



Polski przedsiębiorca. Portret własny.

Raport home.pl

Szanowni Przedsiębiorcy,

W tym roku przypada dwudziesta rocznica powstania home.pl, firmy, która specjalizuje się w dostarczaniu nowoczesnych rozwiązań właśnie dla Was. Postanowiliśmy uczcić swoje urodziny w dość nietypowy sposób. Naszym celem było zadanie Wam jak największej liczby szczegółowych pytań dotyczących funkcjonowania przedsiębiorstw, którymi zarządzacie. Robiliśmy to po to, żeby Was lepiej poznać, stworzyć ofertę idealnie skrojoną pod potrzeby polskich firm.

Dziękujemy za wszystkie nadesłane do nas odpowiedzi. Były one tak ciekawe, że zdecydowaliśmy się je opracować i przygotować raport „Polski przedsiębiorca. Portret własny”. Warto go przeczytać, bo jest to swoiste kompendium wiedzy na temat tego, w jaki sposób funkcjonują polskie firmy, co jest dla nich ważne, jakie mają plany na rozwój, jak zachowują się ich klienci.

Zapraszamy do lektury
Zespół home.pl





Spis treści

- | | |
|-----------------------------------------------------------|----|
| 1. Dlaczego Polacy zakładają firmy? Kusi ich niezależność | 4 |
| 2. Polski biznes nie boi się nowych technologii | 7 |
| 3. Zakupowe preferencje e-konsumenta | 9 |
| 4. Miara sukcesu | 12 |
| 5. Przepracowani przedsiębiorcy | 14 |

1. Dlaczego Polacy zakładają firmy? Kusi ich niezależność

Decyzja o założeniu własnego przedsiębiorstwa nie przychodzi łatwo. Śmiało można powiedzieć, że jest to moment zwrotny w życiu każdego człowieka. Dlatego w pierwszej kolejności chcieliśmy dowiedzieć się dlaczego Polacy decydują się na zmiany w swoim życiu zawodowym i stawiają na własne przedsiębiorstwo. Oto co nam wyszło...

Okazuje się, że polskich przedsiębiorców zaliczających się do sektora MMŚP (-mikro, -małe i średnie firmy) kusi bycie niezależnym. Odpowiedziało tak aż 67% respondentów. Zachęca ich także wizja elastycznego czasu pracy (56%). Dla prawie połowy przedsiębiorców ważne jest to, żeby ich przyszłe zajęcie było związane z pasjami i zainteresowaniami (45%). Rzadziej wskazywano na możliwość samorozwoju, zabezpieczenie swojej przyszłości. Odpowiedziało tak odpowiednio 37% i 26% ankietowanych przez home.pl przedsiębiorców z sektora MMŚP. Co ciekawe, dla bardzo małej grupy przedsiębiorców motywacją do tego, żeby założyć swój biznes były wysokie zarobki. Wskazało na nie tylko 13% respondentów.

Co zachęca do prowadzenia własnego biznesu?



Wiadomo jednak, że prowadzenie biznesu nie jest zajęciem łatwym. Dlaczego? Ponieważ istnieją liczne bariery utrudniające rozwój polskim firmom. Jakże? Przedsiębiorcy ankietowani przez home.pl najczęściej wskazywali, że zniechęcają ich wysokie składki ZUS i podatki. Odpowiedziało tak aż 77% respondentów.

Bariery utrudniające rozwój polskim firmom



Właściciele firm narzekają także na biurokrację (58%), wysokie koszty stałe, m.in. opłaty za czynsz czy media (30%), trudności w pozyskiwaniu klientów (27%) i brak czasu (22%). Ten ostatni często poświęcają bieżącym działaniom operacyjnym, niestety odbywa się to kosztem prac nad rozwojem firmy.

Prowadzących biznesy zniechęca także rosnąca konkurencja (19%) i brak wykwalifikowanych pracowników (17%).

