

**BADANIE LOKALNYCH NISZ RYNKOWYCH
DLA PODMIOTÓW EKONOMII SPOŁECZNEJ
W POWIATACH SUBREGIONU EŁCKIEGO**

Raport cząstkowy – powiat piski



**Badanie realizowane
na zlecenie:**



19-300 Elk
ul. Armii Krajowej 6/9
tel. 87 737 78 45
owes@adelfi.pl

**Wykonawca
badania:**



44-206 Rybnik
ul. Kowalczyka 17
tel. 32 422 17 07
biuro@biostat.com.pl

Autorzy raportu:

Bartosz Olcha – kierownik projektu
dr Małgorzata Zofia Płaszczyca – członek zespołu badawczego
dr Marian Płaszczyca – członek zespołu badawczego
dr Ewa Tkocz-Piszczek – członek zespołu badawczego
Rafał Piszczek – członek zespołu badawczego
Martyna Brzozowska – członek zespołu badawczego

Termin realizacji:

wrzesień – grudzień 2017 r.

Biostat Sp. z o.o.

 Aleje Jerozolimskie 96, Warszawa 00-807  ul. Kowalczyka 17, 44-206 Rybnik

SPIS TREŚCI

WPROWADZENIE	4
NOTA METODOLOGICZNA.....	5
ANALIZA DANYCH ZASTANYCH.....	7
ANALIZA STRONY POPYTOWEJ	32
OKREŚLENIE OTOCZENIA KONKURENCYJNEGO	44
ANALIZA ZIDENTYFIKOWANYCH NISZ W ODNIESIENIU DO SEGMENTÓW RYNKU.....	55
SPIS RYSUNKÓW I TABEL	58

WPROWADZENIE

Celem głównym badania była identyfikacja branż, usług, towarów, na które istnieje zapotrzebowanie i określenie realnych możliwości prowadzenia działalności w tym zakresie przez przedsiębiorstwa społeczne na terenie powiatu piskiego.

Zgodnie z powyżej przedstawionym celem głównym niniejsze badanie dostarczyło wyczerpujących danych w następujących obszarach badawczych:

- ✓ identyfikacja minimum 2 kluczowych nisz rynkowych w każdym sektorze (sektorze usług, produkcji, towarów (handlu) (2x3=6 nisz)),
- ✓ analiza zidentyfikowanych nisz w odniesieniu do segmentów rynku (wg kryteriów segmentacji: grupy społeczne, klasy cen, wysokość zarobków, płeć i wiek klientów docelowych oraz specyficzne profile wymagań),
- ✓ określenie otoczenia konkurencyjnego dla zidentyfikowanych nisz rynkowych,
- ✓ analiza strony popytowej (tj. struktury oraz potrzeb potencjalnych klientów).

Niniejsze opracowanie stanowi podsumowanie i zestawienie najważniejszych wyników uzyskanych w toku badania i dokonanych analiz. Wszystkie jego elementy stanowią diagnozę aktualnego stanu zapotrzebowania na usługi i towary w ramach określonych branż oraz propozycję możliwości prowadzenia działalności w zidentyfikowanych niszach przez przedsiębiorstwa społeczne. Badanie dostarczyło odpowiedzi na szereg pytań, na podstawie których przeprowadzono analizę z wykorzystaniem kilku odrębnych metod badawczych wskazanych w dalszej części niniejszego opracowania.

NOTA METODOLOGICZNA

Na proces badawczy składały się następujące etapy realizacji projektu:

1. Opracowanie metodologii badawczej, narzędzi badawczych,
2. Analiza danych zastanych,
3. Dobór próby, realizacja terenowej fazy badania,
4. Digitalizacja pozyskanego materiału empirycznego,
5. Opracowanie raportu statystycznego,
6. Opracowanie raportu końcowego.

Informacje na temat założonego zakresu badawczego uzyskano dzięki zastosowaniu narzędzi badawczych przygotowanych przez Wykonawcę. Narzędzia zostały opracowane odrębnie dla każdej z badanych grup. Zagadnienia stanowiące ich treść zostały skonstruowane w oparciu o wytyczne określone przez Zamawiającego, składając się łącznie z:

- ✓ 19 pytań – badanie ilościowe przedsiębiorców,
- ✓ 7 pytań – badanie ilościowe mieszkańców,
- ✓ 12 zagadnień – badanie jakościowe przedstawicieli podmiotów ekonomii społecznej,
- ✓ 10 zagadnień – badanie jakościowe przedstawicieli jednostek samorządu terytorialnego.

Zawierają one przede wszystkim informacje odnoszące się do tematu badania, jak i pytania metryczne. Wszystkie narzędzia zostały zatwierdzone przez Zamawiającego na etapie konsultacji projektowych. Ponadto dla celów diagnozy sytuacji obecnej i przeszłej zastosowano metodę analizy danych zastanych. Analizie tej poddano następujące dane:

- ✓ dokumenty statystyki publicznej dostępne w Banku Danych Lokalnych Głównego Urzędu Statystycznego,
- ✓ dane dostępne na stronach internetowych instytucji publicznych (web research),
- ✓ raporty badawcze,
- ✓ dokumenty strategiczne.

Wielkość prób badawczych wyniosła:

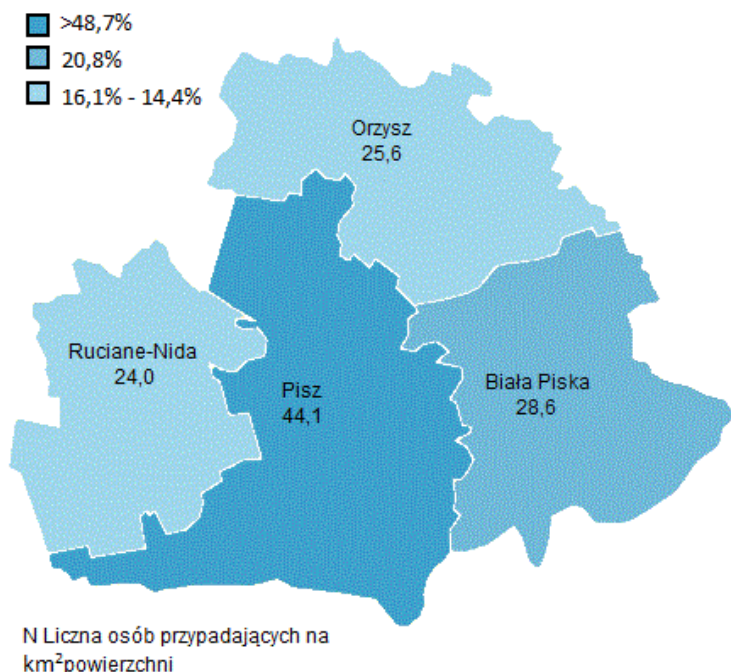
- 120 dorosłych mieszkańców powiatu piskiego dobranych do badania ilościowego (CATI) w sposób kwotowy,
- 52 przedsiębiorców, których działalność zarejestrowana jest na terenie powiatu piskiego dobranych do badania ilościowego (CATI) w sposób kwotowy,
- 1 przedstawiciel jednostki samorządu terytorialnego i 1 przedstawiciel podmiotu ekonomii społecznej dobrani do badania jakościowego (IDI) w sposób celowy.

Podczas realizacji wywiadów dążono do tego, aby rozmowa miała szczerzy charakter, a każdy z uczestników badania miał możliwość nieskrępowanego artykułowania własnych poglądów bez poczucia, iż informacje te nie zostaną objęte klauzulą anonimowości. Przed każdorazowym rozpoczęciem wywiadu respondent informowany był o pełnej anonimowości oraz o fakcie, że wszelkie odpowiedzi zostaną wykorzystane wyłącznie w ilościowych zestawieniach lub przytoczone bezpośrednio, ale bez podania danych mogących wskazywać na osobę, od której pochodzą. W trakcie rozmowy wykorzystano gradację tematów - zaczynając od pytań najmniej angażujących respondenta i niewywołujących u niego uczucia zniechęcenia koniecznością formułowania bardzo wyczerpujących odpowiedzi już na samym wstępie wywiadu. Podczas prowadzenia wywiadów ankieterzy zadawali pytania zgodnie z posiadanymi instrukcjami oraz we wskazanej kolejności. W przypadku, gdy respondenci posiadali wątpliwości co do treści zadawanego pytania, odczytywane je ponownie oraz objaśniane je. Po zakończeniu wywiadu ankieter raz jeszcze przeglądał całość narzędzia w celu sprawdzenia czy na wszystkie pytania udzielono odpowiedzi. Kontakt badacza z ankietowanymi w badaniu ilościowym miał formę pośrednią poprzez łącze telefoniczne. Z kolei wszystkie badania jakościowe były bezpośrednio moderowane przez pracowników firmy BIOSTAT w siedzibie instytucji, którą reprezentował dany uczestnik wywiadu pogłębionego.

ANALIZA DANYCH ZASTANYCH

Liczba mieszkańców powiatu piskiego wyniosła na koniec 2016 roku około 57295 osób, w tym nieco ponad połowę (50,05%) stanowiły kobiety. Średnia gęstość zaludnienia w powiecie jest niższa od średniej w województwie – wynosi 32,4 osób na 1 km², podczas gdy średnia dla województwa warmińsko-mazurskiego wynosi 60 osób. Największa gęstość zaludnienia występuje w mieście Pisz (44,1 osób na km²), które zamieszkuje około 48,7% ogółu mieszkańców powiatu. W gminie Biała Piska gęstość zaludnienia wynosi 28,6 os./km². Mniejszą gęstością zaludnienia charakteryzują się następujące gminy: Orzysz (25,6 os./km²), Ruciane-Nida (24 os./km²). Udział mieszkańców gmin w ogólnej liczbie mieszkańców powiatu kształtuje się w przypadku pozostałych gmin na poziomie nie mniejszym niż 14,4%. W tym przedziale znalazły się: Biała Piska (20,8%), Orzysz (16,1%), Ruciane-Nida (14,4%). Omawiane informacje znajdują się na rysunku nr 1.

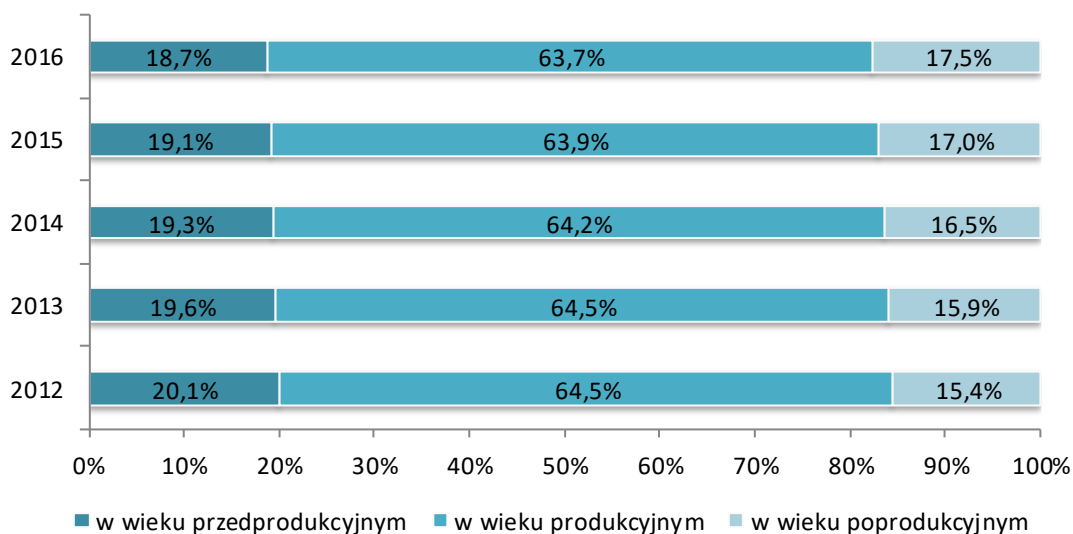
Rysunek 1. Ludność powiatu



W powiecie piskim liczba mieszkańców nieznacznie zmalała o 275 osób, w porównaniu do 2015 roku. Największy spadek został odnotowany w gminie Biała Piska (o 89 mieszkańców, tj. o 0,7%), w Orzysz (o 73 osoby, tj. o 0,8%) Ruciane-Nida (o 68 osób, tj. o 0,8%). Do najmniejszego spadku w liczbie ludności doszło w mieście Pisz (o 45 osób, tj. 0,2%).

Okolo 63,7% mieszkańców powiatu piskiego stanowią osoby w wieku produkcyjnym. Na przestrzeni lat 2012 - 2016 udział tej grupy w ogólnej liczbie mieszkańców powiatu stopniowo malał. W przeciągu 5 lat nieustannie wzrastał również odsetek ludności w wieku poprodukcyjnym, zaś malał odsetek ludności w wieku przedprodukcyjnym. Obserwowane zjawisko starzenia się społeczeństwa stanowi odzwierciedlenie trendu ogólnokrajowego. Strukturę wieku mieszkańców powiatu piskiego ilustruje poniższy rysunek.

Rysunek 2. Ludność w latach 2012-2016



Czynnikami wpływającymi na spadek lub przyrost ludności są **migracje** na pobyt stały, zarówno wewnętrzne – rozpatrywane w skali kraju, województwa i powiatów, jak i zewnętrzne. **W powiecie piskim od 2012 roku saldo migracji było ujemne.** Oznacza to, że więcej osób opuszczało teren powiatu niż do niego napływało. **Dominującą formą migracji były wymeldowania do miast.** Łącznie w analizowanym okresie w wyniku migracji liczba mieszkańców powiatu piskiego zmniejszyła się o 1051 osób.

W podziale na gminy, największy spadek liczby ludności łącznie od 2012 do 2016 r. odnotowano w gminie Biała Piska (spadek o 428 osób). Pozostałe gminy miały spadek na podobnym poziomie: Ruciane Nida (spadek o 217 osób), Orzysz (spadek o 210 osób), Pisz (spadek o 196 osób). Omawiane dane przedstawione zostały w tabeli 1.

Tabela 1. Saldo migracji w latach 2012 – 2016

Nazwa	2012	2013	2014	2015	2016	ogółem
Powiat piski	-206	-252	-277	0	-316	-1051
Biała Piska	-121	-93	-110	0	-104	-428
Orzysz	-13	-74	-61	0	-62	-210
Pisz	-40	-38	-42	0	-76	-196
Ruciane Nida	-32	-47	-64	0	-74	-217

Na podstawie danych BDL

Szczegółowy rozkład liczby osób, które zameldowały i wymeldowały się w latach 2012 – 2016 w poszczególnych gminach powiatu piskiego oraz łącznie przedstawia poniższa tabela. Największy ruch osób (zameldowania plus wymeldowania) w powiecie wystąpił w latach 2013 i 2014 – łącznie zameldowało się i wymeldowało odpowiednio 1632 i 1569 osób.

Tabela 2. Zameldowania i wymeldowania w gminach powiatu piskiego

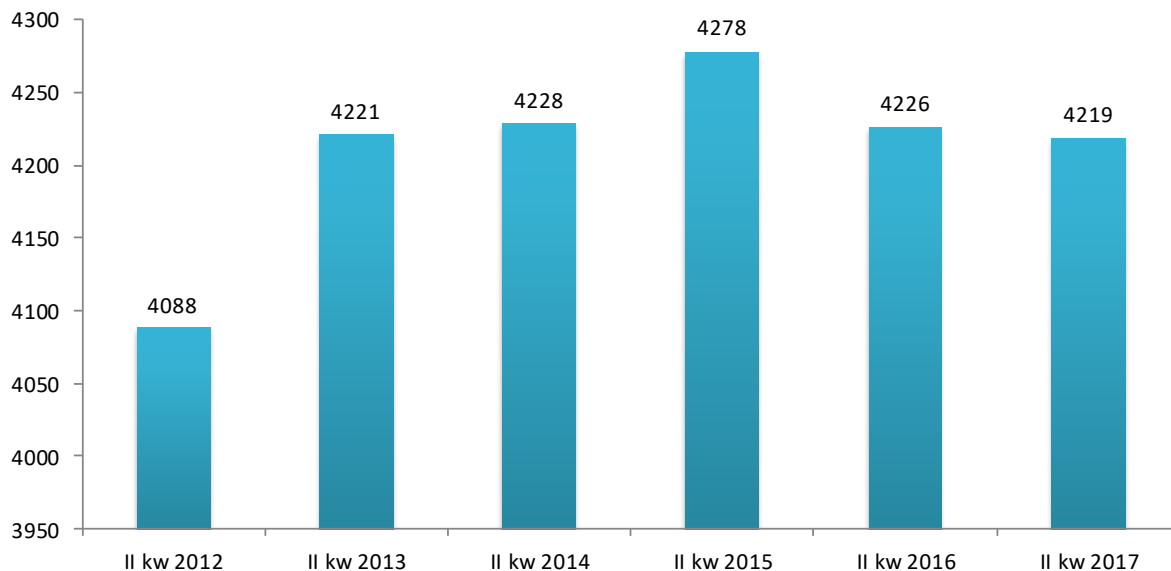
Nazwa	zameldowania ogółem					wymeldowania ogółem				
	2012	2013	2014	2015	2016	2012	2013	2014	2015	2016
Powiat piski	623	690	646	0	570	829	942	923	0	886
Biała Piska	94	141	125	0	118	215	234	235	0	222
Orzysz	151	122	111	0	110	164	196	172	0	172
Pisz	299	342	337	0	285	339	380	379	0	361
Ruciane Nida	79	85	73	0	57	111	132	137	0	131

Na podstawie danych BDL

Na koniec pierwszego półrocza 2017 roku w rejestrze REGON powiatu piskiego zarejestrowanych było 4219 podmiotów gospodarczych, z czego 93,58% podmiotów należało do sektora prywatnego. Po początkowej tendencji wzrostowej od 2016 roku liczba podmiotów gospodarczych zaczęła spadać. Najwięcej podmiotów gospodarczych było zarejestrowanych w końcu pierwszego półrocza roku 2015 – 4278 podmiotów, z kolei największy wzrost ilości podmiotów zanotowano w końcu pierwszego półrocza 2013 roku (o 133 pod-

mioty, tj. 3,3%). Największy spadek miał miejsce pod koniec I-go półrocza 2016 roku (o 52 podmioty, tj. 1,2%). Szczegółowe dane ilustruje rysunek nr 3.

