

Fundacja Kronenberga

citi handlowy

inspiracja
do działania

Ekspansja mikrofirm, cz. 2

*Cytowanie bez ograniczeń za podaniem źródła: „Ekspansja mikrofirm, cz.2”.

Badanie Fundacji Kronenberga przy Citi Handlowy zrealizowane przy współpracy merytorycznej Microfinance Centre, PBS Polska, 2014

www.kronenberg.org.pl

Fundacja Kronenberga przy Citi Handlowy

Charakterystyka badania

Przedmiot badania

Badanie dotyczy rozszerzania obszaru działalności mikrofirm, w podziale na już podjęte decyzje i plany na najbliższe lata. Badanie realizowane jest w ramach projektu Mikroprzedsiębiorca roku 2014.

Cel badania

Poznanie powodów ekspansji na nowe rynki oraz podjętych przez mikroprzedsiębiorców działań związanych z rozszerzeniem obszaru działalności firmy. Bariery oraz szanse na dalszy rozwój mikrofirm.

Próba

Mikrofirmy (zatrudnienie 0-9 osób) z obszaru całej Polski w podziale na dwie grupy:
1. firmy, które rozszerzyły obszar działalności od początku jej istnienia (ekspansja przeprowadzona), n=150;
2. firmy planujące rozszerzyć obszar swojej działalności (ekspansja planowana), n=150.

Metodologia

Badanie zrealizowane zostało metodą CATI (Computer Assisted Telephone Interviews)

Termin realizacji

kwiecień – maj 2014

Wykonawca

Rozpoczęcie ekspansji – podjęte działania

firmy po ekspansji

Jakie **działania** pojął(ęła) Pan(i) w związku z **rozszerzeniem obszaru działalności firmy?**

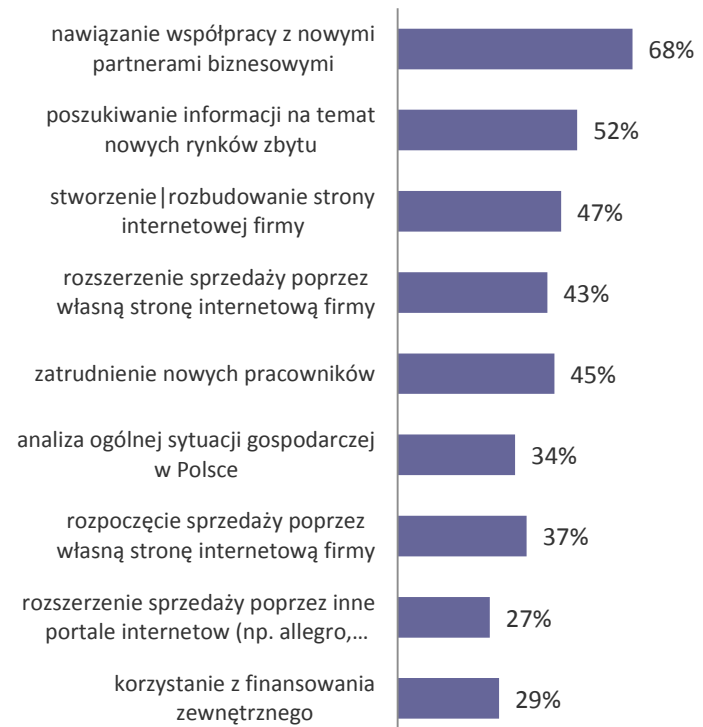
Odpowiadający: firmy, które rozszerzyły obszar terytorialny, n=150.



firmy planujące ekspansję

Jakie **działania planuje** Pan(i) podjąć w związku z **rozszerzeniem obszaru działalności firmy?**

Odpowiadający: firmy, które planują rozszerzyć obszar terytorialny, n=150.