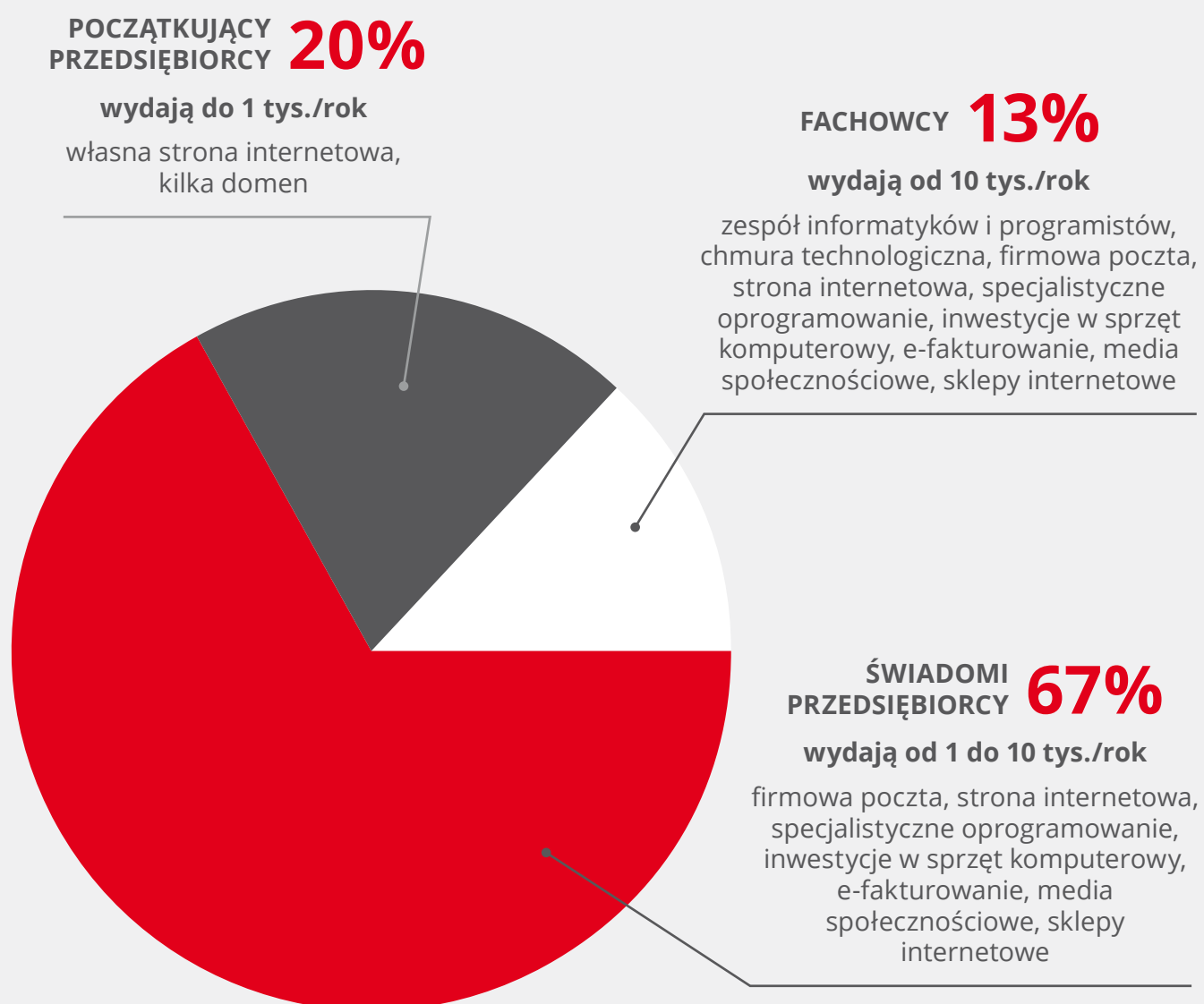
Co zniechęca do prowadzenia biznesu?



2. Polski biznes nie boi się nowych technologii

W jaki sposób polskie –mikro, –małe i średnie firmy wykorzystują nowe technologie w prowadzeniu swojego biznesu? To kolejne pytanie, na które koniecznie chcieliśmy uzyskać odpowiedź.

Analizując przesłane nam dane, uznaliśmy, że polskich przedsiębiorców można podzielić na trzy grupy. Pierwsza z nich to „początkujący”, druga – „świadomi”, trzecia – „fachowcy”.



20%**Kim są zatem „przedsiębiorcy początkujący”?**

To właściciele firm, którzy uważają, że prowadzony przez nich biznes nie wymaga tego, żeby w jakikolwiek sposób korzystać z nowych technologii. Dlatego też nie widzą sensu, żeby w nie w ogóle inwestować. Chyba, że chodzi o prowadzenie własnej strony internetowej. To rzecz absolutnie podstawowa, nawet dla tych „początkujących”. Zdarza się też, że posiadają kilka adresów internetowych związanych z branżą, w której działają, ale ich nie wykorzystują. Rocznie wydają na to do 1 tys. zł. Stanowią oni ok. 20% ankietowanych.

67%**Druga grupa, zdecydowanie najliczniejsza (67%), to „przedsiębiorcy świadomi”.**

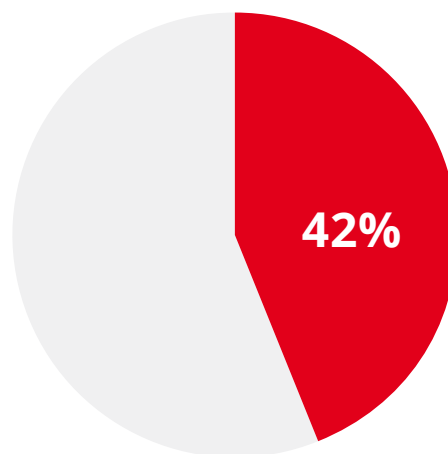
Komunikują się ze swoimi klientami za pomocą firmowej poczty, inwestują w swój sprzęt komputerowy i nowoczesne oprogramowanie, zazwyczaj wystawiają e-faktury, posiadają konto przedsiębiorstwa w mediach społecznościowych, często korzystają ze specjalistycznego oprogramowania (graficznego, zabezpieczającego dane, analitycznego). Zdarza się, że posiadają firmowe sklepy internetowe. Rocznie na nowe technologie wydają od 1 do 10 tys. zł.

