



Tropami polskiego rzemiosła

Raport z badań

Tropami polskiego rzemiosła

Raport z badań

Autorka raportu:

Anna Kowalewska

Współpraca autorska:

Jolanta Kwiecień (Danae Sp. z o.o.), Maciej Szałaj (Departament Analiz i Strategii PARP)

Badania terenowe:

Danae Sp. z o.o.

© Copyright by Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości

ISBN: 978-83-7633-504-9

Skład, łamanie, korekta i druk: Pracownia C&C Sp. z o.o.

Warszawa 2023

Niniejsze opracowanie jest współfinansowane z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego ze środków Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój 2014-2020.

Spis treści

Rozdział 1. Streszczenie	5
Rozdział 2. Kontekst badania.	16
Rozdział 3. Cele badania	19
Rozdział 4. Definicja rzemiosła	22
4.1. Prawna definicja rzemiosła	22
4.2. Definicja przyjęta na cele badawcze	24
Rozdział 5. Metodyka badawcza	26
5.1. Badanie wstępne	26
5.2. Badanie zasadnicze.	29
Rozdział 6. Wyniki badań.	32
6.1. Udział rzemiosła w gospodarce.	33
6.2. Struktura firm rzemieślniczych na tle firm nierzemieślniczych.	38
6.3. Profil działalności rzemieślniczej	43
6.4. Skala działalności rzemieślniczej	54
6.5. Właściciele przedsiębiorstw rzemieślniczych	57
6.6. Przynależność do organizacji samorządu gospodarczego rzemiosła	67
6.7. Kondycja rynkowa i potencjał rozwoju firm rzemieślniczych	70
6.7.1. Klienci	70
6.7.2. Pozycja konkurencyjna i czynniki przewagi konkurencyjnej	75
6.7.3. Kapitał ludzki	79
6.7.4. Kształcenie przyszłych rzemieślników	84
6.7.5. Sytuacja ekonomiczna i perspektywy rozwoju	89
6.7.6. Strategia i cele	96
6.7.7. Warsztat rzemieślniczy i jego wyposażenie	101
6.7.8. Inwestycje zrealizowane w ciągu ostatnich trzech lat i plany inwestycyjne	106
6.7.9. Korzystanie ze wsparcia publicznego	109

6.7.10. Segmentacja firm rzemieślniczych ze względu na ich kondycję rynkową
i potencjał rozwoju. 111

Rozdział 7. Wnioski 119

Bibliografia 124

Spis tabel, wykresów, rysunków 127

Rozdział 1. Streszczenie

Celem projektu badawczego, którego wyniki omówiono w niniejszym raporcie, była wieloaspektowa ocena potencjału gospodarczego podmiotów prowadzących w Polsce działalność rzemieślniczą. Badania wykonane w ramach projektu były pierwszymi przeprowadzonymi dotąd na tak szeroką skalę.

Metodyka badania

Badania zostały zrealizowane w dwóch etapach. W pierwszej kolejności przeprowadzono **badanie ilościowe** (dalej *badanie wstępne*) **na reprezentatywnej próbie 1007 mikro, małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP)**, z wyłączeniem tych obszarów działalności, w których działalność rzemieślnicza – zgodnie z wymogami ustawy o rzemiośle¹ – nie może być prowadzona². Próba została dobrana w sposób losowy z wykorzystaniem operatu Polskiej Bazy Firm BISNODE.

Celem badania wstępnego było określenie udziału rzemiosła w gospodarce, scharakteryzowanie jego struktury oraz porównanie – w pewnych wymiarach – na tle firm działających w podobnych obszarach branżowych, ale nie uznanych za rzemieślnicze.

Udział rzemiosła szacowano z wykorzystaniem trzech definicji. Pierwsza z nich (największa) zakładała, że firmami rzemieślniczymi są te, które należą do organizacji samorządu gospodarczego rzemiosła (cechów lub izb rzemieślniczych). Druga definicja była zgodna z wymogami ustawy o rzemiośle (szczegółowy opis tych wymogów znajduje się w rozdziale 4.1). Rzemiosło w rozumieniu ustawy to, najogólniej mówiąc, wykonywanie działalności gospodarczej przez osobę fizyczną lub podmioty działające w formie wybranych typów spółek (z wyjątkiem handlowych), z wykorzystaniem kwalifikacji i pracy własnej właściciela/właścicieli firmy. Posiadane przez właściciela kwalifikacje zawodowe muszą być potwierdzone w sposób przewidziany w ustawie i dotyczyć określonych obszarów branżowych. Ponieważ ustawa nie definiuje tych obszarów wprost (wskazuje jedynie, które dziedziny działalności nie są rzemiosłem), na potrzeby realizacji badania utworzono

¹ Dz.U. z 2020 r. poz. 2159.

² Były to: działalność handlowa, hotelarska, transportowa, usługi świadczone w wykonywaniu wolnych zawodów, usługi lecznicze oraz działalność wytwórcza i usługowa artystów plastyków i fotografików.

listę zawodów rzemieślniczych³. Przyjęto, że działalność rzemieślnicza to działalność gospodarcza, której przedmiotem jest wykonywanie jednego z tych zawodów. Trzecia definicja była rozszerzeniem definicji prawnej – dopuszczała do grona rzemieślników spółki handlowe oraz firmy, w których właściciel wykonuje zawód rzemieślniczy, choć nie ma w nim potwierdzonych kwalifikacji.

Drugim etapem projektu było **badanie ilościowe na próbie firm rzemieślniczych** (dalej *badanie zasadnicze*). Celem badania było pozyskanie informacji umożliwiających pogłębioną analizę struktury i kondycji polskich firm rzemieślniczych. Badanie zostało przeprowadzone na reprezentatywnej, dobranej w sposób kwotowy, próbie 1000 firm spełniających kryteria trzeciej, rozszerzonej definicji rzemiosła (dalej *firmy rzemieślnicze w szerszym ujęciu* lub *firmy rzemieślnicze*).

Obydwa badania zostały zrealizowane z wykorzystaniem procedury *Mixed Mode Survey Design*, łączącej kilka technik badawczych (wywiady bezpośrednie wspomagane komputerowo, telefoniczne i ankiety internetowe).

Udział rzemiosła w gospodarce

Wyniki badania wstępnego pozwalają szacować, że udział w sektorze MŚP firm rzemieślniczych w szerszym ujęciu wynosi 23%. Można ostrożnie przyjąć, że rzemiosłem zajmuje się w Polsce około 541 000 firm. Według szacunków z badania wstępnego 65% z nich spełnia kryteria ustawowe.

³ Listę tych zawodów utworzono na podstawie *Klasyfikacji zawodów i specjalności na potrzeby rynku pracy*, kierując się wykazem zawodów, w których prowadzona jest dualna nauka zawodu w rzemiośle, opublikowanym przez Związek Rzemiosła Polskiego i uzupełniając go o zawody pokrewne. Wykonywanie któregoś z tych zawodów przez właściciela lub właścicieli firmy, przy spełnieniu pozostałych wymogów wynikających z ustawy, pozwalało uznać, że badana firma to firma rzemieślnicza. Wykaz zawodów, w których realizowane jest dualne kształcenie zawodowe w rzemiośle jest dostępny pod: https://zrp.pl/wp-content/uploads/2023/02/DUALNE_Wykaz-zawodow-nauka-zawodu_luty-2023-1.pdf [dostęp 11.07.2023 r.].

Struktura rzemiosła

Z wyników badania wstępnego wyłania się niżej opisany obraz firm rzemieślniczych.

- Prawie wszystkie firmy (99%) to mikroprzedsiębiorstwa⁴, liczące zwykle od 2 do 9 pracowników (91%).
- Najbardziej popularna wśród rzemieślników forma prawna to działalność gospodarcza osoby fizycznej (89%)⁵. W formie spółek osobowych prowadzonych jest 7% firm, a w formie spółek z ograniczoną odpowiedzialnością – 5%.
- Ponad jedna trzecia przedsiębiorców rzemieślników (36%) ma swoją siedzibę na wsiach, 30% – w miastach liczących do 20 tys. mieszkańców. Pozostali zwykle mają swoje firmy w miastach od 20 do 100 tys. mieszkańców.
- Zasięg działania firm rzemieślniczych jest zwykle ograniczony do jednego województwa (41%) lub miejscowości, w której firma ma siedzibę i jej okolic (28%). W skali ogólnopolskiej działa 18% firm.
- Zróżnicowany jest okres działalności firm rzemieślniczych na rynku. Połowa firm działa krócej niż osiem lat, w tym jedna czwarta powstała w okresie ostatnich trzech lat. Stażem rynkowym powyżej 25 lat może pochwalić się 12% firm.
- Właściciele firm zajmujących się rzemiosłem to częściej mężczyźni (59%) niż kobiety (41%). Zwykle są to osoby w średnim wieku, od 36 do 45 lat (42%) lub od 46 do 55 lat (32%). Większość rzemieślników ma wykształcenie zawodowe lub branżowe – częściej średnie (47%) niż zasadnicze (35%).

Na tle działających w podobnych branżach⁶ firm nierzemieślnicznych podmioty zajmujące się rzemiosłem są mniejsze pod względem wielkości zatrudnienia, wyraźnie częściej działają

⁴ Według danych GUS udział mikroprzedsiębiorstw w sektorze MŚP wynosi 97%. Dane na podstawie: GUS, *Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2021 roku*, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/podmioty-gospodarcze-wyniki-finansowe/przedsiębiorstwa-niefinansowe/dzialalnosc-przedsiębiorstw-niefinansowych-w-2021-roku,2,18.html> [dostęp 28.07.2023 r.].

⁵ W sektorze MŚP – według powyższych danych – analogiczny odsetek wynosi 87%.

⁶ Tj. w sekcji C – *Przetwórstwo przemysłowe*, sekcji F – *Budownictwo*, sekcji S – *Pozostała działalność usługowa*, a także w wybranych klasach sekcji G – *Handel hurtowy i detaliczny, naprawa pojazdów samochodowych* (45.20.Z – *Konserwacja i naprawa pojazdów samochodowych, z wyłączeniem motocykli*, 47.76.Z – *Sprzedaż detaliczna kwiatów, roślin, nasion, nawozów, żywych zwierząt domowych, karmy dla zwierząt domowych prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach*), wybranych klasach sekcji I – *Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi* (56.10.A – *Restauracje i inne stałe placówki gastronomiczne*, 56.10.B – *Ruchome placówki gastronomiczne*, 56.21.Z – *Przygotowywanie i dostarczanie żywności dla odbiorców zewnętrznych (katering)*, 56.29.Z – *Pozostała usługowa działalność gastronomiczna*,

jako osoby fizyczne (rzadziej jako spółki, zwłaszcza handlowe). Także skala terytorialna ich działalności jest mniejsza niż firm nierzemieślniczych (zdecydowanie rzadziej ogólnopolska). Są krócej obecne na rynku – wyraźnie większy jest wśród nich udział firm względnie „nowych”, powstałych nie wcześniej niż trzy lata temu.

Nieco ponad jedną trzecią firm rzemieślniczych (35%) można uznać za przedsiębiorstwa rodzinne, to znaczy takie, w których pracują członkowie rodziny właściciela lub współwłaściciela lub w których wspólnicy są powiązani relacją rodzinną. Rzemieślniczych firm wielopokoleniowych (założonych przez przodków obecnego właściciela) jest 6%. Zwykle są to firmy prowadzone przez drugie pokolenie założycieli.

Wśród przedsiębiorców rzemieślników najwięcej jest przedstawicieli rzemiosł budowlanych (34%). Na drugim miejscu uplasowały się firmy zajmujące się rzemiosłami sklasyfikowanymi jako *pozostałe* (15%), związanymi głównie z mechaniką pojazdów oraz innych maszyn i urządzeń. Rzemiosła spożywcze, związane z obszarem urody, stylizacji i zdrowia, a także metalowe uprawia po około jednej dziesiątej badanych (od 10% do 12%). Mniejszy udział (od 3% do 5%) mają rzemiosła: drzewne; grafiki, druku i fotografii; odzieżowe, włókiennicze i skórzan; mineralne oraz florystyczne. Wśród ogółu rzemieślników najbardziej popularne są zawody: murarz-tylnik (8%), kucharz (6%), kosmetyczka (5%), kelner i spawacz (po 4%), fryzjer damski, monter konstrukcji budowlanych, fryzjer, hydraulik, technik elektryk, florysta, fotograf, murarz, betoniarz-zbrojarz oraz mechanik samochodów osobowych (po 3%).

Swoje kwalifikacje w zawodach rzemieślniczych przedsiębiorcy zazwyczaj zdobywali w trybie szkolnym (60%), często także przez samokształcenie (50%), rzadziej – przez naukę zawodu w formach pozaszkolnych (36%) lub na praktykach/stażu w zakładach rzemieślniczych (30%). Większość rzemieślników (76%) posiada dokumenty potwierdzające zdobyte kwalifikacje w rzemiośle. Najczęstszymi dowodami są dyplomy lub świadectwa ukończenia różnego typu szkół, najczęściej zasadniczej / branżowej I stopnia (28%) lub technikum / branżowej II stopnia (21%). Co trzeci rzemieślnik może potwierdzić posiadane kwalifikacje zaświadczeniem ukończenia kursu/szkolenia. Dyplomem mistrza może pochwalić się 15% badanych, a świadectwem czeladniczym – 8%.

Kwalifikacje w zawodach rzemieślniczych (*fach w ręku, posiadane kwalifikacje*) były – wraz z chęcią uzyskania wyższych dochodów – najczęstszymi motywami zakładania przez rzemieślników własnych firm (każdy z nich uzyskał około 50% wskazań).

Tożsamość rzemieślnicza i przynależność do organizacji samorządu gospodarczego rzemiosła

Stosunkowo niewielki jest udział rzemieślników zrzeszonych w organizacjach samorządu gospodarczego rzemiosła. Przynależność do cechu lub izby rzemieślniczej zadeklarowało 21% firm rzemieślniczych⁷. Przedsiębiorcy zrzeszeni w tych organizacjach wyrażają bardzo wysokie zadowolenie z faktu swojego w nich członkostwa.

Poczucie przynależności do grona rzemieślników przejawia 61% właścicieli firm rzemieślniczych, w tym 30% firm mocno identyfikuje się z rzemiosłem, twierdząc, że ich firmę zdecydowanie można uznać za rzemieślniczą.

Charakter działalności rzemieślniczej

Działalność rzemieślnicza najczęściej ma profil czysto usługowy (71%). Kolejne 14% firm ma w swojej ofercie zarówno usługi, jak i produkcję wyrobów (częściej końcowych niż półproduktów). Podobny odsetek rzemieślników (15%) zajmuje się wyłącznie produkcją. Usługi rzemieślnicze bardzo często mają charakter renowacyjno-konserwacyjny (w około 70% firm usługowych), ale podobnie często w ramach działalności usługowej powstają nowe produkty. Usługowy profil firm rzemieślniczych odróżnia je od działających w podobnych branżach firm, które nie zostały uznane za rzemiosło (te ostatnie także często świadczą usługi, ale częściej niż firmy rzemieślnicze zajmują się produkcją).

Oferta rynkowa firm rzemieślniczych cechuje się dużym stopniem kastomizacji. Dwie trzecie rzemieślników oferuje swoje wyroby lub usługi tylko na zamówienie. Pozostali zwykle mają w swojej ofercie zarówno produkty na zamówienie, jak i „dostępne od ręki” (najczęściej we własnym zakładzie). Oferta trzech czwartych firm zawiera wyłącznie wyroby lub usługi „szyte na miarę” lub w inny sposób dostosowane do potrzeb klienta. Produkcja

⁷ Udział ten był podobny wśród firm spełniających prawne kryteria rzemiosła (22%).

firm rzemieślniczych ma zwykle charakter nieseryjny – jej wynikiem są zazwyczaj produkty do siebie podobne, ale nieidentyczne (69%) oraz produkty niepowtarzalne/unikatowe (40%).

Sprzedaż rzemieślniczych produktów i usług przebiega zwykle w bliskim, bezpośrednim kontakcie z klientem – zarówno na etapie składania zamówienia, jak i w toku jego realizacji. Bliskość między rzemieślnikiem a jego klientem dotyczy też wymiaru terytorialnego (rzemieślnicy w bardzo dużym stopniu bazują na lokalnych zasobach klientów; odsetek lokalnych klientów w blisko dwóch trzecich firm przekracza 70%), ale i emocjonalnego.

Strategie rynkowe w rzemiośle

Firmy zajmujące się rzemiosłem najczęściej w gronie swoich klientów mają zarówno osoby prywatne, jak i firmy (57%) lub wyłącznie osoby prywatne (41%). W porównaniu do firm nierzemieślniczych są w większym stopniu skoncentrowane na kliencie indywidualnym.

Odbiorców swoich wyrobów i usług opisują zwykle jako *szerokie grono klientów o podobnych potrzebach i preferencjach* (78%). Blisko co czwarty rzemieślnik obsługuje jednak klientów o specyficznych potrzebach i preferencjach. Oferta około jednej trzeciej firm jest skierowana do klientów „elitarnych” – poszukujących produktów koneserskich, kolekcjonerskich, artystycznych. Można przypuszczać, że wśród rzemieślników są tacy, którzy działają w niszy rynkowej. Około 10% z nich stwierdziło bowiem, że nie mają żadnej konkurencji, a 19% spośród tych, którzy działają otoczeni konkurentami, nie odczuwa z ich strony dużego zagrożenia. Niektórzy rzemieślnicy (5%) uznawali się za liderów branżowych. Większość firm rzemieślniczych musi jednak liczyć się z działaniem wielu konkurentów (48% – kilku, 19% – kilkunastu). Co trzeci podmiot widzi z ich strony bardzo duże lub raczej duże zagrożenie.

Swoją przewagę konkurencyjną rzemieślnicy najczęściej upatrują w pracowitości i rzetelności oraz kompetencjach pracowników. Dość często wskazywali także talent i unikalne zdolności pracowników, renomę firmy oraz szybkość realizacji zamówień. Najmniej korzystnie oceniali własne firmy pod względem zdolności podejmowania ryzyka i wykorzystywania szans rynkowych oraz skutecznego marketingu.

W analizie deklarowanych czynników przewagi konkurencyjnej nie odnotowano aspektów, które by wyróżniały pozytywnie firmy rzemieślnicze na tle pozostałych. Przeciwnie, niektóre atrybuty (wspomniane wyżej *podejmowanie ryzyka i wykorzystywanie szans rynkowych*

i *dobry marketing*, a także *renoma firmy oraz talent i unikalne zdolności pracowników*) rzemieślnicy przypisywali sobie rzadziej niż firmy nierzemieślnicze. Także w innych aspektach rzemieślnikom towarzyszy prawdopodobnie poczucie „gorszości”. Z samooceny firm rzemieślniczych, dokonywanej pod względem różnych czynników na tle konkurencji, wynika, że grupa ta na ogół ocenia swoje przedsiębiorstwa podobnie jak grupa firm nie uznanych za rzemiosło. Jednak w kilku aspektach: pod względem renomy firmy, jej zaawansowania technologicznego, dostępu do informacji o zmianach w prawie, dostępności kredytów i pożyczek rzemieślnicy oceniali swoje firmy gorzej niż działające w podobnych branżach firmy nierzemieślnicze.

Choć powyższe dane nie wskazują, aby jakość wyrobów i usług miała dla rzemieślników większą rangę niż dla pozostałej grupy firm, to inne podjęte w wywiadach zagadnienia potwierdzają jej istotne znaczenie. Strategie działania rzemieślników na rynku są w bardzo dużym stopniu nastawione na klienta i maksymalizowanie jego satysfakcji. W jakości swoich produktów rzemieślnicy upatrują najważniejsze źródło lojalności klientów (74%). Zwracają także uwagę, że klienci przywiązują do jakości coraz większe znaczenie, a dzięki wzrostowi zamożności częściej stać na ich na – droższe i mniej konkurencyjne cenowo w stosunku do produkcji masowej – rzemieślnicze wyroby i usługi. Czynniki te są przez wielu badanych wskazywane jako stymulujące rozwój rzemiosła (odpowiednio 77% i 62%).

Nie mniej ważnymi stymulantami rozwoju firm z analizowanego segmentu są też relacje z klientami (ze względu na zindywidualizowany, z założenia bliski klientowi charakter działalności rzemieślniczej, a także mocne „osadzenie” rzemieślników w społecznościach lokalnych) oraz umiejętność personalizacji oferty rynkowej (odpowiednio 83% i 78%).

Ocena kondycji ekonomicznej rzemiosła oraz perspektywy rozwoju

Sytuacja rynkowa firm rzemieślniczych jawi się jako umiarkowanie pozytywna. Co dziesiąta firma określiła swoją ogólną sytuację jako bardzo dobrą. Wśród pozostałych dominowały oceny dobre (51%) i przeciętne (36%). Mimo że tylko 3% firm oceniło swoją sytuację jako złą lub bardzo złą, to średnia na 5-stopniowej skali oceny wyniosła 3,7 (czyli – uogólniając – poniżej oceny dobrej⁸).

⁸ Zastosowano skalę: 1 – bardzo zła, 2 – zła, 3 – przeciętna, 4 – dobra, 5 – bardzo dobra.

Na trudności ekonomiczne wskazują także odpowiedzi rzemieślników udzielone w pytaniu dotyczącym celów, jakie stawiają sobie oni do realizacji w bieżącym roku. Cele te często dotyczyły utrzymania się na rynku (36%) i utrzymania płynności finansowej (31%). Można więc sądzić, że pewna grupa firm rzemieślniczych ma problemy w tym zakresie i prawdopodobnie walczy o przetrwanie. Podawano także cele wskazujące na chęć wzrostu sprzedaży (32%) i pozyskania nowych klientów / zwiększenia udziału w rynku (26%). Aspiracje prorozwojowe (rozwój produktów i usług, usprawnienie działalności operacyjnej, budowa wizerunku, inwestycje) wyrażało około 15–20% rzemieślników. Nieliczni przedsiębiorcy ujawniali zamiar rozwiązania firmy w bieżącym roku (2%). Warto zauważyć, że znaczna część rzemieślników (17%) miała problem ze sformułowaniem celów, nawet w krótkiej perspektywie czasowej bieżącego roku⁹.

Kondycja firm rzemieślniczych jest więc różna. Świadczy o tym również ocena fazy życia firm oraz branż, w których działają. Choć większość przedsiębiorstw znajduje się w fazie dojrzałości (stabilizacji), zarówno firmy (56%), jak i branży (67%)¹⁰, to dość często wskazywano na fazę rozwoju/wzrostu (33% w odniesieniu do firmy, 27% – w odniesieniu do branży).

Dynamika przychodów rzemieślników za 2022 rok także była zróżnicowana. Przychody 61% firm rzemieślniczych były w 2022 roku na podobnym poziomie jak w 2021 roku. Co piąta firma (19%) odnotowała wzrost przychodów, a co siódma (14%) – ich spadek. Ujemna dynamika przychodów okazała się, niestety, wśród firm rzemieślniczych zjawiskiem trzykrotnie częstszym niż wśród firm niezajmujących się rzemiosłem.

Trzech na czterech rzemieślników przewidywało, że sytuacja ich firm w dalszej części 2023 roku nie ulegnie zmianie. Pozostali znacznie częściej wyrażali nadzieję na poprawę sytuacji niż spodziewali się jej pogorszenia (odpowiednio: 17% i 3%).

Zróżnicowanie kondycji i perspektyw rozwoju firm rzemieślniczych potwierdza segmentacja rzemieślników, której wyniki przedstawiono w rozdziale 6.7.10.

⁹ Zapewne wynika to z faktu, że firmy rzemieślnicze rzadko posiadały strategię rozwoju (26%). Nie odróżniały się w tym względzie od firm nierzemieślniczych, choć te ostatnie, jeśli już posiadały strategię, to nieco częściej niż rzemieślnicy dysponowały pisemnym dokumentem strategicznym (różnica nie była jednak istotna statystycznie).

¹⁰ Faza życia firmy okazała się być skorelowana z fazą życia branży.

Pracownicy i ich kompetencje

Przeciętna firma rzemieślnicza zatrudnia 4–5 pracowników. Wyniki badania pokazują, że w ostatnim roku w firmach rzemieślników miała miejsce dość duża rotacja pracowników. Blisko co trzecia firma zatrudniła pracowników, co dziesiąta – zwolniła pracowników, a w co siódmej miały miejsce dobrowolne odejścia pracowników. Wielkość zatrudnienia w większości firm (87%) utrzymała się jednak na tym samym poziomie, w co dziesiątej wzrosła, a jedynie w 3% firm odnotowano zmniejszenie zatrudnienia. Przynajmniej w części podmiotów zatrudniających pracowników nabory musiały zatem służyć zapewnieniu luk powstałych w wyniku utraty kadry.

Kompetencje swoich pracowników w podstawowych obszarach funkcjonowania firmy, takich jak: produkcja, świadczenie usług, sprzedaż oraz marketing, większość rzemieślników oceniła jako w pełni zadowalające i niewymagające doskonalenia (od 64% do 85%). Deficyty kompetencji częściej dotyczyły marketingu i sprzedaży niż procesów produkcyjnych lub realizacji usług.

Aktywność ukierunkowana na podnoszenie kwalifikacji właścicieli i pracowników jest w firmach rzemieślniczych podejmowana relatywnie rzadko. Z żadną formą doksztalcania (nawet z samokształceniem) nie miało bowiem do czynienia w ciągu ostatnich 3 lat 58% właścicieli firm. W podobnej liczbie firm (59%) z działań tego typu nie korzystali też pracownicy. Jeśli takie działania realizowano, to najczęściej miały one formę kursów zewnętrznych stacjonarnych i samodzielnej nauki w odniesieniu do właścicieli oraz kursów i szkoleń wewnętrznych oraz zewnętrznych w odniesieniu do pracowników (od 18% do 23%).

Kształcenie adeptów rzemiosła

Kształcenie przyszłych rzemieślników jest dość rzadką praktyką w badanych firmach. Niewiele jest firm (14%), które kiedykolwiek organizowały praktyczną naukę zawodu w formie zajęć praktycznych, praktyk zawodowych czy zatrudniania pracowników młodocianych w celu przygotowania zawodowego (według założeń modelu dualnego). W ostatnich trzech latach działania te podejmowało 11% firm, przy czym najczęściej były to praktyki zawodowe (7%), najrzadziej – przygotowanie zawodowe młodocianych (4%). Na podobnym poziomie kształtują się deklaracje dotyczące planów zorganizowania praktycznej nauki zawodu w ciągu

najbliższego roku (od 10% do 13% w zależności od formy nauki zawodu, od 4% do 6% respondentów wyrażało te plany w sposób zdecydowany).

Wykorzystanie w pracy rzemieślniczej narzędzi, urządzeń i maszyn

Choć działalność rzemieślnicza jest ściśle powiązana z pracą manualną¹¹, to większość firm rzemieślniczych wykorzystuje specjalistyczne narzędzia, urządzenia lub maszyny (85%). Najczęściej są to urządzenia mechaniczne obsługiwane przez człowieka (obecne w 71% firm), rzadziej – narzędzia do obróbki ręcznej (44%) i maszyny częściowo zautomatyzowane (40%), a najrzadziej – urządzenia cyfrowe i maszyny w pełni zautomatyzowane (odpowiednio: 20% i 22%). Część firm rzemieślniczych używa także specjalistycznych programów komputerowych (39%) oraz aplikacji internetowych (30%). Wszystkie wymienione wyżej rodzaje narzędzi są stosowane najczęściej w procesach produkcyjnych lub świadczenia usług, ale dość często także w obszarze projektowania.

Dwie trzecie firm nie ma zastrzeżeń do stanu technicznego swoich narzędzi, urządzeń i maszyn. Co trzeci przedsiębiorca ocenia je jako generalnie sprawne, ale dostrzega potrzebę wymiany niektórych na nowsze.

Inwestycje zrealizowane w ciągu ostatnich trzech lat i plany inwestycyjne

Badanie pokazuje dość dużą aktywność firm rzemieślniczych w realizacji działań inwestycyjnych dotyczących wyposażenia warsztatu, innowacji produktowych, innowacji procesów biznesowych i zatrudniania pracowników. W okresie ostatnich trzech lat jakiegokolwiek działanie z analizowanego zakresu przeprowadziło nieco ponad dwie trzecie firm (68%). Najczęściej była to modernizacja warsztatu rzemieślniczego (zakup narzędzi, urządzeń, maszyn – 49%). Nieco ponad jedna trzecia przedsiębiorstw wprowadziła na rynek nowe produkty lub usługi (35%). Podobnie liczna grupa (34%) zatrudniła nowych pracowników. Rzadziej udoskonalano procesy biznesowe. Zrealizowane inwestycje były zazwyczaj finansowane ze środków własnych przedsiębiorców (89%). Wprowadzane zmiany dość

¹¹ 90% badanych wskazało, że działalność ich firm opiera się na pracy rąk w całości, w bardzo dużym lub raczej dużym stopniu.

często miały związek z wdrożeniem zaawansowanych technologii i rozwiązań: nowoczesnego wzornictwa i automatyzacji procesów produkcyjnych (w co trzeciej firmie realizującej inwestycje), zastosowania technologii informatycznych i marketingu internetowego (w co czwartej firmie), rozwiązań z zakresu gospodarki o obiegu zamkniętym (w co szóstej firmie).

Plany inwestycyjne na najbliższe trzy lata wyraziło blisko 60% rzemieślników. Miały one podobny kierunek jak działania zrealizowane.

Wsparcie publiczne

Część rzemieślników (nie więcej niż 27% w zależności od instrumentu wsparcia) korzystało w ciągu ostatnich trzech lat z różnych form pomocy publicznej. Z uwagi na specyfikę tego okresu (pandemia COVID-19), najczęściej korzystano z rozwiązań w ramach Tarczy Antykryzysowej (zwolnienia ze składek ZUS, ulgi i zwolnienia podatkowe oraz bezzwrotne subwencje/dotacje). Co dziesiąta firma zadeklarowała udział w projekcie realizowanym w ramach programów unijnych. Po dofinansowane usługi szkoleniowo-doradcze sięgano nieco rzadziej (7%). Niewielka grupa przedsiębiorców rzemieślników (8%) planuje ubiegać się o wsparcie publiczne w przyszłości. Przyszłe plany najczęściej dotyczą projektów dofinansowanych w ramach programów unijnych.

Rozdział 2. Kontekst badania

W Polsce dotychczas nie prowadzono na szeroką skalę badań poświęconych rzemiosłu. Rzemiosło było przedmiotem badań naukowych, jednak często miały one charakter jakościowy lub były realizowane na niewielkich próbach badawczych, zwykle przedsiębiorstw zrzeszonych w organizacjach samorządu rzemieślniczego, działających na terenie jednego województwa. Brakuje w związku z tym wiarygodnych, aktualnych informacji na temat liczebności, struktury oraz udziału firm rzemieślniczych wśród ogółu polskich przedsiębiorstw.

Zainteresowanie opisywaną kategorią przedsiębiorstw uzasadniają także dynamiczne zmiany społeczno-gospodarcze zapoczątkowane transformacją systemową w 1989 r., które zmieniły obraz polskiego rzemiosła. Zmiany te nie działają jednokierunkowo. Z jednej strony mamy do czynienia z malejącą na przestrzeni lat liczbą zakładów rzemieślniczych kształcących pracowników młodocianych, co może wskazywać na ogólny spadek liczby przedsiębiorców rzemieślników. Dane na temat liczby zakładów rzemieślniczych zatrudniających młodocianych pracowników w celu przygotowania zawodowego i liczby pracowników młodocianych w latach 2011–2020 pokazują, że spadła w tym okresie o około 10% liczba zarówno zakładów¹², jak i młodocianych pracowników¹³. Tłem tych zmian jest malejąca liczba uczniów szkół branżowych I stopnia (wcześniej zasadniczych szkół zawodowych)¹⁴.

¹² Z 26 078 w 2011 roku do 23 815 w 2020 roku, tj. o 9%. Dane za 2011 rok: Związek Rzemiosła Polskiego, *Szkolenie uczniów w rzemiośle. Rzemieślnicze zakłady szkolące uczniów – zatrudniające młodocianych pracowników w celu przygotowania zawodowego w latach 2011–2018*, https://zrp.pl/wp-content/uploads/2019/05/TABELA-3-Rzemie%C5%9Blnicze-zak%C5%82ady-szkol%C4%85ce-uczni%C3%B3w_2018.pdf [dostęp 17.07.2023 r.]. Dane za 2020 rok: *Projekt ustawy o rzemiośle i dualnym kształceniu zawodowym w rzemiośle z dnia 16-09-2021 r. / grudzień 2022*, opracowany przez Komitet Ekspertki Związku Rzemiosła Polskiego, dokument elektroniczny [dostęp 04.04.2023 r.].

¹³ Z 84 384 w 2011 roku do 77 514 w 2020 roku, tj. o 8%. Dane za 2011 rok: Związek Rzemiosła Polskiego, *Szkolenie uczniów w rzemiośle. Liczba pracowników młodocianych zatrudnionych w zakładach rzemieślniczych w celu przygotowania zawodowego w latach 2011–2018*, https://zrp.pl/wp-content/uploads/2019/05/TABELA-4-Nauka-zawodu-w-izbach_2011-2018.pdf [dostęp 17.07.2023 r.]. Dane za 2020 rok – jak wyżej.

¹⁴ Na przestrzeni analizowanych lat liczba ta spadła także o 10%, z 224,9 tys. w roku szkolnym 2010/2011 do 202 tys. w roku szkolnym 2020/2021. Dane na podstawie: GUS, *Oświata i wychowanie w roku szkolnym 2020/2021*, s. 30, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/edukacja/edukacja/oswiata-i-wychowanie-w-roku-szkolnym-20202021,1,16.html> [dostęp 30.07.2023 r.].

Z drugiej strony w ciągu ostatnich kilku lat zauważalny jest „renesans rzemiosła”. Badacze zauważają wzrost innowacyjności i ekspansywności istniejących firm rzemieślniczych oraz tworzenie nowych firm rzemieślniczych na podstawie wyłaniających się, nowych zawodów¹⁵. Zjawisko to jest określane mianem „nowego” rzemiosła. Jest to ruch rozproszony, działający poza strukturami izb i cechów rzemieślniczych zrzeszonych w Związku Rzemiosła Polskiego. Bazuje on na aktywności osób z młodszego i średniego pokolenia, często nieposiadających kierunkowego wykształcenia w rzemiośle, zakładających firmy z zamiarem realizacji własnych pasji i unikalnych zdolności, posiadających wiedzę na temat nowoczesnych materiałów i technologii, wykorzystujących znajomość designu i wzornictwa. Cechami wyróżniającymi nowoczesne firmy rzemieślnicze są: niskowy charakter działalności, umiędzynarodowienie, profesjonalne podejście do zarządzania, obecność w świecie wirtualnym, wykorzystanie regionalnych/lokalnych tradycji i wartości kulturowych w kreowaniu oferty produktów i usług, wytwarzanie unikatowych serii lub dóbr luksusowych, znaczny udział ręcznego wytwarzania jako metody produkcji¹⁶. Przedsiębiorczość rzemieślnicza staje się więc coraz bardziej wewnętrznie zróżnicowana.

Na wzrost tego zróżnicowania wpływają także zmiany legislacyjne. Zasady funkcjonowania rzemiosła są uregulowane w ustawie z 22 marca 1989 r. o rzemiośle¹⁷, która wprowadza definicje rzemiosła i rzemieślnika. W kolejnych nowelizacjach ustawy zmodyfikowano te definicje, poszerzając grono rzemieślników o firmy działające w formie spółek oraz o podmioty średniej wielkości (zatrudniające od 50 do 249 osób)¹⁸. Poszerzono także listę dowodów kwalifikacji w rzemiośle (o zaświadczenie potwierdzające posiadanie wybranych kwalifikacji zawodowych w zakresie zawodu odpowiadającego danemu rodzajowi rzemiosła). Ponadto za działalność rzemieślniczą uznano działalność gastronomiczną. Brak jest jednak wiedzy na temat tego, czy i w jakim stopniu te zmiany miały wpływ na zatrzymanie opisanego wyżej spadku liczby zakładów rzemieślniczych.

Od 2020 roku w Ministerstwie Rozwoju i Technologii trwały prace nad projektem nowej ustawy o rzemiośle. Planowane zmiany dotyczyły między innymi przyjęcia nowej definicji

¹⁵ J. Klimek, B. Żelazko, *Przedsiębiorczość w polskim rzemiośle*, „Przedsiębiorczość i Zarządzanie” 2017, t. XVIII, z. 12, cz. II, s. 31.

¹⁶ Tamże, s. 32.

¹⁷ Dz.U. z 2020 r. poz. 2159.

¹⁸ W 1989 r. ustawa dopuszczała możliwość prowadzenia działalności rzemieślniczej jedynie w formie indywidualnej działalności gospodarczej osoby fizycznej i w formie spółki cywilnej osób fizycznych, a podmioty te mogły zatrudniać maksymalnie 15 pracowników najemnych.

rzemieślnika przez dopuszczenie możliwości prowadzenia działalności gospodarczej w formach prawnych spółek kapitałowych, a także doprecyzowanie definicji rzemiosła przez ustalenie zaliczanych do niego zawodów¹⁹. W dniu 10 lipca 2023 r. Rada Ministrów przyjęła *projekt ustawy o zmianie niektórych ustaw w celu ulepszenia środowiska prawnego i instytucjonalnego dla przedsiębiorców*²⁰, który zakłada między innymi zmiany w ustawie o rzemiośle²¹. Projekt ustawy został skierowany do dalszych prac w Sejmie.

Opisane wyżej okoliczności uzasadniały potrzebę realizacji badań mających na celu wieloaspektową ocenę potencjału polskiego rzemiosła, z uwzględnieniem rzemiosła funkcjonującego poza strukturami rzemieślniczego samorządu gospodarczego. Nie bez znaczenia był także fakt, że rzemiosło to sektor o specyficznych potrzebach wsparcia ze strony polityki publicznej, wartych szczegółowego rozpoznania²².



Niniejsze badanie zostało poprzedzone badaniami jakościowymi. W ich wyniku we współpracy PARP z Uniwersytetem SWPS powstał raport *Rzeczy i ludzie. Tożsamości polskiego rzemiosła*²³.

¹⁹ Kancelaria Prezesa Rady Ministrów, Projekt ustawy o rzemiośle, <https://www.gov.pl/web/premier/projekt-ustawy-o-rzemiosle> [dostęp 13.07.2023 r.].

²⁰ Kancelaria Prezesa Rady Ministrów, Projekt ustawy o zmianie niektórych ustaw w celu ulepszenia środowiska prawnego i instytucjonalnego dla przedsiębiorców, przyjęty przez rząd 10 lipca 2023 r., skierowany do Sejmu 19 lipca 2023 r., <https://www.gov.pl/web/premier/projekt-ustawy-o-zmianie-niektorych-ustaw-w-celu-ulepszenia-srodowiska-prawnego-i-instytucjonalnego-dla-przedsiębiorcow2> [dostęp 04.08.2023 r.].

²¹ Zgodnie z projektem rzemiosłem ma być wykonywanie działalności gospodarczej przez przedsiębiorcę z wykorzystaniem kwalifikacji zawodowych nabytych na podstawie określonych dowodów kwalifikacji zawodowych w rzemiośle. Wykorzystywane mogą być kwalifikacje właściciela firmy lub zatrudnianego przez niego na umowę o pracę pracownika, posiadającego kwalifikacje zawodowe w rzemiośle, potwierdzone wymaganymi dowodami. W projekcie zniesiono istniejące w obecnej ustawie o rzemiośle ograniczenia dotyczące formy prawnej i wielkości firmy do mikro, małych i średnich przedsiębiorstw.

²² Pierwszym znaczącym krokiem w tym kierunku było uruchomienie w 2021 roku przez Ministerstwo Rozwoju, Pracy i Technologii (obecne Ministerstwo Rozwoju i Technologii) programu *Polski Inkubator Rzemiosła na lata 2021–2030*. Główne cele programu to wsparcie infrastrukturalne i instytucjonalne organizacji rzemieślniczych oraz rozwój i promocja kształcenia dualnego w rzemiośle. Wsparcie skierowane jest do izb rzemieślniczych i cechów rzemieślniczych skupionych w ZRP. Dotychczas zrealizowano dwie edycje programu. We wrześniu 2023 roku rozpocznie się nabór wniosków do III edycji. Informacje dostępne pod: <https://niw.gov.pl/nasze-programy/polski-inkubator-rzemiosla/edycja-2024-pir/> [dostęp 21.08.2023 r.].

²³ D. Węćławska i in., *Rzeczy i ludzie. Tożsamości polskiego rzemiosła*, PARP, 2022, <https://www.parp.gov.pl/component/publications/publication/rzeczy-i-ludzie-tozsamosci-polskiego-rzemiosla> [dostęp 31.07.2023 r.].

Rozdział 3. Cele badania



Głównym celem badania była ocena potencjału gospodarczego podmiotów prowadzących działalność rzemieślniczą w Polsce.

Szczegółowe cele badania, wraz z przyporządkowanymi do nich pytaniami badawczymi, zaprezentowano poniżej.

1. Określenie roli rzemiosła w gospodarce
 - a) Jaki jest udział podmiotów prowadzących działalność rzemieślniczą wśród ogółu polskich podmiotów gospodarczych?
 - b) Jaki jest udział zatrudnienia w rzemiośle w ogólnej strukturze zatrudnienia?

2. Analiza struktury firm prowadzących działalność rzemieślniczą
 - a) Ilu pracowników zatrudniają?
 - b) W jakiej formie prawnej działają?
 - c) Gdzie są zlokalizowane (województwo, wielkość miejscowości)?
 - d) Jak długo są obecne na rynku?
 - e) Jaki mają zasięg działania?
 - f) Jakiego rodzaju działalnością się zajmują (według Polskiej Klasyfikacji Działalności PKD, zawodu wykonywanego przez właściciela oraz rodzaju kwalifikacji w rzemiośle)?
 - g) Jaki charakter mają produkty polskiego rzemiosła? Czy są to produkty końcowe; zaprojektowane przez podmioty rzemieślnicze; pojedyncze (tworzone na indywidualne zamówienia) lub krótkoseryjne?
 - h) Jaka jest skala działalności prowadzonej w rzemiośle (liczba sztuk/klientów)?
 - i) Kim są właściciele podmiotów rzemieślniczych (płeć, wiek, wykształcenie)?
 - j) Czy, a jeśli tak, to w jaki sposób, w działalność podmiotów rzemieślniczych są zaangażowani członkowie rodziny właściciela?
 - k) Czy działalność podmiotów rzemieślniczych jest wynikiem sukcesji rodzinnej? Jeśli tak, to które pokolenie prowadzi przedsiębiorstwo?
 - l) Czy podmioty prowadzące działalność rzemieślniczą należą do organizacji samorządu gospodarczego rzemiosła?
 - m) Czy identyfikują się z rzemiosłem?
 - n) Czy i w jaki sposób uczestniczą w kształceniu adeptów rzemiosła?

3. Ocena kondycji ekonomicznej rzemiosła oraz postrzeganych perspektyw rozwoju
 - a) Jak podmioty prowadzące działalność rzemieślniczą oceniają swoją kondycję ekonomiczną?
 - b) Jakie przychody osiągają i jaka jest ich dynamika?
 - c) Jaki kierunek i tempo przyszłego rozwoju firmy przewidują?
 - d) Na jakim etapie cyklu życia znajduje się branża, w której działają?
 - e) Czy planują przekazanie firmy następnemu pokoleniu? Jeśli tak, to czy przyszły sukcesor posiada potwierdzone kwalifikacje w rzemiośle i czy pracuje w podmiocie rzemieślniczym?
 - f) Jakie czynniki w otoczeniu rzemiosła wpływają pozytywnie lub negatywnie na rozwój działalności rzemieślniczej?
 - g) Czy firmy rzemieślnicze podejmują działania o charakterze inwestycyjnym? Jeśli tak, to jakiego rodzaju inwestycji dokonują i z jakich źródeł je finansują?
 - h) Czy realizowane inwestycje dotyczą wykorzystania nowoczesnych metod wytwarzania i technologii związanych z cyfryzacją, automatyzacją, marketingiem internetowym, nowoczesnym wzornictwem, GOZ itp.?
 - i) Czy oferowane wyroby lub usługi mają innowacyjny charakter?
4. Analiza strategii organizacyjnych stosowanych w rzemiośle
 - a) Jak firmy rzemieślnicze definiują swoje cele strategiczne?
 - b) W jakich czynnikach upatrują źródeł swojej przewagi konkurencyjnej? Czy jest to przewaga oparta na niskiej cenie (minimalizacji kosztów) czy wysokiej jakości (różnicowaniu oferty produktów i usług)?
 - c) Czy podmioty prowadzące działalność rzemieślniczą stosują strategię dywersyfikacji (działania na wielu różnych rynkach) czy też koncentracji (zawężenia pola działania do niszy rynkowej)?
 - d) W jakich niszach rynkowych działają?
 - e) W jakim stopniu realizowane strategie są skierowane przeciwko konkurentom, a w jakim nastawione na klienta i maksymalizowanie jego satysfakcji?
 - f) Jak podmioty prowadzące działalność rzemieślniczą postrzegają swoją konkurencję?
 - g) Jak oceniają swoją pozycję na tle konkurencji?
5. Ocena zasobów i kompetencji w rzemiośle
 - a) Jakie motywy zdecydowały o podjęciu działalności rzemieślniczej?