Rozpoczęcie ekspansji – źródła finansowania

firmy po ekspansji

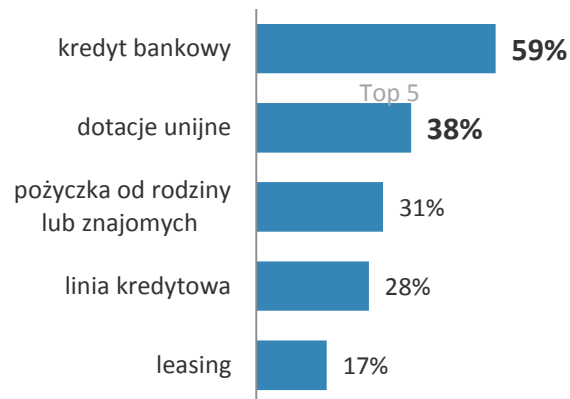
Jakie **działania** pojął(ęła) Pan(i) w związku z **rozszerzeniem obszaru działalności firmy?**

Odpowiadający: firmy, które rozszerzyły obszar terytorialny, n=150.

korzystanie z finansowania zewnętrznego **19%**



Z jakich źródeł finansowania Pan(i) korzystał(a) poszukując informacji na temat nowych rynków?



firmy planujące ekspansję

Jakie **działania** planuje Pan(i) podjąć w związku z **rozszerzeniem obszaru działalności firmy?**

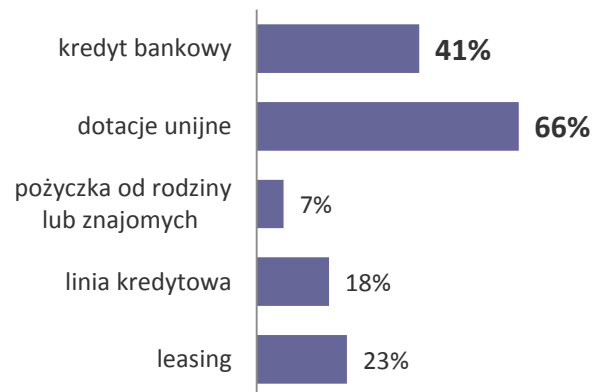
Odpowiadający: firmy, które planują rozszerzyć obszar terytorialny, n=150.

korzystanie z finansowania zewnętrznego **29%**



Z jakich źródeł finansowania planuje Pan(i) skorzystać w poszukiwaniu informacji na temat nowych rynków?

Top 5



Powody rozpoczęcia ekspansji

firmy po ekspansji

Jakie były **powody**, dla których **rozszerzył(a) Pan(i) obszar działalności firmy?**

Odpowiadający: firmy, które rozszerzyły obszar terytorialny, n=150.



firmy planujące ekspansję

Z jakich **powodów planuje Pan(i) rozszerzenie obszaru działalności firmy?**

Odpowiadający: firmy, które planują rozszerzyć obszar terytorialny, n=150.

