

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

Raport cząstkowy – powiat olecki



**Badanie realizowane
na zlecenie:**



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

**Wykonawca
badania:**



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

Autorzy raportu:

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

Termin realizacji:

wrzesień – grudzień 2017 r.

Biostat Sp. z o.o.

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

SPIS TREŚCI

WPROWADZENIE	4
NOTA METODOLOGICZNA.....	5
ANALIZA DANYCH ZASTANYCH.....	7
ANALIZA STRONY POPYTOWEJ	33
OKREŚLENIE OTOCZENIA KONKURENCYJNEGO	49
ANALIZA ZIDENTYFIKOWANYCH NISZ W ODNIESIENIU DO SEGMENTÓW RYNKU.....	60
SPIS RYSUNKÓW I TABEL	63

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 oleckiego.

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

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

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

NOTA METODOLOGICZNA

Na proces badawczy składały się następujące etapy realizacji projektu:

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

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

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

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

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

Wielkość prób badawczych wyniosła:

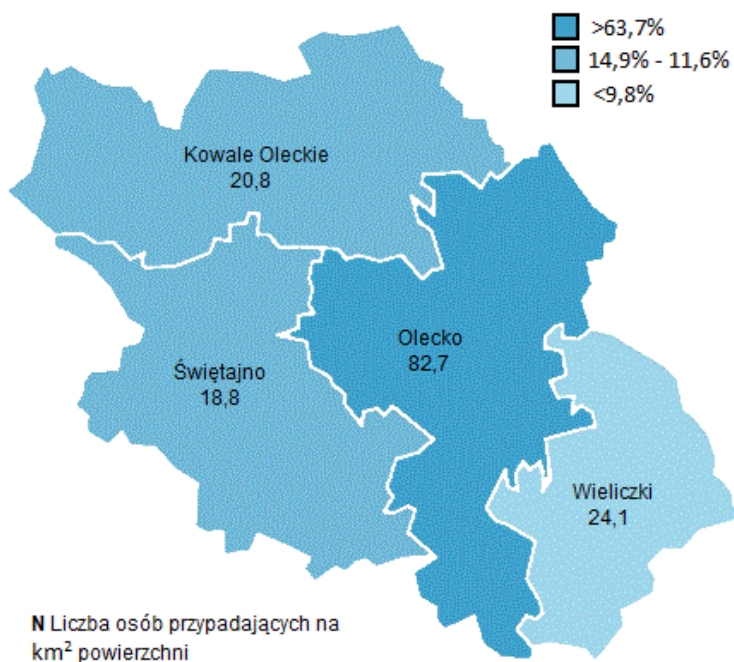
- 120 dorosłych mieszkańców powiatu oleckiego dobranych do badania ilościowego (CATI) w sposób kwotowy,
- 54 przedsiębiorców, których działalność zarejestrowana jest na terenie powiatu oleckiego dobranych do badania ilościowego (CATI) w sposób kwotowy,
- 1 przedstawiciel jednostki samorządu terytorialnego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

Podczas realizacji wywiadów dążono do tego, aby rozmowa miała szczerzy charakter, a każdy z uczestników badania miał możliwość nieskrępowanego artykułowania własnych poglądów, bez poczucia, iż informacje te nie zostaną objęte klauzulą anonimowości. Przed każdorazowym rozpoczęciem wywiadu respondent informowany był o pełnej anonimowości oraz o fakcie, że wszelkie odpowiedzi zostaną wykorzystane wyłącznie w ilościowych zestawieniach lub przytoczone bezpośrednio, ale bez podania danych mogących wskazywać na osobę, od której pochodzą. W trakcie rozmowy wykorzystano gradację tematów - zaczynając od pytań najmniej angażujących respondenta i 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, odczytywane je ponownie oraz objaśniano. 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 oleckiego wyniosła na koniec 2016 roku około 34609 osób, w tym nieco ponad połowę (50,02%) stanowiły kobiety. Średnia gęstość zaludnienia w powiecie jest niższa od średniej w województwie – wynosi 39,8 osób na 1 km², podczas gdy średnia dla województwa warmińsko-mazurskiego wynosi 60 osób. Największa gęstość zaludnienia występuje w Olecku (82,7 osób na km²), gdzie zamieszkuje około 63,7% ogółu mieszkańców powiatu. W gminie Wieliczki gęstość zaludnienia wynosi 24,1 os./km². Mniejszą gęstością zaludnienia charakteryzują się następujące gminy: Kowale Oleckie (20,8 os./km²) i Świętajno (18,8 os./km²). Udział mieszkańców gmin w ogólnej liczbie mieszkańców powiatu kształtuje się w przypadku pozostałych gmin na poziomie nie mniejszym niż 9,8%. W tym przedziale znalazły się: Kowale Oleckie (14,9%), Świętajno (11,6%), Wieliczki (9,8%). Omawiane informacje znajdują się na rysunku nr 1.