- b) Jak firmy rzemieślnicze oceniają swoje zasoby i kompetencje, w tym m.in. pod względem jakości zasobów ludzkich, technologii branżowych, technologii wspomagających (np. informatycznych, związanych z automatyzacją), reputacji firmy?
 - c) W jakim stopniu firmy rzemieślnicze podzielają wartości składające się na etos rzemieślniczy?
6. Identyfikacja potrzeb podmiotów prowadzących działalność rzemieślniczą w zakresie wsparcia publicznego
- a) Jakie problemy, w tym specyficzne dla tej grupy przedsiębiorstw (m.in. związane z kształceniem adeptów rzemiosła), mają podmioty prowadzące działalność rzemieślniczą?
 - b) W jakim zakresie podmioty te korzystają z dostępnych form wsparcia publicznego?
7. Charakterystyka firm rzemieślniczych na tle pozostałych podmiotów sektora MŚP
- a) Czy firmy rzemieślnicze różnią się strukturą od pozostałych podmiotów sektora MŚP?
 - b) Jaka jest kondycja ekonomiczna firm rzemieślniczych w porównaniu do pozostałych podmiotów sektora MŚP?
 - c) Czy firmy rzemieślnicze różnią się od pozostałych podmiotów sektora MŚP oceną perspektyw rozwojowych?
 - d) Czy i w jaki sposób strategie organizacyjne firm rzemieślniczych różnią się od strategii pozostałych firm sektora MŚP?

Rozdział 4. Definicja rzemiosła

Realizacja badania wymagała przyjęcia jednoznacznej definicji działalności rzemieślniczej oraz rzemieślnika. Punktem wyjścia w podjęciu tej decyzji była analiza prawnej, tj. obowiązującej w ustawie o rzemiośle²⁴, definicji rzemiosła.

4.1. Prawna definicja rzemiosła

Rzemiosło w rozumieniu ustawy o rzemiośle to zawodowe wykonywanie działalności gospodarczej przez osobę fizyczną lub podmioty działające w formie wybranych typów spółek, z wykorzystaniem zawodowych kwalifikacji i pracy własnej tej osoby lub współników (w przypadku spółek), w jej/ich imieniu własnym i na własny rachunek. Ustawa dopuszcza do grona rzemieślników, oprócz osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą, spółki osobowe osób fizycznych (cywilne, jawne, komandytowe, komandytowo-akcyjne) oraz jednoosobowe spółki kapitałowe powstałe w wyniku przekształcenia przedsiębiorcy będącego osobą fizyczną. W przypadku spółek osób obcych obowiązek wykorzystywania kwalifikacji zawodowych i pracy własnej dotyczy wszystkich współników, a w przypadku spółek rodzinnych (w których drugim współnikiem jest małżonek lub krewny w linii prostej, tj. dziecko, wnuk, rodzic, dziadek) – przynajmniej jednego współnika.

Kwalifikacje zawodowe w rzemiośle, zgodnie z wymogami ustawy, muszą być potwierdzone:

- 1) dyplomem lub świadectwem ukończenia wyższej, ponadgimnazjalnej lub ponadpodstawowej szkoły o profilu technicznym bądź artystycznym w zawodzie (kierunku) odpowiadającym dziedzinie wykonywanego rzemiosła,
- 2) dyplomem mistrza w zawodzie odpowiadającym danemu rodzajowi rzemiosła,
- 3) świadectwem czeladniczym lub tytułem robotnika wykwalifikowanego w zawodzie odpowiadającym danemu rodzajowi rzemiosła,
- 4) zaświadczeniem potwierdzającym posiadanie wybranych kwalifikacji zawodowych w zakresie zawodu odpowiadającego danemu rodzajowi rzemiosła.

²⁴ Dz.U. z 2020 r. poz. 2159.

Rzemieślnikami mogą być tylko podmioty z sektora MŚP. Ponadto ustawa wyklucza z kategorii rzemiosła działalność handlową, usługi hotelarskie, działalność transportową, usługi świadczone w wykonywaniu wolnych zawodów, usługi lecznicze oraz działalność wytwórczą i usługową artystów plastyków i fotografików.

Prawna definicja rzemiosła nie jest jednak w pełni jednoznaczna. Daje ona pewien stopień swobody w zaliczaniu do rzemiosła określonych rodzajów działalności. Problemem jest z pewnością brak listy zawodów rzemieślniczych. Choć zawody rzemieślnicze kojarzy się często z wykazem zawodów publikowanym przez organizacje samorządu rzemieślniczego²⁵, to ich utożsamienie z profesjami znajdującymi się w tego typu wykazach nie jest uprawnione. Wykazy te prezentują bowiem listę zawodów, w których prowadzona jest nauka zawodu u pracodawców rzemieślników i w których izby rzemieślnicze prowadzą egzaminy czeladnicze i mistrzowskie. Oficjalna lista zawodów rzemieślniczych zatem nie istnieje, a o tym, jakie zawody można uznać za rzemieślnicze, można wnioskować pośrednio – na podstawie listy rodzajów działalności, które nie zaliczają się do rzemiosła.

Legalna definicja rzemiosła nie ujmuje także tego zjawiska w całej jego złożoności. Z ustawowego zakresu rzemiosła wymyka się „nowe” rzemiosło. Zgodnie z ustawą uprawianie rzemiosła wymaga kwalifikacji udokumentowanych w ściśle określony sposób. Przedstawiciele „nowego” rzemiosła nie zawsze ten warunek spełniają – mimo silnie rozwiniętej tożsamości rzemieślniczej, która wyraża się identyfikacją z rzemiosłem i poszanowaniem istotnych dla rzemiosła wartości, takich jak: kult dobrze wykonanej pracy, zapewnienie wysokiej jakości produktu i jego wyjątkowego charakteru, dbałość o obsługę klienta. Biorąc pod uwagę aktualne trendy społeczno-kulturowe, można się spodziewać, że w ciągu najbliższych kilku lat polskie rzemiosło zasili grupa rzemieślników nowego typu, którzy mogą być w przyszłości siłą napędową sektora²⁶.

²⁵ Związek Rzemiosła Polskiego, *Zawody, w których realizowane jest dualne kształcenie zawodowe w rzemiośle*, 2023, https://zrp.pl/wp-content/uploads/2023/02/DUALNE_Wykaz-zawodow-nauka-zawodu_luty-2023-1.pdf [dostęp 11.07.2023 r.].

²⁶ J. Klimek, B. Żelazko, *Przedsiębiorczość...*, dz. cyt., s. 34.

4.2. Definicja przyjęta na cele badawcze

W związku z wielowymiarowością rzemiosła w przeprowadzonych badaniach uwzględniono trzy główne podejścia definicyjne. Sposób ich zastosowania opisano w rozdziale 5. Metodyka badawcza.

1 Prawna definicja rzemiosła

Definicja uwzględniała wymogi wynikające z ustawy o rzemiośle. Wymagała ona jednak precyzyjnego określenia profilu działalności rzemieślniczej. Na potrzeby realizowanych badań przyjęto, że działalność rzemieślnicza to działalność gospodarcza, której przedmiotem jest wykonywanie jednego z zawodów rzemieślniczych. Listę tych zawodów utworzono na podstawie *Klasyfikacji zawodów i specjalności na potrzeby rynku pracy*, kierując się wykazem zawodów, w których prowadzona jest dualna nauka zawodu w rzemiośle, opublikowanym przez Związek Rzemiosła Polskiego i uzupełniając go o zawody pokrewne; lista tak wybranych zawodów znajduje się w załączniku 1. Wykonywanie któregoś z tych zawodów przez właściciela lub właścicieli firmy, przy spełnieniu pozostałych wymogów wynikających z ustawy, pozwalało uznać, że badana firma to firma rzemieślnicza.

2 Rozszerzająca definicja rzemiosła

Definicja ta miała charakter bardziej „liberalny” w stosunku do definicji prawnej. Poszerzała ona, zgodnie z kierunkiem zmian w ówczesnym projekcie ustawy o rzemiośle, grono firm spełniających prawne kryteria rzemiosła o spółki kapitałowe (spółki z ograniczoną odpowiedzialnością i spółki akcyjne). Do grona rzemieślników dopuszczono także spółki kilku osób fizycznych, spośród których minimum jedna wykonuje w firmie zawód rzemieślniczy, a także firmy, w których właściciel lub współwłaściciel wykonuje zawód rzemieślniczy, ale kwalifikacje zawodowe tej osoby mogą być potwierdzone w inny sposób niż wymagany w ustawie o rzemiośle lub mogą w ogóle nie być potwierdzone.

3 Definicja związana z przynależnością do organizacji samorządu rzemieślniczego

Rzemiosło jest w Polsce instytucją reprezentowaną przez Związek Rzemiosła Polskiego oraz izby i cechy rzemieślnicze. Organizacje te działają na podstawie ustawy o rzemiośle oraz

własnych statutów. Przynależność do nich jest dobrowolna, ale – zgodnie z obowiązującymi przepisami – rzemieślnicy zatrudniający pracowników w celu przygotowania zawodowego w rzemiośle muszą być członkami cechu lub izby rzemieślniczej. W związku z tym uznano, że w badaniu powinno być uwzględnione również kryterium przynależności do tych organizacji.

Rozdział 5. Metodyka badawcza

Ze względu na brak danych na temat udziału firm rzemieślniczych w gospodarce oraz brak znajomości struktury tej grupy przedsiębiorstw projekt badawczy zrealizowano w dwóch etapach.

5.1. Badanie wstępne

Pierwszym etapem projektu badawczego było **badanie ilościowe na reprezentatywnej próbie mikro, małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP)**, z wyłączeniem pewnych grup firm, o których dalej mowa.

Cele badania

Badanie miało na celu:

- 1) określenie udziału w gospodarce podmiotów prowadzących działalność rzemieślniczą,
- 2) scharakteryzowanie struktury tych podmiotów, w tym. m.in. ze względu na przedmiot działalności, liczbę zatrudnionych, czas funkcjonowania na rynku, obroty, zasięg działania, województwo, wielkość miejscowości,
- 3) porównanie firm rzemieślniczych z firmami prowadzącymi działalność pozarzemieślniczą pod względem wybranych cech opisujących ich strukturę, kondycję ekonomiczną, postrzegane perspektywy rozwoju oraz orientacje strategiczne.

Wyniki badania miały także wspomagać w podjęciu decyzji co do sposobu zdefiniowania działalności rzemieślniczej w kolejnym etapie projektu, tj. w badaniu zasadniczym.

Badana populacja

Badaniem wstępnym zostały objęte przedsiębiorstwa sektora MŚP (w tym samozatrudnieni)²⁷, z wyłączeniem tych obszarów branżowych, w których działalność

²⁷ Przyjęto, że sektor MŚP stanowią mikro, małe i średniej wielkości podmioty gospodarki narodowej z wyłączeniem następujących sekcji PKD: A – Rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo i rybactwo; O – Administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe zabezpieczenia społeczne; T – Gospodarstwa domowe

rzemieślnicza – zgodnie z wymogami ustawy o rzemiośle – nie może być prowadzona. Wyłączono zatem obszary związane z działalnością handlową, hotelarską, transportową, usługami świadczonymi w wykonywaniu wolnych zawodów, usługami leczniczymi oraz działalnością wytwórczą i usługową artystów plastyków i fotografików²⁸. Poszukiwanie rzemieślników w obszarach ustawowo wykluczonych z rzemiosła było niecelowe.

Wielkość i dobór próby badawczej

Zastosowano dobór losowy warstwowy. Warstwy losowania zostały utworzone na podstawie klasy wielkości podmiotu, sekcji PKD oraz województwa. W strukturze próby nadreprezentowano firmy małe i średnie oraz niektóre sekcje PKD. Na etapie analizy danych strukturę próby zrealizowanej skorygowano za pomocą wag postrealizacyjnych, tak aby odzwierciedlała strukturę populacji objętej badaniem.

Próbę do badania wylosowano z operatu Polskiej Bazy Firm BISNODE.

Badaniem objęto 1007 przedsiębiorstw. Respondentami byli właściciele/współwłaściciele lub kadra zarządzająca przedsiębiorstw (prezysi, członkowie zarządu).

zatrudniające pracowników; gospodarstwa domowe produkujące wyroby i świadczące usługi na własne potrzeby; U – Organizacje i zespoły eksterytorialne, a także z wyłączeniem następujących form prawnych: 48 – fundacje; 50 – Kościół Katolicki; 51 – inne kościoły i związki wyznaniowe; 55 – stowarzyszenia; 60 – organizacje społeczne oddzielnie niewymienione; 70 – partie polityczne; 72 – związki zawodowe; 73 – organizacje pracodawców; 76 – samorząd gospodarczy i zawodowy; 85 – wspólnoty mieszkaniowe; 90 – związki grup producentów rolnych.

²⁸ Z sektora MŚP wyłączono zatem następujące sekcje i działy PKD: sekcja G – *Handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle* (z wyjątkiem klas 45.20.Z – *Konserwacja i naprawa pojazdów samochodowych, z wyłączeniem motocykli* oraz 47.76.Z – *Sprzedaż detaliczna kwiatów, roślin, nasion, nawozów, żywych zwierząt domowych, karmy dla zwierząt domowych prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach*), sekcja H – *Transport i gospodarka magazynowa*, sekcja M – *Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna* (z wyjątkiem klas 74.10.Z – *Działalność w zakresie specjalistycznego projektowania*, 74.20.Z – *Działalność fotograficzna*), dział 55 – *Zakwaterowanie*, dział 86 – *Opieka zdrowotna*.

Technika badawcza

Badanie zostało zrealizowane za pomocą procedury *Mixed Mode Survey Design*, z wykorzystaniem technik badawczych: CAPI (wywiad bezpośredni wspomagany komputerowo), CATI (wywiad telefoniczny) i CAWI (ankieta internetowa). Wybór techniki był zgodny z preferencjami respondenta. Dominowały wywiady CATI (76%), rzadziej wybierano wywiady CAPI (23%), sporadycznie respondenci zdecydowali się wypełnić ankietę CAWI (1%).

Termin realizacji

Badanie było realizowane w styczniu i lutym 2023 roku.

Analiza danych

W analizie wyników badania wstępnego wyodrębniono:

- 1) firmy spełniające kryteria rozszerzającej definicji rzemiosła,
- 2) firmy spełniające prawne kryteria rzemiosła,
- 3) firmy należące do cechów rzemieślniczych,
- 4) firmy niespełniające kryteriów rozszerzającej definicji rzemiosła.

Analizowano udział tych grup w populacji badanej oraz szacowano ich udział w sektorze MŚP.

Ponadto dokonano analizy porównawczej grup 1 i 2 w celu podjęcia decyzji co do sposobu definiowania rzemieślników w badaniu zasadniczym. Wobec braku istotnych różnic w sposobie funkcjonowania na rynku obydwu tych grup firm, a także w związku z wysokim stopniem ich autoidentyfikacji z rzemiosłem (odpowiednio 61% i 70%²⁹), zdecydowano o wykorzystaniu w badaniu zasadniczym rozszerzającej definicji rzemiosła.

W ujęciu porównawczym analizowano też grupy 1 i 4. Analiza miała na celu porównanie struktury oraz wybranych aspektów funkcjonowania na rynku firm spełniających kryteria rozszerzonej definicji rzemiosła oraz firm, które nie zostały uznane za rzemiosło w tym rozumieniu. Najważniejsze wyniki analizy porównawczej grup 1 i 4 przedstawiono w niniejszym raporcie.

²⁹ Tyle procent respondentów z obydwu tych grup stwierdziło w badaniu wstępnym, że ich firmę można uznać za rzemieślniczą, w tym odpowiednio 30% i 33% wyrażało te opinie w sposób zdecydowany (*zdecydowanie tak*).

W celu oceny zależności między analizowanymi zmiennymi a przynależnością do danej grupy wykorzystano test niezależności Chi-kwadrat Pearsona (χ^2). Do oceny istotności statystycznej różnic między proporcjami odpowiedzi w obydwu grupach zastosowano test proporcji z dla prób niezależnych z poprawką Bonferroniego, przyjmując poziom istotności $\alpha = 0,05$. Wyniki testów przedstawiono w dalszej części raportu na wykresach prezentujących dane dla grup 1 i 4. Jeśli odsetek odpowiedzi w jednej z tych grup był istotnie statystycznie wyższy niż w drugiej, to oznaczano go na wykresach znakiem „+”, a analogiczny odsetek w drugiej grupie (istotnie statystycznie niższy niż w pierwszej) oznaczano znakiem „-”.

5.2. Badanie zasadnicze

Drugim etapem projektu badawczego było **badanie ilościowe na próbie przedsiębiorstw rzemieślniczych**.

Cele badania

Celem badania było pozyskanie informacji umożliwiających pogłębioną analizę struktury i kondycji polskich firm rzemieślniczych, zgodnie z celami i pytaniami badawczymi przedstawionymi w rozdziale 3.

Populacja badana

Populację badaną stanowiły firmy rzemieślnicze w rozumieniu rozszerzającej definicji rzemiosła, tj. spełniające następujące kryteria:

- 1) przynależność do sektora MŚP,
- 2) prywatny typ własności,
- 3) prowadzenie działalności w jednej z następujących form prawnych: osoba fizyczna prowadząca działalność gospodarczą, spółki osobowe (cywilne, jawne, komandytowe, komandytowo-akcyjne), spółki handlowe (z ograniczoną odpowiedzialnością, akcyjne) oraz jednoosobowe spółki kapitałowe powstałe w wyniku przekształcenia przedsiębiorcy będącego osobą fizyczną,
- 4) wykonywanie w firmie przez jej właściciela, a w przypadku firm będących własnością kilku wspólników – przez co najmniej jednego z nich, zawodu rzemieślniczego, tj. zawodu znajdującego się na liście zawodów uznanych za rzemieślnicze na potrzeby niniejszego badania.

Wielkość i dobór próby badawczej

Zastosowano dobór kwotowy. Strukturę próby badawczej kontrolowano ze względu na następujące cechy:

- rodzaj wykonywanego rzemiosła – zawody rzemieślnicze wykonywane przez właściciela/wspólnika pogrupowano w następujące rodzaje rzemiosł: budowlane; drzewne; grafiki, druku i fotografii; metalowe; mineralne; odzieżowe, włókiennicze i skórzan; florystyczne; spożywcze; urody, stylizacji i zdrowia; pozostałe;
- klasę wielkości podmiotu – samozatrudnienie, mikro, małe i średnie;
- formę prawną;
- spełnianie kryteriów rzemiosła prawnego;
- przynależność do cechu lub izby rzemieślniczej;
- wielkość miejscowości;
- województwo.

Skład próby badawczej ze względu na te zmienne miał być zgodny z tym, który uzyskano w badaniu wstępnym w grupie rzemieślników spełniających kryteria poszerzonej definicji rzemiosła. Celowo nadreprezentowano jedynie firmy małe i średnie. Na etapie analizy danych strukturę próby zrealizowanej skorygowano jednak za pomocą wag postrealizacyjnych, tak aby odzwierciedlała strukturę populacji objętej badaniem. W związku z tym próba może być uznana za reprezentatywną – ze względu na wyżej wymienione cechy – dla ogółu firm rzemieślniczych.

Badaniem objęto 1000 przedsiębiorstw. Respondentami byli właściciele/współwłaściciele firm, a w pojedynczych przypadkach kadra zarządzająca przedsiębiorstw (prezysi, członkowie zarządu).

Technika badawcza

Badanie zostało zrealizowane za pomocą procedury *Mixed Mode Survey Design*, z wykorzystaniem technik badawczych: CAPI, CATI i CAWI. Wybór techniki był zgodny z preferencjami respondenta. Dominowały wywiady CATI (72%), rzadziej wybierano wywiady CAPI (27%), pojedyncze osoby wypełniły ankietę CAWI.

Termin realizacji

Badanie było realizowane w maju i czerwcu 2023 roku.

Analiza danych

Wyniki badania zasadniczego analizowano z uwzględnieniem wielu zmiennych, wśród których najważniejsze to wielkość firmy, jej forma prawna, rodzaj wykonywanego rzemiosła³⁰ oraz przynależność do cechu rzemieślniczego. W porównaniach grup wyróżnionych ze względu na te zmienne zastosowano test proporcji Z dla prób niezależnych z poprawką Bonferroniego (na poziomie istotności $\alpha = 0,05$). Test ten pozwala stwierdzić, czy odnotowane różnice między grupami miały charakter istotny statystycznie. Jeśli porównania międzygrupowe w dalszej części raportu zaprezentowano w formie graficznej, to stwierdzone różnice istotne statystycznie zostały oznaczone znakami „+” (odsetek istotnie statystycznie wyższy) lub „-” (odsetek istotnie statystycznie niższy). W pozostałych przypadkach na różnice istotne statystycznie zwracano uwagę w opisie danych. Jeśli zatem w opisie danych mowa o różnicach między grupami, to znaczy, że zostały one potwierdzone testami statystycznymi³¹.

³⁰ Liczba firm reprezentujących niektóre z wyróżnionych rodzajów rzemiosł była stosunkowo mała (30), w związku z czym należy zachować ostrożność we wnioskowaniu dotyczącym tych grup.

³¹ W pojedynczych przypadkach wskazano także na duże, choć nieistotne statystycznie różnice między grupami. W takich sytuacjach wspomniano jednak, że istotność statystyczna różnicy nie została wykazana.

Rozdział 6. Wyniki badań

Uwagi wstępne

W niniejszym rozdziale zaprezentowano najważniejsze wyniki badania wstępnego oraz badania zasadniczego.

W rozdziale 6.1. *Udział rzemiosła w gospodarce* zaprezentowano dane dotyczące firm rzemieślniczych definiowanych na dwa sposoby: spełniających prawne kryteria rzemiosła oraz spełniających kryteria rozszerzającej definicji rzemiosła. Kolejne rozdziały prezentują firmy rzemieślnicze w szerszym ujęciu. W przypadku nielicznych zagadnień dodatkowo zaprezentowano dane dotyczące firm spełniających kryteria prawne.

Przedstawione w rozdziale porównania firm rzemieślniczych i nierzemieślniczych zostały przeprowadzone na podstawie: wyników badania wstępnego, z zastosowaniem rozszerzającej definicji rzemiosła, na grupie firm podobnych branżowo, tj. działających w sekcjach PKD: C – *Przetwórstwo przemysłowe*, F – *Budownictwo* i S – *Pozostała działalność usługowa* oraz w wybranych klasach sekcji G – *Handel hurtowy i detaliczny, naprawa pojazdów samochodowych*³², I – *Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi*³³ oraz M – *Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna*³⁴.

Jeśli na wykresach są prezentowane dane dotyczące grup, których udział w próbie był korygowany za pomocą wag postrealizacyjnych, to podane liczebności tych grup są zgodne ze zrealizowanymi. Dane opisujące rozkłady odpowiedzi w tych grupach są zaś poddane waznieniu.

³² Klasy PKD: 45.20.Z – *Konserwacja i naprawa pojazdów samochodowych, z wyłączeniem motocykli*, 47.76.Z – *Sprzedaż detaliczna kwiatów, roślin, nasion, nawozów, żywych zwierząt domowych, karmy dla zwierząt domowych prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach*.

³³ Klasy PKD: 56.10.A – *Restauracje i inne stałe placówki gastronomiczne*, 56.10.B – *Ruchome placówki gastronomiczne*, 56.21.Z – *Przygotowywanie i dostarczanie żywności dla odbiorców zewnętrznych (katering)*, 56.29.Z – *Pozostała usługowa działalność gastronomiczna*, 56.30.Z – *Przygotowywanie i podawanie napojów*.

³⁴ Klasy PKD: 74.10.Z – *Działalność w zakresie specjalistycznego projektowania*, 74.20.Z – *Działalność fotograficzna*.

Na wykresach i w tabelach prezentujących dane dla wyróżnionych grup firm (np. rzemieślniczych i nierzemieślniczych, firm zajmujących się różnymi rodzajami rzemiosła) stwierdzone różnice istotne statystycznie zaznaczono znakami „+” lub „-”. Oznaczają one odpowiednio odsetek istotnie statystycznie wyższy lub niższy niż w grupie/grupach będących przedmiotem porównania.

6.1. Udział rzemiosła w gospodarce

Badanie wstępne pozwoliło na oszacowanie udziału w badanej populacji firm rzemieślniczych spełniających kryteria poszerzonej definicji rzemiosła oraz firm spełniających prawne kryteria działalności rzemieślniczej, które obowiązują w ustawie o rzemiośle. Stwierdzono, że w populacji badanej nieco ponad jedną trzecią firm można uznać za rzemiosło w szerszym ujęciu (37%). Ustawowe kryteria rzemiosła spełnia natomiast jedna czwarta firm.

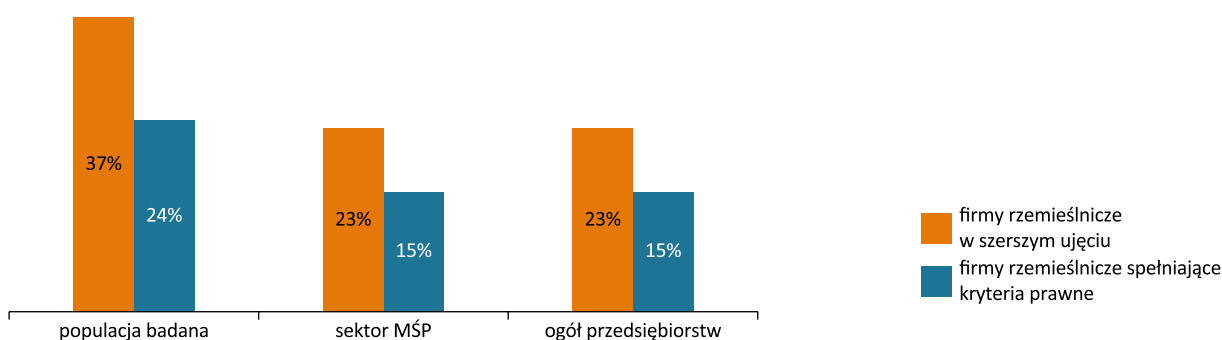
Jak wspomniano w rozdziale 5.1, populacji badanej – ze względu na wyłączenie z niej pewnych grup przedsiębiorstw – nie można utożsamić z sektorem MŚP. Ocena udziału rzemiosła w całym sektorze MŚP wymaga więc dokonania odrębnych szacunków, bazujących na określonych założeniach co do liczebności sektora, w tym wielkości grup wyłączonych z niego w badaniu wstępnym. Dokonując tych szacunków, przyjęto, że sektor MŚP obejmuje – zgodnie z podejściem stosowanym przez PARP³⁵ – następujące sekcje PKD: B – *Górnictwo i wydobywanie*, C – *Przetwórstwo przemysłowe*, D – *Wytwarzanie i zaopatrywanie w energię elektryczną, gaz, parę wodną, gorącą wodę i powietrze do układów klimatyzacyjnych*, E – *Dostawa wody; gospodarowanie ściekami i odpadami oraz działalność związana z rekultywacją*, G – *Handel; naprawa pojazdów samochodowych*, H – *Transport i gospodarka magazynowa*, I – *Zakwaterowanie i gastronomia*, J – *Informacja i komunikacja*, L – *Obsługa rynku nieruchomości*, M – *Działalność profesjonalna, naukowa*, N – *Administrowanie i działalność wspierająca*, P – *Edukacja*, Q – *Opieka zdrowotna i pomoc społeczna*, R – *Kultura, rozrywka i rekreacja*, S – *Pozostała działalność usługowa*.

³⁵ Por. PARP, *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce 2023*, <https://www.parp.gov.pl/component/publications/publication/raport-o-stanie-sektora-malych-i-srednich-przedsiębiorstw-w-polsce-2023> [dostęp 29.07.2023 r.].

Opierając się na danych GUS³⁶ i danych z badania wstępnego, można ostrożnie szacować, że w sektorze MŚP firmy rzemieślnicze w szerszym ujęciu stanowią 23%, a firmy spełniające ustawowe kryteria rzemiosła – 15%. Według danych GUS liczba aktywnych przedsiębiorstw sektora MŚP w 2021 roku wynosiła 2 352 193³⁷. Można zatem przyjąć, że rzemiosłem według szerszej definicji tego pojęcia zajmuje się w Polsce około 541 000 firm, w tym około 353 000 firm spełnia prawne kryteria rzemiosła.

Z uwagi na to, że przedsiębiorstwa sektora MŚP w Polsce stanowią 99,84% ogółu przedsiębiorstw³⁸, odsetek firm rzemieślniczych wśród ogółu przedsiębiorstw przedstawia się podobnie jak w sektorze MŚP.

Wykres 1. Udział firm rzemieślniczych w badanej populacji, w sektorze MŚP i wśród ogółu przedsiębiorstw



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania wstępnego i danych GUS.

Ze szczególną uwagą warto przyjrzeć się udziałowi firm rzemieślniczych wśród tych przedsiębiorstw, które ze względu rodzaj prowadzonej działalności gospodarczej są w naturalny sposób „predysponowane” do uprawiania rzemiosła. Do takich przedsiębiorstw należy zaliczyć firmy związane z przetwórstwem przemysłowym (sekcja C), budownictwem (sekcja F), usługami (sekcja S), a także niektóre firmy działające w innych sekcjach PKD:

³⁶ GUS, *Działalność przedsiębiorstw...*, dz. cyt.; GUS, *Kwartalna informacja o podmiotach gospodarki narodowej w rejestrze REGON rok 2023*, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/podmioty-gospodarcze-wyniki-finansowe/zmiany-strukturalne-grup-podmiotow/kwartalna-informacja-o-podmiotach-gospodarki-narodowej-w-rejestrze-regon-rok-2023,7,13.html> [dostęp 28.07.2023].

³⁷ Dane na podstawie: GUS, *Działalność przedsiębiorstw...*, dz. cyt.

³⁸ Dane na podstawie: GUS, *Działalność przedsiębiorstw...*, dz. cyt.

- zajmujące się naprawą pojazdów samochodowych lub sprzedażą detaliczną kwiatów i roślin (należące do sekcji G – *Handel hurtowy i detaliczny, naprawa pojazdów samochodowych*)³⁹,
- związane z usługami gastronomicznymi (należące do sekcji I – *Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi*)⁴⁰,
- związane z działalnością fotograficzną lub w zakresie projektowania (należące do sekcji M – *Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna*)⁴¹.

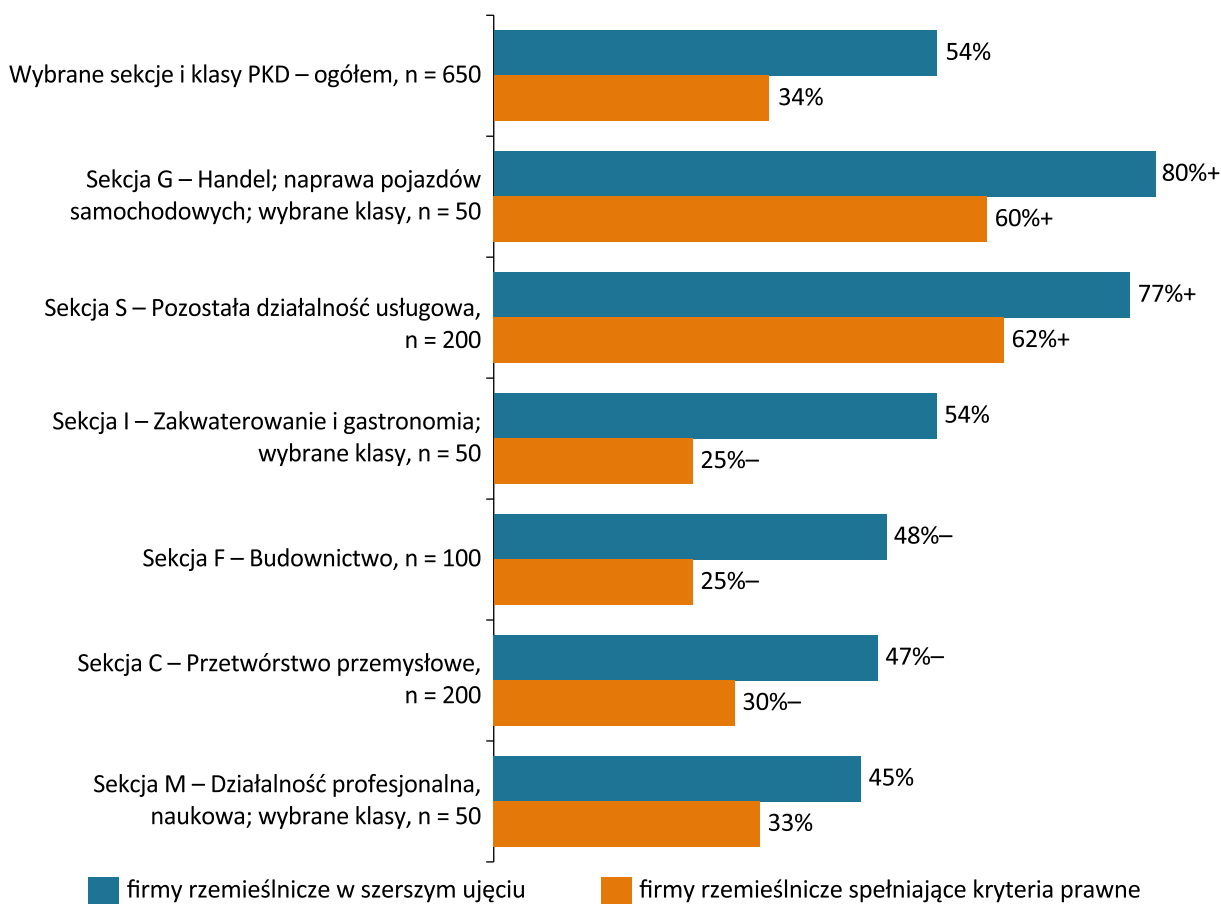
Należy jednak zauważyć, że nawet w tych sekcjach PKD, które nie kojarzą się działalnością rzemieślniczą, odnotowywano niekiedy firmy spełniające poszerzoną definicję rzemiosła. Wynikało to między innymi z prowadzenia działalności rzemieślniczej w innym obszarze niż ten wskazywany przez kod PKD. Było to jednak rzadkie zjawisko. Wśród ogółu firm uznanych w badaniu wstępnym za rzemieślnicze w szerszym ujęciu zdecydowanie dominowały firmy reprezentujące wymienione wyżej sekcje i klasy PKD (95%).

Na wykresie poniżej przedstawiono udział firm rzemieślniczych w sekcjach i klasach PKD odpowiadających wymienionym wyżej rodzajom działalności. W tak zdefiniowanej populacji nieco ponad połowa przedsiębiorców spełniła kryteria poszerzonej definicji rzemiosła, a co trzeci – kryteria ustawowe. Największy udział przedstawicieli rzemiosła zaobserwowano w branżach związanych z naprawą pojazdów samochodowych, sprzedażą kwiatów i roślin, a także w sektorze usług. Przeważająca część przedsiębiorców działających w tych obszarach (około 80%) to rzemieślnicy w szerszym rozumieniu, a około 60% z nich spełnia kryteria prawne rzemiosła. W pozostałych obszarach mniej więcej co drugą firmę zakwalifikowano do rzemiosła w szerokim ujęciu. Kryteria prawne spełniło od jednej czwartej do jednej trzeciej firm w zależności od obszaru działalności.

³⁹ Klasy PKD: 45.20.Z – *Konserwacja i naprawa pojazdów samochodowych, z wyłączeniem motocykli*, 47.76.Z – *Sprzedaż detaliczna kwiatów, roślin, nasion, nawozów, żywych zwierząt domowych, karmy dla zwierząt domowych prowadzona w wyspecjalizowanych sklepach*.

⁴⁰ Klasy PKD: 56.10.A – *Restauracje i inne stałe placówki gastronomiczne*, 56.10.B – *Ruchome placówki gastronomiczne*, 56.21.Z – *Przygotowywanie i dostarczanie żywności dla odbiorców zewnętrznych (katering)*, 56.29.Z – *Pozostała usługowa działalność gastronomiczna*, 56.30.Z – *Przygotowywanie i podawanie napojów*.

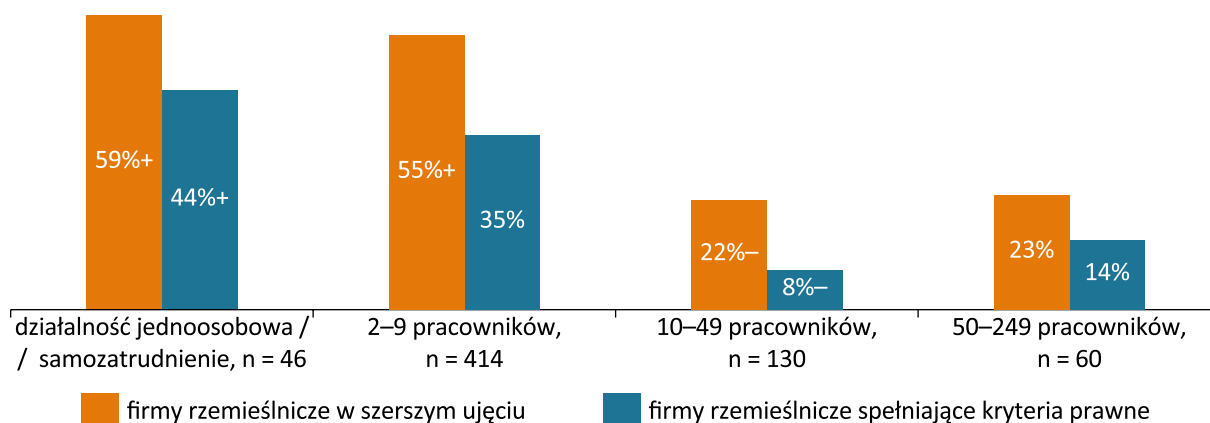
⁴¹ Klasy PKD: 74.10.Z – *Działalność w zakresie specjalistycznego projektowania*, 74.20.Z – *Działalność fotograficzna*.

Wykres 2. Udział firm rzemieślniczych w wybranych sekcjach i klasach PKD badanej populacji

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania wstępnego (n – firmy działające w sekcjach PKD C, F i S oraz wybranych klasach sekcji G, I i M). Znakami + i – oznaczono różnice istotne statystycznie między sekcjami/klasami PKD.

Największy udział rzemiosła – w każdym z ujęć definicyjnych – obserwujemy w firmach jednoosobowych i zatrudniających od 2 do 9 pracowników. W pozostałych klasach zatrudnienia działalność rzemieślnicza jest prowadzona znacznie rzadziej.

Wykres 3. Udział firm rzemieślniczych wśród firm reprezentujących wybrane sekcje i klasy PKD w podziale na klasy zatrudnienia



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania wstępnego (n – firmy działające w sekcjach PKD C, F i S oraz wybranych klasach sekcji G, I i M). Znakami + i – oznaczono różnice istotne statystycznie między klasami zatrudnienia.

Analizę udziału firm rzemieślniczych w układzie wojewódzkim utrudniają niewielkie reprezentacje w badaniu wstępnym firm z niektórych województw. W uprawniony sposób można ją przeprowadzić tylko w województwach, które w badaniu były najliczniej reprezentowane (ze względu na ogólnie większą liczbę przedsiębiorstw). Należały do nich województwa: mazowieckie, śląskie, wielkopolskie i dolnośląskie. Liderem rzemieślniczej przedsiębiorczości okazało się wśród nich województwo wielkopolskie, z udziałem firm rzemieślniczych w badanej populacji wynoszącym 45%. Zaraz za nim uplasowało się województwo dolnośląskie (41%), a najniższy wynik odnotowano w województwie mazowieckim (29%).

Podjęto także próbę oszacowania udziału zatrudnienia w rzemiośle w całkowitym zatrudnieniu w sektorze przedsiębiorstw, podawanym przez GUS. Do szacunków tych należy jednak podchodzić z dużą ostrożnością. W badaniu wstępnym respondentów pytano bowiem o liczbę osób zatrudnionych w firmie w ramach umowy o pracę. Natomiast dane GUS dotyczą przeciętnego zatrudnienia w całym badanym okresie (jednego roku), po przeliczeniu osób niepełnozatrudnionych na pełne etaty. Poza tym stosowana przez GUS definicja zatrudnionych wykracza nieco poza uwzględnione w badaniu wstępnym zatrudnienie na umowę o pracę. Średnia liczba osób zatrudnionych na umowę o pracę w firmie

spełniającej kryteria poszerzonej definicji rzemiosła⁴² wyniosła 4,3. Zatem – biorąc pod uwagę oszacowaną wyżej liczbę firm rzemieślniczych w Polsce – można przyjąć, że zatrudnionych w rzemiośle jest około 2326 tys. osób. Stanowi to 33% ogółu zatrudnionych w sektorze przedsiębiorstw⁴³.

6.2. Struktura firm rzemieślniczych na tle firm nierzemieślniczych

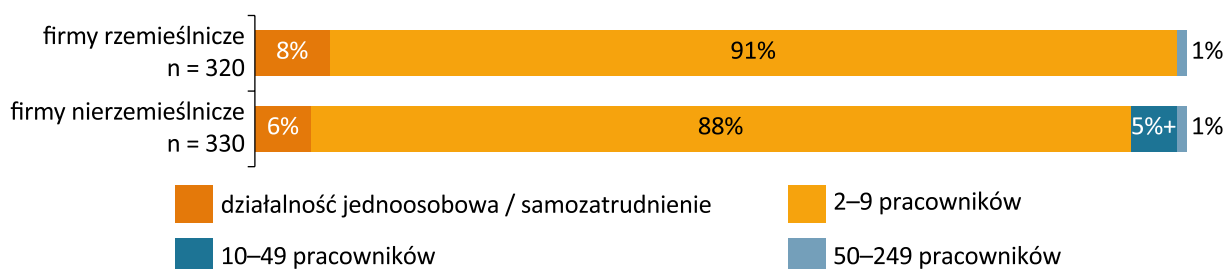
W niniejszym rozdziale zaprezentowano wyniki analizy porównawczej przedsiębiorstw uznanych w badaniu wstępnym za rzemieślnicze w szerszym ujęciu z tymi, które nie spełniły kryteriów tak rozumianego rzemiosła. Ze względu na chęć zapewnienia jak największego podobieństwa branżowego obydwu porównywanych grup analizę przeprowadzono wśród firm reprezentujących wskazane wyżej sekcje i klasy PKD (sekcje C, F, S oraz wybrane klasy sekcji G, I i M). W analizie uwzględniono takie cechy, jak: wielkość zatrudnienia, forma prawna, lokalizacja firmy (wielkość miejscowości), okres działalności na rynku i zasięg działania.

Wielkość firmy

Każda z obydwu grup firm jest zdominowana przez podmioty zatrudniające od 2 do 9 pracowników. Relatywnie rzadko w każdej z grup występują zarówno firmy jednoosobowe, jak i małe oraz średnie. Odsetek mikroprzedsiębiorców jest jednak wyższy wśród firm prowadzonych przez rzemieślników niż w firmach niezajmujących się rzemiosłem (99% w porównaniu do 94%). W konsekwencji średnia liczba osób zatrudnionych w firmach nierzemieślniczych na umowę o pracę jest większa (6,9) niż w firmach rzemieślniczych (4,3). Występują także różnice w zakresie stosowania przez firmy innych form zatrudnienia i innych typów umów (np. umowy o dzieło, zlecenia, agencyjnej, współpracy w ramach indywidualnej działalności gospodarczej). Z tego typu rozwiązań korzysta 31% firm rzemieślniczych i 40% firm nierzemieślniczych zatrudniających pracowników.

⁴² Pod uwagę wzięto firmy reprezentujące wybrane wyżej sekcje i klasy PKD.

⁴³ Przeciętne zatrudnienie w przedsiębiorstwach w 2021 roku wyniosło 7034,5 tys. osób. Dane na podstawie: GUS, *Działalność przedsiębiorstw...*, dz. cyt.

Wykres 4. Liczba pracowników w przeliczeniu na pełne etaty

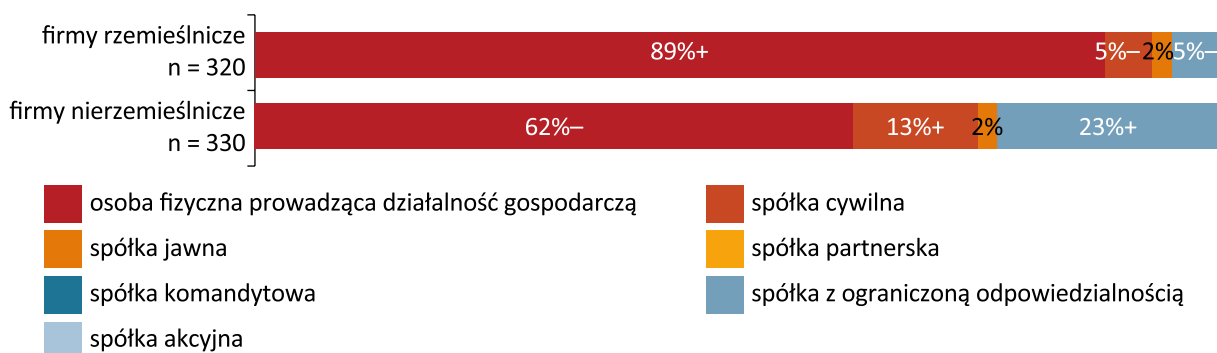
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania wstępnego (n – firmy działające w sekcjach PKD C, F i S oraz wybranych klasach sekcji G, I i M). Znakiem + oznaczono istotne statystycznie różnice między firmami rzemieślniczymi a nierzemieślniczymi.

Forma prawna

Przedsiębiorstwa rzemieślnicze wyraźnie różnią się od nierzemieślniczych formą prawną. Choć w obydwu tych grupach przedsiębiorcami najczęściej są osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą, to ta forma prawna znacznie częściej obserwowana jest wśród podmiotów rzemieślniczych (89%) niż pozostałych (62%). Z kolei te ostatnie częściej działają jako spółki z ograniczoną odpowiedzialnością (23%; wśród rzemieślników – 5%) lub spółki cywilne (odpowiednio 13% i 5%). Wśród firm rzemieślniczych występują zatem spółki z ograniczoną odpowiedzialnością (których obecna ustawa o rzemiośle nie dopuszcza do grona rzemieślników), a ich 5-procentowy udział należy uznać za relatywnie wysoki⁴⁴.

⁴⁴ Według danych GUS udział spółek z ograniczoną odpowiedzialnością wśród ogółu podmiotów działających jako osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą lub w formie spółek cywilnych lub spółek handlowych wyniósł 12%. Obliczenia własne na podstawie: GUS, *Zmiany strukturalne grup podmiotów gospodarki narodowej w rejestrze REGON, 2022 r.*, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/podmioty-gospodarcze-wyniki-finansowe/zmiany-strukturalne-grup-podmiotow/zmiany-strukturalne-grup-podmiotow-gospodarki-narodowej-w-rejestrze-regon-2022-r-,1,27.html> [dostęp 14.07.2023 r.].

