

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

Raport cząstkowy – powiat ełcki



**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.

SPIS TREŚCI

WPROWADZENIE	4
NOTA METODOLOGICZNA.....	5
ANALIZA DANYCH ZASTANYCH.....	7
ANALIZA STRONY POPYTOWEJ	34
OKREŚLENIE OTOCZENIA KONKURENCYJNEGO	51
ANALIZA ZIDENTYFIKOWANYCH NISZ W ODNIESIENIU DO SEGMENTÓW RYNKU.....	62
SPIS RYSUNKÓW I TABEL	65

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 ełckiego.

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 oraz 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:

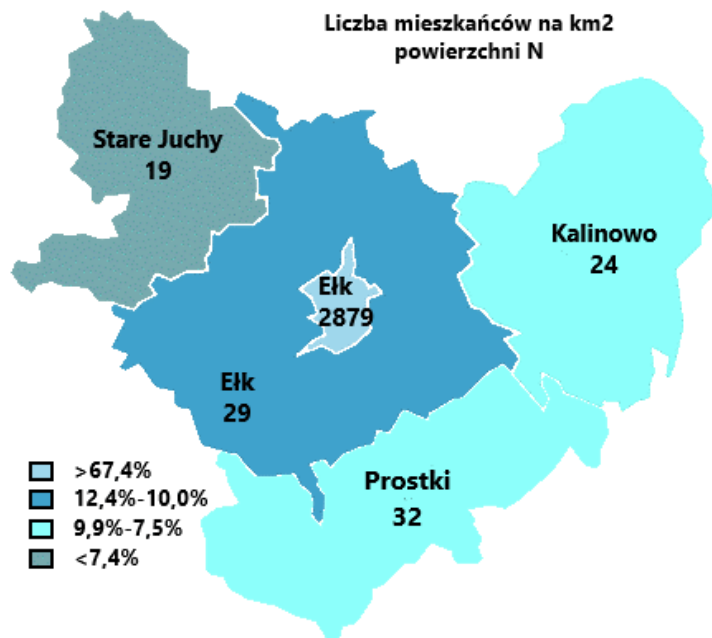
- 120 dorosłych mieszkańców powiatu ełckiego dobranych do badania ilościowego (CATI) w sposób kwotowy,
- 54 przedsiębiorców, których działalność zarejestrowana jest na terenie powiatu ełckiego dobranych do badania ilościowego (CATI) w sposób kwotowy,
- 1 przedstawiciel jednostki samorządu terytorialnego 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, począwszy od pytań najmniej angażujących respondenta i nie wywołujących 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, odczytywano je ponownie oraz objaśniano 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 ełckiego wyniosła na koniec 2016 roku około **90 584 osób**, w tym nieco ponad połowę (**50,9%**) stanowiły kobiety. Średnia gęstość zaludnienia w powiecie jest wyższa od średniej w województwie – wynosi 80,9 osób na 1 km², podczas gdy średnia dla województwa warmińsko-mazurskiego wynosi 60 osób. Największa gęstość zaludnienia występuje w mieście Ełku (2879 osób na km²), które zamieszkuje około 67,4% ogółu mieszkańców powiatu. W gminie Prostki gęstość zaludnienia wynosi 32 os./km². Mniejszą gęstością zaludnienia charakteryzują się następujące gminy: Ełk (29 os./km²), Kalinowo (24 os./km²), Stare Juchy (19 os./km²). Udział mieszkańców gmin w ogólnej liczbie mieszkańców powiatu kształtuje się w przypadku pozostałych gmin na poziomie nie mniejszym niż 4,3%. W tym przedziale znalazły się: Ełk (12,4%), Prostki (8,2%), Kalinowo (7,6%), Najmniejszy odsetek ludności powiatu zamieszkuje Stare Juchy (4,3%). Omawiane informacje znajdują się na rysunku nr 1.

Rysunek 1. Ludność powiatu

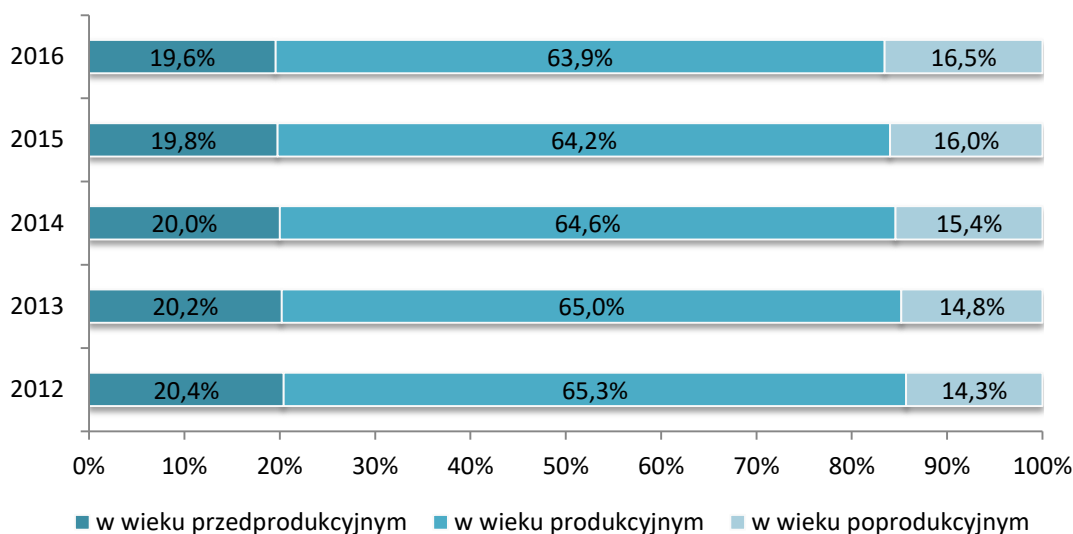


Na podstawie danych z BDL

W powiecie ełckim liczba mieszkańców nieznacznie wzrosła o 504 osoby, w porównaniu do 2015 roku. Największy wzrost odnotowany został w mieście Ełk (o 612 mieszkańców, tj. o 1,0%), w gminie Ełk (o 54 osoby, tj. o 0,5%) oraz w gminie Prostki (o 4 osoby, tj. o 0,1%). Do spadku w liczbie ludności doszło w gminie Kalinowo (o 134 osoby, tj. 2,0%) oraz w gminie Stare Juchy (o 32 osoby, tj. 0,8%).

Około 63,9% mieszkańców powiatu ełckiego 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, malał natomiast odsetek ludności w wieku przedprodukcyjnym. Obserwowane zjawisko starzenia się społeczeństwa stanowi odzwierciedlenie trendu ogólnokrajowego. Strukturę wieku mieszkańców powiatu ełckiego ilustruje poniższy rysunek.

Rysunek 2. Ludność w latach 2012-2016



Na podstawie danych z BDL

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 ełckim od 2012 roku saldo migracji było dodatnie.** Oznacza to, że więcej osób napływało na ten teren niż z niego odpływało. **Dominującą formą migracji były wymeldowania do miast.** Łącznie w analizowanym okresie w wyniku migracji liczba mieszkańców powiatu ełckiego zwiększyła się o 622 osoby.

W podziale na gminy, największy spadek liczby ludności łącznie od 2012 do 2016 r. odnotowano w gminach: Kalinowo (spadek o 166 osób), Prostki (spadek o 129 osób) oraz Stare Juchy (spadek o 92 osoby). Największy wzrost odnotowany został w gminach takich jak: miasto Ełk (wzrost o 715 osób) oraz gminie Ełk (wzrost o 294 osoby). Omawiane dane przedstawione zostały w tabeli nr 1.

Tabela 1. Saldo migracji w latach 2012 – 2016

Nazwa	2012	2013	2014	2015	2016	ogółem
Powiat ełcki	190	77	119	0	236	622
miasto Ełk	198	50	151	0	316	715
Ełk	64	78	94	0	58	294
Kalinowo	-13	4	-64	0	-93	-166
Prostki	-36	-40	-44	0	-9	-129
Stare Juchy	-23	-15	-18	0	-36	-92

Na podstawie danych z BDL

Szczegółowy rozkład liczby osób, które zameldowały i wymeldowały się w latach 2012 – 2016 w poszczególnych gminach powiatu ełckiego oraz łącznie przedstawia poniższa tabela. Największy ruch osób (zameldowania plus wymeldowania) w powiecie wystąpił w latach 2012 i 2013 – łącznie zameldowało się i wymeldowało odpowiednio 2246 i 2299 osób.

Tabela 2. Zameldowania i wymeldowania w gminach powiatu ełckiego

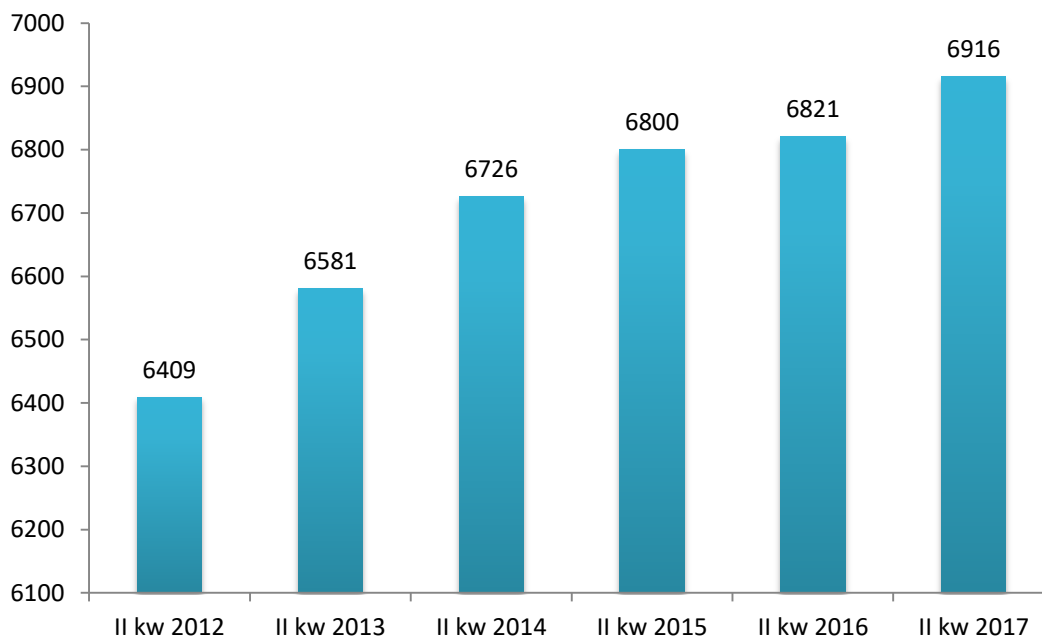
Nazwa	zameldowania ogółem					wymeldowania ogółem				
	2012	2013	2014	2015	2016	2012	2013	2014	2015	2016
Powiat ełcki	1218	1188	1171	0	1219	1028	1111	1052	0	983
miasto Ełk	791	726	754	0	817	593	676	603	0	501
Ełk	245	253	263	0	242	181	175	169	0	184
Kalinowo	96	92	49	0	45	109	88	113	0	138
Prostki	57	84	73	0	77	93	124	117	0	86
Stare Juchy	29	33	32	0	38	52	48	50	0	74

Na podstawie danych z BDL

Na koniec pierwszego półrocza 2017 roku w rejestrze REGON powiatu ełckiego zarejestrowanych było 6916 podmiotów gospodarczych, z czego 95,4% podmiotów należało do sektora prywatnego. Na przestrzeni lat 2012 – 2017 liczba jednostek gospodarczych w powiecie systematycznie wzrastała. Największy wzrost odnotowano w końcu pierw-

szego półrocza roku 2013 (o 172 podmioty, tj. 2,7%). Szczegółowe dane ilustruje rysunek nr 3.

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

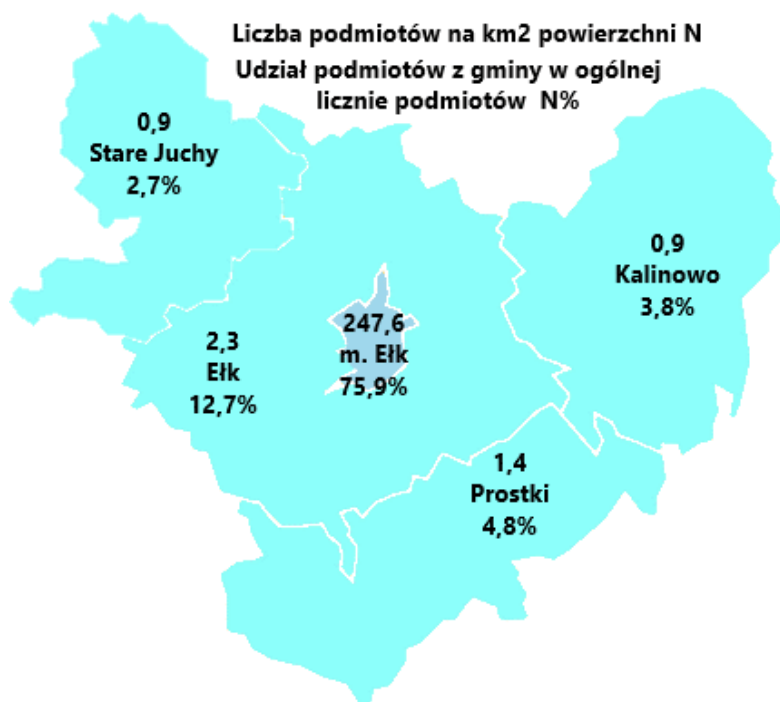


Na podstawie danych z BDL

Rozkład liczby podmiotów zarejestrowanych w powiecie jest zróżnicowany w obrębie poszczególnych gmin. **Na ich tle wyróżnia się miasto Ełk, gdzie przypada największa liczba podmiotów gospodarczych (5200 j. gospodarczych).** Ełk charakteryzuje się również największą koncentracją jednostek gospodarczych na km² powierzchni (247,6 j. gosp./km²). W pozostałych gminach funkcjonuje mniej podmiotów. W gminie Ełk zarejestrowanych jest 880 j. gospodarczych (2,3 j. gosp./km²), w gminie Prostki funkcjonuje 329 podmiotów (1,4 j. gosp./km²), a w gminie Kalinowo działa 260 podmiotów (0,9 j. gosp./km²). Najmniej podmiotów funkcjonuje w gminie Stare Juchy (183 podmioty, tj. 0,9 j. gosp./ km²).

Warto jednocześnie zauważyć, że w całym powiecie rozpatrywanym ogółem koncentracja podmiotów wynosi 6,2 j. gospodarczych na 1 km². Dane dotyczące liczby podmiotów gospodarczych w powiecie ełckim w podziale według gmin ilustruje poniższy rysunek.

Rysunek 4. Liczba podmiotów gospodarczym w powiecie ełckim w podziale na gminy



Na podstawie danych z BDL

Głównym obszarem działalności podmiotów gospodarczych w powiecie ełckim jest handel hurtowy i detaliczny oraz naprawa pojazdów samochodowych (sekcja G). Ten rodzaj działalności prowadzi około 20,5% podmiotów w powiecie. Następnie 14,3% firm działa w obszarze budownictwa (sekcja F), a 8,6% przedsiębiorstw zajmuje się działalnością w ramach połączonych sekcji S i T (pozostała działalność usługowa i gospodarstwa domowe zatrudniające pracowników). Około 7,8% przedsiębiorstw działa w związanej obsłudze rynku nieruchomości (sekcja L), a 7,7% firm zajmuje się opieką zdrowotną i pomocą społeczną. Należy zauważyć ponadto, że ponad 7,0% przedsiębiorstw zajmuje się jeszcze: działalnością w zakresie transportu i magazynowania – sekcja H (7,5%) oraz działalnością profesjonalną naukową i techniczną (sekcja M - 7,3%). W pozostałych sekcjach funkcjonuje mniej niż 7,0% podmiotów.