Rysunek 3. Liczba podmiotów gospodarczych w powiecie w okresie II kwartał 2012-II kwartał 2017

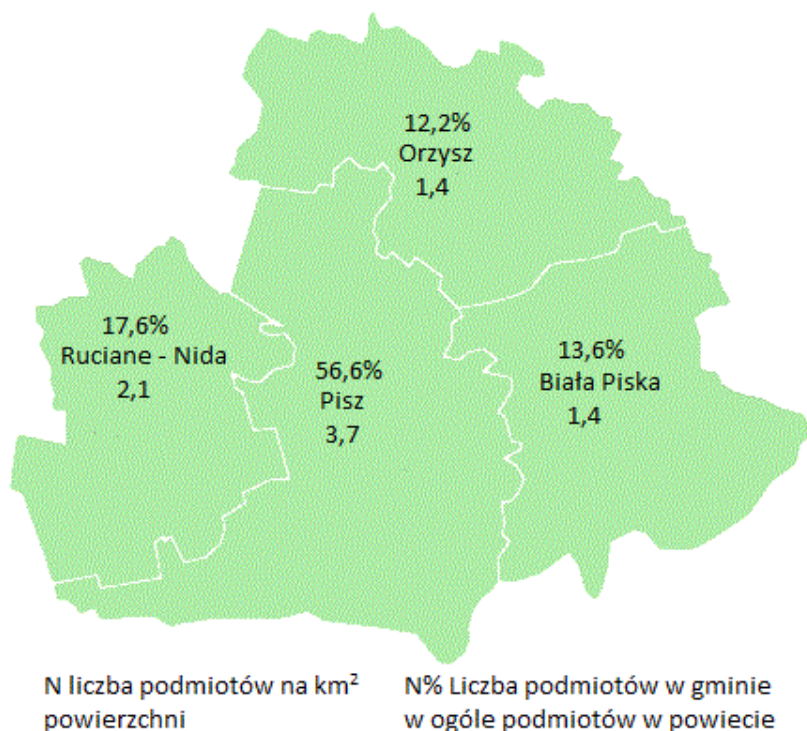


Na podstawie danych BDL

Rozkład liczby podmiotów zarejestrowanych w powiecie jest zróżnicowany w obrębie poszczególnych gmin. **Na ich tle wyróżnia się miasto Pisz, gdzie przypada największa liczba podmiotów gospodarczych (2372 j. gospodarczych).** Pisz charakteryzuje się również największą koncentracją jednostek gospodarczych na km² powierzchni (3,7 j. gosp./km²). W pozostałych gminach funkcjonuje mniej podmiotów. W gminie Ruciane Nida zarejestrowanych jest 737 j. gospodarczych (2,1 j. gosp./km²). Z kolei w dwóch pozostałych gminach, Biała Piska i Orzysz, zagęszczenie podmiotów gospodarczych jest na tym samym poziomie (1,4 j. gosp./km²), a liczba zarejestrowanych podmiotów to odpowiednio: 569 i 511.

Warto jednocześnie zauważyć, że w całym powiecie rozpatrywanym ogółem koncentracja podmiotów wynosi 2,4 j. gospodarczych na 1 km². Dane dotyczące liczby podmiotów gospodarczych w powiecie piskim w podziale według gmin ilustruje poniższy rysunek.

Rysunek 4. Liczba podmiotów gospodarczych w powiecie piskim w podziale na gminy



Na podstawie danych BDL

Głównym obszarem działalności podmiotów gospodarczych w powiecie piskim jest handel hurtowy i detaliczny oraz naprawa pojazdów samochodowych (sekcja G). Ten rodzaj działalności prowadzi około 20,3% podmiotów w powiecie. Następnie 12,2% firm działa w obszarze budownictwa (sekcja F), a 9,6% przedsiębiorstw zajmuje się obsługą rynku nieruchomości (sekcja L). Około 8,1% przedsiębiorstw zajmuje się działalnością w ramach połączonych sekcji S i T (pozostała działalność usługowa i gospodarstwa domowe zatrudniające pracowników). W ramach przetwórstwa przemysłowego skupione jest 7,0% firm (sekcja C). Należy zauważyć ponadto, że ponad 5% przedsiębiorstw zajmuje się jeszcze: działalnością związaną z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi (6,4%; sekcja I), rolnictwem, leśnictwem, łowiectwem i rybactwem (6,0%; sekcja A), opieką zdrowotną i pomocą społeczną (6,0%; sekcja Q), działalnością profesjonalną, naukową i techniczną (6,0%; sekcja M), działalnością w zakresie transportu i magazynowania – sekcja H (5,3%). W pozostałych sekcjach funkcjonuje mniej niż 5,0% podmiotów.

W powiecie piskim w 9 głównych obszarach działalności liczba przedsiębiorstw wzrosła w ciągu ostatniego roku. Najwięcej podmiotów – licząc w liczbach bezwzględnych – przybyło w sekcjach P (edukacja) oraz S i T (pozostała działalność usługowa i gospodarstwa domowe zatrudniające pracowników). Przy czym w obu przypadkach miał miejsce wzrost o 9 podmiotów. Z kolei największy procentowy wzrost odnotowano w sekcji D – wytwarzanie i zaopatrzenie w energię elektryczną, gaz, parę wodną, gorącą wodę i powietrze do układów klimatyzacyjnych (o 33,3%, tj. 2 podmioty). Spadek liczby przedsiębiorstw odnotowano w 10 głównych obszarach działalności. Największy spadek – liczony w liczbach bezwzględnych – dotyczył sekcji G tj. handlu hurtowego i detalicznego; naprawy pojazdów samochodowych z włączeniem motocykli (18 podmiotów, tj. 2,1%). Natomiast największy procentowy spadek odnotowano w sekcji B – górnictwo i wydobywanie (12,5%, tj. 1 podmiot). Należy także zauważyć, że w żadnej sekcji liczba podmiotów nie pozostała taka, jak w poprzednim roku. Ogółem w powiecie piskim liczba podmiotów gospodarczych zmniejszyła się o 7, tj. 0,2%. Pełne zestawienie zawiera tabela nr 3.

Tabela 3. Podmioty gospodarcze według sekcji PKD

Sekcja	liczba podmiotów	udział podmiotów	zmiana w ciągu roku	zmiana procentowa
Sekcja A	254	6,0%	-13	-4,9%
Sekcja B	7	0,2%	-1	-12,5%
Sekcja C	295	7,0%	-3	-1,0%
Sekcja D	8	0,2%	2	33,3%
Sekcja E	24	0,6%	-1	-4,0%
Sekcja F	514	12,2%	8	1,6%
Sekcja G	856	20,3%	-18	-2,1%
Sekcja H	223	5,3%	8	3,7%
Sekcja I	268	6,4%	-3	-1,1%
Sekcja J	62	1,5%	2	3,3%
Sekcja K	64	1,5%	-6	-8,6%
Sekcja L	403	9,6%	-15	-3,6%
Sekcja M	225	5,3%	-1	-0,4%
Sekcja N	124	2,9%	8	6,9%
Sekcja O	56	1,3%	-1	-1,8%
Sekcja P	160	3,8%	9	6,0%
Sekcja Q	252	6,0%	6	2,4%
Sekcja R	80	1,9%	4	5,3%

Sekcja	liczba podmiotów	udział podmiotów	zmiana w ciągu roku	zmiana procentowa
Sekcje S i T	342	8,1%	9	2,7%
ogółem	4219	100%	-7	

Na podstawie danych BDL

W powiecie piskim przeważają mikro (do 9 pracowników) i małe przedsiębiorstwa (10 – 49 pracowników). Przedsiębiorstwa zatrudniające 50 i więcej pracowników stanowią 0,6% ogółu zarejestrowanych podmiotów w powiecie. W porównaniu do stanu z końca I-go półrocza 2016 roku w powiecie zmalała liczba mikro i małych przedsiębiorstw. W klasie średnich przedsiębiorstw liczba podmiotów wzrosła o 1 podmiot. Natomiast w klasie dużych pozostała bez zmian. Dane dotyczące liczby zarejestrowanych podmiotów w podziale według klas wielkości ilustruje tabela nr 4.

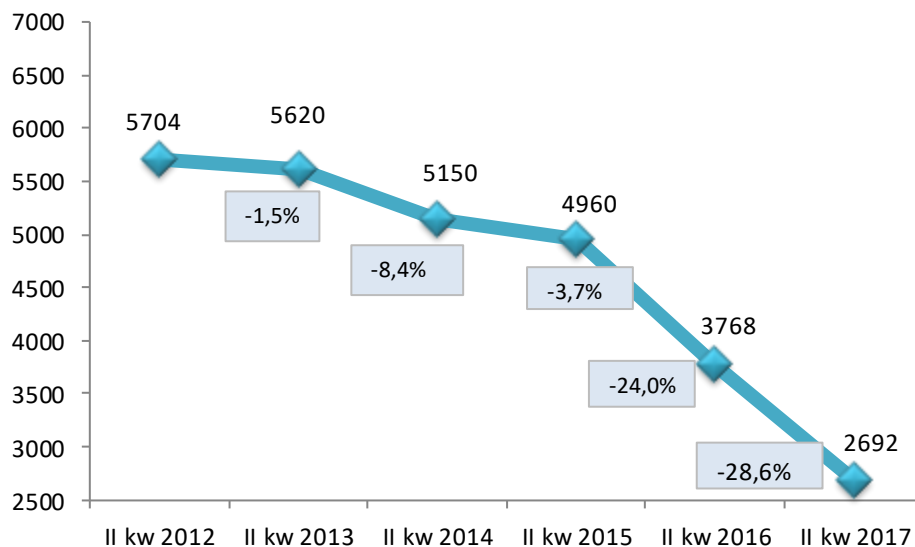
Tabela 4. Podmioty gospodarcze powiatu w podziale na wielkość

Klasa wielkości podmiotu	Liczba podmiotów	Odsetek podmiotów	Zmiana w ciągu roku	Zmiana procentowa w ciągu roku
0-9	4045	95,9%	-6	-0,1%
od 10 do 49	145	3,4%	-2	-1,4%
od 50 do 249	27	0,6%	1	3,8%
od 250 do 999	2	0,0%	0	0,0%
powyżej 1000	0	0,0%	0	0,0%
Ogółem	4219	100,0%	-7	-0,2%

Na podstawie danych BDL

Na koniec I-go półrocza 2017 roku w powiecie piskim zarejestrowane były 2692 osoby bezrobotne, z czego 57,7% stanowiły kobiety. Od końca I-go półrocza 2012 roku do I-go półrocza 2017 roku zauważalny jest bardzo silny trend spadkowy liczby bezrobotnych (o 3012 osoby). Od tego momentu obserwowany jest stały spadek w liczbie bezrobotnych. Największy procentowo spadek miał miejsce w I półroczu 2017 (o 28,6%). Szczegółowe dane przedstawione zostały na poniższym rysunku.

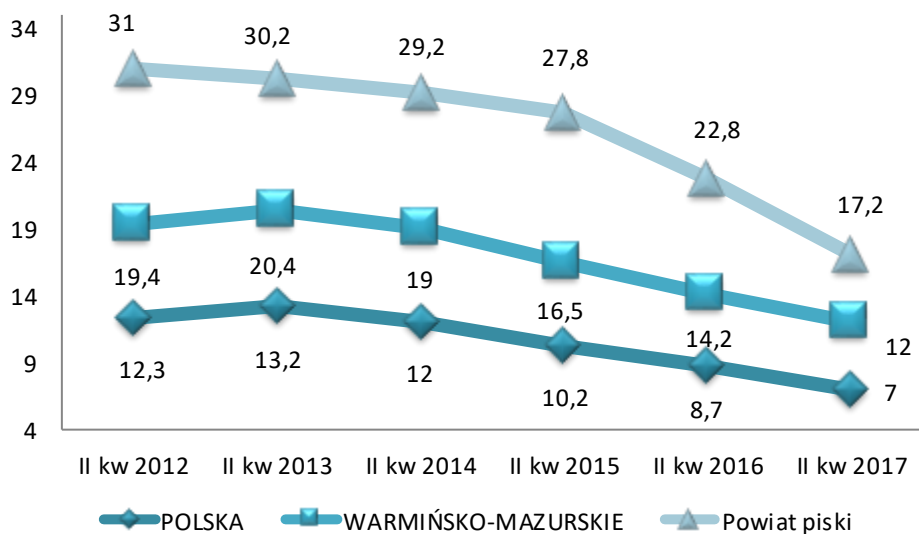
Rysunek 5. Liczba bezrobotnych w powiecie piskim



Na podstawie danych BDL

Stopa bezrobocia rejestrowanego w powiecie piskim wyniosła w I półroczu 2017 roku 17,2 pkt proc., podczas gdy poziom bezrobocia w tym samym czasie w województwie i kraju wynosił odpowiednio 12,0 pkt proc. i 7,0 pkt proc. Na przestrzeni lat 2012 – 2013 miał miejsce znaczący spadek stopy bezrobocia na terenie powiatu - łącznie o 13,8 pkt procentowych. Od I-go półrocza 2012 roku obserwowany jest stały spadek w stopie bezrobocia, przy czym spadek na poziomie wojewódzkim i krajowym rozpoczął się dopiero od 2013. Od końca I-go półrocza 2013 roku do końca omawianego okresu poziom bezrobocia w powiecie zmalał o 13 pkt procentowych, w tym samym okresie w województwie warmińsko-mazurskim spadek wyniósł 8,4 pkt proc., a w kraju 6,2 pkt proc.

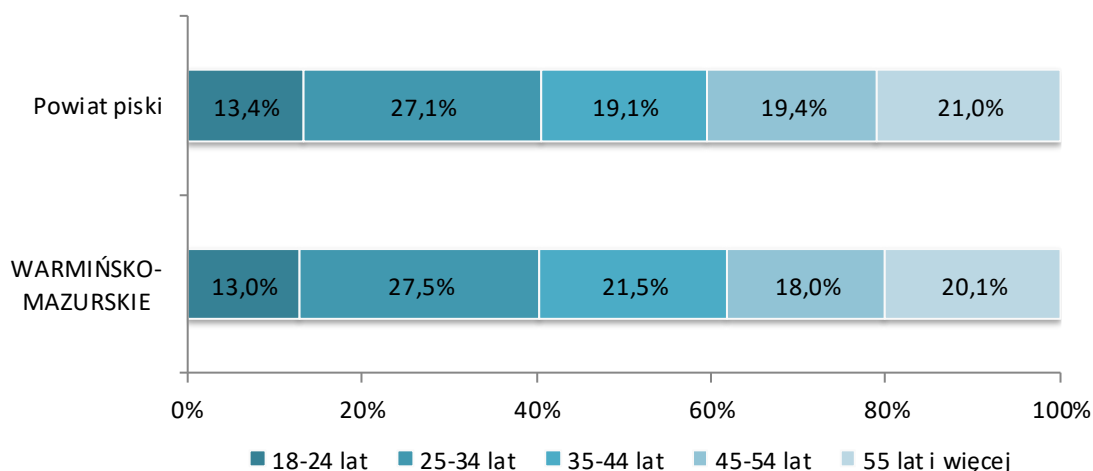
Rysunek 6. Stopa bezrobocia w kraju, województwie i powiecie



Na podstawie danych BDL

Odsetek osób młodych (18 - 34 lata) w powiecie wynosi 40,5% zarejestrowanych bezrobotnych i kształtuje się na takim samym poziomie jak w całym województwie. Odsetek osób w wieku 35 – 54 lata większy jest natomiast w województwie (39,5% ogółu), w powiecie wynosi on 38,5%. Odsetek osób z najstarszej grupy wiekowej – 55 i więcej lat – większy jest w powiecie, gdzie wynosi 21,0%, a w województwie kształtuje się on na poziomie 20,1%. Rozkład wieku bezrobotnych w powiecie oraz w województwie przedstawiono na rysunku nr 7.