Wykres 5. Forma prawna firmy

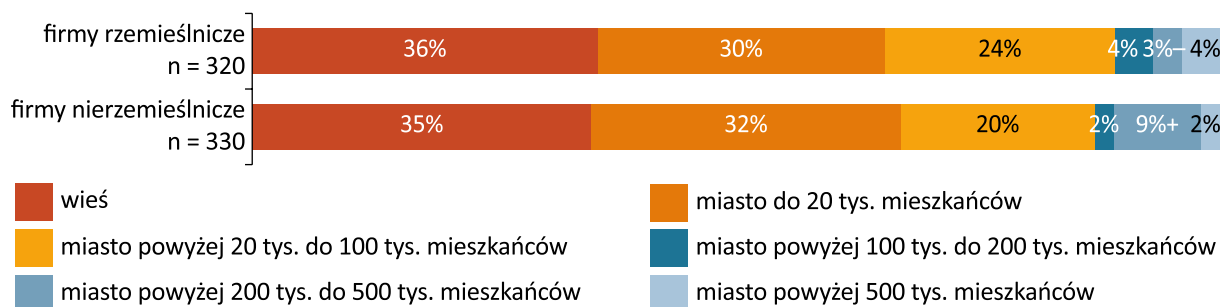


Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania wstępnego (n – firmy działające w sekcjach PKD C, F i S oraz wybranych klasach sekcji G, I i M). Znakami + i – oznaczono istotne statystycznie różnice między firmami rzemieślniczymi a nierzemieślniczymi.

Typ lokalizacji

Zarówno firmy rzemieślnicze, jak i nierzemieślnicze działające w analizowanych sekcjach i klasach PKD są często związane ze środowiskami wiejskimi i małymi miast. Ponad jedna trzecia firm – niezależnie od typu – ma swoją siedzibę na wsiach, a nieco mniej liczna grupa – w miastach liczących do 20 tys. mieszkańców. Pozostali przedsiębiorcy zwykle mają swoje firmy w miastach od 20 do 100 tys. mieszkańców. Daje się jednak zauważyć pewne przesunięcie w strukturze firm nierzemieślniczych w kierunku większych lokalizacji (powyżej 100 tys. mieszkańców). Największa różnica dotyczy miast od 200 do 500 tys. mieszkańców, w których zlokalizowanych jest 3% firm rzemieślniczych i 9% firm, których nie uznano za rzemiosło. Warto jednak dodać, że przedsiębiorcy z jednej i drugiej grupy są – na tle całej badanej populacji – rzadziej obecni w środowisku dużych miast (powyżej 200 tys. mieszkańców)⁴⁵.

⁴⁵ W populacji objętej badaniem wstępnym udział firm zlokalizowanych w miastach powyżej 200 tys. mieszkańców wyniósł 19%.

Wykres 6. Wielkości miejscowości, w której mieści się główna siedziba firmy

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania wstępnego (n – firmy działające w sekcjach PKD C, F i S oraz wybranych klasach sekcji G, I i M). Znakami + i – oznaczono istotne statystycznie różnice między firmami rzemieślniczymi a nierzemieślniczymi.

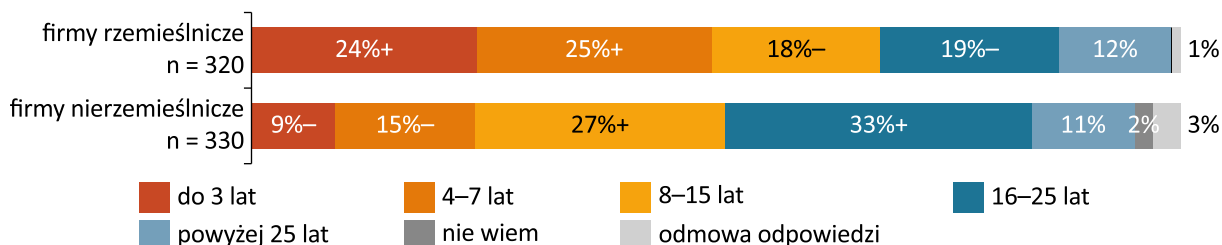
Okres działalności

Kolejnym obszarem znaczących różnic między firmami rzemieślniczymi a nierzemieślniczymi jest czas ich funkcjonowania na rynku. Kierunek stwierdzonych różnic nie jest jednak oczywisty. Okazało się bowiem, że polskie rzemiosło, mimo skojarzeń z wieloletnią tradycją, zakładami rzemieślniczymi, które wraz ze swoją historią, często wielopokoleniową, a nawet przedwojenną, wrosły w klimat polskich miast i miasteczek⁴⁶, jest statystycznie „młodsze” niż firmy, których nie uznano za rzemieślnicze. Wśród firm prowadzonych przez rzemieślników wyraźnie więcej jest bowiem tych, które powstały nie więcej niż 3 lata temu i w okresie od 4 do 7 lat temu (łącznie 49% w porównaniu do 24% wśród firm niezajmujących się rzemiosłem), a mniej tych o dłuższym stażu rynkowym. Wyjątkiem są tu firmy najstarsze, działające powyżej 25 lat – ich udział w obydwu grupach jest zbliżony (nieco ponad 10%). Największa różnica dotyczy firm najmłodszych. Może ona świadczyć o relatywnie bardziej dynamicznym rozwoju przedsiębiorczości rzemieślniczej oraz rosnącym zapotrzebowaniu na produkty i usługi

⁴⁶ Taki obraz rzemiosła jest dość często obecny w mediach. Temat ten często pojawia się w kontekście „wymierania” starych pracowni i zakładów rzemieślniczych. Uzyskane dane wydają się potwierdzać, że proces ten miał miejsce. Por. K. Chudyńska-Szuchnik, M. Malinowski, *Transmisja rzemiosła – możliwości i przeszkody*, Muzeum Warszawy, 2021, s. 16, <https://muzeumwarszawy.pl/raport-z-badania-transmisja-rzemiosla-mozliwosci-i-przeszkody/> [dostęp 20.08.2023 r.]. Także pandemia COVID-19 była czynnikiem skłaniającym rzemieślników, np. działających w obszarze gastronomii, do wycofywania się z rynku. Dotyczyło to też przedstawicieli innych rodzajów rzemiosła. W prasie branżowej można znaleźć na przykład informacje, że wielu złotników zamknęło swoje zakłady w związku z kryzysem wywołanym pandemią COVID-19. Informacje na podstawie: *Rzemiosło na topie*. Rozmowa z P. Rojewskim i P. Rojewską, w: *Polski Jubiler*, <https://www.polskijubiler.pl/artukul/9975/rzemioslo-na-topie.html> [dostęp 31.07.2023 r.].

rzemieślnicze, które skłania osoby posiadające odpowiednie kwalifikacje do zakładania firm. Uzyskane dane mogą też wskazywać na wychodzenie z rynku najstarszych firm rzemieślniczych, co powoduje, że w ogólnej strukturze tego typu firm udział zyskują firmy młodsze.

Wykres 7. Okres działalności firmy

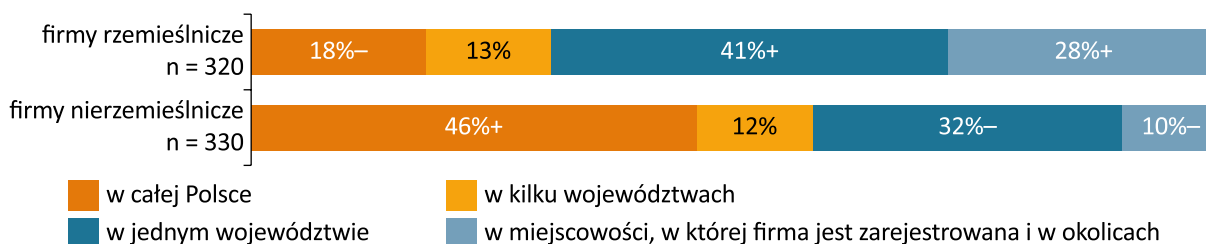


Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania wstępnego (n – firmy działające w sekcjach PKD C, F i S oraz wybranych klasach sekcji G, I i M). Znakami + i – oznaczono istotne statystycznie różnice między firmami rzemieślniczymi a nierzemieślniczymi.

Zasięg działalności

Istotne różnice między firmami rzemieślniczymi a nierzemieślniczymi stwierdzono także pod względem zasięgu działania. Przedsiębiorcy rzemieślnicy działają w zdecydowanie mniejszej skali niż firmy nierzemieślnicze. Blisko połowa firm z tej ostatniej grupy prowadzi aktywność na skalę ogólnopolską, a wśród rzemieślników – tylko 18%. Typowa firma rzemieślnicza obsługuje zwykle klientów z jednego województwa (41%). Często też jest skupiona na klientach z miejscowości, w której działa lub z okolic (28%). Różnice odnotowano także pod względem umiędzynarodowienia działalności firmy. Choć polskie firmy, ogólnie rzecz biorąc, rzadko działają w skali międzynarodowej, to taką aktywnością częściej mogą się pochwalić firmy nierzemieślnicze (6% w porównaniu do 3% wśród rzemieślników).

Wykres 8. Zasięg działalności firmy



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania wstępnego (n – firmy działające w sekcjach PKD C, F i S oraz wybranych klasach sekcji G, I i M). Znakami + i – oznaczono istotne statystycznie różnice między firmami rzemieślniczymi a nierzemieślniczymi.

6.3. Profil działalności rzemieślniczej

Przeprowadzone badania pozwalają na obszerną charakterystykę profilu działalności polskich rzemieślników.

Rodzaje rzemiosła

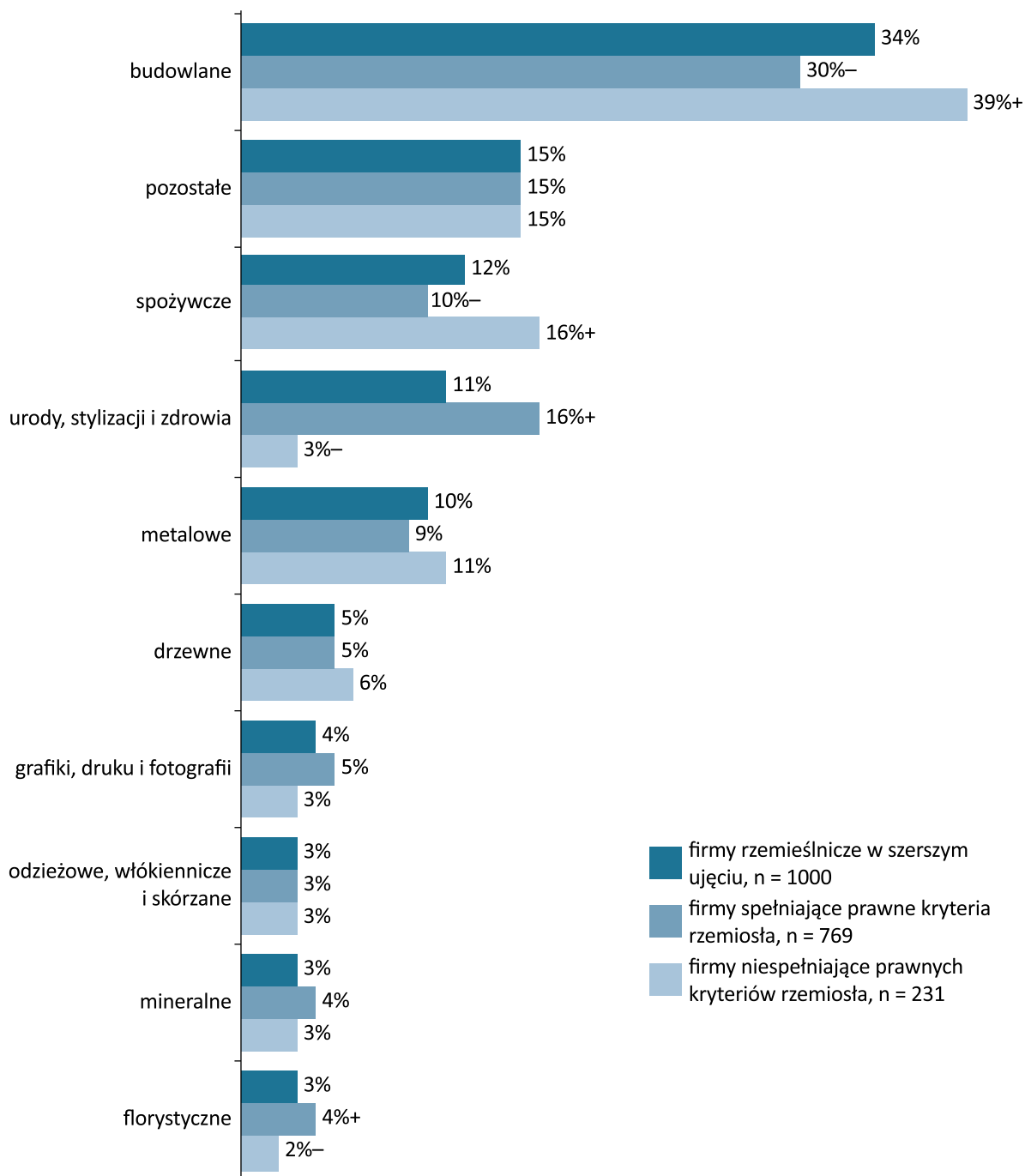
Profil ten warto w pierwszej kolejności opisać za pomocą zawodów rzemieślniczych wykonywanych przez właścicieli firm. Zawody te zostały na potrzeby badania połączone w dziesięć grup – rodzajów rzemiosła. Podstawą kwalifikacji firmy do określonego rodzaju rzemiosła był zawód wskazany jako istotny dla działalności firmy i jednocześnie wykonywany przez właściciela. Rodzaje rzemiosła wykonywanego przez badane przedsiębiorstwa zaprezentowano na wykresie 9. Na rysunku 1 przedstawiono natomiast zawody najczęściej wykonywane przez przedsiębiorców w ramach poszczególnych rodzajów rzemiosła, a na wykresie 10 – zawody najczęściej wykonywane w populacji rzemieślników traktowanej jako całość.

Przedsiębiorstwa rzemieślnicze najczęściej wykonują działalność związaną z pracami budowlanymi. Trudni się nimi co trzecia badana firma. Najczęstszy zawód wykonywany przez właścicieli tych firm to murarz-tylnkarz (20%). Dość często przedstawiciele rzemiosła budowlanego wykonują także zawody: technika elektryka, monter konstrukcji budowlanych, murarza i hydraulika (po 7%). Wśród firm rzemieślniczych dość licznie reprezentowane są także firmy zajmujące się rzemiosłami sklasyfikowanymi jako *pozostałe* (15%), które są związane głównie z mechaniką pojazdów oraz innych maszyn i urządzeń. Na kolejnym miejscu pod względem częstości występowania uplasowały się rzemiosła spożywcze, związane z uprawianiem przede wszystkim takich zawodów, jak: kucharz, technik żywienia i usług gastronomicznych, cukiernik, piekarz. Działalnością w tym obszarze zajmuje się 12% badanych firm. Podobny udział w populacji przedsiębiorstw rzemieślniczych mają usługi związane z urodą, stylizacją oraz zdrowiem (11%). W tej grupie najbardziej popularne zawody to fryzjer damski, fryzjer i kosmetyczka. Kolejna podobnie liczna grupa rzemieślników (10%) prowadzi działalność związaną z obróbką metalu (rzemiosło metalowe), wykonując najczęściej zawód spawacza lub tokarza w metalu. W badaniu zidentyfikowano także liczące od 3% do 5% grupy przedstawicieli rzemiosł:

- drzewnych (najczęściej łączących się z wykonywaniem zawodów stolarza i stolarza budowlanego);
- grafiki, druku i fotografii (zdominowanego przez zawód fotografa);
- odzieżowych, włókienniczych i skórzanых (z największym udziałem krawców);

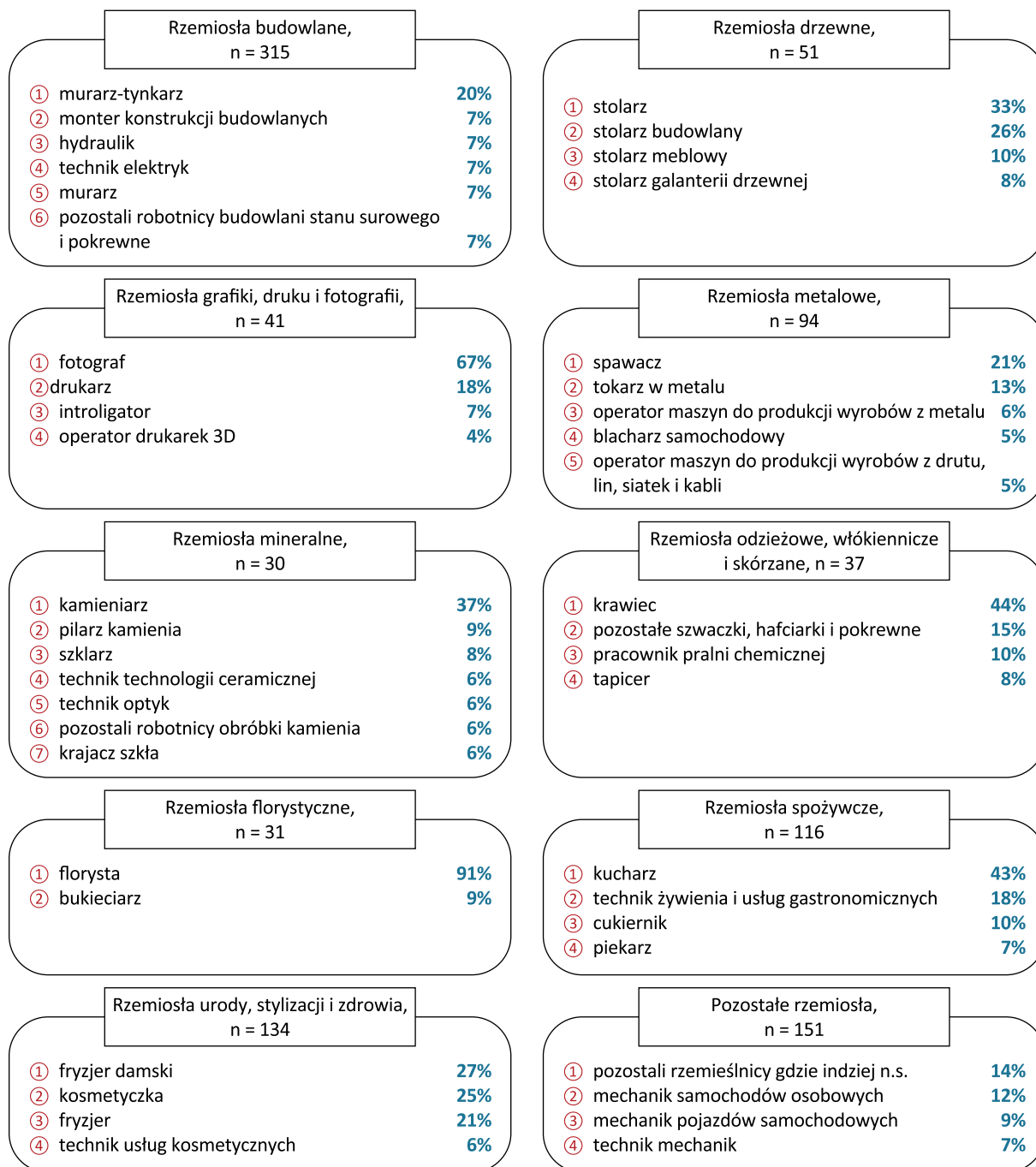
- mineralnych (najczęściej wykonujących zawód kamieniarza);
- florystycznych (związanych z zawodami florysty i bukietarza).

Wykres 9. Rodzaje wykonywanego rzemiosła



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego. Znakami + i – oznaczono istotne statystycznie różnice między firmami spełniającymi prawne kryteria rzemiosła a firmami niespełniającymi tych kryteriów.

Rysunek 1. Zawody najczęściej wykonywane przez właścicieli przedsiębiorstw w ramach różnych rodzajów rzemiosła



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego.

Odnotowano pewne różnice w specjalizacji przedsiębiorstw spełniających ustawowe kryteria rzemiosła i tych, które tych kryteriów nie spełniły. Te pierwsze częściej zajmują się działalnością w obszarze urody, stylizacji i zdrowia (różnica o 13 p.p.) i rzemiosłami

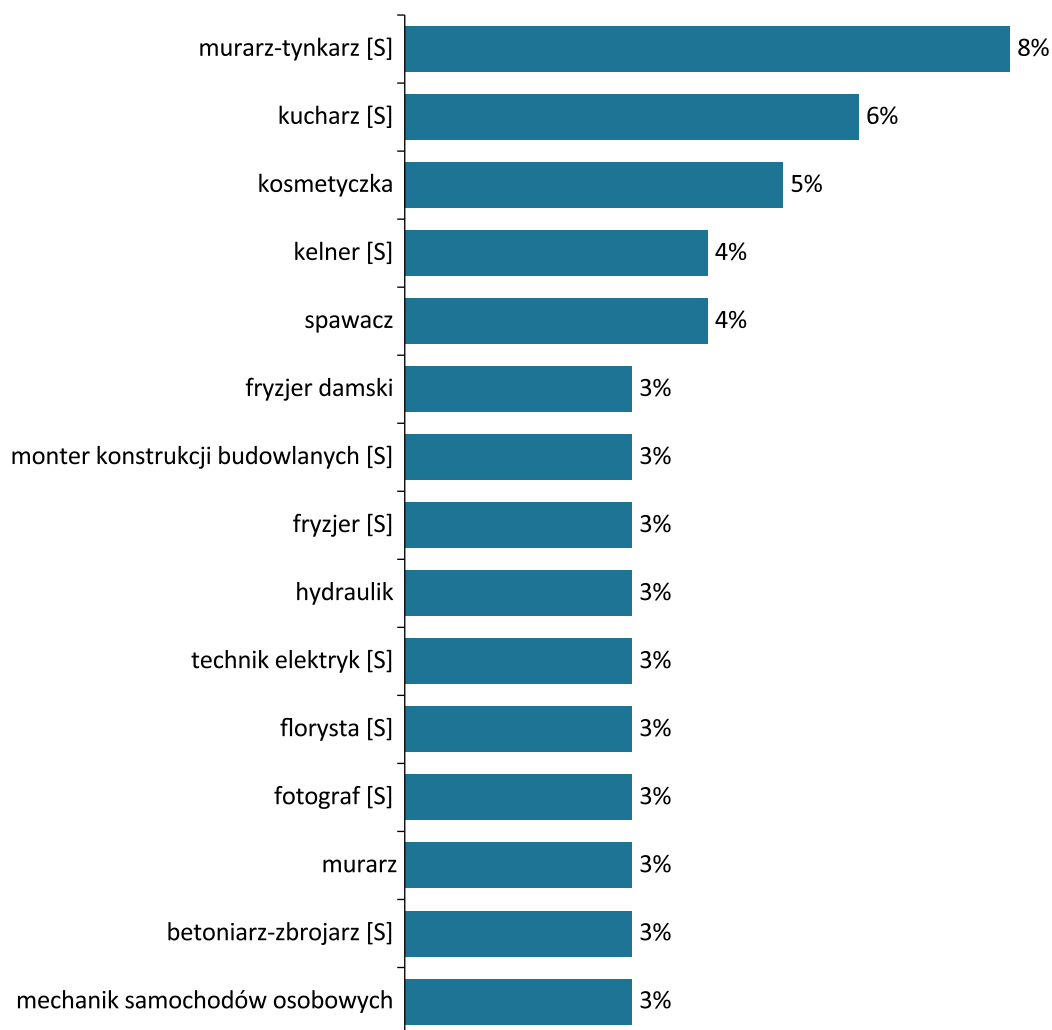
florystycznymi (różnica o 2 p.p.). Z kolei firmy rzemieślnicze niespełniające kryteriów prawnych częściej spotykamy w rzemiosłach budowlanych (różnica o 9 p.p.) i spożywczych (różnica o 6 p.p.). Zaobserwowane różnice należy interpretować w kontekście przyjętych definicji rzemiosła. Główną linię demarkacyjną między definicją prawną a rozszerzającą wyznaczały kwalifikacje właściciela, które w przypadku tej pierwszej musiały być potwierdzone, a w przypadku tej drugiej – nie. Różnica dotyczyła też formy prawnej firmy – rozszerzająca definicja rzemiosła uwzględniała spółki kapitałowe w odróżnieniu od definicji prawnej. Jeśli zatem w pewnych obszarach branżowych firmy spełniające kryteria prawne ujawniały się częściej niż te, które ich nie spełniły, to oznacza to, że w tych obszarach przedsiębiorcy częściej potrafili udokumentować swoje kwalifikacje zawodowe lub też rzadziej działali w formie spółek handlowych.

W konsekwencji opisanej wyżej specjalizacji w populacji polskich przedsiębiorców rzemieślników traktowanej jako całość (bez uwzględniania podziału na rodzaje rzemiosła) najczęściej reprezentowane są następujące zawody: murarz-tynkarz (8%), kucharz (6%), kosmetyczka (5%), kelner, spawacz (po 4%), fryzjer damski, monter konstrukcji budowlanych, fryzjer, hydraulik, technik elektryk, florysta, fotograf, murarz, betoniaryz-zbrojarz oraz mechanik samochodów osobowych (po 3%).

Warto zauważyć, że ponad połowa z nich to zawody szkolnictwa branżowego. Kilka z tych profesji (technik elektryk, monter konstrukcji budowlanych i betoniaryz-zbrojarz) – według prognoz Ministerstwa Edukacji i Nauki – ma strategiczne znaczenie dla rynku pracy. Zostały one umieszczone na opracowanej w styczniu 2023 roku liście 33 zawodów o wysokim zapotrzebowaniu na pracowników na krajowym rynku pracy⁴⁷. Badani reprezentowali także wiele innych zawodów znajdujących się na tej liście, lecz miało to miejsce rzadziej niż w przypadku trzech wyżej wskazanych⁴⁸. Można sądzić, że rzemieślnicy wykonujący zawody z listy działają w obszarach dużego popytu.

⁴⁷ Ministerstwo Edukacji i Nauki, *Prognoza zapotrzebowania na pracowników w zawodach szkolnictwa branżowego na krajowym i wojewódzkim rynku pracy*, Załącznik do obwieszczenia Ministra Edukacji i Nauki z dnia 20 stycznia 2023 r., M.P. poz. 145.

⁴⁸ W próbie rzemieślników zidentyfikowano osoby wykonujące następujące zawody z listy 33 zawodów o największym przewidywanym zapotrzebowaniu na krajowym rynku pracy: technik dekarstwa, technik elektryk, technik energetyk, technik mechanik, technik spawalnictwa, monter konstrukcji budowlanych, betoniaryz-zbrojarz, cieśla, dekarz, monter stolarki budowlanej, automatyk, elektryk, elektromechanik.

Wykres 10. Zawody najczęściej wykonywane przez przedsiębiorców rzemieślników (top 15)

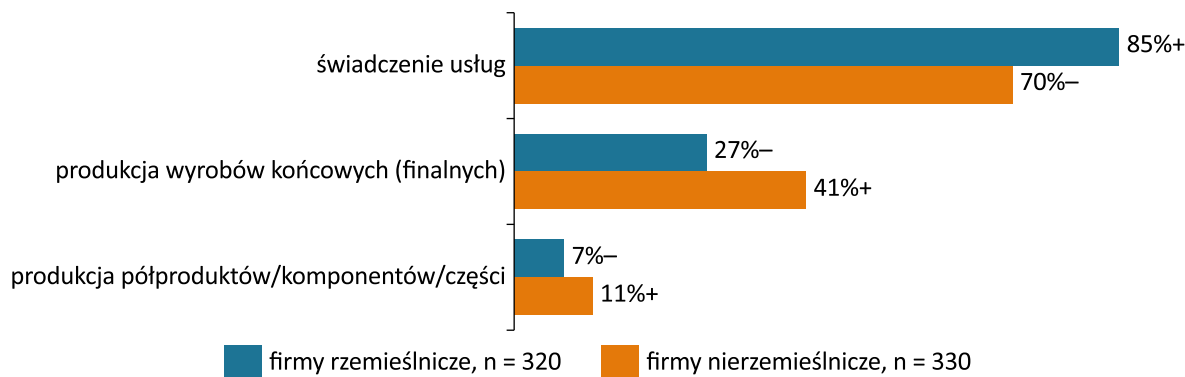
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n = 1000; wskazania powyżej 2%; literą [S] oznaczono zawody szkolne).

Profil działalności

Najbardziej powszechny profil działalności rzemieślniczej to działalność usługowa. Zajmuje się nią 85% firm. Dość często w ofercie rzemieślników znajduje się także produkcja wyrobów końcowych (27%). Relatywnie rzadko działalność rzemieślnicza jest związana z wytwarzaniem produktów/komponentów/części (7%). Większość firm trudni się jednym rodzajem działalności – wyłącznie usługami (71%) lub produkcją (15%). Co siódma firma łączy działalność usługową z produkcyjną.

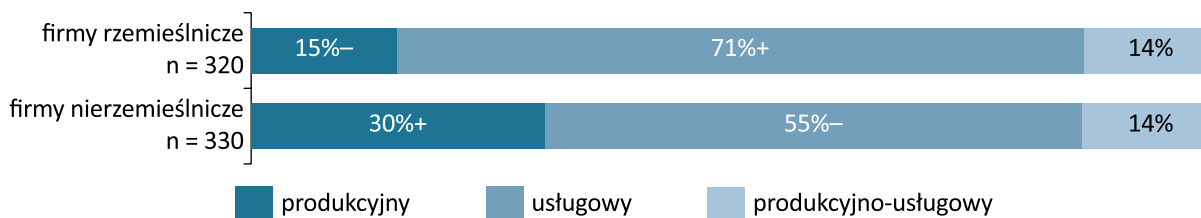
Od działających w podobnych branżach firm nierzemieślniczych firmy zajmujące się rzemiosłem odróżniają się częstszym prowadzeniem działalności usługowej.

Wykres 11. Typ działalności firmy



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania wstępnego (n – firmy działające w sekcjach PKD C, F i S oraz wybranych klasach sekcji G, I i M; pytanie wielokrotnego wyboru). Znakami + i – oznaczono istotne statystycznie różnice między firmami rzemieślniczymi a nierzemieślniczymi.

Wykres 12. Profil działalności firmy



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania wstępnego (n – firmy działające w sekcjach PKD C, F i S oraz wybranych klasach sekcji G, I i M). Znakami + i – oznaczono istotne statystycznie różnice między firmami rzemieślniczymi a nierzemieślniczymi.

Warto zauważyć, że usługi oferowane przez przedsiębiorców rzemieślników bardzo często są związane z tworzeniem nowych produktów. Ma to miejsce w 67% przedsiębiorstw deklarujących świadczenie usług. Szczególnie często swoją działalność opisują w taki sposób przedstawiciele rzemiosł: florystycznych, spożywczych, mineralnych, drzewnych oraz grafiki, druku i fotografii (od 83% do 100%).

Wiele rzemieślniczych przedsiębiorstw usługowych (około 70%) oferuje usługi, których istotą jest przedłużanie cyklu życia produktów zgodnie z wpisującymi się w ideę zrównoważonego rozwoju zasadami naprawialności, ponownego wykorzystania i zabezpieczania przed

starzeniem. Usługi konserwacyjne i renowacyjne szczególnie często świadczą firmy związane z rzemiosłem budowlanym i rzemiosłem sklasyfikowanym jako *pozostałe* (74–95%). W tej ostatniej kategorii – oprócz wspomnianych wcześniej usług naprawy samochodów i pojazdów samochodowych – mieszczą się także zawody związane z naprawą innych maszyn i urządzeń (np. urządzeń i instalacji klimatyzacyjnych i chłodniczych, urządzeń energetyki odnawialnej, sprzętu gospodarstwa domowego, elektroniki samochodowej). Uczestnicy badania jakościowego rzemiosła, przeprowadzonego przez PARP, zauważali wśród konsumentów, zwłaszcza tych o większej świadomości ekologicznej, tendencję do naprawiania i ponownego wykorzystania produktów. Uważali, że jest to trend, który może się przyczynić do wzrostu popularności rzemiosła. Obecny jego wpływ na decyzje konsumenckie uważali jednak za raczej mały⁴⁹.

Wykres 13. Charakter usług świadczonych przez firmę



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n = 822 – firmy świadczące usługi).

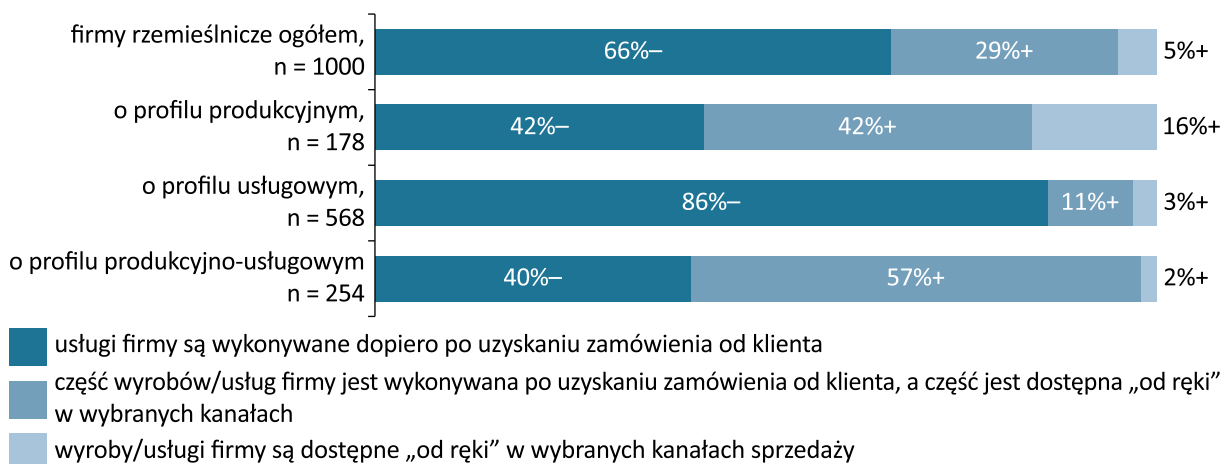
Sposób realizacji produkcji lub świadczenia usług

Oferta rynkowa firm rzemieślniczych jest w dużym stopniu zindywidualizowana i każdorazowo dostosowywana do potrzeb klienta. Świadczą o tym odpowiedzi badanych na pytanie, czy oferowane przez nich wyroby/usługi są dostępne „od ręki” w wybranych kanałach sprzedaży czy też wykonywane dopiero po uzyskaniu zamówienia od klienta. Oferta dwóch trzecich przedsiębiorstw rzemieślniczych jest dostępna wyłącznie na zamówienie, a około 30% firm stosuje obydwa wymienione modele sprzedaży. Jedynie 5% udostępnia gotowe produkty/usługi w wybranych kanałach sprzedaży. Nie zaskakuje fakt, że sprzedaż wyłącznie na zamówienie szczególnie często ma miejsce wśród firm zajmujących się rzemiosłami budowlanymi (85%) i z zakresu urody, stylizacji i zdrowia (82%). Mieszany model sprzedaży stosowany jest częściej przez przedstawicieli rzemiosł mineralnych (69%),

⁴⁹ D. Węćławska i in., *Rzeczy i ludzie...*, dz. cyt., s. 21.

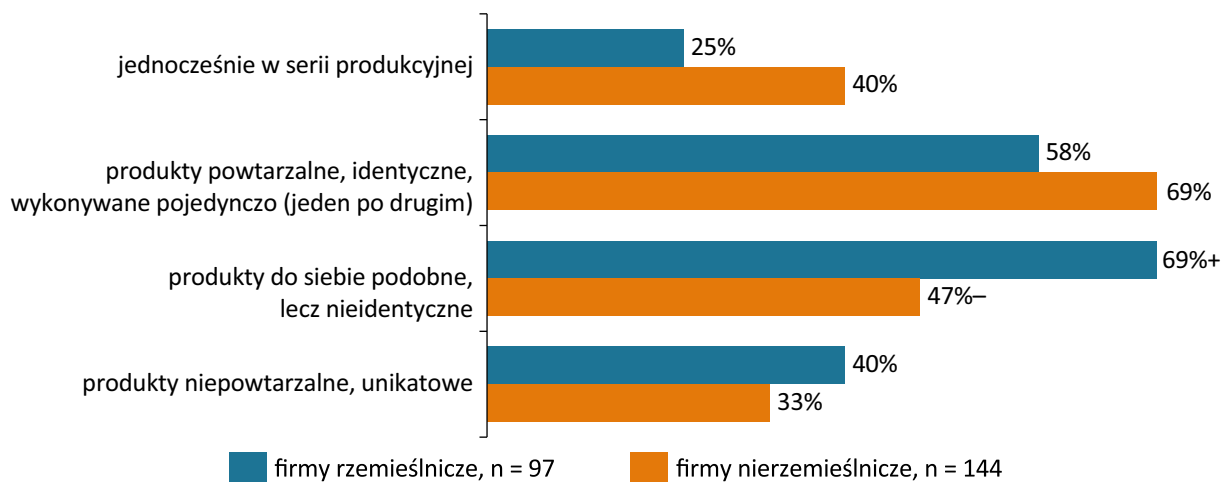
spożywczych (56%), florystycznych (51%) i pozostałych (43%). Jak można się spodziewać, w rzemiośle spożywczym produkcja jest relatywnie często udostępniana do sprzedaży jeszcze przed pozyskaniem zamówienia (13%).

Wykres 14. Sposób realizacji produkcji / świadczenia usług



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego. Znakami + i – oznaczono istotne statystycznie różnice między firmami rzemieślniczymi o różnym profilu.

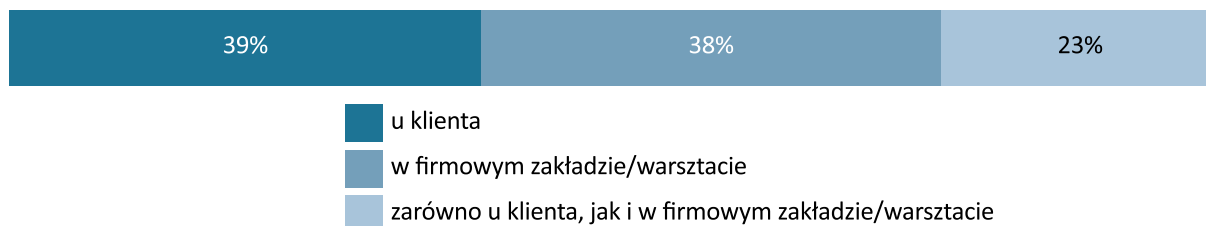
Model sprzedaży na zamówienie nie dziwi w przypadku świadczenia usług, znajdujących się w ofercie większości rzemieślników. Warto jednak zwrócić uwagę na jego popularność także wśród firm rzemieślniczych o charakterze produkcyjnym i produkcyjno-usługowym. Około 40% firm o tych profilach uruchamia produkcję dopiero po uzyskaniu zamówienia. Można przypuszczać, że motywem takiej strategii jest potrzeba indywidualizacji produkcji. Hipotezę tę potwierdzają dane na temat charakteru wyrobów końcowych wytwarzanych przez firmy produkcyjne zajmujące się rzemiosłem i przez analogiczne firmy, których nie uznano za rzemieślnicze. Choć oferta jednych i drugich zawiera wyroby o różnym stopniu powtarzalności, to firmy rzemieślnicze zdecydowanie częściej wytwarzają produkty do siebie podobne, ale nieidentyczne (69% w porównaniu do 47% wśród firm nierzemieślniczych) oraz niepowtarzalne/unikatowe (40% w porównaniu do 33%). Natomiast seryjny rodzaj produkcji oraz produkcję nieseryjną identycznych produktów częściej spotkać można w firmach nierzemieślniczych (odpowiednio 40% i 69% w porównaniu do 25% i 58% wśród rzemieślników). Warto jednak zauważyć, że grupa rzemieślników wytwarzających swoje wyroby w sposób seryjny nie jest mała (25%). Wyróżniają się pod tym względem przedstawiciele rzemiosł metalowych, wśród których prawie co drugi (46%) wytwarza produkty powtarzalne, identyczne w seriach produkcyjnych.

Wykres 15. Charakter wytwarzanych wyrobów końcowych

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania wstępnego (firmy działające w sekcjach PKD C, F i S oraz wybranych klasach sekcji G, I i M, oferujące wyroby końcowe; pytanie wielokrotnego wyboru). Znakami + i - oznaczono istotne statystycznie różnice między firmami rzemieślniczymi a nierzemieślniczymi.

Usługowy charakter działalności wielu przedsiębiorstw rzemieślniczych oraz często stosowany model sprzedaży „na zamówienie” (także w firmach produkcyjnych) powodują, że sprzedaż rzemieślniczych produktów i usług odbywa się w intensywnym kontakcie z klientem. Kontakt ten jest niezbędny nie tylko na etapie składania zamówienia, lecz także w procesie wykonywania zamówionego produktu czy usługi. Znaczenie tego kontaktu jest szczególnie również ze względu na to, że specyfiką firm rzemieślniczych jest oferowanie wyrobów lub usług „szytych na miarę” lub w inny sposób dostosowanych do potrzeb klienta. Wyłącznie tego typu wyroby lub usługi ma w swojej ofercie aż trzy czwarte przedsiębiorców rzemieślników (74%), a jedynie 4% firm nie ma żadnych produktów lub usług wymagających personalizacji.

Proces „szycia na miarę” w zdecydowanej większości firm odbywa się w bezpośrednim kontakcie z klientem – w warsztacie rzemieślniczym lub u klienta. Dość liczna grupa firm usługowych wykonuje bowiem swoje usługi u klienta (blisko 40% firm usługowych – wyłącznie u klienta, a 23% zarówno u klienta, jak i w firmowym zakładzie/warsztacie).

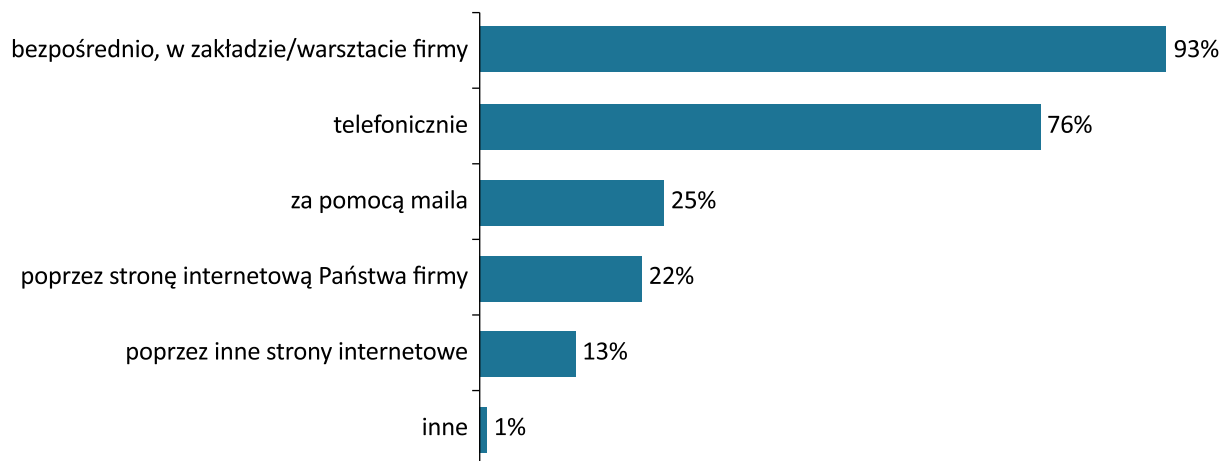
Wykres 16. Miejsce świadczenia usług

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n = 822 – firmy oferujące usługi).

Jednak nawet w firmach usługowych wykonujących swoje prace u klienta zamawianie usług odbywa się zazwyczaj w warsztacie. Jest to najczęstszy, stosowany przez niemal wszystkie firmy (93%) niezależnie od rodzaju rzemiosł, sposób zamawiania wyrobów i usług rzemieślniczych. Rzadziej stosowany jest kontakt telefoniczny – przez trzy czwarte firm. Rzadko wykorzystywana jest komunikacja za pomocą maila lub własnej strony internetowej (w około jednej czwartej firm). Najrzadziej natomiast firmy umożliwiają składanie zamówień za pomocą stron internetowych innych firm (13%). Relatywnie niskie wykorzystanie kanałów internetowych może wynikać z faktu, że tylko połowa firm rzemieślniczych jest obecna w sieci – ma swoje strony internetowe (51%)⁵⁰. Złożenie zamówienia przez firmową lub inną stronę internetową częściej oferują przedstawiciele rzemiosł spożywczych (odpowiednio 38% i 27%) oraz reprezentanci pozostałych rodzajów rzemiosł (odpowiednio 37% i 20%). Częste wykorzystywanie innych stron internetowych przez firmy spożywcze wynika zapewne z udostępniania przez nie swojej oferty w sklepach internetowych. Z kolei przedsiębiorcy zajmujący się rzemiosłami zaliczonymi do kategorii *pozostałe* to głównie różnego rodzaju mechanicy i monterzy. Można przypuszczać, że korzystają oni z platform internetowych pośredniczących w kontaktach między osobami poszukującymi usług i produktów a oferującymi je firmami.

⁵⁰ Własne strony internetowe częściej mają przedstawiciele rzemiosł grafiki, druku i fotografii (74%) i spożywczych (70%). Profil na portalach społecznościowych ma 40% firm. Częściej są to przedstawiciele rzemiosł spożywczych (76%), urody, stylizacji i zdrowia (63%) i florystycznych (61%). Dla porównania – wśród ogółu przedsiębiorstw własną stronę internetową ma 71% firm (dane na podstawie: PARP, *Raport o stanie...*, dz. cyt., s. 78).