W powiecie ełckim w 11 głównych obszarach działalności liczba przedsiębiorstw wzrosła w ciągu ostatniego roku. Najwięcej podmiotów – licząc w liczbach bezwzględnych – przybyło

w sekcji F – budownictwo (wzrost o 33 podmioty). Z kolei największy procentowy wzrost odnotowano w sekcji D – wytwarzanie i zaopatrywanie w energię elektryczną, gaz, parę wodną, gorącą wodę i powietrze do układów klimatyzacyjnych (o 40,0%, tj. 4 podmioty). Spadek liczby przedsiębiorstw odnotowano wyłącznie w 6 głównych obszarach działalności. Największy – liczony w liczbach bezwzględnych – dotyczył sekcji G – handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle (36 podmiotów, tj. 2,5%). Natomiast największy procentowy spadek odnotowano w sekcji B – górnictwo i wydobywanie (10,0%, tj. 1 podmiot). Należy także zauważyć, że w 2 sekcjach liczba podmiotów nie zmieniła się w ciągu ostatniego roku. Są to: sekcja O – administracja publiczna i obrona narodowa; obowiązkowe zabezpieczenia społeczne oraz sekcja N – działalność w zakresie administrowania i działalność wspierająca. Ogółem w powiecie elckim liczba podmiotów zwiększyła się o 95 tj. 1,4%. 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	164	2,4%	-8	-4,7%
Sekcja B	9	0,1%	-1	-10,0%
Sekcja C	466	6,8%	14	3,1%
Sekcja D	14	0,2%	4	40,0%
Sekcja E	27	0,4%	-1	-3,6%
Sekcja F	986	14,3%	33	3,5%
Sekcja G	1413	20,5%	-36	-2,5%
Sekcja H	516	7,5%	21	4,2%
Sekcja I	189	2,7%	-1	-0,5%
Sekcja J	126	1,8%	6	5,0%
Sekcja K	209	3,0%	5	2,5%
Sekcja L	536	7,8%	18	3,5%
Sekcja M	504	7,3%	-7	-1,4%
Sekcja N	161	2,3%	0	0,0%
Sekcja O	46	0,7%	0	0,0%
Sekcja P	288	4,2%	11	4,0%
Sekcja Q	531	7,7%	7	1,3%
Sekcja R	126	1,8%	4	3,3%
Sekcje S i T	596	8,6%	29	5,1%
ogółem	6916	100,0%	95	

Na podstawie danych z BDL

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

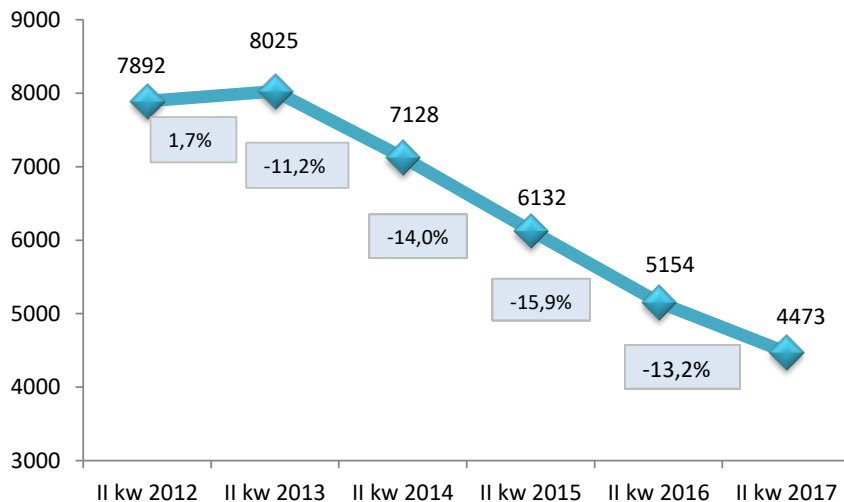
Tabela 4. Podmioty gospodarcze powiatu w podziale na wielkość

Klasa wielkości podmiotu	Liczba podmiotów	Odsetek podmiotów	Zmiana w ciągu roku	Zmiana procentowa w ciągu roku
0-9	6630	95,9%	95	1,5%
od 10 do 49	221	3,2%	0	0,0%
50-249	62	0,9%	0	0,0%
od 250 do 999	2	0,0%	0	0,0%
powyżej 1000	1	0,0%	0	0,0%
Ogółem	6916	100,0%	95	1,4%

Na podstawie danych z BDL

Na koniec I-go półrocza 2017 roku w powiecie ełckim zarejestrowane były 4473 osoby bezrobotne, z czego 55,2% stanowiły kobiety. Od końca I-go półrocza 2012 roku do I-go półrocza 2013 roku zauważalny jest niewielki trend wzrostowy liczby bezrobotnych (o 133 osoby). Od tego momentu obserwowany jest stały spadek w liczbie bezrobotnych. Od końca I-go półrocza 2013 roku do końca I-go półrocza 2017 roku liczba osób bezrobotnych zmniejszyła się o 3552 osoby. Szczegółowe dane przedstawione zostały na poniższym rysunku.

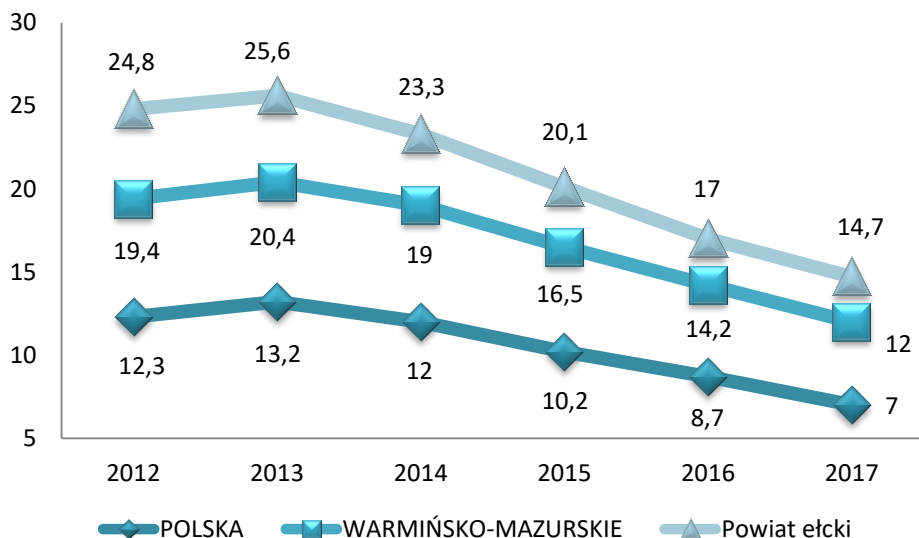
Rysunek 5. Liczba bezrobotnych w powiecie ełckim



Na podstawie danych z BDL

Stopa bezrobocia rejestrowanego w powiecie ełckim, wyniosła w I półroczu 2017 roku 14,7 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 niewielki wzrost stopy bezrobocia na terenie powiatu - łącznie o 0,8 pkt procentowego. Od I-go półrocza 2013 roku obserwowany jest stały spadek w stopie bezrobocia. Spadek ten stanowił odzwierciedlenie tendencji dla całego województwa oraz kraju. Od końca I-go półrocza 2013 roku do końca omawianego okresu poziom bezrobocia w powiecie zmalał o 10,9 pkt procentowych, w tym samym okresie w województwie warmińsko-mazurskim spadek wyniósł 8,4 pkt proc., a w kraju 6,2 pkt proc.

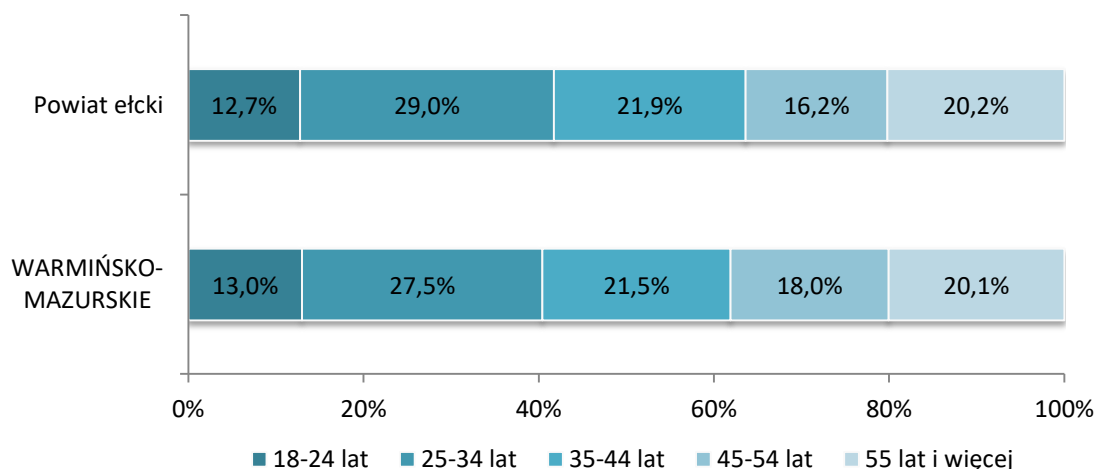
Rysunek 6. Stopa bezrobocia w kraju, województwie i powiecie



Na podstawie danych z BDL

Na tle województwa, powiat elcki charakteryzuje się nieco wyższym udziałem wśród bezrobotnych, osób młodych w wieku 18 – 34 lata. Odsetek osób młodych w powiecie wynosi 41,7%, w województwie kształtuje się natomiast na poziomie 40,5% ogółu zarejestrowanych bezrobotnych. Odsetek osób w wieku 35 – 54 lata większy jest natomiast w województwie (39,5% ogółu), a w powiecie wynosi on 38,1%. Odsetek osób z najstarszej grupy wiekowej – 55 i więcej lat – większy jest w powiecie, gdzie wynosi 20,2%. W województwie kształtuje się on na poziomie 20,1%. Rozkład wieku bezrobotnych w powiecie oraz w województwie przedstawiono na rysunku nr 7.

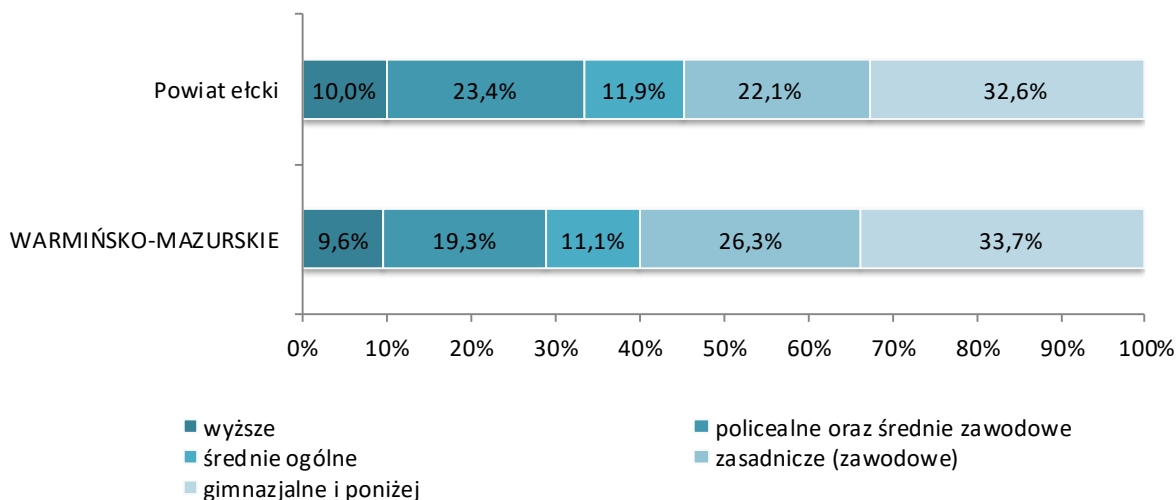
Rysunek 7. Struktura osób bezrobotnych w województwie i powiecie w podziale na wiek



Na podstawie danych z BDL

Wśród zarejestrowanych na terenie powiatu bezrobotnych najliczniejszy udział mają osoby o wykształceniu gimnazjalnym i niższym – 32,6% ogółu (odsetek w przypadku województwa wynosi 33,7%). Nieco niższy udział w ogólnej liczbie zarejestrowanych mają osoby z wykształceniem zasadniczym zawodowym – 22,1% w przypadku powiatu ełckiego oraz 26,3% w przypadku województwa. Mniejszy odsetek stanowią osoby z wykształceniem policealnym oraz średnim zawodowym – 23,4% ogółu w powiecie ełckim (odsetek w województwie jest niższy i wynosi 19,3%). Z kolei z wykształceniem średnim ogólnym w powiecie zarejestrowanych jest 11,9% osób - odsetek w przypadku województwa jest nieco mniejszy (11,1%). Osoby z wykształceniem wyższym stanowią wyłącznie 10,0% zarejestrowanych bezrobotnych z terenu powiatu (w województwie stanowią oni 9,6%). Dane obrazujące strukturę bezrobotnych w powiecie ełckim oraz w województwie w podziale ze względu na wykształcenie ilustruje rysunek nr 8.

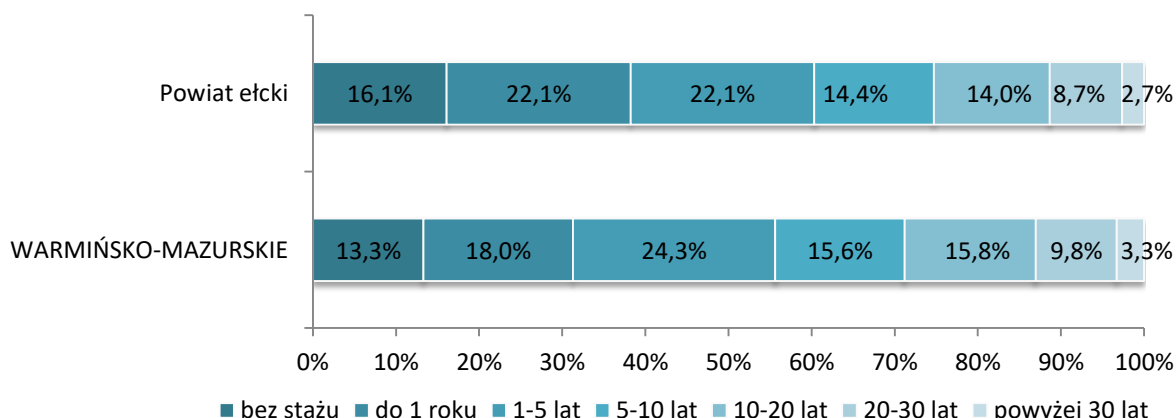
Rysunek 8. Struktura osób bezrobotnych w województwie i powiecie ze względu na wykształcenie



Na podstawie danych z BDL

W powiecie elckim bezrobotni posiadający krótki staż pracy (do 1 roku) lub nieposiadający go w ogóle stanowią 38,2% ogółu zarejestrowanych. Odsetek ten jest nieco wyższy niż w przypadku całego województwa warmińsko-mazurskiego, gdzie wynosi on 31,3%. Około 22,1% bezrobotnych w powiecie posiada staż pracy od 1 do 5 lat (w województwie – 24,3%). Osoby posiadające staż pracy wynoszący 5 – 20 lat stanowią 28,4% zarejestrowanych bezrobotnych w powiecie (w województwie – 31,4%). Natomiast staż pracy przekraczający 20 lat dotyczy 11,4% bezrobotnych w powiecie oraz 13,1% zarejestrowanych bezrobotnych w województwie. Dane szczegółowe ilustruje rysunek nr 9.

