracę”

Aby doprowadzić różnoimienne zmienne do wzajemnej porównywalności, a co za tym idzie – addytywności, przeprowadzono standaryzację zmiennych. W wyniku standaryzacji otrzymano macierze standaryzowanych zmiennych: $Z' = [z_{ij}]$, gdzie i oznacza odpowiednio wskaźnik kolejnego powiatu lub sekcji PKD; j jest wskaźnikiem powiązanym ze zmienną diagnostyczną, $j = 1, 2, \dots, 22$.

Powiatom oraz sekcjom PKD zostały przyporządkowane odpowiednie wartości miar syntetycznych będących podstawą dalszego porządkowania obiektów (powiatów/sekcji PKD). Do oceny poziomu innowacyjności, konkurencyjności, produktywności i współpracy badanych przedsiębiorstw na poziomie powiatów oraz sekcji PKD wyznaczono następujące mierniki:

- miernik poziomu innowacyjności/produktywności powiatów (wariant 1 i 2) IPP1, IP2,
- miernik poziomu konkurencyjności powiatów KP,
- miernik poziomu innowacyjności, konkurencyjności, produktywności i współpracy powiatów (wariant 1 i 2), IKPWP1, IKWP2
- miernik poziomu innowacyjności sekcji PKD (wariant 1 i 2), IPPKD1, IPKD2
- miernik poziomu konkurencyjności sekcji PKD, KPKD
- miernik poziomu innowacyjności, konkurencyjności, produktywności i współpracy sekcji PKD (wariant 1 i 2) IKPWPKD1, IKWPKD2

W opracowaniu zastosowano typową i najczęściej stosowaną do porównań regionalnych i sektorowych konstrukcję zmiennej syntetycznej, zwaną miarą rozwoju Hellwiga.

Badanym obiektom przyporządkowano wartości wzorcowej zmiennej syntetycznej, której wybór zdeterminowany był wcześniejszą procedurą normalizacyjną. Koncepcja wyznaczania wzorcowej miary syntetycznej opiera się na wyborze tak zwanego górnego bieguna rozwoju, zwanego wzorcem rozwoju lub wyborze dolnego bieguna rozwoju, czyli antywzorca rozwoju (Hellwig, 1968).

Za wzorzec przyjęty został taki abstrakcyjny punkt $P_0(z_{0j})$, którego współrzędne (po standaryzacji zmiennych) przyjmują odpowiednio największe wartości bowiem wszystkie zmienne diagnostyczne uwzględnione w badaniu mają charakter stymulant.

Dla każdego z badanych obiektów (powiat/sekcja PKD) reprezentowanego przez punkt o współrzędnych $(z_{i1}, \dots, z_{in})$ (n – liczba zmiennych diagnostycznych uwzględnionych w mierniku), została wyznaczona odległość euklidesowa c_{i0} do wzorca P_0 zgodnie ze wzorem:

$$c_{i0} = \sqrt{\sum_{j=1}^n (z_{ij} - z_{0j})^2} \quad (1)$$

Taksonomiczny, syntetyczny wskaźnik poziomu rozwoju został obliczony za pomocą następującej formuły:

$$D_i = 1 - \frac{c_{i0}}{c_0}, \quad (2)$$

gdzie

$$c_0 = \bar{c}_0 + 2s_0$$

$\bar{c}_0$ – średnia wartość wyznaczonych odległości c_{i0} ,

s_0 – odchylenie standardowe odległości c_{i0} .

7.2. Syntetyczna ocena poziomu innowacyjności, konkurencyjności, produktywności i współpracy przedsiębiorstw w powiatach województwa kujawsko-pomorskiego

Na pierwszym etapie wyznaczono wartości miar syntetycznych charakteryzujących poziom innowacyjności, konkurencyjności, produktywności i współpracy przedsiębiorstw w powiatach województwa kujawsko-pomorskiego (odpowiednio dla zmiennych diagnostycznych przyjętych w wariancie 1 i 2). Wyniki zamieszczono w tabeli 7.1, a wartości zmiennych diagnostycznych umieszczono w załączniku 1.

Tabela 7.1. Syntetyczne wskaźniki na poziomie powiatów

Powiaty	IPP1	IP2	KP	IKPWP1	IKWP2
aleksandrowski	0,31504	0,28416	0,34117	0,28380	0,27427
brodnicki	0,47199	0,48755	0,68014	0,54593	0,55634
bydgoski	0,38272	0,42868	0,51487	0,43003	0,45265
chełmiński	0,48909	0,48985	0,40395	0,41611	0,41757
golubsko-dobrzyński	0,75501	0,73050	0,55095	0,57812	0,57157
grudziądzki	0,33384	0,30987	0,56233	0,42213	0,41497
inowrocławski	0,40277	0,40848	0,54109	0,45660	0,46228
lipnowski	0,27681	0,29457	0,47656	0,36956	0,38193
mogileński	0,71036	0,64303	0,60800	0,63068	0,60825
nakielski	0,45380	0,51061	0,46896	0,44550	0,46918
radziejowski	0,34800	0,29684	0,35957	0,32153	0,30379
rypiński	0,32924	0,37416	0,56590	0,42384	0,44852
sępoleński	0,31269	0,27007	0,22703	0,19528	0,18191
świecki	0,52709	0,58445	0,53739	0,50735	0,53008
toruński	0,61845	0,71684	0,72461	0,64067	0,68089
tucholski	0,69480	0,65365	0,63553	0,61834	0,60501
wąbrzeski	0,24673	0,30999	0,03802	0,09983	0,12158
włocławski	0,49312	0,57156	0,43803	0,42215	0,44919
żniński	0,39349	0,53235	0,51271	0,42140	0,47820

Cd. tab. 7.1

Powiaty	IPP1	IP2	KP	IKPWP1	IKWP2
M. Bydgoszcz	0,55322	0,62423	0,42690	0,46366	0,48654
M. Grudziądz	0,66490	0,67383	0,41178	0,48476	0,48659
M. Toruń	0,54653	0,65464	0,45792	0,49987	0,53679
M. Włocławek	0,83348	0,89659	0,86556	0,85560	0,88251

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Na podstawie wyznaczonych wartości wskaźników syntetycznych i ostatecznych pozycji powiatów w rankingach, wyodrębniono cztery grupy powiatów scharakteryzowanych odpowiednio bardzo wysokimi, wysokimi, przeciętnymi i niskimi wartościami miar. Należy pamiętać, że wartości wskaźnika zdefiniowanego formułą (2) z prawdopodobieństwem bliskim jeden przyjmują wartości z przedziału [0,1]. Jednak podziału powiatów na cztery grupy w zależności od poziomu wskaźnika syntetycznego dokonano w oparciu o uzyskaną maksymalną wartość odpowiedniego wskaźnika.