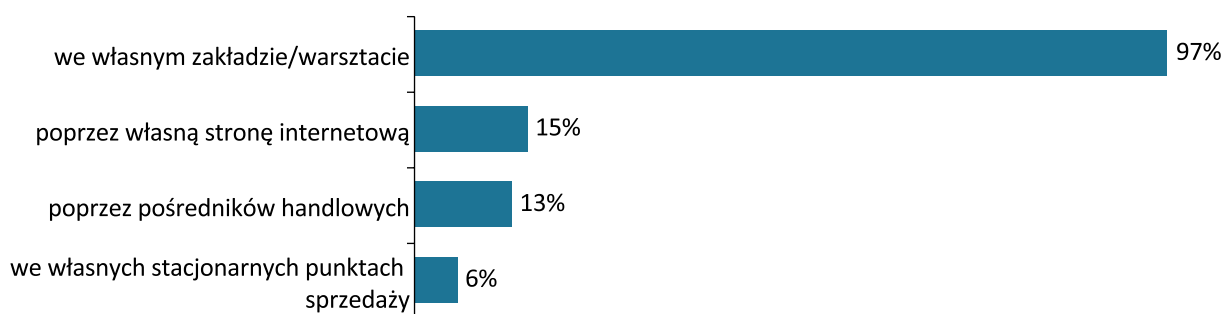
Wykres 17. Sposoby składania zamówień na wyroby/usługi wykonywane po uzyskaniu zamówienia



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n = 946 – firmy, które wykonują wyroby/usługi po uzyskaniu zamówienia).

Firmy oferujące produkty dostępne „od ręki” jako główny kanał ich sprzedaży wykorzystują własny zakład (97%). Co siódma taka firma prowadzi sprzedaż internetową przez stronę firmową, a zbliżona liczebnie grupa – sprzedaż przez pośredników handlowych. Tylko 6% firm ma własne stacjonarne punkty sprzedaży (zazwyczaj jeden). Taką formę sprzedaży częściej stosują przedstawiciele rzemiosł spożywczych (15%). Sprzedaż przez własną stronę internetową jest natomiast najbardziej popularna wśród firm zajmujących się rzemiosłami mineralnymi (46%).

Wykres 18. Sposoby sprzedaży wyrobów/usług dostępnych „od ręki”



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n = 347 – firmy, które oferują wyroby/usługi dostępne „od ręki”).

6.4. Skala działalności rzemieślniczej

W badaniu wstępnym podjęto próbę oszacowania skali działalności rzemieślniczej przez określenie przybliżonej liczby wykonywanych wyrobów lub usług (średnio w miesiącu) oraz przybliżonej liczby klientów (średnio w miesiącu i w roku). Oczekiwano, że pytania te umożliwią porównanie skali działalności rzemieślniczej i tej, która taką nie jest. W pytaniach zastosowano przedziały liczbowe. Zadanie to okazało się jednak dla respondentów trudne, bo często skutkowało odpowiedziami „nie wiem”, a także odmowami, co utrudnia analizę pozyskanych danych. Wobec stwierdzonych trudności w badaniu zasadniczym respondentów proszono o oszacowanie liczby klientów oraz produktów przez określenie rzędu ich wielkości (kilka, kilkanaście, kilkadziesiąt itd.). Rozwiązanie to przyniosło znacznie lepsze rezultaty, choć nawet tak zadane pytania dla części respondentów (nie więcej jednak niż 10%) były trudne i nie przyniosły konkretnej odpowiedzi.

Skala działalności rzemieślniczej jest zróżnicowana w zależności od tego, czy mamy do czynienia ze świadczeniem usług czy z działalnością wytwórczą. Firmy usługowe w ciągu miesiąca realizują zwykle kilka (35%) lub kilkadziesiąt usług (38%). Natomiast miesięczna produkcja (czy to wyrobów końcowych czy półproduktów) osiąga zwykle w firmach rzemieślniczych wielkości rzędu dziesiątek (w około jednej czwartej firm) lub setek sztuk (w jednej trzeciej producentów wyrobów końcowych i nieco mniej niż połowie producentów półproduktów). Wśród firm produkujących wyroby końcowe lub półprodukty są też takie, które w miesiącu produkują tysiące wyrobów (odpowiednio 12% i 8%), a nawet więcej niż 10 tys. sztuk (odpowiednio 2% i 3%), a z drugiej strony – także takie, w których produkcja jednego wyrobu trwa dłużej niż jeden miesiąc (odpowiednio 4% i 1%).

Tabela 1. Przybliżona liczba sztuk wyrobów końcowych / półproduktów / komponentów / części / usług wykonywanych w ciągu miesiąca

Szacunkowa liczba	Wyroby końcowe (n = 401)	Półprodukty/komponenty/części (n = 200)	Usługi (n = 822)
Ani jednego – produkcja jednego wyrobu / realizacja jednej usługi trwa co najmniej kilka miesięcy	4%	1%	2%
Co najwyżej kilka sztuk/usług	14%	13%	35%
Dziesiątki sztuk/usług	26%	22%	38%

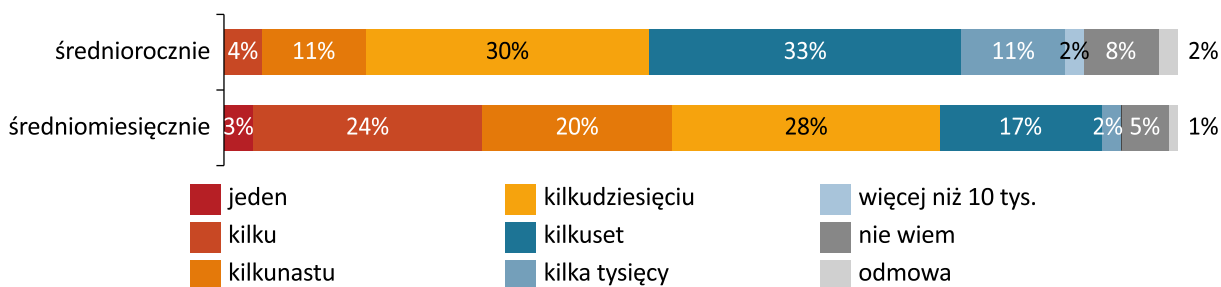
Szacunkowa liczba	Wyroby końcowe (n = 401)	Półprodukty/komponenty/części (n = 200)	Usługi (n = 822)
Setki sztuk/usług	34%	45%	19%
Tysiące sztuk/usług	12%	8%	2%
Więcej niż 10 tys. sztuk/usług	2%	3%	1%
Nie wiem	8%	7%	5%

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n – firmy oferujące dany rodzaj produktów).

Zróznicowana jest także średnia liczba klientów obsługiwanych w ciągu miesiąca przez firmy rzemieślnicze. Zazwyczaj klientów tych jest kilku (24%), kilkunastu (20%), kilkudziesięciu (28%) lub kilkuset (17%). W ciągu roku zaś przedsiębiorcy rzemieślnicy obsługują zwykle kilkudziesięciu (30%) lub kilkuset (33%) klientów. Są jednak także firmy, które w ciągu roku mają co najwyżej kilku klientów (15%) i takie, które obsługują rocznie kilka tysięcy klientów lub więcej (13%).

Jak należy przypuszczać, skala działalności w rzemiośle jest zależna od wielkości firmy, ale także od rodzaju rzemiosła. Liderami pod względem wielkości produkcji i liczby klientów są rzemiosła spożywcze. Firmy o tej specjalizacji często deklarują posiadanie kilku tysięcy klientów rocznie lub więcej (43%). Wyróżniają się także przedsiębiorstwa działające w obszarze urody, stylizacji i zdrowia – znaczna część z nich szacuje liczbę swoich klientów na kilkuset (62%) lub kilka tysięcy (24%) rocznie. Na przeciwległym biegunie znajdują się firmy budowlane. Blisko 80% z nich obsługuje nie więcej niż kilkudziesięciu klientów rocznie. W przypadku co czwartej firmy o tym profilu liczba ta nie przekracza kilkunastu. W tabeli 2 zaprezentowano średnioroczną liczbę klientów w podziale na typy rzemiosł, co pozwala wyobrazić sobie realną skalę działania firm o różnych typach specjalizacji.

Wykres 19. Przybliżona liczba klientów



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n = 1000).

Tabela 2. Przybliżona liczba klientów średniorocznie

Liczba klientów	Ogółem	Rzemiosła budowlane	Rzemiosła drzewne	Rzemiosła grafiki, druku i fotografii	Rzemiosła metalowe	Rzemiosła mineralne	Rzemiosła odzieżowe, włókiennicze i skórzane	Rzemiosła florystyczne	Rzemiosła spożywcze	Rzemiosła urody, stylizacji i zdrowia	Pozostałe rzemiosła
n	1 000	315	51	41	94	30	37	31	116	134	151
Jeden	0%	0%	0%	0%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Kilku	4%	7%+	0%	5%	4%	0%	0%	3%	1%–	0%	4%
Kilkunastu	11%	17%+	3%–	5%	15%	5%	13%	6%	4%–	3%–	9%
Kilkudziesięciu	30%	53%+	55%+	14%–	24%	26%	24%	9%–	13%–	5%–	15%–
Kilkuset	33%	14%–	29%	24%	34%	38%	34%	43%	34%	62%+	53%+
Kilka tysięcy	11%	3%–	3%–	17%	10%		4%	12%	32%+	24%+	9%
Więcej niż 10 tysięcy	2%	0%	2%	0%	5%	3%	0%	0%	11%+	0%	1%
Nie wiem	8%	4%–	7%	28%+	4%	22%	22%	24%+	7%	5%	7%
Odmowa odpowiedzi	2%	1%	1%	8%	2%	6%	3%	3%	0%–	1%	2%

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n = 1000). Znakami + i – oznaczono istotne statystycznie różnice między rodzajami rzemiosł.

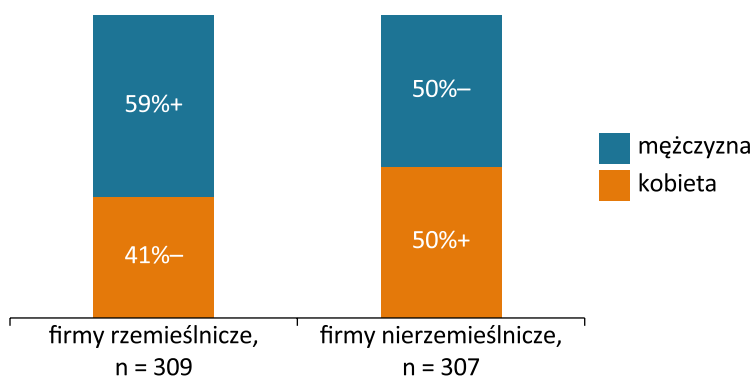
6.5. Właściciele przedsiębiorstw rzemieślniczych

Wyniki przeprowadzonych badań pozwalają także na opisanie właścicieli przedsiębiorstw rzemieślniczych – pod względem cech społeczno-demograficznych (na tle właścicieli firm nierzemieślniczych), posiadanych kwalifikacji, sposobów ich uzyskania i potwierdzających je dowodów.

Płeć

Właściciele firm zajmujących się rzemiosłem to częściej mężczyźni (60%) niż kobiety (40%). Odróżnia to firmy rzemieślnicze od nierzemieślniczych. W tych ostatnich struktura płci właścicieli jest zrównoważona (połowa kobiet i połowa mężczyzn). Przewaga mężczyzn wśród rzemieślników wynika zapewne ze specyfiki zawodów rzemieślniczych. Wiele z nich to zawody, które w wyniku oddziaływania wzorców społeczno-kulturowych są postrzegane jako „męskie” i w efekcie tradycyjnie zdominowane przez mężczyzn. Dotyczy to zwłaszcza zawodów związanych z rzemiosłami budowlanymi i pozostałymi. Wyniki badania potwierdzają, że te rodzaje rzemiosł, wraz z metalowymi i mineralnymi, są w wysokim stopniu zmaskulinizowane. Odsetek właścicieli-mężczyzn oscyluje w nich około 80%. Do rzemiosł sfeminizowanych należą natomiast rzemiosła: florystyczne (97% kobiet), urody, stylizacji i zdrowia (92%), odzieżowe, włókiennicze i skórzanе (75%) oraz – w mniejszym stopniu – spożywcze (61%).

Wykres 20. Płeć właściciela

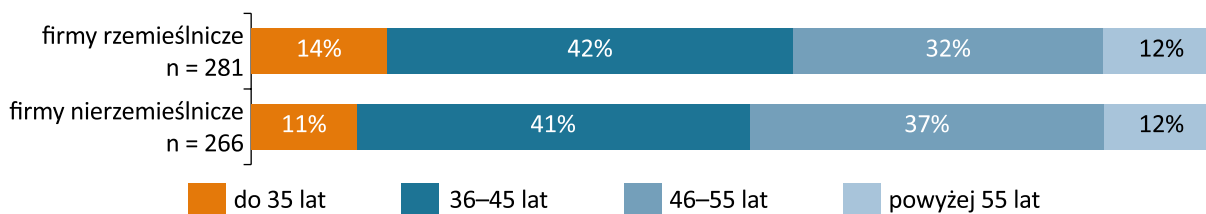


Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania wstępnego (właściciele firm działających w sekcjach PKD C, F i S oraz wybranych klasach sekcji G, I i M z wyłączeniem odmów). Znakami + i – oznaczono istotne statystycznie różnice między firmami rzemieślniczymi a nierzemieślniczymi.

Wiek

Właściciele firm rzemieślniczych są najczęściej w średnim wieku, od 36 do 45 lat lub od 46 do 55 lat (w sumie 74%). Co siódmy rzemieślnik ma mniej niż 35 lat. Podobnie liczna grupa to osoby w wieku powyżej 55 lat. Najmłodszych właścicieli mają firmy zajmujące się rzemiosłami urody, stylizacji i zdrowia, najstarszych – firmy reprezentujące rzemiosła mineralne. Nie są to jednak duże różnice – w pierwszej grupie średnia wieku wyniosła 40 lat, a w drugiej – 51 lat. Nie odnotowano różnic w strukturze wiekowej właścicieli firm rzemieślniczych i nierzemieślniczych.

Wykres 21. Wiek właściciela



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania wstępnego (właściciele firm działających w sekcjach PKD C, F i S oraz wybranych klasach sekcji G, I i M, z wyłączeniem odmów).

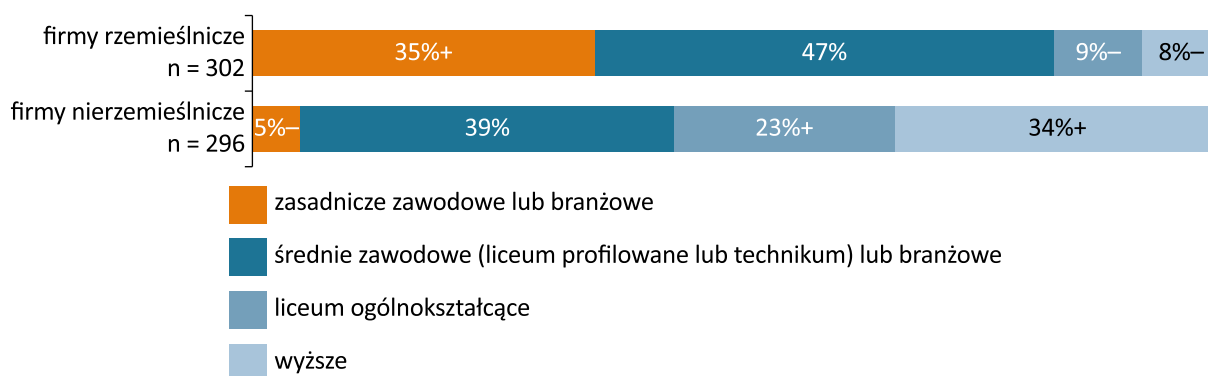
Wykształcenie

Kwalifikacje do wykonywania wielu zawodów rzemieślniczych można uzyskać w ramach kształcenia zawodowego, które w Polsce jest realizowane w placówkach szkolnictwa branżowego (wcześniej zawodowego), a także w formach pozaszkolnych (kursowych). Nie jest więc zaskoczeniem, że zdecydowana większość rzemieślników (82%) legitymuje się wykształceniem zawodowym lub branżowym – częściej średnim (47%) niż zasadniczym (35%). Około co dziesiąty przedstawiciel rzemiosła zakończył swoją edukację formalną na liceum ogólnokształcącym (częściej wykształcenie na tym poziomie deklarują przedstawiciele rzemiosł florystycznych – 30% i drzewnych – 20%). Podobnie liczna jest grupa absolwentów szkół wyższych, nieco częściej obserwowana w firmach specjalizujących się w rzemiosłach grafiki, druku i fotografii (17%)⁵¹.

⁵¹ Różnica nie jest jednak istotna statystycznie.

Wykształcenie właściciela jest czynnikiem, który dość mocno odróżnia firmy rzemieślnicze od nierzemieślniczych, mimo działania w podobnych, „typowych” dla rzemiosła, obszarach branżowych. Choć w jednej i drugiej grupie najliczniej reprezentowani są właściciele z wykształceniem zawodowym lub branżowym, to wśród firm niewykonujących działalności rzemieślniczej miało to miejsce znacznie rzadziej, a co trzeci właściciel legitymował się wykształceniem wyższym⁵².

Wykres 22. Wykształcenie właściciela



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania wstępnego (właściciele firm działających w sekcjach PKD C, F i S oraz wybranych klasach sekcji G, I i M z wyłączeniem odmów). Znakami + i – oznaczono istotne statystycznie różnice między firmami rzemieślniczymi a nierzemieślniczymi.

Kwalifikacje w rzemiośle i sposoby ich uzyskiwania

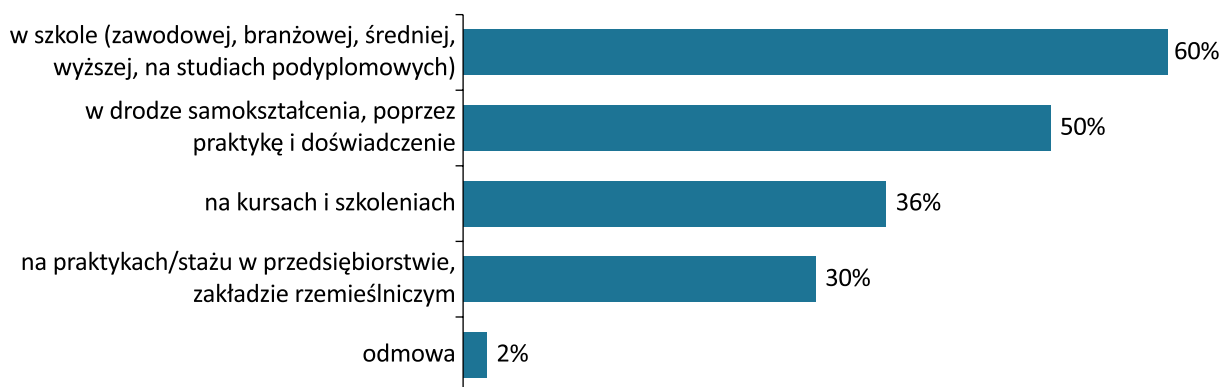
Przedsiębiorców rzemieślników pytano też o sposoby uzyskiwania kwalifikacji w wykonywanych przez nich zawodach rzemieślniczych oraz o to, czy te kwalifikacje są potwierdzone formalnie, tj. odpowiednim dokumentem⁵³. Wyniki badania pokazują, że dominujący jest szkolny tryb uzyskiwania kwalifikacji w zawodach rzemieślniczych (60%). Niewiele mniej popularnym sposobem nauki zawodu jest samokształcenie (50%). Rzadziej uczono się zawodu w formach pozaszkolnych (36%) i na praktykach lub stażu w zakładach rzemieślniczych (30%).

⁵² Kierunki studiów ukończone przez właścicieli tych firm są zróżnicowane, ale dość często pojawia się wśród nich budownictwo i architektura.

⁵³ Pytania te były zadawane w odniesieniu do każdego zawodu rzemieślniczego wykonywanego w firmie przez respondenta. W związku z tym przedstawione w raporcie dane na ten temat odnoszą się do wszystkich wskazanych zawodów rzemieślniczych, a liczba tych zawodów jest podstawą procentowania.

Badanie potwierdziło wysoką rangę samodzielnej nauki zawodów rzemieślniczych i istniejące w tym zakresie szerokie możliwości (dzięki ogromnym zasobom wiedzy w Internecie), na które wskazywali rzemieślnicy uczestniczący w badaniach jakościowych przeprowadzonych przez PARP⁵⁴. Samodzielnego zdobywania kwalifikacji nie można bagatelizować również z tego powodu, że – jak wykazało cytowane badanie – w pewnych zawodach, zwłaszcza unikatowych i tzw. ginących, praktycznie nie ma możliwości nauki u doświadczonych fachowców⁵⁵.

Wykres 23. Sposoby nabywania przez właścicieli kwalifikacji w zawodach rzemieślniczych



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n = 1191 – zawody wykonywane przez przedsiębiorców rzemieślników; pytanie wielokrotnego wyboru).

Niektóre rodzaje rzemiosł różnią się ścieżkami prowadzącymi do uzyskiwania w nich kwalifikacji. W rzemiosłach florystycznych powszechne są kursy i szkolenia (92%), a także – na drugim miejscu – samokształcenie (43%). W rzemiosłach urody, stylizacji i zdrowia oraz rzemiosłach z kategorii *pozostałe* dominuje szkolny tryb uzyskiwania kwalifikacji (odpowiednio: 76% i 74%), przy czym w tej pierwszej grupie duże znaczenie mają także kursy i szkolenia (52%). W rzemiosłach spożywczych samokształcenie wskazywano prawie tak samo często jak naukę szkolną (odpowiednio: 62% i 64%; podobnie jak w rzemiosłach budowlanych – 53% i 57%). Dodatkowo w grupie przedsiębiorców zajmujących się działalnością spożywczą większe znaczenie niż w pozostałych miały także kursy i szkolenia oraz praktyki/staż w przedsiębiorstwach (odpowiednio: 53% i 46%). W rzemiosłach drzewnych kwalifikacje właścicieli relatywnie rzadko były zdobywane w szkołach (48%).

⁵⁴ D. Węclawska i in., *Rzeczy i ludzie...*, dz. cyt., s. 24.

⁵⁵ Tamże, s. 64.

Tabela 3. Sposoby nabywania przez właścicieli kwalifikacji w zawodach rzemieślniczych – w podziale na rodzaje rzemioł

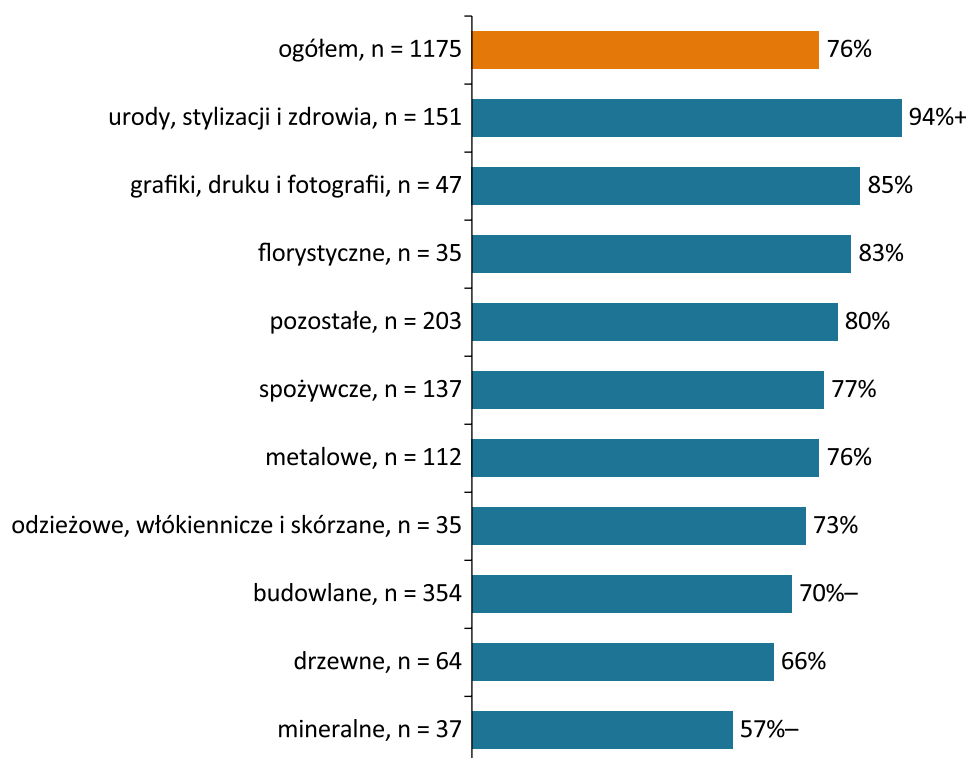
Sposoby nabywania kwalifikacji	Ogółem	Rzemiosła budowlane	Rzemiosła drzewne	Rzemiosła grafiki, druku i fotografii	Rzemiosła metalowe	Rzemiosła mineralne	Rzemiosła odzieżowe, włókiennicze i skórzane	Rzemiosła florystyczne	Rzemiosła spożywcze	Rzemiosła urody, stylizacji i zdrowia	Pozostałe rzemiosła
n	1 191	381	63	48	130	41	36	35	141	155	161
W szkole (zawodowej, branżowej, średniej, wyższej, na studiach podyplomowych)	60%	57%	48%	59%	49%–	54%	70%	29%–	64%	76%+	74%+
Na kursach i szkoleniach	36%	22%–	33%	46%	39%	14%–	48%	92%+	53%+	52%+	29%
Na praktykach/stażu w przedsiębiorstwie, zakładzie rzemieślniczym	30%	24%–	26%	22%	35%	37%	7%–	21%	46%+	35%	31%
W drodze samokształcenia, przez praktykę i doświadczenie	50%	53%	54%	51%	47%	58%	33%	43%	62%+	40%–	44%
Odmowa	2%	2%	0%	4%	4%	0%	6%	0%	3%	1%	0%

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego. Znakami + i – oznaczono istotne statystycznie różnice między rodzajami rzemioł.

Dokumenty potwierdzające kwalifikacje w rzemiośle

Przedsiębiorcy zazwyczaj posiadają dokumenty potwierdzające posiadane przez nich kwalifikacje w wykonywanych zawodach (76%). Najczęściej udokumentować swoje kwalifikacje potrafią przedstawiciele rzemiosł urody, stylizacji i zdrowia (94%). Wynika to z faktu, że – jak wyżej wspomniano – rzemieślnicy o tej specjalizacji częściej niż pozostali uczą się swoich zawodów w ramach edukacji szkolnej oraz w formie kursów i szkoleń. Dowodami kwalifikacji najrzadziej mogą się zaś pochwalić właściciele firm zajmujących się rzemiosłami mineralnymi (57%).

Wykres 24. Odsetek firm, których właściciel posiada dokument potwierdzający kwalifikacje w wykonywanym zawodzie – w podziale na rodzaje rzemiosł



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n – zawody wyuczone i wykonywane przez przedsiębiorców rzemieślników). Znakami + i – oznaczono istotne statystycznie różnice między rodzajami rzemiosł.

Najczęstszymi dowodami kwalifikacji w zawodach rzemieślniczych są dyplomy lub świadectwa ukończenia różnego typu szkół, najczęściej zasadniczej / branżowej I stopnia (28%) lub technikum / branżowej II stopnia (21%). Co trzeci rzemieślnik może potwierdzić posiadane kwalifikacje w zawodzie rzemieślniczym zaświadczeniem ukończenia kursu lub szkolenia.

Specyficznymi dla rzemiosła stopniami kwalifikacji zawodowych, mającymi kilkusetletnią historię, są tytuły mistrza i czeladnika. Typowa droga prowadząca do ich uzyskania to – w świetle obowiązujących przepisów – nauka zawodu u pracodawcy (w zakładzie rzemieślniczym) na podstawie umowy o pracę w celu przygotowania zawodowego, zawartej z młodocianym pracownikiem. Ten typ kształcenia nazywany jest modelem dualnym (przemienne). Młodociany pracownik równolegle z pracą u rzemieślnika uczestniczy bowiem w kształceniu teoretycznym, które może być prowadzone w szkole lub w formach pozaszkolnych. Posiada także prawa pracownicze, w tym comiesięczne wynagrodzenie. Po zakończeniu nauki przystępuje do egzaminu czeladniczego, a po jego zdaniu uzyskuje świadectwo czeladnicze. Po zdobyciu praktyki w uprawianiu zawodu rzemieślniczego czeladnik może przystąpić do egzaminu mistrzowskiego i uzyskać dyplom mistrzowski. Egzaminy czeladnicze i mistrzowskie są prowadzone przed komisjami egzaminacyjnymi izb rzemieślniczych. Oferta egzaminacyjna izb dotyczy obecnie około 140 zawodów⁵⁶. Wśród nich są zawody nauczane w szkołach zawodowych⁵⁷, a także zawody nieobecne w programie tych szkół, w tym unikalne i o charakterze artystycznym lub rękodzielniczym. Do egzaminów czeladniczych i mistrzowskich mogą przystępować – oprócz absolwentów nauki zawodu u rzemieślnika – także inne osoby chcące potwierdzić swoje kwalifikacje zawodowe (po spełnieniu wymaganych prawem warunków).

Badani rzemieślnicy relatywnie rzadko potwierdzali swoje kwalifikacje w opisany wyżej sposób. Dyplomem mistrza może pochwalić się 15% badanych, a świadectwem czeladniczym – 8%. Posiadaczy tych tradycyjnych, wysoko cenionych kwalifikacji w rzemiośle można szacować łącznie na 19%. Osoby o kwalifikacjach potwierdzonych w inny sposób stanowią blisko 60% rzemieślników, a osoby bez potwierdzonych kwalifikacji – około jedną czwartą.

Niektóre rodzaje rzemiosł wyróżniają się określonymi sposobami potwierdzania kwalifikacji. Zaświadczenia ukończenia kursów lub szkoleń mają częściej, co oczywiste, ci rzemieślnicy, którzy z nich częściej korzystają, tj. wspomniani wyżej przedstawiciele rzemiosł florystycznych (72%) oraz urody, stylizacji i zdrowia (48%). Dyplomy mistrzowskie i świadectwa czeladnicze częściej mają przedstawiciele rzemiosł spożywczych (odpowiednio: 37% i 15%). W tej grupie również większość pozostałych dowodów kwalifikacji wskazywano częściej niż w pozostałych. Ponadprzeciętnie wysoki odsetek posiadaczy świadectw czeladniczych odnotowano także wśród reprezentantów rzemiosł drzewnych (19%). Z kolei w obszarze grafiki, druku i fotografii

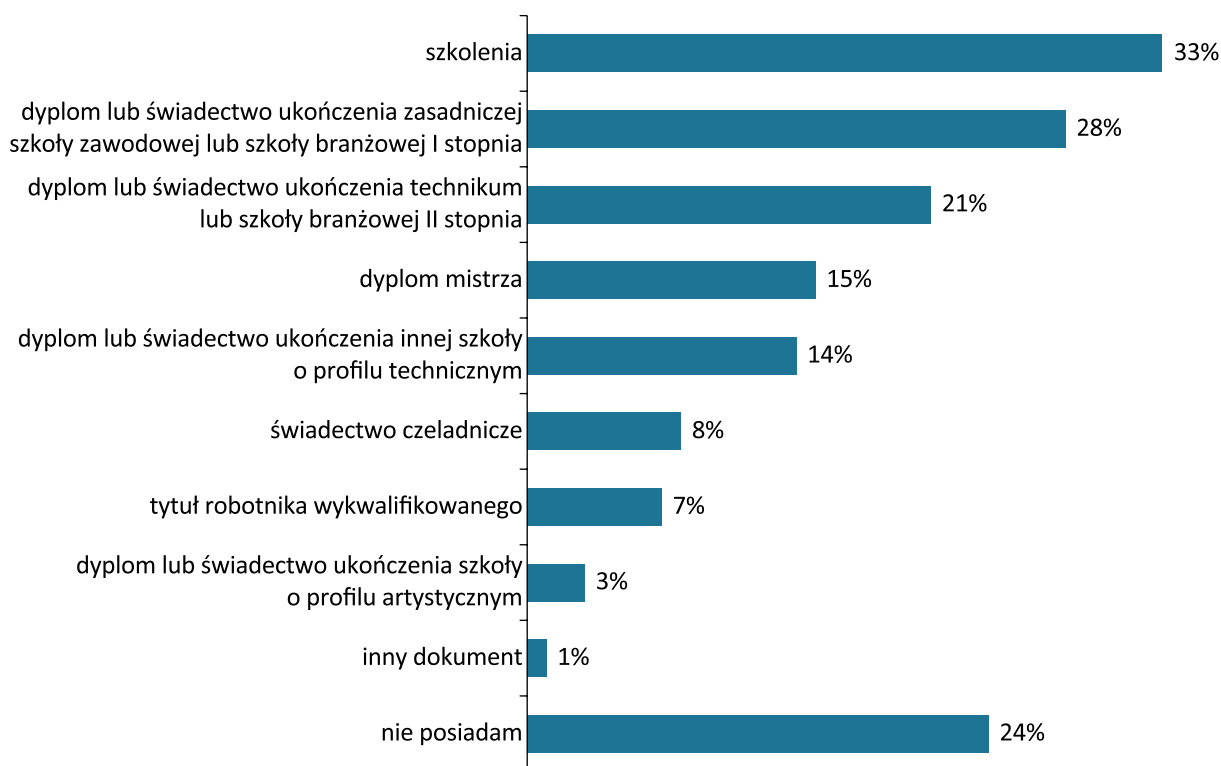
⁵⁶ Związek Rzemiosła Polskiego, *Zawody...*, dz. cyt.

⁵⁷ Zatem istnieje także alternatywna ścieżka uzyskania kwalifikacji w tych zawodach. Kwalifikacje te jednak będą wówczas potwierdzone w inny sposób – dyplomem lub świadectwem ukończenia odpowiedniej szkoły.

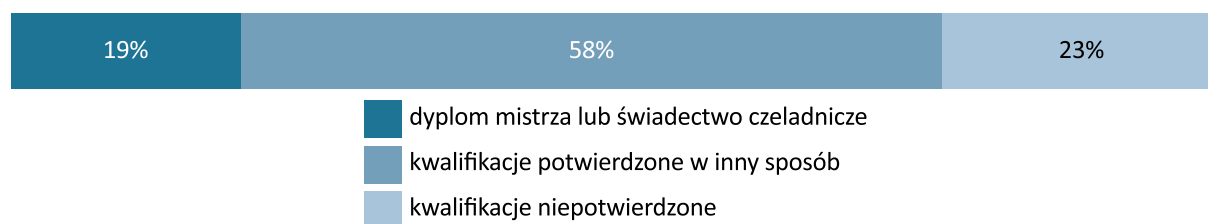
najwięcej było osób posiadających dyplom lub świadectwo ukończenia szkoły o profilu artystycznym (19%).

Niezależnie od sposobu uzyskiwania i potwierdzania kwalifikacji rzemieślnicy mogą się wykazać wieloletnim, liczącym średnio 20 lat, doświadczeniem pracy w wykonywanym zawodzie. Liczba ta jest zbliżona we wszystkich rodzajach rzemiosła. Nieznacznie wyróżniają się tylko rzemiosła urody, stylizacji i zdrowia oraz mineralne (odpowiednio 16 i 24 lata), co ma związek z wiekiem ich właścicieli, o czym wyżej wspomniano.

Wykres 25. Dokument potwierdzający kwalifikacje właściciela w wykonywanym zawodzie



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n = 1175 – zawody wyuczone i wykonywane przez przedsiębiorców rzemieślników).

Wykres 26. Sposoby potwierdzenia kwalifikacji właścicieli w wykonywanym zawodzie

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n = 1000).

Motywy zakładania firm rzemieślniczych

Analizując sytuację właścicielską firm rzemieślniczych, warto zwrócić uwagę także na rodzinny charakter wielu przedsiębiorstw z tej grupy. W 37% badanych firm rzemieślniczych zatrudniających co najmniej 2 osoby pracują członkowie rodziny właściciela lub współwłaściciela. Podobny jest udział firm, w których wspólnicy są połączeni relacją rodzinną, wśród firm mających więcej niż jednego wspólnika (38%). Zwykle są to relacje typowe dla rodziny nuklearnej (takie jak małżeńska, rodzicielska, siostrzana lub braterska). W badaniu odnotowano także firmy wielopokoleniowe (6%), szczególnie często w rzemiosłach spożywczych (13%). Ten rodzaj rzemiosła, a także rzemiosła drzewne, często zatrudniają członków rodziny (odpowiednio: 64% i 56%).

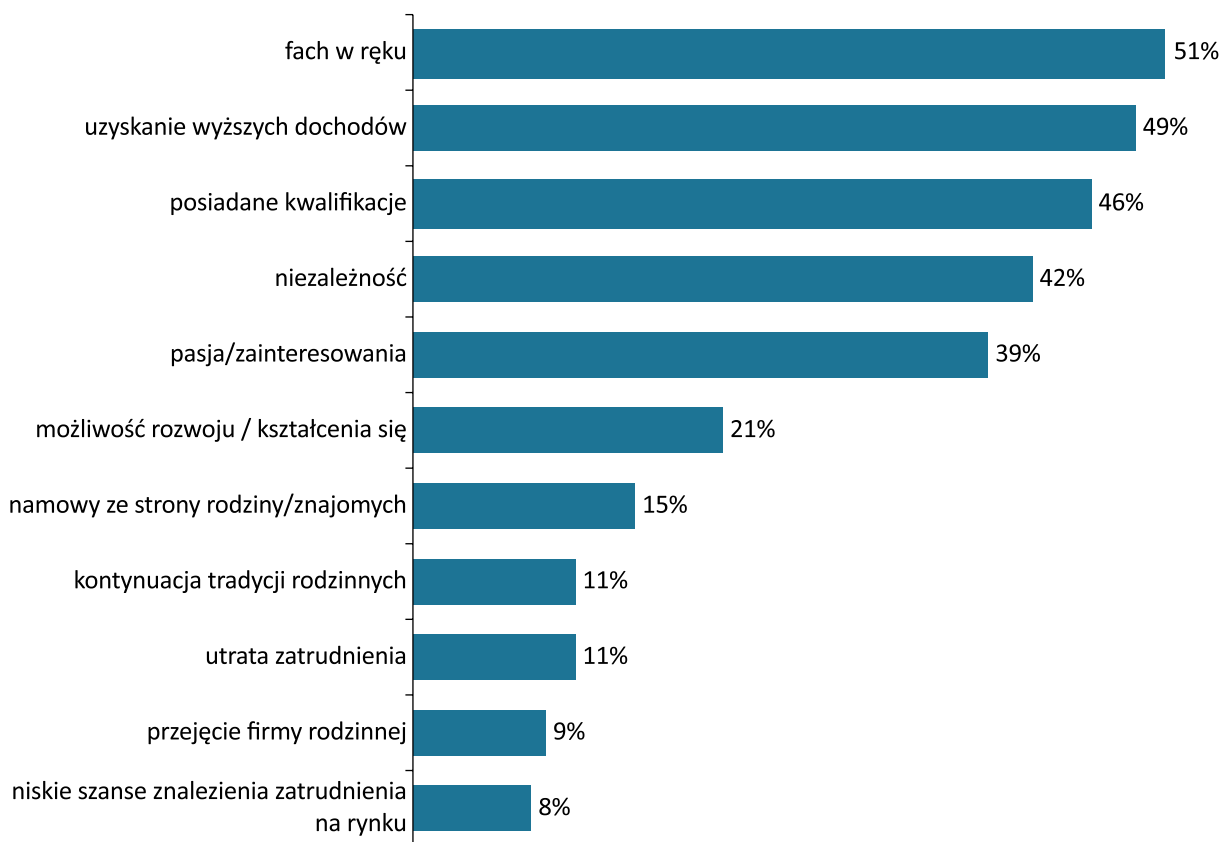
Motywy rodzinny okazał się także jednym, choć nie najważniejszym, ze źródeł przedsiębiorczości rzemieślniczej. Brało go pod uwagę około 10% badanych (11% wskazań na *kontynuację tradycji rodzinnych* i 9% wskazań na *przejęcie firmy rodzinnej*). Największe znaczenie (dla co drugiego respondenta) miały posiadane kwalifikacje – przysłowiowy „fach w ręku” i możliwość jego wykorzystania na rynku. Stosunkowo często powstanie firm było wynikiem pasji i zainteresowań właścicieli (około 40%). Można przypuszczać, że działalność wynikająca z tego typu motywacji wiąże się z wyjątkowym zaangażowaniem.

Druga grupa powodów o dużym znaczeniu dotyczyła motywów finansowych (49%) oraz związanych z potrzebą niezależności (42%).

Relatywnie rzadko wskazywano na motywację negatywną, związaną z utratą zatrudnienia (11%) lub niskimi szansami na jego znalezienie (8%). Powody tego typu były częściej wymieniane przez starszych respondentów, w wieku powyżej 55 lat. Można więc sądzić,

że przedsiębiorcy o takich motywacjach wywodzą się z zakładów pracy restrukturyzowanych lub upadających na początku lat 90. ub. w.

Wykres 27. Motywy założenia firmy



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n = 992 – właściele lub współwłaściele firm).

Przedstawiciele poszczególnych rodzajów rzemiosł różnią się motywacjami do zakładania firmy. W firmach budowlanych na pierwszy plan wysunęła się motywacja finansowa – chęć uzyskania wyższych dochodów (58%). W rzemiosłach florystycznych, spożywczych, druku, grafiki i fotografii oraz urody, stylizacji i zdrowia dominującym motywem była pasja właściciela (odpowiednio: 67%, 63%, 57%, 56%). W przypadku firm z obszaru urody, stylizacji i zdrowia duże znaczenie miała także chęć wykorzystania w działalności zawodowej kwalifikacji właściciela (63%), podobnie jak wśród reprezentantów pozostałych rzemiosł (58%). Przedstawiciele rzemiosł mineralnych wskazywali w pierwszej kolejności na potrzebę niezależności (63%). Swoją rodzinną specyfikę ponownie ujawniły rzemiosła spożywcze – co czwarte z nich zostało założone w wyniku kontynuacji tradycji rodzinnych i przejęcia firmy rodzinnej.

6.6. Przynależność do organizacji samorządu gospodarczego rzemiosła

W badaniu podjęto próbę oszacowania udziału w gospodarce „rzemiosła zrzeszonego”, tj. funkcjonującego w ramach struktur samorządu gospodarczego. Rzemiosło w Polsce ma bowiem własne organizacje samorządu gospodarczego, do których należą cechy, izby rzemieślnicze oraz Związek Rzemiosła Polskiego. Obecnie w strukturach Związku Rzemiosła Polskiego działa 25 izb rzemieślniczych, 455 cechów oraz 58 spółdzielni rzemieślniczych⁵⁸.

Przynależność do nich jest dobrowolna, przy czym – zgodnie z obowiązującymi przepisami – rzemieślnicy zatrudniający pracowników w celu przygotowania zawodowego w rzemiośle muszą być członkami cechu lub izby rzemieślniczej.

Przynależność do cechów zadeklarowało 16% przedsiębiorców rzemieślników. Na podobnym poziomie (15%) kształtował się udział firm zrzeszonych w izbach rzemieślniczych. Zgodnie z ustawą o rzemiośle cechy są organizacjami zrzeszającymi rzemieślników. Natomiast izby rzemieślnicze zrzeszają cechy, spółdzielnie rzemieślnicze, inne jednostki organizacyjne wspierające rozwój gospodarczy rzemiosła, a także rzemieślników nienależących do cechów. Można więc sądzić, że niektórzy badani deklarujący członkostwo w izbach rzemieślniczych mogli mieć na myśli swoją przynależność do tych organizacji za pośrednictwem cechów. Dlatego na wykresie poniżej przedstawiono odsetek firm, które zadeklarowały przynależność do cechu lub izby rzemieślniczej. Można go interpretować jako wskaźnik przynależności do organizacji samorządu gospodarczego rzemiosła. Respondentów deklarujących taką przynależność było 21%, w tym 9% wskazało obydwa te typy organizacji jednocześnie (mając zapewne na myśli swoją przynależność do odpowiedniej izby za pośrednictwem cechu), 6% wskazało wyłącznie cech rzemieślniczy, a 5% – wyłącznie izbę rzemieślniczą.

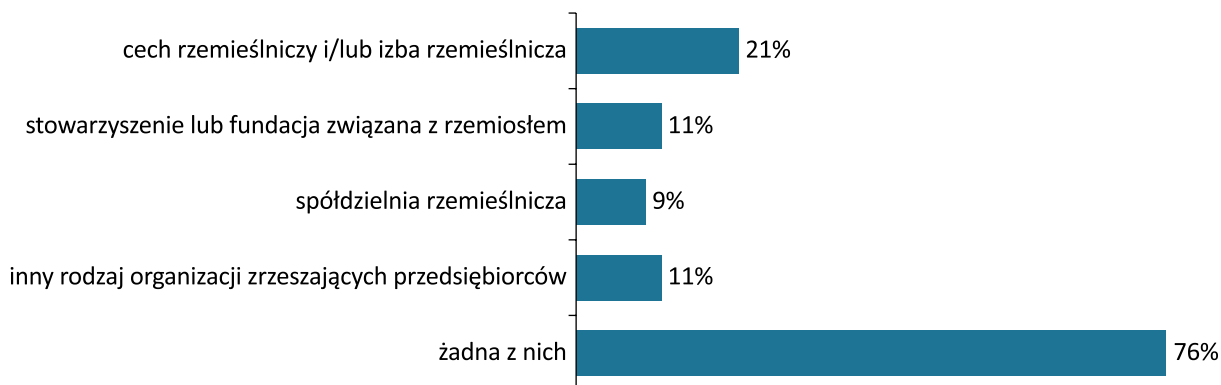
Co dziesiąty badany deklarował przynależność do stowarzyszeń lub fundacji związanych z rzemiosłem. Podobny był udział rzemieślników będących członkami spółdzielni rzemieślniczych oraz należących do innych organizacji zrzeszających przedsiębiorców.