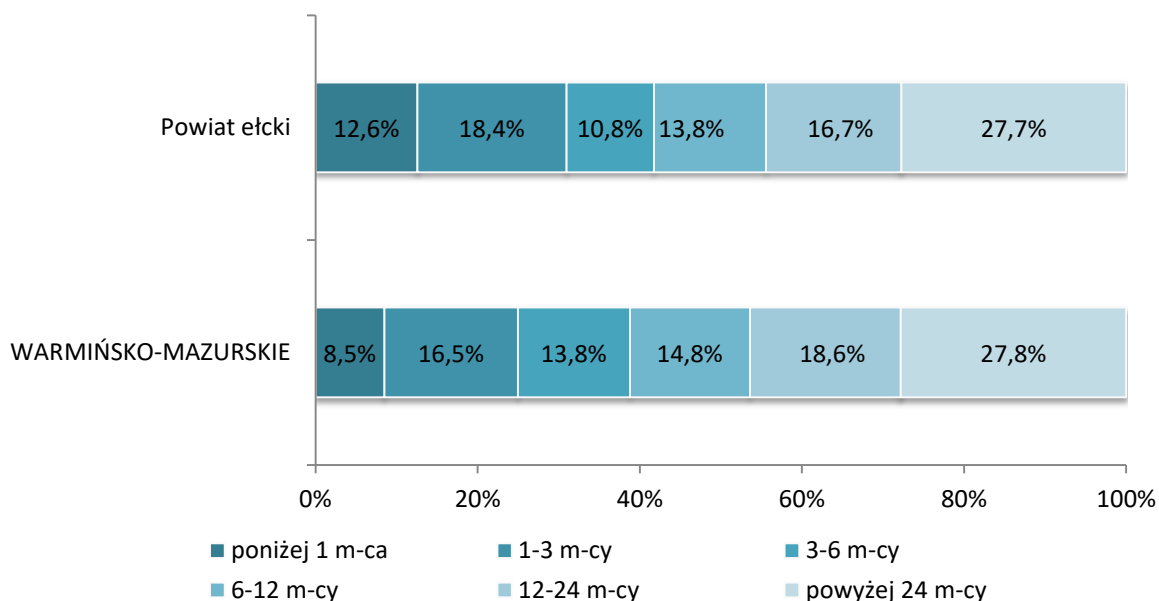
Rysunek 9. Staż pracy osób bezrobotnych w powiecie i województwie



Na podstawie danych z BDL

Istotnym czynnikiem charakteryzującym kondycję lokalnego rynku pracy jest również czas pozostawania przez osoby bezrobotne bez zatrudnienia. **Okolo 41,8% bezrobotnych w powiecie ełckim pozostaje bez zatrudnienia przez okres nieprzekraczający sześciu miesięcy. Dla województwa warmińsko-mazurskiego odsetek ten jest wyraźnie niższy i kształtuje się na poziomie 38,8%.** Odsetek pozostających bez pracy od 6 do 12 miesięcy jest za to niższy w powiecie – stanowi 13,8% (w województwie 14,8%). W powiecie odsetek bezrobotnych pozostających bez pracy od 12 do 24 miesięcy jest również mniejszy niż w przypadku województwa i wynosi 16,7% (w województwie 18,6%). Z kolei osoby pozostające bez zatrudnienia powyżej 24 miesięcy w powiecie stanowią 27,7%, podczas gdy w województwie – 27,8% ogółu zarejestrowanych. Rozkład danych dotyczących czasu pozostawania bez pracy przez bezrobotnych z terenu powiatu ełckiego oraz województwa warmińsko-mazurskiego ilustruje rysunek nr 10.

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



Na podstawie danych z 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. **84,7% spośród ogółu bezrobotnych zarejestrowanych w Powiatowym Urzędzie Pracy na koniec czerwca 2017 r. kwalifikuje się do grupy znajdujących się w szczególnej sytuacji na rynku pracy.** Wśród nich najwięcej było osób długotrwale bezrobotnych (stanowiły 57,3% ogółu wszystkich bezrobotnych) oraz osób powyżej 50 roku życia (28,8%). Osoby poniżej 30 roku życia stanowiły około 27,0% ogółu bezrobotnych, podczas gdy odsetek osób, które wychowywały co najmniej jedno dziecko do 6 roku życia wynosił 16,6%. Do najmniej licznych grup osób bezrobotnych w szczególnej sytuacji na rynku pracy należały osoby niepełnosprawne (280 osób, tj. 6,3% ogółu bezrobotnych) oraz osoby posiadające co najmniej jedno dziecko niepełnosprawne do 18 roku życia (10 osób, tj. 0,2% ogółu bezrobotnych zarejestrowanych w powiecie).

W skali roku odnotowano znaczący spadek liczby bezrobotnych w szczególnej sytuacji na rynku pracy w większości z wyszczególnionych grup. Największy (około 37,5%) spadek odnotowano wśród osób wychowujących co najmniej jedno dziecko niepełnosprawne do 18 roku życia. W gronie długotrwale bezrobotnych spadek kształtował się na poziomie

15,8%. Natomiast wśród osób, które nie ukończyły 30 lat spadek wyniósł około 14,6%. Liczba osób powyżej 50 roku życia zmniejszyła się o 12%, natomiast liczba osób niepełnosprawnych uległa zmniejszeniu o 8,2%. Do najmniejszego spadku doszło wśród osób wychowujących co najmniej jedno dziecko do 6 roku życia – o 3,6%. Ogółem liczba osób bezrobotnych w szczególnej sytuacji na rynku pracy zmniejszyła się o 14,2%. Zestawienie danych dotyczących poszczególnych grup bezrobotnych znajdujących się w szczególnej sytuacji na rynku pracy prezentuje tabela nr 5.

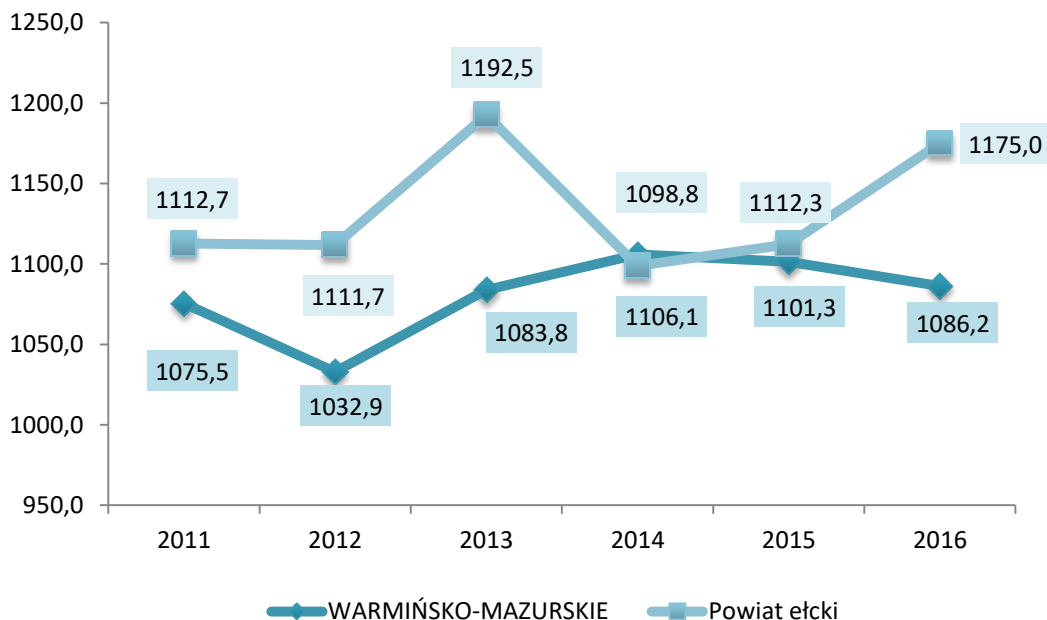
Tabela 5. Osoby bezrobotne będące w szczególnej sytuacji na rynku pracy

grupa bezrobotnych	bezrobotni zarejestrowani ogółem	procentowy udział	zmiana w ciągu roku	zmiana w procentach
do 30 roku życia	1209	27,0%	-206	-14,6%
w tym do 25 roku życia	570	12,7%	-105	-15,6%
długotrwale bezrobotni	2563	57,3%	-480	-15,8%
powyżej 50 roku życia	1289	28,8%	-176	-12,0%
posiadające co najmniej jedno dziecko do 6 lat	743	16,6%	-28	-3,6%
posiadające co najmniej jedno dziecko niepełnosprawne do 18 lat	10	0,2%	-6	-37,5%
niepełnosprawni	280	6,3%	-25	-8,2%
ogółem	3788	84,7%	-627	-14,2%

Na podstawie danych z Powiatowego Urzędu Pracy w Elku

W ramach analizy danych zastanych rozpatrywano również kwestię dochodów i wydatków pochodzących z budżetu powiatu elckiego. **Powiat elcki charakteryzuje się wyższym poziomem dochodów w przeliczeniu na jednego mieszkańca niż wynosi średnia dla całego województwa warmińsko-mazurskiego.** Dochody budżetu powiatu w latach 2011 – 2016 ulegały znacznym wahaniom, jednakże za wyjątkiem 2014 roku były wyższe niż średnia wojewódzka. Szczegółowa ilustracja omawianych danych znajduje się na rysunku poniżej.

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



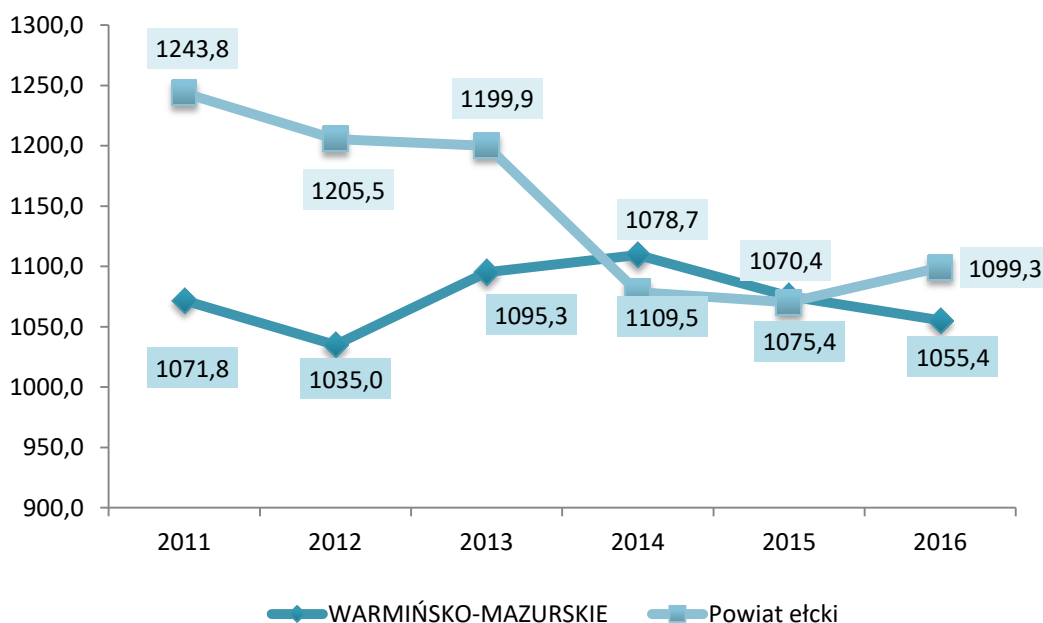
Na podstawie danych z BDL

Wydatki pochodzące z budżetu powiatu i przeliczone na jednego mieszkańca są również wyższe niż średnia dla całego województwa warmińsko-mazurskiego. Wartość wydatków na jednego mieszkańca ulegała spadkowi w latach 2011-2015, po czym odnotowany został nieznaczny wzrost. Szczegółowe dane przedstawiono na rysunku nr 12.

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 22,8% ogółu wydatków, podczas gdy dochody z tego tytułu w omawianym okresie kształtowały się na poziomie 15,7% ogółu dochodów¹.**

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

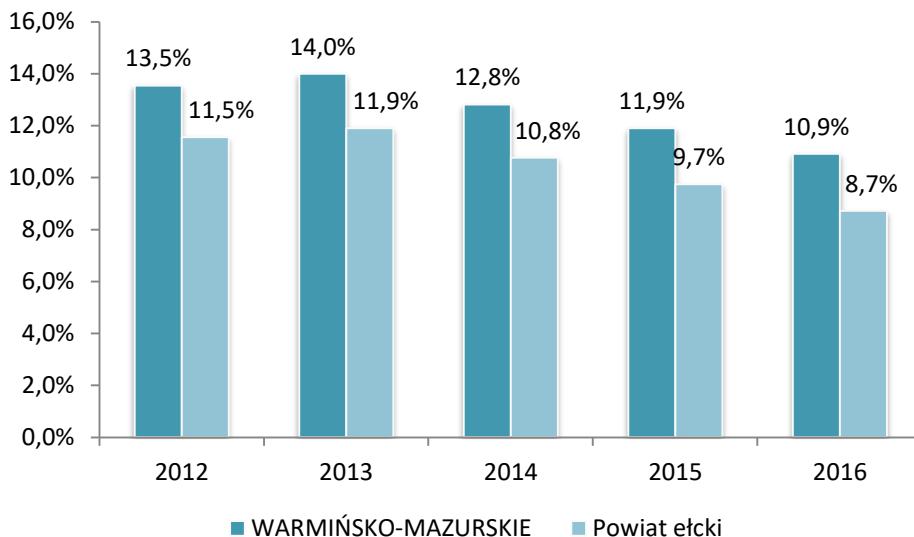
Rysunek 12. Wydatki budżetu na jednego mieszkańca w porównaniu do średniej wojewódzkiej



Na podstawie danych z BDL

Istotnym wskaźnikiem jest również udział osób korzystających ze środowiskowej pomocy społecznej w ludności ogółem. **Na przestrzeni lat 2012 – 2016 odsetek ludności powiatu ełckiego korzystającej ze środowiskowej pomocy społecznej był niższy niż ten sam odsetek dla województwa warmińsko-mazurskiego.** Zauważyć należy również, że omawiany odsetek wykazuje tendencję spadkową, co należy uznać za zjawisko pozytywne. Spadek jest odzwierciedleniem sytuacji w całym województwie. Omawiane dane zilustrowano na rysunku nr 13.