Rysunek 1. Ludność powiatu

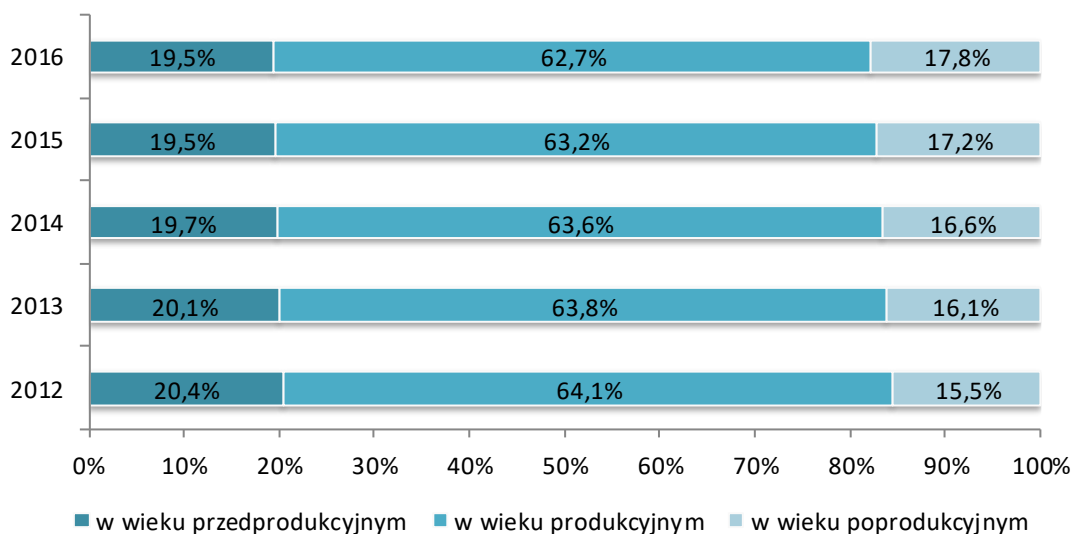


Na podstawie danych z BDL

W powiecie oleckim liczba mieszkańców nieznacznie zmniejszyła się o 136 osób - w porównaniu do 2015 roku. Największy spadek odnotowany został w gminie Kowale Oleckie (o 59 mieszkańców, tj. o 1,0%), a następnie w gminie Świątajno (o 30 osób tj. o 0,7%). Najmniej odczuwalny spadek miał miejsce w gminie Wieliczki i Olecko, w obu przypadkach o 0,2%.

Około 62,7% mieszkańców powiatu oleckiego 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, a malał odsetek ludności w wieku przedprodukcyjnym. Obserwowane zjawisko starzenia się społeczeństwa stanowi odzwierciedlenie trendu ogólnokrajowego. Strukturę wieku mieszkańców powiatu oleckiego 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 oleckim od 2012 roku saldo migracji było ujemne. Oznacza to, że więcej osób opuszczało teren powiatu niż do niego napływało. Łącznie w analizowanym okresie w wyniku migracji liczba mieszkańców powiatu oleckiego zmniejszyła się o 487.

Największy spadek zanotowano w mieście Olecko (o 233 osoby), następnie w Kowale Oleckie (o 166 osób). W całym badanym okresie jedynie gmina Świątajno miała nieznaczny wzrost mieszkańców w latach 2013 i 2014. Omawiane dane przedstawione zostały w tabeli 1.

Tabela 1. Saldo migracji w latach 2012 – 2016

Nazwa	2012	2013	2014	2015	2016	ogółem
Powiat olecki	-126	-133	-149	0	-79	-487
Kowale Oleckie	-43	-39	-43	0	-41	-166
Olecko	-52	-87	-81	0	-13	-233
Świątajno	-10	9	8	0	-23	-16
Wieliczki	-21	-16	-33	0	-2	-72

Na podstawie danych z BDL

Szczegółowy rozkład liczby osób, które zameldowały i wymeldowały się w latach 2012 – 2016 w poszczególnych gminach powiatu oleckiego oraz łącznie przedstawia poniższa tabela. Największy ruch osób (zameldowania plus wymeldowania) w powiecie wystąpił w latach 2014 i 2012 – łącznie zameldowało się i wymeldowało odpowiednio 945 i 890 osób.

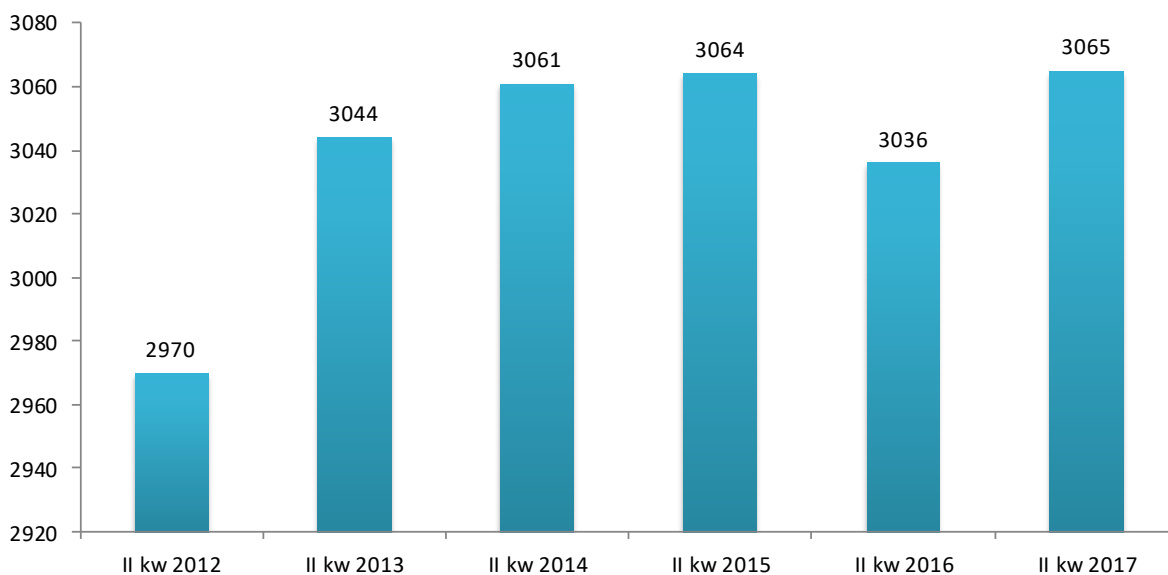
Tabela 2. Zameldowania i wymeldowania w gminach powiatu oleckiego

Nazwa	zameldowania ogółem					wymeldowania ogółem				
	2012	2013	2014	2015	2016	2012	2013	2014	2015	2016
Powiat olecki	382	381	398	0	405	508	514	547	0	484
Kowale Oleckie	33	46	39	0	37	76	85	82	0	78
Olecko	263	233	273	0	282	315	320	354	0	295
Świątajno	46	61	57	0	38	56	52	49	0	61
Wieliczki	40	41	29	0	48	61	57	62	0	50

Na podstawie danych z BDL

Na koniec pierwszego półrocza 2017 roku w rejestrze REGON powiatu oleckiego zarejestrowane było 3065 podmiotów gospodarczych, z czego 95,5% podmiotów należało do sektora prywatnego. Na przestrzeni lat 2012 – 2017 liczba jednostek gospodarczych w powiecie była zmienna. Największy wzrost odnotowano w końcu pierwszego półrocza roku 2013 (o 74 podmioty, tj. 2,5%). W następnych latach utrzymywał się wzrost liczby przedsiębiorstw, choć na niewielkim poziomie. W II kwartale 2016 roku miał miejsce spadek o 28 podmiotów (tj. 0,9%), jednak już w kolejnym roku liczba podmiotów została wyrównana (wzrost o 29 podmiotów tj. 1%) Szczegółowe dane ilustruje rysunek nr 3.