⁵⁸ Związek Rzemiosła Polskiego, *Nasze zasoby*, <https://zrp.pl/> [dostęp 13.07.2023 r.].

Wśród respondentów byli też tacy, którzy byli w trakcie przystępowania do tych organizacji (1–2%). Dość liczna grupa rozważała swój akces do tych zrzeszeń (od 8% do 13%), najczęściej do cechów.

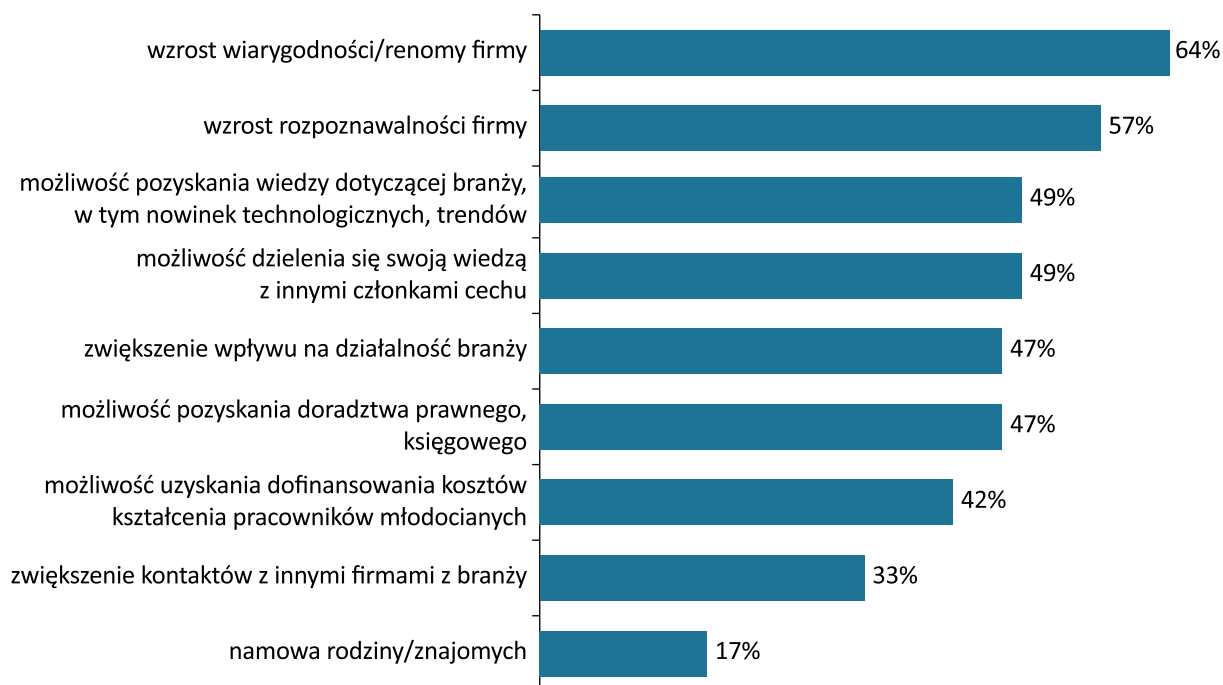
Przynależność do organizacji samorządu gospodarczego rzemiosła (cechu lub izby rzemieślniczej) częściej deklarowali przedsiębiorcy z firm małych i średnich (44%), zlokalizowani w miastach od 100 do 200 tys. mieszkańców (45%) i od 200 do 500 tys. mieszkańców (55%), a także rzemieślnicze firmy spożywcze (47%) oraz florystyczne (43%).

Wykres 28. Przynależność do organizacji samorządu gospodarczego rzemiosła i innych organizacji przedsiębiorców



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania zasadniczego (n = 1000).

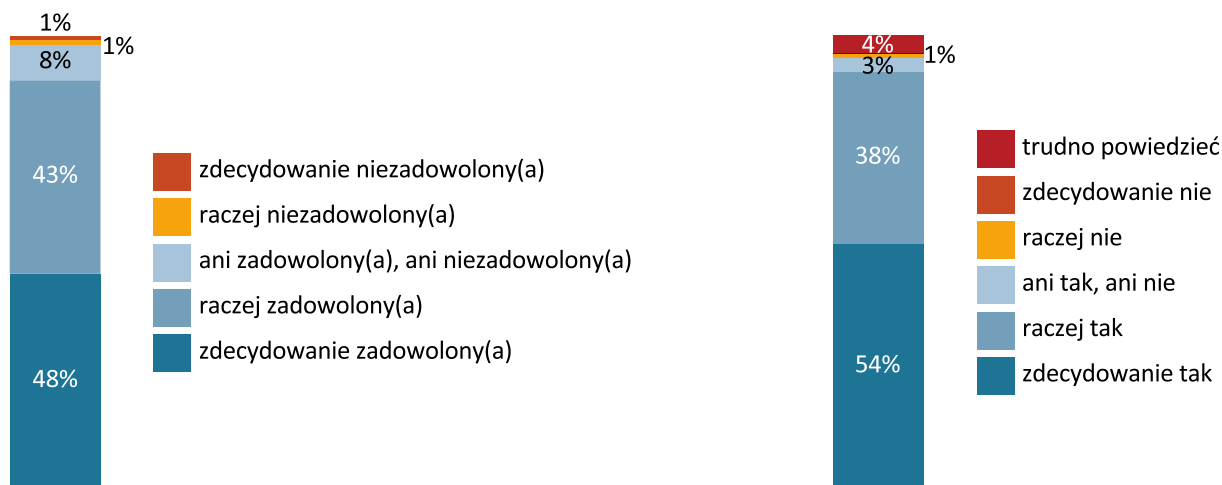
Decyzjom o wstąpieniu do cechu towarzyszyło kilka rodzajów motywacji. Najważniejszą okazały się spodziewane korzyści wizerunkowe – wzrost wiarygodności i rozpoznawalności firmy. Istotne były także motywy związane z wymianą wiedzy na temat branży, a także uzyskania w cechu wsparcia doradczego. Powód związany z możliwością organizacji we własnym zakładzie rzemieślniczej nauki zawodu dla pracowników młodocianych (i w konsekwencji uzyskania dofinansowania kosztów tej nauki) był także istotny, ale nie pierwszoplanowy.

Wykres 29. Główne powody przystąpienia firmy do cechu rzemieślniczego

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n = 170 – firmy należące do cechów, pytanie wielokrotnego wyboru).

Można sądzić, że oczekiwania te zostały w wysokim stopniu spełnione. Świadczą o tym zarówno poziom deklarowanego przez rzemieślników zadowolenia z przynależności do cechu, jak i chęć polecenia tego wyboru innym przedsiębiorcom. W obydwu tych kwestiach przeważająca większość członków cechów wyraziła opinie pozytywne. Wyjątkowo często były to opinie świadczące o bardzo wysokim zadowoleniu (48%) i zdecydowanej chęci udzielenia cechom rekomendacji (54%).

Wykres 30. Poziom zadowolenia z przynależności do cechu rzemieślniczego i chęć polecenia członkostwa w cechu innym przedsiębiorcom



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n = 170 – firmy należące do cechów).

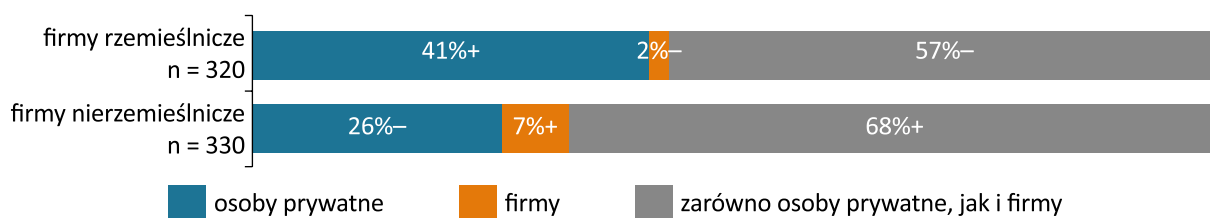
6.7. Kondycja rynkowa i potencjał rozwoju firm rzemieślniczych

6.7.1. Klienci

Wyniki badania wstępnego pozwalają scharakteryzować klientów przedsiębiorstw rzemieślniczych, w tym także na tle firm nierzemieślniczych.

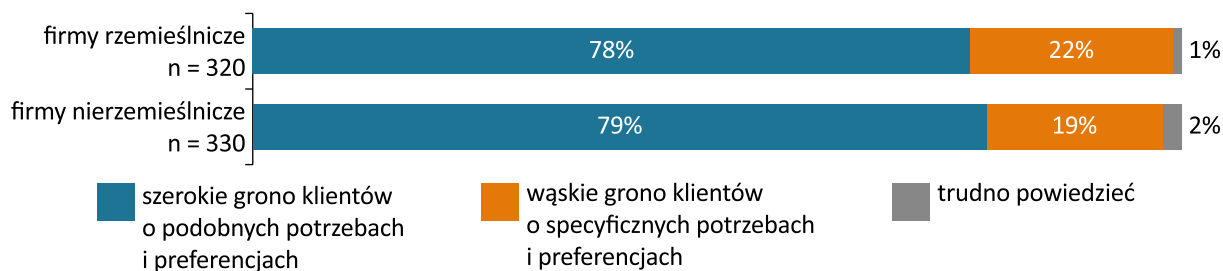
Profil klientów

Dominującym typem klienta są w obydwu grupach zarówno osoby prywatne, jak i firmy (odpowiednio 57% i 68%). Firmy zajmujące się rzemiosłem mają jednak swoją specyfikę. Częściej bowiem kierują ofertę wyłącznie do osób prywatnych (41% w porównaniu do 26% wśród firm, których nie uznano za rzemieślnicze). Taką grupę docelową mają niemal wszystkie firmy z obszaru urody, stylizacji i zdrowia (93%) oraz ponad połowa przedstawicieli rzemiosł odzieżowych, włókienniczych i skórzanycy (55%).

Wykres 31. Klienci firmy

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania wstępnego (n – firmy działające w sekcjach PKD C, F i S oraz wybranych klasach sekcji G, I i M). Znakami + i – oznaczono istotne statystycznie różnice między firmami rzemieślniczymi a nierzemieślniczymi.

Odbiorców swoich wyrobów i usług przedsiębiorcy rzemieślnicy opisują zwykle jako *szerekie grono klientów o podobnych potrzebach i preferencjach* (78%). Blisko co czwarte przedsiębiorstwo rzemieślnicze obsługuje jednak klientów o specyficznych potrzebach i preferencjach. Na takie grono odbiorców częściej wskazują firmy zajmujące się rzemiosłami drzewnymi i mineralnymi (33%).

Wykres 32. Typ klientów

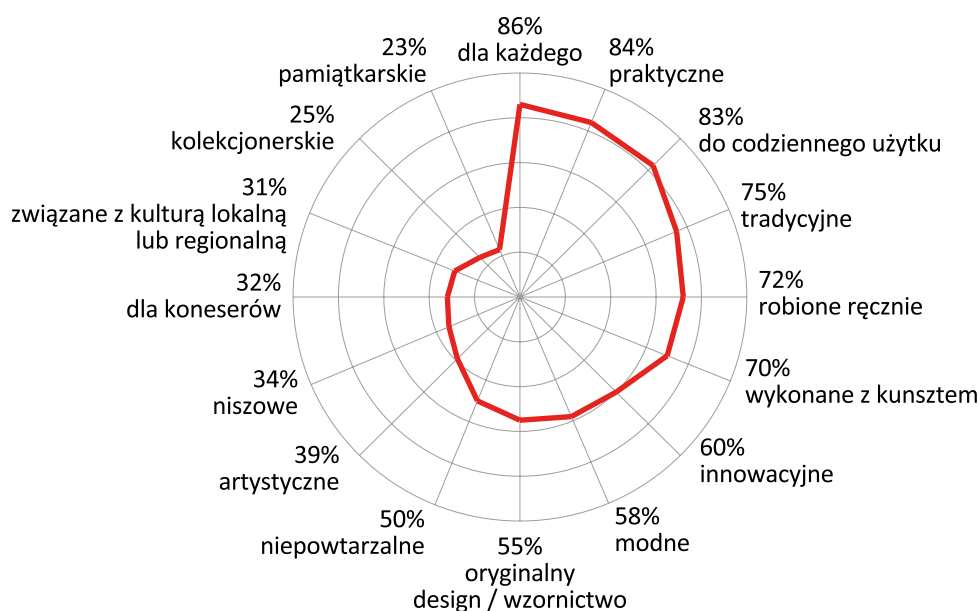
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania wstępnego (n – firmy działające w sekcjach PKD C, F i S oraz wybranych klasach sekcji G, I i M).

Charakter oferty rynkowej

Powyższe obserwacje są zgodne z opisywanym przez badanych charakterem ich oferty rzemieślniczej. Respondentom przedstawiono zestaw określeń potencjalnie opisujących ofertę ich firmy i poproszono o wskazanie tych, które mają do niej zastosowanie. Swoim wyrobom i usługom przedsiębiorcy rzemieślnicy najczęściej (ponad 80%) przypisywali cechy powszedniości i praktycznej przydatności (*dla każdego, praktyczne, codziennego użytku*). Można jednak wnioskować, że oferta niektórych firm jest skierowana do klientów w pewnym sensie elitarnych – poszukujących produktów niszowych, koneserskich,

artystycznych. Od 32% do 39% badanych wskazało bowiem te określenia jako atrybuty swojej oferty. Odpowiedzi respondentów pokazują, że w cenie są także produkty niepowtarzalne i oryginalne wzornictwo – w taki sposób swoją ofertę kształtuje połowa przedsiębiorców rzemieślników. Cechy takie, jak niepowtarzalność i/lub oryginalny design szczególnie często przypisują swoim produktom reprezentanci rzemiosł mineralnych, grafiki, druku i fotografii, florystycznych oraz drzewnych (72–91% wskazań). Przedstawiciele trzech pierwszych rodzajów rzemiosł dostrzegają także w swoich produktach kunsztowne wykonanie oraz walory artystyczne (71–94% wskazań). Wyróżniający się charakter ma również oferta rzemiosła spożywczego – mimo swojej uniwersalności (*dla każdego*) jest ona bardzo często opisywana przez odwołania do tradycji (88%), kultury lokalnej lub regionalnej (72%), sztuki (87%) i oryginalnego designu (66%). Zapewne z tych powodów przedstawiciele rzemiosł spożywczych – mimo potencjalnie szerokiego przeznaczenia swoich produktów – często opisują je jako produkty dla koneserów (67%).

Wykres 33. Charakter produktów/usług wykonywanych przez firmę

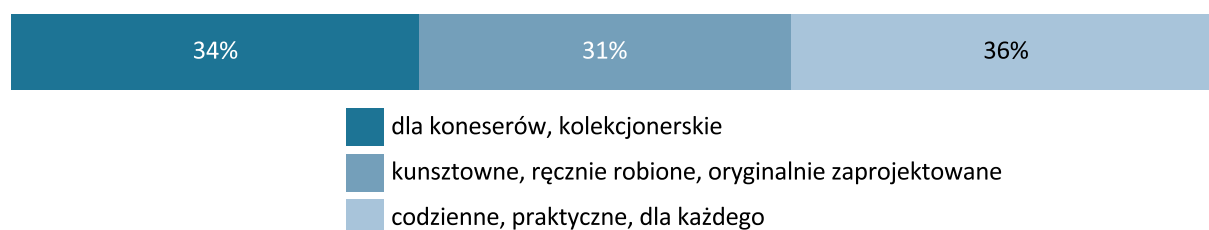


Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n = 1000).

Opisane wyżej dane poddano analizie czynnikowej. Analiza pozwoliła zredukować dużą liczbę analizowanych zmiennych (określeń) do trzech bardziej ogólnych, bezpośrednio nieobserwowalnych wymiarów, a następnie podzielić respondentów na grupy wyznaczone przez zidentyfikowane wymiary. Wyróżniono trzy wymiary (profile) oferty rynkowej

firm i trzy odpowiadające im grupy, które okazały się podobnie liczne. Pierwsza grupa to firmy, które swoją ofertę kierują do koneserów i określają ją jako kolekcjonerską, często też jako mającą walory artystyczne i związaną z kulturą regionalną lub lokalną. Druga grupa to firmy zwracające uwagę na kunszt wykonania swoich produktów, wkład pracy manualnej i oryginalny design. Oferta trzeciej grupy firm ma charakter codzienny, praktyczny i uniwersalny (*dla każdego*). Największym udziałem firm reprezentujących pierwszy typ cechują się rzemiosła grafiki, druku i fotografii (88%), a także – choć w mniejszym stopniu – rzemiosła metalowe (49%). Drugi typ oferty rynkowej jest obecny najczęściej wśród przedstawicieli rzemiosł mineralnych (70%), zaś typ trzeci – wśród firm budowlanych (50%).

Wykres 34. Typologia firm ze względu na charakter ich oferty rynkowej



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n = 1000).

Lokalny wymiar działania i lojalność klienta

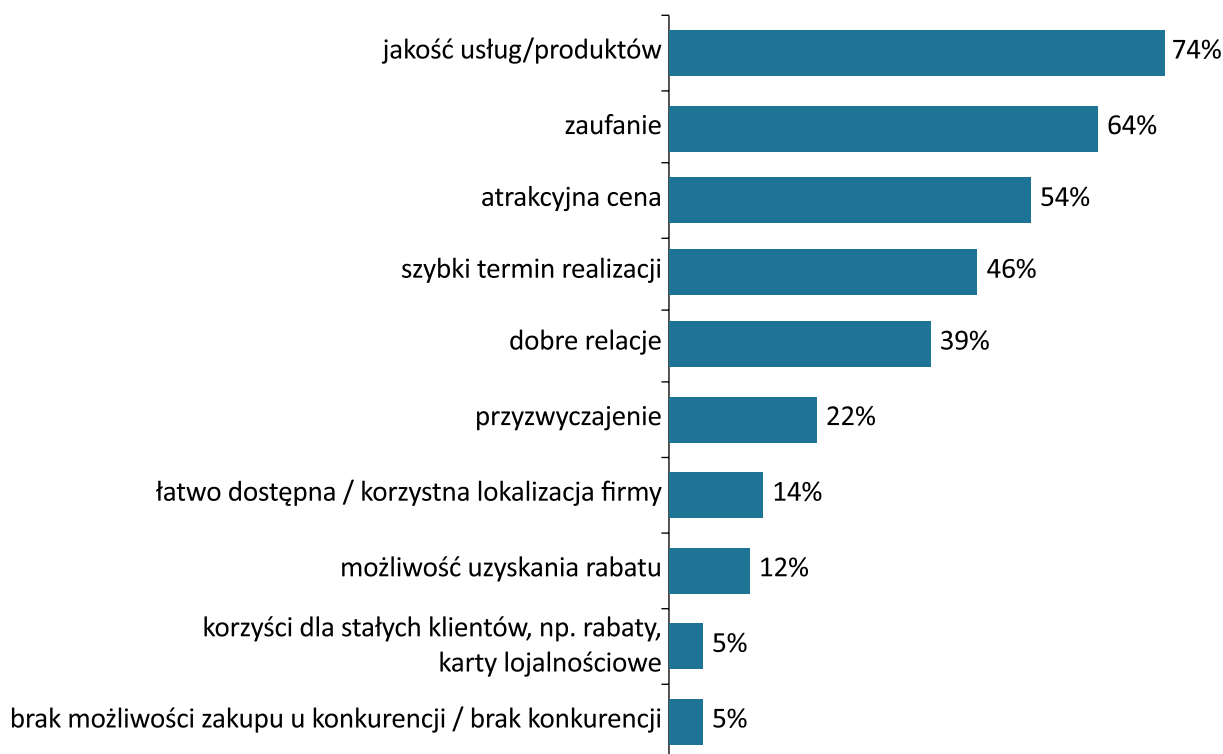
Przedsiębiorcy rzemieślnicy w bardzo dużym stopniu bazują na lokalnych zasobach klientów. Szacowana liczba klientów lokalnych, zamieszkałych w najbliższej okolicy względem siedziby firmy, to średnio 66% ogółu obsługiwanych klientów. Odsetek ten w blisko dwóch trzecich firm, które potrafiły go oszacować, przekracza 70%. Lokalna baza klientów jest znacząca we wszystkich rodzajach rzemiosł, jednak występują tu pewne różnice. W największym stopniu korzystają z niej przedstawiciele rzemiosł urody, stylizacji i zdrowia oraz florystycznych (średni odsetek lokalnych klientów wyniósł około 85%), w relatywnie najmniejszym – firmy zajmujące się grafiką, drukiem i fotografią (47%) oraz obróbką metali (55%).

Za wysoki należy uznać także udział stałych klientów (regularnie powracających po produkty lub usługi). Wynosi on średnio 48% i jest, co dość oczywiste, wyższy w firmach, których oferta wiąże się z ponawianymi zakupami (florystyczne; spożywcze; urody, stylizacji i zdrowia; odzieżowe, włókiennicze i skórzane; pozostałe – około 60–70%). Niższy, choć nadal wysoki,

jest on w firmach działających w obszarach o mniejszej powtarzalności zakupów, takich jak rzemiosła mineralne (25%), budowlane (31%) i drzewne (37%).

Wysoki udział wśród klientów firm rzemieślniczych klientów lojalnych oraz duża lokalna baza kliencka pozwalają sądzić o szczególnym charakterze relacji między firmami rzemieślniczymi a ich klientami. Siłę i wyjątkowość tych relacji musi wzmacniać usługowy profil działalności firm (obejmujący usługi osobiste), a także fakt, że większość firm rzemieślniczych jest zlokalizowana na wsiach i małych ośrodkach miejskich. Znaczenie tych relacji potwierdzają odpowiedzi na pytanie o postrzegane przez badanych powody skłaniające stałych klientów do ponawiania zakupów. Najbardziej istotnym motywem okazała się jakość produktów i usług (74%), zapewne uznawana za niezbędny warunek lojalności klientów. Na drugim miejscu jednak uplasowało się, będące konsekwencją opisanego wyżej typu więzi, zaufanie klientów (64%). Wymieniano także inne motywy dotyczące relacji między klientem a przedsiębiorcą (dobre relacje – 39%, przyzwyczajenie – 22%). Rzadko natomiast wskazywano na obiektywne udogodnienia (np. dobrą lokalizację zakładu) czy zachęty finansowe.

Wykres 35. Postrzegane powody lojalności klientów



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n = 647 – przedsiębiorstwa deklarujące posiadanie minimum 10% stałych klientów).

Odsetek stałych klientów jest szczególnie wysoki w firmach o lokalnym zasięgu działania (62%). Większa liczba stałych klientów w tej grupie firm może być wymuszona małą skalą działania. Zasób lokalnych klientów może być bowiem na tyle mały, że dla osiągnięcia zamierzonych wyników finansowych konieczne jest bazowanie na lojalności klientów i powtarzaniu przez nich zakupów. Wysoki odsetek powracających klientów w tej grupie firm wskazuje na skuteczność firm rzemieślniczych w budowaniu relacji z klientami.

Wyniki badania pozwalają postawić hipotezę o dużym znaczeniu bazy stałych klientów dla kondycji firmy. Zaobserwowano bowiem, że firmy mające wielotysięczne grono klientów mają szczególnie wysoki udział stałych klientów (66%). Z kolei firmy opisujące swoją fazę życia jako schyłkową i te, które osiągnęły w 2022 roku mniejsze przychody niż w roku poprzedzającym, odnotowały znacznie niższy odsetek stałych klientów (odpowiednio: 31% i 38%).

6.7.2. Pozycja konkurencyjna i czynniki przewagi konkurencyjnej

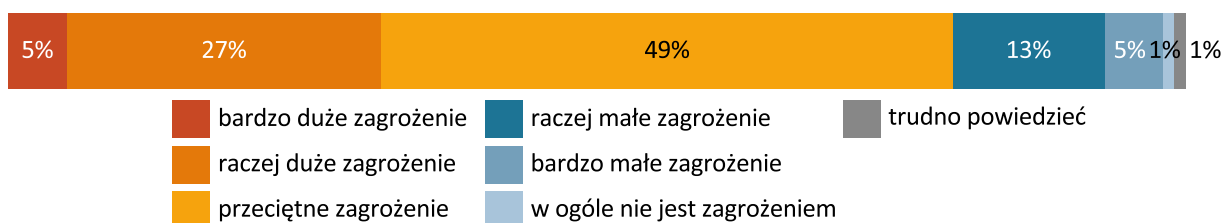
W celu poznania pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstw rzemieślniczych respondentów poproszono o podanie szacunkowej liczby firm, które uważają za swoich konkurentów, a także o ocenę siły oddziaływania konkurentów na ich pozycję.

Siła konkurencji

Sytuacja firm jest zróżnicowana. Wśród rzemieślników są tacy, którzy prawdopodobnie działają w niszy rynkowej – twierdzą bowiem, że nie mają żadnej konkurencji (8%). Podobna grupa musi liczyć się z działaniem kilkudziesięciu lub więcej konkurentów. Najczęściej konkurentów jest kilku (48%) lub kilkunastu (19%). Wydaje się, że już ta ostatnia liczba może stawiać małe firmy, o niewielkim zasięgu działania, w sytuacji zmuszającej do ostrej walki konkurencyjnej. Przypuszczenie to potwierdza fakt, że co trzecia firma rzemieślnicza odczuwa działania swojej konkurencji jako bardzo lub raczej duże zagrożenie. Najczęściej działania konkurencji opisywane są w kategoriach przeciętnego zagrożenia (49%). Co piąta firma postrzega swoją konkurencję jako mało zagrażającą lub w ogóle niezagrażającą. W lepszej sytuacji są firmy o ofercie sprofilowanej pod potrzeby wąskiej grupy specyficznych klientów, firmy produkcyjne, a także przedstawiciele rzemiosł spożywczych – dość często nie dostrzegają one wokół siebie konkurentów (odpowiednio: 21%, 14%, 18%).

Wykres 36. Liczba firm postrzeganych jako konkurencja

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n = 1000).

Wykres 37. Ocena siły konkurencji

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n = 788 – przedsiębiorstwa, które wskazały liczbę konkurentów).

Czynniki przewagi konkurencyjnej

Przedsiębiorców pytano także o czynniki stanowiące źródła przewagi konkurencyjnej ich firm. Uzyskane wyniki były stosunkowo mało zróżnicowane. Spośród wielu czynników przedstawionych respondentom do oceny relatywnie najistotniejsze okazały się te związane z kapitałem ludzkim – kompetencjami pracowników oraz ich postawą wobec pracy, nacechowaną pracowitością i rzetelnością. Ten ostatni czynnik uplasował się na pierwszym miejscu. Jako swoją przewagę wskazało go trzy czwarte rzemieślników, w tym prawie 40% uznało, że jest to zdecydowana przewaga. Dość często jako źródło przewagi wskazywano także talent i unikalne zdolności pracowników (odpowiednio: 65% i 26%), a ponadto renomę firmy oraz szybkość realizacji zamówień (nieco ponad 70% wskazań na przewagę w każdym z tych obszarów, w tym 29% na zdecydowaną przewagę).

Relatywnie najrzadziej źródeł przewagi upatrywano w zdolności podejmowania ryzyka i wykorzystywania szans rynkowych (odpowiednio: 51% i 16%) oraz skutecznym marketingu (54% i 17%). Częściej natomiast pojawiały się głosy, że czynniki te nie stanowią przewagi badanych firm (odpowiednio: 27% i 21%), w tym około 10% wyrażało te opinie w sposób zdecydowany. W podobny sposób oceniono także lokalizację firmy z punktu widzenia jej dogodności dla klientów. Problemy lokalizacyjne mogą dotyczyć zwłaszcza przedstawicieli rzemiosł drzewnych,

bo w tej grupie co trzeci badany przyznał, że lokalizacja nie jest przewagą konkurencyjną firmy. W odmiennej sytuacji są firmy mające swe siedziby w dużych miastach (powyżej 200 tys. mieszkańców) – aż 80% z nich uznało swoją lokalizację za atut. Swoją lokalizację korzystnie oceniali także firmy spożywcze (72% uznało ten aspekt za przewagę konkurencyjną).

Silniejsza pozycja rzemiosł spożywczych dała się zauważyć także w przypadku większości pozostałych czynników, również w obszarach stanowiących słabsze strony przedsiębiorczości rzemieślniczej, takich jak dobry marketing czy umiejętność podejmowania ryzyka i innowacyjność. Wyróżniały się także rzemiosła mineralne – ponadprzeciętną jakością produktów, umiejętnością ich dostosowania do potrzeb klienta, a także wysokimi kompetencjami pracowników, ich talentami i unikalnymi zdolnościami oraz pracowitością i rzetelnością.

Wysoką pozycję czynników opisujących kompetencje oraz zaangażowanie w wykonywaną pracę można by uznać za przejawy żywego etosu rzemieślniczego. Prowadzone w Polsce badania wskazują, że istnieje pewien zestaw wartości, które rzemieślnicy uważają za stanowiące o ich tożsamości, wyróżniające spośród innych firm. Są to pracowitość, solidność, rzetelność, zapewnienie wysokiej jakości i wyjątkowego charakteru produktu, dbałość o relacje z klientem, odpowiedzialność za współpracowników⁵⁹. Warto dodać, że obowiązek przestrzegania przez rzemieślników zasad etyki i godności zawodowej jest wymogiem ustawowym⁶⁰, a naruszenie tych zasad wiąże się z odpowiedzialnością dyscyplinarną⁶¹.

Trzeba jednak stwierdzić, że wyżej wymienione wartości jako źródła swojej przewagi równie często jak rzemieślnicy wskazywały także przedsiębiorstwa nierzemieślnicze. Nie odnotowano zatem, przynajmniej w warstwie deklaratywnej, różnic w stopniu identyfikacji z tymi wartościami, a także z wieloma innymi analizowanymi czynnikami. Porównanie firm rzemieślniczych z działającymi w podobnych branżach firmami nierzemieślniczymi pokazuje wręcz, że rzemieślnicy mogą powątpiewać w zdolności konkurencyjne swoich firm oraz własne umiejętności. Choć w jednej i drugiej grupie firm większość respondentów uznawała analizowane czynniki za swoje przewagi, to rzemieślnicy niekiedy wyrażali te opinie rzadziej lub z mniejszym zdecydowaniem. Dotyczyło to takich obszarów, jak: podejmowanie ryzyka

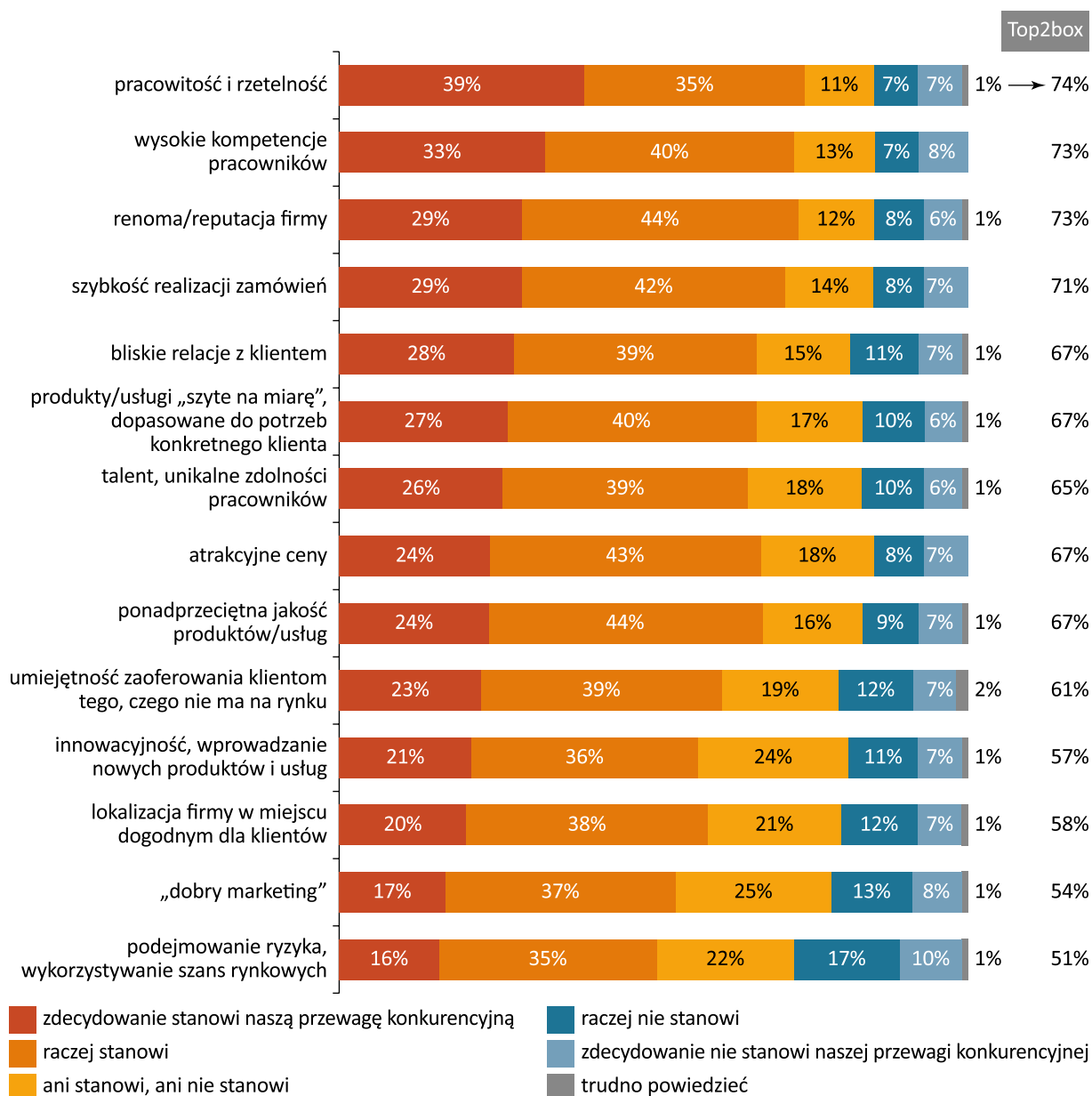
⁵⁹ Por. K. Bondyra (red.), *Cechy Wielkopolski. Rola rzemiosła w kształceniu zawodowym. Raport z badań*, Wydawnictwo M-Druk, Poznań 2011, s. 181.

⁶⁰ Art. 5 ust. 1 ustawy o rzemiośle.

⁶¹ Art. 6 ust. 1 ustawy o rzemiośle.

i wykorzystywanie szans rynkowych, renoma firmy, dobry marketing, talent i unikalne zdolności pracowników⁶².

Wykres 38. Czynniki przewagi konkurencyjnej



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n = 1000). Top 2-box oznacza sumę odpowiedzi „zdecydowanie stanowi” i „raczej stanowi”.

⁶² Różnice na niekorzyść rzemieślników, choć w mniejszej skali, odnotowano także w przypadku takich aspektów jak: *pracowitość i rzetelność*, *wysokie kompetencje pracowników*, *produkty/usługi „szyte na miarę”, dopasowane do potrzeb konkretnego klienta*.

Do podobnych wniosków prowadzą również dane na temat samooceny firm rzemieślniczych, dokonywanej pod względem różnych czynników na tle konkurencji. Na ogół firmy rzemieślnicze oceniały się podobnie jak firmy nie uznane za rzemiosło. Jednak w kilku aspektach: pod względem renomy firmy, jej zaawansowania technologicznego, dostępu do informacji o zmianach w prawie, dostępności kredytów i pożyczek rzemieślnicy przyznali swoim firmom niższe noty niż właściciele działających w podobnych branżach firm nierzemieślniczych.

6.7.3. Kapitał ludzki

Potrzeby zatrudnieniowe

Ostatnie lata to okres deficytu pracowników na rynku pracy oraz wzmożonych potrzeb rekrutacyjnych przedsiębiorstw. Badanie Bilans Kapitału Ludzkiego⁶³ pokazuje, że w 2021 roku potrzebę poszukiwania pracowników miało 27% przedsiębiorstw z sektora MŚP, w tym szczególnie często firmy z sektora budowlanego (38%), z którego rekrutują się przedstawiciele rzemiosł budowlanych. Potrzeby rekrutacyjne pracodawców dotyczyły często osób na stanowiska specjalistyczne, ale także robotników wykwalifikowanych oraz operatorów i monterów⁶⁴. Zawody rzemieślnicze – także według prognoz Ministerstwa Edukacji i Nauki⁶⁵ – należą do tych o największym zapotrzebowaniu na pracowników.

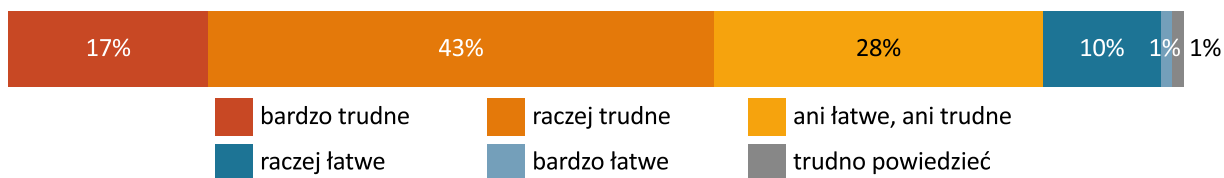
Na deficyt pracowników o wyżej wymienionych kwalifikacjach wskazują też opinie rzemieślników uczestniczących w badaniu zasadniczym. Ponad połowa z nich (60%) uważa, że znalezienie pracownika o kwalifikacjach potrzebnych do pracy w ich w firmach jest trudne, w tym około 20% ocenia to zadanie jako bardzo trudne. W podobny sposób postrzegają sytuację te firmy, które w ciągu ostatnich 12 miesięcy miały do czynienia z poszukiwaniem i zatrudnianiem pracowników.

⁶³ J. Górniak i in., *Bilans Kapitału Ludzkiego. Raport z badania pracodawców. Powrót do rzeczywistości? Drugi rok pandemii oczami polskich firm 2022/2021*, PARP, 2022, s. 35, <https://www.parp.gov.pl/component/publications/publication/raport-z-badania-pracodawcow-powrot-do-rzeczywistosci-drugi-rok-pandemii-oczami-polskich-firm> [dostęp 18.07.2023 r.].

⁶⁴ Tamże, s. 37.

⁶⁵ Ministerstwo Edukacji i Nauki, *Prognoza...*, dz. cyt., s. 5.

Wykres 39. Ocena trudności w znalezieniu na rynku pracownika o kwalifikacjach odpowiednich do potrzeb firmy

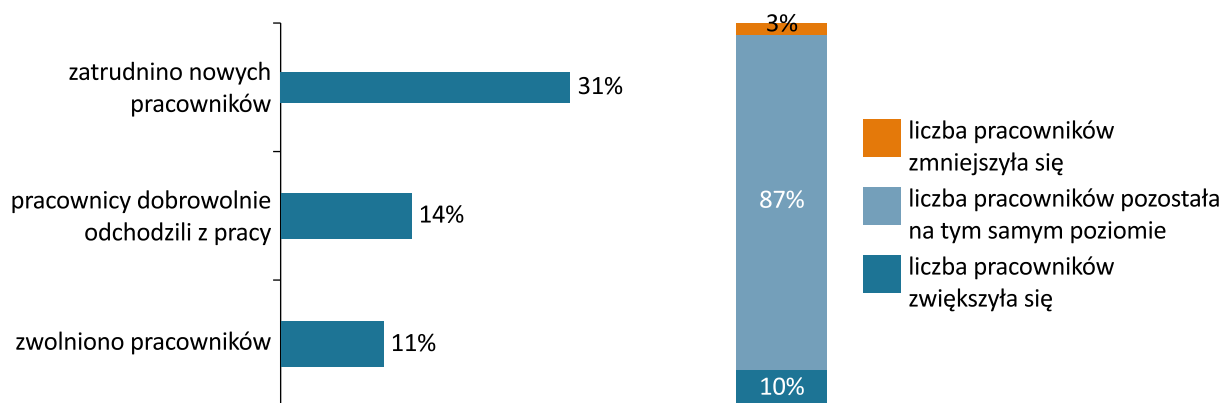


Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n = 1000).

W związku z tym warto przeanalizować, jak przedstawiają się potrzeby kadrowe w rzemiośle. Respondentów pytano o rotację pracowników oraz dynamikę zatrudnienia w ciągu ostatniego roku. Okazuje się, że co trzeci przedsiębiorca rzemieślnik w ciągu ostatnich 12 miesięcy zatrudnił nowych pracowników, co dziesiąty zwolnił pracowników, a w co siódmym przedsiębiorstwie miały miejsce dobrowolne odejścia pracowników. Stan liczebny kadr w ciągu tego okresu w większości przedsiębiorstw rzemieślniczych utrzymał się na tym samym poziomie, w co dziesiątym wzrósł, a jedynie w 3% firm odnotowano zmniejszenie zatrudnienia.

Najważniejszym czynnikiem wpływającym na nasilenie rotacji pracowników i zmiany wielkości zatrudnienia jest wielkość firmy. Zjawiska te występują zdecydowanie częściej w podmiotach małych i średnich. Uzyskane dane wskazują na dużą skalę zarówno potrzeb zatrudnieniowych, jak i rotacji pracowników w firmach tej wielkości. W 47% firm małych i średnich (traktowanych łącznie) zatrudniono pracowników, w 23% – zwolniono pracowników, a w co trzeciej pracownicy dobrowolnie odchodzili z pracy; w wyniku tych ruchów kadrowych nieznacznie częściej niż wśród ogółu badanych dochodziło do wzrostu zatrudnienia (13%). Z kolei stabilna sytuacja zatrudnieniowa (zarówno pod względem wielkości zatrudnienia, jak i ruchów kadrowych) dotyczyła niemal wszystkich rzemieślników prowadzących działalność gospodarczą jako osoby fizyczne i w okresie realizacji badania nikogo niezatrudniających. Można zatem sądzić, że wybór takiej formy prawnej i takiej skali działalności (jednoosobowej) jest dość ugruntowany i istnieją w tym względzie duże bariery wzrostu zatrudnienia.

Nie odnotowano większych różnic w poziomie rotacji pracowników oraz dynamice zatrudnienia między poszczególnymi rodzajami rzemioł. Wyróżniły się jedynie rzemioła odzieżowe, włókiennicze i skórzane, w których dość często (34%) pracownicy odchodzili dobrowolnie z pracy, oraz rzemioła urody, stylizacji i zdrowia, w których najrzadziej zwalniano pracowników (5%).

Wykres 40. Rotacja pracowników w firmie w ciągu ostatnich 12 miesięcy

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n = 1000).

Ocena kompetencji pracowników

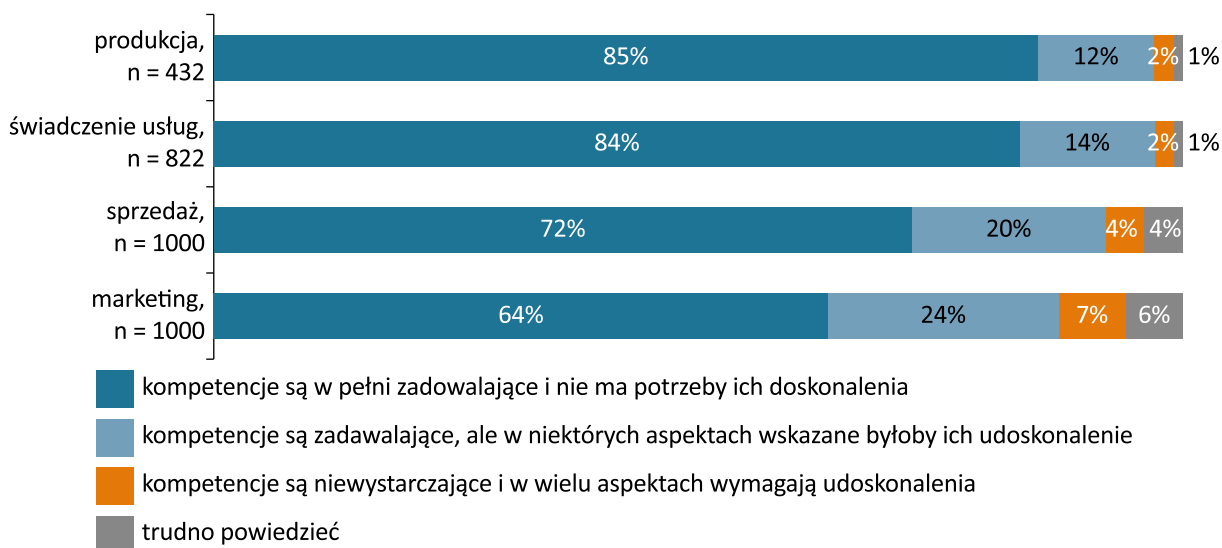
Respondentów proszono także o ocenę kompetencji pracowników w podstawowych obszarach funkcjonowania firmy, takich jak: produkcja, świadczenie usług, sprzedaż oraz marketing. Większość badanych (około 85%) jako w pełni zadowolające (niewymagające doskonalenia) ocenia kompetencje pracowników w zakresie głównych funkcji firmy, tj. produkcyjnej lub usługowej. Szczególnie wysokie oceny kompetencji w zakresie produkcji odnotowano w firmach „młodych”, działających krócej niż 3 lata (97% wskazań na w pełni zadowolające kompetencje). Można więc sądzić, że rozpoczęły one działalność wyposażone w aktualną, wyczerpującą wiedzę branżową.

Relatywnie często badane firmy przyznawały się do deficytów kompetencji w zakresie sprzedaży i marketingu. W sumie co czwarta firma rzemieślnicza zgłosiła zastrzeżenia co do swoich kompetencji w zakresie sprzedaży, w tym 4% oceniło je jako niewystarczające. W przypadku marketingu takie oceny były częstsze – odpowiednio: 31% i 7%. Warto przypomnieć, że umiejętności z zakresu *dobrego marketingu* stanowiły także – jak wynikało z analizy czynników przewagi konkurencyjnej – słabość firm rzemieślniczych na tle firm niezajmujących się rzemiosłem. Z korzystniejszymi ocenami umiejętności pracowników w zakresie marketingu i sprzedaży mieliśmy do czynienia wśród przedstawicieli firm działających w formie spółek, a także wśród respondentów legitymujących się wyższym wykształceniem (około 80% pozytywnych ocen).