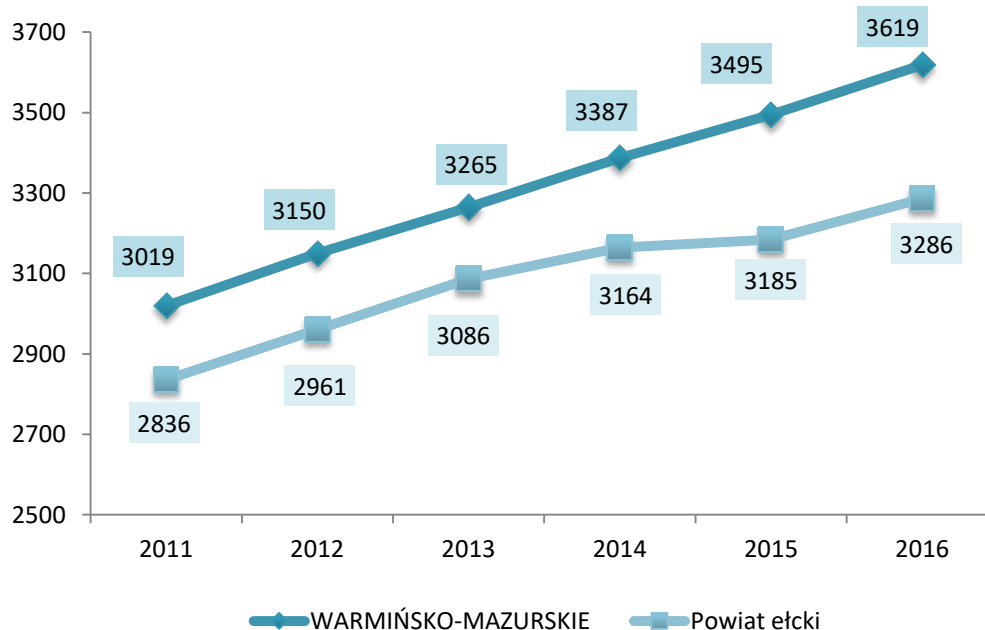
Rysunek 13. Udział osób korzystających ze środowiskowej pomocy społecznej w ludności ogółem (w procentach)



Na podstawie danych z BDL

Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto na koniec 2016 roku w powiecie elckim kształtowało się na poziomie 3286 zł i było niższe od średniej dla województwa o 333 zł. Na przestrzeni ostatnich pięciu lat przeciętny poziom wynagrodzenia systematycznie wzrastał. W latach 2011 – 2014 dynamika wzrostu w powiecie nie ustępowała dynamice obserwowanej w województwie, jednak po tym okresie wartość przeciętnego wynagrodzenia brutto w powiecie rośnie wolniej niż w skali całego województwa. Omawiane dane znajdują się na rysunku nr 14

Rysunek 14. Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w powiecie i województwie



Na podstawie danych z BDL

Zapotrzebowanie na zawody i umiejętności

W ocenie zapotrzebowania na zawody i umiejętności w powiecie ełckim 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:

- betoniarze i zbrojarze;
- kierownicy budowy;
- kierownicy sprzedaży;
- kosmetyczki;
- kierowcy autobusów;
- kierowcy samochodów ciężarowych i ciągników siodłowych;
- nauczyciele przedszkoli;

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

- operatorzy i mechanicy sprzętu do robót ziemnych;
- opiekunki dziecięce, osób starszych i niepełnosprawnych;
- pielęgniarki i położne;
- przedstawiciele handlowi;
- specjaliści elektroniki, automatyki i robotyki;
- szefowie kuchni i pomoce kuchenne;
- ślusarze.

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

- cukiernicy;
- filozofowie, historycy, politolodzy i kulturoznawcy;
- kierownicy ds. zarządzania i obsługi biznesu;
- nauczyciele przedmiotów ogólnokształcących;
- pedagodzy;
- pracownicy biur podróży i organizatorzy obsługi turystycznej;
- pracownicy ds. ochrony środowiska i BHP;
- rolnicy i hodowcy;
- technicy budownictwa.

Odczuwalny deficyt pracowników wynika przede wszystkim z braku osób z wysokimi kompetencjami, które w większości wymienionych zawodów można uzyskać jedynie poprzez studia wyższe lub kursy kończące się uzyskaniem odpowiedniego certyfikatu. Zmniejszenie liczby osób z grupy zawodów nadwyżkowych można osiągnąć poprzez polepszenie kwalifikacji osób bezrobotnych, w tym uzyskanie umiejętności obsługi nowoczesnych maszyn, znajomości procedur, trendów w danej dziedzinie. Zmniejszenie liczby nadwyżkowych zawodów można osiągnąć poprzez przekwalifikowanie na zawody z poszukiwanych branż.

Zintegrowana Strategia Rozwoju Ełckiego Obszaru Funkcjonalnego na lata 2014-2020 jest kompleksową programem dla całego powiatu ełckiego. Raport jest bardzo istotny z punktu widzenia problematyki niniejszego badania. Zdaniem twórców raportu podregion ełcki cechuje bardzo niski wskaźnik atrakcyjności inwestycyjnej dla działalności przemysłowej i dla działalności zaawansowanej technologicznie oraz niski wskaźnik atrakcyjności dla działalności

usługowej. Analizy atrakcyjności inwestycyjnej prowadzone w układzie powiatów (z województwa warmińsko-mazurskiego i podlaskiego) pokazują jednak, że atrakcyjność ogólna EOF jest dość dobra (ponadprzeciętna) oraz wysoka dla sekcji I (hotele i restauracje). Atrakcyjność ełckiego obszaru funkcjonalnego jest porównywalna z sąsiednimi obszarami i niższa od ośrodków regionalnych i subregionalnych. Najwięcej miejsc pracy na terenie EOF generują: rolnictwo, łowiectwo, leśnictwo, rybactwo, handel, naprawa pojazdów, transport, zakwaterowanie, gastronomia i komunikacja oraz pozostałe usługi.

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

- Cel I. Poprawa jakości życia i integracja społeczna

Cel ten ma zostać osiągnięty poprzez wspieranie rozwoju aktywności obywatelskiej społeczności zamieszkującej EOF. Ważną rolę w realizacji tego celu odegrać ma również rewitalizacja obszarów zdegradowanych zidentyfikowanych we wszystkich gminach EOF. Poprawa lokalnej jakości życia i wzrost integracji społecznej na terenie EOF nastąpi w rezultacie rozwoju usług i infrastruktury na rzecz przeciwdziałania wykluczeniu społecznemu grup szczególnie wrażliwych. Niezwykle istotną kwestią w realizacji tego celu będzie także rozbudowa oferty i wzrost jakości lokalnych usług społecznych skierowanych do wszystkich mieszkańców EOF.

- Cel II. Wzrost konkurencyjności gospodarki bazującej na lokalnych potencjałach

Osiągnięcie tego celu na obszarze EOF stanie się możliwe, dzięki stworzeniu warunków niezbędnych do poprawy atrakcyjności inwestycyjnej EOF, a także rozwojowi form wsparcia miejscowego biznesu. Wzrost konkurencyjności lokalnej gospodarki nastąpi jako efekt poprawy ich innowacyjności, co będzie stanowić jedno z istotnych zadań instytucji otoczenia okołobiznesowego na obszarze EOF. Ze względu na to, że większość gmin EOF ma charakter rolniczy, istotne w realizacji tego celu stanie się wspieranie rozwoju specjalistycznych gospodarstw rolnych. Ważnym elementem realizacji tego celu będzie także edukacja lokalnej spo-

łeczności w zakresie przedsiębiorczości i samozatrudnienia, obejmująca mieszkańców reprezentujących różne kategorie wiekowe.³

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 nieco miejsca poświęcić należy szczególnie zapisom rozdziału dziewiątego omawianego dokumentu.

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

- **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 specjalizacjami punkty styczne 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 zapo-

³ Zintegrowana Strategia Rozwoju Łódzkiego Obszaru Funkcjonalnego na lata 2014-2020

trzebowania na produkty i usługi powinno wpisywać się w założenia strategii dla całego województwa.

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

- sporty wodne, w tym: organizacja imprez sportowych, wypożyczalnie i sprzedaż sprzętu wodnego;
- przemysł rolno – spożywczy, w tym: hodowla ryb i innych organizmów wodnych, przetwarzanie i konserwowanie ryb, połów ryb;
- zakwaterowanie i odnowa biologiczna, 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, w tym: hodowla ryb i innych organizmów wodnych, pszczelarstwo;
- przetwórstwo spożywcze, 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, 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, w tym: produkcja wyrobów tartacznych, produkcja desek budowlanych, podłogowych, konstrukcji dachowych itp., leśnictwo i pozyskiwanie drewna, sprzedaż drewna;
- produkcja mebli, w tym: produkcja mebli biurowych, sklepowych, kuchennych, produkcja akcesoriów meblowych, tapicerstwo meblowe;

- produkcja innych wyrobów stolarskich, w tym: produkcja elementów drewnianych do ogrodów, usługi stolarskie;
- naprawa i konserwacja, w tym: konserwacja elementów drewnianych, renowacja mebli.

Na terenie powiatu węgorzewskiego działa 333 organizacje pozarządowych, z czego 66,7% jest zlokalizowane na terenie miasta Ełk. Najwięcej organizacji działa w ramach działań skupionych wokół sportu, rekreacji i turystyki – 97 organizacji (29,1%) oraz bezpieczeństwa i ratownictwa – 37 organizacji (11,1%). Wokół rozwoju lokalnego skupionych jest 31 organizacji (9,3%), a w obrębie kultury i sztuki 28 organizacji (8,4%). Z kolei 5,1% spośród organizacji pozarządowych prowadzi działalność gospodarczą⁴.

Zgodnie z *Raportem o stanie ekonomii społecznej w województwie warmińsko-mazurskim w 2016 r. w powiecie gołdapskim na szczególną uwagę zasługują*⁵:

- CIS w Ełku, Stowarzyszenie Inicjatyw Społeczno - Gospodarczych im. Króla Zygmunta Augusta

Stowarzyszenie Inicjatyw Społeczno-Gospodarczych im. Króla Zygmunta Augusta funkcjonuje od 1996 r.. Celem stowarzyszenia jest inspirowanie współpracy i działanie na rzecz rozwoju lokalnego, promocja wartości rodziny, przedsiębiorczości w sferze gospodarczej, społecznej i kulturalnej. Stowarzyszenie realizuje swoje cele poprzez:

- organizację spotkań, konferencji, sesji naukowych,
- prowadzenie działalności szkoleniowej,
- prowadzenie działalności wydawniczej i kolportażowej,
- organizację imprez kulturalnych, sportowo- turystycznych, oświatowych.

⁴ <http://bazy.ngo.pl/wyszukiwarka#>

⁵ http://warmia.mazury.pl/images/Departamenty/Regionalny_Osrodek_Polityki_Spoecznej/Ekonomia_spoeczna_na_WiM/Raport_o_stanie_ekonomii_spoecznej_w_2016_r.pdf

- CIS w Ełku, Stowarzyszenie Adelfi (Altercis)

W ramach Centrum Integracji Społecznej działa pracownia porządkowa, w ramach której:

1. Utrzymanie czystości w biurach, mieszkaniach, domach, blokach mieszkalnych, sklepach, hotelach, pensjonatach, szkołach itp.
2. Sprzątanie po remontach i po budowie.
3. Sprzątanie ekspresowe biura w nagłych przypadkach
4. Sprzątanie przed i po imprezach
5. Dodatkowe usługi min. mycie okien
6. Eko sprzątanie

- KIS w Prostkach, Gminny Ośrodek Pomocy Społecznej w Prostkach

Do zadań KIS należy reintegracja zawodowa i społeczna osób zagrożonych wykluczeniem społecznym (klientów Ośrodka), prowadzenie poradnictwa prawnego i psychologicznego oraz doradztwa zawodowego, organizowanie działań o charakterze terapeutycznym, aktywizowanie osób wykluczonych społecznie, tworzenie grup samopomocy, a także współpraca z przedsiębiorcami.

- Warsztat Terapii Zajęciowej Katolickie Stowarzyszenie Niepełnosprawnych Diecezji Ełckiej w Ełku

W ośrodku prowadzone są zajęcia dla osób niepełnosprawnych w dziesięciu różnych pracowniach takich jak: ceramiczna, krawiecka, modelarska, muzyczno-teatralna, plastyczna, pomocy biurowej, rehabilitacyjna, techniczna, tkacko-hafciarska oraz życia codziennego.

- Ośrodek Integracyjno-Szkoleniowy Dobra Siła w Starych Juchach

Ośrodek zajmuje się organizacją imprez, szkoleń, obozów, pikników, wizyt studyjnych, półkolonii, przyjęć okolicznościowych i zjazdów integracyjnych, wypoczynku dzieci i młodzieży (dziennego i wielodniowego).

Dodatkowo na terenie powiatu ełckiego działają takie podmioty jak:

- Fundacja Beatus Homo
- Spółdzielnia Socjalna „Warchlak”

Istotną rolę w rozwoju ekonomii społecznej w regionie pełnią również Lokalne Grupy Działania. Na terenie powiatu działa obecnie LGD „LIDER W EGO”, które jest stowarzyszeniem osób fizycznych działających na terenie powiatów ełckiego, gołdapskiego i oleckiego. Stowarzyszenie liczy 42 członków najbardziej aktywnych i zaangażowanych osób - liderów lokalnych z Subregionu EGO.⁶

Szczegółowych informacji na temat podmiotów ekonomii społecznej działających na obszarze podregionu ełckiego dostarczyła „Analiza nisz rynkowych dla podmiotów ekonomii społecznej w powiecie ełkim”. Należy jednak zauważyć, że projekt ten zrealizowany został w 2014 roku, a zatem zawarte w raporcie z badania dane uległy w pewnej mierze dezaktualizacji. W raporcie wyszczególnione zostały nisze rynkowe, które mogą zostać zagospodarowane przez Podmioty Ekonomii Społecznej. Wśród wyszczególnionych niszowych modeli biznesowych dla podmiotów ekonomii społecznej wymienione zostały następujące działalności:

- Usługi:
 - drobne usługi transportowe (transport towarów);
 - imprezy kulturalno-rozrywkowe;
 - usługi pielęgnacyjne skierowane do osób starszych;
 - agroturystyka;
 - organizacja imprez sportowych;
 - obsługa ruchu turystycznego (kursy żeglarskie, nauka windsurfingu, usługi sternicze);
 - projektowanie mebli;
 - naprawa, konserwacja i renowacja mebli oraz wyrobów drewnianych.
- Handel:
 - sprzedaż żywności ekologicznej.
- Produkcja
 - hodowla ryb;
 - pszczelarstwo;
 - uprawa warzyw i owoców.

⁶ <http://bip.powiat.elk.pl>

Analizę danych zastanych uzupełniono o ranking potencjału poszczególnych gmin powiatu ełckiego 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: Miasta Ełku, Ełku oraz Prostki. Z kolei relatywnie najgorzej ocenione zostały gminy: Kalinowo oraz Stare Juchy.

Tabela 6. Ranking potencjału powiatu

Wskaźniki - koniec 2016 r.	miasto Ełk	Ełk	Kalinowo	Prostki	Stare Juchy
Odsetek ludności do 25 roku życia	27,7%	30,2%	30,6%	31,5%	30,2%
Pozycja	5	3	2	1	3
Saldo migracji	316	58	-93	-9	-36
Pozycja	1	2	5	3	4
Ludność w wieku nieprodukcyjnym na 100 osób w wieku produkcyjnym	57,5	53,3	54,3	55,4	56,5
Pozycja	5	1	2	3	4
Pracujący w gminie w relacji do liczby mieszkańców w wieku produkcyjnym	37,2%	17,0%	7,0%	17,1%	6,9%
Pozycja	1	3	4	2	5
Udział bezrobotnych w liczbie ludności w wieku produkcyjnym	7,76%	14,53%	10,96%	9,70%	10,13%
Pozycja	1	5	4	2	3
Uczestnicy imprez organizowanych przez kluby, świetlice, domy i ośrodki kultury w relacji do liczby mieszkańców	52,0%	65,6%	10,2%	121,5%	155,2%
Pozycja	4	3	5	2	1
Nowo zarejestrowane podmioty gospodarki narodowej w relacji do liczby podmiotów gospodarczych ogółem	12,0%	10,4%	8,1%	10,3%	9,6%
Pozycja	1	2	5	3	4
Podmioty gospodarcze na 1 km kwadratowy powierzchni	247,6	2,3	0,9	1,4	0,9
Pozycja	1	2	4	3	4
Udział osób w gospodarstwach domowych korzystających ze środowiskowej pomocy społecznej w ludności ogółem	6,0%	9,8%	17,0%	17,6%	17,1%
Pozycja	1	2	3	5	4
Współczynnik skolaryzacji netto w szkołach podstawowych	93,4	68,2	80,3	72,7	54,81
Pozycja	1	4	2	3	5
Współczynnik skolaryzacji netto w gimnazjach	91,9	70,6	82,8	74,8	61,11

Wskaźniki - koniec 2016 r.	miasto Ełk	Ełk	Kalinowo	Prostki	Stare Juchy
Pozycja	1	4	2	3	5
Miejsca w przedszkolach w relacji do liczby ludności w wieku 3-6	75,6%	15,3%	0,0%	32,2%	31,0%
Pozycja	1	4	5	2	3
Liczba mieszkańców przypadająca na jeden budynek mieszkalny	23,0	4,5	5,5	6,3	4,3
Pozycja	5	2	3	4	1
Średnia pozycja	2,2	2,85	3,54	2,77	3,54
Ranking gmin wg potencjału w wybranych obszarach	1	2	4	3	4

Na podstawie danych z BDL

ANALIZA STRONY POPYTOWEJ

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

Tabela 7. Badane grupy konsumentów

Grupa konsumencka	Odsetek próby
Kobiety	56,7%
Mężczyźni	43,3%
Osoby w wieku 18-24	8,3%
Osoby w wieku 25-34	17,5%
Osoby w wieku 35-39	8,3%
Osoby w wieku 40-49	13,3%
Osoby w wieku 50+	52,6%
Rodziny 2 osobowe	27,5%
Rodziny 3-4 osobowe	40,8%
Rodziny 5 osobowe i więcej	8,3%
Osoby nieposiadające dzieci poniżej 18 roku życia	60,0%
Osoby posiadające najmłodsze dziecko w wieku 6-17 lat	20,0%
Osoby posiadające najmłodsze dziecko w wieku poniżej 6 lat	20,0%
Single przed zawarciem małżeństwa	6,7%
Single po wygaśnięciu małżeństwa	16,7%
Osoby z wykształceniem podstawowym/gimnazjalnym	12,5%
Osoby z wykształceniem zasadniczym zawodowym	11,7%
Osoby z wykształceniem średnim	43,3%
Osoby z wykształceniem wyższym	32,5%
Osoby z dochodem do 2500 zł netto	56,7%
Osoby z dochodem od 2501 do 5000 zł netto	20,0%
Osoby z dochodem powyżej 5000 zł netto	5,8%

Oprócz badania ilościowego, zrealizowane zostało badanie jakościowe, w którym wzięli udział przedstawiciele jednostek samorządu terytorialnego i podmiotów ekonomii społecznej. W badaniu uczestniczyło również 54 przedsiębiorców. Ich charakterystyka znajduje się w dalszej części opracowania.