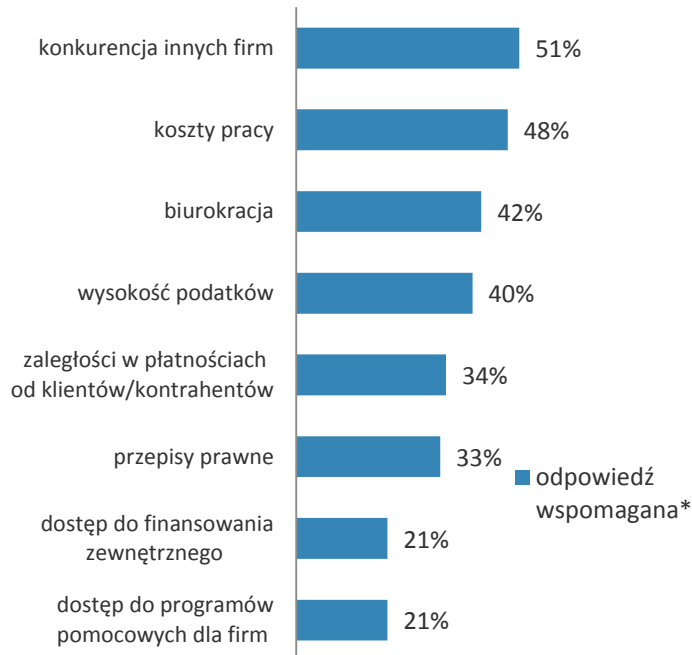


Bariery ekspansji

firmy po ekspansji

Jakie **bariery** napotkał(a) Pan(i) w związku z rozszerzeniem obszaru działalności firmy?

Odpowiadający: firmy, które rozszerzyły obszar terytorialny, n=150.
Wskazania powyżej 20%



firmy planujące ekspansję

Jakich **barier** obawia się Pan(i) w związku z planowanym rozszerzeniem obszaru działalności firmy?

Odpowiadający: firmy, które planują rozszerzyć obszar terytorialny, n=150.
Wskazania powyżej 20%



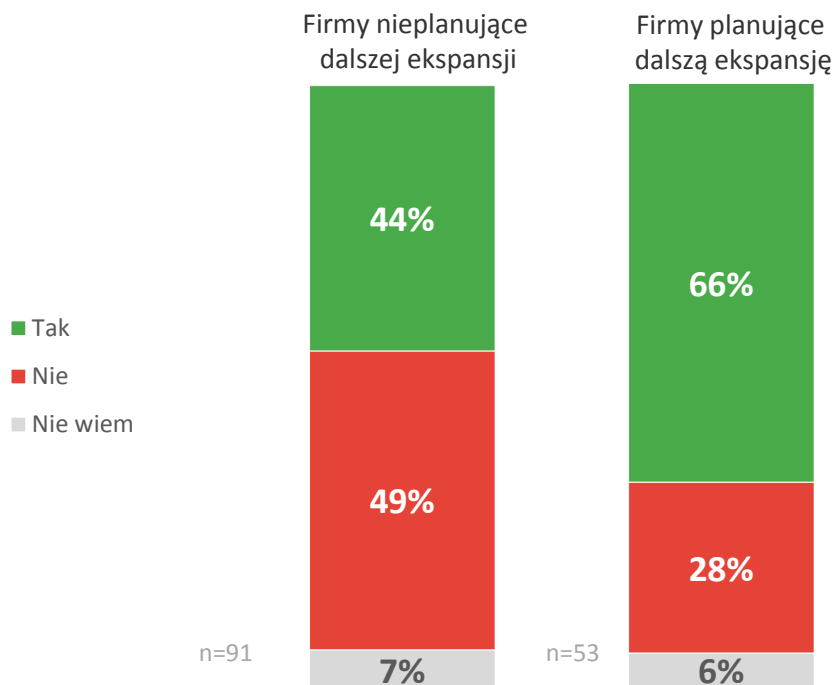
* W pytaniu badanym została zaprezentowana kateria odpowiedzi. Na wykresach przedstawiono % wskazań dla poszczególnych odpowiedzi.

Innowacje produktów/usług

firmy po ekspansji

Czy planuje Pan(i) w ciągu najbliższych 2 lat rozszerzyć działalność o nowy dla Pana(i) firmy produkt/usługę?

Odpowiadający: firmy, które rozszerzyły obszar terytorialny, n=150.

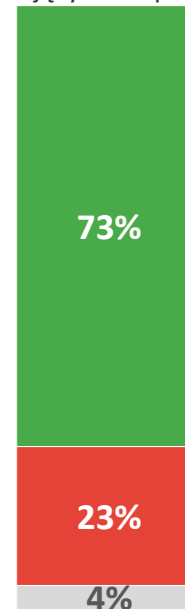


firmy planujące ekspansję

Czy planuje Pan(i) w ciągu najbliższych 2 lat rozszerzyć działalność o nowy dla Pana(i) firmy produkt/usługę?