Ciekawa obserwacja dotyczy firm mających relatywnie małe grono klientów (maksymalnie kilkunastu średnio w roku). Firmy te we wszystkich czterech obszarach stosunkowo często wskazywały na potrzebę doskonalenia kompetencji (od 39% do 47% wskazań). Być może relatywnie niewielka skala działania tych firm ma związek z deficytami kompetencyjnymi.

Do ograniczeń kompetencyjnych w obszarze świadczenia usług i umiejętności sprzedażowych nieco częściej przyznawały się firmy mające wąskie grono klientów o specyficznych potrzebach niż te, które obsługują szerokie grono klientów o podobnych potrzebach i preferencjach. Wąski profil odbiorców musi wymagać od firm skuteczniejszych metod docierania do klientów i szczególnych umiejętności dostosowania oferty do ich potrzeb. Prawdopodobnie z tego powodu firmy obsługujące takich klientów częściej wskazywały na deficyty kompetencji w wyżej wskazanych zakresach.

Wykres 41. Ocena kompetencji pracowników w różnych obszarach funkcjonowania firmy



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n – firmy wykonujące dany rodzaj działalności, w przypadku sprzedaży i marketingu – ogół badanych).

Inwestycje w rozwój kompetencji

Właściciele firm rzemieślniczych pytano też o ich uczestnictwo w różnych formach podnoszenia kwalifikacji w ciągu ostatnich 3 lat. Analogiczne pytanie zadawano również w odniesieniu do pracowników firmy w podmiotach zatrudniających minimum dwie osoby. Uzyskane wyniki pozwalają sądzić, że aktywność szkoleniowa jest w firmach rzemieślniczych

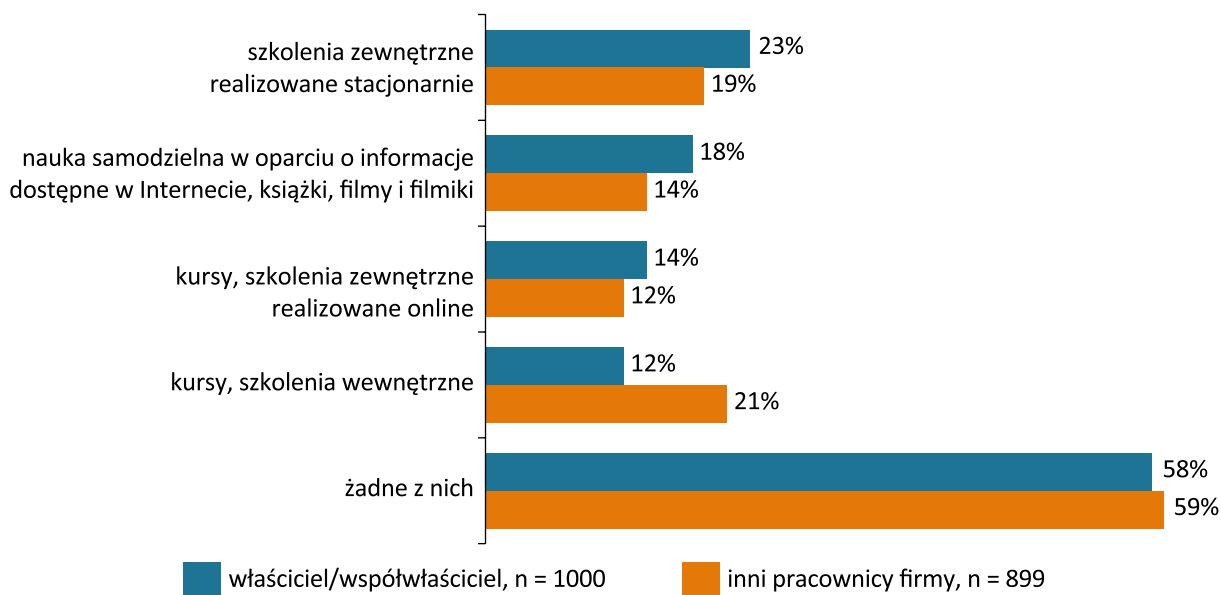
podejmowana relatywnie rzadko. Z żadną formą doksztalcania (nawet z samokształceniem) nie miało bowiem do czynienia w ciągu ostatnich 3 lat około 60% właścicieli firm. W podobnej liczbie firm z działań tego typu nie korzystali też pracownicy.

W szkoleniu pracowników najczęściej wykorzystywane są kursy/szkolenia wewnętrzne (21%) oraz zewnętrzne stacjonarne (19%). Właściciele najczęściej korzystają z kursów/szkoleń zewnętrznych stacjonarnych (23%) oraz metody samokształcenia (18%).

Szczegółowa analiza danych wskazuje na częstszą aktywność szkoleniową w rzemiosłach spożywczych oraz urody, stylizacji i zdrowia, zwłaszcza jeśli chodzi o udział właścicieli w kursach i szkoleniach zewnętrznych (stacjonarnych i online). W rzemiosłach urody, stylizacji i zdrowia dodatkowo wyjątkowo często deklarowane jest samokształcenie. Pod względem uczestnictwa właścicieli w różnych formach podnoszenia kwalifikacji korzystnie wypadają także przedstawiciele rzemiosł odzieżowych, włókienniczych i skórzanym. Z kolei najniższe zaangażowanie w rozwój kompetencji zarówno właścicieli, jak i pracowników wykazują przedstawiciele rzemiosł mineralnych (około 20%). Małą aktywność w podnoszeniu własnych kwalifikacji przejawiali także właściciele firm zajmujących się obróbką metalu oraz budowlanych (odpowiednio: 29% i 33%).

We wszystkich formach podnoszenia kwalifikacji, zarówno właścicieli, jak i pracowników, wyróżniają się ponadto firmy należące do cechów lub izb rzemieślniczych. Uczestnictwo w różnych formach doksztalcania właścicieli i pracowników deklaruje wśród nich około 60%. Wyraźny związek z taką aktywnością ma także sytuacja finansowa firmy. Około dwie trzecie firm oceniających swoją sytuację jako bardzo dobrą deklaruje udział w działaniach doksztalcających. Pod względem korzystania ze szkoleń zewnętrznych (zwłaszcza stacjonarnych) wyróżniają się również spółki kapitałowe.

Wykres 42. Udział właścicieli i pracowników firmy w różnych formach podnoszenia kwalifikacji w ciągu ostatnich 3 lat



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (pytanie dotyczące innych pracowników zadawano w firmach zatrudniających pracowników; pytanie wielokrotnego wyboru).

Najczęściej wskazywanym powodem braku aktywności ukierunkowanej na rozwój kompetencji kadr jest brak potrzeby, wynikający zapewne z przekonania, że kompetencje pracowników są wystarczające (74%). Drugim powodem był brak czasu. Na problem ten wskazywała co trzecia firma nieprowadząca aktywności rozwojowej. Nieliczni rzemieślnicy twierdzili, że ogranicza ich brak funduszy (8%) i brak wiedzy o szkoleniach i kursach (5%).

6.7.4. Kształcenie przyszłych rzemieślników

Jednym z celów badania była ocena zaangażowania firm rzemieślniczych w organizację praktycznej nauki zawodu. Szczególnym przedmiotem uwagi był udział rzemieślników w kształceniu dualnym. Zgodnie z tym modelem nauka zawodu przez adepta rzemiosła odbywa się u pracodawcy rzemieślnika, równoległe z kształceniem teoretycznym w szkole lub w formach pozaszkolnych. Dualny model kształcenia jest uważany za bardzo efektywny mechanizm koordynacji edukacji i rynku pracy. Uczeń kształcący się według tego modelu zdobywa bowiem jednocześnie wiedzę teoretyczną, umiejętności praktyczne oraz

doświadczenie zawodowe i jest gotowy do podjęcia pracy od razu po ukończeniu branżowej szkoły I stopnia (bez potrzeby doszkalania)⁶⁶.

Przygotowanie zawodowe w rzemiośle (według zasad modelu dualnego) jest jednym z zadań organizacji rzemieślniczych. Pracodawca realizujący dualne kształcenie zawodowe w rzemiośle musi być – zgodnie z ustawą o rzemiośle – członkiem cechu lub izby rzemieślniczej, a osoba prowadząca kształcenie w zakładzie rzemieślniczym musi posiadać kwalifikacje instruktora praktycznej nauki zawodu⁶⁷. Pracodawcy, którzy zawarli umowę o pracę z młodocianym pracownikiem w celu przygotowania zawodowego, po zakończeniu nauki zawodu i zdaniu przez pracownika egzaminu mogą otrzymać dofinansowanie kosztów kształcenia. Szczególnym przykładem realizacji kształcenia dualnego są szkoły zawodowe prowadzone przez organizacje samorządu gospodarczego rzemiosła (izby i cechy). Według danych z 2021 roku organizacje te prowadzą 40 szkół branżowych I stopnia, w których uczy się 10% ogółu młodzieży kształcącej się w zawodach rzemieślniczych w Polsce⁶⁸.

W badaniu uwzględniono także inne niż przygotowanie zawodowe w rzemiośle formy praktycznej nauki zawodu, takie jak zajęcia praktyczne (które mogą odbywać się u pracodawców w czasie trwania zajęć dydaktycznych) oraz praktyki zawodowe.

Zainteresowanie uczniów, szkół i osób dorosłych praktyczną nauką zawodu

Kształcenie przyszłych rzemieślników jest dość rzadką praktyką w badanych firmach. Głównym źródłem tego stanu wydaje się stosunkowo nieduże zainteresowanie skorzystaniem z oferty edukacyjnej rzemiosła ze strony uczniów i szkół prowadzących kształcenie

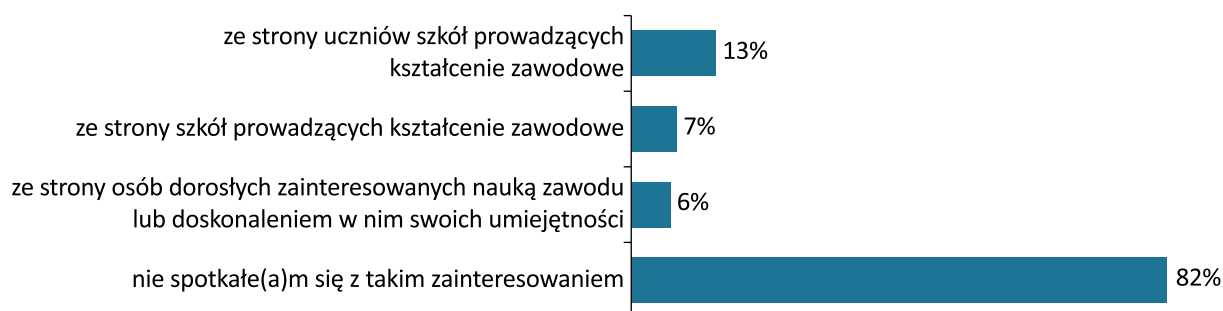
⁶⁶ Rządowy Program *Polski Inkubator...*, dz. cyt. Por. A.W. Stępnikowski, *Mistrz w rzemieślniczym przygotowaniu zawodowym. Kompetencje społeczne i pedagogiczne*, Łukasiewicz – Instytut Technologii Eksploatacji Wydawnictwo Naukowe, Radom 2020, s. 93.

⁶⁷ Wymogi pod adresem instruktora praktycznej nauki zawodu sformułowano w Rozporządzeniu Ministra Edukacji Narodowej z dnia 22 lutego 2019 r. w sprawie praktycznej nauki zawodu (Dz.U. z 2019 r. poz. 391). Dotyczą one posiadania przez instruktorów odpowiedniego przygotowania pedagogicznego, kwalifikacji zawodowych oraz stażu zawodowego.

⁶⁸ *IV Forum Szkół Rzemiosła. Przygotowanie zawodowe dostawcą wykwalifikowanych kadr dla gospodarki i rynku pracy*, ZRP, Wydawnictwo pokonferencyjne, Związek Rzemiosła Polskiego – Rada Dialogu Społecznego, Warszawa 2021. Za: G. Dębicka-Ozorkiewicz, *Polski Inkubator Rzemiosła szansą na wzmocnienie organizacji samorządu gospodarczego rzemiosła*, w: *Rzemiosło – stan i zmiany w wymiarze lokalnym, regionalnym i międzynarodowym*, red. W. Musialik i in., Politechnika Opolska, Opole 2021.

zawodowe. W ciągu ostatnich 3 lat z takim zainteresowaniem ze strony uczniów zetknięto się 13% rzemieślników, a ze strony szkół – tylko 7%. Obowiązek organizacji praktycznej nauki zawodu szkoły mogą zatem wypełniać inaczej (na przykład za pomocą zajęć praktycznych w szkolnych warsztatach). Współpracę z przedsiębiorstwami mogą też realizować z większymi podmiotami, dysponującymi lepszymi warunkami lokalowymi i mogącymi przyjąć większą liczbę uczniów⁶⁹. Przypuszczenie to potwierdzają wyniki niniejszego badania. Pokazują one bowiem, że propozycje współpracy były znacznie częściej kierowane – zarówno przez uczniów, jak i szkoły – do firm średnich i małych (od 20% do 35%).

Wykres 43. Zainteresowanie praktyczną nauką zawodu w firmie w ciągu ostatnich 3 lat

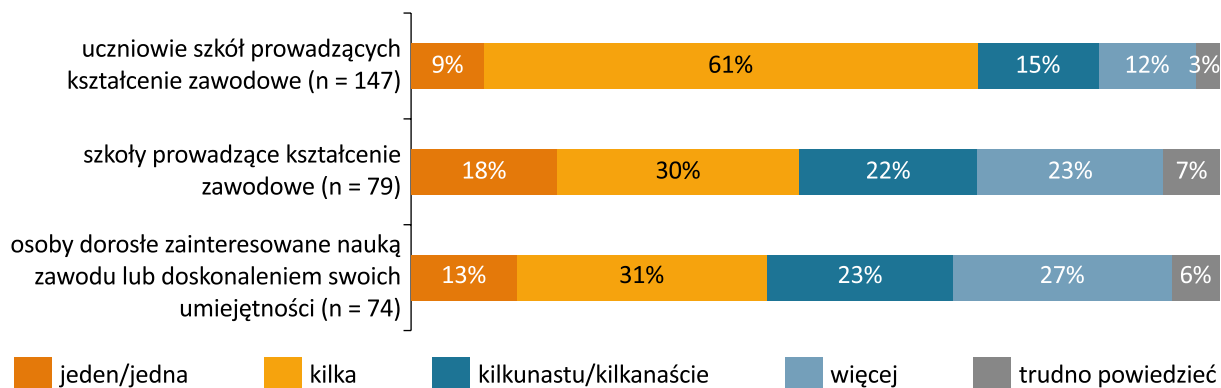


Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n = 1000).

Szacunki badanych dotyczące liczby uczniów, szkół lub osób dorosłych zainteresowanych praktyczną nauką zawodu pokazują, że jeśli już firmy spotykały się z takim zainteresowaniem, to jego skala nie była mała. Zainteresowanych uczniów, szkół lub osób dorosłych było często kilkunastu/kilkanaście lub więcej. Taki szacunek liczby uczniów podało 27% firm. Zainteresowanie ze strony osób dorosłych i szkół na tym poziomie było jeszcze większe (odpowiednio: 50% i 45%). Można więc sądzić, że istnieje niezbyt liczna grupa firm rzemieślniczych, które spotykają się z dużym zainteresowaniem praktyczną nauką zawodu ze strony szkół i uczniów, a także osób dorosłych.

⁶⁹ Należy też zauważyć, że przynajmniej część firm tego typu, z którymi szkoły współpracują, prawdopodobnie nie zostałyby uznane za firmy rzemieślnicze w rozumieniu przyjętym w niniejszym badaniu.

Wykres 44. Przybliżona liczba uczniów / szkół / osób dorosłych zainteresowanych praktyczną nauką zawodu w firmie



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n – firmy, które spotkały się z zainteresowaniem praktyczną nauką zawodu ze strony uczniów / szkół / osób dorosłych).

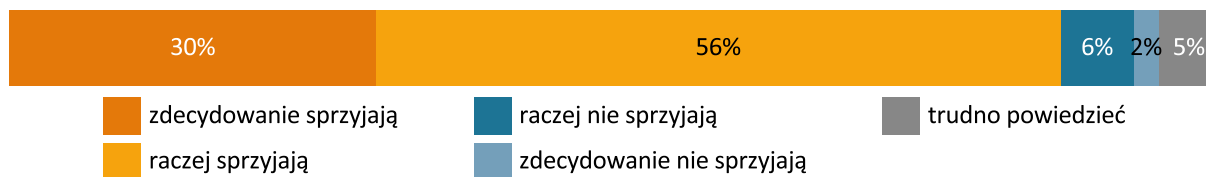
Zaangażowanie firm w praktyczną naukę zawodu

Niewiele jest firm, które praktyczną naukę zawodu kiedykolwiek organizowały w jakiegokolwiek formie: zajęć praktycznych, praktyk zawodowych czy rzemieślniczego przygotowania zawodowego. Odsetek takich firm można szacować na 14%. W ostatnich 3 latach działania te podjęło w sumie 11% firm, przy czym najczęściej były to praktyki zawodowe, najrzadziej – rzemieślnicza nauka zawodu skierowana do pracowników młodocianych. Na nieco wyższym poziomie kształtują się deklaracje dotyczące planu zorganizowania w firmie praktycznej nauki zawodu w ciągu najbliższego roku (praktyki zawodowe – 13%, zajęcia praktyczne – 10%, zatrudnienie pracowników młodocianych w celu przygotowania zawodowego – 10%). Z wysokim stopniem pewności plany te wyrażało jednak tylko od 4% do 6% badanych.

Doświadczenie organizacji w ostatnich 3 latach najbardziej zintensyfikowanej formy kształcenia zawodowego, polegającej na zawarciu z pracownikiem młodocianym umowy o pracę w celu przygotowania zawodowego, posiada 4% badanych. Więcej takich firm odnotowano wśród firm zrzeszonych w cechach lub izbach rzemieślniczych (12%). Blisko 90% rzemieślników zatrudniających osoby młodociane uważa, że obowiązujące przepisy sprzyjają zatrudnianiu takich osób w celu ich przygotowania zawodowego, w tym 30% wyraża takie stanowisko ze zdecydowanym przekonaniem.

Wykres 45. Udział w organizacji praktycznej nauki zawodu

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n = 1000).

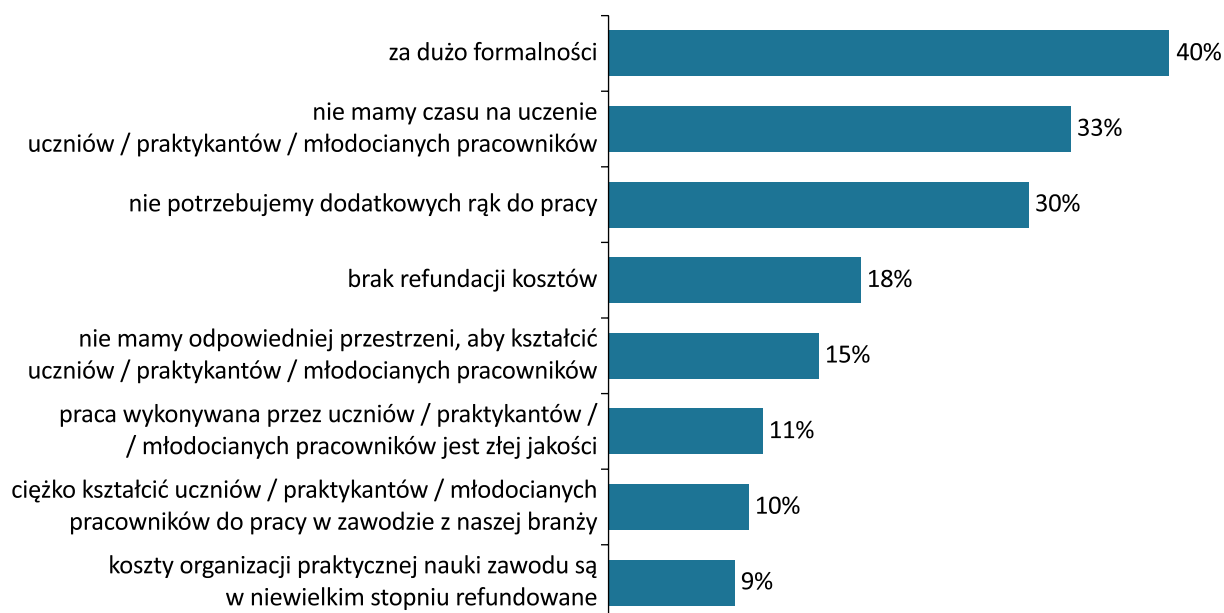
Wykres 46. Ocena obowiązujących przepisów z punktu widzenia ich wpływu na zatrudnianie młodocianych pracowników w celu ich przygotowania zawodowego

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n = 47 – firmy, które w ostatnich 3 latach zatrudniały pracowników młodocianych w celu ich przygotowania zawodowego).

W kształcenie przyszłych kadr rzemiosła największy wkład mają firmy zrzeszone w cechach lub izbach rzemieślniczych (38% z nich angażowało się kiedykolwiek w którąś formę praktycznej nauki zawodu) oraz firmy o większym zatrudnieniu (od 10 do 249 osób – 37%). Ponadprzeciętnie aktywni w tym obszarze byli także przedstawiciele rzemioł odzieżowych, włókienniczych i skórzanym (33%), spożywczych (25%) oraz urody, stylizacji i zdrowia (24%). Warto zauważyć, że organizacji praktycznej nauki zawodu sprzyja posiadanie przez ich właścicieli uprawnień pedagogicznych wymaganych dla instruktorów praktycznej nauki zawodu. Wśród ogółu rzemieślników takimi uprawnieniami pochwalić się może 11% właścicieli, a w niektórych z wymienionych wyżej grup odsetek ten był znacznie wyższy, zwłaszcza wśród członków cechów i izb rzemieślniczych (38%), w firmach zatrudniających od 10 do 249 pracowników (30%) i wśród przedstawicieli rzemioł spożywczych (20%).

Niechęć do angażowania się w różne formy kształcenia uczniów lub młodocianych wynika ze splotu różnych czynników, najczęściej z postrzegania procedur w tym zakresie jako zbyt sformalizowanych. W niektórych firmach barierą jest – jak można sądzić – nadmiar zamówień i bieżącej pracy (*brak czasu*), w innych – zbyt mało zamówień (*nie potrzebujemy dodatkowych rąk do pracy*). Na czynnik finansowy zwracano uwagę rzadziej. Można przypuszczać, że wielu badanych nie ma dostatecznej wiedzy na temat możliwości i warunków finansowania praktycznej nauki zawodu.

Wykres 47. Powody, dla których firma nie planuje w najbliższym roku przyjmować uczniów lub młodocianych na praktyczną naukę zawodu



Źródło: opracowanie własne (n = 725 – firmy, które nie planują w najbliższym roku przyjmować uczniów lub młodocianych na praktyczną naukę zawodu).

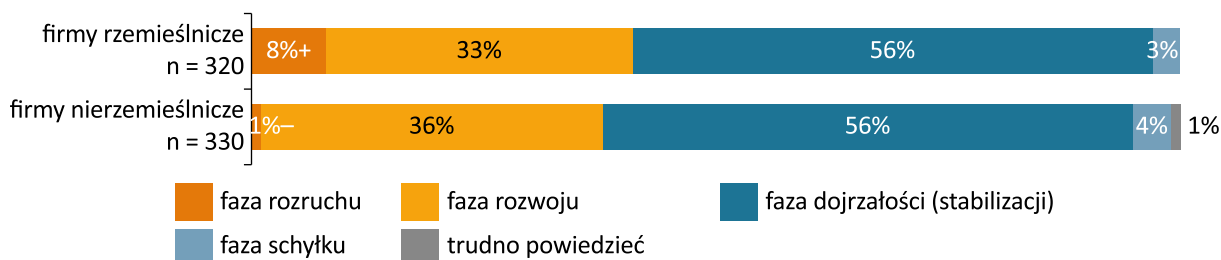
6.7.5. Sytuacja ekonomiczna i perspektywy rozwoju

Wyniki badania wstępnego pozwalają na porównawczą ocenę fazy życia oraz obecnej sytuacji firm rzemieślniczych oraz nierzemieślniczych.

Faza życia firmy

Obydwie grupy najczęściej określają obecną fazę życia własnej firmy jako okres dojrzałości (56%). Mniej więcej co trzeci podmiot w każdej z grup znajduje się w fazie rozwoju. Choć w fazie rozruchu znajdują się nieliczne firmy, to istotnie częściej dotyczy to przedstawicieli rzemiosła (8% w porównaniu do 1% w firmach nierzemieślniczych). Obserwacja ta jest zgodna z danymi ilustrującymi okres funkcjonowania firmy (firmy rzemieślnicze okazały się młodsze niż te, których nie uznano za rzemiosło). Nieliczne firmy w obydwu grupach znajdują się w fazie schyłkowej.

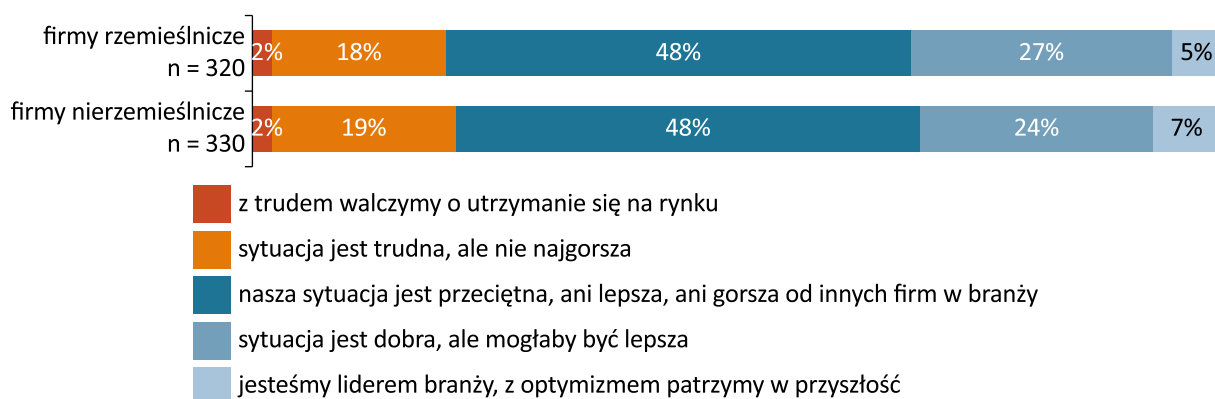
Wykres 48. Obecna faza życia firmy



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania wstępnego (n – firmy działające w sekcjach PKD C, F i S oraz wybranych klasach sekcji G, I i M). Znakami + i – oznaczono istotne statystycznie różnice między firmami rzemieślniczymi a nierzemieślniczymi.

Obecna sytuacja firmy

W badaniu wstępnym nie zaobserwowano istotnych różnic w ocenie kondycji obydwu grup firm. W każdej grupie dominowały podmioty opisujące swoją sytuację jako przeciętną, tj. ani lepszą, ani gorszą od innych (48%). Częste były także opinie, że sytuacja firmy jest dobra, choć mogłaby być lepsza (27% wśród firm zajmujących się rzemiosłem i 24% w firmach nierzemieślniczych). Około 20% firm w każdej z grup stwierdzało, że sytuacja ich firmy jest trudna, ale nie najgorsza. Wśród rzemieślników odnotowano 5% firm określających się jako liderzy branżowi (wśród firm nierzemieślniczych takich firm było nieco więcej – 7%, ale różnica nie była istotna statystycznie). Nieliczne były firmy walczące o utrzymanie się na rynku.

Wykres 49. Ocena obecnej sytuacji firmy

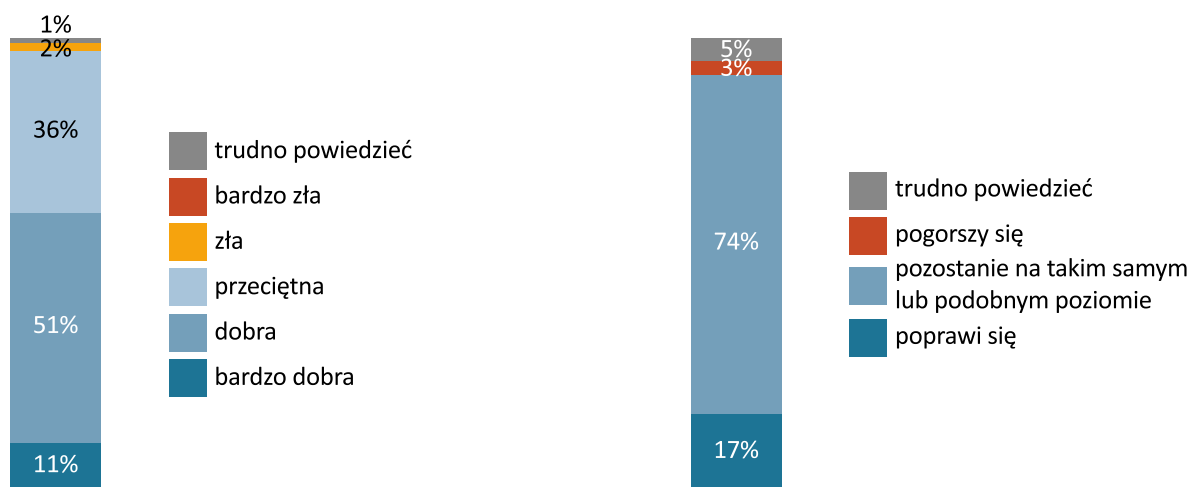
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania wstępnego (n – firmy działające w sekcjach PKD C, F i S oraz wybranych klasach sekcji G, I i M).

Przeprowadzone kilka miesięcy później badanie zasadnicze, obejmujące tylko rzemieślników, nie ujawniło większych zmian w ocenie sytuacji firm z tej grupy⁷⁰. Co dziesiąta firma opisywała swoją sytuację jako bardzo dobrą, tylko 3% jako złą lub bardzo złą. Wśród pozostałych dominowały oceny dobre i przeciętne. Średnia ocena sytuacji firmy na 5-stopniowej skali wyniosła 3,7, czyli nieco poniżej dobrej⁷¹. Najlepiej sytuację swoich firm oceniali przedstawiciele rzemiosł spożywczych (średnia 4,0) i zaliczonych do kategorii *pozostałe* (3,9), najniżej natomiast – firmy zajmujące się rzemiosłami odzieżowymi, włókienniczymi i skórzanymi (3,5), drzewnymi (3,5) i budowlanymi (3,6).

Prognozy na kolejną część 2023 roku były raczej optymistyczne. Trzy na cztery firmy przewidywały, że sytuacja ich firmy nie ulegnie w tym okresie zmianie. Wśród pozostałych znacznie częściej wyrażano nadzieję na poprawę sytuacji niż oczekiwano jej pogorszenia (17% do 3%).

⁷⁰ W badaniu zasadniczym zastosowano jednak nieco inną skalę oceny.

⁷¹ Do obliczenia średniej zastosowano skalę: 1 – bardzo zła, 2 – zła, 3 – przeciętna, 4 – dobra, 5 – bardzo dobra.

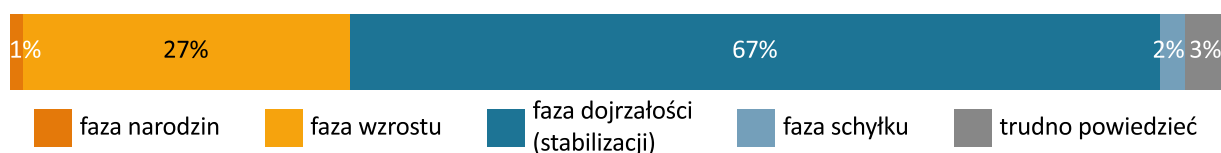
Wykres 50. Ocena obecnej i przewidywanej sytuacji firmy w dalszej części 2023 roku

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n = 1000).

Faza życia branży

Rzemieślników proszono także o określenie fazy życia branży, w których działa ich firma. Uzyskane wyniki wskazują na duże perspektywy rozwojowe znacznej części firm, wynikające z samego faktu działania we względnie nowym lub rozwijającym się obszarze rynku. Około 30% rzemieślników opisało swoją branżę jako znajdującą się w fazie wzrostu. Byli też tacy rzemieślnicy, aczkolwiek nieliczni (1%), którzy działają w całkowicie nowym obszarze rynku (rodzącej się branży). Dwie trzecie badanych działa w branżach ich zdaniem dojrzałych i stabilnych, a tylko 2% w schyłkowych. Rzemieślnicy, którzy postrzegają swoje branże jako rozwijające się, wykonują jednak „tradycyjne”, „stare” zawody rzemieślnicze. Zawody te są związane najczęściej z gastronomią (technik żywienia i usług gastronomicznych, kucharz, cukiernik) i branżą budowlaną (murarz-tylnkarz, betoniarz-zbrojarz, pozostali robotnicy budowlani robót stanu surowego i pokrewni gdzie indziej niesklasyfikowani, technik elektryk), a także z innymi rodzajami rzemiosł (fotograf, florysta, kosmetyczka, spawacz, mechanik pojazdów samochodowych, pozostali rzemieślnicy gdzie indziej niesklasyfikowani)⁷². Można zatem sądzić, że pozytywna ocena branży jako znajdującej się w fazie wzrostu wynika nie z jej „nowości”, ale przede wszystkim z rosnącego lub dużego popytu na oferowane przez nią wyroby lub usługi. W nielicznej grupie firm działających w branżach uznanych za schyłkowe zidentyfikowano bardzo różne zawody (wśród nich najwięcej było kowali i krawców).

⁷² Warto dodać, że w tych samych dziedzinach działają zwykle firmy, które określają fazę swojego życia jako etap dojrzałości.

Wykres 51. Ocena fazy życia branży, w której działa firma

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n = 1000).

Czynniki wpływające na funkcjonowanie firm rzemieślniczych

Rzemieślników uczestniczących w badaniu zasadniczym pytano także o czynniki oddziałujące na funkcjonowanie ich firmy. Wśród czynników mających korzystny wpływ najczęściej wskazywano zasoby firm rzemieślniczych, tj. zdolność budowania dobrych relacji z klientami (83%) oraz personalizowania oferty (78%). Często też jako sprzyjające rozwojowi działalności wymieniano różne, zwykle powiązane ze sobą, trendy konsumenckie. Najczęściej zauważano coraz większe znaczenie dla konsumentów unikalnych produktów wysokiej jakości i wzrost zamożności społeczeństwa (od 59% do 77% wskazań). Co drugi rzemieślnik odnotował większe zainteresowanie klientów oryginalnym wzornictwem i wzrost ich świadomości ekologicznej. Na trendy te wskazywali również rzemieślnicy uczestniczący w badaniach jakościowych przeprowadzonych przez PARP, dodając, że czynniki te istotnie zmieniają na korzyść wizerunek rzemiosła⁷³.

Wśród czynników o negatywnym wpływie na pierwszy plan wysunęły się ogólne „bólczki” przedsiębiorców, takie jak inflacja i wysokie koszty prowadzenia działalności gospodarczej (84–85%). Pojawiły się także czynniki specyficzne dla rzemiosła. Często wspomniano o wysokich cenach produktów i usług rzemieślniczych (51%) i trudności konkurowania z firmami o masowej produkcji (36%) i niższych cenach (49%). Mimo upływu dość długiego czasu od wybuchu pandemii COVID-19 co drugi badany wspominał także o jej negatywnych skutkach. Wyniki badania wstępnego pokazują, że wpływ pandemii na sytuację rzemieślników był bardziej niekorzystny niż na firmy niezajmujące się rzemiosłem⁷⁴. Obserwacja ta nie zaskakuje – wielomiesięczne zamykanie gospodarki szczególnie uderzało w przedsiębiorców, w tym licznie reprezentowanych rzemieślników, obsługujących swoich klientów bezpośrednio.

⁷³ D. Węclawska i in., *Rzeczy i ludzie...*, dz. cyt., s. 26.

⁷⁴ 60% firm zajmujących się rzemiosłem uznało, że pandemia COVID-19 wywarła na nie negatywny wpływ, w tym co czwarta firma stwierdziła, że był to wpływ zdecydowanie negatywny.

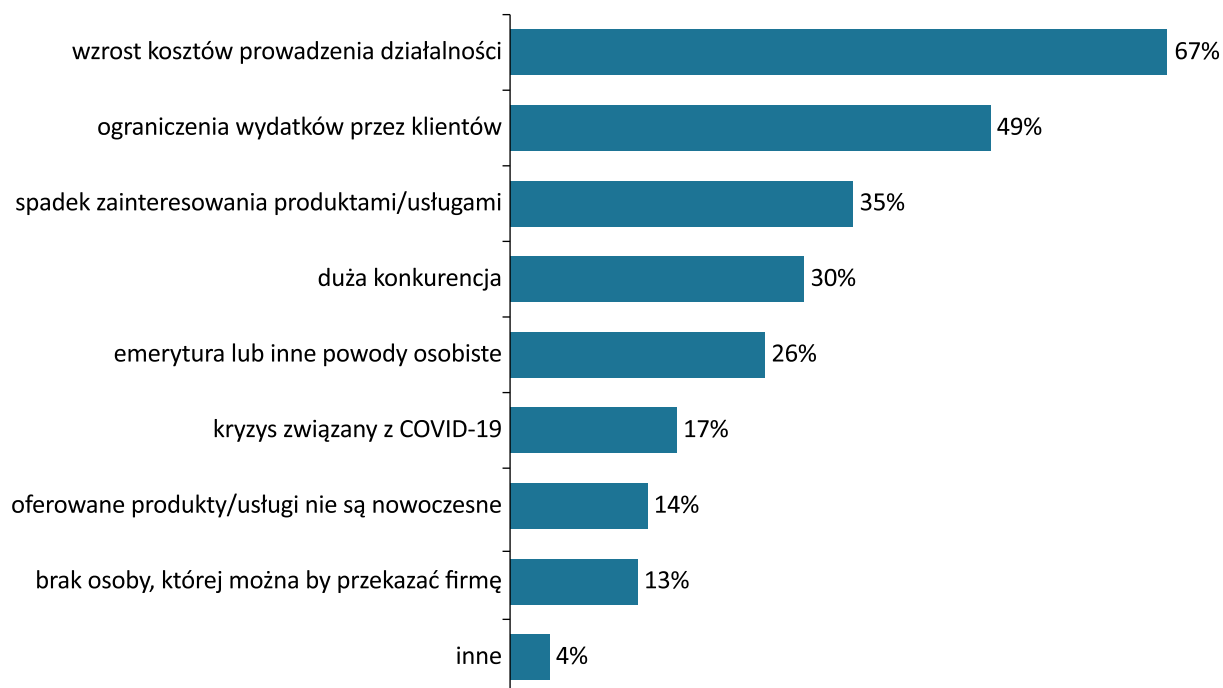
Tabela 4. Czynniki oddziałujące na rozwój firm rzemieślniczych

Czynniki	Wskazania
Korzystne	
bardzo dobre relacje z klientem	↑83%
możliwość dostosowania produktów/usług do potrzeb klienta	↑78%
wzrost znaczenia dobrej jakości produktów	↑77%
wzrost zamożności społeczeństwa	⇒62%
chęć wyróżniania się/posiadania unikalnych produktów	⇒59%
zainteresowanie oryginalnym wzornictwem	⇒50%
zwiększenie świadomości ekologicznej społeczeństwa	⇒49%
Niekorzystne	
inflacja	↑85%
wysokie koszty prowadzenia działalności gospodarczej	↑84%
przepisy podatkowe	↑69%
nadmierna biurokracja	⇒61%
wyższe ceny produktów/usług w porównaniu do produktów masowych	⇒51%
skutki COVID-19	⇒50%
zaniżanie cen przez konkurencję	⇒49%
masowa produkcja w firmach oferujących zbliżone produkty	↓36%
postrzeganie rzemiosła jako reliktu (starodawne produkty/usługi)	↓27%
problemy lokalowe	↓19%

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n = 947 – firmy znajdujące się w fazie rozruchu, rozwoju lub dojrzałości). Strzałkami skierowanymi w górę, poziomo i w dół oznaczono poziom wysokości odsetek (odpowiednio: wysoki, średni i niski).

Firmy znajdujące się w fazie schyłku lub wygaszania działalności przyczyn tego stanu upatrywały w kompleksie czynników obejmujących ograniczenia popytu, utratę zdolności konkurencyjnej oraz rosnące koszty. Niektórzy badani wymieniali także powody osobiste (przejście na emeryturę) i brak możliwości kontynuacji działalności z powodu braku sukcesora.

Wykres 52. Czynniki, które spowodowały, że firma znajduje się w fazie schyłku lub wygaszania działalności

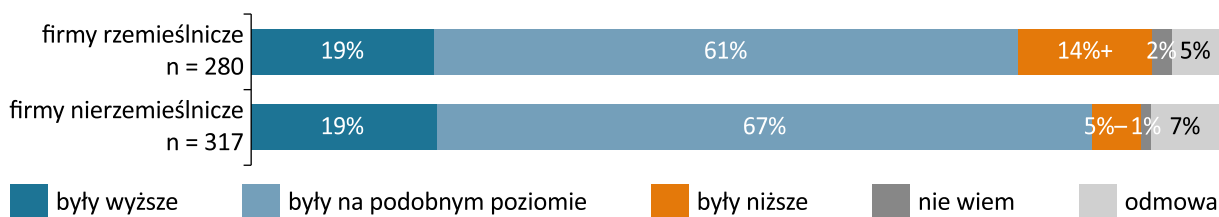


Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n = 33 – firmy znajdujące się w fazie schyłku lub wygaszania działalności).

Przychody i ich dynamika

Ważnymi wskaźnikami kondycji finansowej przedsiębiorstw są także osiągnięte przychody oraz ich dynamika w porównaniu z rokiem ubiegłym. Obydwie te kwestie były ujęte zarówno w badaniu wstępnym, jak i zasadniczym. Pytanie o osiągnięte przychody należy do drażliwych, w związku z czym odnotowano w nim – w każdym z badań – znaczny odsetek odmów (około 60%), w zasadzie uniemożliwiający rzetelną analizę danych na ten temat. Niemniej jednak jedynie informacyjnie warto nadmienić, że wśród tych firm rzemieślniczych, które określiły swoje przychody, w każdym z badań najczęściej wskazywano przedział od 100 do 500 tys. zł. Pozostałe firmy, które nie odmówiły odpowiedzi na pytanie, zwykle osiągały wyższe przychody, nie wyższe jednak niż 5 mln zł.

Przychody ponad 60% firm rzemieślniczych w 2022 roku były na podobnym poziomie jak w 2021 roku. Co piąta firma odnotowała wzrost przychodów, a co siódma – ich spadek. Ujemna dynamika przychodów okazała się wśród firm rzemieślniczych częstszym zjawiskiem niż wśród firm niezajmujących się rzemiosłem (odpowiednio: 14% i 5%).

Wykres 53. Przychody netto firmy za rok 2022 w porównaniu do przychodów za 2021 rok

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania wstępnego (n – firmy działające w sekcjach PKD C, F i S oraz wybranych klasach sekcji G, I i M, założone przed 2021 rokiem). Znakami + i – oznaczono istotne statystycznie różnice między firmami rzemieślniczymi a nierzemieślniczymi.

Analizowane wskaźniki pozycji firmy (ocena jej bieżącej i prognozowanej sytuacji, dynamika przychodów) pozostają pod dużym wpływem zmiennych opisujących skalę działalności firmy. Im większa skala tej działalności (mierzona liczbą pracowników, liczbą produkowanych wyrobów lub świadczonych usług, liczbą klientów), tym korzystniejsza sytuacja firmy w opisanych wyżej wymiarach. Dużym optymizmem w ocenie swoich firm oraz dodatnią deklarowaną dynamiką przychodów wyróżniają się także członkowie cechów lub izb rzemieślniczych, przedstawiciele rzemiosł spożywczych oraz sklasyfikowanych jako *pozostałe*, a także firmy działające w skali międzynarodowej. Pod względem dynamiki przychodów korzystnie wypadają także firmy z obszaru urody, stylizacji i zdrowia.

6.7.6. Strategia i cele

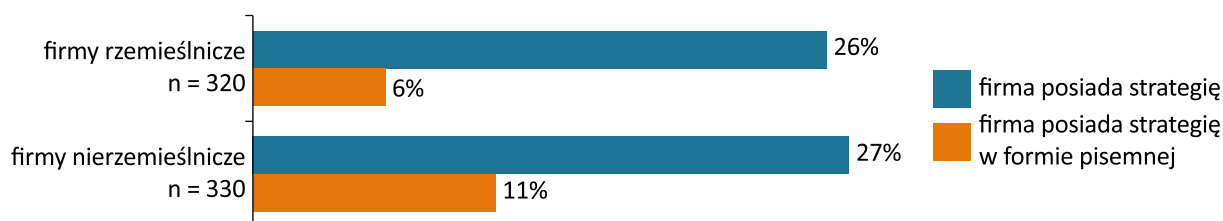
W badaniach próbowano także ustalić, czy przedsiębiorcy rzemieślnicy stosują w prowadzeniu swoich firm elementy zarządzania strategicznego i w jaki sposób definiują swoje cele. Pytano ich więc, czy mają sformułowaną strategię, tj. wyznaczony kierunek działań związany z rozwojem firmy, czy strategia ta jest spisana, jakie cele firma stawia sobie do realizacji w bieżącym roku i czy w przyszłości planuje sukcesję rodzinną.