Mieszkańców powiatu ełckiego w trakcie badania poproszono o wskazanie branż, w których istnieje w powiecie zbyt mało firm, przez co dostęp do ich usług/towarów jest ograniczony. Zdecydowanie najczęściej wymieniano działalność związaną z opieką zdrowotną i pomocą społeczną. Minimum 8,0% respondentów wskazało również: przetwórstwo przemysłowe, działalność związaną z kulturą, rozrywką i rekreacją, transport i gospodarkę magazynową, edukację, a także handel hurtowy i detaliczny, naprawę pojazdów. 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/produkty, z których chcieliby skorzystać, gdyby dostęp do nich nie był utrudniony np. przez brak podmiotów oferujących dany typ produktu/usługi. W obszarze opieki zdrowotnej i pomocy społecznej silnie odczuwana jest przede wszystkim słaba dostępność opieki medycznej i lekarzy specjalistów (30,8%). W kontekście poszukiwania nisz rynkowych dla przedsiębiorstw społecznych trudno w tym obszarze upatrywać zatem niszy dla przedsiębiorstwa społecznego.

13,3% badanych wskazało obszar przetwórstwa przemysłowego. Dostrzegano tutaj szczególnie **utrudniony dostęp do regionalnych/ekologicznych produktów przetwórstwa spożywczego, głównie owocowego i mlecznego (3,3%).**

Analiza wyników badania wykazała, że w branży związanej z kulturą, rozrywką i rekreacją odczuwany jest brak podmiotów oferujących możliwość wzięcia udziału w przedstawieniach teatralnych lub projekcjach filmowych (4,2%). Ponadto 2,5% badanych mieszkańców wskazało na brak rodzinnych parków rozrywki, a kolejne 2,5% oczekiwałoby pojawienia się podmiotu oferującego zaplecze sportowe.

Kolejnym często wskazywanym obszarem był transport i gospodarka magazynowa. Respondentom **najczęściej doskwiera tutaj ograniczony dostęp do usług przewozu osób, głównie usług samochodowych (9,2%)**. Brakuje zarówno połączeń lokalnych, jak i również dalekobieżnych. Wymienione obszar może stanowić przedmiot działalności przedsiębiorstwa społecznego.

11,7% mieszkańców powiatu ełckiego wskazało edukację. W omawianym obszarze respondentom doskwiera przede wszystkim **brak przedszkoli/podmiotów świadczących usługi opiekuńcze nad dziećmi (3,3%)** i uczelni wyższych (2,5%). Pierwszy z wymienionych aspektów został wzięty pod uwagę w dalszej części analizy

W obszarze handlu i naprawy pojazdów mieszkańcy wskazywali najczęściej na **niewielką liczbą sklepów odzieżowych i obuwniczych (3,3%)**.

Warto również odnotować, że spośród pozostałych branż najczęściej wskazywano na: brak podmiotów oferujących usługi informatyczne (3,3%), niewielką ilość podmiotów oferujących ubezpieczenia (2,5%), **niewielką liczbę firm oferujących usługi sprzątania/usługi ogrodnicze (2,5%)**. Niektóre z wymienionych obszarów wzięto pod uwagę podczas dalszych poszukiwań nisz rynkowych. Kierowano się zaś możliwością prowadzenia w nich działalności przez potencjalne przedsiębiorstwo społeczne.

Powyższe informacje uzupełnione muszą być odpowiedziami przedstawicieli lokalnych władz oraz podmiotów ekonomii społecznej. Przebadano dwóch przedstawicieli, którzy występowali w roli ekspertów. Respondenci również zastanawiali się nad potrzebami lokalnego rynku pracy, jednak skoncentrowali się na nieco innych jego elementach niż badani wcześniej mieszkańcy. **Wśród innych branż w których występują niedobory podmiotów respondenci wymienili przede wszystkim: usługi opiekuńcze dla osób starszych oraz usługi opiekuńcze dla dzieci.** Podczas rozmowy zwrócono uwagę na niewystarczającą

liczbę pracowników potrzebnych do pracy w branży budowlanej. Branża budowlana bardzo szybko się rozwija - w tej niszy rynkowej od dłuższego czasu zauważalny jest stały popyt na usługi tego typu. Jednocześnie jednak ze względów demograficznych, a także dużej migracji robotników w poszukiwaniu lepszych warunków pracy, braki pracowników są bardzo odczuwalne. Firmy budowlane borykając się z niedoborem pracowników, zapełniają wakaty pracownikami z Ukrainy, co zauważają obie respondentki.

W chwili obecnej bardzo budownictwo jest takim motorem, bo widać, że się bardzo dużo buduje, jest dużo nowych osiedli, co jest i zaletą, i klęską. Jeżeli mówi się o tym, że budownictwo jest takim czynnikiem napędzającym gospodarkę, że jak się dużo buduje to jest sprzedaż itd., więc wszystko dalej to się pobudza tak my tego tutaj tak za bardzo nie widzimy. (...) Zakłady już mają problem z zatrudnianiem osób, bo wiadomo efekt demograficzny zaistniał bardzo duży w tym względzie, dużo osób poszło na emerytury, młodych nie ma, żeby wejść w te miejsca. Firmy ratują się tym, że zatrudniają cudzoziemców w szczególności Ukraińców, oni się bardzo tu na naszym terenie przyjęli.

[Przedstawicielka 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/produktów, 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 62,5% mieszkańców jest skłonnych sięgnąć po produkty/usługi oferowane przez podmioty ekonomii społecznej. 23,3% badanych prawdopodobnie nie skorzystałoby z oferty bez względu na oferowany rodzaj produktu/usługi.

Największe zainteresowanie odnotowano w przypadku:

- regionalnych, ekologicznych produktów spożywczych oferowanych przez podmioty ekonomii społecznej (30,8%). Wymieniano tutaj przede wszystkim owoce i warzywa oraz jaja i nabiał, w wypowiedziach badanych rzadziej pojawiały się przetwory, słodycze, pieczywo, wędliny i kwiaty;

- wyrobów rękodzielniczych, takich jak ozdoby, przede wszystkim z motywami lokalnymi (10,8%);
- usług sprzątania (7,5%);
- usług naprawy urządzeń, usług serwisowych, umiejętności tzw. złotej rączki (5,0%);
- usług szewskich (2,5%);
- oferty gastronomicznej, głównie proste badania oparte na lokalnych produktach, bary mleczne (2,5%).

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

Ekspertów uczestniczących w badaniu jakościowym poproszono o wyobrazenie sobie, że w powiecie powstaje podmiot ekonomii społecznej (np. Centrum Integracji Społecznej, spółdzielnia socjalna) zatrudniający osoby bezrobotne i zagrożone wykluczeniem społecznym. Rozmówcy mieli za zadanie wskazać pole działalności, które powinien taki podmiot zagospodarować. Uczestnicy badania jakościowego byli zdania, że nowopowstały **podmiot ekonomii społecznej mógłby zagospodarować różnego rodzaju nisze**. Jedną wymienionych nisz mogłaby być branża budowlana. Przedstawicielka podmiotu ekonomii społecznej dopatruje się w tej niszy bardzo dużych możliwości zarówno dla osób pozbawionych większych kwalifikacji, które mogłyby wykonywać proste prace budowlane, jak i dla elektryków, hydraulików czy spawaczy. Z kolei przedstawicielka jednostki samorządu terytorialnego trochę bardziej sceptycznie ocenia szanse nowego podmiotu w tej branży, nie dostrzega większego ożywienia na rynku mimo silnej pozycji firm budowlanych. **Nowy podmiot ekonomii społecznej mógłby podejmować działania na zasadzie podwykonawstwa, a w tym prace stricte wykończeniowe**. Konieczna byłaby zmiana nastawienia pracodawców, uświadomienie, że mogliby skorzystać na zlecaniu na zasadzie podwykonawstwa określonych zadań podmiotowi ekonomii społecznej, który zatrudniałby lokalnych pracowników.

Wiem, że w branży budowlanej też jest problem i głównie jakby otwiera się rynek na takie proste prace, pracownicy tzw. przynieś, wynieś, pozamiataj, może to nie jest jakby szczęśliwa nazwa, ale jakby najkrótsza odpływają całkiem z rynku i tu jest bardzo duża nisza. (...) To jest duża nisza i tam potrzeba też specjalistów, którzy po prostu nie nadążają jak elektryków, hydraulików, osoby, które potrafią zrobić takie rzeczy jak położyć kafelki, postawić

ściankę gipsową, zaszpachlować dobrze, czyli takie nawet nie konstrukcje tylko, gdzieś tam w tej pracy budowlanej tzw. wykończeniówka. To tutaj jest duży brak i rzeczywiście trudno z tymi firmami, nie nadążają. Mają duży odpływ pracowników, a Ukraińcy, którzy tu przyjeżdżają to też nie do końca są takimi osobami, na których można oprzeć tę branżę, więc tu bym kładła nacisk na tą budowlankę.

[Przedstawicielka podmiotu ekonomii społecznej]

W opinii ekspertów w zakresie usług duże zapotrzebowanie zauważane jest w ramach usług opiekuńczych, a stały popyt na tego rodzaju usługi będzie się utrzymywał w związku ze starzeniem się społeczeństwa. Przedstawicielka jednostki samorządu terytorialnego duży nacisk kładzie na niszę związaną z usługami opiekuńczymi skierowanymi do osób starszych, niepełnosprawnych, w ramach których działały już wcześniej podmioty ekonomii społecznej. Nie wspomina w jakich okolicznościach zaprzestały swojej działalności, zauważa jednak, że jest to „trudna praca”. Nawet działający w powiecie dzienny dom opieki nie stanowi dużej konkurencji, wobec stałego wzrostu osób potrzebujących posiada niewystarczającą ilość miejsc.

Próby tych przedsiębiorstw społecznych były różne, swego czasu swoją działalność prowadziły te firmy w zakresie usług pielęgnacyjnych czy w stosunku do starszych osób. Tych osób jest bardzo dużo, więc na pewno to będzie taką niszą, one będą wymagały tej pielęgnacji, więc w tym kierunku będzie można tworzyć te przedsiębiorstwa społeczne.

[Przedstawicielka jednostki samorządu terytorialnego]

Jedna z rozmówczyń zasugerowała, że nowopowstały podmiot ekonomii społecznej mógłby znaleźć stałe miejsce na rynku oferując świadczenia opiekuńcze skierowane do dzieci do lat trzech. W żaden sposób jednak nie odnosi się do konieczności uzyskania przez osoby pracujące z dziećmi wymaganych uprawnień, choć w przypadku osób pozbawionych takich kwalifikacji potrzebne byłyby odpowiednie szkolenia. Co ciekawe, przedstawicielka podmiotu ekonomii społecznej nawet w najmniejszym stopniu nie wspomina o możliwościach działania nowych podmiotów w ramach niszy usług opiekuńczych. **Ze względu na ograniczoną dostępność do żłobków i przedszkoli zauważalna jest stała potrzeba zapewnienia opieki dzieciom, szczególnie w niestandardowych godzinach na przykład popołu-**

dniowych i wieczornych. Nisza wynika z funkcjonującymi w powiecie przedsiębiorstwami, które działają na dwie albo nawet i trzy zmiany. Dodatkowo osoby osiedlające się w Ełku, wybierając nowe miejsce do życia, często pozostają w oddaleniu od rodzin, które mogłyby ewentualnie wspomóc w opiece nad najmłodszymi. Z kolei już oferta skierowana do dzieci w wieku przedszkolnym jest znacznie szersza, głównie poprzez dostępne przedszkola prywatne, które mogłyby stanowić istotną konkurencję dla ewentualnego podmiotu ekonomii społecznej. Również ewentualna działalność w ramach organizacji warsztatów, zabawek dla dzieci wydaje się raczej mało rentowna. Wcześniej na terenie powiatu działała spółdzielnia socjalna, która zajmowała się tworzeniem zabawek dla dzieci w bardzo szerokim zakresie. Upadek spółdzielni wynikał przede wszystkim z nadmiernej konkurencji na rynku, choć po przejęciu przez osobę prywatną udało się wygenerować zysk.

W tych opiekuńczych niszach to trzeba było nadmienić, że faktycznie brakuje żłobków, tutaj jest pole do popisu. Można by w ramach ekonomii społecznej zakładać czy punkty opieki nad małymi dziećmi, czyli dokładnie nad dzieckiem do trzeciego roku życia, bo od trzeciego idzie do przedszkola. Przedszkola prywatne, kilka chyba nawet za naszym wsparciem powstało i do tej pory istnieje i tam mają sporą ilość tych uczestników. Dzięki tym 500+, które weszło będzie chyba w tym kierunku się rozwijało i te przedszkola będą miały rację bytu. Jeżeli powstaną żłobki to też będą miały rację bytu, bo tak jak obserwujemy gro osób, idąc nawet do pracy nie ma możliwości zapewnienia opieki dzieciom. Szczególnie w tej porze pierwszej zmiany, ale przecież firmy pracują na trzy zmiany. Jeżeli ktoś nie ma z kim zostawić dzieci, nie wiem czy na noc, ale na drugą zmianę, on już jest unieruchomiony, bo nie ma rodziny. (...) Ta „Stara szkoła” ona produkowała te zabawki i jakoś też im się to nie udało przetrwać, bo była tak duża konkurencja na rynku w tym względzie, mimo że te osoby naprawdę czyniły różne rzeczy. W chwili obecnej jest to przejęte przez inną osobę, już prywatną i ona sobie lepiej radzi mając ten sam pomysł.

[Przedstawicielka jednostki samorządu terytorialnego]

Kolejną niszą, której mogłyby się podjąć osoby wykluczone społecznie, są usługi porządkowe, sprzątające. Przedstawicielka jednostki samorządu terytorialnego podkreśla, że ze względu na powody wykluczenia takim osobom jest zdecydowanie łatwiej podjąć pracę właśnie w ramach takich czynności. Z kolei przedstawicielka podmiotu ekonomii społecznej

zauważa problem z wewnętrznym nastawieniem tych osób. Wykazują się niechęcią do wykonywania najprostszych prac, pragnieniem wykonywania zadań, które są postrzegane społecznie jako bardziej ambitne, wartościowe. Ze względu na relatywnie niski status tego rodzaju stanowiska konkurencja na rynku nie jest zbyt wysoka. Podmiot ekonomii społecznej oferujący taki zakres usług mógłby stanowić przynajmniej dobry start na drodze zawodowej osób, które mają największy problem ze znalezieniem pracy.