Odpowiadający: firmy, które rozszerzyły obszar terytorialny, n=150.

Ogół firm planujących ekspansję

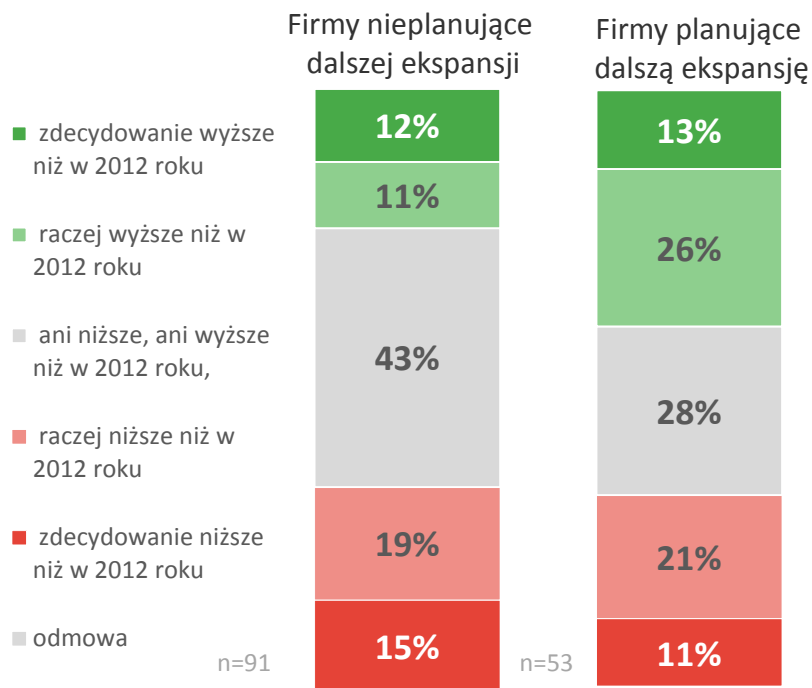


Przychody -ostatnie 2 lata

firmy po ekspansji

Czy przychody ze sprzedaży rok temu, czyli w roku 2013 były:

Odpowiadający: firmy, które rozszerzyły obszar terytorialny, n=150.

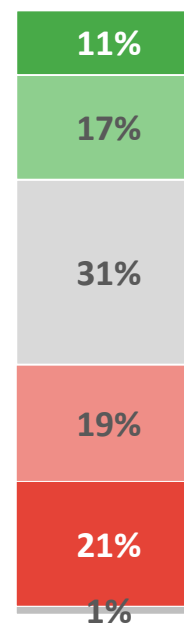


firmy planujące ekspansję

Czy przychody ze sprzedaży rok temu, czyli w roku 2013 były:

Odpowiadający: firmy, które rozszerzyły obszar terytorialny, n=150.