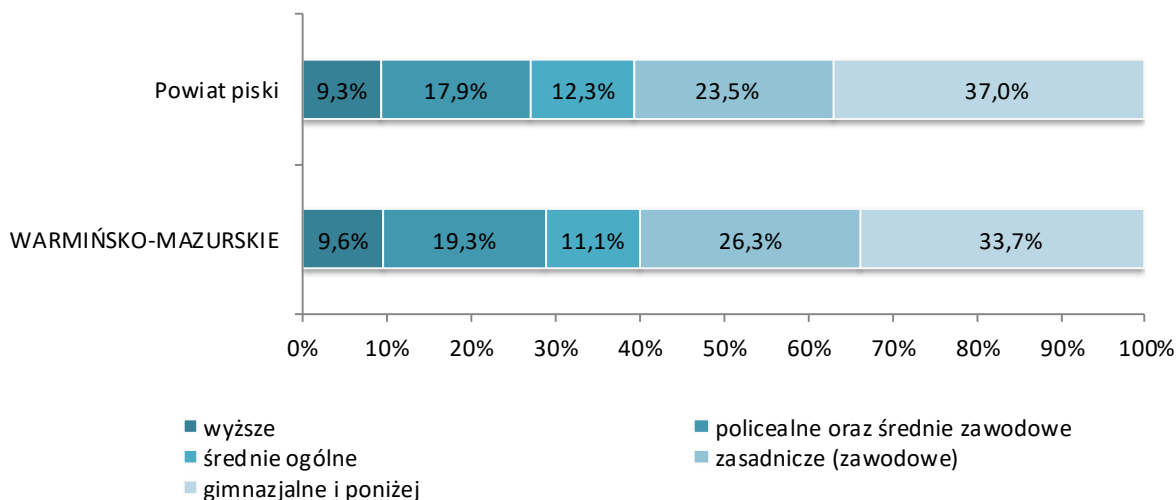
Rysunek 7. Struktura osób bezrobotnych w województwie i powiecie w podziale na wiek



Na podstawie danych BDL

Wśród zarejestrowanych na terenie powiatu bezrobotnych najliczniejszy udział mają osoby o wykształceniu gimnazjalnym i niższym – 37,0% ogółu (odsetek w przypadku województwa wynosi 33,7%). Nieco niższy udział w ogólnej liczbie zarejestrowanych mają osoby z wykształceniem zasadniczym zawodowym – 23,5% w przypadku powiatu piskiego oraz 26,3% w przypadku województwa. Mniejszy odsetek stanowią osoby z wykształceniem policealnym oraz średnim zawodowym – 17,9% ogółu w powiecie piskim (odsetek w województwie jest nieco wyższy i wynosi 19,3%). Osoby z wykształceniem wyższym stanowią 9,3% zarejestrowanych bezrobotnych z terenu powiatu (w województwie stanowią oni 9,6%). Z kolei z wykształceniem średnim ogólnym w powiecie zarejestrowanych jest 12,3% osób, a w przypadku województwa odsetek ten jest mniejszy (11,1%). Dane obrazujące strukturę bezrobotnych w powiecie piskim oraz w województwie z uwzględnieniem podziału ze względu na wykształcenie ilustruje rysunek nr 8.

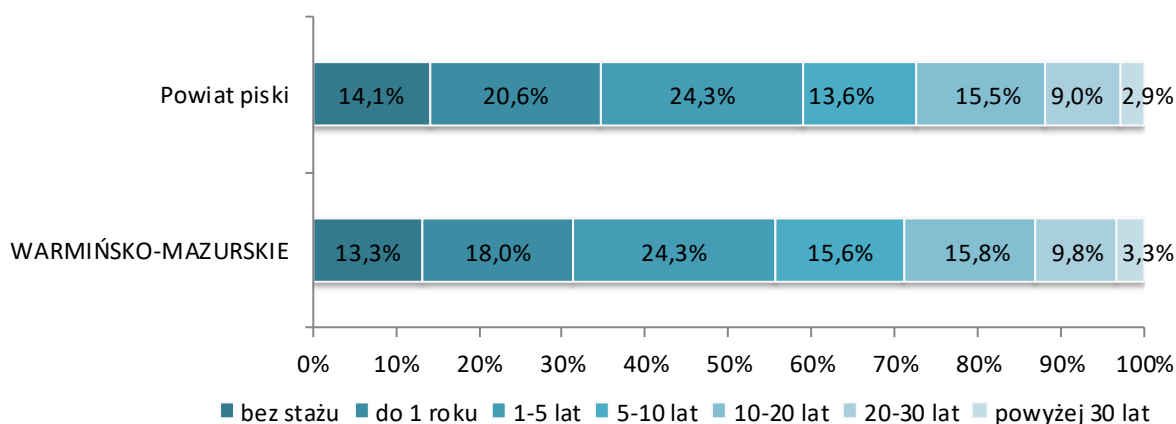
Rysunek 8. Struktura osób bezrobotnych w województwie i powiecie ze względu na wykształcenie



Na podstawie danych BDL

W powiecie piskim bezrobotni posiadający krótki staż pracy (do 1 roku) lub nieposiadający go w ogóle stanowią 34,7% ogółu zarejestrowanych. Odsetek ten jest wyższy niż w przypadku całego województwa warmińsko-mazurskiego, gdzie wynosi on 31,3%. Około 24,3% bezrobotnych w powiecie posiada staż pracy od 1 do 5 lat - dla województwa jest dokładnie taki sam wynik. Osoby posiadające staż pracy wynoszący 5 – 20 lat stanowią 29,1% zarejestrowanych bezrobotnych w powiecie (w województwie – 31,4%). Natomiast staż pracy przekraczający 20 lat dotyczy 11,9% bezrobotnych w powiecie (13,1% zarejestrowanych bezrobotnych w województwie). Dane szczegółowe ilustruje rysunek nr 9.

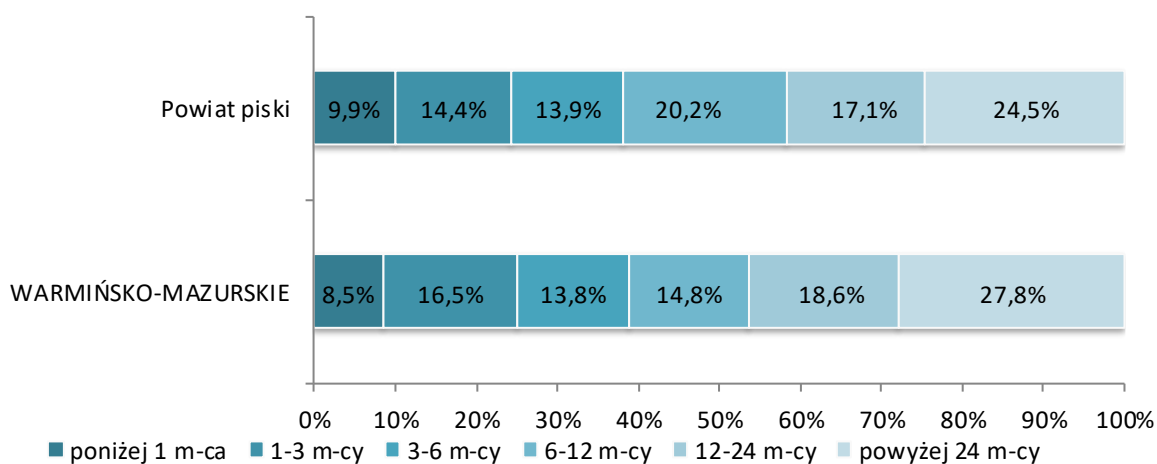
Rysunek 9. Staż pracy osób bezrobotnych w powiecie i województwie



Na podstawie danych BDL

Istotnym czynnikiem charakteryzującym kondycję lokalnego rynku pracy jest również czas pozostawania przez osoby bezrobotne bez zatrudnienia. **Okolo 38,2% bezrobotnych w powiecie piskim pozostaje bez zatrudnienia przez okres nieprzekraczający sześciu miesięcy. Dla województwa warmińsko-mazurskiego odsetek ten jest nieco wyższy i kształtuje się na poziomie 38,8%.** Odsetek pozostających bez pracy od 6 do 12 miesięcy jest za to wyższy w powiecie – stanowi 20,2% (w województwie 14,8%). W powiecie odsetek bezrobotnych pozostających bez pracy od 12 do 24 miesięcy jest niższy niż w przypadku województwa i wynosi 17,1% (w województwie 18,6%). Z kolei osoby pozostające bez zatrudnienia powyżej 24 miesięcy w powiecie stanowią 24,5%, podczas gdy w województwie – 27,8% ogółu zarejestrowanych. Rozkład danych dotyczących czasu pozostawania bez pracy przez bezrobotnych z terenu powiatu piskiego oraz województwa warmińsko-mazurskiego ilustruje rysunek nr 10.

Rysunek 10. Czas pozostawania bez pracy osób bezrobotnych w powiecie i województwie



Na podstawie danych BDL

Bezrobotni będący w szczególnej sytuacji na rynku pracy to grupa osób, które ze względu na uwarunkowania mają znaczne problemy z wyjściem ze stanu bezrobocia. **87,2% spośród ogółu bezrobotnych zarejestrowanych w Powiatowym Urzędzie Pracy na koniec II-go kwartału 2017 kwalifikuje się do grupy znajdujących się w szczególnej sytuacji na rynku pracy.** Wśród nich najwięcej było osób długotrwale bezrobotnych - stanowiły 65,7% ogółu wszystkich bezrobotnych. Osoby powyżej 50 roku życia stanowiły około 36,0% ogółu bezrobotnych, podczas gdy odsetek osób poniżej 30 roku życia wynosił 31,3%. Do najmniej licznych grup osób bezrobotnych w szczególnej sytuacji na rynku pracy należały osoby niepełnosprawne (106 osób, tj. 4,5% ogółu bezrobotnych). Nie zostały zarejestrowane żadne osoby bezrobotne posiadające co najmniej jedno dziecko niepełnosprawne do 18 roku życia, ani korzystający z pomocy socjalnej.

W skali roku odnotowano znaczący spadek liczby bezrobotnych w szczególnej sytuacji na rynku pracy w większości z wyszczególnionych grup. W gronie długotrwale bezrobotnych spadek kształtował się na poziomie 33,0%. Natomiast wśród osób, które nie ukończyły 30 lat spadek wyniósł około 26,5%, a powyżej 50 roku życia liczba bezrobotnych zmniejszyła się o 24,4%. Do znacznego spadku doszło wśród osób wychowujących co najmniej jedno dziecko do 6 roku życia – o 21,6%. Liczba osób niepełnosprawnych uległa zwiększeniu o 1,9%. Ogółem liczba osób bezrobotnych w szczególnej sytuacji na rynku pracy zmniejszyła się

o 26,5%. Zestawienie danych dotyczących poszczególnych grup bezrobotnych znajdujących się w szczególnej sytuacji na rynku pracy prezentuje tabela nr 5.

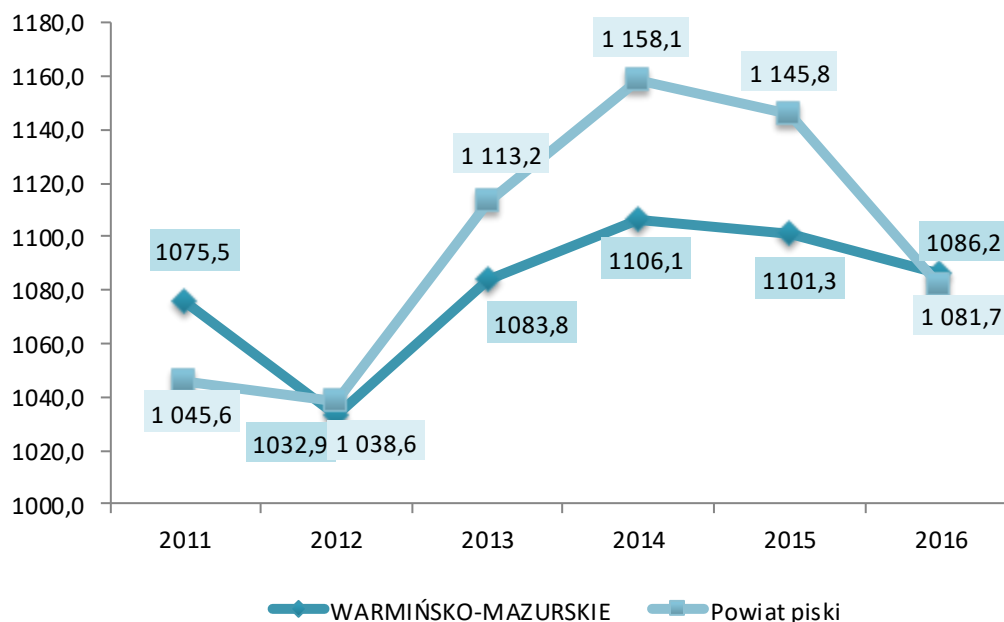
Tabela 5. Osoby bezrobotne w szczególnej sytuacji na rynku pracy

grupa bezrobotnych	bezrobotni zarejestrowani ogółem	procentowy udział	zmiana w ciągu roku	zmiana w procentach
do 30 roku życia	736	31,3%	1001	-26,5%
w tym do 25 roku życia	362	15,4%	508	-28,7%
długotrwale bezrobotni	1543	65,7%	2302	-33,0%
powyżej 50 roku życia	845	36,0%	1117	-24,4%
posiadające co najmniej jedno dziecko do 6 lat	501	21,3%	639	-21,6%
niepełnosprawni	106	4,5%	104	1,9%
ogółem	2349	100%	-908	-26,5%

Na podstawie danych z Powiatowego Urzędu Pracy

W ramach analizy danych zastanych rozpatrywano również kwestię dochodów i wydatków pochodzących z budżetu powiatu piskiego. **Powiat piski charakteryzuje się zróżnicowanym poziomem dochodów w przeliczeniu na jednego mieszkańca w stosunku do średniej dla całego województwa warmińsko-mazurskiego.** Dochody budżetu powiatu w latach 2011 – 2016 ulegały znacznym wahaniom, w latach 2011-2012 były niższe niż w województwie, zaś od 2013 zanotowany jest wzrost dochodów, aż do spadku w 2016 roku. Szczegółowa ilustracja omawianych danych znajduje się na rysunku poniżej.

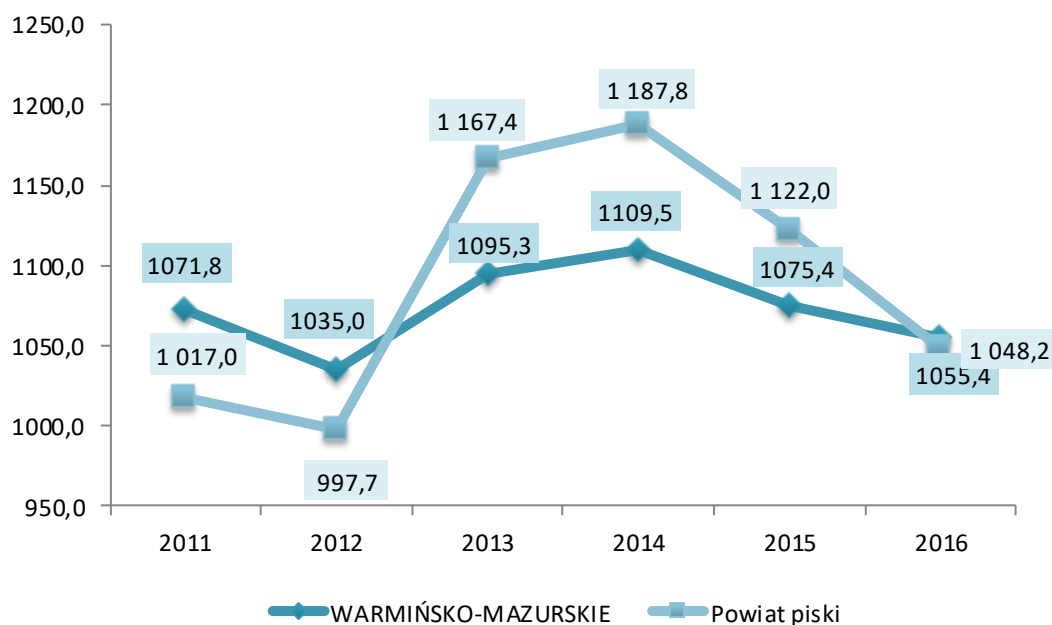
Rysunek 11. Dochody z budżetu powiatu na jednego mieszkańca w porównaniu do średniej z województwa



Na podstawie danych BDL

Wydatki pochodzące z budżetu powiatu i przeliczone na jednego mieszkańca również wykazują zmienny poziom w stosunku do całego województwa warmińsko-mazurskiego. Po spadku w roku 2012 zanotowano wyraźny wzrost, tendencja wzrostowa utrzymała się do 2014 roku. Od tego roku wyraźna jest tendencja spadkowa, aż w roku 2016 zanotowano spadek poniżej średniej dla województwa. Szczegółowe dane przedstawiono na rysunku nr 12.