Praca z takimi osobami jest bardzo ciężka, powrót takich osób na rynek jest bardzo trudny, to jest olbrzymi problem. Myślę, że ta ekonomia ma tutaj wiele do zdziałania, a szczególnie właśnie w takim zakresie. Tutaj już chyba nawet doświadczenie pokazuje, że sprzątanie to w głównej mierze jest taką usługą, gdzie faktycznie te osoby mogą znajdować zatrudnienie.

[Przedstawicielka jednostki samorządu terytorialnego]

Takie osoby wolą zamiast napalić w piecu to prowadzić zajęcia dla młodzieży i wtedy niechętnie już chcą te porządkowe prace robić. Mówią zatrudnij kogoś innego do tego, ja wolę się już zająć tylko kwestią grupy. Chociaż nawet ten argument finansowy nie działa, że ja zatrudniając dodatkową osobę, muszę komuś zapłacić, a tak mogłabym tej osobie zapłacić, to nie. Wolą jednak wybrać tę pracę powiedzmy bardziej ambitną, niekoniecznie tych prostych prac.

[Przedstawicielka podmiotu ekonomii społecznej]

Nisza turystyczna została wskazana przez obie respondentki, ale dużo bardziej szczegółowo została przybliżona przez przedstawicielkę podmiotu ekonomii społecznej, która właśnie działa w tej branży. Zwraca uwagę, że podmiot ekonomii społecznej podejmujący się świadczenia takich usług musi liczyć się z bardzo dużą sezonowością. **Najtrudniejszym zadaniem jest znalezienie podstaw do działania także poza ścisłym sezonem wakacyjnym - w czym może pomóc nawiązanie współpracy z przedszkolami i placówkami oświatowymi.** Organizacja wycieczek szkolnych, specjalnych warsztatów dostosowanych wiekowo, pozwala na znaczące zwiększenie czasu aktywności podmiotu. W ostatnich latach pojawia się również możliwość przyjmowania zleceń od firm w ramach organizacji wyjazdów integracyjnych, które ze względów rodzinnych z reguły odbywają się poza okresem wakacyj-

nym. Wydaje się, że mimo iż w tej niszy działa już podmiot ekonomii społecznej - tj. na rynku turystycznym - jest na tyle duże zapotrzebowanie, że mógłby powstać kolejny, o ile miałby dobry pomysł na działalność całosezonową.

Usługi typowo turystyczne są bardzo sezonowe i opierając usługi tylko na turystach będziemy skazani na to, że ekonomia społeczna będzie funkcjonować trzy miesiące czy tam nawet pół roku, a chodzi o to, żeby dać zatrudnienie ludziom przez cały rok. Te usługi powinny być skierowane przede wszystkim do osób, które mieszkają tutaj i mają swoje potrzeby. (...) Chcieliśmy tu przyciągnąć na cały rok, ale też większego klienta więc grupy, jakieś obozy dla grup gdzieś około trzydziestoosobowych. Współpracujemy też ze szkołami w Ełku, więc one bardzo łatwo mogą pociągiem dojechać, w 5 minut do Starych Juch i to też jest bardzo fajne, że rodzice czują się pewnie, że to jest niedaleko Ełku. Z drugiej strony cały czas miejscowość ma te walory takiej mniejszej miejscowości, gdzie dzieciaki odpoczywają, spędzają czas na podwórku, świetnie się bawią, mają blisko las, jezioro, wszystko, co tylko chcą. (...) Na pewno jeżeli chodzi o firmy to dla nas jako spółdzielni, organizujemy takie wyjazdy integracyjne, więc mogliby korzystać z takiego produktu jakim jest weekend integracyjny w naszym ośrodku dla swoich pracowników. I tak gdzieś organizują taki wyjazd, więc dobrze by było gdyby to zorganizowali właśnie w ekonomii społecznej. Nasza jakość usług jest na dobrym poziomie, a my oferujemy oprócz noclegów też całą tę merytorykę. To na pewno będzie coś ciekawego do przeżycia, że oni nie tylko będą ze sobą, ale przeżyją ileś tam warsztatów, więc to będzie bardzo ciekawy wyjazd.

[Przedstawicielka podmiotu ekonomii społecznej]

Obie respondentki kładą nacisk na konieczność podejmowania przez podmiot ekonomii społecznej bardzo szerokiego zakresu usług. **Dążąc do długotrwałego utrzymania się na rynku i wygenerowania przychodu pozwalającego na zatrudnienie odpowiedniej załogi, podmiot nie może zamykać się na ograniczonej ofercie.** Chcąc uniknąć takiego osłabienia podmiotu na rynku, sugerowane jest podejmowanie się także różnych zadań, nawet tylko sezonowych. Przykładowo dbanie o przestrzeń zieloną wiosną i latem, a odśnieżanie w zimie zwiększa realne szanse na zwiększenie rentowności podmiotu. Jednocześnie jednak cały czas muszą być podejmowane kroki, które pozwolą podejmować działania całoroczne, stanowiące stałe źródło dochodów. Ograniczenie się do wąskiej oferty bardzo

łatwo może skończyć się upadkiem podmiotu, zwłaszcza jeśli będzie niedostosowana cenowo do możliwości potencjalnych klientów. Taki los spotkał spółdzielnię oferującą produkty wykonane metodą rękodzieła – zbyt wysokie ceny były niekonkurencyjne do takich samych produktów wykonywanych masowo dla większych firm.

Globalnie większość spółdzielni socjalnych powstawała w ogrodnictwie, tam gdzie hodowla kwiatów była, uprawy jakiś ziół. W takim kontekście to jest chyba bardziej zasadne. Nie wiem czy na naszym terenie uprawa ziół jest możliwa, czy to są te warunki, ja się nie znam na tym, ,aż tak dokładnie. To też są pewno spółdzielnie, które to też już robią i sądzę, że nie można się nastawić na jeden produkt, bo on nie da takiego efektu. Nie da tego zysku takiego, żeby spółdzielnia mogła się utrzymać, to musi być taka wielobranżowa, że tutaj sezonowe produkty takie, tutaj na okres zimowy coś innego. (...) Też była taka spółdzielnia socjalna „Gala”, która też ma zawieszoną obecnie działalność, też miała fajne produkt. To było rękodzieło, ale też nie przetrwało. Za niskie dochody ludzi, a jednak rzeczy takie z rękodzieła one kosztują. Trudno było sprzedać, bo to drogie rzeczy, nie każdego na to stać.

[Przedstawicielka jednostki samorządu terytorialnego]

My cały czas walczymy z tą sezonowością, ale mimo wszystko nie jest to równa walka i często jest tak, że w tych sezonach jesienno – zimowych mamy dużo mniej zleceń. Zatrudnione osoby szukają sobie po prostu bardziej stałej pracy, nie takiej płynnej w wynagrodzeniu, która gdzieś tam bardziej im odpowiada, więc jesteśmy czasami ich takim kolejnym etapem zatrudnienia w ich jakiejś karierze zawodowej więc tak to wygląda. (...) Nasza spółdzielnia jest też przygotowana, że zimą odśnieżamy, ale od pięciu lat nie mieliśmy zimy, która dałaby nam wystarczającą ilość śniegu, aby naszą usługę świadczyć więc tak to jest z tym rynkiem.

[Przedstawicielka podmiotu ekonomii społecznej]

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 produkty/usługi miesz-

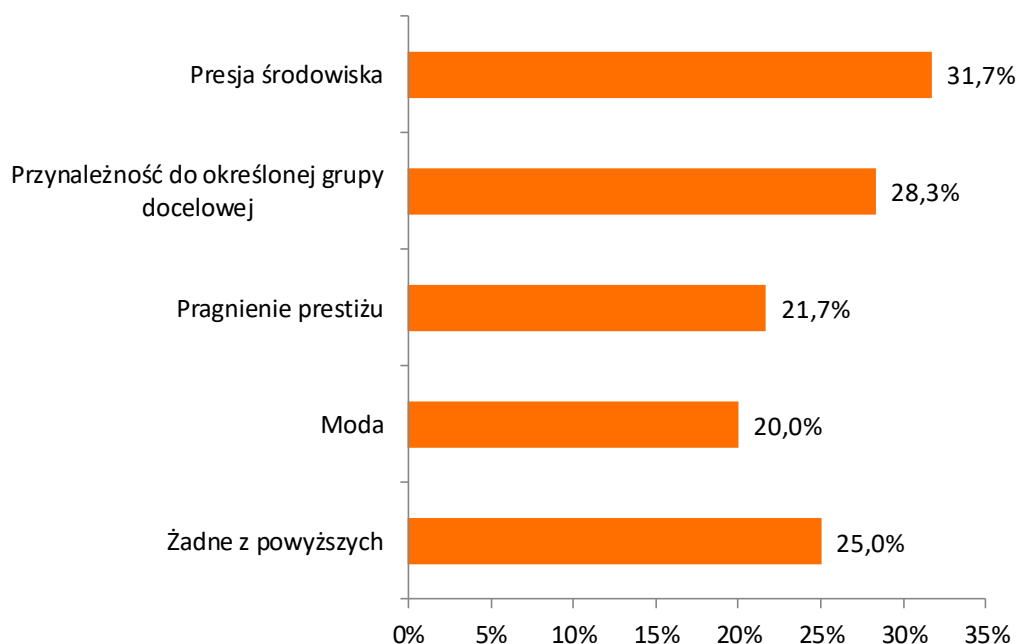
kańcom powiatu etckiego. Mieszkańcy zwracają podobną uwagę na cenę produktu/usługi i na jego jakość. Co ciekawe, dla konsumentów ważniejsze jest pochodzenie produktu niż jego marka. Można zatem sądzić, że mieszkańcy powiatu gotowi są raczej wybrać produkt/usługę podmiotu związanego z powiatem, nawet 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
Jakość produktu/usługi	4,5
Cena produktu/usługi	4,4
Możliwość gwarancji	4,3
Posiadanie certyfikatu jakości	3,9
Pochodzenie (np. kraj, region)	3,9
Usługi posprzedażowe	3,5
Kwalifikacje pracowników	3,4
Nowoczesność produktu/usługi	3,4
Marka	3,3
Poziom reklamy i promocji	2,8

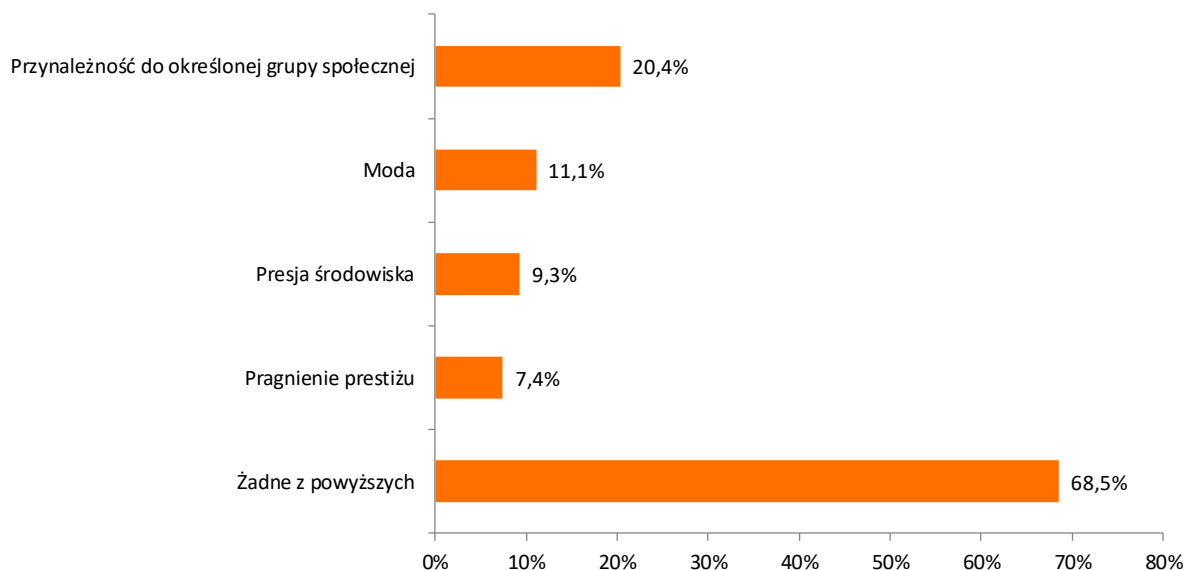
Mieszkańców poproszono również o wskazanie rodzajów wybieranych produktów/usług. Analiza zebranych odpowiedzi wskazuje, że mieszkańcami podczas zakupów najczęściej kierują presja środowiska (wybierają produkty, które kupili wcześniej ich znajomi/krewni) oraz przynależność do określonej grupy docelowej (wybierają produkty polecane dla osób im podobnych). 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 modę i pragnienie prestiżu. Ponadto 25,0% mieszkańców w ogóle nie kieruje się wyżej wymienionymi czynnikami. Omawiane dane znajdują się na rysunku.

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



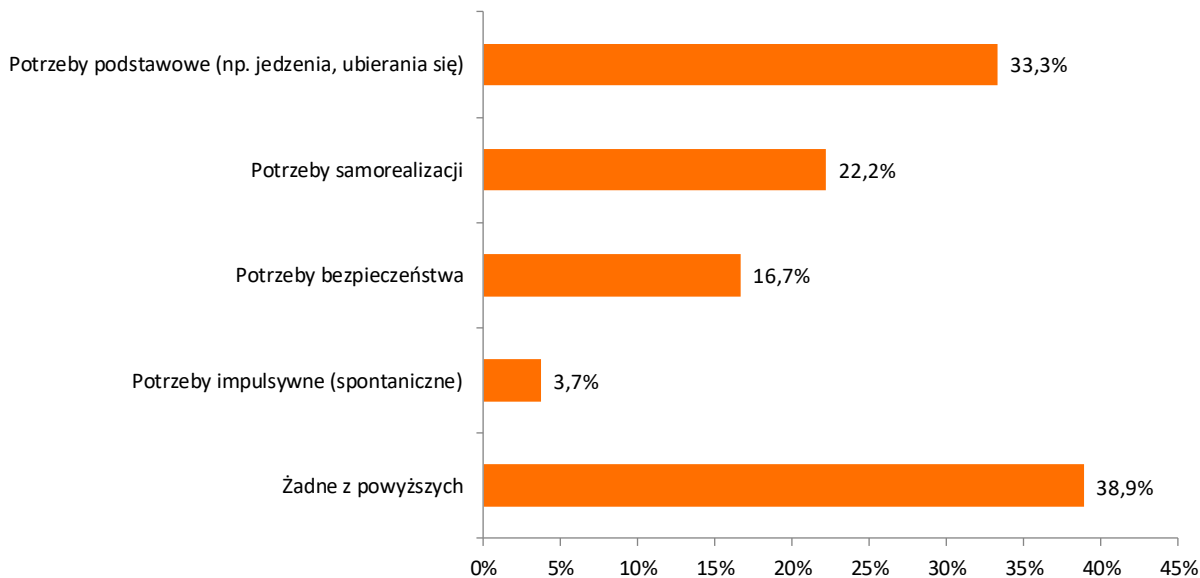
Podobne pytanie skierowano do przedsiębiorców uczestniczących w badaniu ilościowym. 20,4% spośród nich uważało, że na wybór ich produktów/usług wpływ ma przynależność do określonej grupy społecznej. Wyraźnie rzadziej wskazywane były moda, presja środowiska i pragnienie prestiżu. Pomimo tego częściowo **potwierdzają się przypuszczenia, że poszukując nisz dla przedsiębiorstw społecznych można również zidentyfikować potencjalnych klientów zebranych w grupach konsumenckich o określonym profilu społeczno-demograficznym.**