13%**Ostatnia grupa, wyodrębniona dzięki badaniu „Polski przedsiębiorca. Portret własny”, to „fachowcy”.**

Oprócz działań wymienionych przez „świadomych”, zdecydowali się na zatrudnienie zespołu informatyków, np. programistów PHP lub user experience. Są oni m.in. odpowiedzialni za rozwój aplikacji i serwisów internetowych, projektów e-commerce, programowanie logiki biznesowej serwisów. Ponadto swoje dane firmowe lokują w chmurze technologicznej. Na nowe technologie wydają rocznie co najmniej 10 tys. zł. „Fachowcy” stanowią 13% badanych przedsiębiorców.

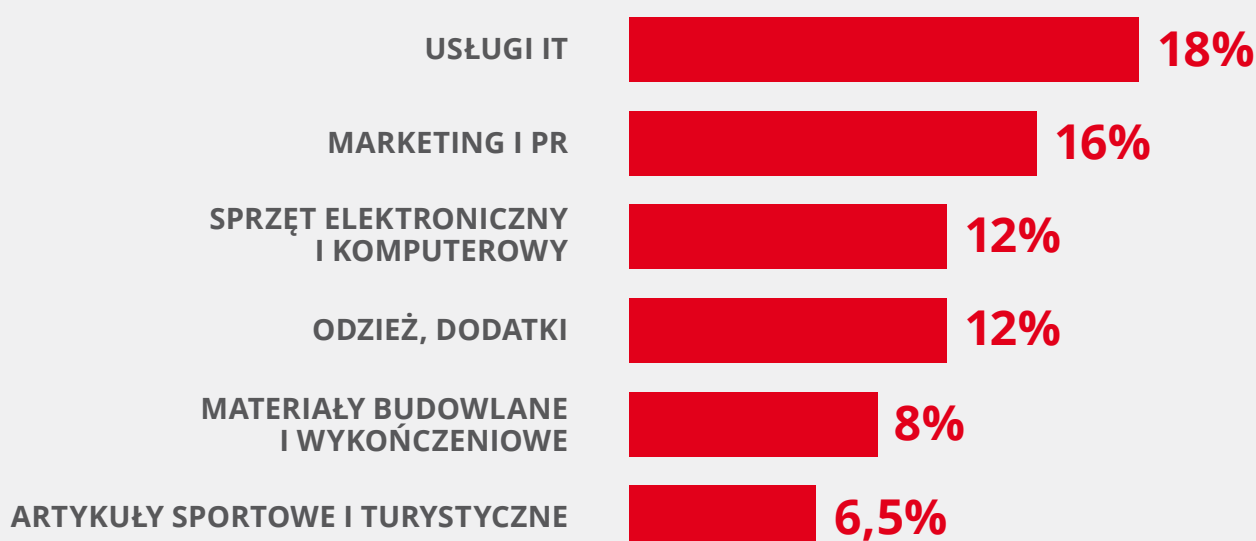
3. Zakupowe preferencje e-konsumenta

Okazuje się, że aż 42% badanych firm z sektora MMŚP prowadzi sprzedaż w Internecie. Posiadają własny e-sklep, konto w serwisach aukcyjnych (np. w Allegro) albo sprzedają swoje produkty lub usługi przez serwisy społecznościowe, np. Facebook. w jakich branżach najczęściej działają? Usługi IT (18%), marketingowe i PR-owe (16%), sprzedają sprzęt elektroniczny i komputerowy, odzież, dodatki (po 12%), materiały budowlane i wykończeniowe (8%), artykuły sportowe i turystyczne, sprzęt RTV/AGD (po 6,5%), książki, filmy, płyty (5%).



42% badanych firm z sektora MMŚP prowadzi sprzedaż w Internecie

W jakich branżach najczęściej działają firmy z MMŚP?



Wiadomo, że największy wpływ na sposób funkcjonowania polskich firm mają konsumenci sprzedawanych przez nich usług lub produktów. Chcieliśmy więc dowiedzieć się kim są, jak się zachowują, jakie mają przyzwyczajenia.

Z czego Klienci korzystają podczas zakupów w sieci?



Z przeprowadzonych przez nas badań wynika, że najczęściej zakupy w sieci robią mężczyźni od 33 do 49 roku życia (42% wskazań), oraz w przedziale 36-49 lat (37%). Trochę rzadziej kobiety, ale zazwyczaj w tym samym wieku co wymienieni wcześniej mężczyźni (odpowiednio 35 i 33% wskazań). a jaka grupowa wiekowa kupuje najrzadziej? Kobiety (11% wskazań) i mężczyźni (16%) po 50 roku życia.