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

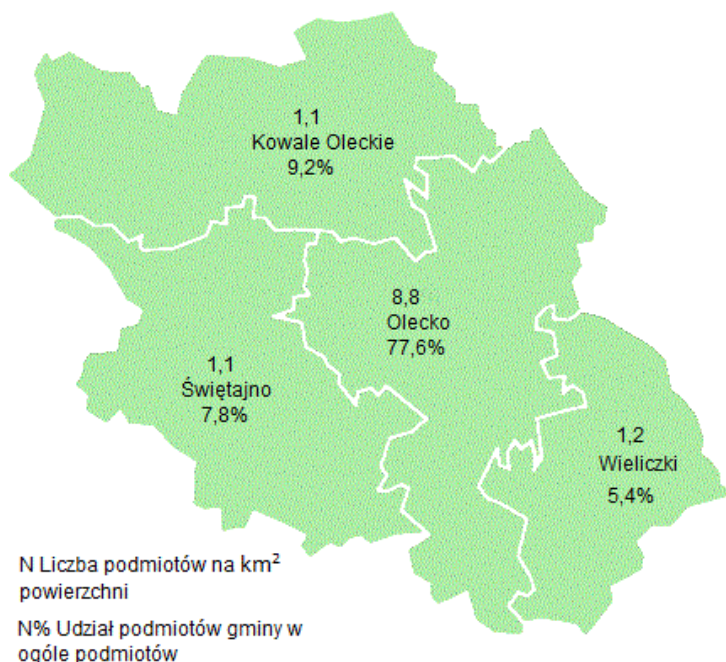


Na podstawie danych z BDL

Rozkład liczby podmiotów zarejestrowanych w powiecie jest zróżnicowany w obrębie poszczególnych gmin. **Na ich tle wyróżnia się miasto Olecko, gdzie przypada największa liczba podmiotów gospodarczych (2361 j. gospodarczych).** Olecko charakteryzuje się również największą koncentracją jednostek gospodarczych na km² powierzchni (8,8 j. gosp./km²). W pozostałych gminach funkcjonuje znacznie mniej podmiotów. Porównywalny poziom reprezentują gminy Kowale Oleckie (279 j. gospodarczych) i Świętajno (237 j. gospodarczych) osiągając w obu przypadkach ten sam poziom zagęszczenia podmiotów: 1,1 j. gosp./km². Najmniej podmiotów funkcjonuje w gminie Wieliczki (167 podmioty, tj. 1,2 j. gosp./ km²).

Warto jednocześnie zauważyć, że w całym powiecie rozpatrywanym ogółem koncentracja podmiotów wynosi 3,5 j. gospodarczych na 1 km². Dane dotyczące liczby podmiotów gospodarczych w powiecie oleckim w podziale według gmin ilustruje poniższy rysunek.

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



Głównym obszarem działalności podmiotów gospodarczych w powiecie oleckim jest handel hurtowy i detaliczny oraz naprawa pojazdów samochodowych (sekcja G). Ten rodzaj działalności prowadzi około 21,5% podmiotów w powiecie. Następnie 15,6% firm działa w obszarze budownictwa (sekcja F), a 10,2% przedsiębiorstw zajmuje się działalnością związaną z obsługą rynku nieruchomości (sekcja L). Około 8,2% przedsiębiorstw działa w ramach przetwórstwa przemysłowego (sekcja C), a 7,3% firm prowadzi działalność w ramach połączonych sekcji S i T (pozostała działalność usługowa i gospodarstwa domowe zatrudniające pracowników). Należy zauważyć ponadto, że ponad 5% przedsiębiorstw zajmuje się jeszcze: działalnością profesjonalną, naukową i techniczną – sekcja M (5,9%), w zakresie transportu i magazynowania – sekcja H (5,1%) oraz opieką i pomocą społeczną – sekcja Q (5,1%). W pozostałych sekcjach funkcjonuje mniej niż 5,0% podmiotów.

W powiecie oleckim w 7 głównych obszarach działalności liczba przedsiębiorstw wzrosła w ciągu ostatniego roku. Najwięcej podmiotów – licząc w liczbach bezwzględnych – przybyło w sekcji F tj. w budownictwie (wzrost o 31 podmiotów). 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 12,5%%, tj. 1 podmiot). Spadek liczby przedsiębiorstw odnotowano w 8 głównych obszarach działalności. Największy – liczony w liczbach bezwzględnych – dotyczył dwóch sekcji G (handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle) i sekcji N (działalność w zakresie usług administrowania i działalności wspierającej) - w obu przypadkach liczba zarejestrowanych przedsiębiorstw zmniejszyła się o 6, przy czym Sekcja N osiągnęła również największy procentowy spadek (o 9,5%). W czterech sekcjach liczba podmiotów w porównaniu do poprzedniego roku nie uległa zmianie. Są to: sekcja A – rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo i rybactwo; sekcja B – górnictwo i wydobywanie; sekcja O – administracja publiczna i obrona narodowa, obowiązkowe zabezpieczenia społeczne oraz sekcja P – edukacja. Ogółem w powiecie oleckim liczba podmiotów zwiększyła się o 29 tj. 1,0%. 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	136	4,4%	0	0,0%
Sekcja B	4	0,1%	0	0,0%
Sekcja C	250	8,2%	-6	-2,3%
Sekcja D	9	0,3%	1	12,5%
Sekcja E	10	0,3%	-1	-9,1%
Sekcja F	477	15,6%	31	7,0%
Sekcja G	659	21,5%	-3	-0,5%
Sekcja H	157	5,1%	-2	-1,3%
Sekcja I	83	2,7%	1	1,2%
Sekcja J	45	1,5%	-1	-2,2%
Sekcja K	77	2,5%	5	6,9%
Sekcja L	312	10,2%	3	1,0%
Sekcja M	180	5,9%	3	1,7%
Sekcja N	57	1,9%	-6	-9,5%
Sekcja O	33	1,1%	0	0,0%
Sekcja P	137	4,5%	0	0,0%
Sekcja Q	156	5,1%	-2	-1,3%
Sekcja R	55	1,8%	-4	-6,8%
Sekcje S i T	225	7,3%	8	3,7%
ogółem	3065	100%	29	