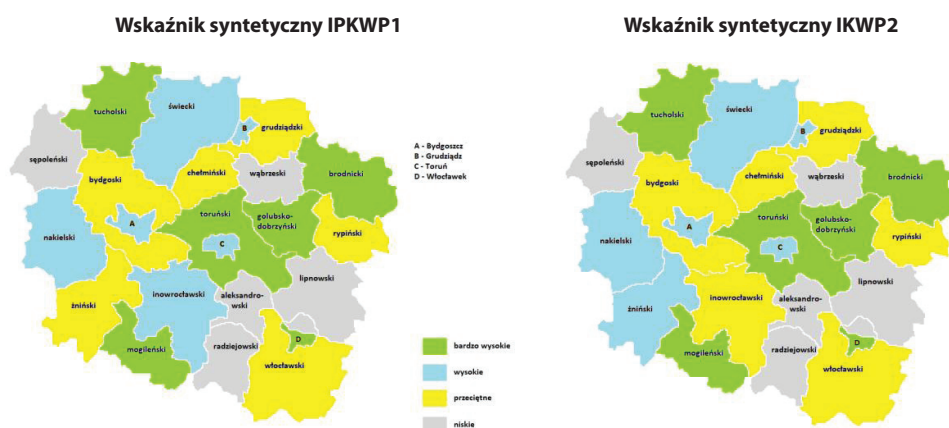
W przypadku wskaźników cząstkowych dotyczących oceny poziomu innowacyjności i produktywności oraz konkurencyjności badanych przedsiębiorstw wyróżniono następujące grupy powiatów:

1. Poziom innowacyjności i produktywności – wariant 1:
 - a) Powiaty o **bardzo wysokich** wartościach miary syntetycznej: gołubsko-dobrzyński, mogileński, tucholski, toruński oraz miasta na prawach powiatu: Włocławek i Grudziądz.
 - b) Powiaty o **wysokich** wartościach miary syntetycznej: świecki, włocławski, chełmiński, brodnicki oraz miasta na prawach powiatu: Bydgoszcz i Toruń.
 - c) Powiaty o **przeciętnych** wartościach miary syntetycznej: nakielski, inowrocławski, żniński, bydgoski, radziejowski i grudziądzki.
 - d) Powiaty o **niskich** wartościach miary syntetycznej: rypiński, aleksandrowski, sępoleński, lipnowski i wąbrzeski.
2. Poziom innowacyjności – wariant 2:
 - a) Powiaty o **bardzo wysokich** wartościach miary syntetycznej: gołubsko-dobrzyński, tucholski, toruński oraz miasta na prawach powiatu: Włocławek, Toruń i Grudziądz.
 - b) Powiaty o **wysokich** wartościach miary syntetycznej: mogileński, świecki, włocławski, żniński, nakielski oraz miasta na prawach powiatu: Bydgoszcz.
 - c) Powiaty o **przeciętnych** wartościach miary syntetycznej: chełmiński, brodnicki, bydgoski, inowrocławski, rypiński i wąbrzeski.
 - d) Powiaty o **niskich** wartościach miary syntetycznej: grudziądzki, radziejowski, lipnowski, aleksandrowski i sępoleński.
3. Poziom konkurencyjności:
 - a) Powiaty o **bardzo wysokich** wartościach miary syntetycznej: toruński, brodnicki, tucholski, mogileński, rypiński oraz miasta na prawach powiatu: Włocławek.

- b) Powiaty o **wysokich** wartościach miary syntetycznej: grudziądzki, golubsko-dobrzyński, inowrocławski, świecki, bydgoski i żniński.
- c) Powiaty o **przeciętnych** wartościach miary syntetycznej: lipnowski, nakielski, włocławski oraz miasta na prawach powiatu: Toruń, Bydgoszcz, Grudziądz.
- d) Powiaty o **niskich** wartościach miary syntetycznej: chełmiński, radziejowski, aleksandrowski, sępoleński i wąbrzeski.

Wyznaczając wskaźniki syntetyczne IPP1 oraz IP2 na podstawie odmien-nych zmiennych diagnostycznych uzyskano zbliżone grupy powiatów.

Ostatecznie, na podstawie wszystkich zmiennych diagnostycznych przyję-tych do budowy wskaźników syntetycznych, wyznaczono dwa mierniki cha-rakteryzujące powiaty jednocześnie ze względu na poziom innowacyjności, konkurencyjności, produktywności i współpracy badanych przedsiębiorstw (ry-sunek 7.1).



Rysunek 7.1. Powiaty województwa kujawsko-pomorskiego wg poziomem innowacyjności, konkurencyjności, produktywności i współpracy badanych przedsiębiorstw

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Stosując dobór zmiennych diagnostycznych, zgodnie z wariantem pierw-szym i drugim, uzyskano prawie identyczne grupy powiatów. Wyjątek stano-wi jedynie zmiana pozycji w rankingu powiatów żnińskiego (przejście z gru-py o przeciętnych wartościach wskaźnika syntetycznego do grupy o wysokich wartościach) i inowrocławskiego (przejście z grupy o wysokich wartościach wskaźnika syntetycznego do grupy o przeciętnych wartościach). Można zatem przyjąć, że zmiana zestawu zmiennych diagnostycznych nie wpływa na klasyfi-kację powiatów.

Konkludując, na podstawie uzyskanych wyników badania, można wyróżnić grupę powiatów o bardzo wysokim poziomie innowacyjności, konkurencyjno-sci, produktywności i współpracy badanych przedsiębiorstw: brodnicki, golub-sko-dobrzyński, mogileński, toruński, tucholski oraz miasto Włocławek. Z kolei do grupy o najniższym poziomie innowacyjności, konkurencyjności, produk-tywności i współpracy badanych przedsiębiorstw można zaliczyć: aleksandrow-ski, lipnowski, radziejowski, sępoleński i wąbrzeski.

7.3. Syntetyczna ocena poziomu innowacyjności, konkurencyjności, produktywności i współpracy przedsiębiorstw według sekcji PKD

Na etapie drugim, przyjmując założenia opisane w podrozdziale 7.1, wyznaczono odpowiednie wskaźniki syntetyczne charakteryzujące poziom innowacyjności, konkurencyjności, produktywności i współpracy badanych przedsiębiorstw według sekcji PKD (tabela 7.2). W ten sposób można wskazać sekcje charakteryzujące się odpowiednio bardzo wysokim, wysokim, przeciętnym i niskim poziomem badanych obszarów. W badaniu nie zostały uwzględnione podmioty należące do sekcji B z powodu bardzo małej liczebności tej podgrupy (jedynie 3 przedsiębiorstwa). Dlatego wskaźniki syntetyczne zostały w tym przypadku wyznaczone na podstawie danych uzyskanych w badaniu od 2392 podmiotów.

Przyjmując analogiczne kryteria jak opisane w części 7.2, na podstawie wyznaczonych wartości wskaźników syntetycznych i ostatecznych pozycji sekcji PKD w rankingach, wyodrębniono cztery grupy sekcji PKD scharakteryzowanych odpowiednio bardzo wysokimi, wysokimi, przeciętnymi i niskimi wartościami miar.

Trzy wskaźniki cząstkowe opisujące poziom innowacyjności i produktywności oraz konkurencyjności badanych przedsiębiorstw według sekcji PKD umożliwiły wskazanie odpowiednich grup, do których zaklasyfikowano sekcje PKD (rysunek 7.2). W przypadku wskaźników syntetycznych IPPKD1 oraz IPKD2 uzyskano nieco odmienne grupy sekcji PKD. Jednak można zauważyć, że bez względu na wybór zmiennych diagnostycznych, pod względem poziomu innowacyjności i produktywności bądź też jedynie innowacyjności, pozytywnie wyróżniają się sekcje: przetwórstwo przemysłowe (C), informacja i komunikacja (J). Natomiast najniższym poziomem charakteryzują się sekcje rolnictwo, leśnictwo (A), administracja publiczna (O), edukacja (P), pozostała działalność usługowa (S).