Rysunek 12. Wydatki z budżetu na jednego mieszkańca w porównaniu do średniej wojewódzkiej



Na podstawie danych BDL

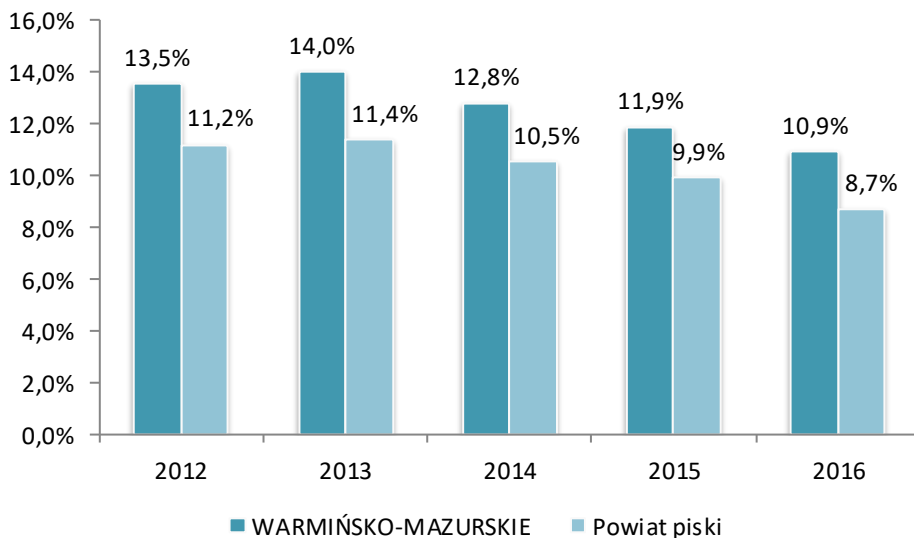
Ze względu na przedmiot niniejszego badania szczególnie interesująca jest skala wydatków na pomoc społeczną i pozostałe zadania w zakresie polityki społecznej oraz skala dochodów z tego samego tytułu w powiecie. Według informacji znajdujących się w Statystycznym Vademecum Samorządowca 2016 **wydatki na pomoc społeczną i pozostałe zadania w zakresie polityki społecznej w 2015 roku oscyływały w okolicy 5-7-8% ogółu wydatków, podczas gdy dochody z tego tytułu w omawianym okresie kształtowały się na poziomie 2,3% ogółu dochodów¹.**

Istotnym wskaźnikiem jest również udział osób korzystających ze środowiskowej pomocy społecznej w ludności ogółem. **Na przestrzeni lat 2012 – 2016 odsetek ludności powiatu piskiego korzystającej ze środowiskowej pomocy społecznej był niższy niż ten sam odsetek dla województwa warmińsko-mazurskiego.** Dodatkowo należy zauważyć, że omawiany odsetek wykazuje tendencję spadkową, co jest zjawiskiem pozytyw-

¹http://olsztyn.stat.gov.pl/vademecum/vademecum_warminsko-mazurskie/portrety_powiatow/powiat_piski.pdf

nym. Spadek jest odzwierciedleniem sytuacji w całym województwie. Omawiane dane zilustrowano na rysunku nr 13.

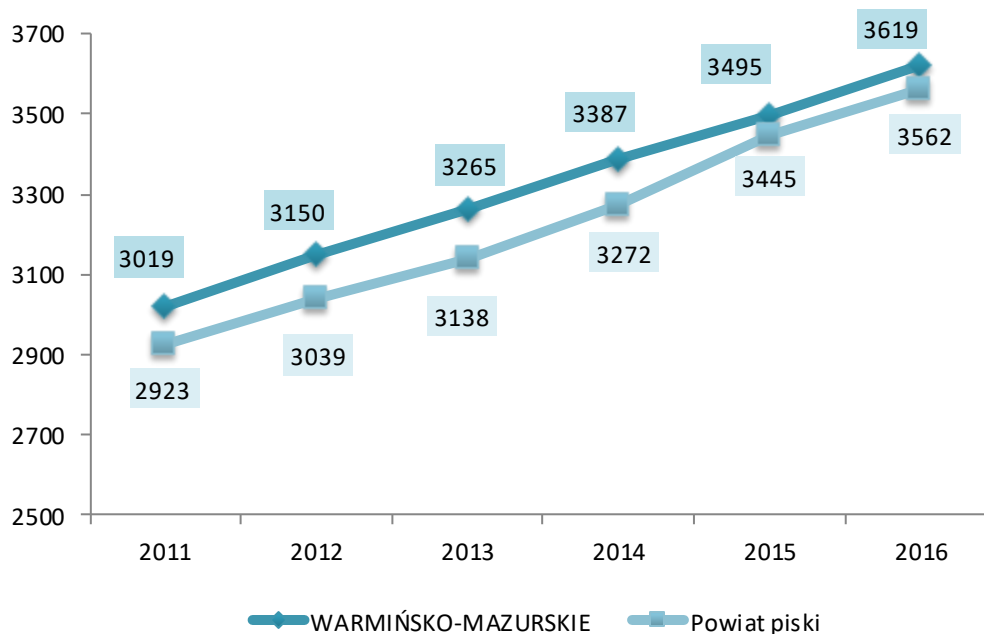
Rysunek 13. Udział osób korzystających ze środowiskowej pomocy społecznej w ludności ogółem



Na podstawie danych BDL

Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto na koniec 2016 roku w powiecie piskim kształtowało się na poziomie 3562 zł i było niższe od średniej dla województwa o 57 zł. Na przestrzeni ostatnich pięciu lat przeciętny poziom wynagrodzenia systematycznie wzrastał, choć przez cały badany okres był poniżej średniej dla województwa. Największy skok miał miejsce w 2015 roku. Omawiane dane znajdują się na rysunku nr 14.

Rysunek 14. Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w powiecie i województwie



Na podstawie danych BDL

Zapotrzebowanie na zawody i umiejętności

W ocenie zapotrzebowania na zawody i umiejętności w powiecie piskim posłużono się raportem przygotowanym na zlecenie Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Olsztynie: „Barometr zawodów 2017. Raport podsumowujący badanie w województwie warmińsko-mazurskim²”. W toku badania udało się wskazać zawody, które są maksymalnie deficytowe:

- administratorzy stron internetowych;
- analitycy, testerzy i operatorzy systemów teleinformatycznych;
- fryzjerzy;
- graficy komputerowi;

²https://barometrzawodow.pl/userfiles/Barometr/2017/warmińsko-mazurskie/Raport_województwo_warmińsko-mazurskie_web.pdf

- kierownicy samochodów ciężarowych i ciągników siodłowych;
- opiekunki dziecięce;
- pielęgniarzy i położne;
- recepcjoniści i rejestratorzy;
- robotnicy obróbki drewna i stolarze;
- spawacze;
- technicy informatycy, programiści;
- zaopatrzeniowcy i dostawcy.

Badanie pomogło również zidentyfikować zawody nadwyżkowe w powiecie. Do zawodów nadwyżkowych zakwalifikowane zostały zawody takie jak:

- ekonomiści;
- fizjoterapeuci i masażyści;
- nauczyciele przedmiotów ogólnokształcących i pedagodzy;
- pracownicy biur podróży i organizatorzy obsługi turystycznej;
- ratownicy medyczni;
- sekretarki i asystenci;
- specjaliści rolnictwa i leśnictwa;
- specjaliści technologii żywności i żywienia;
- technicy mechanicy.

Wskazane zawody deficytowe wymagają od potencjalnych kandydatów konkretnych kompetencji i kwalifikacji popartych wykształceniem, kursami. Trudności ze znalezieniem osób wykazujących się wymaganymi umiejętnościami stanowią główną przyczynę problemów pracodawców. Wobec tego w celu zmniejszenia liczby zawodów deficytowych konieczne jest takie przekwalifikowanie osób z zawodów nadwyżkowych, aby mogły podjąć pracę w poszukiwanych branżach.

„Strategia rozwoju powiatu piskiego na lata 2013 – 2023” jest kompleksowym programem dla całego powiatu piskiego. Z punktu widzenia tematyki badania raport jest bardzo istotny.

Jako główne cele wypisane w strategii, które mają znaczenie dla rozwoju podmiotów ekonomii społecznej w regionie zaliczyć można:

➤ Cel I: Włączenie społeczne i przeciwdziałanie emigracji

Cel ma zostać osiągnięty poprzez szeroko rozumiane kroki mające za zadanie przeciwdziałanie bezrobociu, aktywizację osób zagrożonych wykluczeniem społecznym, dopasowywanie oferty edukacyjnej do potrzeb rynku pracy, tworzenie nowych placówek pomocy społecznej, podniesienie dostępności do usług medycznych oraz poziomu bezpieczeństwa zdrowotnego, przeciwpożarowego i w ruchu drogowym.

➤ Cel II: Podniesienie atrakcyjności inwestycyjnej i turystycznej powiatu

Dążąc do realizacji celu władze powiatu deklarują potrzebę utworzenia przyjaznego środowiska administracyjnego dla inwestorów, polepszenia jakości współpracy z placówkami pozarządowymi, wspieranie turystyki regionalnej w powiecie, modernizacji infrastruktury komunikacyjnej i polepszenia poziomu bezpieczeństwa mieszkańców oraz turystów na wodzie.

➤ Cel III: Ochrona środowiska naturalnego z zachowaniem istotnych funkcji społeczno-gospodarczych

Cel ma zostać wdrożony poprzez wspieranie inwestycji proekologicznych i przyjaznych środowisku, dbanie o ład przestrzenny powiatu dzięki zachowaniu walorów krajobrazowych, podnoszenie wiedzy oraz świadomości ekologicznej mieszkańców.

Strategia rozwoju społeczno-gospodarczego województwa warmińsko-mazurskiego do roku 2025

Strategię rozwoju województwa warmińsko-mazurskiego w obszarze społeczno-gospodarczym przygotowano na lata 2013 – 2025. Biorąc pod uwagę problematykę niniejszego badania należy zwrócić uwagę na zapisy rozdziału dziewiątego przywołanego doku-

mentu. W rozdziale tym przedstawiono zarys koncepcji inteligentnych specjalizacji województwa warmińsko-mazurskiego. W toku prac wyodrębniono trzy inteligentne specjalizacje³:

- **Ekonomia wody** – *bazuje na zasobach wód słodkich i można ją uznać za specjalizację regionu na poziomie kraju (prawdopodobnie żaden inny region nie wskaże tego typu specjalizacji).*
- **Żywność wysokiej jakości** – *tego typu specjalizacja może być charakterystyczna dla kilku regionów w Polsce, jednak charakter województwa warmińsko-mazurskiego i możliwość współpracy w tym zakresie z województwem podlaskim dają możliwość budowania specjalizacji w ramach Polski Wschodniej.*
- **Drewno i meblarstwo** – *kilka innych województw wykształciło tego typu przewagi i z tego względu specjalizacja może mieć charakter ponadregionalny.*

W procesie wyłaniania specjalizacji ustalono, iż mają one charakter otwarty. Oznacza to możliwość włączania się w obręb specjalizacji kolejnych podmiotów i całych branż posiadających ze wspomnianymi specjalizacjami punkty styeczne - czy to w wymiarze przyjętej filozofii myślenia gospodarczego i wyznaczania priorytetów czy też w praktyce działalności gospodarczo-społecznej. W ramach każdej specjalizacji wyznaczono elementy składowe tj. branże i działy gospodarcze. Zastosowanym podziałom należy się przyjrzeć, bowiem poszukiwanie nisz oraz zapotrzebowania na produkty i usługi powinno wpisywać się w założenia ogólnowojewódzkiej strategii.

W ramach specjalizacji **ekonomii wody**, biorąc pod uwagę szacowany potencjał podmiotów ekonomii społecznej, szczególnie istotne wydają się być:

- sporty wodne, a w tym: organizacja imprez sportowych, wypożyczalnie i sprzedaż sprzętu wodnego;
- przemysł rolno – spożywczy, a w tym: hodowla ryb i innych organizmów wodnych, przetwarzanie i konserwowanie ryb, połów ryb;

³ <http://strategia2025.warmia.mazury.pl/artykuly/72/strategia-2025.html>

- zakwaterowanie i odnowa biologiczna, a w tym: hotele, obiekty spa i wellness.

W obszarze **żywności wysokiej jakości**, w perspektywie działalności podmiotów ekonomii społecznej, duże znaczenie mogą mieć:

- chów i hodowla ryb oraz zwierząt, a w tym: hodowla ryb i innych organizmów wodnych, pszczelarstwo;
- przetwórstwo spożywcze, a w tym: przetwarzanie i konserwowanie ryb, mięsa oraz produkcja wyrobów z mięs, przetwórstwo owoców i warzyw, produkcja soków, wód mineralnych i innych napojów, produkcja wyrobów piekarskich i cukierniczych;
- produkcja żywności nieprzetworzonej, a w tym: uprawa warzyw i owoców, produkty zwierzęco pochodne (mleko, jaja, itp.).

Specjalizacja **drewno i meblarstwo** również dostarcza kilku potencjalnych obszarów działalności. Są to:

- przetwórstwo i sprzedaż drewna, a w tym: produkcja wyrobów tartacznych, produkcja desek budowlanych, podłogowych, konstrukcji dachowych, itp., leśnictwo i pozyskiwanie drewna, sprzedaż drewna;
- produkcja mebli, a w tym: produkcja mebli biurowych, sklepowych, kuchennych, produkcja akcesoriów meblowych, tapicerstwo meblowe;
- produkcja innych wyrobów stolarskich, a w tym: produkcja elementów drewnianych do ogrodów, usługi stolarskie;
- naprawa i konserwacja, a w tym: konserwacja elementów drewnianych, renowacja mebli.

Na terenie powiatu piskiego działają 203 organizacje pozarządowe, z czego 43% jest zlokalizowanych na terenie miasta Pisz. Najwięcej organizacji działa w ramach działań skupionych wokół sportu, rekreacji i turystyki – 53 organizacje (26,1%) i bezpieczeństwa, ratownictwa – 43 organizacje (21,2%). Wokół rozwoju lokalnego funkcjonuje 18 organizacji (8,9%), a w

obrębie pomocy społecznej (3,9%). Z kolei 6,4% spośród organizacji pozarządowych prowadzi działalność gospodarczą⁴.

Zgodnie z „Raportem o stanie ekonomii społecznej w województwie warmińsko-mazurskim w 2016 roku” w powiecie piskim na szczególną uwagę zasługują następujące podmioty ekonomii społecznej⁵:

- Piska Spółdzielnia Socjalna „Diaroz”

Spółdzielnia Socjalna „Diaroz” działając w mieście Pisz od 2014 roku prowadzi działalność gospodarczą w kilku aspektach. Przede wszystkim skupia swoją aktywność na polu organizacji imprez okolicznościowych, działalności gastronomicznej, przy czym ma także swoje stałe punkty usługowe – bar mleczny, sklepik szkolny.

- Spółdzielnia socjalna „Mazurskie Morze Możliwości” (spółdzielnia socjalna osób prawnych)

Spółdzielnia „Mazurskie Morze Możliwości” od 2014 roku oferuje na terenie gminy Orzysz szeroki zakres usług, takich jak na przykład: utrzymanie terenów zielonych na posesjach, sadach, czyszczenie nagrobków, prowadzenie wypożyczalni sprzętu sportowego i sklepu internetowego z pamiątkami z Mazur wykonanymi metodą rękodzieła.

- Spółdzielnia Socjalna „KORAB”

Spółdzielnia „Korab” na terenie gminy Orzysz prowadzi od 2016 roku działalność gospodarczą zajmującą się pasażerskim transportem morskim i przybrzeżnym. W ramach swoich usług oferują rejsy według indywidualnych ustaleń, także rejsy dla wycieczek, posiadają również sprzęt dla osób nurkujących.

⁴ <http://bazy.ngo.pl/wyszukiwarka>

⁵ http://warmia.mazury.pl/images/Departamenty/Regionalny_Osrodek_Polityki_Spolecznej/Ekonomia_spoleczna_na_WiM/Raport_o_stanie_ekonomii_spolecznej_w_2016_r.pdf

➤ Centrum Integracji Społecznej Ewangelickiego Stowarzyszenia Betel

Centrum Integracji Społecznej ewangelickiego Stowarzyszenia Betel prowadzi działalność od 2017 roku skupiającą się głównie na pomocy osobom niepełnosprawnym, długotrwale bezrobotnym oraz rodzinom.

➤ Centrum Integracji Społecznej w Pisz

Centrum Integracji Społecznej w Pisz wspiera osiągnięcie przez osoby wykluczone społecznie lepszej pozycji na rynku pracy. Dzięki negocjacjom z przedsiębiorcami - w ramach prowadzonej działalności centrum - podejmowane są kroki mające na celu dopasowanie oferty do kwalifikacji posiadanych przez każdego z potrzebujących. Oferowane są również zajęcia z psychologiem i doradcą zawodowym.