Na podstawie danych z BDL

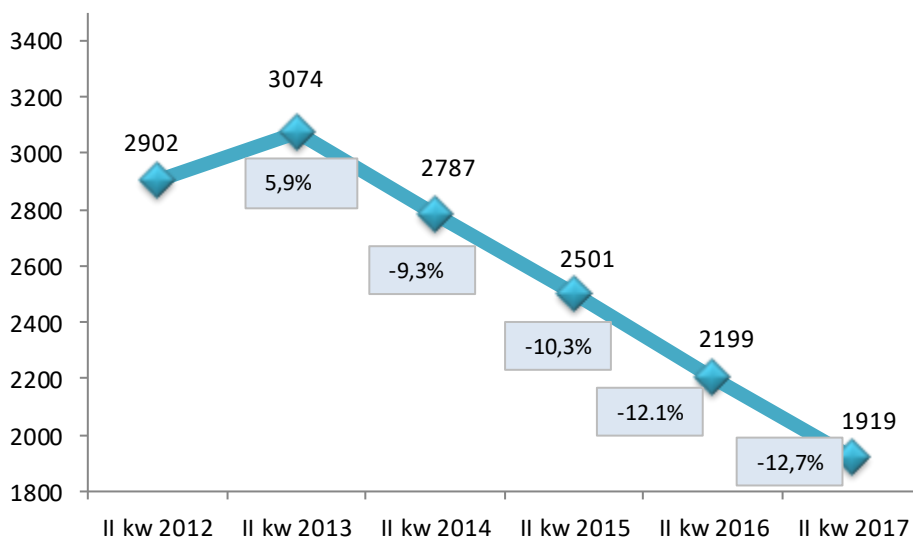
W powiecie oleckim przeważają mikro (do 9 pracowników) i małe przedsiębiorstwa (10 – 49 pracowników). Przedsiębiorstwa zatrudniające 50 i więcej pracowników stanowią 0,8% ogółu zarejestrowanych podmiotów w powiecie. W porównaniu do stanu z końca I półrocza 2016 roku w powiecie wzrosła liczba mikro przedsiębiorstw. W przypadku pozostałych kategorii przedsiębiorstw liczba podmiotów 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	2931	95,6%	29	1,0%
od 10 do 49	110	3,6%	0	0,0%
50-249	23	0,8%	0	0,0%
od 250 do 999	1	0,0%	0	0,0%
powyżej 1000	0	0,0%	0	0,0%
Ogółem	3065	100,0%	29	1,0%

Na koniec I półrocza 2017 roku w powiecie oleckim zarejestrowane były 1919 osoby bezrobotne, z czego 55,5% stanowiły kobiety. Od końca I półrocza 2012 roku do I półrocza 2013 roku zauważalny jest wzrost liczby bezrobotnych (o 172 osoby). Od tego momentu obserwowany jest stały spadek w liczbie bezrobotnych. Od końca I półrocza 2013 roku do końca I półrocza 2017 roku liczba osób bezrobotnych zmniejszyła się o 1155 osób. Szczegółowe dane przedstawione zostały na poniższym rysunku.

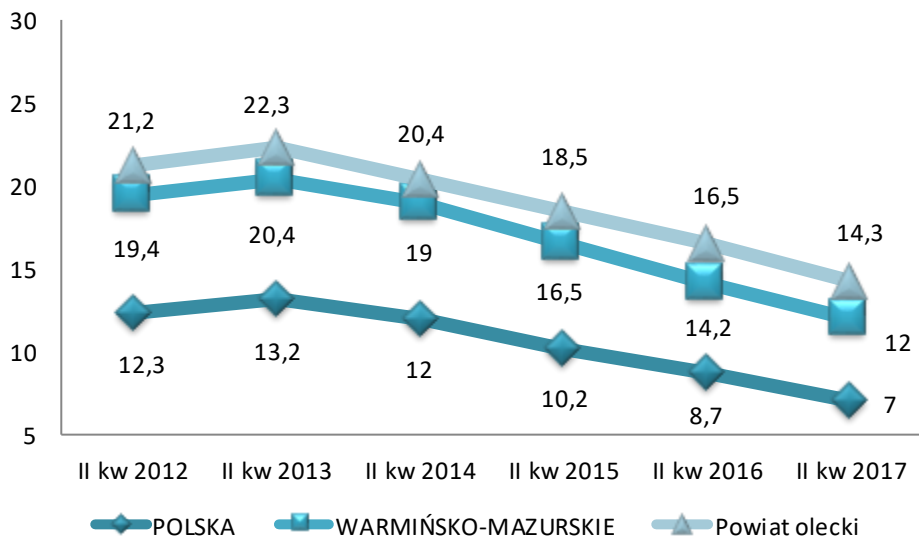
Rysunek 5. Liczba bezrobotnych w powiecie oleckim



Na podstawie danych z BDL

Stopa bezrobocia rejestrowanego w powiecie oleckim, wyniosła w I półroczu 2017 roku 14,3 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 1,1 pkt procentowego. Od I półrocza 2013 roku obserwowany jest stały spadek w stopie bezrobocia. Spadek ten stanowił odzwierciedlenie tendencji wojewódzkiej oraz krajowej. Od końca I półrocza 2012 roku do końca omawianego okresu poziom bezrobocia w powiecie zmalał o 6,9 pkt procentowych, w tym samym okresie w województwie warmińsko-mazurskim spadek wyniósł 8,4 pkt proc., a w kraju 6,2 pkt proc.