Tabela 7.2 Syntetyczne wskaźniki na poziomie sekcji PKD

Sekcje PKD	IPPKD1	IPKD2	KPKD	IKPWPKD1	IKWPKD2
A	0,2796	0,2089	0,5614	0,3032	0,4784
C	0,6444	0,8276	0,6194	0,5767	0,6038
D	0,4142	0,4906	0,8135	0,4972	0,7221
E	0,4695	0,4145	0,3504	0,3316	0,3506
F	0,5664	0,5580	0,4881	0,4678	0,4913
G	0,4476	0,5352	0,4944	0,4004	0,4803
H	0,3832	0,4759	0,5313	0,3869	0,5215
I	0,4464	0,4609	0,5500	0,4288	0,5316
J	0,6401	0,6367	0,3617	0,4105	0,3628
K	0,4874	0,5280	0,5238	0,4046	0,4526
L	0,4168	0,4334	0,4915	0,3705	0,4570

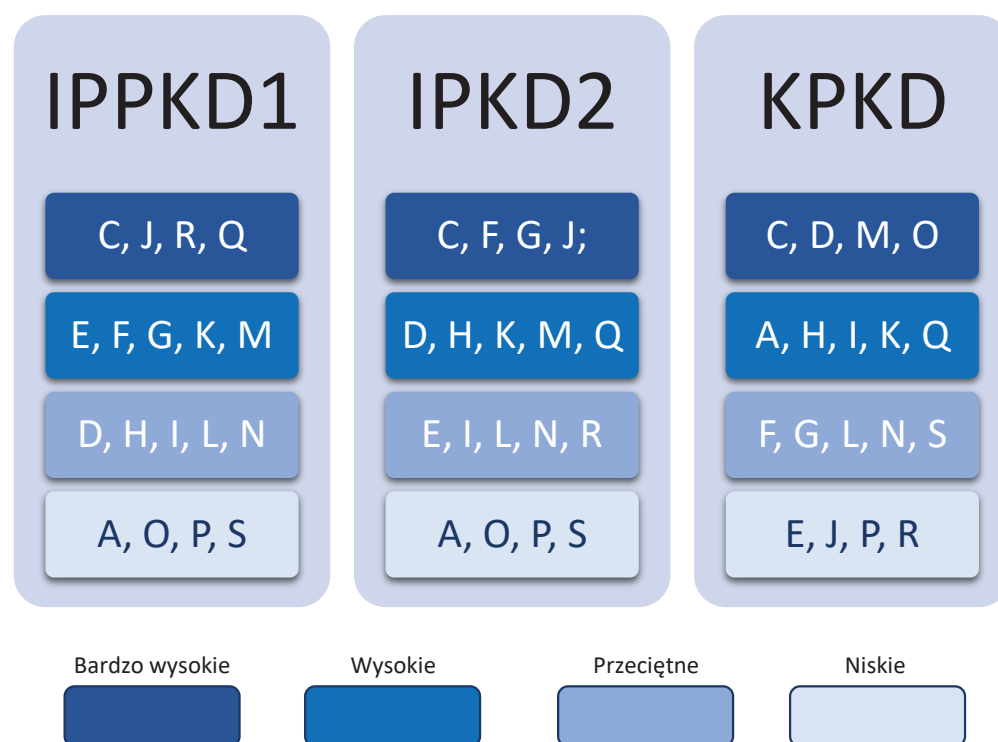
Cd. tab. 7.2

Sekcje PKD	IPPKD1	IPKD2	KPKD	IKPWPKD1	IKWPKD2
M	0,5625	0,5026	0,6078	0,5369	0,6085
N	0,4267	0,4607	0,3779	0,3269	0,3758
O	0,2435	0,2353	0,6456	0,2470	0,4108
P	0,2131	0,2921	0,1401	0,0758	0,1428
Q	0,6743	0,5245	0,5133	0,4924	0,4593
R	0,7572	0,4692	0,1677	0,2634	0,1283
S	0,2342	0,1766	0,3730	0,1769	0,2928

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Na podstawie miernika syntetycznego, którego celem było opisanie poziomu konkurencyjności badanych przedsiębiorstw, można wskazać sekcje o odpowiednio:

- najwyższym poziomie konkurencyjności: przetwórstwo przemysłowe (C), wytwarzanie i zaopatrywanie w energię elektryczną (D) oraz działalność profesjonalną, naukową i techniczną (M);
- najniższym poziomie konkurencyjności: dostawa wody, gospodarowanie ściekami (E), informacja i komunikacja (J), edukacja (P), kultura, rozrywka i rekreacja (R).

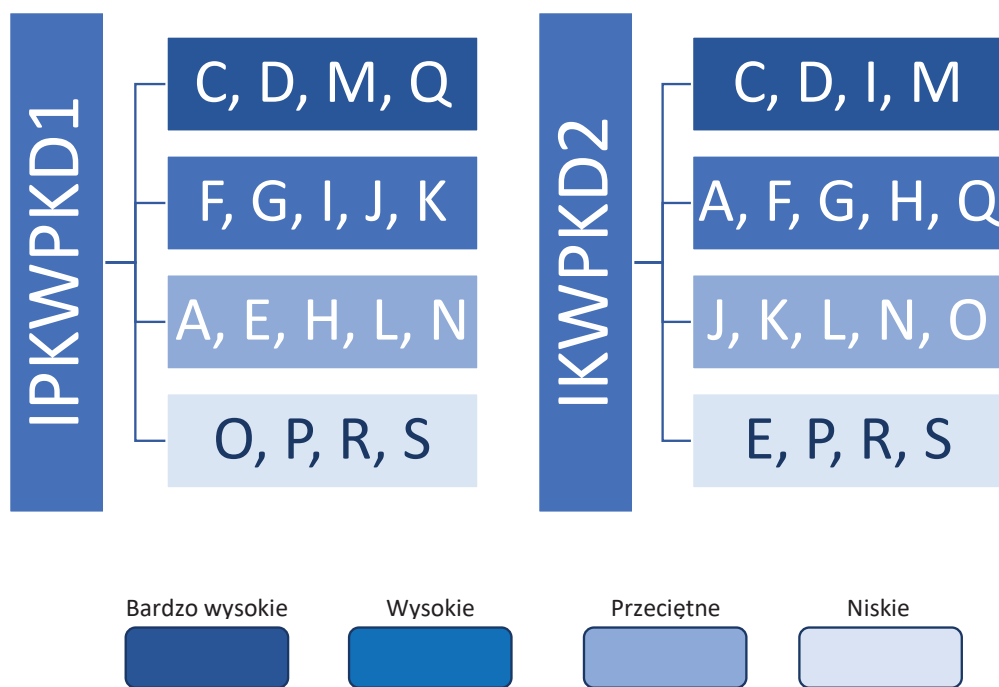


Rysunek 7.2. Sekcje PKD wg poziomu innowacyjności, konkurencyjności i produktywności badanych przedsiębiorstw

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

W kolejnej części drugiego etapu konstrukcji mierników syntetycznych wyznaczone zostały wskaźniki syntetyczne, których zadaniem było określenie jednoczesnego poziomu wszystkich badanych obszarów – innowacyjności, konkurencyjności, produktywności i współpracy badanych przedsiębiorstw według sekcji PKD. Wynik podziału sekcji PKD na grupy zilustrowano na rysunku 7.3. Ponownie uzyskano nieco odmienny skład grup, jednak występują sekcje, które bez względu na wybór zmiennych diagnostycznych można uznać za te o najwyższym i najniższym poziomie innowacyjności, konkurencyjności, produktywności i współpracy badanych przedsiębiorstw.

Konkludując, do sekcji o najwyższym poziomie innowacyjności, konkurencyjności, produktywności i współpracy badanych przedsiębiorstw można zaliczyć przetwórstwo przemysłowe (C), wytwarzanie i zaopatrywanie w energię elektryczną (D) oraz działalność profesjonalną, naukową i techniczną (M). Sekcje zaś charakteryzujące się najniższym poziomem badanych obszarów to: edukacja (P), kultura, rozrywka i rekreacja (R) oraz pozostała działalność usługowa (S).