Ogół firm planujących ekspansję

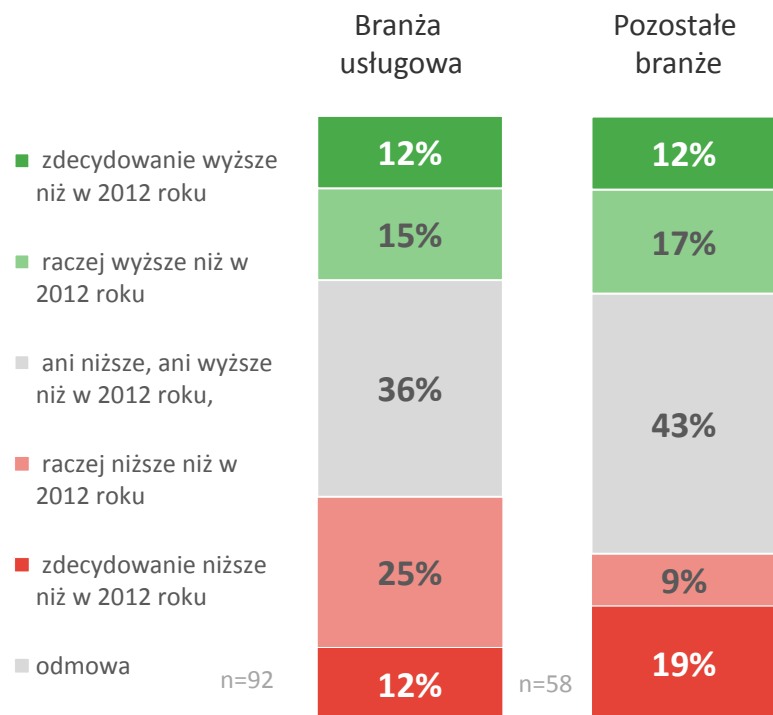


Przychody -ostatnie 2 lata

firmy po ekspansji

Czy przychody ze sprzedaży rok temu, czyli w roku 2013 były:

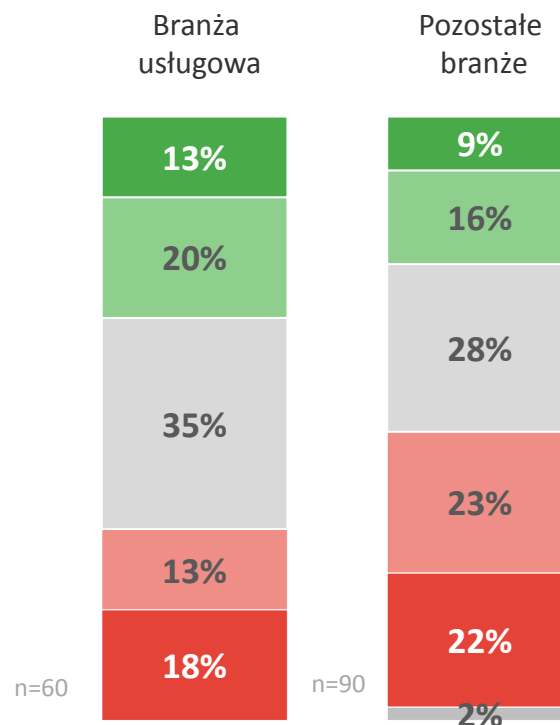
Odpowiadający: firmy, które rozszerzyły obszar terytorialny, n=150.



firmy planujące ekspansję

Czy przychody ze sprzedaży rok temu, czyli w roku 2013 były:

Odpowiadający: firmy, które rozszerzyły obszar terytorialny, n=150.