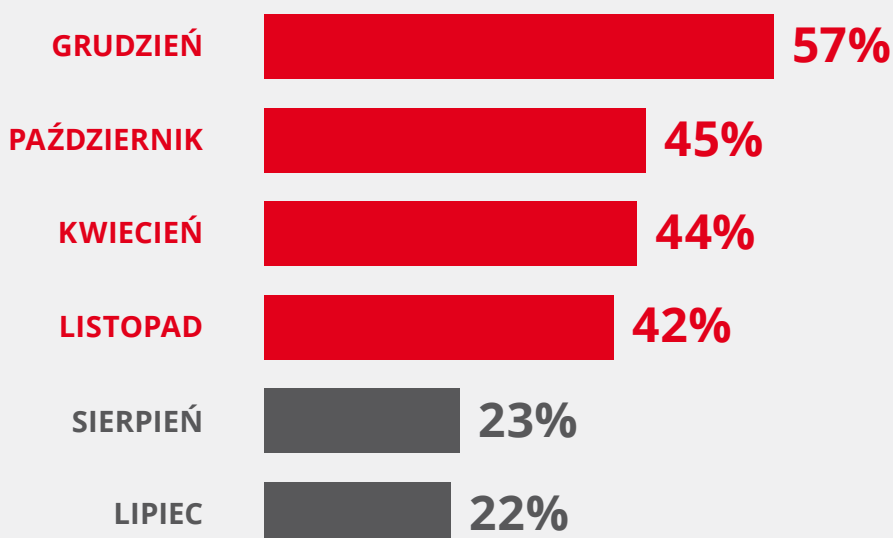
Co ciekawe, okazuje się, że polski konsument robi zakupy w sieci zazwyczaj w dni robocze, w godzinach, gdy przeważająca część Polaków przebywa w pracy (8-17). Tak wskazało aż 57% przedsiębiorców. Rzadziej zdarza się to po godz. 18 (37% wskazań). A w weekendy? Ruch jest zdecydowanie mniejszy, szczególnie po godz. 18 (23% wskazań).

Najbardziej gorącą porą dla przedsiębiorców sprzedających w sieci jest okres od października do grudnia. z czego największe zainteresowanie ich produktami jest obserwowane w ostatnim miesiącu roku (wskazało tak 57% respondentów), trochę mniejsze w październiku (45%), kwietniu (44%) i listopadzie (42%) Najgorszy pod tym względem jest okres wakacyjny, czyli lipiec i sierpień (wskazało na nie odpowiednio 22 i 23% ankietowanych).

Z kolei najbardziej preferowaną przez klientów formą płatności za usługi i produkty kupowane w sieci jest przelew elektroniczny. Odpowiedziało tak aż 63% ankietowanych przedsiębiorców. Zdecydowanie mniej popularna jest płatność przy odbiorze (35% wskazań), tradycyjny przelew (31%) lub płatność kartą kredytową (24%).

Zdecydowana większość internetowych klientów korzysta podczas zakupów w sieci z komputera lub laptopa (63% wskazań). Mniej popularne są telefony komórkowe (25%) oraz tablety (18%).

Najbardziej gorący miesiąc dla przedsiębiorców sprzedających w Internecie

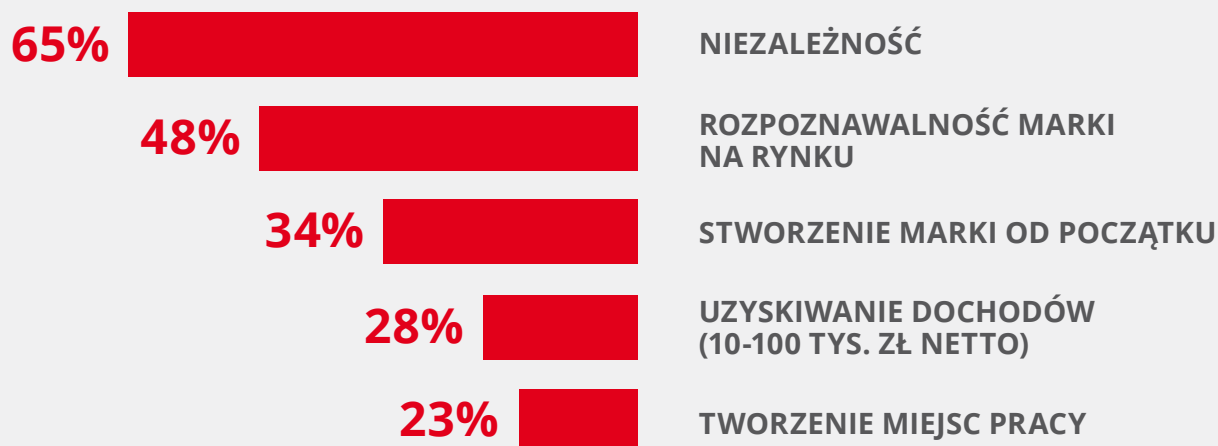


4. Miara sukcesu

W powszechnej opinii wielu Polaków osiągnięcie sukcesu utożsamiane jest z uzyskiwaniem dużych dochodów. w przypadku polskich przedsiębiorców, których firmy zaliczają się do sektora MMŚP – niekoniecznie.

Okazuje się bowiem, że aż dla 65% z nich sukces utożsamia z niezależnością. z kolei 48% przedsiębiorców wskazało na rozpoznawalność marki na rynku, 34% – stworzenie jej od początku, 23% – na tworzenie miejsc pracy. Tylko 28% właścicieli firm utożsamia sukces z uzyskiwaniem miesięcznie konkretnych dochodów (od 10 do 100 tys. zł netto).

Z czym firmy utożsamiają sukces?



Polscy przedsiębiorcy są zadowoleni ze swoich dokonań. Aż 36% badanych uważa, że osiągnęło sukces. Kolejne 31% jest pewne, że dokona tego w ciągu najbliższych dwóch lat. Tylko 6% właścicieli przedsiębiorstw z sektora MMŚP nie czuje, że osiągnęło sukces, 28% nigdy o tym nie myślało. Przeważająca większość z nich jest optymistami, jeśli chodzi o rozwój swoich firm. Odpowiedziało tak 93% ankietowanych. Za pesymistów uważa się tylko 7% badanych.