Rysunek 7.3. Sekcje PKD wg poziomu innowacyjności, konkurencyjności, produktywności i współpracy badanych przedsiębiorstw

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Warto zauważyć, że wskaźniki syntetyczne charakteryzujące poziom innowacyjności, konkurencyjności, produktywności i współpracy badanych przedsiębiorstw według sekcji PKD osiągają relatywnie niewysokie wartości, znacznie odbiegające od jedności. Oznacza to, że nawet te sekcje, które należą do grup scharakteryzowanych jako posiadające bardzo wysokie lub wysokie wartości mierników, cechują się umiarkowanym poziomem innowacyjności, konkurencyjności, produktywności i współpracy badanych przedsiębiorstw. Grupy sekcji PKD zostały wyodrębnione na zasadzie wzajemnej porównywalności do wzorca o maksymalnych wartościach uzyskanych w badaniu, a nie w stosunku do abstrakcyjnego „idealnego” wzorca o wartościach zadanych z góry.

ZAKOŃCZENIE

Zaprezentowane w publikacji rezultaty opracowano na podstawie badania 2395 podmiotów sektora MSP województwa kujawsko-pomorskiego, przy czym 1109 przedsiębiorstw to podmioty zatrudniające od 0 do 9 pracowników, 1017 – o liczbie pracowników od 10 do 49 oraz 269 – o liczbie pracowników od 50 do 249. W próbie, podobnie jak w całym województwie kujawsko-pomorskim, dominują liczebnie przedsiębiorstwa podregionu bydgosko-toruńskiego (1237 badanych przedsiębiorstw). W kolejnych podregionach szczybla NUTS 3 badanie przeprowadzono odpowiednio w: 365 przedsiębiorstwach podregionu inowrocławskiego, 339 – grudziądzkiego, 318 – włocławskiego i 132 – świeckiego.

W świetle zaprezentowanych w niniejszej monografii rozważań dotyczących stanu sektora mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw w województwie kujawsko-pomorskim można sformułować następujące wnioski.

1. Około 15% podmiotów sektora MSP w województwie kujawsko-pomorskim deklaruje, że są przedsiębiorstwami rodzinnymi. Największy ich udział (16,7%) można zaobserwować wśród przedsiębiorstw zatrudniających od 10 do 49 pracowników, najmniejszy (11,5%) pośród firm średnich. Podmioty, które istnieją na rynku ponad 20 lat, stanowią 79% firm rodzinnych.
2. Wyniki badania wskazują, że 2,1% podmiotów sektora MSP województwa kujawsko-pomorskiego to przedsiębiorstwa z kapitałem zagranicznym, który najczęściej pochodzi z Niemiec (38%), Niderlandów (8%), Francji (6%) i Wielkiej Brytanii (6%). Największy udział (około 6%) przedsiębiorstw z kapitałem zagranicznym występuje wśród podmiotów zatrudniających od 50 do 249 pracowników, najmniejszy – wśród mikro-przedsiębiorstw.
3. Jedynie około 1,6% badanych przedsiębiorstw województwa zadeklarowało, iż w najbliższych latach planuje zmiany własnościowe, przy czym w przypadku przedsiębiorstw o liczbie zatrudnionych od 0 do 9 pracowników jest ich 1,44%, o liczbie zatrudnionych od 10 do 49 osób – 2,6%. Najmniejszy udział przedsiębiorstw planujących zmiany własnościowe został zaobserwowany wśród przedsiębiorstw o liczbie pracowników od 50 do 249 (0,37%).
4. Pomocna w rozpoznaniu warunków do rozwoju firm jest ocena planów inwestycyjnych. Jak wynika z przeprowadzonego badania, około 19%

- przedsiębiorstw województwa kujawsko-pomorskiego deklarowało zamiar inwestowania w ciągu najbliższych 2–3 lat. Przedsiębiorstwa województwa kujawsko-pomorskiego najczęściej planują inwestycje w środki trwałe i/lub w kapitał ludzki (np. szkolenia pracowników), choć cele inwestycyjne są nieco odmienne odpowiednio dla mikro, małych i średnich podmiotów. Najczęściej przedsiębiorstwa mają zamiar sfinansować planowane inwestycje ze środków własnych, jednak struktura źródeł finansowania nakładów inwestycyjnych różni się odpowiednio w podmiotach mikro-, małych i średnich. Największą skłonność do inwestowania deklarowały przedsiębiorstwa zatrudniające od 50 do 249 pracowników.
5. O poziomie umiędzynarodowienia podmiotów sektora MSP województwa w dużej mierze może świadczyć liczba przedsiębiorstw zajmujących się eksportem lub importem. Wyniki badania wskazują, że 4,2% przedsiębiorstw województwa eksportuje swoje produkty, a największy udział (16,5%) podmiotów deklarujących eksport obserwujemy w grupie średnich przedsiębiorstw. W 90% podmioty eksportują swoje produkty do krajów Unii Europejskiej, przy czym najczęściej wskazywano Niemcy (45,4%) jako kraj, do którego kierowana jest dominująca część eksportowanych produktów.
 6. Oceniając innowacyjność MSP województwa kujawsko-pomorskiego, należy spojrzeć na nią z perspektywy czterech rodzajów innowacji: produktowych, procesowych, organizacyjnych i marketingowych. W zakresie innowacji produktowych (czyli wprowadzenia wyrobu lub usługi, które są nowe lub znacząco udoskonalone w zakresie swoich cech lub zastosowań) udział mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw, które je wprowadziły w latach 2016–2018, wyniósł odpowiednio 17,0%, 19,4% i 24,2%. W przypadku innowacji procesowych (wdrożenia nowej lub znacząco udoskonalonej metody produkcji lub dostawy) udział ten wyniósł odpowiednio: 15,7%, 15,6% i 24,2%, innowacji organizacyjnych (wdrożenie nowej metody organizacyjnej w przyjętych przez przedsiębiorstwo zasadach działania w organizacji miejsca pracy lub w stosunkach z otoczeniem) – 16,6%, 23,6% i 35,7% oraz innowacji marketingowych (wdrożenie nowej metody marketingowej wiążącej się ze znaczącymi zmianami w projekcie/konstrukcji produktu lub w opakowaniu, dystrybucji, promocji czy strategii cenowej) – 15,6%, 20,9% i 23,8%. Widać wyraźnie, że im większe przedsiębiorstwo, tym udział poszczególnych rodzajów innowacji wzrasta. Prowadzi to do wniosku, iż najwięcej innowacyjnych firm należy do kategorii średniej wielkości.
 7. Udział kujawsko-pomorskich MSP, które wprowadziły innowacje produktowe nowe dla rynku (wprowadzone przed konkurencją), w latach 2016–2018, w ogólnej liczbie tych przedsiębiorstw, wyniósł odpowiednio 6,1%, 6,9% i 11,9%. Najczęściej nowe dla rynku innowacje produktowe wprowadzały średnie przedsiębiorstwa. Z kolei udział MSP, które wprowadziły innowacje produktowe nowe tylko dla przedsiębiorstwa (wcześniej wprowadzone przez konkurencję na rynek), w ogólnej liczbie tych przedsiębiorstw, wyniósł odpowiednio 14,5%, 16,9% i 20,1%. Tego rodzaju innowacje najczęściej wprowadzały również średnie przedsiębiorstwa.