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



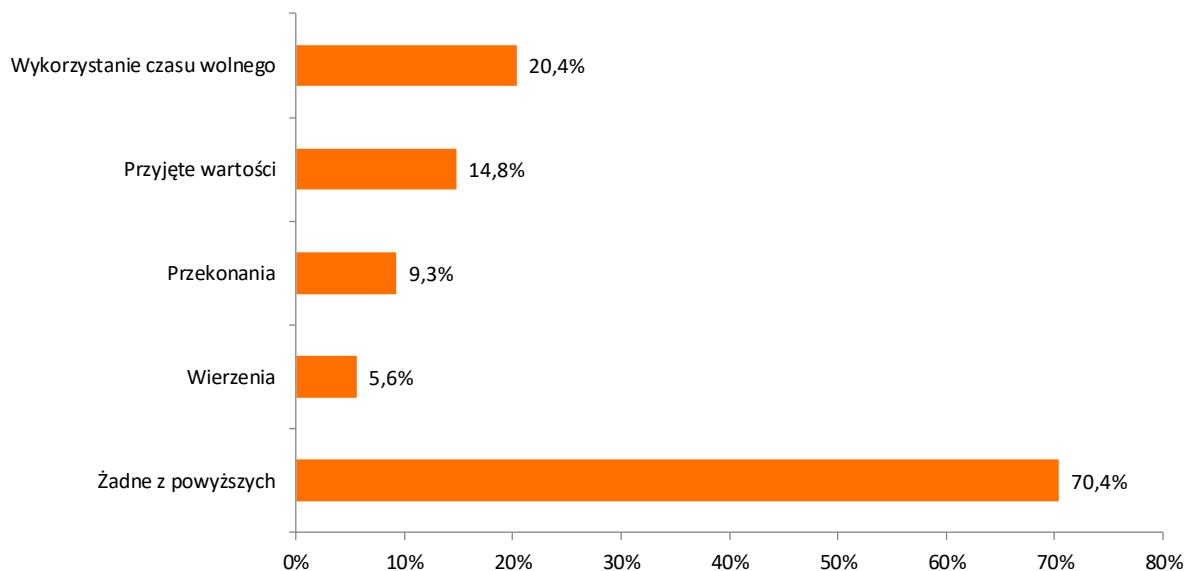
Przedsiębiorcy wskazali również główne potrzeby konsumentów, które – ich zdaniem – zaspokajane są poprzez wybór produktów/usług oferowanych przez badane firmy. **Największa grupa respondentów wymieniła potrzeby podstawowe (np. jedzenia, ubierania się) oraz potrzebę samorealizacji.** Nieco mniej przedstawiciele firm wskazało potrzeby bezpieczeństwa. Najrzadziej wskazywane były potrzeby impulsywne (spontaniczne).

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



Na wybór określonych produktów/usług wpływają również niektóre elementy stylu życia konsumentów. Wyłącznie około 30,0% przedsiębiorców uznało elementy stylu życia konsumentów za istotne w kontekście wyboru produktów/usług, które oferuje firma. Zdaniem badanych przedsiębiorców są to w szczególności sposoby wykorzystywania czasu wolnego oraz przyjęte wartości.

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 ełckiego. Po analizie strony popytowej ustalono, że potencjalne nisze rynkowe to:

USŁUGI:

- usługi sprzątanania;
- usługi naprawy urządzeń, usług serwisowych, umiejętności tzw. złotej rączki;
- usługi szewskie;
- usługi transportu osób i rzeczy;
- usługi gastronomiczne, bary mleczne lub inne obiekty oferujące tanie posiłki;
- proste prace budowlane, prace wykończeniowe;
- usługi spawacza, hydraulika, elektryka;
- usługi opiekuńcze dla osób starszych i niepełnosprawnych;
- usługi opiekuńcze dla dzieci w wieku przedszkolnym;
- usługi w zakresie rozrywki i kultury;
- usługi turystyczne (w tym organizacja wycieczek dla szkół, przedszkoli, wyjazdów integracyjnych itp.);

- prowadzenie obiektów hotelowych i pokrewnych (np. agroturystyka).

HANDEL:

- odzież i obuwie;
- ekologiczne produkty spożywcze (owoce, warzywa, nabiał, ryby, miód);
- wyroby rękodzielnicze;
- wyroby stolarskie, meble.

PRODUKCJA:

- wyroby rękodzielnicze;
- ekologiczne produkty spożywcze (owoce, warzywa, nabiał, ryby, miód);
- meble.

Kolejne etapy analizy pozwoliły zawęzić obszar poszukiwań nisz rynkowych, dzięki określeniu otoczenia konkurencyjnego i przyporządkowaniu nisz do segmentów rynku.

OKREŚLENIE OTOCZENIA KONKURENCYJNEGO

Otoczenie konkurencyjne dla wstępnie zidentyfikowanych nisz rynkowych określono przede wszystkim w drodze badania ilościowego zrealizowanego wśród 54 przedsiębiorców z powiatu ełckiego. 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: **agroturystyka, uprawy rolne, usługi rolnicze i leśne, hodowla ryb, hodowla zwierząt.**
2. Przetwórstwo przemysłowe: **produkcja pieczywa.**
3. Budownictwo – głównie: **firmy remontowo-budowlane, usługi geodezyjne.**
4. Handel hurtowy i detaliczny, naprawa pojazdów – głównie: **naprawa pojazdów, handel artykułami ogrodnictwymi, sprzedaż części samochodowych, sprzedaż mebli, sprzedaż odzieży, sprzedaż tekstyliów.**
5. Transport i gospodarka magazynowa – głównie: **transport i spedycja towarów.**
6. Działalność w zakresie usług administrowania i działalność wspierająca: **wsparcie projektów budowlanych.**
7. Edukacja – głównie: **szkoły, przedszkola, podmioty oferujące zajęcia pozalekcyjne dla dzieci**
8. Opieka zdrowotna i pomoc społeczna – głównie: **przychodnie, ośrodki rehabilitacji, ośrodki terapeutyczne.**

9. Działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją – głównie: **kluby sportowe, animatorzy czasu wolnego**.

10. Działalność profesjonalna (w tym: informacja i komunikacja; działalność finansowa i ubezpieczeniowa; działalność profesjonalna, naukowa i techniczna) – głównie: **podmioty oferujące tłumaczenia, skomplikowane naprawy, obsługę sieci i transmisji, projektowanie aplikacji, audyty, usługi finansowe**.

Spośród przedsiębiorców biorących udział w badaniu ilościowym 85,2% stało na czele firm prywatnych. Pozostali reprezentowali podmioty publiczne. Należy również zauważyć, że 74,1% wszystkich podmiotów funkcjonuje w sferze usług, 40,7% zajmuje się handlem, a 24,1% należy do grona firm produkcyjnych.

W gronie badanych przeważali przedsiębiorcy stojący na czele mikro przedsiębiorstw (85,2%). 9,3% badanych reprezentowało małe firmy, a 5,6% firmy średnie/duże.

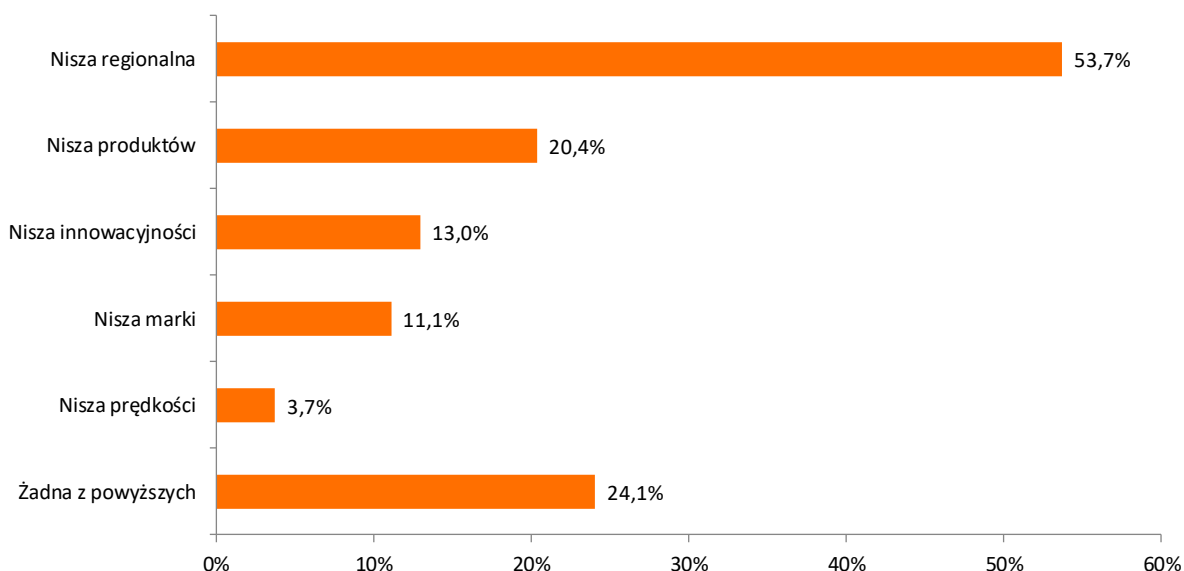
Na wstępie merytorycznej części badania przedsiębiorców zapytano o to czy firmy adresują swoją ofertę do konkretnych segmentów rynku (grup nabywców). **Wszystkie badane firmy starają się dopasować swoją ofertę do oczekiwań wybranych grup klientów**. Najmniej firm (44,4%) kieruje swoją ofertę do innych podmiotów gospodarczych (B2B). Wszystkie grupy konsumentów indywidualnych (bez względu na płeć, wiek, wykształcenie, wielkość rodziny, czy dochody) są w kręgu zainteresowań minimum 55,0% badanych firm.

W trakcie badania przedsiębiorcy wskazali również nisze rynkowe, które obecnie stara się wypełniać ich podmiot. **W ramach jakiegokolwiek niszy rynkowej funkcjonuje 75,9% 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 20,4% ankietowanych firm. Nisza produktów to skoncentrowanie na wyjątkowości sprzedawanych produktów i usług. Nieliczne przedsiębiorstwa znajdują się jeszcze w niszy marki (skoncentrowanie równocześnie na produkcie i grupie docelowej z jednoczesnym kreowaniem nowej marki), innowacyjności (skoncentrowanie 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 tekstyliami i artykułami ogrodniczymi). W tej niszy znalazły się także m.in. podmioty trudniące się produkcją rolną, agroturystyką, hodowlą ryb, kluby sportowe i animatorzy czasu wolnego oraz niektóre podmioty z branży profesjonalnej.

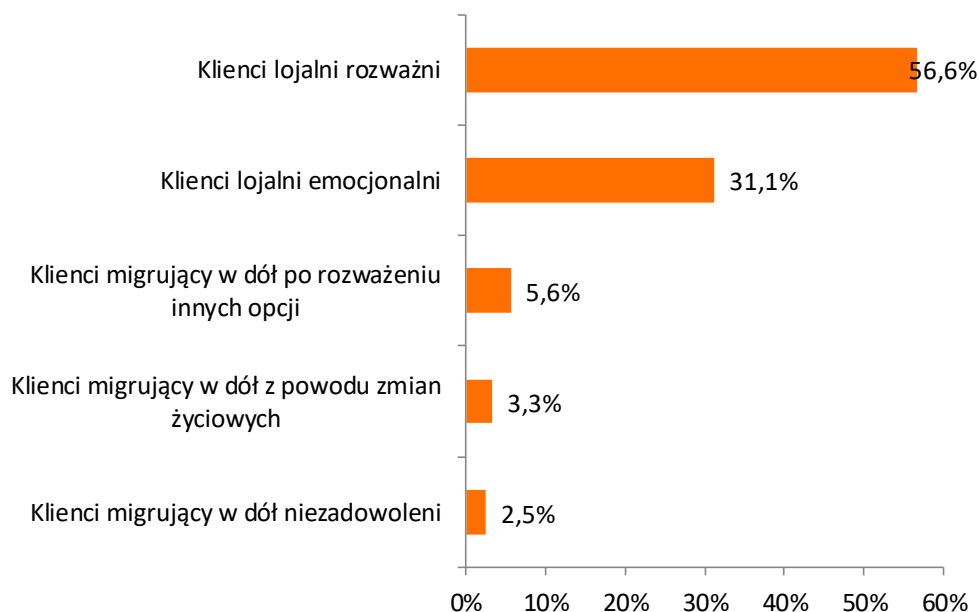
Niszę produktów wypełniają przede wszystkim firmy transportowe, podmioty sprzedające meble, ośrodki terapeutyczne, firmy zajmujące się usługami rolniczymi i leśnymi.

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 88,0% 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 12,0%). **Klientów z tej grupy relatywnie łatwo przejść może konkurencyjny podmiot, a 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 jakości produktów/usług, kwalifikacjach załogi, oferowanej możliwości gwarancji, płynności finansowej, a także w mniejszym stopniu: w marce, płynności załogi oraz cenie produktów/usług. Analiza wyników jasno wskazuje, że **badani przedsiębiorcy starają się konkurować wykorzystując przede wszystkim aspekty związane z konkurencyjnością swoich produktów/usług**. 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
Jakość produktu/usługi	4,3
Kwalifikacje załogi	4,2

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

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 odnotowują na rynku lokalnym. Najwięcej opinii o dużym nasyceniu podobnymi podmiotami gospodarczymi na rynku lokalnym odnotowano w przypadku: klubów sportowych i animatorów czasu wolnego, podmiotów zajmujących się uprawą rolną, przedsiębiorstw handlowych i z dziedziny naprawy pojazdów oraz firm budowlanych.

W grupie przedsiębiorców twierdzących, że na rynku lokalnym nie ma dużej konkurencji znalazły się głównie podmioty oferujące usługi/produkty profesjonalne. W obszarze działalności profesjonalnej istnieje luka rynkowa, jednak trudno oczekiwać, że będzie w stanie wypełnić ją przedsiębiorstwo społeczne.

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.

Problem współpracy z władzami lokalnymi i biznesem poruszony został w trakcie wywiadów jakościowych. **W opinii uczestników badania jakościowego firmy prowadzące działalność na terenie powiatu są raczej sceptyczne w kwestii nawiązywania współpracy z podmiotami ekonomii społecznej** (wniosek ten nie został potwierdzony badaniem ilościowym). Obie respondentki zgadzają się, że osoby prowadzące prywatne działalności gospodarcze nastawione są przede wszystkim na osiągnięcie jak największego zysku. Wymagają od pracowników jak największej efektywności, co jest czasami trudne do osiągnięcia w przypadku osób wykluczonych społecznie. Słaba świadomość dotycząca roli, jaką pełnią podmioty ekonomii społecznej może w znaczący sposób ograniczyć pole działania tych podmiotów, które mogłyby przyjmować zlecenia od lokalnych firmy w ramach różnych branż. W celu polepszenia pozycji podmiotów ekonomii społecznej konieczna byłaby ich dobra promocja medialna.

Pracodawcy nasi, oni są zbyt słabi i myślę, że przyjdzie kiedyś taki czas, że część tych pracodawców dopiero pojmie co, to jest ta ekonomia społeczna, że włączanie się w taką ekonomię społeczną jest dla każdego zasadne. Na przykład jakieś stworzenie takiej grupy u pracodawcy osób, które nie będą wykonywały norm, bo one się, aż tak do tej pracy nie nadają, mają swoje pewne swoje problemy, które czynią je niestety trochę innymi pracownikami. Nasi pracodawcy tego nie rozumieją, każdemu się wydaje, że jak człowiek idzie do pracy to on musi te normy wykonywać. Pracodawca jeszcze raczej w tym kontekście nie jest, aż tak świadomy.