Zdecydowana większość badanych przedsiębiorców, którzy prowadzą firmy z sektora MMŚP, twierdzi, że cechą pomagającą osiągnąć sukces jest pracowitość. Uważa tak 77% ankietowanych. z kolei 73% wskazało na kreatywność, 59% – zdolność adaptacji do zmian, 56 – determinację , 55% – zdolność do podejmowania ryzyka, 45% – zdolność zarządzania czasem, 43% – szybkość podejmowania decyzji.

Cechy pomagające osiągnąć sukces



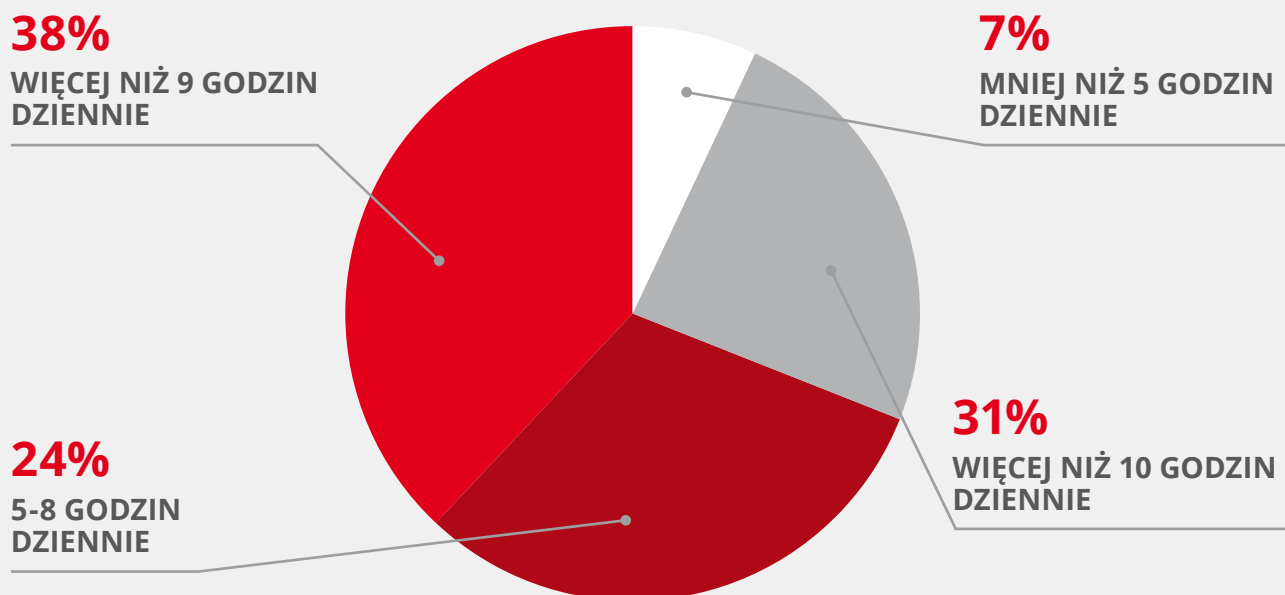
Ankietowani zostali także zapytani o przyszłe działania, które muszą podjąć, żeby rozwinąć swój biznes. Okazuje się, że 43% z nich zamierza zatrudnić pracowników, 34% – zwiększyć nakłady na reklamę internetową, 33% – zbudować stronę www. Dużo mniejsza liczba badanych planuje założyć swój sklep internetowy, wystawiać się na imprezach targowych (po 14%).

5. Przepracowani przedsiębiorcy

Prowadzenie biznesu ma także swoją ciemniejszą stronę. Chodzi o czas pracy. Okazuje się bowiem, że dla przeważającej większości polskich przedsiębiorców z sektora MMŚP wykonywanie służbowych obowiązków przez osiem godzin dziennie nie wystarcza do tego, żeby należycie kierować swoim biznesem.