8. W strukturze oferty MSP województwa kujawsko-pomorskiego, w latach 2016–2018, innowacje produktowe stanowiły odpowiednio 18,6%, 18,9% i 21,4%. Największy udział innowacje produktowe miały w ofercie przedsiębiorstw średniej wielkości.
9. Udział przychodów kujawsko-pomorskich MSP ze sprzedaży produktów nowych lub istotnie ulepszonych w przychodach ze sprzedaży ogółem, w latach 2016–2018, stanowił odpowiednio 19,3%, 19,7% i 20,2%. Najwyższy był on przypadku przedsiębiorstw średnich.
10. Udział MSP z województwa kujawsko-pomorskiego, które wprowadziły procesy nowe lub istotnie ulepszone dla rynku, na którym działa przedsiębiorstwo, w latach 2016–2018, w ogólnej liczbie tych przedsiębiorstw, wyniósł odpowiednio 5,9%, 5,1% i 10,0%. Najczęściej – nowe dla rynku innowacje procesowe – wprowadzały podmioty o liczbie pracujących pomiędzy 50 a 249 osób.
11. Przedsiębiorstwa sektora MSP województwa kujawsko-pomorskiego największą część swojej sprzedaży realizują na rynkach lokalnych. Jednak wraz ze wzrostem wielkości przedsiębiorstw zwiększa się ich dominujący rynek zbytu. Mikroprzedsiębiorstwa najczęściej swoich produktów sprzedają na rynku lokalnym, małe przedsiębiorstwa na rynku regionalnym, natomiast średnie przedsiębiorstwa na rynku krajowym.
12. Główne rynki przedsiębiorstw sektora MSP województwa kujawsko-pomorskiego w zdecydowanej większości są stabilne, znacznie rzadziej mają charakter rosnący, a najrzadziej kurczący się. Najczęściej występuje na nich średnia i wysoka intensywność konkurencji. Również średnie i wysokie dominują na nich wymagania klientów. Co ciekawe, wraz ze wzrostem wielkości przedsiębiorstw, przechodząc od mikroprzedsiębiorstw, poprzez małe, aż do średnich, udział rynków kurczących się i stabilnych wśród rynków głównych spada na rzecz rynków rosnących, a ponadto rosną jednocześnie intensywność występującej na nich konkurencji oraz wymagania klientów.
13. Dokonując ogólnej oceny konkurencyjności przedsiębiorstw sektora MSP województwa kujawsko-pomorskiego, można odnieść się do wyników osiągniętych w ramach jej wybranych, *de facto* kluczowych elementów. Pierwszym z nich są zasoby stanowiące o potencjale konkurencyjności przedsiębiorstwa. Zgodnie z deklaracją kadry zarządzającej tylko 16,5% przedsiębiorstw zgadza się ze stwierdzeniem, że posiada bardziej rozwinięte zasoby niż ich główni konkurenci.
14. Na bazie posiadanych zasobów powinny być kreowane skuteczne instrumenty oddziaływania rynkowego. W regionie kujawsko-pomorskim 24,7% przedsiębiorstw MSP zgadza się ze stwierdzeniem, że posiada wyższy poziom jakości produktów w porównaniu do swoich głównych konkurentów, 19,0% – że stosuje bardziej atrakcyjne ceny, 25,4% – że zapewnia lepszą dostępność swoich produktów i 19,9% – że stosuje skuteczniejsze działania promocyjne.
15. Stosowane instrumenty rynkowe mają zapewnić przedsiębiorstwu odpowiednią liczbę klientów o wysokim stopniu zadowolenia, a w konsekwencji wysoki poziom sprzedaży. Relatywnie dużo, bo aż 41,9% przedsiębiorstw MSP w regionie jest przekonanych, że posiada bardziej

- zadowolonych klientów niż ich główni konkurenci. Niestety już tylko 17,4% przedsiębiorstw twierdzi, że w porównaniu do głównych konkurentów ich przychody są wyższe.
16. Ogólny poziom konkurencyjności przedsiębiorstw sektora MSP województwa kujawsko-pomorskiego wydaje się umiarkowanie zadawalający, a to oznacza, że wymagane jest podejmowanie dalszych intensywnych prac nad jego wzrostem.
 17. MSP województwa kujawsko-pomorskiego, oceniając produktywność, wskazały zmiany w obszarach: przychodów, kosztów oraz ilości wytworzonych dóbr. Można zauważyć, że wraz ze wzrostem wielkości zatrudnienia rosną przychody przedsiębiorstw, tym samym największy wzrost przychodów wskazują średnie przedsiębiorstwa (30,9%), a najniższy mikro (16,0%). Dokonując analizy zmian w obszarze kosztów, należy podkreślić, że większość badanych bez względu na wielkość zatrudnienia deklaruje, że ich koszty pozostały bez zmian. Wzrost w tym obszarze w średnich przedsiębiorstwach obserwowany jest częściej niż w pozostałych grupach. Oceniając zmiany w ilości wytworzonych produktów/usług badani również najczęściej, bez względu na wielkość przedsiębiorstwa deklaruje, że wielkość ta pozostała bez zmian. Wzrost w tym obszarze zauważa 37,2% średnich przedsiębiorstw, 27,8% małych i tylko 17,3% mikro. Zauważyć należy, że wraz ze wzrostem wielkości przedsiębiorstwa rosną również zarówno przychody i koszty, jak również ilość wytwarzanych produktów/usług. Konkludując, można stwierdzić, że im większe przedsiębiorstwo, tym lepsza sytuacja w obszarze produktywności a poprawa tego wskaźnika jest kluczową determinantą konkurencyjności.
 18. Jedynie w 60% przedsiębiorstw województwa kujawsko-pomorskiego, należących do sektora MSP deklaruje się współpracę z innymi podmiotami, rozumianą jako relację wykraczającą poza jednorazowy kontakt. W pozostałych przedsiębiorstwach kontakty z innymi podmiotami rynkowymi nie są określane terminem „współpraca”. Stosunek przedsiębiorstw, w których deklaruje się współpracę z innymi podmiotami i tych, w których się jej nie deklaruje, jest różny w grupach przedsiębiorstw skategoryzowanych ze względu na ich wielkość. Podczas gdy w każdej z tych grup przedsiębiorstw (mikro-, małe, średnie) przeważają takie, w których deklaruje się nawiązywanie relacji współpracy przynajmniej z jednym podmiotem, to jednak w przypadku małych i średnich przedsiębiorstw deklaracja taka zgłaszana jest zdecydowanie częściej (odpowiednio 68,5% i 74,7% podmiotów) niż w przypadku mikroprzedsiębiorstw (tylko 51,4% przedsiębiorstw).
 19. W grupie przedsiębiorstw MSP, w których deklaruje się współpracę z przynajmniej jednym podmiotem, przeważają takie (blisko 80%), w których w kontaktach z innymi podmiotami preferuje się współpracę długotrwałą. Takie podejście dominuje w każdej z trzech kategorii rozważanych przedsiębiorstw wyodrębnianych na podstawie liczby zatrudnionych – jest deklarowane w blisko 85% mikro-, w blisko 76% małych i blisko 70% średnich przedsiębiorstwach województwa kujawsko-pomorskiego.