➤ Warsztaty Terapii Zajęciowej Stowarzyszenie „Przymierze – Ziemia Piska” w Pisz

Warsztaty skierowane są do osób niepełnosprawnych. Poprzez rehabilitację społeczną i zawodową ma zostać zwiększona zdolność tej grupy do samodzielnego trybu życia. W ramach warsztatów działa 9 pracowni: techniczna, plastyczno-artystyczna, krawiecka, ceramiczna, gospodarstwa domowego, edukacyjna, rzemiosła artystycznego, rehabilitacyjna.

Na terenie powiatu działa również Lokalna Grupa Działania „Mazurskie Morze”. Organizacja ta działa na terenie ośmiu gmin powiatów piskiego oraz mrągowskiego. Głównym celem organizacji jest podniesienie jakości życia na wsi i obszarach wiejskich dzięki oddolnym inicjatywom rolników, mieszkańców, przedsiębiorców, stowarzyszeń i gmin. LGD Mazurskie Morze utworzyło spółdzielnię socjalną „Mazurskie Morze Możliwości”.

Analizę danych zastanych uzupełniono o ranking potencjału poszczególnych gmin powiatu piskiego w wybranych obszarach. Wybrano 13 obszarów, w których dostępne były dane statystyczne zagregowane do poziomu gmin i aktualne na koniec 2016 r. Wyniki obliczeń posłużyły do stworzenia rankingu gmin w każdym z 13 obszarów. Następnie obliczono średnią pozycję w całym rankingu, a otrzymane wyniki pozwoliły umieścić gminy na liście potencjału. W oparciu o wybrane wskaźniki najlepiej wypadła ocena gmin: Pisz i Orzysz. Z kolei relatywnie gorzej ocenione zostały gminy: Ruciane Nida i Biała Piska.

Tabela 6. Wskaźniki poszczególnych gmin

Wskaźniki - koniec 2016 r.	Biała Piska	Orzysz	Pisz	Ruciane Nida
Odsetek ludności do 25 roku życia	30,6%	28,6%	28,6%	25,4%
Pozycja	1	2	2	3
Saldo migracji	-104	-62	-76	-74
Pozycja	4	1	3	2
Ludność w wieku nieprodukcyjnym na 100 osób w wieku produkcyjnym	55,6	57,9	57,5	55,9
Pozycja	1	4	3	2
Pracujący w gminie w relacji do liczby mieszkańców w wieku produkcyjnym	11,5%	13,3%	27,6%	12,8%
Pozycja	4	2	1	3
Udział bezrobotnych w liczbie ludności w wieku produkcyjnym	12,6%	9,6%	8,2%	8,6%
Pozycja	4	3	1	2
Uczestnicy imprez organizowanych przez kluby, świetlice, domy i ośrodki kultury w relacji do liczby mieszkańców	70,6%	94,2%	58,9%	152,4%
Pozycja	3	2	4	1
Nowo zarejestrowane podmioty gospodarki narodowej w relacji do liczby podmiotów gospodarczych ogółem	12,4%	12,2%	13,5%	8,4%
Pozycja	2	3	1	4
Podmioty gospodarcze na 1 km kwadratowy powierzchni	1,4	1,4	3,7	2,1
Pozycja	3	3	1	2
Udział osób w gospodarstwach domowych korzystających ze środowiskowej pomocy społecznej w ludności ogółem	18,8%	16,3%	11,6%	11,5%
Pozycja	4	3	2	1
Współczynnik skolaryzacji netto w szkołach podstawowych	84,5	85,79	87,29	70,45
Pozycja	3	2	1	4
Współczynnik skolaryzacji netto w gimnazjach	78,84	82,18	91,15	67,94
Pozycja	3	2	1	4
Miejsca w przedszkolach w relacji do liczby ludności w wieku 3-6	33%	64%	46%	49%
Pozycja	4	1	3	2
Liczba mieszkańców przypadająca na jeden budynek mieszkalny	7,5	6,9	7,6	5,7
Pozycja	3	2	4	1
Średnia pozycja	3,0	2,31	2,08	2,38
Ranking gmin wg potencjału w wybranych obszarach	4	2	1	3

ANALIZA STRONY POPYTOWEJ

W badaniu ilościowym wzięło udział 120 dorosłych mieszkańców powiatu piskiego dobranych do badania w sposób kwotowy. Mieszkańcy podzieleni zostali na grupy konsumenckie. **Profil potencjalnego konsumenta usług/produktów w powiecie piskim to niezamożna osoba nieposiadająca dzieci poniżej 18 roku życia, wchodząca w skład rodziny liczącej do 4 osób, z wykształceniem średnim.**

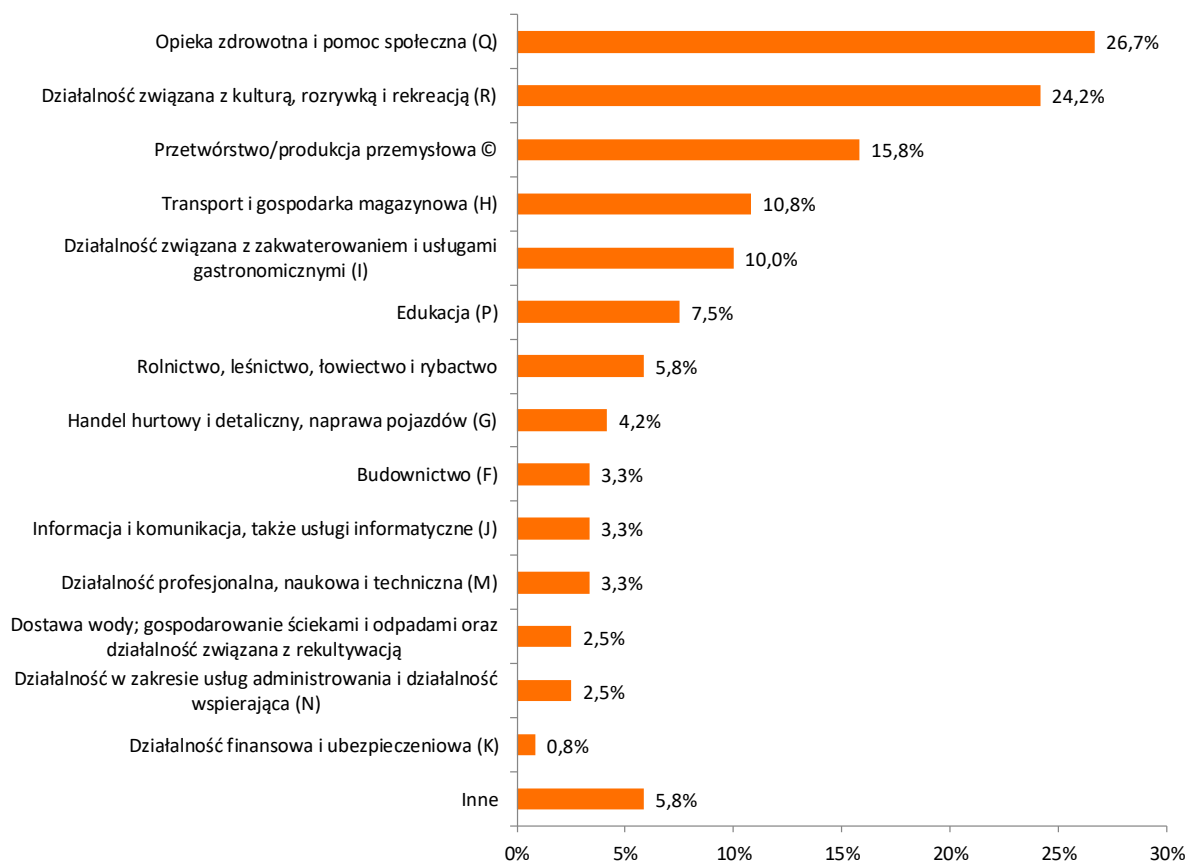
Tabela 7. Badane grupy konsumentów

Grupa konsumencka	Odsetek próby
Kobiety	55,8%
Mężczyźni	44,2%
Osoby w wieku 18-24	11,6%
Osoby w wieku 25-34	15,8%
Osoby w wieku 35-39	7,5%
Osoby w wieku 40-49	14,2%
Osoby w wieku 50+	50,9%
Rodziny 2 osobowe	25,8%
Rodziny 3-4 osobowe	37,5%
Rodziny 5 osobowe i więcej	15,0%
Osoby nieposiadające dzieci poniżej 18 roku życia	66,7%
Osoby posiadające najmłodsze dziecko w wieku 6-17 lat	18,3%
Osoby posiadające najmłodsze dziecko w wieku poniżej 6 lat	15,0%
Single przed zawarciem małżeństwa	4,2%
Single po wygaśnięciu małżeństwa	17,5%
Osoby z wykształceniem podstawowym/gimnazjalnym	12,5%
Osoby z wykształceniem zasadniczym zawodowym	17,5%
Osoby z wykształceniem średnim	46,7%
Osoby z wykształceniem wyższym	23,3%
Osoby z dochodem do 2500 zł netto	61,7%
Osoby z dochodem od 2501 do 5000 zł netto	18,3%
Osoby z dochodem powyżej 5000 zł netto	5,0%

Oprócz badania ilościowego zrealizowane zostało badanie jakościowe, w którym wzięli udział przedstawiciele jednostek samorządu terytorialnego i podmiotów ekonomii społecznej. W badaniu uczestniczyło również 52 przedsiębiorców. Ich charakterystyka znajduje się w dalszej części opracowania.

Mieszkańców powiatu piskiego w trakcie badania poproszono o wskazanie branż, w których istnieje w powiecie zbyt mało firm, przez co dostęp do ich usług/towarów jest ograniczony. Wyniki rozkładają się tutaj nieco inaczej niż w pozostałych powiatach subregionu. Najczęściej wymieniano działalność związaną z opieką zdrowotną i pomocą społeczną oraz kulturą, rozrywką i rekreacją. Minimum 7,0% respondentów wskazało również: przetwórstwo przemysłowe, transport i gospodarkę magazynową, działalność związaną z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi oraz edukację. Omawiane dane znajdują się na rysunku nr 15.

Rysunek 15. Branże, w których dostęp do produktów/usług jest na terenie powiatu utrudniony



Analiza niedoboru firm we wskazanych branżach została pogłębiona. Respondenci po wytypowaniu konkretnych branż, wskazywali usługi/towary, z których chcieliby skorzystać, jeśli dostęp do nich nie byłby utrudniony, np. przez brak podmiotów oferujących dany typ produktu/usługi. Analiza wyników badania wykazała, że w branży związanej z kulturą, rozrywką i rekreacją silnie odczuwany jest brak kina (13,3%). Ponadto 5,8% badanych mieszkańców wskazało na niewielką liczbę wydarzeń rozrywkowych organizowanych w ich miejscu zamieszkania.

W obszarze opieki zdrowotnej i pomocy społecznej silnie odczuwana jest przede wszystkim słaba dostępność opieki medycznej i lekarzy specjalistów (20,0%) oraz **utrudniony dostęp do usług podmiotów oferujących opiekę nad osobami starszymi (4,2%)**. W kontekście poszukiwania nisz rynkowych dla przedsiębiorstw społecznych wyłącznie w drugim wymienionym obszarze można upatrywać niszy dla przedsiębiorstwa społecznego.

15,8% badanych wskazało obszar przetwórstwa przemysłowego. Dostrzegano tutaj szczególnie **utrudniony dostęp do produktów przetwórstwa mięsnego (3,3%)**.

Kolejnym często wskazywanym obszarem był transport i gospodarka magazynowa. Respondentom **najczęściej doskwiera tutaj ograniczony dostęp do usług przewozu osób, głównie usług samochodowych (8,3%)**. W szczególności brakuje połączeń lokalnych. Wymieniony obszar może stanowić przedmiot działalności przedsiębiorstwa społecznego.

W obszarze zakwaterowania i usług gastronomicznych mieszkańcy wskazywali najczęściej na **brak dobrych kawiarni (5,8%) oraz niewielką liczbę restauracji (3,3%)**.

Warto również odnotować, że spośród pozostałych branż najczęściej wskazywano na: **utrudniony dostęp do ryb pochodzących z hodowli (2,5%), nieodpowiednie gospodarowanie odpadami i zalegające śmieci (2,5%), utrudniony dostęp do serwisów sprzętu komputerowego (2,5%), niedobór przedszkoli (2,5%)**. Niektóre z wymienionych obszarów wzięto pod uwagę podczas dalszych poszukiwań nisz rynkowych. Przy czym kierowano się możliwością prowadzenia w nich działalności przez potencjalne przedsiębiorstwo społeczne.

Powyższe informacje zostały uzupełnione poprzez pogłębione wywiady z przedstawicielami jednostki samorządu terytorialnego oraz podmiotu ekonomii społecznej. Przebadano dwóch przedstawicieli, którzy występowali w roli ekspertów. Respondenci zastanawiali się nad kształtem lokalnego rynku towarów i usług, ale zwrócili uwagę na nieco inne nisze niż badani wcześniej mieszkańcy. **Zwrócili uwagę na niszę usług porządkowych, która wydaje się stanowić spory potencjał dla nowego podmiotu ekonomii społecznej.** Funkcjonujące na rynku firmy mają zapewnione stałe zlecenia, a popyt ciągle wzrasta, więc nawet mimo istniejącej na rynku konkurencji podmiot byłby w stanie samodzielnie się utrzymać. **Nowopowstały podmiot ekonomii społecznej mógłby obok prac porządkowych podejmować się działań związanych z ogrodnictwem, porządkowaniem zieleni.** Stałe źródło zleceń zapewniłaby współpraca z zakładem usług komunalnych, który nie nadąża z narastającą liczbą zadań do wykonania.

Są tutaj również firmy prywatne zajmujące się utrzymaniem czystości. Rozmawiałem z właścicielami i powiedzieli, że mają już swoje zlecenia i nie chcą więcej. (...) Spółdzielnia mogłaby zajmować się, np. utrzymaniem porządku zarówno w biurach, jak i na zewnątrz zakładu. (...) Mamy tu co prawda zakład usług komunalnych, ale z tego, co wiem, to nie zatrudnia zbyt wiele osób, ponieważ obsługują głównie wieś, jeśli chodzi o zbieranie kontenerów i segregację odpadów. W tej chwili usługi pielęgnacji zieleni (koszenie trawników) już zlecają innym, nie robią tego sami.

[przedstawiciel jednostki samorządu terytorialnego]

Kolejne pytanie skierowane do badanych mieszkańców posłużyło pogłębieniu diagnozy postawionej na podstawie pierwszego pytania. Zastosowano inną klasyfikację branż i poproszono respondentów o wskazanie usług/towarów, z których chcieliby skorzystać biorąc pod uwagę fakt, że są one owocem pracy osób zmieniających swoją dotychczasową trudną sytuację życiową. Analiza wyników badania wskazuje, że 44,2% mieszkańców jest skłonnych sięgnąć po produkty/usługi oferowane przez podmioty ekonomii społecznej. 40,8% badanych prawdopodobnie nie skorzystałoby z oferty bez względu na oferowany rodzaj produktów/usług. Potencjalne zainteresowanie usługami/produktami przedsiębiorstwa społecznego jest zatem niewielkie - wyraźnie mniejsze niż w pozostałych powiatach subregionu.

Największe zainteresowanie odnotowano w przypadku:

- regionalnych produktów spożywczych, a w szczególności piekarniczych i cukierniczych (6,7%);
- wyrobów rękodzielniczych (4,2%);
- usług krawieckich (3,3%);
- lokali gastronomicznych (3,3%);
- usług sprzątania, w tym mycia okien na wysokościach (2,5%);
- usług szewskich (2,5%);
- usług fryzjerskich i kosmetycznych (2,5%).

Na uwagę pod kątem poszukiwania nisz dla przedsiębiorstw społecznych mogą zasługiwać wszystkie z omawianych obszarów.

Eksperti zostali również poproszeni o wskazanie możliwości rozwoju dla powstającego w powiecie podmiotu ekonomii społecznej, który zatrudniałby osoby bezrobotne i zagrożone wykluczeniem społecznym. Respondenci mieli za zadanie wskazać pole działalności, które powinien taki podmiot zagospodarować.

Podmiot mógłby oferować szeroki zakres usług porządkowych, w tym zarówno sprzątanie pomieszczeń domowych, biurowych, a także usługi z wykorzystaniem bardziej specjalistycznego sprzętu, który pozwoliłby na wyczyszczenie pomieszczeń po remontach. Co więcej, stałe zlecenia podmiot mógłby uzyskiwać zarówno od osób prywatnych, jak i od firm lub instytucji. Jednym z najważniejszych aspektów pracy w ramach tej branży jest brak konieczności posiadania przez pracowników specjalistycznych kursów, co może stanowić dobry początek dla osób wykluczonych społecznie w ramach przyszłego awansu zawodowego.