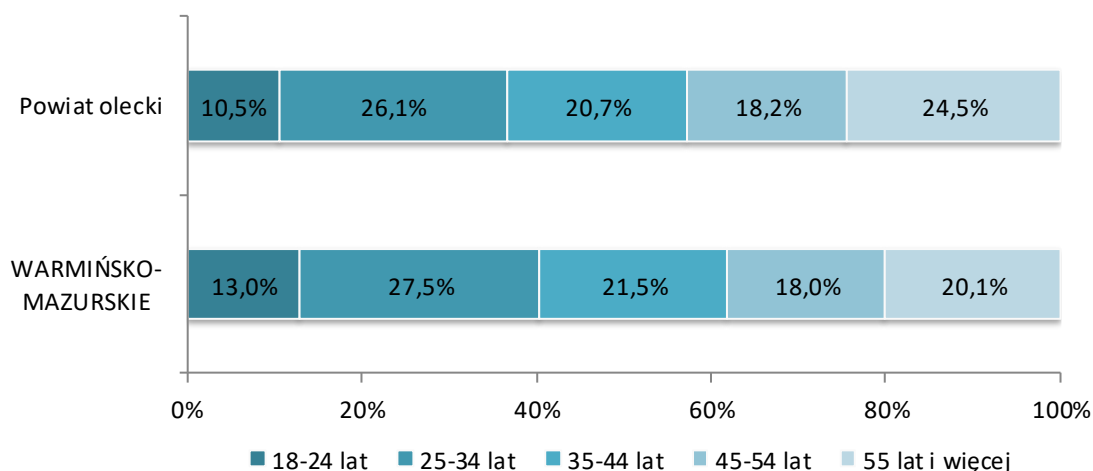
Rysunek 6. Stopa bezrobocia w kraju, województwie i powiecie



Na podstawie danych z BDL

Na tle województwa powiat olecki charakteryzuje się nieco niższym udziałem wśród bezrobotnych osób młodych w wieku 18 – 34 lata. Odsetek osób młodych w powiecie wynosi 36,6%, w województwie kształtuje się natomiast na poziomie 40,5% ogółu zarejestrowanych bezrobotnych. Odsetek osób w wieku 35 – 54 lata jest z kolei niższy w województwie (39,5% ogółu), a w powiecie wynosi on 38,9%. Odsetek osób z najstarszej grupy wiekowej – 55 i więcej lat – także większy jest w powiecie, gdzie wynosi 24,5%. W województwie kształtuje się on na poziomie 20,1%. Rozkład wieku bezrobotnych w powiecie oraz w województwie przedstawiono na rysunku nr 7.

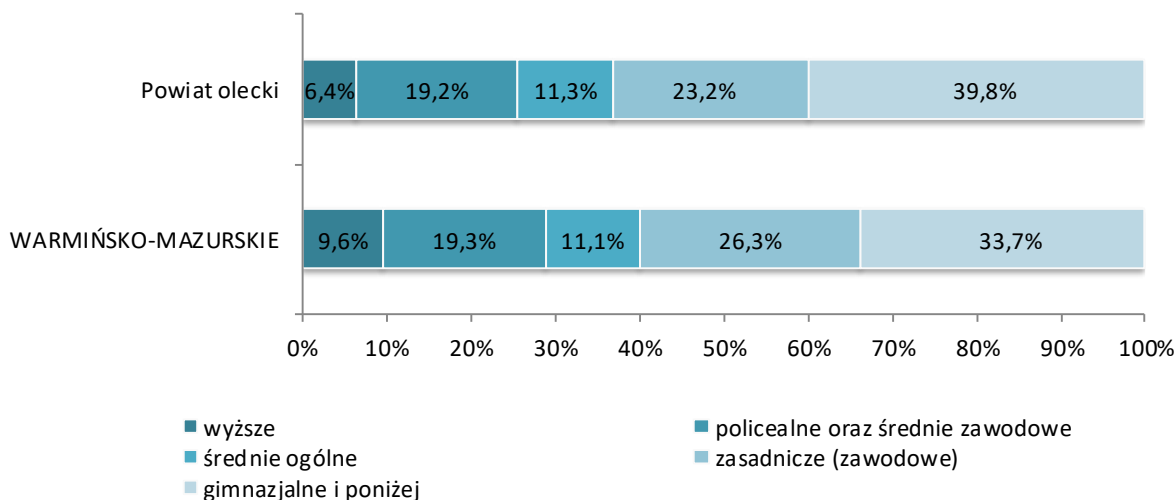
Rysunek 7. Struktura osób bezrobotnych w województwie i powiecie w podziale na wiek



Na podstawie danych z BDL

Wśród zarejestrowanych na terenie powiatu bezrobotnych najliczniejszy udział mają osoby o wykształceniu gimnazjalnym i niższym – 39,8% ogółu (odsetek w przypadku województwa wynosi 33,7%). Następną grupą najliczniej zarejestrowanych bezrobotnych są osoby z wykształceniem zasadniczym zawodowym – 23,2% w przypadku powiatu oleckiego oraz 26,3% dla województwa. Odsetek osób z wykształceniem policealnym oraz średnim zawodowym dla powiatu oleckiego wynosi 19,2%, zaś w województwie: 19,3%. Osoby z wykształceniem wyższym stanowią wyłącznie 6,4% zarejestrowanych bezrobotnych z terenu powiatu (a w województwie: 9,6%). Z kolei z wykształceniem średnim ogólnym w powiecie zarejestrowanych jest 11,3% osób - odsetek w przypadku województwa jest nieznacznie mniejszy (11,1%). Dane obrazujące strukturę bezrobotnych w powiecie oleckim oraz w województwie w podziale ze względu na wykształcenie ilustruje rysunek nr 8.

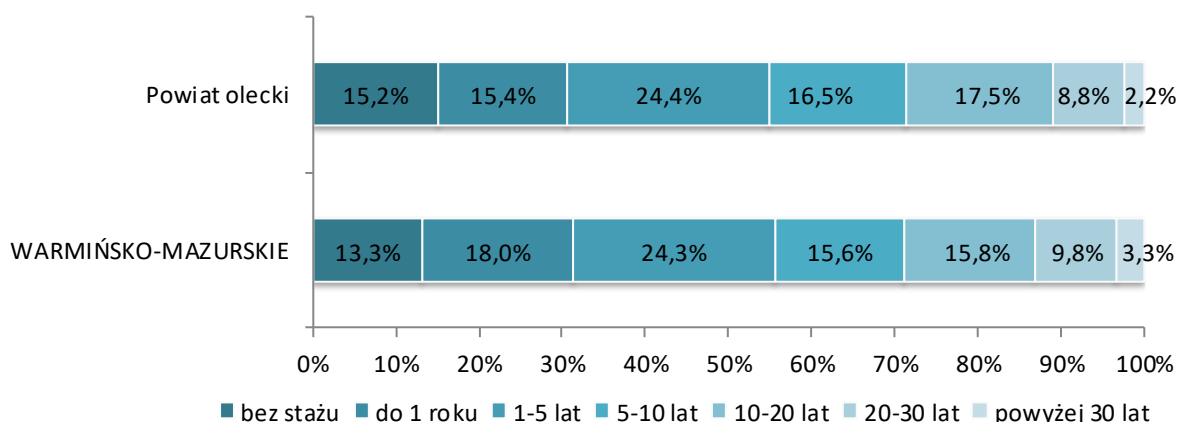
Rysunek 8. Struktura osób bezrobotnych w województwie i powiecie ze względu na wykształcenie