20. Przedsiębiorstwa deklarujące podejmowanie współpracy przynajmniej z jednym podmiotem współpracują przede wszystkim (85,3%) z innymi przedsiębiorstwami sektora MSP. W następnej kolejności (53,1% rozważanej grypy MSP) deklarowana jest współpraca z przedsiębiorstwami dużymi. Współpraca z takimi podmiotami jest wprawdzie częściej deklarowana w przedsiębiorstwach średnich niż w mikro i małych, jednak nadal plasuje się na drugim miejscu, po przedsiębiorstwach sektora MSP. Stosunkowo rzadko deklarowana jest współpraca z innymi kategoriami podmiotów, tj. instytucjami finansowymi, organizacjami administracji publicznej, organizacjami branżowymi, organizacjami pozarządowymi oraz edukacyjnymi i naukowo-badawczymi. Z każdą z wymienionych kategorii podmiotów współpracuje od około 18% do nieco ponad 22% przedsiębiorstw sektora MSP województwa kujawsko-pomorskiego.
21. Podmioty, z którymi współpracują przedsiębiorstwa MSP z województwa kujawsko-pomorskiego, pochodzą przede wszystkim z tego samego województwa – niezależnie od tego, o jakiej kategorii partnerów mowa (tj. przedsiębiorstwach dużych, mikro-, małych i średnich; instytucjach edukacyjnych i naukowo-badawczych; organizacjach branżowych; organizacjach pozarządowych; organizacjach administracji publicznej; instytucjach finansowych). Jedynie w przypadku przedsiębiorstw średnich, stosunkowo częściej niż w przedsiębiorstwach małych i mikro-, współpracuje się z podmiotami z innych części Polski. W bardzo niewielkim stopniu przedsiębiorstwa sektora MSP, niezależnie od swojej wielkości, współpracują z jakimikolwiek podmiotami pochodzącymi spoza Polski.
22. Wśród podmiotów, z którymi współpraca oceniana jest jako najkorzystniejsza, przeważają (43,4%) inne przedsiębiorstwa sektora MSP zlokalizowane w województwie kujawsko-pomorskim. Znacznie rzadziej wymienia się w tym kontekście przedsiębiorstwa MSP spoza województwa kujawsko-pomorskiego (15,1%), przedsiębiorstwa duże z województwa kujawsko-pomorskiego (13,5%) oraz duże przedsiębiorstwa z Polski (10,8%). Na współpracę z przedsiębiorstwami dużymi – zarówno z województwa, jak i spoza niego – jako najkorzystniejszą stosunkowo częściej wskazują przedsiębiorstwa średnie niż mikro- i małe.
23. Relacje współpracy wskazywane jako najbardziej korzystne najczęściej opierają się na transakcjach handlowych. Takie wskazania dominują zarówno w mikro-, małych, jak i średnich przedsiębiorstwach województwa kujawsko-pomorskiego. Partnerzy większości najwyżej ocenianych relacji współpracy są odbiorcami/klientami rozważanych przedsiębiorstw (blisko 79% relacji współpracy ocenianych jako najkorzystniejsze) lub dostawcami towarów czy usług (blisko 40% relacji ocenianych jako najkorzystniejsze). Znacznie rzadziej (13,4%) jako najkorzystniejszą wskazuje się współpracę z podmiotami, z którymi opiswane przedsiębiorstwa realizują wspólne przedsięwzięcia, np. działania badawczo-rozwojowe, aplikowanie o fundusze zewnętrzne, działania charytatywne itp. Najrzadziej (2,7%) jako najkorzystniejszą wskazuje się współpracę podejmowaną z konkurentami (tzw. koopetycja).

Przedstawiony w niniejszym raporcie obraz kondycji mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw województwa kujawsko-pomorskiego w zakresie ich konkurencyjności, innowacyjności, produktywności oraz współpracy międzyorganizacyjnej jest bardzo złożony, i prowadzi do wielu ważkich obserwacji i wniosków. Będąc jednym z etapów realizacji projektu REGIOGMINA, przeprowadzone badanie miało na celu pomóc w zdefiniowaniu kluczowych obszarów, w których przedsiębiorstwa potrzebują wsparcia ze strony samorządów lokalnych oraz wypracowaniu stosownych instrumentów w tym zakresie.

BIBLIOGRAFIA

1. Acemoglu, D., Zilibotti, F. (2001). Productivity differences. *The Quarterly Journal of Economics*, 116, 563–606.
2. Adamik, A. (2016). Wybrane paradoksy partnerstwa strategicznego MSP. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 420, 11–25.
3. Bank Danych Lokalnych. (2020). www.bdl.stat.gov.pl
4. Caldwell, C., & Anderson V. (2017). Strategy, Competitive Advantage, and Performance. [in:] Caldwell, C., & Anderson V. (eds.). *Competitive Advantage. Strategies, Management and Performance*. Nova Science Publishers. New York.
5. Cannon, J.P., Perreault Jr., W.D. (1999). Buyer-seller relationships in business markets. *Journal of Marketing Research*, 36, 439–460.
6. Czakon, W. (2009). Relational Capability of Organizations. *Theoretical Advances. Journal of Economics*, 5, 47–66.
7. Ellram, L.M., Hendrick, T.E. (1995). Partnering characteristics: a dyadic perspective. *Journal of Business Logistics*, 16 (1), 41–64.
8. Ford, D. (2011). IMP and service-dominant logic: divergence, convergence and development. *Industrial Marketing Management*, 40, 231–239.
9. Glabiszewski, W. (2005). Konkurencyjność działających w Polsce zakładów ubezpieczeń majątkowych w procesie integracji Polski z UE. TNOiK. Toruń.
10. Glińska-Neweś, A. (2017). Pozytywne relacje interpersonalne w zarządzaniu. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika. Toruń.
11. Glowik, M., Bruhs, S.M. (2014). Business-to-business. A global Network Perspective, Routledge. New York.
12. Główny Urząd Statystyczny. (2017). Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2016 r. Główny Urząd Statystyczny.
13. Grego-Planer, D. (2016). Potencjał konkurencyjny ukrytych liderów polskiej gospodarki. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika. Toruń.
14. Hellwig, Z. (1968). Zastosowanie metody taksonomicznej do typologicznego podziału krajów ze względu na poziom ich rozwoju oraz zasoby i strukturę wykwalifikowanych kadr. *Przegląd Statystyczny. Zeszyt 4*, 323–326.
15. Kosieradzka, A. (2012). Zarządzanie produktywnością w przedsiębiorstwie. Wydawnictwo C.H. Beck. Warszawa.
16. Kukuła, K. (2000). Metoda unitaryzacji zerowanej, Biblioteka ekonometryczna. PWN. Warszawa.
17. Latusek-Jurczak, D. (2014). Sieci międzyorganizacyjne jako struktury współpracy – podstawowe pojęcia analityczne, [w:] Koźmiński A.K., Latusek-Jurczak D. (red.), *Relacje międzyorganizacyjne w naukach o zarządzaniu*. Wolters Kluwer. Warszawa, s. 23–45.

18. Li, N., & Toppinen, A. (2011). Corporate responsibility and sustainable competitive advantage in forest-based industry: Complementary or conflicting goals?. *Forest Policy and Economics*, 13, 113–123.
19. Łukiewska, K. (2014). Wpływ wybranych czynników w Polsce na produktywność zasobów w przetwórstwie przemysłowym ze szczególnym uwzględnieniem przetwórstwa żywności. *Zeszyty Naukowe SGGW*. 108, 145–158.
20. Morgan, R.M., Hunt, S.D. (1994). The Commitment – Trust Theory of Relationship Marketing. *Journal of Marketing*, 58 (3), 20–38.
21. OECD. (2002). Podręcznik Frascati. Proponowane procedury standardowe dla badań statystycznych w zakresie działalności badawczo-rozwojowej.
22. OECD, Eurostat. (2005). Podręcznik Oslo. Zasady gromadzenia i interpretacji danych dotyczących innowacji (3 edycja). OECD i Eurostat.
23. Piętowska-Laska, R. (2012). Doskonalenie produktywności we współczesnych przedsiębiorstwach. *Economy and Management*. Nr 2, 82–91.
24. Porter, M. (2001). Porter o konkurencji. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne. Warszawa.
25. REGIOGMINA. Projekt badawczy. (2020). <http://regiogmina.kujawsko-pomorskie.pl>
26. Schoar, A. (2002). The Effect of Diversification on Firm Productivity. *Journal of Finance*, 62(6), 2379–2403.
27. Shaladi, B. (2012). Business relationship development and the influence of psychic distance. *Innovative Marketing*, 8 (3), 73–80.
28. Stabryła, A. (2000). Produktywność strukturalna w zarządzaniu rozwojem firm. *Zeszyty Naukowe MWSE w Tarnowie*. Nr 3, 7–17.
29. Stankiewicz, M.J. (2002). Konkurencyjność przedsiębiorstwa. Budowanie konkurencyjności przedsiębiorstwa w warunkach globalnych. TNOiK. Toruń.
30. Strahl, D. (1998). Taksonomia struktur w badaniach regionalnych, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu. Wrocław.
31. Sudolska, A. (2011). Uwarunkowania budowania relacji proinnowacyjnych przez przedsiębiorstwa w Polsce. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika. Toruń.
32. Tseng, M.L., Lin, Y.H., Chiu, A.S.F., & Liao J.C.H. (2008). Using FANP approach on selection of competitive priorities based on cleaner production implementation: A case study in PCB manufacturer, Taiwan. *Clean Technology and Environmental Policy*, 10(1), 17–29.
33. UNCTAD (2005). Improving the Competitiveness of SMEs through Enhancing Productive Capacity. United Nations Publication. New York and Geneva.
34. Walecka, A., Zelek, A. (2017). Kapitał relacyjny firm w prewencji i interwencji antykryzysowej. *Organizacja i Kierowanie*, 176 (2), 167–183.
35. Zastempowski, M. (2019). Innowacyjność małego przedsiębiorstwa. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika. Toruń.
36. Zvirblis, A., & Buracas, A. (2012). Backgrounds of Aggregated Assessment of SMEs Competitive Advantage Determinants. *TEM Journal*, 1(4), 213–220.