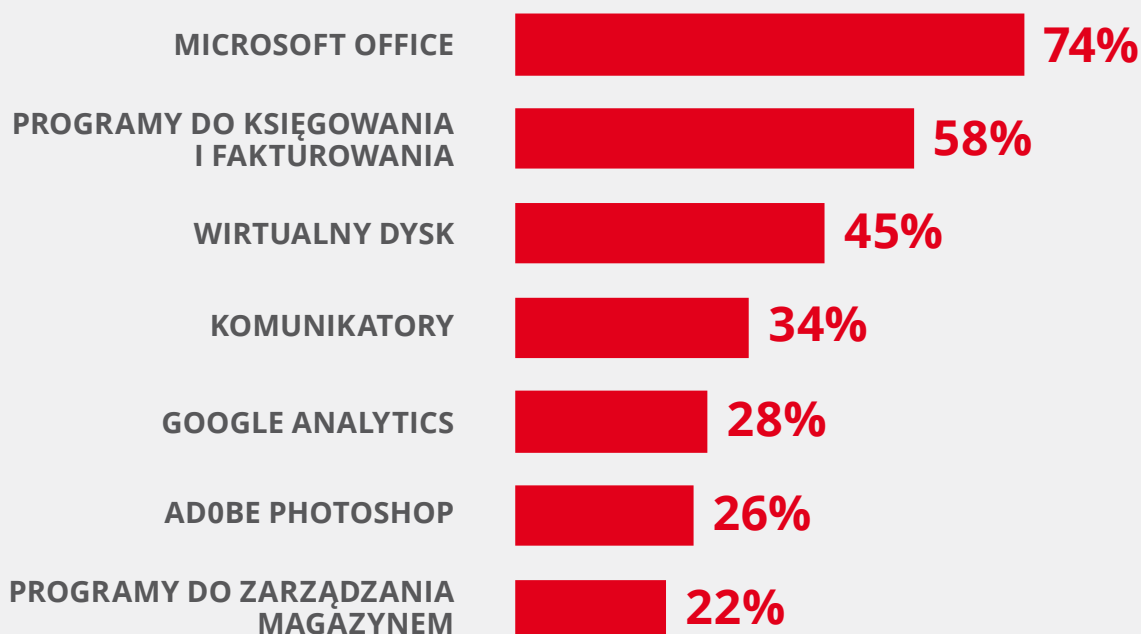
Aż 38% przedsiębiorców przyznało się do tego, że od poniedziałku do piątku pracuje więcej niż dziewięć godzin dziennie, 31% – nawet więcej niż 10 godzin! Tylko 24% ankietowanych właścicieli firm przeznaczają mniej czasu na wykonywanie swoich służbowych obowiązków. Przyznali się, że zajmuje im to od pięciu do ośmiu godzin dziennie. z kolei przedsiębiorcy pracujący jeszcze krócej to margines. Tylko 7% właścicieli firm spędza w pracy mniej niż pięć godzin dziennie.

Ile pracują przedsiębiorcy MMŚP?



A jak przedsiębiorcy wykorzystywaliby swój czas, gdyby codzienne zarządzanie firmą nie było aż tak absorbujące? Aż 66% ankietowanych postawiłoby na wypoczynek, 49% – na rozwój osobisty (np. szkolenia), 32% – rozwój oferty biznesowej firmy, 30% – poszukiwanie nowych rynków dla swoich produktów lub usług, 20% – testowanie nowych aplikacji ułatwiających prowadzenie przedsiębiorstwa.

Jakie narzędzia pozwalają przedsiębiorcom MMŚP pracować krócej i efektywniej?

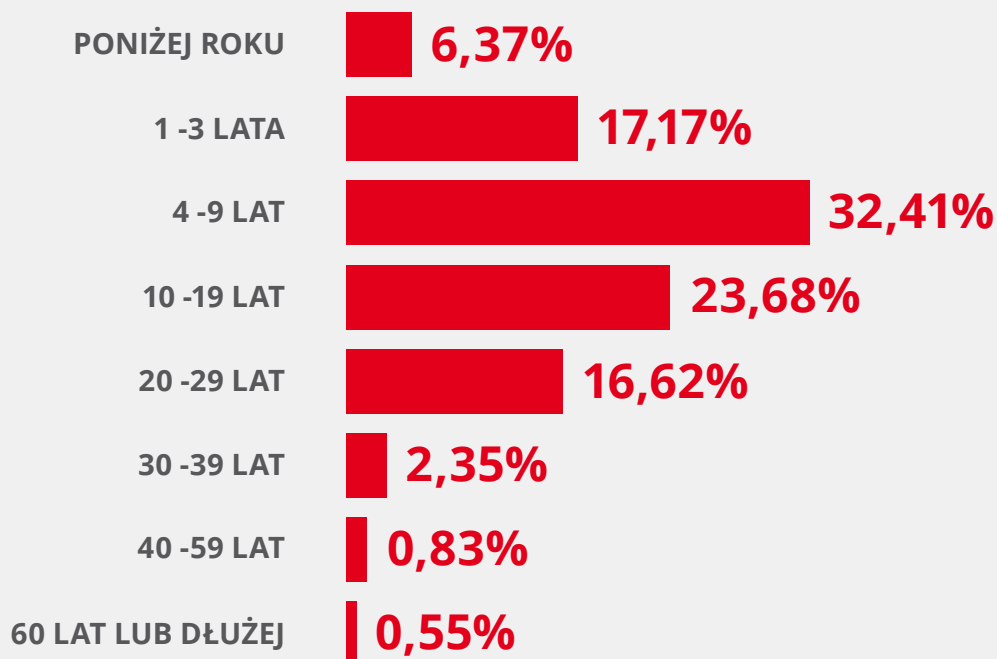


Co ciekawe, ankietowani przedsiębiorcy zgodnie przyznają, że gdyby nie korzystali z nowych technologii, ich dzień pracy jeszcze by się wydłużył. Dlatego aż 53% ankietowanych używa w codziennej pracy co najmniej pięciu różnych programów komputerowych i aplikacji, 42% – poniżej pięciu. Jakie narzędzia pozwalają im pracować krócej i efektywniej? Przede wszystkim pakiet MS Office. Wskazało go aż 74% ankietowanych. Na dalszych miejscach znalazły się programy do księgowania i fakturowania (odpowiedziało tak 58% badanych), wirtualny dysk (45%), komunikatory (34%), Google Analytics (28%), Photoshop (26%), programy do zarządzania magazynem (22%), zasobami ludzkimi (20%) oraz narzędzia do wysyłki newsletterów (13%).