Na podstawie danych z BDL

W powiecie oleckim bezrobotni posiadający krótki staż pracy (do 1 roku) lub nieposiadający go w ogóle stanowią 30,6% ogółu zarejestrowanych. Odsetek ten jest nieco niższy niż w przypadku całego województwa warmińsko-mazurskiego, gdzie wynosi on 31,3%. Około 24,4% bezrobotnych w powiecie posiada staż pracy od 1 do 5 lat (w województwie – 24,3%). Osoby posiadające staż pracy wynoszący 5 – 20 lat stanowią 34% zarejestrowanych bezrobotnych w powiecie (w województwie – 31,4%). Natomiast staż pracy przekraczający 20 lat dotyczy 11,0% bezrobotnych w powiecie oraz 13,1% zarejestrowanych bezrobotnych w województwie. Dane szczegółowe ilustruje rysunek nr 9.

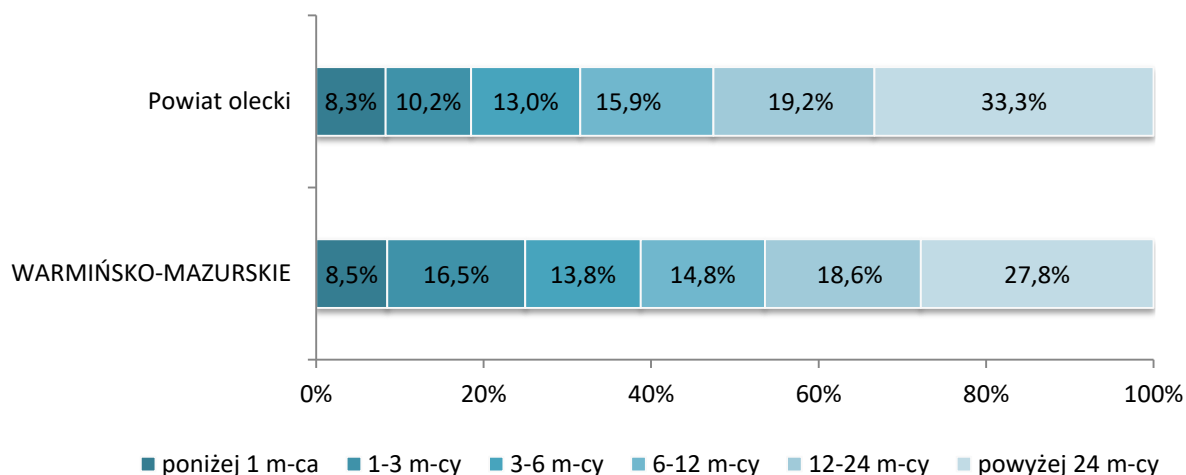
Rysunek 9. Staż pracy osób bezrobotnych w powiecie i województwie



Na podstawie danych z BDL

Istotnym czynnikiem charakteryzującym kondycję lokalnego rynku pracy jest również czas pozostawania przez osoby bezrobotne bez zatrudnienia. **Około 31,5% bezrobotnych w powiecie oleckim pozostaje bez zatrudnienia przez okres nieprzekraczający sześciu miesięcy. Dla województwa warmińsko-mazurskiego odsetek ten jest wyraźnie wyższy i kształtuje się na poziomie 38,8%.** Odsetek pozostających bez pracy od 6 do 12 miesięcy jest za to wyższy w powiecie – stanowi 15,9% (w województwie 14,8%). W powiecie odsetek bezrobotnych pozostających bez pracy od 12 do 24 miesięcy jest również wyższy niż w przypadku województwa i wynosi 19,2% (w województwie 18,6%). Z kolej osoby pozostające bez zatrudnienia powyżej 24 miesięcy w powiecie stanowią 33,3%, podczas gdy w województwie – 27,8% ogółu zarejestrowanych. Rozkład danych dotyczących czasu pozostawania bez pracy przez bezrobotnych z terenu powiatu oleckiego 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 ma znaczne problemy z wyjściem ze stanu bezrobocia. Wśród ogółu bezrobotnych najczęściej było osób długotrwale bezrobotnych - stanowiły 30,1% ogółu wszystkich bezrobotnych. Osoby powyżej 50 roku życia stanowiły 15,5%, zaś z kolei osoby poniżej 30 roku życia około 13,1% ogółu bezrobotnych. Podczas gdy odsetek osób, które wychowywały co najmniej jedno dziecko do 6 roku życia wynosił 11,0%. Do najmniej licznych grup osób bezrobotnych w szczególnej sytuacji na rynku pracy należały osoby niepełnosprawne (100 osób, tj. 2,2% ogółu bezrobotnych) oraz osoby korzystające z pomocy społecznej (382 osób, tj. 8,5% ogółu bezrobotnych zarejestrowanych w powiecie). Nie zarejestrowano żadnych osób bezrobotnych posiadających dziecko niepełnosprawne do 18 roku życia.

W skali roku odnotowano znaczący spadek liczby bezrobotnych w szczególnej sytuacji na rynku pracy w większości z wyszczególnionych grup. Największy, około 24,61%, spadek odnotowano wśród osób do 25 roku życia, natomiast wśród osób, które nie ukończyły 30 lat spadek wyniósł około 16,71%. W gronie długotrwale bezrobotnych spadek kształtował się na poziomie -11,45%. Liczba osób powyżej 50 roku życia zmniejszyła się o 8,1%. Wzrost osób bezrobotnych miał miejsce w dwóch badanych kategoriach: wśród osób wychowujących co najmniej jedno dziecko do 6 roku życia – o 1,02% i osób niepełnosprawnych o 14,94%.