ZAŁĄCZNIK

Tabela 1. Wartości zmiennych diagnostycznych charakteryzujących obszar innowacyjności i produktywności badanych przedsiębiorstw według powiatów

Powiaty	Zmienne diagnostyczne					
	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆
aleksandrowski	0,0000	0,0370	0,0000	0,0370	0,1111	0,0741
brodnicki	0,0462	0,0769	0,0462	0,1385	0,2462	0,0615
bydgoski	0,0405	0,0946	0,0270	0,0473	0,1216	0,0405
chełmiński	0,0652	0,1739	0,0435	0,1087	0,2391	0,0217
golubsko-dobrzyński	0,1875	0,1875	0,1875	0,2813	0,2188	0,0938
grudziądzki	0,0000	0,1000	0,0000	0,0000	0,1500	0,0500
inowrocławski	0,0201	0,1055	0,0302	0,0804	0,1106	0,0603
lipnowski	0,0000	0,0714	0,0000	0,0357	0,1071	0,0000
mogileński	0,1250	0,2500	0,1250	0,2000	0,2250	0,0750
nakielski	0,0492	0,1148	0,0328	0,0984	0,1967	0,0492
radziejowski	0,0909	0,0909	0,0000	0,0000	0,0000	0,0909
rypiński	0,0000	0,0263	0,0263	0,0263	0,1316	0,0789
sępoleński	0,0000	0,1111	0,0000	0,0000	0,0000	0,1111
świecki	0,0575	0,1609	0,0690	0,1494	0,2414	0,0345
toruński	0,1034	0,2069	0,0805	0,1954	0,2414	0,0460
tucholski	0,2195	0,1951	0,1463	0,0976	0,3171	0,0732
wąbrzeski	0,0000	0,1071	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
włocławski	0,0698	0,1860	0,0930	0,1163	0,2093	0,0000
żniński	0,0308	0,1385	0,0154	0,0615	0,2000	0,0154
M. Bydgoszcz	0,0709	0,1496	0,0535	0,1260	0,2945	0,0677
M. Grudziądz	0,1182	0,2182	0,1182	0,2000	0,3182	0,0364
M. Toruń	0,0628	0,1694	0,0574	0,1257	0,3415	0,0437
M. Włocławek	0,1388	0,3206	0,1148	0,3062	0,4211	0,1148

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 2. Wartości zmiennych diagnostycznych charakteryzujących obszar innowacyjności badanych przedsiębiorstw według powiatów

Powiaty	Zmienne diagnostyczne					
	X ₁₆	X ₁₇	X ₁₈	X ₁₉	X ₂₀	X ₂₁
aleksandrowski	0,0370	0,0370	0,0741	0,0370	0,0741	0,0000
brodnicki	0,1077	0,1692	0,2923	0,1231	0,1231	0,0154
bydgoski	0,1149	0,0878	0,1014	0,1351	0,0811	0,0338
chełmiński	0,1739	0,1304	0,2391	0,1739	0,1304	0,0000
golubsko-dobrzyński	0,2188	0,3125	0,3438	0,2813	0,1875	0,0625
grudziądzki	0,1000	0,1000	0,0000	0,0000	0,1000	0,0000
inowrocławski	0,1055	0,1106	0,1206	0,1206	0,0905	0,0101
lipnowski	0,0714	0,0714	0,0714	0,0357	0,0357	0,0000
mogileński	0,3000	0,3000	0,2250	0,3000	0,1250	0,0250
nakielski	0,1475	0,1311	0,1803	0,1639	0,1639	0,0164
radziejowski	0,1818	0,0000	0,0000	0,0000	0,0909	0,0000
rypiński	0,0263	0,0789	0,1579	0,1053	0,0789	0,0263
sępoleński	0,1111	0,1111	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
świecki	0,1609	0,1839	0,1609	0,1494	0,1954	0,0460
toruński	0,2414	0,2069	0,2644	0,2644	0,1954	0,0805
tucholski	0,3171	0,1707	0,1951	0,2683	0,1463	0,0488
wąbrzeski	0,1071	0,0000	0,1429	0,1429	0,0000	0,0000
włocławski	0,1860	0,2558	0,1628	0,1395	0,1163	0,0465
żniński	0,1385	0,0923	0,0923	0,1538	0,2615	0,0462
M. Bydgoszcz	0,1795	0,1528	0,2457	0,1921	0,2031	0,0488
M. Grudziądz	0,2364	0,2364	0,3091	0,2273	0,2545	0,0182
M. Toruń	0,0370	0,0370	0,0741	0,0370	0,0741	0,0000
M. Włocławek	0,1077	0,1692	0,2923	0,1231	0,1231	0,0154

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabel 3. Wartości zmiennych diagnostycznych charakteryzujących obszar konkurencyjności badanych przedsiębiorstw według powiatów

Powiaty	Zmienne diagnostyczne						
	X ₇	X ₈	X ₉₀	X ₁₀	X ₁₁	X ₁₂	X ₁₃
aleksandrowski	3,9259	3,6667	3,7778	4,0000	3,8519	3,7778	4,6296
brodnicki	4,1846	4,3538	4,6462	4,6615	4,2923	4,4615	5,4462
bydgoski	4,1208	4,1946	4,0671	4,2081	4,0268	4,0604	5,0872
chełmiński	4,1304	4,1522	4,0652	3,6304	3,5652	3,9783	5,1087
golubsko-dobrzyński	4,2813	4,1563	4,2500	4,5625	3,8750	4,1875	5,0000
grudziądzki	4,0500	4,3500	4,1000	4,7000	4,2000	4,3500	4,8000
inowrocławski	4,1055	4,4221	4,3065	4,4020	3,8995	3,8593	5,0854
lipnowski	3,8929	4,2857	4,1429	4,2143	3,7500	3,9286	5,1429
mogileński	3,9000	4,4750	4,5500	4,4000	4,1000	4,5000	5,3000
nakielski	3,7869	4,3279	4,0820	4,3607	3,9344	3,7377	4,9836
radziejowski	3,5455	4,0000	4,0909	4,2727	3,3636	4,1818	4,7273
rypiński	4,1053	4,1842	4,0789	4,3947	4,1842	4,3158	5,2895
sępoleński	3,1111	3,7778	3,8889	3,6667	3,5556	3,5556	4,7778
świecki	3,8621	4,1839	4,2184	4,4023	3,9885	4,3908	5,2299
toruński	4,5057	4,7701	4,4138	4,9080	4,1034	4,6092	5,4023
tucholski	4,0250	4,6000	4,4250	4,4750	4,3250	4,0500	5,4250
wąbrzeski	3,3571	3,1429	3,2143	3,6071	3,2500	3,1786	4,1786
włocławski	3,9302	4,0465	3,9535	4,0233	3,7907	4,0698	5,0930
żniński	3,9846	3,8769	4,3077	4,2308	4,0000	4,4923	5,1692
M. Bydgoszcz	3,8961	4,1984	3,9937	4,0913	3,8898	3,7685	4,8016
M. Grudziądz	3,9182	4,2545	3,9818	4,0909	3,8273	3,8000	4,6182
M. Toruń	4,0164	4,3306	3,9754	4,1284	3,7322	3,9645	4,9672
M. Włocławek	4,9078	5,4146	4,9756	5,2195	4,8578	4,0195	5,6359