[Przedstawicielka jednostki samorządu terytorialnego]

Tak jak w biznesie bez powiązań nie ma zysku tak i tutaj myślę, że relacje decydują często o zleceniach, decydują o kwestii zaufania do pewnych podmiotów. Trzeba tworzyć te nici i takie forum, na którym by można było ekonomię społeczną ożenić trochę tak biznesem lokalnym. Byłoby idealne żeby była po prostu świadomość, często przedsiębiorcy nie mają świadomości, że takie podmioty istnieją, że rzeczywiście są ekonomią społeczną, którą warto

wspierać. (...) W zasadzie każda firma organizując coś musi się oprzeć o catering, gdzieś szuka miejsca, żeby wyjechać, zawsze potrzebuje jakiś materiałów promocyjnych, poligraficznych, więc to są takie bardzo usługi, że tak powiem popularne. W zasadzie brakuje jedynie tego łącznika informacji, komunikacji i gdzieś wrażliwości właśnie. Pomoc, by mogła być na zasadzie właśnie jakby promowania, komunikowania, informowania, łączenia świata biznesu z ekonomią społeczną, bo tak mimo wszystko jest to marginalizowane choćby przez to, że ekonomia społeczna nie ma funduszy, żeby się przebić.

[Przedstawicielka podmiotu ekonomii społecznej]

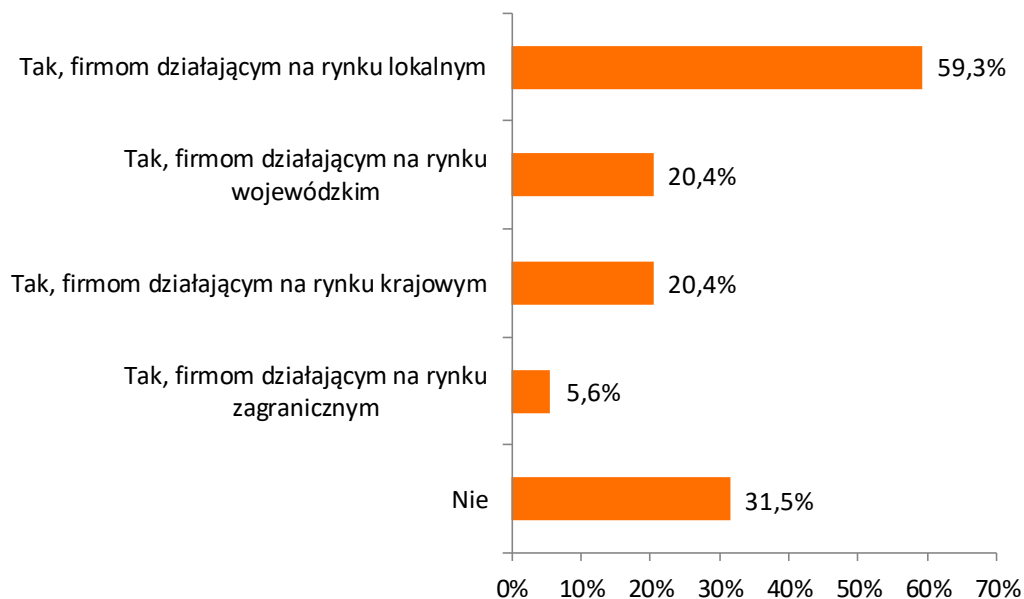
Obecnie około 45,0% przedsiębiorców zleca pewne elementy działalności na zewnątrz. Istotnym jest fakt, że zdecydowana większość takich zleceń trafia do firm lokalnych, a część również do firm działających na rynku wojewódzkim, krajowym i zdecydowanie rzadziej zagranicznym.

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



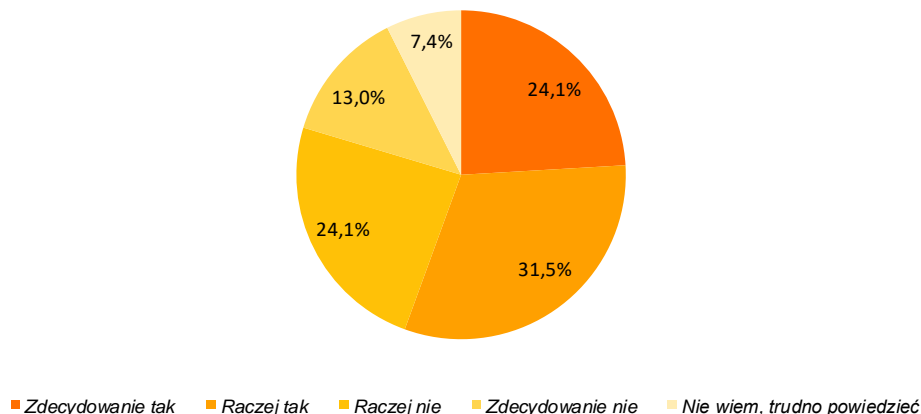
W przyszłości usługi na zewnątrz zlecać zamierzają wyraźnie większe odsetki badanych przedsiębiorstw. **Można zatem przypuszczać, że kooperujący z innymi podmiotami przedsiębiorcy są zadowoleni z dotychczasowej współpracy lub że jest ona konieczna dla sprawnego funkcjonowania firmy.**

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



Kolejne pytanie miało charakter zdecydowanie bardziej szczegółowy. Zapytano czy przedsiębiorcy byłiby skłonni w przyszłości zlecać pewne usługi podmiotowi zlokalizowanemu w ich powiecie oraz zatrudniającemu osoby bezrobotne i zagrożone wykluczeniem społecznym oraz świadczącego usługi w ramach kooperacji lub podwykonawstwa. Na tak postawione pytanie twierdząco odpowiedziało 55,6% przedsiębiorców. Możliwość nawiązania współpracy z podmiotem ekonomii społecznej lub przedsiębiorstwem społecznym wyklucza około 37,0% respondentów. **Rozkład odpowiedzi świadczy o rosnącej nadziei zainteresowaniu respondentów współpracą z przedsiębiorstwami społecznymi.**

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

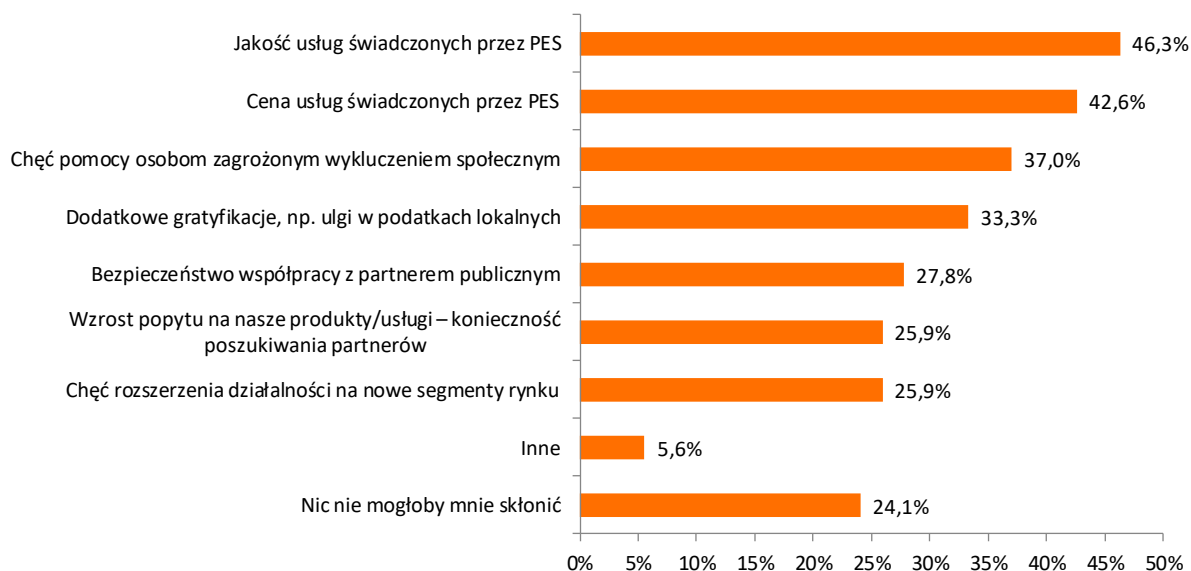


Przedsiębiorcy wymienili również usługi, które byliby skłonni w przyszłości zlecać (w ramach prowadzonej działalności) na zewnątrz tzn. innym firmom lub podmiotowi ekonomii społecznej. Najczęściej wymieniano: **sprzątanie/prace porządkowe/ogrodnicze (13,0%), usługi transportowe (9,3%), usługi remontowo-budowlane (7,4%), prace gospodarcze/prace polowe/prace przy zwierzętach gospodarskich (5,6%)**. 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 oraz względy altruistyczne związane z pomocą osobom zagrożonym wykluczeniem społecznym. Istotne są również dodatkowe gratyfikacje np. ulgi w podatkach lokalnych. Należy również zauważyć, że 24,1% 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 niewysokie ceny za swoje usługi bądź też świadczyć je po średniej cenie rynkowej, ale z ponadprzeciętną dbałością o jakość wykonania**. Potwierdza się rów-

niez, że odsetek lokalnych przedsiębiorców pragnących nawiązać współpracę może się zwiększyć, jeśli tylko spełnione zostaną określone warunki.

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



Zebrany w toku badania i analizy danych zastanych materiał 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:

- przedszkola/opieka nad dziećmi;
- usługi transportu osób i rzeczy – również na zasadzie podwykonawstwa/współpracy z innymi podmiotami.

HANDEL:


- ekologiczne produkty gospodarstwa sadowniczo-warzywnego, miód;

- wyroby stolarskie, meble.

PRODUKCJA:

- ekologiczne gospodarstwo sadowniczo-warzywne, pasieka;
- produkcja i renowacja mebli.

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 (mieszkańcy) i kooperantów (przedsiębiorcy), 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
Przedszkola/opieka nad dziećmi	Rodziny 3-4 osobowe. Osoby posiadające dzieci w różnym wieku.	-
Usługi transportu osób i rzeczy	Przedsiębiorcy. Osoby ze wszystkich grup społecznych.	Firmy produkcyjne, usługowe i handlowe. Firmy wszystkich klas wielkości. Firmy prywatne. Firmy zajmujące się transportem, edukacją, hodowlą zwierząt.
Handel ekologicznymi produktami gospodarstwa sadowniczo-warzywnego, miodem	Osoby ze wszystkich grup społecznych.	-
Handel wyrobami stolarskimi, meblami	Rodziny 3-4 osobowe.	-
Produkcja ekologiczna gospodarstwa sadowniczo-warzywnego, pasieki	Osoby ze wszystkich grup społecznych.	-
Produkcja i renowacja mebli	Rodziny 3-4 osobowe.	-

Tabela 11. Wysokość zarobków konsumentów i klasy cen kooperantów

Nisza	Wysokość zarobków - konsumenci	Klasy cen – kooperanci/zleceńodawcy
Przedszkola/opieka nad dziećmi	Osoby o zróżnicowanym dochodzie.	-
Usługi transportu osób i rzeczy	Osoby o zróżnicowanym dochodzie.	Skłonni zapłacić cenę adekwatną do jakości. Przekonać do kooperacji mogą: cena usług; konieczność poszukiwania partnerów; chęć rozszerzenia działalności na nowe segmenty rynku.
Handel ekologicznymi produktami gospodarstwa sadowniczo-warzywnego, miodem	Osoby o zróżnicowanym dochodzie.	-
Handel wyrobami stolarskimi, meblami	Osoby o zróżnicowanym dochodzie.	-
Produkcja ekologiczna gospodarstwa sadowniczo-warzywnego, pasieki	Osoby o zróżnicowanym dochodzie.	-
Produkcja i renowacja mebli	Osoby o zróżnicowanym dochodzie.	-

Tabela 12. Specyficzne profile wymagań konsumentów

Nisza	Specyficzne profile wymagań - konsumenci
Przedszkola/opieka nad dziećmi	Przywiązują wagę do: kwalifikacji pracowników; jakości produktu/usługi; ceny produktu/usługi.
Usługi transportu osób i rzeczy	Przywiązują wagę do: jakości produktu/usługi; możliwości gwarancji; posiadania certyfikatu jakości.
Handel ekologicznymi produktami gospodarstwa sadowniczo-warzywnego, miodem	Przywiązują wagę do: jakości produktu/usługi; ceny produktu/usługi; pochodzenia; certyfikatu jakości Na wybór wpływa: presja środowiska; pragnienie prestiżu.
Handel wyrobami stolarskimi, meblami	Przywiązują wagę do: jakości produktu/usługi; ceny produktu/usługi; poziomu reklamy i promocji. Na wybór wpływa: przynależność do określonej grupy docelowej; pragnienie prestiżu.
Produkcja ekologiczna gospodarstwa sadowniczo-warzywnego, pasieki	Przywiązują wagę do: jakości produktu/usługi; ceny produktu/usługi; pochodzenia; certyfikatu jakości. Na wybór wpływa: presja środowiska; pragnienie prestiżu.
Produkcja i renowacja mebli	Przywiązują wagę do: jakości produktu/usługi; ceny produktu/usługi; poziomu reklamy i promocji. Na wybór wpływa: przynależność do określonej grupy docelowej; pragnienie prestiżu.

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 gospodarczym w powiecie ełckim w podziale na gminy	11
Rysunek 5. Liczba bezrobotnych w powiecie ełckim	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 budżetu na jednego mieszkańca w porównaniu do średniej wojewódzkiej.....	22
Rysunek 13. Udział osób korzystających ze środowiskowej pomocy społecznej w ludności ogółem (w procentach).....	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	36
Rysunek 16. Czynniki, które wpływają na wybór produktów/usług przez mieszkańców	46
Rysunek 17. Czynniki, które wpływają na wybór produktów/usług wg przedsiębiorców.....	47
Rysunek 18. Potrzeby zaspokajane wyborem produktów/usług oferowanych przez badanych przedsiębiorców	48
Rysunek 19. Elementy stylu życia konsumentów, które - zdaniem przedsiębiorców - wpływają na wybór ich produktów/usług.....	49
Rysunek 20. Nisze rynkowe, w których funkcjonują badane podmioty	53

Rysunek 21. Średni odsetek klientów wśród ogółu klientów wg wybranych grup	54
Rysunek 22. Odsetki przedsiębiorstw zlecających usługi na zewnątrz, tj. innym firmom	57
Rysunek 23. Odsetki przedsiębiorstw pragnących zlecać usługi na zewnątrz w przyszłości ..	58
Rysunek 24. Skłonność przedsiębiorców do zlecenia usług podmiotowi zatrudniającemu osoby bezrobotne i zagrożone wykluczeniem społecznym	59
Rysunek 25. Czynniki, które mogłyby skłonić przedsiębiorstwa do nawiązania współpracy z podmiotami ekonomii społecznej	60
Tabela 1. Saldo migracji w latach 2012 – 2016	9
Tabela 2. Zameldowania i wymeldowania w gminach powiatu ełckiego	9
Tabela 3. Podmioty gospodarcze według sekcji PKD	12
Tabela 4. Podmioty gospodarcze powiatu w podziale na wielkość	13
Tabela 5. Osoby bezrobotne będące w szczególnej sytuacji na rynku pracy	20
Tabela 6. Ranking potencjału powiatu	32
Tabela 7. Badane grupy konsumentów	34
Tabela 8. Aspekty, na które zwracają uwagę mieszkańcy podczas wyboru produktu/usługi .	45
Tabela 9. Ocena instrumentów/zasobów konkurencyjności będących do dyspozycji badanych przedsiębiorców	54
Tabela 10. Grupy społeczne konsumentów i potencjalni kooperanci	62
Tabela 11. Wysokość zarobków konsumentów i klasy cen kooperantów	63
Tabela 12. Specyficzne profile wymagań konsumentów	64