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

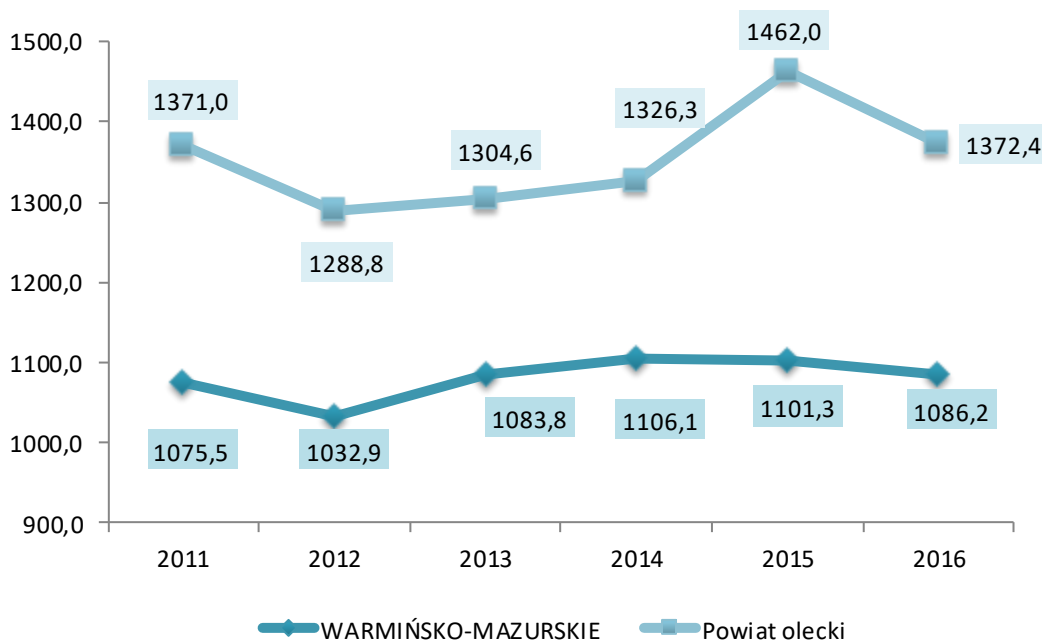
Tabela 5. Osoby bezrobotne w szczególnej sytuacji na rynku pracy

grupa bezrobotnych	bezrobotni zarejestrowani ogółem	procentowy udział	zmiana w ciągu roku	zmiana w procentach
do 30 roku życia	588	13,1%	-118	-16,71%
w tym do 25 roku życia	291	6,5%	-95	-24,61%
długotrwale bezrobotni	1346	30,1%	-174	-11,45%
powyżej 50 roku życia	692	15,5%	-61	-8,10%
korzystające z pomocy społecznej	382	8,5%	-55	-12,59%
posiadające co najmniej jedno dziecko do 6 lat	493	11,0%	5	1,02%
niepełnosprawni	100	2,2%	13	14,94%
ogółem	2206			

Na podstawie danych z Powiatowego Urzędu Pracy w Olecku

W ramach analizy danych zastanych rozpatrywano również kwestię dochodów i wydatków pochodzących z budżetu powiatu oleckiego. **Powiat oleckim 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 wahaniom, jednak w całym badanym okresie 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

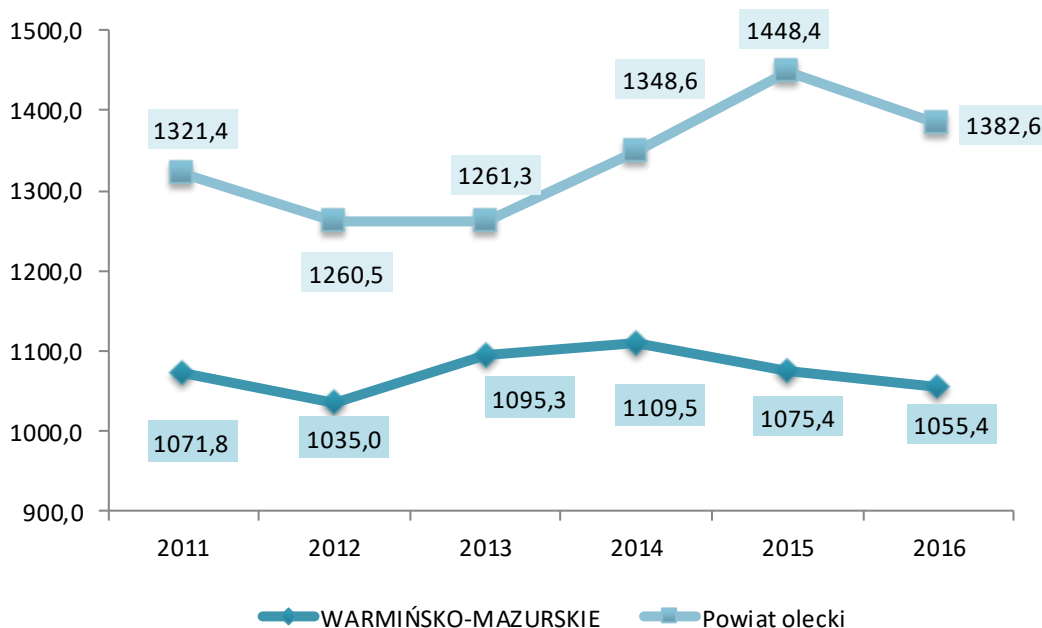


Wydatki pochodzące z budżetu powiatu i przeliczone na jednego mieszkańca są również wyższe niż średnia dla całego województwa warmińsko-mazurskiego. Wartość wydatków na jednego mieszkańca w latach 2012-2015 stopniowo wzrastała, po czym w 2016 roku został odnotowany nieznaczny spadek. Szczegółowe dane 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 oscylowały w okolicy 13,9% ogółu wydatków, podczas gdy dochody z tego tytułu w omawianym okresie kształtowały się na poziomie 8,4% ogółu dochodów¹.**