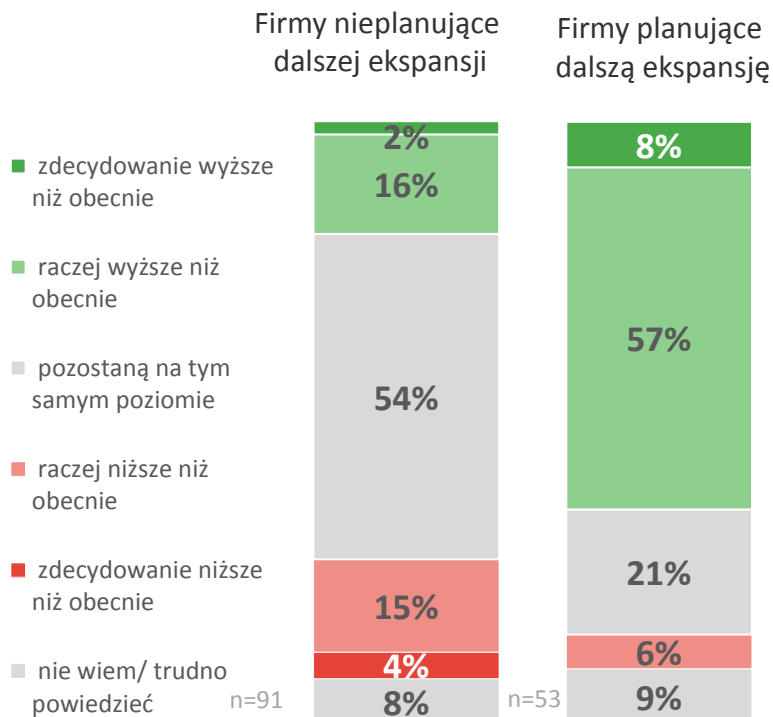


Przychody - przyszłe 2 lata

firmy po ekspansji

Jak Pan(i) ocenia czy w ciągu najbliższych 2 lat przychody firmy będą:

Odpowiadający: firmy, które rozszerzyły obszar terytorialny, n=150.

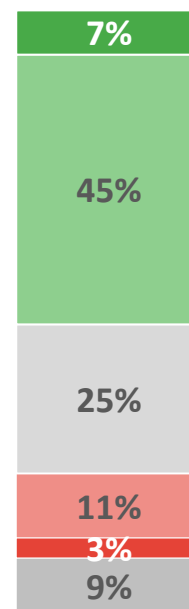


firmy planujące ekspansję

Jak Pan(i) ocenia czy w ciągu najbliższych 2 lat przychody firmy będą:

Odpowiadający: firmy, które rozszerzyły obszar terytorialny, n=150.

Ogół firm planujących ekspansję

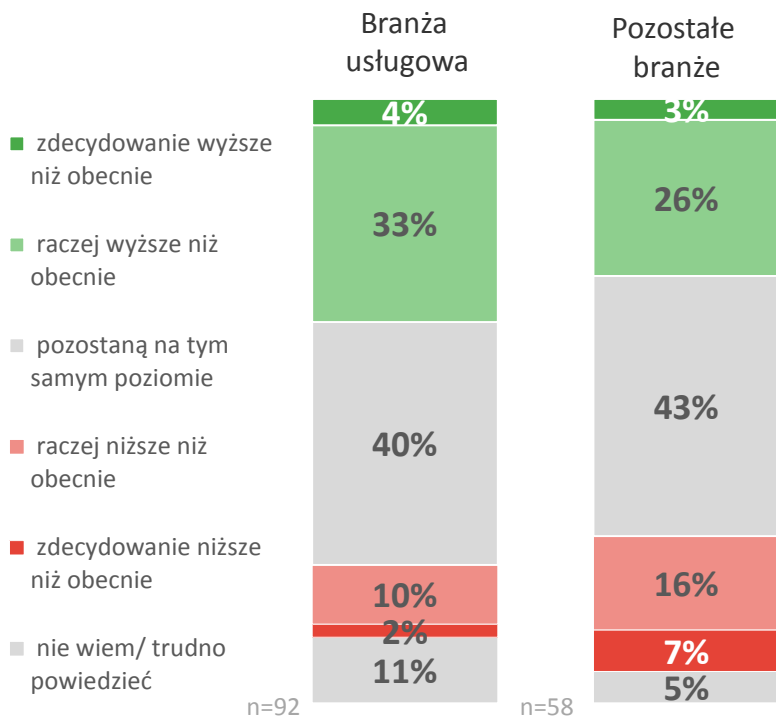


Przychody - przyszłe 2 lata

firmy po ekspansji

Jak Pan(i) ocenia czy w ciągu najbliższych 2 lat przychody firmy będą:

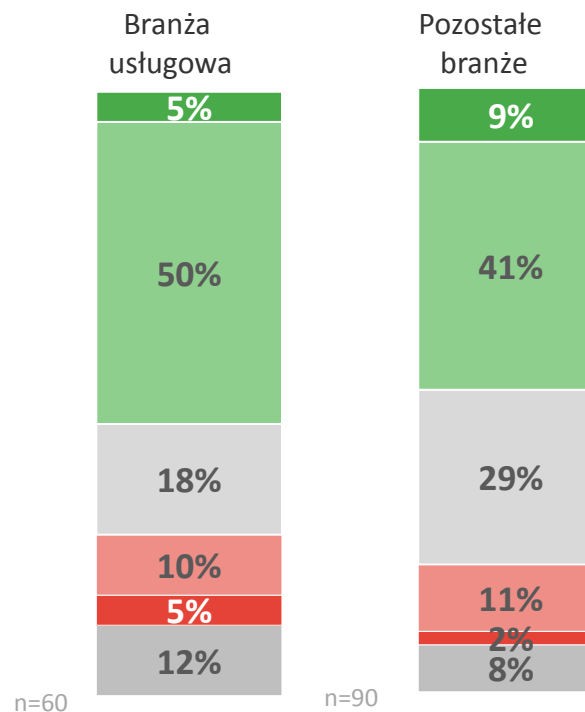
Odpowiadający: firmy, które rozszerzyły obszar terytorialny, n=150.



firmy planujące ekspansję

Jak Pan(i) ocenia czy w ciągu najbliższych 2 lat przychody firmy będą:

Odpowiadający: firmy, które rozszerzyły obszar terytorialny, n=150.



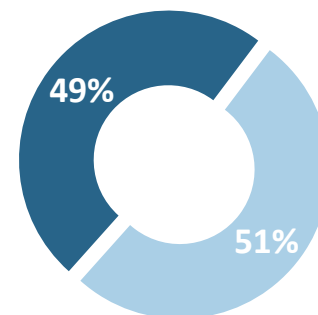
Charakterystyka firm po ekspansji

firmy po ekspansji

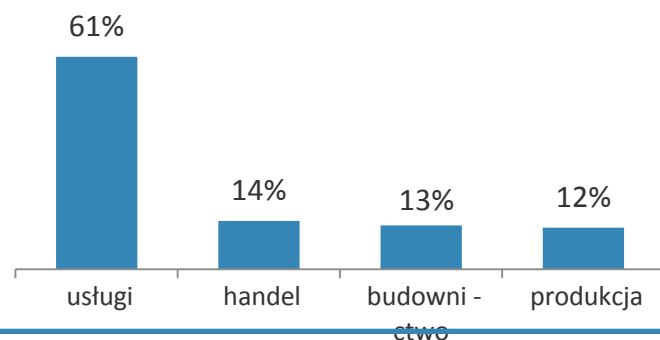


wielkość firmy

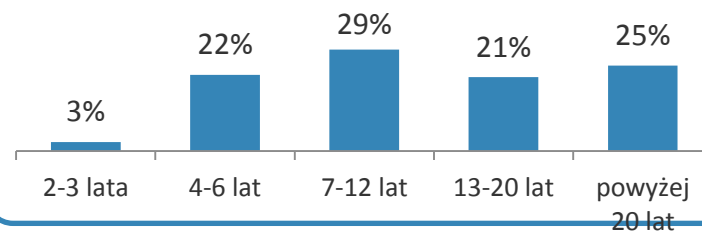
- jednoosobowa działalność...
- firma o zatrudnieniu w przedziale...