Sprzątają nasze biura, sprzątają ten budynek, w którym się znajdujemy, przygotowujemy je właśnie w tym zakresie. Mamy zlecenia osób prywatnych, teraz przed okresem świąt wszystkich świątecznych mieliśmy zlecenia np. na wyczyszczenie nagrobków. (...) Zgłaszają się do nas prywatne osoby, które wykańczają dom i ten dom trzeba teraz posprzątać i są dwie osoby u nas, które są oddelegowane do sprzątania, do takich lekkich prac, bo wiadomo to jest praca z człowiekiem, zawsze się staramy z naszymi uczestnikami to dopracować, a w ten sposób

ich wprowadzamy jakby na ten rynek pracy. Poza tym współpracujemy też z firmą, która sprzęta klatki między innymi dla spółdzielni i już wiem po rozmowie z właścicielem, że niektóre osoby będzie, po zakończonym tym naszym programie w Centrum, chciał na pewno zatrudnić. Tych prac porządkowo – gospodarczych jakby tutaj jest do zasilenia.

[przedstawicielka podmiotu ekonomii społecznej]

W ramach usług ogrodniczych obok zleceń od miejskich instytucji podmiot mógłby kierować swoje usługi również do osób prywatnych, które z różnych względów nie są w stanie samodzielnie zadbać o obejście domu. Co więcej, zlecenia z tego zakresu mogłyby stanowić uzupełnienie do głównej działalności podmiotu na przykład wspomnianych wcześniej usług porządkowych.

Branża budowlana ze względu na stałą tendencję rozwoju jest jedną z nisz, w ramach której podmiot ekonomii społecznej mógłby zbudować silną pozycję na rynku. Przede wszystkim ze względu na możliwość działania na zasadzie podwykonawstwa podmiot byłby w stanie generować stały przychód. Wydaje się również istotne, że podmiot mógłby stopniowo się rozwijać, kupując nowy sprzęt czy prowadząc dodatkowe szkolenia dla pracowników. Trzeba jednak zauważyć, że na terenie powiatu aktualnie działa podmiot ekonomii społecznej, który jako jedną ze swoich usług oferuje działania budowlane. Wydaje się jednak, że konkurencja nie jest na tyle silna, aby podmiot, który wyspecjalizowałby się w usługach budowlanych miałby napotkać większe trudności.

Mamy w zamiarze, już częściowo poczyniliśmy zakupy, żeby doposażyć tę naszą pracownię właśnie z tych pieniążków od marszałka i to są np. wycinarki, podkaszarki różnego rodzaju, taki drobny sprzęt budowlany i w tym zakresie będziemy świadczyć te usługi.

[przedstawicielka podmiotu ekonomii społecznej]

Chociaż trudno powiedzieć, bo wiem, że operatorów maszyn biorą z agencji w ramach pracy tymczasowej, więc i spółdzielnia mogłaby w ten sposób z nimi współpracować.

[przedstawiciel jednostki samorządu terytorialnego]

Na koniec wszystkich mieszkańców-konsumentów poproszono o ocenę aspektów, do których przywiązują wagę w momencie dokonywania wyboru towarów i usług. Każdy z aspektów oceniony został w pięciostopniowej skali, gdzie 1 – oznaczało najmniejszą wagę, a 5 – wagę największą. Wyniki analizy dostarczają cennej informacji nt. aspektów, na które nacisk położyć powinno potencjalne przedsiębiorstwo społeczne dostarczające towary/usługi mieszkańcom powiatu piskiego. Mieszkańcy zwracają podobną uwagę na cenę produktu/usługi i na jego jakość. Co ciekawe dla konsumentów ważniejsze jest pochodzenie produktu niż jego marka. Można zatem sądzić, że mieszkańcy powiatu gotowi są raczej wybrać produkt/usługę podmiotu związanego z powiatem - nawet jeśli nie jest to znana marka. Najmniejsza waga przywiązywana jest do poziomu reklamy i promocji. Zwraca również uwagę fakt, że mieszkańcy powiatu bardzo cenią możliwość gwarancji.

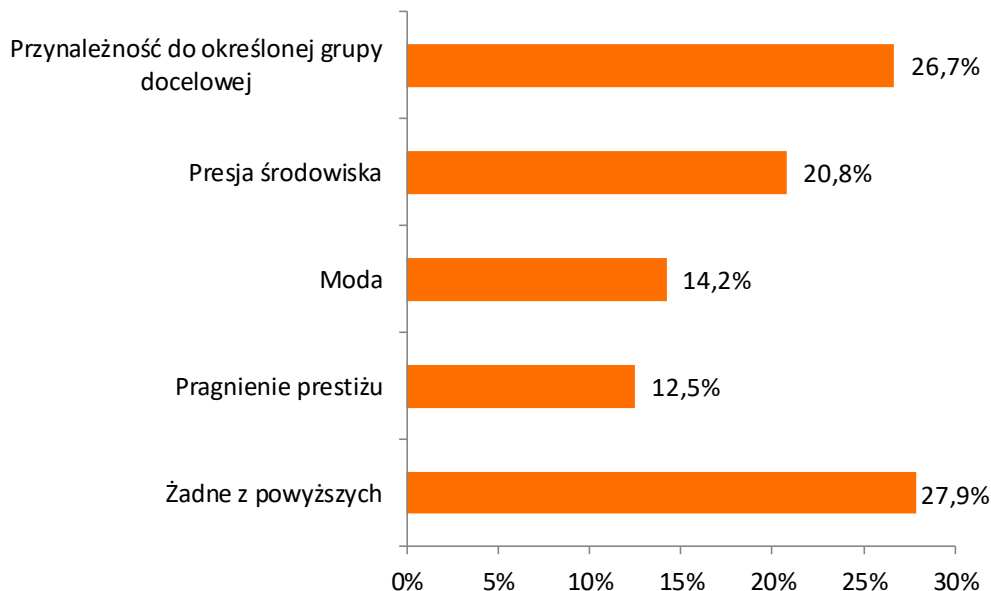
Tabela 8. Aspekty, na które zwracają uwagę mieszkańcy podczas wyboru produktu/usługi

Aspekt	Średnia ocen
Cena produktu/usługi	4,4
Jakość produktu/usługi	4,4
Możliwość gwarancji	4,3
Pochodzenie (np. kraj, region)	3,7
Kwalifikacje pracowników	3,7
Posiadanie certyfikatu jakości	3,6
Nowoczesność produktu/usługi	3,5
Usługi posprzedażowe	3,5
Marka	3,4
Poziom reklamy i promocji	3,1

Mieszkańców poproszono również o wskazanie czynników na podstawie, których wybierają produkty/usługi. Analiza zebranych odpowiedzi wskazuje, że mieszkańcami podczas zakupów najczęściej kierują takie czynniki jak przynależność do określonej grupy docelowej (wybierają produkty polecane dla osób im podobnych) oraz presja środowiska (wybierają produkty, które kupili wcześniej ich znajomi/krewni). Wyniki badania potwierdzają zatem, że poszukując nisz dla przedsiębiorstw społecznych można również zidentyfikować potencjalnych klientów zebranych w grupach konsumenckich o określonym profilu społeczno-demograficznym. Odpowiedzi badanych rzadziej wskazywały na pragnienie prestiżu i modę. Ponadto 27,9%

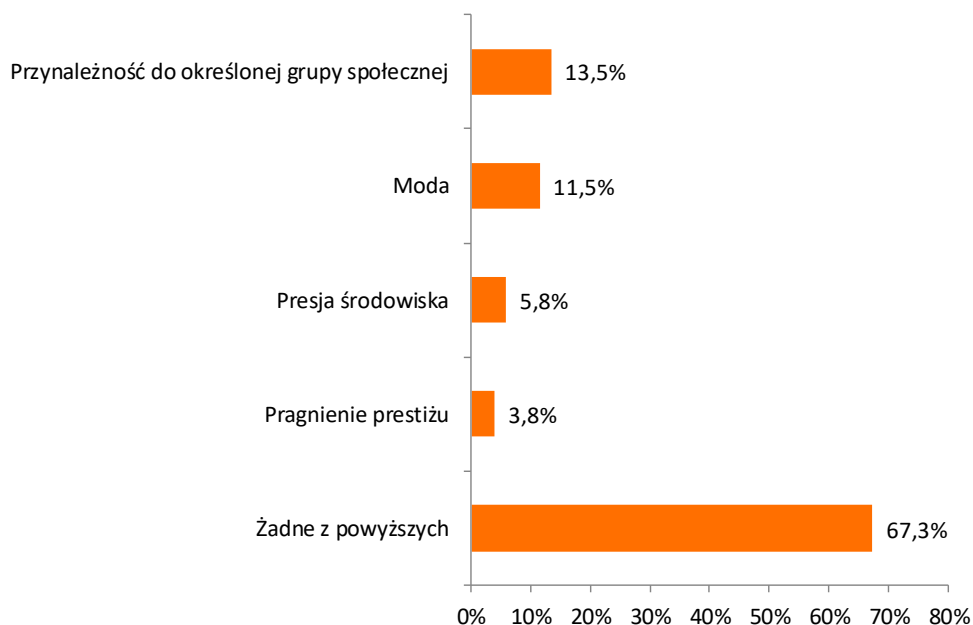
mieszkańców w ogóle nie kieruje się wyżej wymienionymi czynnikami. Omawiane dane znajdują się na rysunku poniżej.

Rysunek 16. Czynniki, które wpływają na wybór produktów/usług przez mieszkańców



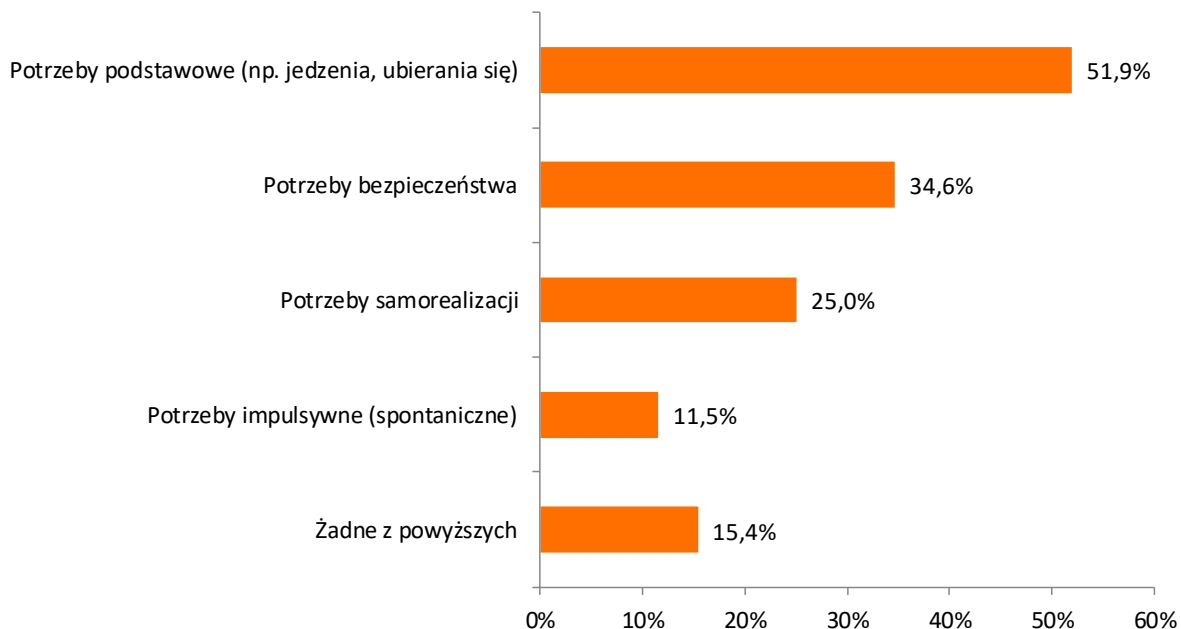
Podobne pytanie skierowano do przedsiębiorców uczestniczących w badaniu ilościowym. 13,5% spośród nich uważało, że na wybór ich produktów/usług wpływ ma przynależność do określonej grupy społecznej, 11,5% badanych wskazało również modę. Presja środowiska i pragnienie prestiżu wskazywane były wyraźnie rzadziej. Odpowiedzi przedsiębiorców wyraźnie różnią się od przedstawionych wyżej odpowiedzi mieszkańców. Badani przedsiębiorcy nie doceniają poszczególnych czynników, które brane są pod uwagę przez ich klientów zdecydowanie częściej niż wydaje się to właścicielom firm.

Rysunek 17. Czynniki, które wpływają na wybór produktów/usług wg przedsiębiorców



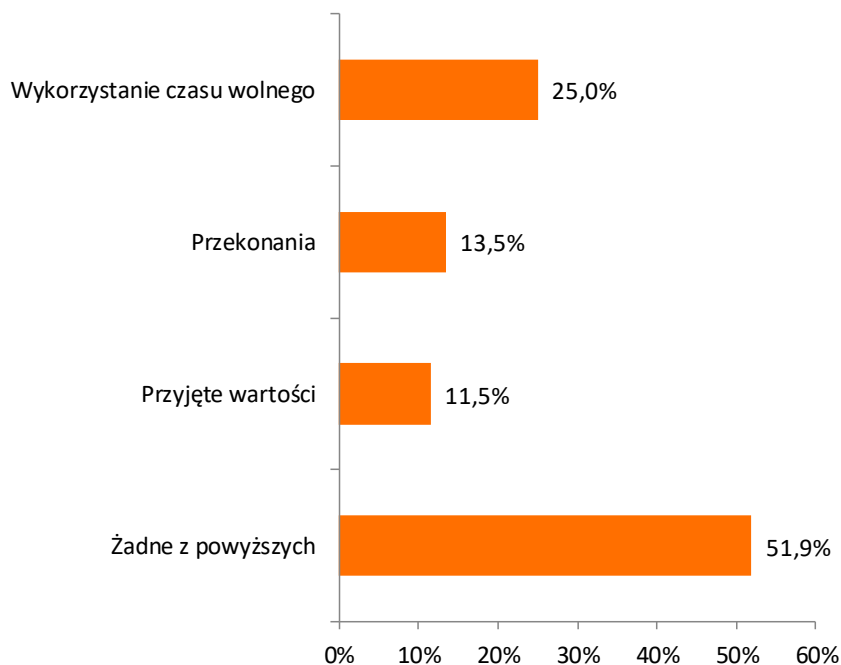
Przedsiębiorcy wskazali również główne potrzeby konsumentów, które – ich zdaniem – zaspokajane są poprzez wybór produktów/usług oferowanych przez badane firmy. **Największa grupa respondentów wymieniła potrzeby podstawowe (np. jedzenia, ubierania się) oraz bezpieczeństwa.** Mniej przedstawicieli firm wskazało potrzeby samorealizacji oraz potrzeby impulsywne (spontaniczne). Stosunkowo niewielka liczba podmiotów nastawionych na zaspokajanie dwóch ostatnich grup potrzeb stanowi potencjalną wskazówkę dla podmiotu ekonomii społecznej.

Rysunek 18. Potrzeby zaspokajane wyborem produktów/usług oferowanych przez badanych przedsiębiorców



Na wybór określonych produktów/usług wpływają również niektóre elementy stylu życia konsumentów. Zdaniem badanych przedsiębiorców są to w szczególności sposoby wykorzystywania czasu wolnego. W zdecydowanie mniejszym stopniu wybór motywowany jest przyjętymi wartościami i przekonaniami. Wyniki powyższe sygnalizują, że **elementami stylu życia konsumentów (przy wyborze grupy docelowej) powinny się kierować przede wszystkim przedsiębiorstwa oferujące ciekawe możliwości wykorzystywania czasu wolnego.**

Rysunek 19. Elementy stylu życia konsumentów, które - zdaniem przedsiębiorców - wpływają na wybór ich produktów/usług



Analiza strony popytowej dostarczyła istotnych wniosków, które powinny być pomocne przy zidentyfikowaniu nisz rynkowych dla przedsiębiorstwa społecznego działającego na terenie powiatu piskiego. Po analizie strony popytowej ustalono, że potencjalne nisze rynkowe, to:

USŁUGI:

- przewoźnik osób;
- przewoźnik rzeczy i towarów;
- przedszkola/animacja czasu wolnego;
- usługi remontowo-budowlane;
- usługi szewskie;
- usługi krawieckie;
- naprawa sprzętu komputerowego;
- usługi sprzątanía/porządkowe/ogrodnicze;
- opieka nad osobami starszymi.

HANDEL:

- wyroby rękodzielnicze;
- cukiernie;
- kawiarnie/restauracje.

PRODUKCJA:

- produkcja wyrobów z drewna/stolarska;
- wyroby piekarnicze;
- rękodzieło;
- pojemniki na odpady;
- hodowla zwierząt/przetwórstwo mięsne.

Kolejne etapy analizy pozwoliły zawęzić obszar poszukiwań nisz rynkowych poprzez określenie otoczenia konkurencyjnego i przyporządkowanie nisz do segmentów rynku.

OKREŚLENIE OTOCZENIA KONKURENCYJNEGO

Otoczenie konkurencyjne dla wstępnie zidentyfikowanych nisz rynkowych określono przede wszystkim w drodze badania ilościowego zrealizowanego wśród 52 przedsiębiorców z powiatu piskiego. Uzupełnieniem zdobytych w ten sposób informacji były rezultaty badania jakościowego zrealizowanego w gronie przedstawicieli jednostki samorządu terytorialnego oraz podmiotu ekonomii społecznej.