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 4. Wartości zmiennych diagnostycznych charakteryzujących obszar współpracy badanych przedsiębiorstw według powiatów

Powiaty	Zmienne diagnostyczne	
	X_{14}	X_{15}
aleksandrowski	0,3704	4,7000
brodnicki	0,4923	5,7188
bydgoski	0,4730	5,5143
chełmiński	0,4783	5,3636
golubsko-dobrzyński	0,5313	5,0588
grudziądzki	0,5000	5,1000
inowrocławski	0,5126	5,5000
lipnowski	0,5000	5,5714
mogileński	0,6000	5,7500
nakielski	0,5246	5,4688
radziejowski	0,4545	4,8000
rypiński	0,4474	5,5882
sępoleński	0,3333	4,0000
świecki	0,5057	5,5455
toruński	0,5402	5,7660
tucholski	0,5366	5,3636
wąbrzeski	0,3214	5,0000
włocławski	0,3953	5,4118
żniński	0,5077	4,8485
M. Bydgoszcz	0,6441	5,0318
M. Grudziądz	0,5273	5,4138
M. Toruń	0,7022	5,6783
M. Włocławek	0,8900	6,1934

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 5. Wartości zmiennych diagnostycznych charakteryzujących obszar innowacyjności i produktywności badanych przedsiębiorstw według sekcji PKD

Sekcje	Zmienne diagnostyczne					
	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆
A	0,0536	0,0714	0,0179	0,0536	0,1964	0,0357
C	0,0847	0,2235	0,0753	0,2024	0,3200	0,1082
D	0,0526	0,1053	0,0526	0,1579	0,2105	0,0526
E	0,0588	0,1176	0,0882	0,1176	0,1765	0,0882
F	0,0870	0,2130	0,0565	0,1609	0,3522	0,0522
G	0,0668	0,1586	0,0501	0,1102	0,2354	0,0434
H	0,0526	0,0921	0,0526	0,0921	0,2500	0,0395
I	0,0714	0,1714	0,0714	0,1143	0,2714	0,0000
J	0,1207	0,1552	0,0690	0,1552	0,3793	0,1034
K	0,0769	0,1026	0,1282	0,2051	0,1795	0,0256
L	0,0800	0,1000	0,0600	0,0800	0,2200	0,0400
M	0,0828	0,1401	0,0892	0,1274	0,3758	0,0510
N	0,0278	0,1667	0,0556	0,1528	0,2500	0,0556
O	0,0645	0,1290	0,0323	0,0000	0,1290	0,0000
P	0,0370	0,0370	0,0370	0,0741	0,1481	0,0000
Q	0,1099	0,2527	0,0769	0,2088	0,2747	0,1209
R	0,1579	0,2105	0,1842	0,2105	0,2632	0,0526
S	0,0222	0,0963	0,0259	0,0704	0,1222	0,0296

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 6. Wartości zmiennych diagnostycznych charakteryzujących obszar innowacyjności badanych przedsiębiorstw według sekcji PKD

Sekcje	Zmienne diagnostyczne					
	X_{16}	X_{17}	X_{18}	X_{19}	X_{20}	X_{21}
A	0,1250	0,0714	0,1429	0,0536	0,0893	0,0000
C	0,2541	0,2259	0,2612	0,2847	0,2682	0,1176
D	0,1053	0,1579	0,3684	0,2632	0,3158	0,0000
E	0,1176	0,1471	0,1471	0,1471	0,2059	0,0294
F	0,2348	0,2130	0,2348	0,1739	0,2435	0,0174
G	0,1803	0,1419	0,2404	0,2204	0,1686	0,0384
H	0,1053	0,1316	0,1711	0,1447	0,2368	0,0658
I	0,1857	0,1286	0,2000	0,2429	0,1714	0,0143
J	0,2414	0,2241	0,2241	0,2931	0,2586	0,0345
K	0,1795	0,2051	0,3077	0,1795	0,2821	0,0000
L	0,1300	0,1500	0,1800	0,1400	0,1800	0,0300
M	0,1720	0,1465	0,2611	0,1592	0,1847	0,0255
N	0,1667	0,1667	0,2083	0,1389	0,1528	0,0278
O	0,1935	0,0968	0,1290	0,0645	0,0645	0,0000
P	0,0370	0,0741	0,1852	0,0741	0,1852	0,0370
Q	0,2857	0,2308	0,3077	0,1758	0,1868	0,0000
R	0,2632	0,2368	0,2368	0,1053	0,2105	0,0000
S	0,1111	0,1111	0,0667	0,0704	0,0593	0,0037

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 7. Wartości zmiennych diagnostycznych charakteryzujących obszar konkurencyjności badanych przedsiębiorstw według sekcji PKD

Sekcje	Zmienne diagnostyczne						
	X ₇	X ₈	X ₉₀	X ₁₀	X ₁₁	X ₁₂	X ₁₃
A	4,0357	4,1071	4,1607	4,4821	4,1964	4,3929	5,0000
C	4,2165	4,4635	4,3129	4,3859	4,1247	4,1035	5,0824
D	4,1053	4,4737	4,3684	5,1053	4,1579	4,3158	5,6316
E	4,0882	3,8529	3,9706	4,1765	3,6471	4,0294	4,9118
F	4,0262	4,3493	4,2271	4,2620	3,9127	3,9432	4,9607
G	4,1355	4,4030	4,1890	4,3612	3,9783	3,7308	5,0234
H	4,1184	4,2500	4,1579	4,4474	3,8026	4,0789	5,0395
I	4,0714	4,4857	4,4714	4,2286	3,9286	3,9857	5,1286
J	4,1724	4,3621	4,0517	4,1552	3,7241	3,8966	4,5000
K	4,2051	4,0513	4,0769	4,4872	4,0000	4,2308	4,9487
L	4,0200	4,4400	4,1100	4,2900	3,8600	3,9700	4,9800
M	4,1465	4,6752	4,2293	4,2675	3,8910	4,1274	5,2803
N	4,0278	4,4861	3,8611	3,9859	3,6389	3,8056	5,0833
O	4,0323	4,1935	4,3871	4,3226	4,0645	4,6129	5,7419
P	3,8889	4,3704	3,3704	3,7778	3,2593	3,7407	4,8519
Q	3,8901	4,3736	4,0440	4,3297	4,3626	4,2418	4,9890
R	3,9474	3,9474	3,8421	3,5526	3,6316	3,6316	4,7895
S	3,7658	4,0261	4,0448	4,2639	4,0709	4,0821	4,9888

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.

Tabela 8. Wartości zmiennych diagnostycznych charakteryzujących obszar współpracy badanych przedsiębiorstw według sekcji PKD

Sekcje	Zmienne diagnostyczne	
	X_{14}	X_{15}
A	0,6786	4,9474
C	0,6988	5,4613
D	0,7368	5,2143
E	0,5588	5,8947
F	0,6696	5,6494
G	0,6244	5,4558
H	0,6316	5,5417
I	0,5857	5,5366
J	0,6034	5,6286
K	0,5385	5,0952
L	0,5100	5,4600
M	0,7452	5,6410
N	0,5833	5,6429
O	0,2581	4,8750
P	0,5185	5,7857
Q	0,5055	5,2826
R	0,5000	5,0526
S	0,3741	5,1717

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania.



Dołącz do nas!



Lubię to!

www.wydawnictwoumk.pl