branża



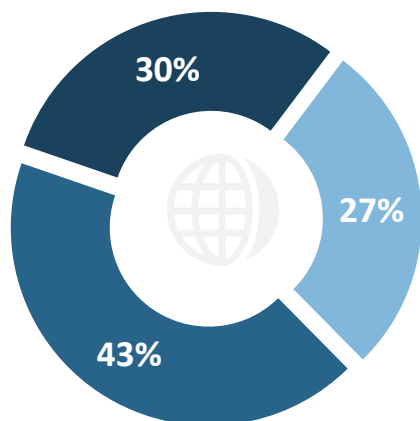
czas funkcjonowania na rynku



Charakterystyka firm po ekspansji

firmy po ekspansji

obecny obszar działania



lokalny

regionalny

krajowy

międzynarodowy

przychody ze sprzedaży w ubiegłym roku

98%
do 3 mln



2%
ponad 3 mln*

*kwota mieszcząca się w przedziale 3 000 001 – 8 500 000 PLN

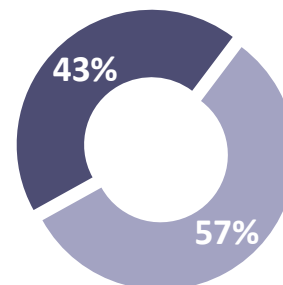
Charakterystyka firm planujących ekspansję

firmy planujące ekspansję

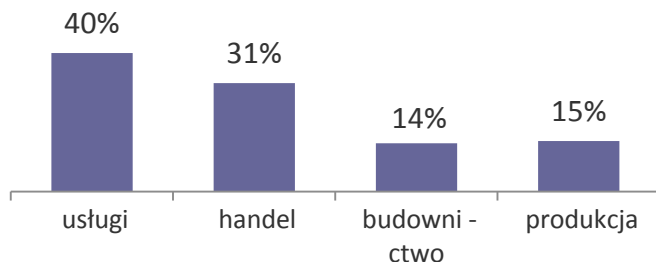


wielkość firmy

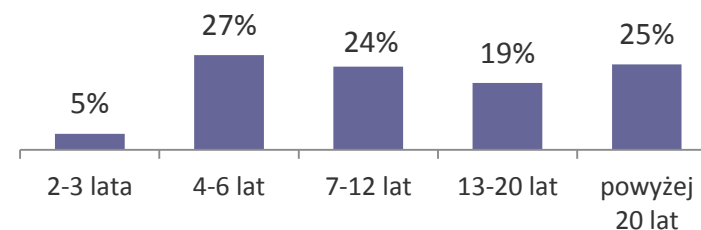
- jednoosobowa działalność gospodarcza
- firma o zatrudnieniu w przedziale 1-9



branża

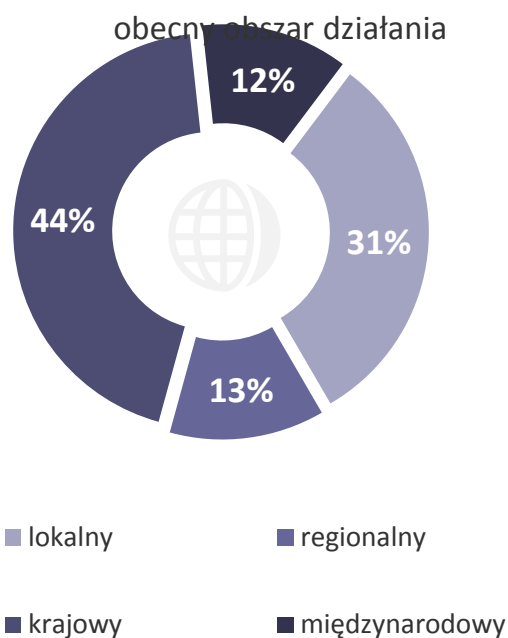


czas funkcjonowania na rynku



Charakterystyka firm planujących ekspansję

firmy planujące ekspansję



przychody ze sprzedaży w ubiegłym roku

98%
do 3 mln



2%
ponad 3 mln*

*kwota mieszcząca się w przedziale 3 000 001 – 8500000 PLN

Dziękujemy

Raport z badania przygotowanego przez PBS Polska dla Fundacji Kronenberga przy Citi Handlowy przy współpracy z Microfinance Centre

www.kronenberg.org.pl
Fundacja Kronenberga przy Citi Handlowy

Fundacja Kronenberga

citi handlowy

inspiracja
do działania