W badaniu nie uczestniczyli przypadkowi przedsiębiorcy, lecz przedstawiciele firm z branż wytypowanych po wstępnej analizie danych zastanych. Wytypowano przedstawicieli następujących działów gospodarki:

1. Rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo i rybactwo – głównie: **hodowla zwierząt, produkcja mleczna, produkcja rolna, usługi leśne.**
2. Przetwórstwo przemysłowe: **prefabrykaty drewniane, silosy.**
3. Budownictwo – głównie: **firmy remontowo-budowlane, stawianie konstrukcji metalowych.**
4. Handel hurtowy i detaliczny, naprawa pojazdów – głównie: **naprawa pojazdów, handel naturalnymi suplementami diety, handel artykułami budowlanymi, handel wyposażeniem wnętrz, handel artykułami spożywczymi.**
5. Transport i gospodarka magazynowa – głównie: **transport i spedycja towarów, przewóz osób, pomoc drogowa.**
6. Działalność w zakresie zakwaterowania i usług gastronomicznych: **obiekty noclegowe.**
7. Edukacja – głównie: **szkoły, przedszkola, podmioty oferujące zajęcia pozalekcyjne dla dzieci.**
8. Działalność profesjonalna (w tym: informacja i komunikacja, działalność finansowa i ubezpieczeniowa, działalność profesjonalna, naukowa i techniczna) – głównie: **serwis**

komputerów i oprogramowania, ubezpieczenia, opracowanie podzespołów urządzeń pomiarowych, projektowanie.

Spośród przedsiębiorców biorących udział w badaniu ilościowym 82,7% stało na czele firm prywatnych. Pozostali reprezentowali podmioty publiczne. Należy również zauważyć, że 69,2% wszystkich podmiotów funkcjonuje w sferze usług, 51,9% zajmuje się handlem, a 28,8% należy do grona firm produkcyjnych.

W gronie badanych przeważali przedsiębiorcy stojący na czele mikroprzedsiębiorstw (67,3%). 28,8% badanych reprezentowało małe firmy, 3,8% firmy średnie/duże.

Na wstępie merytorycznej części badania przedsiębiorców zapytano o to czy firmy adresują swoją ofertę do konkretnych segmentów rynku (grup nabywców). **Wszystkie badane firmy starają się dopasować swoją ofertę do oczekiwań wybranych grup klientów.** Najmniej firm (51,9%) kieruje swoją ofertę do innych podmiotów gospodarczych (B2B). Wszystkie grupy konsumentów indywidualnych (bez względu na płeć, wiek, wykształcenie, wielkość rodziny czy dochody) są w kręgu zainteresowań minimum 57,7% badanych firm.

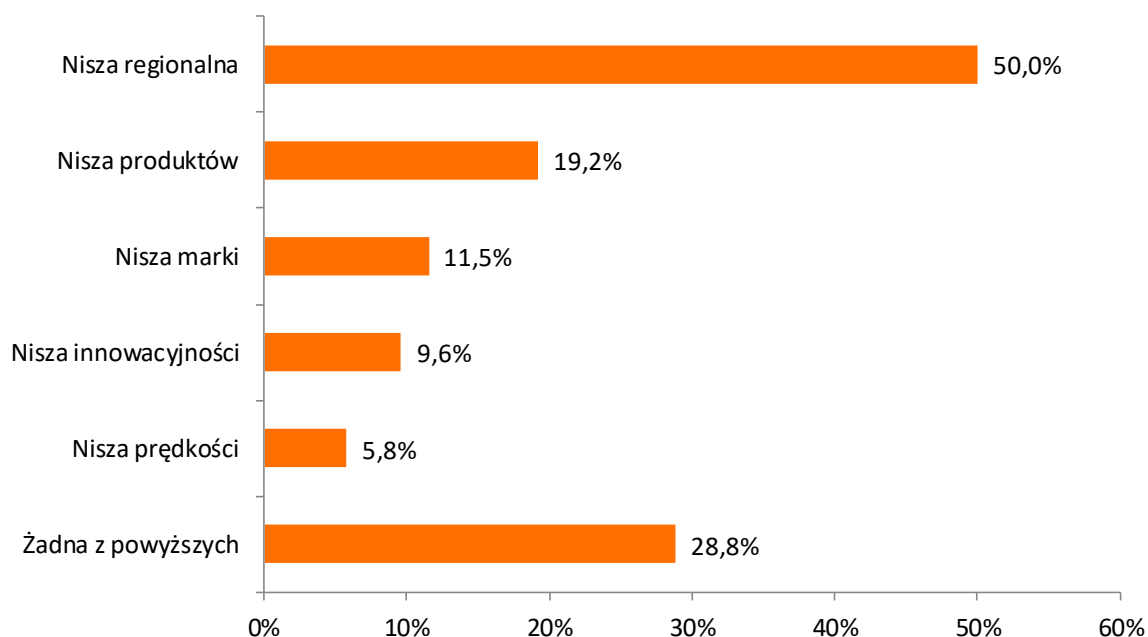
W trakcie badania przedsiębiorcy wskazali również nisze rynkowe, które obecnie stara się wypełniać ich podmiot. **W ramach jakiegokolwiek niszy rynkowej funkcjonuje 71,2% badanych firm.** Nie jest zaskoczeniem, że zdecydowanie najczęściej jest to najpopularniejsza w Polsce nisza regionalna. Nisza regionalna to skoncentrowanie na określonym obszarze geograficznym. W niszy produktów funkcjonuje 19,2% ankietowanych firm. Nisza produktów to skoncentrowanie na wyjątkowości sprzedawanych produktów i usług. Nieliczne przedsiębiorstwa znajdują się jeszcze w niszy marki (skoncentrowanie równocześnie na produkcji i grupie docelowej z jednoczesnym kreowaniem nowej marki), innowacyjności (skoncentrowanie na ciągłych zmianach w ofercie produktowej/usługowej) i niszy prędkości (skoncentrowanie na wąskiej gamie produktów i najszybciej rozwijających się segmentach rynku w celu osiągnięcia pozycji lidera).

Z punktu widzenia niniejszego badania, szczególnie istotne jest zidentyfikowanie podmiotów działających w ramach poszczególnych nisz. W niszy regionalnej działają przede wszystkim: podmioty z branży edukacji oraz handlowcy (naprawa pojazdów, handel odzieżą i obuwem, handel spożywczy, sprzedaż materiałów budowlanych, sprzedaż naturalnych suplementów).

W tej niszy znalazły się także m.in. podmioty trudniące się transportem rzeczy i pomocą drogową, część obiektów noclegowych oraz podmioty związane z ubezpieczeniami i projektowaniem.

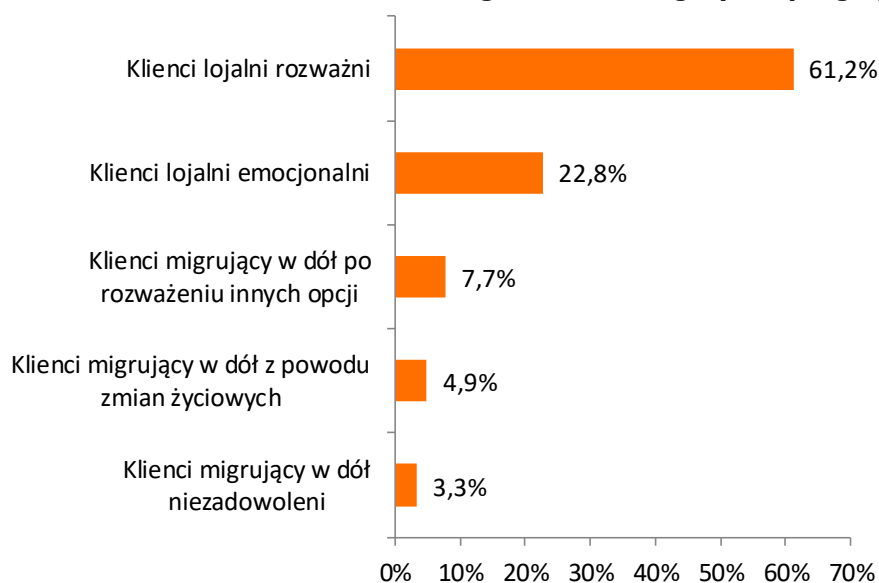
Niszę produktów wypełniają przede wszystkim podmioty handlowe (handel artykułami spożywczymi, handel obuwiem i odzieżą) oraz większa część podmiotów oferujących noclegi.

Rysunek 20. Nisze rynkowe, w których funkcjonują badane podmioty



Ankietowani przedsiębiorcy w toku badania podzielili swoich klientów na kilka kategorii obrazujących ich zachowania rynkowe i skłonność do związania się z konkretnym producentem/usługodawcą. Około 84,0% klientów badanych przedsiębiorców to klienci lojalni kierujący się emocjami lub rozważą przy wyborze oferty. Klientów migrujących w dół (korzystających z produktu/usługi w mniejszym zakresie niż dotychczas) jest – według pracodawców – wyraźnie mniej (około 16,0%). **Klientów z tej grupy relatywnie łatwo przejąć może konkurencyjny podmiot, w tym przedsiębiorstwo społeczne.** Niezagospodarowana część rynku wydaje się mieć jednak niewielkie rozmiary.

Rysunek 21. Średni odsetek klientów wśród ogółu klientów wg wybranych grup



W aspekcie zdolności konkurowania przedsiębiorcy ocenili również 21 zasobów i instrumentów konkurowania. Ocen dokonano w pięciostopniowej skali, gdzie 1 – oznaczało ocenę najgorszą, a 5 - najlepszą. Wyniki badania wskazują, że badani przedsiębiorcy swojej przewagi konkurencyjnej upatrują w kwalifikacjach załogi, płynności finansowej, jakości produktów/usług, a także w mniejszym stopniu: na szkoleniach załogi, płynności załogi, marce, możliwości gwarancji oraz polityce płacowej. Analiza wyników jasno wskazuje, że **badani przedsiębiorcy starają się konkurować wykorzystując przede wszystkim aspekty związane z zatrudnianą kadrą fachowców**. Przedsiębiorcy swojej potencjalnej przewagi konkurencyjnej nie upatrują raczej w finansach i marketingu. Wydaje się zatem, że **przedsiębiorstwo społeczne, które na początku działalności nie musiałyby być rentowne i prowadziłyby skuteczną reklamę swoich usług/produktów mogłyby z powodzeniem nawiązać rywalizację z pozostałymi firmami i odszukać swoją pozycję na rynku**.

Tabela 9. Ocena instrumentów/zasobów konkurowania będących do dyspozycji badanych przedsiębiorców

Zasób/instrument	Średnia ocena
Kwalifikacje załogi	4,2
Płynność finansowa	4,2
Jakość produktu/usługi	4,0

Zasób/instrument	Średnia ocena
Szkolenia załogi	3,9
Płynność załogi	3,9
Marka	3,9
Możliwość gwarancji	3,8
Polityka płacowa	3,8
Lokalizacja	3,7
Cena produktu/usługi	3,7
Zdolność do samofinansowania	3,6
Nowoczesność maszyn i urządzeń	3,5
Poziom zadłużenia	3,5
Usługi posprzedażowe	3,4
Jakość i koszt wytwarzania	3,3
Struktura kosztów	3,3
Jakość dystrybucji	3,2
Posiadanie certyfikatu jakości	3,1
Poziom zysków	3,1
Koszt dystrybucji	3,0
Poziom reklamy i promocji	2,8

W trakcie badania ilościowego oceniono również stopień nasycenia branż innymi przedsiębiorstwami. W ten sposób możliwe było zidentyfikowanie branż, w których – zdaniem przedsiębiorców – panuje największa konkurencja. Zauważyć należy, że respondenci największą konkurencję dla siebie odnotowują na rynku krajowym, na rynku lokalnym jest ona względnie słabsza. Najwięcej opinii o dużym nasyceniu podobnymi podmiotami gospodarczymi na rynku lokalnym odnotowano w przypadku: firm związanych z rolnictwem i leśnictwem, podmiotów zajmujących się sprzedażą artykułów spożywczych oraz firm zajmujących się transportem.

W grupie przedsiębiorców twierdzących, że na rynku lokalnym nie ma dużej konkurencji znalazły się głównie podmioty oferujące **usługi budowlane, sprzedaż artykułów przemysłowych oraz hodowcy zwierząt. W wymienionych obszarach istnieje potencjalna luka rynkowa.**

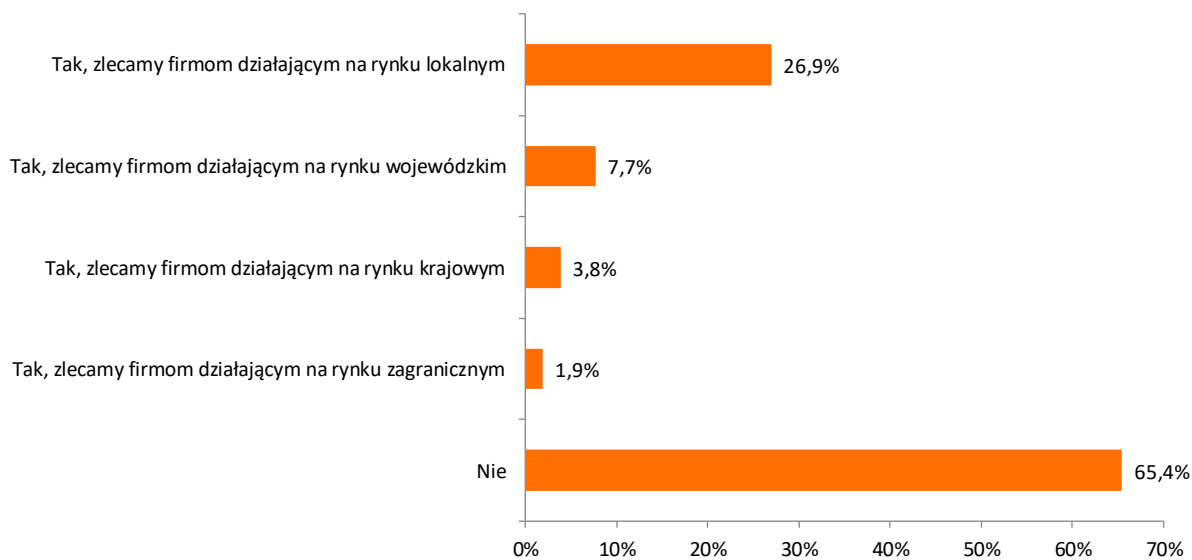
Omówiona wyżej konkurencja to tylko jeden możliwy rodzaj działania przedsiębiorstwa społecznego. Podmiot taki równie dobrze spróbować może nawiązać kooperację z przedsiębiorstwami już funkcjonującymi na rynku i działającymi w ramach niszy lub władzami lokalnymi. Zdaniem przedstawiciela jednostki samorządu terytorialnej powiat piski charakteryzuje się bardzo dużym potencjałem jeśli chodzi o tworzenie i rozwój podmiotów ekonomii społecznej. **Można odnaleźć kilka istotnych nisz, które przy dobrej organizacji zapewniłyby stabilną pozycję podmiotu wśród konkurencji. Przy powoływaniu nowego podmiotu należy jednak liczyć się z istotnymi barierami rozwoju, które mogą znacząco utrudnić start.** Główną z nich jest kwestia nastawienia lokalnych przedsiębiorców, którzy przynajmniej częściowo traktują osoby wykluczone społecznie jako gorszych pracowników, co może wpływać na słabsze generowanie zleceń dla podmiotu. Konieczna byłaby odpowiednia praca nad świadomością mieszkańców w zakresie ekonomii społecznej, zarówno dla właścicieli firm prywatnych, jak i osób posiadających potencjał do utworzenia nowego podmiotu. Taki cel można osiągnąć poprzez organizację szkoleń, aktywną promocję medialną związaną z ekonomią społeczną.

Szkoda, że jeszcze niektórzy pracodawcy patrzą na pracowników z niepełnosprawnościami inaczej, jakby byli gorszymi. Może teraz, przy braku kadr, a zwłaszcza specjalistów to podejście się zmieni i pracodawcy będą bardziej otwarci na osoby, które są w wieku 50+ i chcą jeszcze przez kilka lat popracować do emerytury. (...) Na naszym terenie temat spółdzielni mocno kuleje. Widziałem podmioty na terenie Poznania przy okazji konferencji i miałem okazję zobaczyć, jak ci ludzie żyją i czym się zajmują. U nas dopiero to zaczęło się zawiązywać i może z czasem to się rozkręci. Jest potrzeba, są nisze i można tu swobodnie funkcjonować bez żadnej konkurencji. Musi być jednak ktoś, jakiś menedżer, który zmobilizuje i pociągnie za sobą ludzi. Nie ma takiej możliwości, żeby po prostu przyjść do nas na górę, zebrać 5 czy 10 ludzi i oczekiwać od nich, że się tym zajmą. Oni muszą przejść przez pewien etap, muszą się dobrze poznać, poczuć w sobie mocno przedsiębiorczość i dopiero wtedy mogą postanowić, że chcą coś robić razem. Dodatkowo muszą mieć taką osobę, która zajęłaby się pilotowaniem kierunku działań, czy to przypadkiem w złą stronę nie idzie.