Posiadanie strategii rozwoju firmy

Rzemieślnicy stosunkowo rzadko deklarowali posiadanie sformułowanej (w dowolnej formie) strategii działania własnej firmy (26%) i nie odróżniali się pod tym względem od firm nierzemieślniczych działających w podobnych branżach. Rzadkością było posiadanie strategii w formie pisemnej. Firmy nierzemieślnicze dysponowały takim dokumentem trochę częściej niż rzemieślnicy (różnica nie była jednak istotna statystycznie). Wyraźnie częściej strategię rozwoju (w dowolnej

formie) posiadały rzemieślnicze firmy małe i średniej wielkości (59% wśród firm o zatrudnieniu od 10 do 249 pracowników). Wyróżniały się również firmy zrzeszone w cechach lub izbach rzemieślniczych (50%), przedstawiciele pozostałych rzemioł (46%) oraz spółki handlowe (45%).

Wykres 54. Posiadanie strategii firmy



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania wstępnego (n – firmy działające w sekcjach PKD C, F i S oraz wybranych klasach sekcji G, I i M).

Cele krótkoterminowe

Zapytani o to, jakie cele stawiają sobie do realizacji w bieżącym roku, rzemieślnicy wskazywali na wiele różnych zamierzeń, które przedstawiono w tabeli 5 po ich pogrupowaniu w obszary tematyczne. Znamienny jest fakt, że trudność z odpowiedzią na tak zadane pytanie miało 17% badanych (były to głównie osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą). Pozostali najczęściej wymieniali cele świadczące o orientacji konserwatywnej, związane z utrzymaniem się w bieżącym roku na rynku (36%) i utrzymaniem płynności finansowej (31%). Odpowiedzi te wskazują prawdopodobnie na trudną sytuację firm i ich walkę o przetrwanie. Są jednak także przedsiębiorcy, którzy wykazują przejawy proaktywnej orientacji rynkowej. Swoje cele najczęściej definiują w kategoriach finansowych – wzrostu sprzedaży, liczby klientów, zysku (od 22% do 32% wskazań). Około 15–20% rzemieślników wyraża także inne aspiracje – w najbliższym roku chcą oni rozwijać ofertę rynkową swojej firmy (także w wymiarze innowacyjności), usprawniać działalność operacyjną (głównie pod kątem obniżenia kosztów), budować wizerunek marki lub firmy, inwestować w bazę materialną zakładu rzemieślniczego i nowych pracowników.

Proaktywną orientacją cechują się częściej przedstawiciele rzemioł spożywczych oraz pozostałych. Każda z tych grup ma swój zestaw specyficznych celów, ukierunkowanych na różne obszary działalności. Dla przedstawicieli rzemioł spożywczych ważne są cele związane z poszerzeniem oferty produktowej, pozyskaniem nowych klientów i wzrostem sprzedaży oraz wzmocnieniem wizerunku marki i firmy. Przedstawiciele pozostałych rzemioł zamierzają wprowadzić nowe, bardziej innowacyjne produkty lub usługi, nowe

metody produkcji lub świadczenia usług, pozyskać nowych dostawców oraz pracowników. Jednak także w tej grupie odnotowano najwyższy odsetek właścicieli deklarujących zamiar rozwiązania firmy w bieżącym roku (7%).

Specyfiką firm małych i średnich jest większa koncentracja na celach sprzedażowych (zwiększeniu przychodu) oraz wzroście innowacyjności oferty.

Tabela 5. Cele firmy zaplanowane do realizacji w bieżącym roku

Cele	%
Finansowe	
wzrost sprzedaży / osiągnięcie odpowiedniego przychodu	↑32%
pozyskanie nowych klientów / zwiększenie liczby klientów / udziału w rynku	↑26%
wzrost rentowności / osiągnięcie odpowiedniego zysku	⇒22%
Produktowe	
wprowadzenie nowych produktów/usług	⇒20%
poprawa jakości produktów/usług	⇒17%
wzrost innowacyjności produktów/usług	⇒15%
Operacyjne	
obniżenie kosztów działalności	⇒16%
wprowadzenie nowej metody produkcji / świadczenia usług	↓11%
zapewnienie odpowiednich dostawców	↓8%
Wizerunkowe	
budowa wizerunku marki	⇒15%
budowa wizerunku firmy / wzrost renomy firmy	↓12%
Inwestycyjne	
zakup maszyn, narzędzi lub urządzeń	⇒16%
pozyskanie nowych pracowników	⇒15%
Konserwatywne	
utrzymanie się na rynku	↑36%
utrzymanie płynności finansowej	↑31%
utrzymanie obecnego udziału w rynku	⇒22%
Brak celów	
brak sformułowanych celów	⇒16%
rozwiązanie/likwidacja firmy	↓2%
Trudno powiedzieć	↓1%

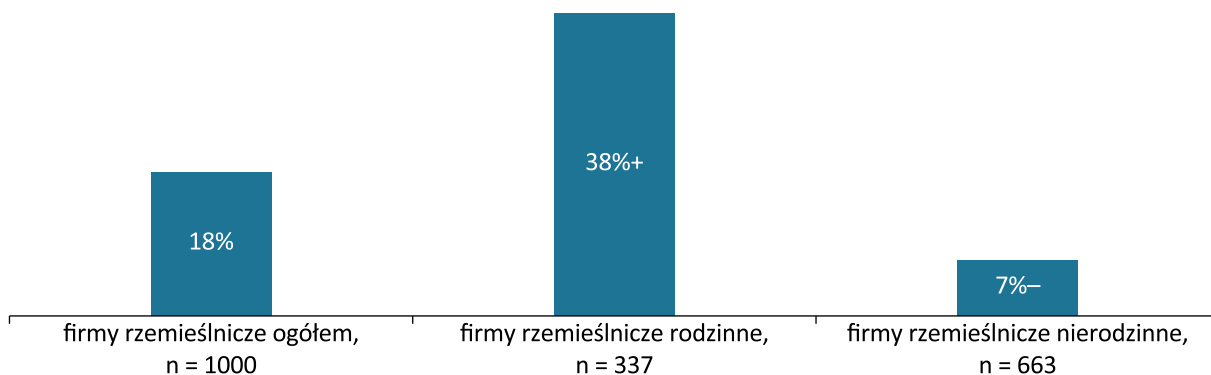
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n = 1000). Strzałkami skierowanymi w górę, poziomo i w dół oznaczono poziom wysokości odsetek (odpowiednio: wysoki, średni i niski).

Planowanie sukcesji rodzinnej

Plan przekazania firmy w przyszłości komuś ze swojej rodziny wyraża blisko co piąty rzemieślnik. Częściej takie zamiary deklarowali przedstawiciele rzemiosł spożywczych (37%), firmy o długim stażu funkcjonowania na rynku (powyżej 25 lat – 33%; od 16 do 25 lat – 23%) oraz rzemieślnicy w wieku powyżej 55 lat (30%). Wiek właściciela oraz staż rynkowy jego firmy są w badanej populacji powiązane – im starszy rzemieślnik, tym dłuższa obecność jego firmy na rynku. Warto dodać, że rzemieślnicy z najstarszej grupy wiekowej mają średnio 59 lat, zatem niebawem znajdą się w wieku emerytalnym, co może skłaniać do wygaszania działalności.

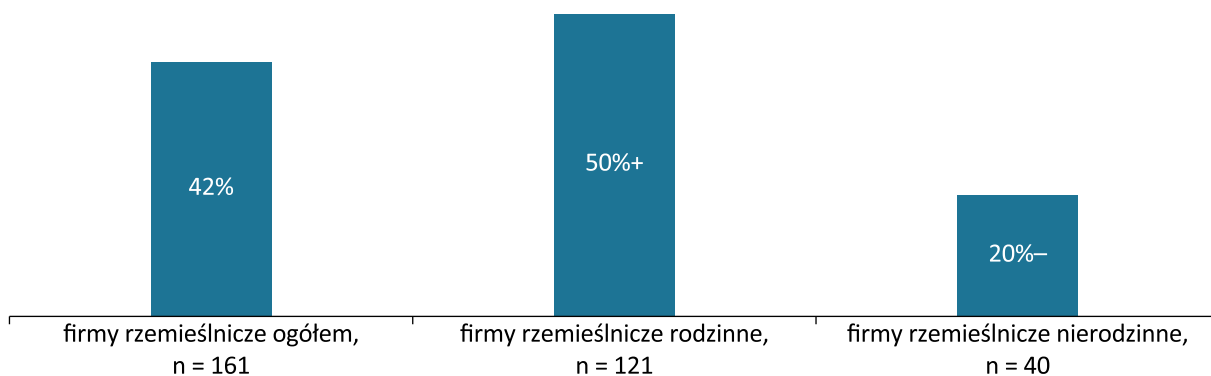
Nie dziwi to, że plan przekazania firmy członkowi rodziny zdecydowanie częściej miały firmy uznane w badaniu za rodzinne (tj. takie, które zatrudniają członków rodziny właściciela i/lub w których wspólnicy są powiązani więzią rodzinną). W blisko 40% takich firm wyrażano zamiar sukcesji rodzinnej. Wśród firm, których nie uznano za rodzinne, takie deklaracje złożyło tylko 7% rzemieślników. Na tle dostępnych danych dotyczących planowania sukcesji w polskich firmach rodzinnych (pochodzących z różnych branż, także spoza rzemiosła) uzyskany odsetek wydaje się niski⁷⁵. Różnicę tę łatwo jednak wyjaśnić wyjątkowym charakterem związku firmy rzemieślniczej z jej właścicielem, jego kwalifikacjami i unikalnymi cechami, które nadaje on swoim produktom. Możliwe jest jednak także, że o braku zamiaru przekazania firmy w ręce kolejnego pokolenia decyduje – oprócz braku kandydatów na sukcesorów – także słabsza kondycja ekonomiczna firm.

⁷⁵ Dostępne są różne dane na temat polskich firm rodzinnych planujących przekazanie firmy w ręce kolejnego pokolenia. Na przykład z badań *Preferencje sukcesyjne polskich przedsiębiorców rodzinnych*, przeprowadzonych przez Instytut Biznesu Rodzinnego w 2014 roku, wynika, że odsetek ten można szacować na poziomie około 70%, <https://www.ibrpolska.pl/baza-wiedzy/preferencje-sukcesyjne-polskich-przedsiębiorcow-rodzinnych/> [dostęp 30.07.2023 r.]. W badaniu KPMG z 2020 roku *Barometr firm rodzinnych. W stronę wielopokoleniowości* odsetek ten był jeszcze wyższy (85% respondentów planowało przekazać zarządzanie firmą kolejnemu pokoleniu, 61% – planowało przekazać mu własność firmy), <https://kpmg.com/pl/pl/home/insights/2020/02/raport-barometr-firm-rodzinnych-w-strone-wielopokoleniowosci-edycja-2019.html> [dostęp 30.07.2023 r.]. Z całą pewnością można przyjąć, że obecnie – ze względu na wzrost świadomości znaczenia sukcesji rodzinnej, obecność tego tematu w debacie publicznej, podejmowane działania prawne ułatwiające sukcesję (ustawa o fundacji rodzinnej), a także wydłużenie stażu rynkowego firm rodzinnych – udział ten jest większy niż oszacowany w badaniu *Firmy rodzinne w polskiej gospodarce – szanse i wyzwania*, przeprowadzonym przez PARP na reprezentatywnej próbie firm rodzinnych w 2009 roku, kiedy wyniósł on 48%, <https://www.parp.gov.pl/publikacje/publication/firmy-rodzinne-w-polskiej-gospodarce-%E2%80%93-szanse-i-wyzwania> [dostęp 30.07.2023 r.]. Na tym tle odsetek rodzinnych firm rzemieślniczych planujących sukcesję rodzinną jest niski.

Wykres 55. Odsetek przedsiębiorców planujących sukcesję rodzinną firmy

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego. Znakami + i – oznaczono istotne statystycznie różnice między firmami rzemieślniczymi rodzinnymi a nierodzinnymi.

W roli swoich następców rzemieślnicy planujący sukcesję najczęściej widzą swoje dzieci (89%), rzadziej – wnuki (16%), najrzadziej – inne osoby z rodziny (małżonek/ka – 3% i rodzeństwo – 1%). W znacznej części firm (42%), częściej w firmach rodzinnych (50%), osoba, której planowane jest przekazanie firmy, już w niej pracuje. Zjawisko to jest znacznie rzadsze w firmach nierodzinnych (20%), co pozwala wnioskować o małym zaawansowaniu procesów sukcesyjnych w tej grupie rzemieślników.

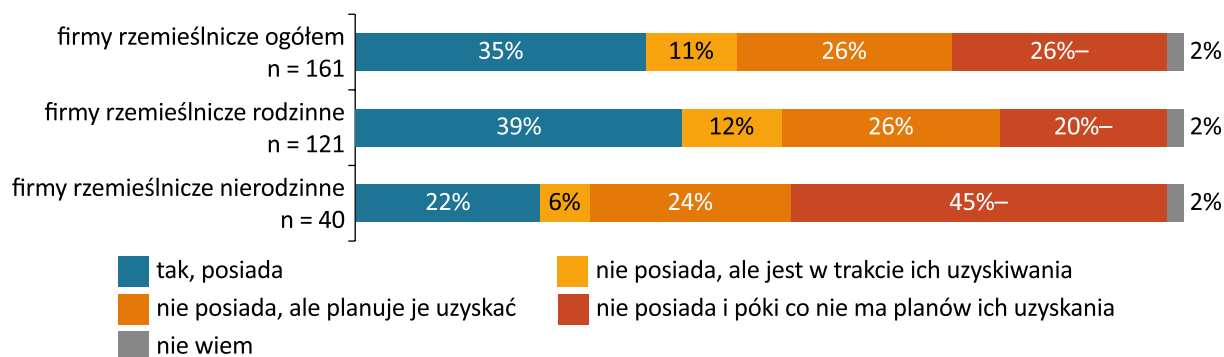
Wykres 56. Odsetek firm, w których sukcesor obecnie pracuje, wśród firm planujących sukcesję rodzinną

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n – firmy planujące sukcesję rodzinną). Znakami + i – oznaczono istotne statystycznie różnice między firmami rzemieślniczymi rodzinnymi a nierodzinnymi.

Duża różnica występuje także w poziomie przygotowania zawodowego sukcesora do uprawiania rzemiosła, w którym firma się specjalizuje. Rodzinne firmy rzemieślnicze dość często deklarowały, że osoba typowana do przejęcia firmy już posiada kwalifikacje w tym zakresie

(39%). W firmach nierodzinnych odsetek ten był prawie dwukrotnie niższy (22%). Różnice dotyczyły także odsetka firm, w których sukcesor kwalifikacji wprawdzie jeszcze nie posiada, ale jest w trakcie ich uzyskiwania (12% wśród firm rodzinnych i 6% wśród firm nierodzinnych).

Wykres 57. Kwalifikacje sukcesora w zawodzie kluczowym dla działalności firmy



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n – firmy planujące sukcesję rodzinną). Znakami + i – oznaczono istotne statystycznie różnice między firmami rzemieślniczymi rodzinnymi a nierodzinnymi.

6.7.7. Warsztat rzemieślniczy i jego wyposażenie

Kilka pytań ankiety dotyczyło także warsztatów rzemieślniczych – ich liczby, lokalizacji, wyposażenia, a także stosowania w pracy rzemieślniczej różnego rodzaju – szeroko rozumianych – narzędzi.

Liczba warsztatów i ich lokalizacja

Zdecydowana większość firm rzemieślniczych (99%) prowadzi swoją działalność w jednym zakładzie/warsztacie, tylko 1% – w dwóch, a pojedyncze firmy w próbie – w trzech lub czterech. Więcej niż jeden zakład częściej posiadają przedstawiciele rzemiosł florystycznych i spożywczych (odpowiednio 6% i 4%; różnice nie są jednak istotne statystycznie).

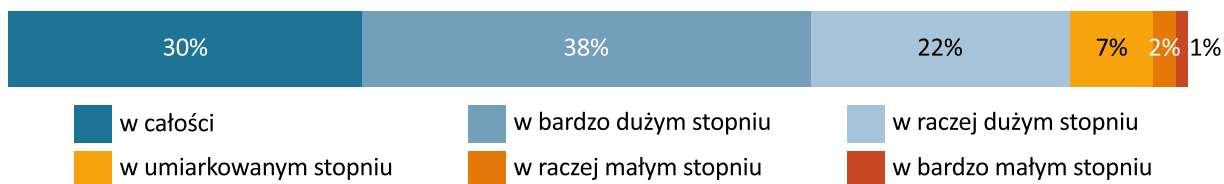
Lokal, w którym mieści się zakład/warsztat, zwykle jest własnością firmy. Co piąte przedsiębiorstwo prowadzi działalność w wynajętym lokalu. Własnymi lokalami częściej dysponują przedstawiciele rzemiosł metalowych, drzewnych i pozostałych (około 90% lub więcej). Z wynajmowanych lokali częściej korzystają natomiast firmy z obszaru urody, stylizacji i zdrowia (57%) oraz grafiki, druku i fotografii (39%).

Wykres 58. Lokalizacja zakładu/warsztatu, w którym jest prowadzona działalność firmy

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n = 971, respondenci, którzy podali liczbę zakładów/warsztatów).

Wykorzystanie w pracy rzemieślniczej specjalistycznych narzędzi, urządzeń i maszyn

Należy zwrócić uwagę na ścisłe powiązanie działalności rzemieślniczej z pracą manualną. Niemal wszyscy rzemieślnicy (90%) wskazali, że działalność ich firm opiera się na pracy rąk w całości, w bardzo dużym lub raczej dużym stopniu. W blisko co trzeciej firmie działalność jest w całości oparta na pracy manualnej. W największym stopniu wymagają jej rzemiosła florystyczne, urody, stylizacji i zdrowia oraz odzieżowe, włókiennicze i skórzanе, w relatywnie najmniejszym stopniu – rzemiosła grafiki, druku i fotografii oraz metalowe.

Wykres 59. Wykorzystanie w działalności firmy pracy rąk

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n = 1000).

Istotny wkład pracy ręcznej w wykonywanie działalności rzemieślniczej nie oznacza całkowitego uzależnienia firm od tej formy aktywności. W badaniu jakościowym rzemieślników przeprowadzonym przez PARP zauważono, że „tradycyjne”, ręczne sposoby wytwarzania współistnieją w firmach rzemieślniczych z wykorzystywaniem nowoczesnych technologii (np. maszyn CNC, laserów czy druku 3D). Jak wskazała jedna z uczestniczek badania, technologie te sprawdzają się wszędzie tam, gdzie *pewne rzeczy można wykonać łatwiej, szybciej i taniej*. Pozwalają one także na większą precyzję wykonania i dają możliwość zastosowania nowych materiałów⁷⁶.

⁷⁶ D. Węclawska i in., *Rzeczy i ludzie...*, dz. cyt., s. 37.

Badanie zasadnicze potwierdza, że większość firm rzemieślniczych wykorzystuje specjalistyczne narzędzia, urządzenia lub maszyny (w sumie 85%). Najczęściej są to urządzenia mechaniczne obsługiwane przez człowieka (obecne w 71% firm), rzadziej – narzędzia do obróbki ręcznej (44%) i maszyny częściowo zautomatyzowane (40%), a najrzadziej – maszyny w pełni zautomatyzowane (22%) i urządzenia cyfrowe (20%).

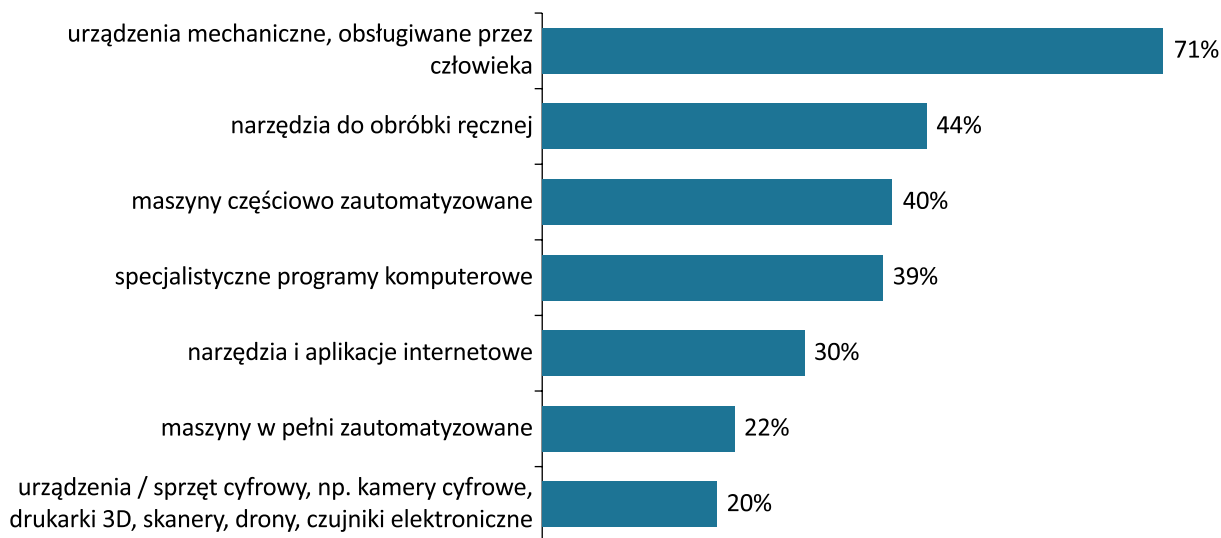
Niektóre rodzaje rzemiosł mają swoją specyfikę. Rzemiosła grafiki, druku i fotografii często korzystają z urządzeń i sprzętu cyfrowego (66%). Urządzenia te są przez firmy z tego obszaru stosowane tak samo często jak urządzenia mechaniczne obsługiwane przez człowieka. Częściej niż w większości pozostałych rodzajów rzemiosł w obszarze grafiki, druku i fotografii stosowane są także maszyny w pełni zautomatyzowane (38%). W największym stopniu zmechanizowane i zautomatyzowane są jednak rzemiosła zaliczone do kategorii *pozostałe*. Wyróżniają się one znacznie częstszym wykorzystaniem wszystkich rodzajów maszyn i urządzeń, w tym zwłaszcza maszyn częściowo zautomatyzowanych (58%) i w pełni zautomatyzowanych (37%) oraz urządzeń/sprzętu cyfrowego (37%). Również urządzenia mechaniczne, obsługiwane przez człowieka, są stosowane najczęściej w rzemiosłach sklasyfikowanych jako *pozostałe* (80%), a także w rzemiosłach spożywczych (84%).

Część firm rzemieślniczych wykorzystuje także specjalistyczne programy komputerowe (39%) oraz narzędzia i aplikacje internetowe (30%). Rozwiązania tego typu ponownie okazują się szczególnie popularne wśród firm działających w obszarze grafiki, druku i fotografii (odpowiednio: 89% i 76%) oraz zaliczonych do kategorii *pozostałe rzemiosła* (odpowiednio: 65% i 45%). Częstszym stosowaniem narzędzi i aplikacji internetowych wyróżniają się także rzemiosła spożywcze (41%). Warto dodać, że ta grupa firm częściej niż przedstawiciele innych rodzajów rzemiosł korzysta z portali społecznościowych (76% w porównaniu do 40% wśród ogółu rzemieślników).

Wyraźny wpływ na skłonność do sięgania po specjalistyczne programy komputerowe i aplikacje internetowe ma skala działalności firm. Im większa firma (mierzona liczbą pracowników), tym częstsze korzystanie z tego typu narzędzi⁷⁷.

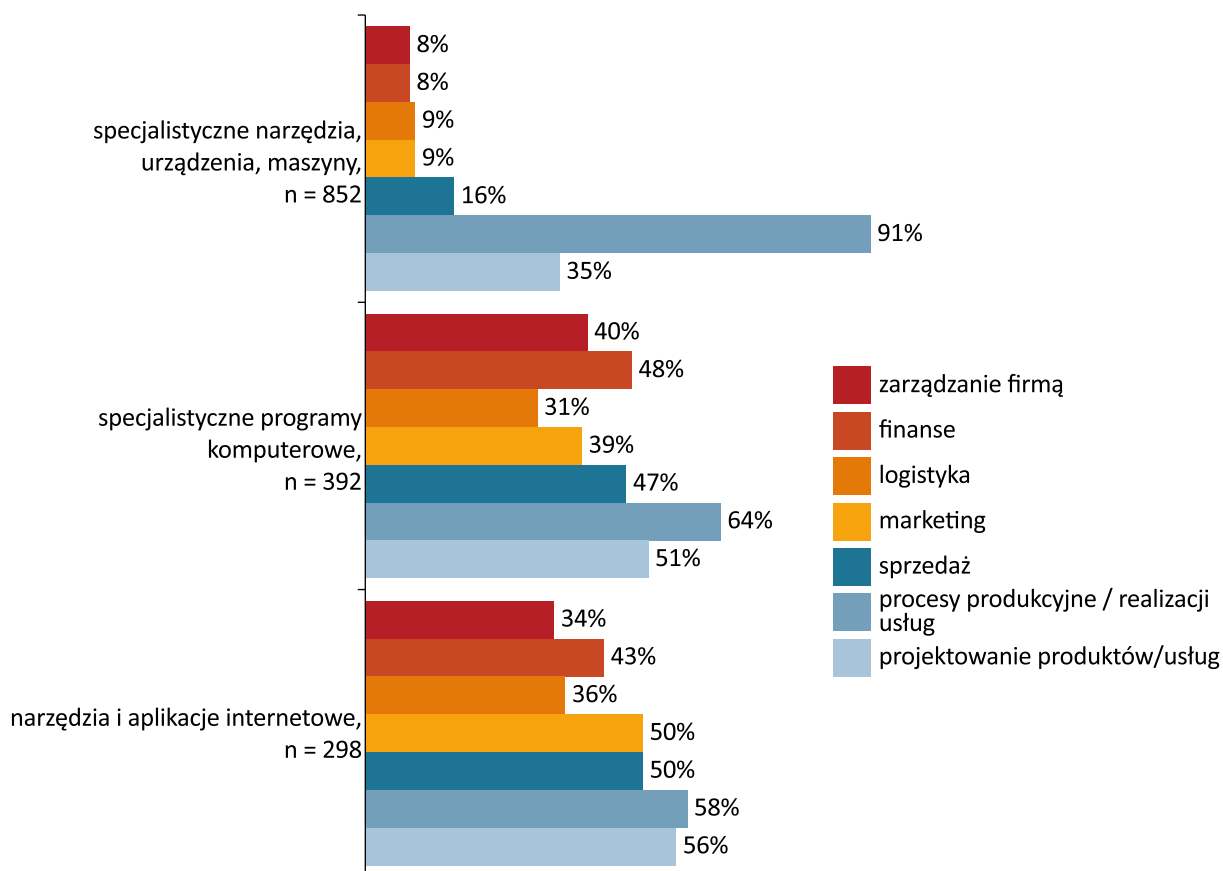
⁷⁷ W firmach zatrudniających od 10 do 249 pracowników odsetki korzystających wyniosły 60% (ze specjalistycznych programów komputerowych) i 40% (z narzędzi i aplikacji internetowych).

Wykres 60. Odsetek firm rzemieślniczych wykorzystujących w swojej działalności specjalistyczne narzędzia, urządzenia i maszyny, programy komputerowe i aplikacje internetowe



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n = 1000).

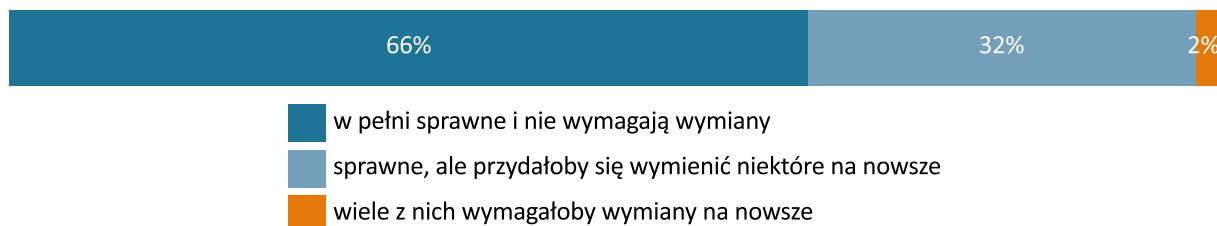
Głównym obszarem zastosowania specjalistycznych narzędzi, urządzeń i maszyn są procesy produkcyjne lub świadczenia usług. Co trzeci przedsiębiorca zajmujący się rzemiosłem używa narzędzi, urządzeń lub maszyn do projektowania produktów/usług. W projektowaniu i procesach produkcyjnych / świadczenia usług najszerszej stosowane są programy komputerowe oraz narzędzia i aplikacje internetowe (w taki sposób używa ich około 50–60% przedsiębiorstw). Są one także wykorzystywane we wszystkich innych obszarach działalności firm, przy czym programy komputerowe wspierają głównie procesy sprzedaży i finanse (około 50%), a narzędzia i aplikacje internetowe – sprzedaż i marketing (po 50%).

Wykres 61. Obszary zastosowania w firmie narzędzi, urządzeń, maszyn, programów i aplikacji

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n – firmy wykorzystujące w swojej działalności poszczególne rodzaje narzędzi, urządzeń, maszyn, programów i aplikacji).

Stan techniczny specjalistycznych narzędzi, urządzeń i maszyn

Firmy wykonujące swoją działalność przy użyciu narzędzi, urządzeń i maszyn poproszono o ocenę ich stanu technicznego. Dwie trzecie firm nie ma w tym zakresie zastrzeżeń, oceniając swój park maszynowy jako w pełni sprawny i niewymagający wymiany. Co trzeci przedsiębiorca rzemieślnik ocenia maszyny i sprzęty w swoim zakładzie generalnie jako sprawne, ale dostrzega potrzebę wymiany niektórych urządzeń na nowsze. Potrzebę modernizacji w tym zakresie częściej odczuwają firmy zajmujące się rzemiosłami metalowymi (47%) oraz budowlanymi (41%).

Wykres 62. Stan specjalistycznych narzędzi, urządzeń i maszyn wykorzystywanych w firmie

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n = 852 – firmy wykorzystujące w swojej działalności specjalistyczne narzędzia, urządzenia i maszyny).

6.7.8. Inwestycje zrealizowane w ciągu ostatnich trzech lat i plany inwestycyjne

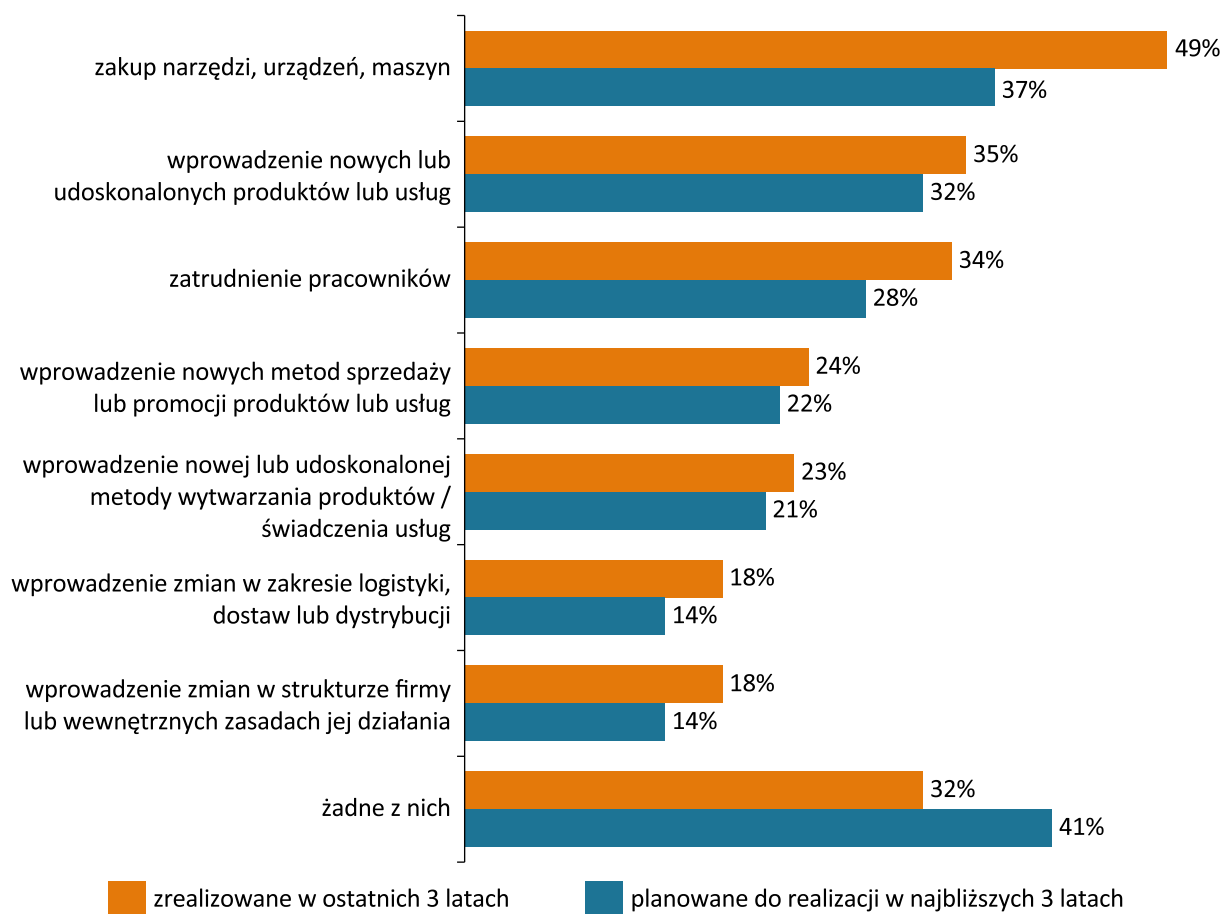
Uczestników badania proszono także o wskazanie działań inwestycyjnych zrealizowanych w ciągu ostatnich trzech lat oraz planowanych do realizacji w kolejnych trzech latach.

Uzyskane dane pokazują dość dużą aktywność rzemieślników w podejmowaniu tego typu działań ukierunkowanych na rozwój firmy. Najczęstszym z nich była modernizacja warsztatu rzemieślniczego, która miała miejsce w co drugiej firmie. Dokonane inwestycje mogły mieć różny zakres, począwszy od zakupu pojedynczych sztuk różnego rodzaju narzędzi, w tym tych o relatywnie niewielkiej wartości, do wyposażenia całego zakładu w przypadku firm nowo powstałych (o co w badaniu nie pytano). Niemniej jednak skalę analizowanego zjawiska należy uznać za znaczącą. Co trzecie przedsiębiorstwo zadeklarowało wprowadzenie na rynek w ostatnich trzech latach nowych produktów lub usług (co także wydaje się bardzo wysokim wskaźnikiem) i zatrudnienie nowych pracowników. Rzadziej udoskonalano procesy biznesowe. Zmiany w tym zakresie wprowadziła co czwarta badana firma w odniesieniu do nowych metod sprzedaży lub promocji i nowych metod produkcji (lub świadczenia usług) i co piąta firma w obszarze logistyki i zarządzania firmą. Jakikolwiek działanie z analizowanego zakresu przeprowadziło nieco ponad dwie trzecie firm (68%). Zatem co trzecia firma nie wykazała w okresie ostatnich 3 lat przejawów aktywności inwestycyjnej w analizowanych wymiarach.

Pozytywnie wyróżniały się rzemieślnicze firmy spożywcze, które były liderami aktywności w każdym z uwzględnionych obszarów. Jakikolwiek z analizowanych działań podjęto w ostatnich trzech latach 81% firm z tej branży. Podobny poziom aktywności wykazały także przedsiębiorstwa działające w formie spółek oraz niedawno powstałe (do 3 lat wstecz).

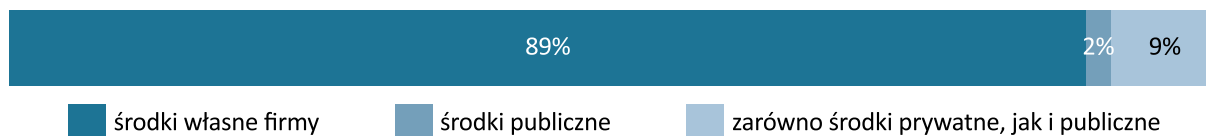
Najmniejszą aktywność odnotowano natomiast wśród przedstawicieli rzemiosł mineralnych, florystycznych i drzewnych. Jakielkolwiek działanie zrealizowała około połowa badanych z tych grup.

Wykres 63. Inwestycje zrealizowane w ostatnich trzech latach oraz planowane do realizacji w najbliższych trzech latach



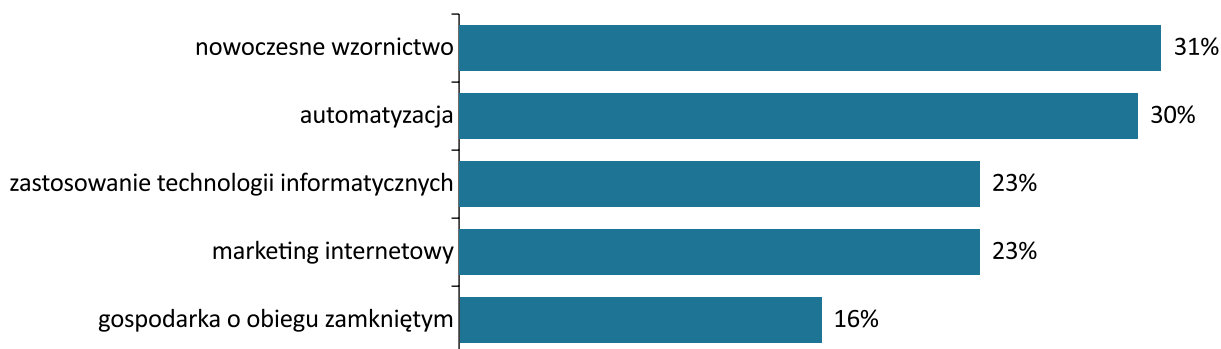
Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n = 1000).

Przeprowadzone inwestycje były zazwyczaj finansowane ze środków własnych przedsiębiorców, a w co dziesiątej firmie ze środków mieszanych (prywatnych i publicznych) lub publicznych. Korzystanie ze środków publicznych (w całości lub z udziałem środków prywatnych) wyraźnie częściej deklarowali przedstawiciele rzemiosł odzieżowych, włókienniczych i skórzanym oraz drzewnych (odpowiednio 45% i 33%, aczkolwiek ze względu na niewielką liczebność tych grup należy zachować ostrożność we wnioskowaniu) i firmy o profilu produkcyjnym (21%).

Wykres 64. Źródła finansowania inwestycji zrealizowanych w ostatnich trzech latach

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n = 659 – firmy, które w ostatnich trzech latach zrealizowały jakąkolwiek inwestycję).

Wyniki badania pokazują, że niektóre firmy rzemieślnicze są uczestnikami procesów typowych dla czwartej rewolucji przemysłowej, takich jak cyfryzacja i automatyzacja produkcji, a także wdrażają nowoczesne rozwiązania z innych zakresów⁷⁸. Zrealizowane inwestycje w co trzeciej firmie miały związek ze stosowaniem nowoczesnego wzornictwa i automatyzacją procesów produkcyjnych, w co czwartej dotyczyły cyfryzacji (zastosowania technologii informatycznych ogólnie i marketingu internetowego). Najrzadziej zaś wpisywały się w założenia gospodarki o obiegu zamkniętym (w co szóstej firmie). We wszystkich z tych obszarów bardziej aktywne były firmy mające w swoim profilu produkcję (zwłaszcza produkcyjno-usługowe) niż te o profilu wyłącznie usługowym. Może to wynikać z faktu, że procesy produkcyjne są naturalnym środowiskiem dla wdrażania omawianych usprawnień, aczkolwiek trudno w ten sposób wytłumaczyć wszystkie odnotowane różnice. Na przykład także marketing internetowy był przez firmy usługowe wskazywany rzadziej niż przez firmy produkcyjne lub produkcyjno-usługowe.

Wykres 65. Przedmiot działań inwestycyjnych zrealizowanych w ostatnich trzech latach

Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n = 659 – firmy, które w ostatnich trzech latach zrealizowały jakąkolwiek inwestycję).

⁷⁸ Por. J. Klimek, *Polscy rzemieślnicy w otoczeniu Przemysłu 4.0*, „Przegląd Techniczny”, <https://przeglad-techniczny.pl/artykuly?id=2164> [dostęp 12.08.2023 r.].

Przedstawiciele niektórych rodzajów rzemiosł wykazywali większą aktywność w pewnych obszarach zmian. Technologie informatyczne częściej wdrażały firmy reprezentujące rzemiosła grafiki, druku i fotografii (46% spośród tych, które prowadziły działania inwestycyjne w ostatnich trzech latach), spożywcze (41%) oraz pozostałe (36%). Domeną firm sklasyfikowanych jako *pozostałe rzemiosło* była także automatyzacja (jak wynika z poprzedniego rozdziału, w największym stopniu korzystają one z takich rozwiązań). Działania związane z nowoczesnym wzornictwem najczęściej podejmowały firmy z branży odzieżowej, włókienniczej i skórzaney (66%), mineralnej (66%) i florystycznej (64%). Te ostatnie bardzo często rozwijały także marketing internetowy (63%). Efektywne wykorzystanie surowców i odpadów było najczęściej przedmiotem zainteresowania przedstawicieli rzemiosł spożywczych (32%).

Plany inwestycyjne na najbliższe trzy lata miały podobny kierunek jak działania już zrealizowane, ale były wyrażane nieco rzadziej (od 14% do 37%). Zamiar realizacji choćby jednego z analizowanych działań ujawniło w sumie 59% badanych. Przedstawiciele rzemiosł z kategorii *pozostałe* i budowlanych częściej niż rzemieślnicy z innych grup branżowych planowali zakup w najbliższych trzech latach narzędzi, urządzeń lub maszyn (odpowiednio: 51% i 46%).

6.7.9. Korzystanie ze wsparcia publicznego

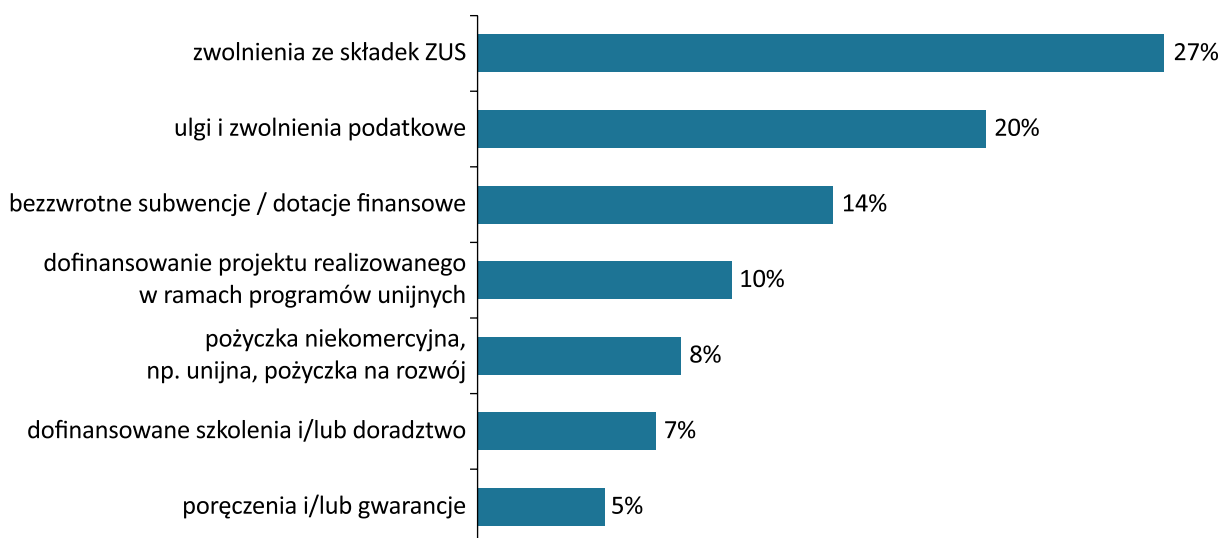
Uczestnicy badania byli także pytani o korzystanie z różnych form wsparcia publicznego w ciągu ostatnich trzech lat oraz o plany w tym zakresie w najbliższej przyszłości.

Wśród tych form, po które sięgano w ostatnich trzech latach, na pierwszy plan wysunęły się zwolnienia ze składek ZUS, ulgi i zwolnienia podatkowe oraz bezzwrotne subwencje/dotacje. Były one częściej wskazywane przez reprezentantów rzemiosł spożywczych. Można z dużym stopniem prawdopodobieństwa przypuszczać, że były to rozwiązania w ramach Tarczy Antykryzysowej, przygotowanej przez rząd w celu ochrony przedsiębiorców przed kryzysem wywołanym pandemią koronawirusa. Nieco zaskakuje jednak stosunkowo nieduża skala korzystania z tych rozwiązań. Odsetek wskazań dla najczęściej wymienianych zwolnień ze składek ZUS nie przekroczył 30%. Być może firmy nie kwalifikowały się do uzyskania pomocy lub nie miały o niej dostatecznej wiedzy. Nie można też wykluczyć, że analizowane pytanie mogło być dla niektórych badanych drażliwe, w związku z czym pozyskane dane, zwłaszcza w zakresie składek ZUS, podatków i finansowych form wsparcia, mogą być niedoszacowane.

Co dziesiąta firma zadeklarowała udział w projekcie realizowanym w ramach programów unijnych. Jeszcze rzadziej sięgano po dofinansowane usługi szkoleniowo-doradcze (7%). Ciekawym spostrzeżeniem wydaje się częstsze korzystanie z tych form wsparcia przez firmy zrzeszone w organizacjach samorządu gospodarczego rzemiosła, tj. cechach lub izbach rzemieślniczych (odpowiednio: 19% i 15% w porównaniu do 8% i 4% w firmach niezrzeszonych). Firmy te częściej korzystają także z innych instrumentów: pożyczek niekomercyjnych (17% w porównaniu do 6% w firmach niezrzeszonych) i poręczeń lub gwarancji (odpowiednio: 12% i 3%).