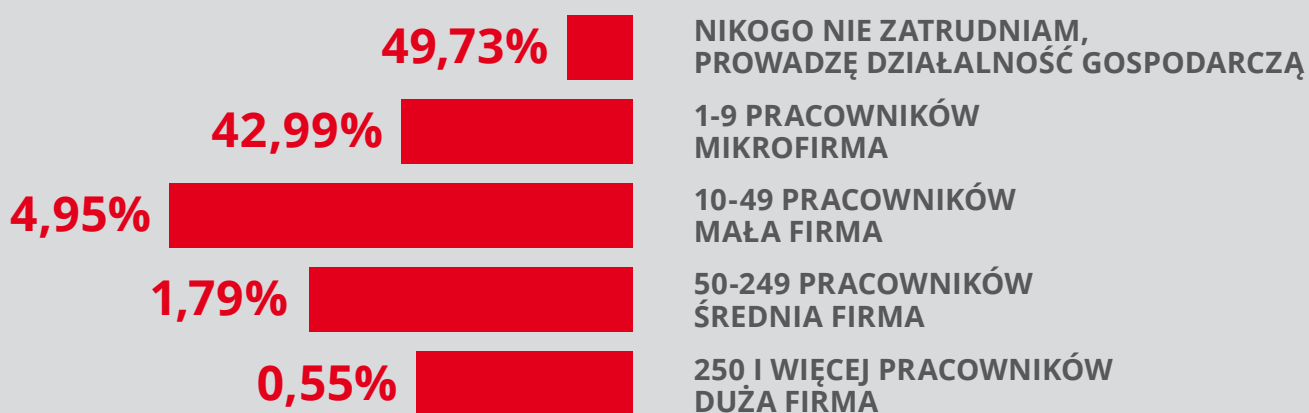


Badanie „Polski przedsiębiorca. Portret własny” zostało przeprowadzone w 2017 roku z okazji 20. urodzin home.pl. Wzięło w nim udział tysiąc klientów firmy home.pl, zaliczających się do sektora MMŚP (-mikro, -małe i średnie firmy).

Ile lat na rynku istnieje firma?



Jaka jest ogólna liczba pełnoetatowych pracowników w firmie?



Czy firma działa jedynie w kraju, czy też za granicą?