[przedstawiciel jednostki samorządu terytorialnego]

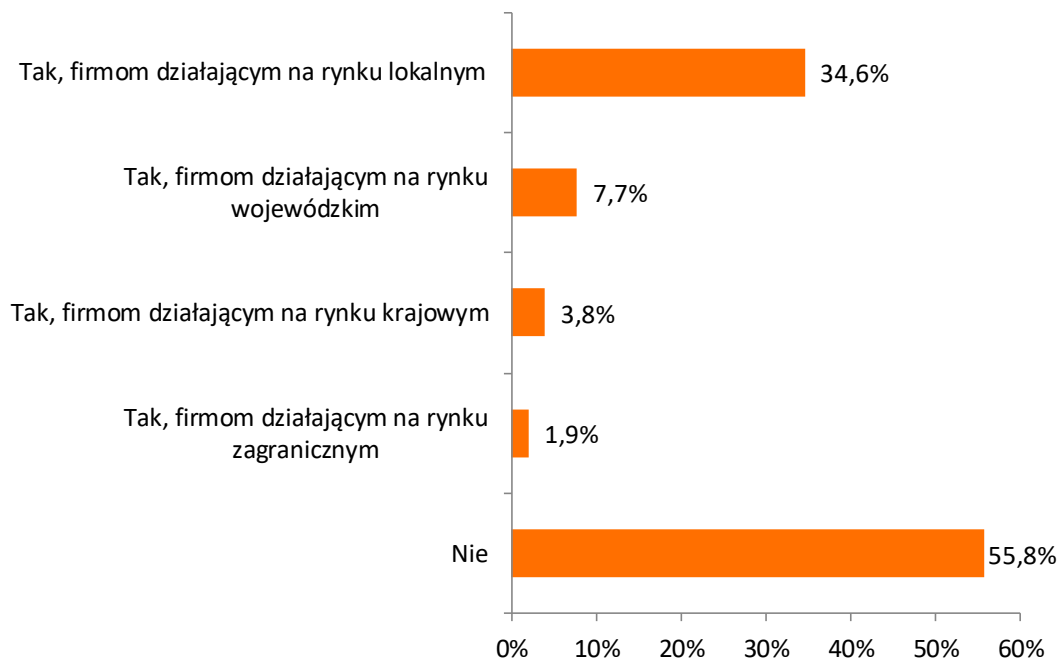
Obecnie około 35,0% przedsiębiorców zleca pewne elementy działalności na zewnątrz. Istotnym jest fakt, że zdecydowana większość takich zleceń trafia do firm lokalnych, a część również do firm działających na rynku wojewódzkim, krajowym i zagranicznym.

Rysunek 22. Odsetki przedsiębiorstw zlecających usługi na zewnątrz, tj. innym firmom



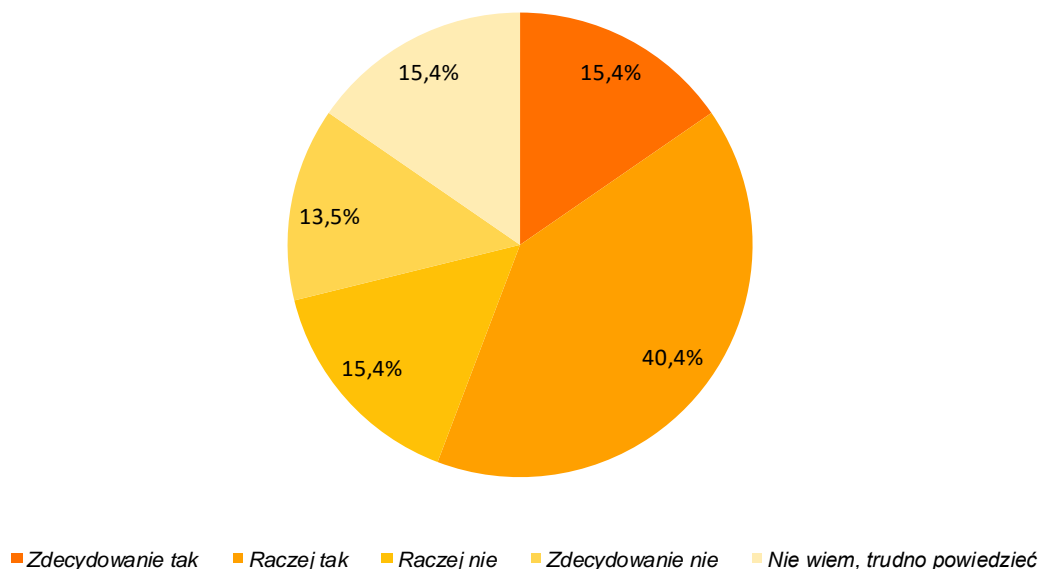
W przyszłości usługi na zewnątrz zlecać zamierzają nieco większe odsetki badanych przedsiębiorstw. **Można zatem przypuszczać, że kooperujący z innymi podmiotami przedsiębiorcy są zadowoleni z dotychczasowej współpracy lub że jest ona konieczna dla sprawnego funkcjonowania firmy.**

Rysunek 23. Odsetki przedsiębiorstw pragnących zlecać usługi na zewnątrz w przyszłości



Kolejne pytanie miało charakter zdecydowanie bardziej szczegółowy. Zapytano o to czy przedsiębiorcy byłoby skłonni w przyszłości zlecać pewne usługi podmiotowi zlokalizowanemu w ich powiecie oraz zatrudniającemu osoby bezrobotne i zagrożone wykluczeniem społecznym, świadczącemu usługi w ramach kooperacji lub podwykonawstwa. Na tak postawione pytanie twierdząco odpowiedziało 55,8% przedsiębiorców. Możliwość nawiązania współpracy z podmiotem ekonomii społecznej lub przedsiębiorstwem społecznym wyklucza około 28,8% respondentów. **Rozkład odpowiedzi świadczy o rosnącym nadzieje zainteresowaniu respondentów współpracą z przedsiębiorstwami społecznymi.**

Rysunek 24. Skłonność przedsiębiorców do zlecenia usług podmiotowi zatrudniającemu osoby bezrobotne i zagrożone wykluczeniem społecznym



Przedsiębiorcy wymienili również usługi, które byliby skłonni w przyszłości zlecać (w ramach prowadzonej działalności) na zewnątrz, tzn. innym firmom lub podmiotowi ekonomii społecznej. Najczęściej wymieniano: **sprzątanie/prace porządkowe/ogrodnicze (15,4%), usługi transportu rzeczy (9,6%), usługi remontowo-budowlane (5,8%)**. Przedsiębiorstwa społeczne świadczące wyżej wymienione usługi mogą liczyć na uzyskanie zleceń od innych podmiotów prywatnych i publicznych.

Przedsiębiorcy wymienili również czynniki, które mogłyby ich skłonić do nawiązania współpracy z podmiotami ekonomii społecznej na zasadzie podwykonawstwa lub zlecenia określonych prac. **Czynnikiem najbardziej zachęcającym do kooperacji jest jakość**. Sporą grupę pracodawców mogłyby jeszcze przekonać cena, dodatkowe gratyfikacje, względy altruistyczne związane z pomocą osobom zagrożonym wykluczeniem społecznym oraz konieczność poszukiwania nowych partnerów wobec wzrastającego popytu. Należy również zauważyć, że wyłącznie 19,2% badanych przedsiębiorców nie zamierza współpracować z podmiotem ekonomii społecznej i twierdzi, że nic nie mogłoby ich skłonić do zmiany decyzji w tej kwestii. Uzyskane odpowiedzi przekonują, że **przedsiębiorstwa społeczne powinny postawić na kooperację oferując relatywnie wysoką jakość swoich usług / produk-**

tów. Potwierdza się również, że odsetek lokalnych przedsiębiorców pragnących nawiązać współpracę może się zwiększyć, jeśli tylko spełnione zostaną określone warunki przede wszystkim zapewnione zostaną dodatkowe gratyfikacje dla podmiotów wspierających przedsiębiorstwa społeczne.

Rysunek 25. Czynniki, które mogłyby skłonić przedsiębiorstwa do nawiązania współpracy z podmiotami ekonomii społecznej



Zebrany w toku badania i analizy danych zastanych materiałów rozpatrzony został pod kątem występowania nisz rynkowych dla potencjalnych przedsiębiorstw społecznych. Nisze wytypowano na podstawie całościowych wyników badania obejmujących analizę treści dokumentów strategicznych dotychczas zrealizowanych badań oraz wyników badań własnych zrealizowanych wśród mieszkańców, przedsiębiorców i ekspertów z dziedziny ekonomii społecznej. Wyniki tejsze analizy wskazują, że omawiane podmioty powinny rozważyć podjęcie działalności w następujących obszarach:

USŁUGI:

- usługi remontowo-budowlane - najlepiej na zasadzie podwykonawstwa/współpracy z innymi podmiotami;
- usługi sprzątnia/porządkowe/ogrodnicze - również na zasadzie podwykonawstwa/współpracy z innymi podmiotami.

HANDEL:

- kawiarnie/restauracje;
- produkty przetwórstwa mięsnego.

PRODUKCJA:

- wyroby piekarnicze;
- hodowla zwierząt/przetwórstwo mięsne.

Biostat Sp. z o.o.

 Aleje Jerozolimskie 96, Warszawa 00-807  ul. Kowalczyka 17, 44-206 Rybnik

ANALIZA ZIDENTYFIKOWANYCH NISZ W ODNIESIENIU DO SEGMENTÓW RYNKU

Ostatnim etapem analizy było zidentyfikowanie wymienionych wyżej nisz w odniesieniu do segmentów rynku. W tym celu ponownie zanalizowano odpowiedzi wybranych klientów (mieszkańców) i kooperantów (przedsiębiorców), którzy deklarowali zapotrzebowanie w wymienionych wyżej obszarach. W ten sposób ustalono (tam, gdzie było to możliwe) grupy społeczne, klasy cen, wysokość zarobków, specyficzne profile wymagań potencjalnych klientów. Wyniki analizy przedstawiono w tabelach.

Tabela 10. Grupy społeczne konsumentów i potencjalni kooperanci

Nisza	Grupa społeczna	Potencjalni kooperanci/zleceniodawcy
Usługi remontowo-budowlane	Przedsiębiorcy.	Firmy usługowe. Firmy wszystkich klas wielkości. Firmy prywatne. Firmy zajmujące się budownictwem.
Usługi sprzątnia/porządkowe i ogrodnicze	Przedsiębiorcy. Osoby starsze.	Firmy usługowe. Firmy wszystkich klas wielkości. Firmy prywatne i publiczne. Firmy zajmujące się edukacją, leśnictwem, weterynarią, firmy produkcyjne i obiekty noclegowe.
Kawiarnie/restauracje	Osoby ze wszystkich grup społecznych.	-
Handel produktami przetwórstwa mięsnego	Rodziny 3-4 osobowe. Osoby starsze.	-
Produkcja wyrobów piekarniczych	Osoby ze wszystkich grup społecznych.	-
Hodowla zwierząt/przetwórstwo mięsne	Rodziny 3-4 osobowe. Osoby starsze.	-

Tabela 11. Wysokość zarobków konsumentów i klasy cen kooperantów

Nisza	Wysokość zarobków konsumentów	Klasy cen – kooperanci/zleceniodawcy
Usługi remontowo-budowlane	-	Skłonni zapłacić więcej. Przekonać do kooperacji mogą: jakość usług; dodatkowe gratyfikacje.
Usługi sprzątnia/porządkowe i ogrodnicze	Osoby o zróżnicowanym dochodzie.	Skłonni zapłacić cenę adekwatną do jakości. Przekonać do kooperacji mogą: jakość usług; cena usług; dodatkowe gratyfikacje.
Kawiarnie/restauracje	Osoby o zróżnicowanym dochodzie.	-
Handel produktami przetwórstwa mięsnego	Osoby o zróżnicowanym dochodzie.	-
Produkcja wyrobów piekarniczych	Osoby o zróżnicowanym dochodzie.	-
Hodowla zwierząt/przetwórstwo mięsne	Osoby o zróżnicowanym dochodzie.	-

Tabela 12. Specyficzne profile wymagań konsumentów

Nisza	Specyficzne profile wymagań - konsumenci
Usługi remontowo-budowlane	-
Usługi sprzątnia/porządkowe i ogrodnicze	<p>Przywiązują wagę do: marki; możliwości gwarancji; posiadania certyfikatu jakości.</p> <p>Na wybór wpływa: przynależność do określonej grupy docelowej.</p>
Kawiarnie/restauracje	<p>Przywiązują wagę do: możliwości gwarancji; jakości produktu/usługi; posiadania certyfikatu jakości.</p> <p>Na wybór wpływa: presja środowiska; przynależność do określonej grupy docelowej.</p>
Handel produktami przetwórstwa mięsnego	<p>Przywiązują wagę do: możliwości gwarancji; marki; jakości produktu/usługi.</p>
Produkcja wyrobów piekarniczych	<p>Przywiązują wagę do: jakości produktu/usługi; kwalifikacji obsługi; pochodzenia; możliwości gwarancji.</p> <p>Na wybór wpływa: przynależność do określonej grupy docelowej.</p>
Hodowla zwierząt/przetwórstwo mięsne	<p>Przywiązują wagę do: możliwości gwarancji; marki; jakości produktu/usługi.</p>

SPIS RYSUNKÓW I TABEL

Rysunek 1. Ludność powiatu	7
Rysunek 2. Ludność w latach 2012-2016	8
Rysunek 3. Liczba podmiotów gospodarczych w powiecie w okresie II kwartał 2012-II kwartał 2017.....	10
Rysunek 4. Liczba podmiotów gospodarczych w powiecie piskim w podziale na gminy.....	11
Rysunek 5. Liczba bezrobotnych w powiecie piskim	14
Rysunek 6. Stopa bezrobocia w kraju, województwie i powiecie	15
Rysunek 7. Struktura osób bezrobotnych w województwie i powiecie w podziale na wiek ...	16
Rysunek 8. Struktura osób bezrobotnych w województwie i powiecie ze względu na wykształcenie.....	17
Rysunek 9. Staż pracy osób bezrobotnych w powiecie i województwie	18
Rysunek 10. Czas pozostawania bez pracy osób bezrobotnych w powiecie i województwie .	19
Rysunek 11. Dochody z budżetu powiatu na jednego mieszkańca w porównaniu do średniej z województwa.....	21
Rysunek 12. Wydatki z budżetu na jednego mieszkańca w porównaniu do średniej wojewódzkiej.....	22
Rysunek 13. Udział osób korzystających ze środowiskowej pomocy społecznej w ludności ogółem	23
Rysunek 14. Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w powiecie i województwie.....	24
Rysunek 15. Branże, w których dostęp do produktów/usług jest na terenie powiatu utrudniony	33
Rysunek 16. Czynniki, które wpływają na wybór produktów/usług przez mieszkańców	39
Rysunek 17. Czynniki, które wpływają na wybór produktów/usług wg przedsiębiorców.....	40
Rysunek 18. Potrzeby zaspokajane wyborem produktów/usług oferowanych przez badanych przedsiębiorców	41
Rysunek 19. Elementy stylu życia konsumentów, które - zdaniem przedsiębiorców - wpływają na wybór ich produktów/usług.....	42
Rysunek 20. Nisze rynkowe, w których funkcjonują badane podmioty	46

Rysunek 21. Średni odsetek klientów wśród ogółu klientów wg wybranych grup	47
Rysunek 22. Odsetki przedsiębiorstw zlecających usługi na zewnątrz, tj. innym firmom	50
Rysunek 23. Odsetki przedsiębiorstw pragnących zlecać usługi na zewnątrz w przyszłości ..	51
Rysunek 24. Skłonność przedsiębiorców do zlecenia usług podmiotowi zatrudniającemu osoby bezrobotne i zagrożone wykluczeniem społecznym	52
Rysunek 25. Czynniki, które mogłyby skłonić przedsiębiorstwa do nawiązania współpracy z podmiotami ekonomii społecznej	53
Tabela 1. Saldo migracji w latach 2012 – 2016	9
Tabela 2. Zameldowania i wymeldowania w gminach powiatu piskiego	9
Tabela 3. Podmioty gospodarcze według sekcji PKD	12
Tabela 4. Podmioty gospodarcze powiatu w podziale na wielkość	13
Tabela 5. Osoby bezrobotne w szczególnej sytuacji na rynku pracy	20
Tabela 6. Wskaźniki poszczególnych gmin	31
Tabela 7. Badane grupy konsumentów	32
Tabela 8. Aspekty, na które zwracają uwagę mieszkańcy podczas wyboru produktu/usługi ..	38
Tabela 9. Ocena instrumentów/zasobów konkurencji będących do dyspozycji badanych przedsiębiorców	47
Tabela 10. Grupy społeczne konsumentów i potencjalni kooperanci	55
Tabela 11. Wysokość zarobków konsumentów i klasy cen kooperantów	56
Tabela 12. Specyficzne profile wymagań konsumentów	57