Udział w organizacjach rzemieślników prawdopodobnie daje firmom lepszy dostęp do wiedzy o istniejących formach wsparcia. Jest też prawdopodobne, że firmy zrzeszone w cechach lub izbach rzemieślniczych uczestniczyły – jako odbiorcy wsparcia – w projektach dofinansowanych z programów unijnych, realizowanych przez cechy lub izby. Na przykład na liście projektów realizowanych w ramach PO WER zidentyfikowano 14 takich projektów, w tym pięć w ramach Działania 2.2 *Wsparcie na rzecz zarządzania strategicznego przedsiębiorstw oraz budowy przewagi konkurencyjnej na rynku*. W projektach tego typu firmy zrzeszone w izbach lub cechach uzyskiwały wsparcie w zakresie analizy potrzeb rozwojowych i opracowania planu rozwoju firmy. Możliwe jest także, że badane firmy uczestniczyły w działaniach mających na celu wzrost popularności kształcenia dualnego, prowadzonych w ramach programu *Polski Inkubator Rzemiosła*.

Wykres 66. Korzystanie z różnych form wsparcia publicznego w ostatnich trzech latach



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n = 1000).

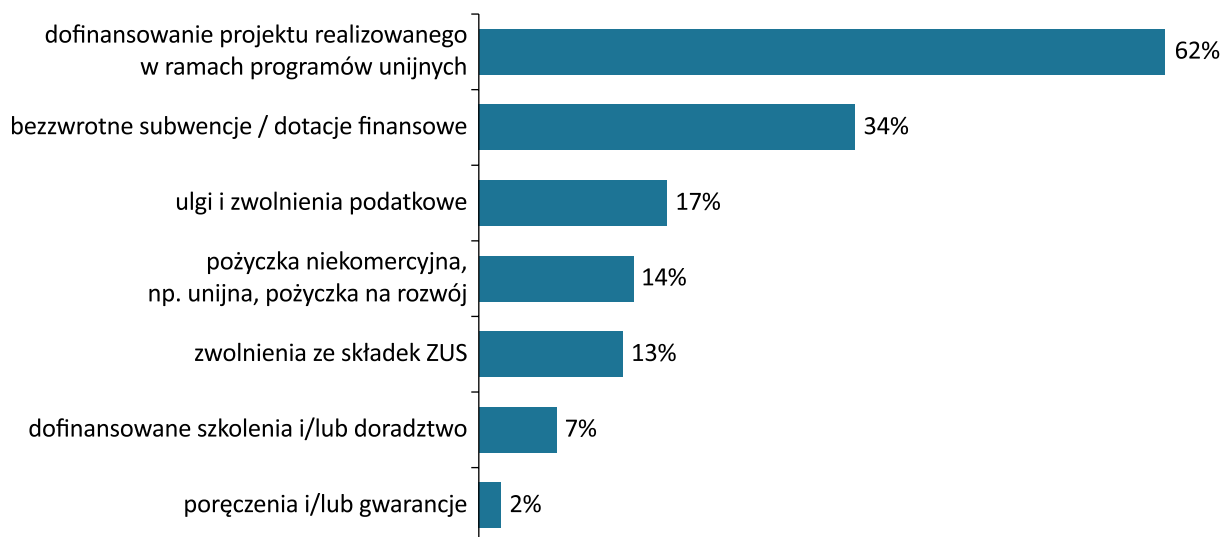
Niewielka grupa przedsiębiorców rzemieślników (8%) planuje ubiegać się o wsparcie publiczne w przyszłości. Takie zamiary częściej ujawniają firmy zrzeszone w stowarzyszeniach i fundacjach związanych z rzemiosłem (15%). Przyszłe plany najczęściej dotyczą projektów realizowanych w ramach programów unijnych.

Wykres 67. Plany ubiegania się o wsparcie publiczne w najbliższej przyszłości



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n = 1000).

Wykres 68. Zainteresowanie formami wsparcia publicznego wśród firm planujących skorzystanie z niego w najbliższej przyszłości



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n = 81 – firmy planujące skorzystanie ze wsparcia publicznego w najbliższej przyszłości).

6.7.10. Segmentacja firm rzemieślniczych ze względu na ich kondycję rynkową i potencjał rozwoju

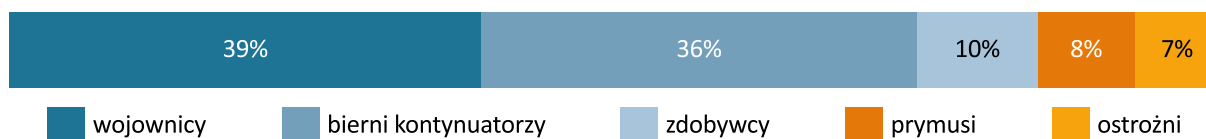
Wybrane wskaźniki opisujące kondycję rynkową firm rzemieślniczych oraz orientację właścicieli na rozwój własnych przedsiębiorstw wykorzystano do przeprowadzenia segmentacji, tj. podziału badanych na w miarę jednorodne grupy. Zastosowano analizę

klas latentnych. Analiza klas latentnych to procedura statystyczna, która ma na celu zidentyfikowanie w badanej zbiorowości podgrup, które łączą pewne wspólne cechy. Podgrupy te nazywane są klasami latentnymi, co oznacza, że są one bezpośrednio nieobserwowalne (ukryte). O przynależności respondentów do tej samej podgrupy decydują podobne wzorce odpowiedzi w wybranych zmiennych i wskaźnikach. Celem analizy jest wykrycie tych wzorców i ukrywających się za nimi podgrup oraz przypisanie jednostek do zidentyfikowanych podgrup.

W analizie wykorzystano pytania dotyczące oceny obecnej sytuacji firmy, fazy jej życia, fazy życia branży, w której działa firma, dynamiki przychodów firmy w 2022 roku w porównaniu do 2021 roku, posiadania strategii rozwoju firmy, działań inwestycyjnych (w tym innowacyjnych) podjętych w ostatnich trzech latach i planowanych do przeprowadzenia w kolejnych trzech, celów stawianych do realizacji w bieżącym roku, przewidywań co do sytuacji firmy w 2023 roku oraz komunikacji firmy z otoczeniem za pomocą strony internetowej i profilu w mediach społecznościowych.

Na podstawie analizy klas latentnych wyróżniono pięć grup przedsiębiorców rzemieślników, których charakterystykę przedstawiono poniżej.

Wykres 69. Segmentacja firm ze względu na ich kondycję rynkową i potencjał rozwoju



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego (n = 1000).

① Wojownicy

Co ich wyróżnia?

Wojownicy to najliczniejsza grupa rzemieślników (39%). Kondycja ekonomiczna ich firm jest niezbyt korzystna. Choć większość z nich utrzymała przychody za 2022 rok na takim poziomie jak rok wcześniej, to – na tle pozostałych firm – rzadziej udawało im się notować

Rysunek 2. Wojownicy – charakterystyka



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego.

wzrost przychodów, częściej natomiast deklarowano ich spadek. Najważniejsze cele, jakie przedsiębiorcy z tej grupy stawiają sobie do realizacji w bieżącym roku, to utrzymanie się na rynku i utrzymanie płynności finansowej. Można więc sądzić, że są to firmy o raczej niestabilnej kondycji, wśród których niektóre walczą o przetrwanie. Mimo tego obserwujemy wśród nich znaczące symptomy aktywności prorozwojowej. Przejawia się ona w naborze pracowników w ciągu ostatnich 12 miesięcy i inwestycjach w wyposażenie warsztatu rzemieślniczego (w narzędzia, urządzenia i maszyny) dokonanych w ostatnich trzech latach. Rekrutacja pracowników prawdopodobnie miała na celu wypełnianie luk kadrowych, bo relatywnie rzadko prowadziła do wzrostu zatrudnienia. Firmy z tej grupy często mają plany na najbliższe trzy lata (są drugim – po *prymusach* – segmentem z tak wyraźnie zarysowanymi zamiarami

na kolejne lata). Plany te dotyczą najczęściej wprowadzenia nowych lub udoskonalonych produktów lub usług i dalszej modernizacji warsztatu. Zatem, mimo trudnej bieżącej sytuacji, bynajmniej nie „składają broni”, ale walczą. Choć nie spodziewają się pogorszenia sytuacji firmy w 2023 roku, to relatywnie rzadko widzą przyszłość w jasnych barwach, oczekując poprawy sytuacji. Firmy te, podobnie jak i branże, w których działają, znajdują się w fazie życia zazwyczaj określanej przez ich właścicieli jako dojrzałość, ale często również – w fazie rozwoju. Pod względem podnoszenia kwalifikacji przez właściciela i obecności w sieci wypadają przeciętnie.

Kim są?

Wojownicy to firmy o zróżnicowanym profilu branżowym, z największym – tak jak w całej próbie – udziałem rzemiosł budowlanych (30%) i nieco większym niż w pozostałych segmentach udziałem rzemiosł metalowych (13%). Relatywnie często działają w formie spółek (24%).

Szczegółowa analiza danych pokazuje, że wyróżnikiem tych firm jest także budowanie lojalności klientów za pomocą niskich cen (63%) i szybkich terminów realizacji zamówień (53%). Firmy z tej grupy częściej niż pozostałe dostrzegają potrzebę doskonalenia własnej kadry, najczęściej w zakresie marketingu (46%) i sprzedaży (40%), ale także w obszarze produkcji (32%) i świadczenia usług (28%). Są też bardziej skłonne do zrzeszania się w organizacjach rzemiosła (cechach, izbach, stowarzyszeniach lub fundacjach). Częściej niż pozostałe rozważają bowiem przystąpienie do tych organizacji (taką intencję wyraziło od 15% do 21% w zależności od rodzaju organizacji) lub już są w tym procesie (3–4%). Największe zainteresowanie wzbudza członkostwo w cechach rzemieślniczych.

② Bierni kontynuatorzy

Rysunek 3. Bierni kontynuatorzy

– charakterystyka



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego.

Co ich wyróżnia?

Bierni kontynuatorzy to drugi bardzo liczny segment rzemieślników (36%). Z *wojownikami* łączy ich umiarkowanie korzystna sytuacja firmy oraz podobna dynamika przychodów za 2022 rok (relatywnie rzadko obserwowany wzrost przychodów, a dość częsty ich spadek). Różnią się natomiast dość istotnie ambicjami związanymi z rozwojem firmy. Wśród biernych kontynuatorów bardzo rzadko spotykamy firmy, które zatrudniały pracowników, podejmowały działania inwestycyjne, planowały takie działania, posiadały strategię firmy. Dość często rzemieślnicy z tego segmentu nie mieli sprecyzowanych celów do realizacji na najbliższe miesiące. Właściciele tych firm bardzo rzadko podnosili swoje kwalifikacje. We wszystkich analizowanych wymiarach wypadali najgorzej na tle pozostałych segmentów. Posiadanie strony

internetowej lub profilu w mediach społecznościowych było w tej grupie bardziej powszechne, ale nadal rzadsze niż w innych segmentach. Większość przedsiębiorców z tej grupy określało swoje firmy i branże jako dojrzałe, choć pojawiały się też – rzadziej obecne lub nieobecne w innych segmentach – wskazania na fazę schyłku życia firmy i/lub branży. Większość reprezentantów tego segmentu spodziewa się utrzymania obecnej sytuacji firmy w dalszej części 2023 roku. Optymistyczne prognozy wyrażano najrzadziej w porównaniu do pozostałych segmentów.

Kim są?

Jest to grupa z dominującym udziałem przedstawicieli rzemiosł budowlanych (40%) oraz relatywnie wysokim udziałem osób fizycznych prowadzących działalność gospodarczą (90%). Rzemieślnicy z tej grupy stosunkowo często działają na rynkach lokalnych (w miejscu lokalizacji firmy i okolicy – 30%).

③ Zdobywcy

Co ich wyróżnia?

Zdobywcy to niezbyt liczna grupa rzemieślników (10%), którzy poszukują nowych rynków zbytu. Wyróżniają się wyraźnym zamiarem pozyskania nowych klientów (zwiększenia udziału w rynku) i uzyskania wzrostu sprzedaży.

Rysunek 4. Zdobywcy – charakterystyka



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego.

Sprzyja temu – oceniana przez większość przedstawicieli tego segmentu jako dobra – sytuacja firm oraz dość często stwierdzana dodatnia dynamika przychodów. Firmy te często zatrudniały pracowników – w okresie ostatnich 12 miesięcy, ale i wcześniej (w okresie ostatnich trzech lat). Stosunkowo rzadko inwestowały jednak w inne obszary niż kadrowy – z wyjątkiem zakupów narzędzi, urządzeń i maszyn, których dokonywały dość często. Także plany na przyszłe trzy lata są raczej „skromne”, z wyjątkiem zatrudniania pracowników. Większość firm z tego segmentu określa się jako znajdujące się w fazie dojrzałości, podobnie jak branże, w których działają. Większość spodziewa się w dalszej części 2023 roku utrzymania sytuacji firmy

na podobnym poziomie jak obecnie, ale dość często wyrażano też nadzieję na korzystną zmianę. Przedsiębiorcy z tej grupy stosunkowo często deklarują posiadanie strategii firmy.

Kim są?

Segment ten jest zdominowany przez przedstawicieli rzemiosł budowlanych (40%), urody, stylizacji i zdrowia (18%) i rzemiosł spożywczych (18%). Blisko 90% firm z tej grupy to działalność gospodarcza osób fizycznych, których średnia wieku – jest na tle pozostałych segmentów – najniższa (42 lata)⁷⁹. Najczęściej spośród wszystkich segmentów działają w skali lokalnej (w miejscowości, w której znajduje się siedziba firmy i okolicach – 39%).

Szczegółowa analiza danych pokazuje, że firmy te zakładano głównie z potrzeby uzyskania niezależności i wyższych dochodów (około 70%), a ich właściciele relatywnie często (32%) wykonywali wcześniej inny zawód. Stosunkowo często kierują swoją ofertę do wąskiej grupy klientów (23%). Jako motywy lojalności klientów wskazują zaufanie (77%) i dobre relacje (60%).

4 Prymusi

Rysunek 5. Prymusi – charakterystyka



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego.

Co ich wyróżnia?

Licząca 8% grupa **prymusów** wyróżnia się pozytywnie pod względem wszystkich uwzględnionych w analizie wskaźników. Cechuje ją korzystna sytuacja firmy (przez większość respondentów określana jako bardzo dobra) i powszechnie deklarowany wzrost przychodów w 2022 roku w porównaniu do 2021 roku. Firmy te zwykle posiadały strategię, miały szeroki wachlarz celów do realizacji w najbliższym czasie (w tym dotyczące budowy wizerunku marki/firmy), wykazywały aktywność inwestycyjną (w różnych obszarach, w tym w obszarze zatrudnienia) i zamierzały ją kontynuować. Rzemieślnicy z tej grupy bardzo często

⁷⁹ Trzeba jednak przypomnieć, że wiek właścicieli firm rzemieślniczych – ogólnie rzecz biorąc – nie jest mocno zróżnicowany.

deklarowali podnoszenie swoich kwalifikacji (na różne sposoby). Swoje firmy opisywali nieco częściej jako rozwijające się niż dojrzałe (podobnie postrzegali swoje branże) i najczęściej na tle pozostałych segmentów formułowali pozytywne prognozy na przyszłość.

Kim są?

Segment ten jest zdominowany przez przedstawicieli rzemiosł sklasyfikowanych jako *pozostałe* oraz spożywczych (odpowiednio 35% i 32%; odsetki te są wyższe niż w pozostałych segmentach). Firmy te bardzo często działają w formie spółek (46%) i należą do tych o największym zatrudnieniu (średnio 7 pracowników). Co piąta firma z tej grupy mieści się w dużych miastach, powyżej 200 tys. mieszkańców. Większość (83%) należy do cechów lub izb rzemieślniczych. Właściciele na ogół posiadają kwalifikacje mistrza lub czeladnika (80%) i – na tle innych segmentów – należą do najstarszych (średnia wieku to 51 lat). Wyróżniają się największym zaangażowaniem w organizację praktycznej nauki zawodu. Nieco ponad jedna trzecia firm z tej grupy (35%) kiedykolwiek realizowała w swoich zakładach praktyczną naukę zawodu dla przyszłych rzemieślników.

5 Ostrożni

Rysunek 6. Ostrożni – charakterystyka



Źródło: opracowanie własne na podstawie wyników badania zasadniczego.

Co ich wyróżnia?

Ostrożni to ostatnia, niewielka liczebnie (7%) grupa rzemieślników. Firmy te bardzo różnie oceniają swoją sytuację rynkową, mimo że często notowały w 2022 roku wzrost przychodów i podobnie często jak *prymusi* postrzegały siebie i swoje branże jako znajdujące się w fazie rozwoju/wzrostu. W ostatnich trzech latach często prowadziły różnego rodzaju działania inwestycyjne, w tym te praktycznie niestosowane przez przedstawicieli innych segmentów (z wyjątkiem *prymusów*), takie jak innowacje procesów biznesowych (w obszarze sprzedaży, zarządzania firmą, logistyki). Plany na najbliższe trzy lata pokazują jednak, że aktywność ta zostanie znacząco ograniczona, niemal

do poziomu notowanego w segmencie *biernych kontynuatorów*. W swoich prognozach na 2023 rok są podzieleni, dość często spodziewają się poprawy sytuacji, ale też – częściej niż pozostałe segmenty – jej pogorszenia lub nie mają na ten temat zdania. Pod względem podnoszenia kwalifikacji właściciela i korzystania ze strategii wypadają dość słabo.

Kim są?

Profil branżowy tej grupy jest zróżnicowany. Największy udział mają w niej rzemiosła budowlane (33%) i spożywcze (25%; odsetek ten jest wysoki na tle pozostałych segmentów). Znaczny jest odsetek firm działających w formie prawnej spółek (29%). Dość często należą do cechów lub izb rzemieślniczych (40%).

Rozdział 7. Wnioski

Wyniki badań przeprowadzonych w ramach projektu pozwalają na sformułowanie poniższych wniosków i rekomendacji.

1. Rzemiosło jest znaczącą częścią sektora MŚP i ogółu przedsiębiorstw w Polsce (zdominowanych przez firmy z sektora MŚP). Co czwarte przedsiębiorstwo sektora MŚP zajmuje się działalnością rzemieślniczą. Działalność ta w przeprowadzonych badaniach była rozumiana jako nierozzerwalnie związana z właścicielem firmy, tj. wymagająca jego pracy własnej i posiadania przez niego kwalifikacji (niekoniecznie potwierdzonych formalnie) w określonych dziedzinach.
2. Badania ujawniły dużą wewnętrzną różnorodność rzemiosła, która wynika przede wszystkim z ogromnego zróżnicowania przedmiotu działalności rzemieślniczej. Badania miały charakter ilościowy i reprezentatywny, w związku z czym odzwierciedlenie w próbie badawczej znalazły te rodzaje działalności rzemieślniczej i zawodów rzemieślniczych, które można zaliczyć do „głównego nurtu” rzemiosła. Nawet jednak przy takim podejściu odnotowane zróżnicowanie rodzajów rzemiosł i zawodów było ogromne (w próbie w badaniu zasadniczym właściciele reprezentowali 208 zawodów uznanych za rzemieślnicze). Miało to dwojakie konsekwencje. Po pierwsze, niektóre wyróżnione w badaniu rodzaje rzemiosł, mimo pewnego podobieństwa, są nadal mocno wewnątrznie zróżnicowane, co – wraz z niewielkimi grupami ich reprezentantów – mogło utrudnić uchwycenie ich specyfiki. Po drugie, w badaniu nie uwzględniono – w dostatecznej liczbie – przedstawicieli zawodów rzadkich, unikatowych, artystycznych, aczkolwiek pojedyncze osoby wykonujące takie zawody znalazły się w próbie (np. ceramik wyrobów użytkowych i ozdobnych, graver, technik sztukatorstwa i kamieniarstwa artystycznego, witrażownik, stroiciel fortepianów, gorseciarka, serowar). Charakter badania sprawił jednak, że profesje te „zginęły” w całej masie zawodów bardziej powszechnych i „powszednich”.
3. Niezależnie od tych różnic wspólną cechą firm rzemieślniczych jest bardzo duży wkład pracy manualnej w proces produkcji / świadczenia usług, dążenie do zapewnienia wysokiej jakości produktu i jego wyjątkowego, zindywidualizowanego charakteru, a także dbałość o relacje z klientem, które w przypadku rzemiosła nabierają szczególnego znaczenia.

4. Jako część sektora MŚP rzemiosło jest obciążone wszelkimi „ograniczeniami” typowymi dla sektora, wynikającymi ze stosunkowo niewielkiej skali działalności i ograniczonych zasobów. Bariery, które doskwierają typowemu przedsiębiorcy z sektora MŚP (kapitałowe, technologiczne, kompetencyjne, prawne itp.), dotyczą typowego rzemieślnika w jeszcze większym stopniu, bo częściej działa on w mniejszej skali (pod względem wielkości zatrudnienia i wymiarze geograficznym, a więc w większej zależności od popytu lokalnego) i w prostszej formie prawnej (jako osoba fizyczna). Choć niewątpliwie dysponuje on „fachem w rękę”, to typowy dla rzemieślników tryb kształcenia powoduje utrudnienia w dostępie do pewnych zasobów wiedzy, np. z zakresu marketingu, zarządzania czy prawa.
5. Badania pokazują, że kondycja rzemiosła jest umiarkowanie dobra. Na tle firm nierzemieślniczych przedstawiciele rzemiosła częściej notowali w 2022 roku spadek przychodów. Cele krótkoterminowe co trzeciej firmy rzemieślniczej to utrzymanie się na rynku i utrzymanie płynności. Nieliczni rzemieślnicy planują zamknięcie firmy (2%). Na sytuację rzemiosła jako segmentu o ogólnie mniejszej sile rynkowej i kapitałowej wpływają w szczególności obecne „zawirowania” w gospodarce, takie jak inflacja, stopniowe pogarszanie się koniunktury, wzrost kosztów prowadzenia działalności, presja płacowa.
6. Wielu rzemieślników (około 30%) opisuje swoje firmy oraz branże jako znajdujące się w fazie rozwoju/wzrostu. I choć mają oni problemy typowe dla tej fazy, to sam fakt działania we względnie nowym lub rozwijającym się obszarze rynku oznacza potencjalnie duże perspektywy rozwojowe. Także analiza struktury wiekowej firm rzemieślniczych – na tle firm nie uznanych za rzemiosło – wskazuje na „młodość” rzemiosła, potwierdzając hipotezę o jego renesansie, ale też o „wymieraniu” starych zakładów rzemieślniczych. Z obydwu bowiem tych powodów rzemieślnicy i ich firmy mogą być statystycznie młodszy od pozostałych firm. Duży udział firm względnie młodych wśród rzemieślników nadaje rzemiosłu „żywy”, dynamiczny wymiar – powstające firmy rzemieślnicze działają w obszarach rynku o dużym popycie i mają duże ambicje rozwojowe.
7. Rzemiosło jest bardzo zróżnicowane nie tylko pod względem przedmiotu działalności, lecz także pod względem deklarowanych aspiracji i potencjału rozwojowego. Jak pokazuje segmentacja rzemieślników opisana w rozdziale 6.7.10, do grup, które dysponują takim potencjałem i otwartością na zmiany, należy większość wyróżnionych segmentów, ale mają one stosunkowo niewielki udział. Najbardziej liczny (40%) jest segment *biernych kontynuatorów*, w którym panuje dość duża inercja, a wola rozwoju i doskonalenia firmy jest najmniejsza.

8. Badania potwierdziły, że oprócz stosowania tradycyjnych technologii wytwarzania w rzemiośle jest miejsce na wykorzystanie nowoczesnych technologii wspomagających. Technologie te są już wdrażane w firmach rzemieślniczych. Najczęściej są to rozwiązania z zakresu nowoczesnego wzornictwa (21% ogółu firm rzemieślniczych w ostatnich trzech latach zrealizowało inwestycje w tym zakresie), automatyzacji (20%), zastosowania technologii informatycznych (16%), marketingu internetowego (16%), gospodarki obiegu zamkniętego (11%). Warto dodać, że firmy często stosują do wspierania różnych funkcji biznesowych w firmie specjalistyczne programy komputerowe (39%).
9. Poszczególne rodzaje rzemioł różnią się kondycją. Pod wieloma analizowanymi względami (działań i planów inwestycyjnych, świadomości znaczenia wizerunku marki i firmy oraz działań w tym zakresie, działań innowacyjnych, wdrażania rozwiązań z zakresu gospodarki o obiegu zamkniętym) liderami byli przedstawiciele rzemioł spożywczych. Dość dobrze przedstawia się także sytuacja rzemieślników reprezentujących pozostałe rzemiosło (związane głównie z mechaniką samochodów, urządzeń, maszyn). Ze względu na profil branżowy są oni liderami mechanizacji i automatyzacji procesów produkcyjnych. Firmy z obszaru grafiki, druku i fotografii są liderami pod względem wdrażania technologii informatycznych i stosowania urządzeń cyfrowych. Swoją sytuację oceniają jednak relatywnie słabo. Najgorszą sytuację deklarują przedstawiciele rzemioł drzewnych oraz odzieżowych, skórzanych i włókienniczych.
10. Zdecydowanie pozytywnie we wszystkich wymiarach (także pod względem kształcenia przyszłych rzemieślników) wyróżniają się firmy zrzeszone w cechach lub izbach rzemieślniczych. Zdominowały one – wprawdzie bardzo wąską (7%) – grupę *prymusów* wyróżnionych w wyniku w analizie segmentacyjnej.
11. Badania wskazały niżej wymienione obszary szczególnych potrzeb firm z analizowanego segmentu:
 - a. Wspieranie wykorzystania opisanych wyżej technologii wspomagających procesy produkcyjne lub świadczenia usług.
 - b. Modernizacja warsztatów rzemieślniczych przez zakup narzędzi, maszyn i urządzeń – jest to obszar często realizowanych inwestycji, ale i niezaspokojonych potrzeb (w jednej trzeciej firm istnieje potrzeba wymiany narzędzi, maszyn i urządzeń na nowsze).
 - c. Kompetencje pracowników – zwłaszcza w zakresie umiejętności sprzedażowych i marketingowych, szczególnie w firmach kierujących swoją ofertę do wąskich grup

klientów o specyficznych potrzebach. W obszarze kompetencji branżowych (wiedzy o obecnych technologiach produkcji, a także dostępu do tych technologii) wsparcia mogą wymagać starsi rzemieślnicy.

- d. Zarządzanie strategiczne – rzemieślnicy bardzo rzadko dysponują strategią rozwoju firmy; wydaje się, że w firmach mogą też występować deficyty orientacji rynkowej (czemu sprzyja częste działanie z pasji, chęci rozwijania własnych zainteresowań) i w zakresie ogólnego zarządzania firmą.
 - e. Sukcesja rodzinna – znaczna część firm rzemieślniczych (35%) to firmy rodzinne, około 40% z nich planuje przekazanie firmy w ręce kolejnego pokolenia. Pozytywnie należy ocenić stosunkowo częstą obecność w firmie (w roli pracownika) przyszłego sukcesora, ale mimo to niektóre firmy mogą wymagać wsparcia, na przykład w obszarze wiedzy z zakresu prawa.
 - f. Wykorzystanie internetowych kanałów sprzedaży – dominuje bezpośrednia sprzedaż produktów i usług rzemieślniczych, która w tym segmencie ma – i będzie miała – kluczowe znaczenie. Wydaje się jednak, że istnieją zarówno szersze możliwości wykorzystania kanałów internetowych, jak i potrzeby w tym zakresie, na które mogą wskazywać relatywnie często stwierdzane przez rzemieślników deficyty kompetencji sprzedażowych i marketingowych. Także pod względem *dobrego marketingu* rzemieślnicy oceniają się gorzej niż firmy nierzemieślnicze.
12. Interesującym wnioskiem z przeprowadzonych badań jest także to, że rzemieślnicy w niektórych wymiarach (w tym w zupełnie nieoczekiwanych, takich jak na przykład *talent i unikalne zdolności, produkty „szyte na miarę”*, ale również innych, dotyczących na przykład renomy firmy) oceniają się gorzej niż firmy nierzemieślnicze. Można przypuszczać, że w wyniku wieloletniej deprecjacji szkolnictwa zawodowego/branżowego i jego zawodów (spośród których wiele to zawody rzemieślnicze) rzemieślnicy niedostatecznie cenią swoje kwalifikacje. Wskazane byłoby zatem podjęcie działań na rzecz budowy marki polskiego rzemiosła i marki firmy rzemieślniczej (zwłaszcza wobec jej częstego zawłaszczania przez firmy niemające z rzemiosłem nic wspólnego). Kierunek zmian legislacyjnych dotyczących definicji rzemiosła wskazany w projekcie przyjętym przez Radę Ministrów w dniu 10 lipca 2023 r.⁸⁰ utrudnia jednak budowanie takiej marki. Zrywa

⁸⁰ Kancelaria Prezesa Rady Ministrów, Projekt ustawy o zmianie niektórych ustaw w celu ulepszenia środowiska prawnego i instytucjonalnego dla przedsiębiorców, przyjęty przez rząd 10 lipca 2023 r., skierowany do Sejmu 19 lipca 2023 r., <https://www.gov.pl/web/premier/projekt-ustawy-o-zmianie-niektorych-ustaw-w-celu-ulepszenia-srodowiska-prawnego-i-instytucjonalnego-dla-przedsiębiorcow2> [dostęp 04.08.2023 r.].

on bowiem związek między unikalnymi właściwościami przedsiębiorcy rzemieślnika a jego produktami, włączając do rzemiosła firmy, w których właściwości te posiada dowolny pracownik firmy, niekoniecznie właściciel. Zasób wartości, do których można by się odwoływać w budowie marki firmy rzemieślniczej, maleje wówczas znacząco.

Bibliografia

1. Bondyra K. (red.), *Cechy Wielkopolski. Rola rzemiosła w kształceniu zawodowym. Raport z badań*, Wydawnictwo M-Druk, Poznań 2011.
2. Chudyńska-Szuchnik K., Malinowski M., *Transmisja rzemiosła – możliwości i przeszkody*, Muzeum Warszawy, 2021, <https://muzeumwarszawy.pl/raport-z-badania-transmisja-rzemiosla-mozliwosci-i-przeszkody/> [dostęp 20.08.2023 r.].
3. Dębicka-Ozorkiewicz G., *Polski Inkubator Rzemiosła szansą na wzmocnienie organizacji samorządu gospodarczego rzemiosła*, w: *Rzemiosło – stan i zmiany w wymiarze lokalnym, regionalnym i międzynarodowym*, red. W. Musialik i in., Politechnika Opolska, Opole 2021.
4. Górniak J. i in., *Bilans Kapitału Ludzkiego. Raport z badania pracodawców. Powrót do rzeczywistości? Drugi rok pandemii oczami polskich firm 2022/2021*, PARP, 2022, <https://www.parp.gov.pl/component/publications/publication/raport-z-badania-pracodawcow-powrot-do-rzeczywistosci-drugi-rok-pandemii-oczami-polskich-firm> [dostęp 18.07.2023 r.].
5. GUS, *Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2021 roku*, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/podmioty-gospodarcze-wyniki-finansowe/przedsiębiorstwa-niefinansowe/dzialalnosc-przedsiębiorstw-niefinansowych-w-2021-roku,2,18.html> [dostęp 28.07.2023 r.].
6. GUS, *Kwartalna informacja o podmiotach gospodarki narodowej w rejestrze REGON rok 2023*, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/podmioty-gospodarcze-wyniki-finansowe/zmiany-strukturalne-grup-podmiotow/kwartalna-informacja-o-podmiotach-gospodarki-narodowej-w-rejestrze-regon-rok-2023,7,13.html> [dostęp 28.07.2023 r.].
7. GUS, *Oświata i wychowanie w roku szkolnym 2020/2021*, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/edukacja/edukacja/oswiata-i-wychowanie-w-roku-szkolnym-20202021,1,16.html> [dostęp 30.07.2023 r.].
8. GUS, *Zmiany strukturalne grup podmiotów gospodarki narodowej w rejestrze REGON, 2022 r.*, <https://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/podmioty-gospodarcze-wyniki-finansowe/zmiany-strukturalne-grup-podmiotow/zmiany-strukturalne-grup-podmiotow-gospodarki-narodowej-w-rejestrze-regon-2022-r,1,27.html> [dostęp 14.07.2023 r.].
9. Kancelaria Prezesa Rady Ministrów, Projekt ustawy o rzemiośle, <https://www.gov.pl/web/premier/projekt-ustawy-o-rzemiosle> [dostęp 13.07.2023 r.].

10. Kancelaria Prezesa Rady Ministrów, Projekt ustawy o zmianie niektórych ustaw w celu ulepszenia środowiska prawnego i instytucjonalnego dla przedsiębiorców, przyjęty przez rząd 10 lipca 2023 r., skierowany do Sejmu 19 lipca 2023 r., <https://www.gov.pl/web/premier/projekt-ustawy-o-zmianie-niektorych-ustaw-w-celu-ulepszenia-srodowiska-prawnego-i-instytucjonalnego-dla-przedsiębiorcow2> [dostęp 04.08.2023 r.].
11. Klimek J., *Polscy rzemieślnicy w otoczeniu Przemysłu 4.0*, „Przegląd Techniczny”, <https://przeglad-techniczny.pl/artykuly?id=2164> [dostęp 12.08.2023 r.].
12. Klimek J., Żelazko B., *Przedsiębiorczość w polskim rzemiośle*, „Przedsiębiorczość i Zarządzanie” 2017, t. XVIII, z. 12, cz. II.
13. Komitet Ekspertki Związku Rzemiosła Polskiego, Projekt ustawy o rzemiośle i dualnym kształceniu zawodowym w rzemiośle z dnia 16-09-2021 r. / grudzień 2022, dokument elektroniczny [dostęp 04.04.2023 r.].
14. Kowalewska A. (red.), *Firmy rodzinne w polskiej gospodarce – szanse i wyzwania*, PARP, Warszawa 2010, <https://www.parp.gov.pl/publikacje/publication/firmy-rodzinne-w-polskiej-gospodarce-%E2%80%93-szanse-i-wyzwania> [dostęp 30.07.2023 r.].
15. KPMG, *Barometr firm rodzinnych. W stronę wielopokoleniowości*, Edycja ósma, <https://kpmg.com/pl/pl/home/insights/2020/02/raport-barometr-firm-rodzinnych-w-strone-wielopokoleniowosci-edycja-2019.html> [dostęp 30.07.2023 r.].
16. *Lista projektów realizowanych w ramach Programu Wiedza Edukacja Rozwój w latach 2014–2020*, stan na 2.02.2023 r., <https://www.power.gov.pl/strony/o-programie/projekty/lista-projektow/> [dostęp 31.07.2023 r.].
17. Ministerstwo Edukacji i Nauki, *Prognoza zapotrzebowania na pracowników w zawodach szkolnictwa branżowego na krajowym i wojewódzkim rynku pracy. Załącznik do obwieszczenia Ministra Edukacji i Nauki z dnia 20 stycznia 2023 r.*, M.P. poz. 145.
18. PARP, *Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce 2023*, <https://www.parp.gov.pl/component/publications/publication/raport-o-stanie-sektora-malych-i-srednich-przedsiębiorstw-w-polsce-2023> [dostęp 29.07.2023 r.].
19. Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 22 lutego 2019 r. w sprawie praktycznej nauki zawodu, Dz.U. z 2019 r. poz. 391.
20. Rządowy Program *Polski Inkubator Rzemiosła na lata 2021–2030*. Załącznik do uchwały nr 73/2021 Rady Ministrów z dnia 19 maja 2021 r., <https://niw.gov.pl/wp-content/uploads/2022/05/Program-Polski-Inkubator-Rzemiosla-19.05.2021.pdf> [dostęp 18.07.2023 r.].
21. *Rzemiosło na topie*. Rozmowa z P. Rojewskim i P. Rojewską, „Polski Jubiler”, <https://www.polskijubiler.pl/arttykul/9975/rzemioslo-na-topie.html> [dostęp 31.07.2023 r.].

22. Stępnikowski A.W., *Mistrz w rzemieślniczym przygotowaniu zawodowym. Kompetencje społeczne i pedagogiczne*, Łukasiewicz – Instytut Technologii Eksploatacji Wydawnictwo Naukowe, Radom 2020.
23. Ustawa z dnia 22 marca 1989 r. o rzemiośle, Dz.U. z 2020 r. poz. 2159.
24. Ustawa z dnia 25 września 2015 r. o zmianie ustawy o rzemiośle, Dz.U. z 2015 r. poz. 1782.
25. Ustawa z dnia 31 lipca 2019 r. o zmianie niektórych ustaw w celu ograniczenia obciążeń regulacyjnych, Dz.U. z 2019 r. poz. 1495.
26. Węclawska D. i in., *Rzeczy i ludzie. Tożsamości polskiego rzemiosła*, PARP, 2022, <https://www.parp.gov.pl/component/publications/publication/rzeczy-i-ludzie-tozsamosci-polskiego-rzemiosla> [dostęp 31.07.2023 r.].
27. Widz M., Lewandowska M., *Preferencje sukcesyjne polskich przedsiębiorców rodzinnych*, Instytut Biznesu Rodzinnego, 2014, <https://www.ibrpolska.pl/baza-wiedzy/preferencje-sukcesyjne-polskich-przedsiębiorców-rodziny/> [dostęp 30.07.2023 r.].
28. Związek Rzemiosła Polskiego, *Nasze zasoby*, <https://zrp.pl/> [dostęp 13.07.2023 r.].
29. Związek Rzemiosła Polskiego, *Szkolenie uczniów w rzemiośle. Liczba pracowników młodocianych zatrudnionych w zakładach rzemieślniczych w celu przygotowania zawodowego w latach 2011–2018*, https://zrp.pl/wp-content/uploads/2019/05/TABELA-4-Nauka-zawodu-w-izbach_2011-2018.pdf [dostęp 17.07.2023 r.].
30. Związek Rzemiosła Polskiego, *Szkolenie uczniów w rzemiośle. Rzemieślnicze zakłady szkolące uczniów – zatrudniające młodocianych pracowników w celu przygotowania zawodowego w latach 2011–2018*, https://zrp.pl/wp-content/uploads/2019/05/TABELA-3-Rzemie%C5%9Blnicze-zak%C5%82ady-szkol%C4%85ce-uczni%C3%B3w_2018.pdf [dostęp 17.07.2023 r.].
31. Związek Rzemiosła Polskiego, *Zawody, w których realizowane jest dualne kształcenie zawodowe w rzemiośle*, 2023, https://zrp.pl/wp-content/uploads/2023/02/DUALNE_Wykaz-zawodow-nauka-zawodu_luty-2023-1.pdf [dostęp 11.07.2023 r.].

Spis tabel, wykresów, rysunków

Spis tabel

Tabela 1. Przybliżona liczba sztuk wyrobów końcowych / półproduktów / komponentów / części / usług wykonywanych w ciągu miesiąca	54
Tabela 2. Przybliżona liczba klientów średniorocznie	56
Tabela 3. Sposoby nabywania przez właścicieli kwalifikacji w zawodach rzemieślniczych – w podziale na rodzaje rzemioł	61
Tabela 4. Czynniki oddziałujące na rozwój firm rzemieślniczych	94
Tabela 5. Cele firmy zaplanowane do realizacji w bieżącym roku	98

Spis wykresów

Wykres 1. Udział firm rzemieślniczych w badanej populacji, w sektorze MŚP i wśród ogółu przedsiębiorstw	34
Wykres 2. Udział firm rzemieślniczych w wybranych sekcjach i klasach PKD badanej populacji	36
Wykres 3. Udział firm rzemieślniczych wśród firm reprezentujących wybrane sekcje i klasy PKD w podziale na klasy zatrudnienia	37
Wykres 4. Liczba pracowników w przeliczeniu na pełne etaty	39
Wykres 5. Forma prawna firmy	40
Wykres 6. Wielkości miejscowości, w której mieści się główna siedziba firmy	41
Wykres 7. Okres działalności firmy	42
Wykres 8. Zasięg działalności firmy	42
Wykres 9. Rodzaje wykonywanego rzemiosła	44
Wykres 10. Zawody najczęściej wykonywane przez przedsiębiorców rzemieślników (top 15)	47
Wykres 11. Typ działalności firmy	48
Wykres 12. Profil działalności firmy	48
Wykres 13. Charakter usług świadczonych przez firmę	49
Wykres 14. Sposób realizacji produkcji / świadczenia usług	50
Wykres 15. Charakter wytwarzanych wyrobów końcowych	51
Wykres 16. Miejsce świadczenia usług	52
Wykres 17. Sposoby składania zamówień na wyroby/usługi wykonywane po uzyskaniu zamówienia	53

Wykres 18. Sposoby sprzedaży wyrobów/usług dostępnych „od ręki”	53
Wykres 19. Przybliżona liczba klientów	55
Wykres 20. Płeć właściciela	57
Wykres 21. Wiek właściciela	58
Wykres 22. Wykształcenie właściciela	59
Wykres 23. Sposoby nabywania przez właścicieli kwalifikacji w zawodach rzemieślniczych	60
Wykres 24. Odsetek firm, których właściciel posiada dokument potwierdzający kwalifikacje w wykonywanym zawodzie – w podziale na rodzaje rzemioł	62
Wykres 25. Dokument potwierdzający kwalifikacje właściciela w wykonywanym zawodzie	64
Wykres 26. Sposoby potwierdzenia kwalifikacji właścicieli w wykonywanym zawodzie	64
Wykres 27. Motywy założenia firmy	66
Wykres 28. Przynależność do organizacji samorządu gospodarczego rzemioła i innych organizacji przedsiębiorców	68
Wykres 29. Główne powody przystąpienia firmy do cechu rzemieślniczego	69
Wykres 30. Poziom zadowolenia z przynależności do cechu rzemieślniczego i chęć polecenia członkostwa w cechu innym przedsiębiorcom	70
Wykres 31. Klienci firmy	71
Wykres 32. Typ klientów	71
Wykres 33. Charakter produktów/usług wykonywanych przez firmę	72
Wykres 34. Typologia firm ze względu na charakter ich oferty rynkowej	73
Wykres 35. Postrzegane powody lojalności klientów	74
Wykres 36. Liczba firm postrzeganych jako konkurencja	76
Wykres 37. Ocena siły konkurencji	76
Wykres 38. Czynniki przewagi konkurencyjnej	78
Wykres 39. Ocena trudności w znalezieniu na rynku pracownika o kwalifikacjach odpowiednich do potrzeb firmy	79
Wykres 40. Rotacja pracowników w firmie w ciągu ostatnich 12 miesięcy	81
Wykres 41. Ocena kompetencji pracowników w różnych obszarach funkcjonowania firmy	82
Wykres 42. Udział właścicieli i pracowników firmy w różnych formach podnoszenia kwalifikacji w ciągu ostatnich 3 lat	84
Wykres 43. Zainteresowanie praktyczną nauką zawodu w firmie w ciągu ostatnich 3 lat	86
Wykres 44. Przybliżona liczba uczniów / szkół / osób dorosłych zainteresowanych praktyczną nauką zawodu w firmie	87
Wykres 45. Udział w organizacji praktycznej nauki zawodu	88

Wykres 46. Ocena obowiązujących przepisów z punktu widzenia ich wpływu na zatrudnianie młodocianych pracowników w celu ich przygotowania zawodowego	88
Wykres 47. Powody, dla których firma nie planuje w najbliższym roku przyjmować uczniów lub młodocianych na praktyczną naukę zawodu	89
Wykres 48. Obecna faza życia firmy	90
Wykres 49. Ocena obecnej sytuacji firmy	91
Wykres 50. Ocena obecnej i przewidywanej sytuacji firmy w dalszej części 2023 roku	92
Wykres 51. Ocena fazy życia branży, w której działa firma	93
Wykres 52. Czynniki, które spowodowały, że firma znajduje się w fazie schyłku lub wygaszania działalności	95
Wykres 53. Przychody netto firmy za rok 2022 w porównaniu do przychodów za 2021 rok	96
Wykres 54. Posiadanie strategii firmy	97
Wykres 55. Odsetek przedsiębiorców planujących sukcesję rodzinną firmy	100
Wykres 56. Odsetek firm, w których sukcesor obecnie pracuje, wśród firm planujących sukcesję rodzinną	100
Wykres 57. Kwalifikacje sukcesora w zawodzie kluczowym dla działalności firmy	101
Wykres 58. Lokalizacja zakładu/warsztatu, w którym jest prowadzona działalność firmy	102
Wykres 59. Wykorzystanie w działalności firmy pracy rąk	102
Wykres 60. Odsetek firm rzemieślniczych wykorzystujących w swojej działalności specjalistyczne narzędzia, urządzenia i maszyny, programy komputerowe i aplikacje internetowe	104
Wykres 61. Obszary zastosowania w firmie narzędzi, urządzeń, maszyn, programów i aplikacji	105
Wykres 62. Stan specjalistycznych narzędzi, urządzeń i maszyn wykorzystywanych w firmie	106
Wykres 63. Inwestycje zrealizowane w ostatnich trzech latach oraz planowane do realizacji w najbliższych trzech latach	107
Wykres 64. Źródła finansowania inwestycji zrealizowanych w ostatnich trzech latach	108
Wykres 65. Przedmiot działań inwestycyjnych zrealizowanych w ostatnich trzech latach	108
Wykres 66. Korzystanie z różnych form wsparcia publicznego w ostatnich trzech latach	110
Wykres 67. Plany ubiegania się o wsparcie publiczne w najbliższej przyszłości	111
Wykres 68. Zainteresowanie formami wsparcia publicznego wśród firm planujących skorzystanie z niego w najbliższej przyszłości	111
Wykres 69. Segmentacja firm ze względu na ich kondycję rynkową i potencjał rozwoju	112

Spis rysunków

Rysunek 1. Zawody najczęściej wykonywane przez właścicieli przedsiębiorstw w ramach różnych rodzajów rzemiosła	45
Rysunek 2. Wojownicy – charakterystyka	113
Rysunek 3. Bierni kontynuatorzy – charakterystyka	114
Rysunek 4. Zdobywcy – charakterystyka	115
Rysunek 5. Prymusi – charakterystyka	116
Rysunek 6. Ostrożni – charakterystyka	117



Infolinia: 801 332 202

info@parp.gov.pl