TYLKO W POLSCE



68%

W POLSCE
I ZA GRANICĄ



31%

TYLKO
ZA GRANICĄ

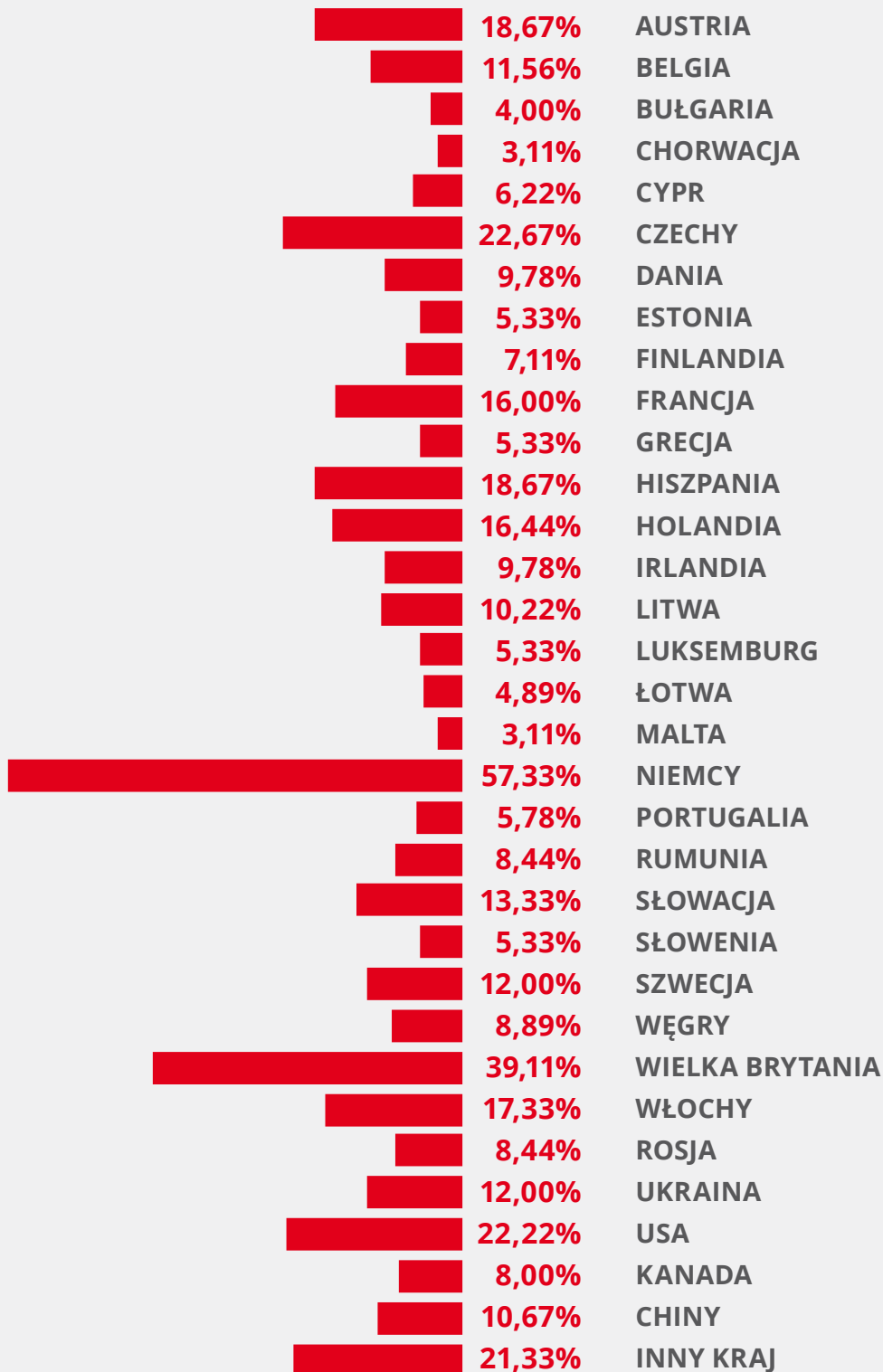


1%

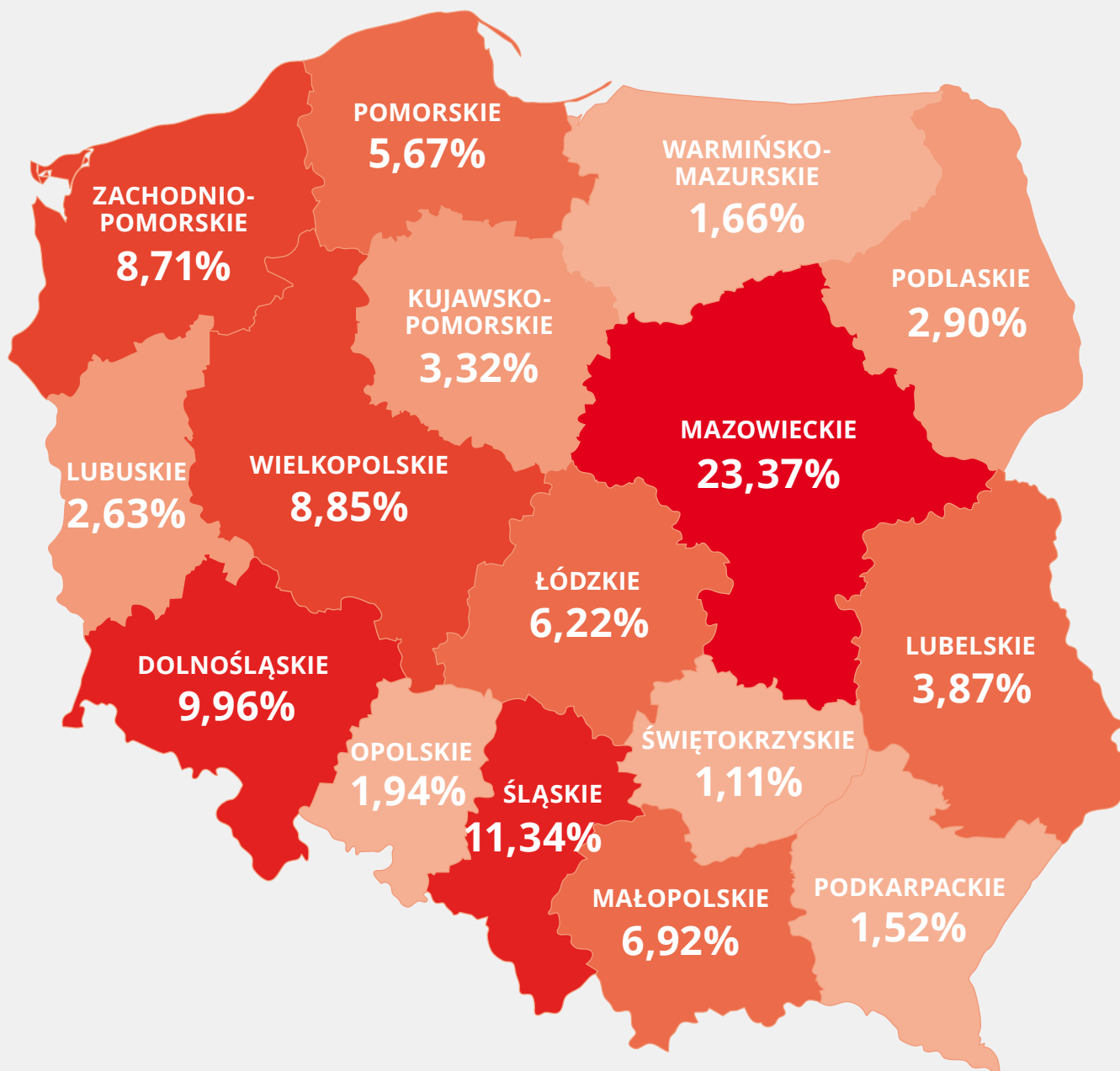
Jaka jest wielkość miejscowości, w której mieści się główna centrala firmy?



Z jakimi krajami współpracuje firma?



W jakim województwie mieści się główna centrala firmy?



W jakiej branży działa firma?



home.pl

2017