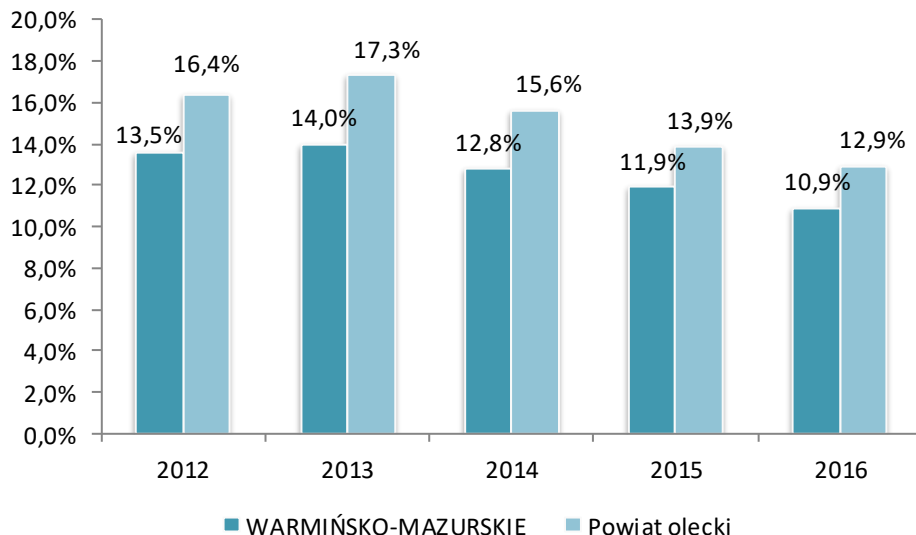
¹http://olsztyn.stat.gov.pl/vademecum/vademecum_warmińsko-mazurskie/portrety_powiatow/powiat_olecki.pdf

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



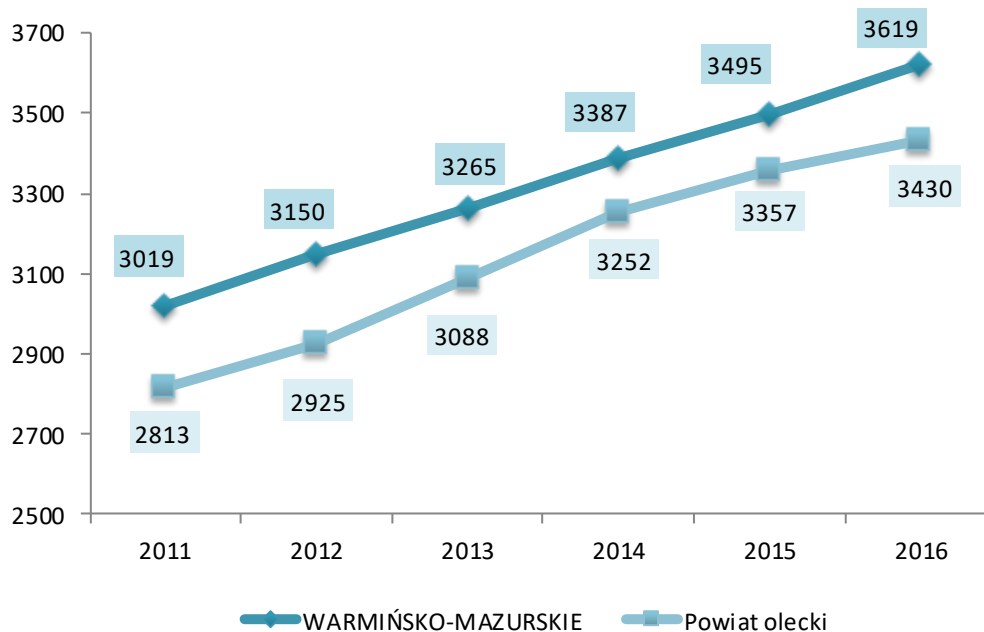
Istotnym wskaźnikiem jest również udział osób korzystających ze środowiskowej pomocy społecznej w ludności ogółem. **Na przestrzeni lat 2012 – 2016 odsetek ludności powiatu oleckiego korzystającej ze środowiskowej pomocy społecznej był wyższy niż ten sam odsetek dla województwa warmińsko-mazurskiego.** Niemniej zauważyć należy, 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)



Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto na koniec 2016 roku w powiecie oleckim kształtowało się na poziomie 3430 zł i było niższe od średniej dla województwa o 189 zł. Na przestrzeni ostatnich pięciu lat przeciętny poziom wynagrodzenia systematycznie wzrastał, jednak przez cały badany okres był poniżej średniej dla województwa. Omawiane dane znajdują się na rysunku nr 14.

Rysunek 14. Przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w powiecie i województwie



Zapotrzebowanie na zawody i umiejętności

W ocenie zapotrzebowania na zawody i umiejętności w powiecie oleckim 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:

- cieśle i stolarze budowlani;
- farmaceuci;
- fryzjerzy;
- inżynierowie inżynierii środowiska;
- kierowcy autobusów;
- kierowcy samochodów ciężarowych i ciągników siodłowych;
- magazynierzy;

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

- monterzy instalacji budowlanych;
- murarze i tynkarze;
- operatorzy i mechanicy sprzętu do robót ziemnych;
- operatorzy urządzeń dźwigowo-transportowych;
- psychologowie i psychoterapeuci;
- robotnicy obróbki drewna i stolarze;
- spawacze;
- ślusarze;
- terapeuci zajęciowi.

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

- ekonomiści;
- specjaliści rolnictwa i leśnictwa;
- specjaliści technologii żywności i żywienia;
- technicy mechanicy.

Odczuwalny deficyt pracowników wynika przede wszystkim z braku odpowiednich cech u osób bezrobotnych: umiejętności obsługi nowoczesnych maszyn, gotowości do pracy fizycznej, zmianowej, wymagającej wyjazdów. Zmniejszenie liczby nadwyżkowych zawodów można osiągnąć poprzez przeprowadzenie szkoleń uzupełniających kwalifikacje osób bezrobotnych na przykład specjaliści rolnictwa i leśnictwa po ukończeniu wymaganych kursów będą mogli znaleźć pracę jako poszukiwani robotnicy obróbki drewna lub stolarze. Z kolei technicy mechanicy po przekwalifikowaniu mogą podjąć pracę jako monterzy instalacji budowlanych, spawacze lub ślusarze.

„Strategia rozwoju powiatu oleckiego na lata 2016 – 2025” jest kompleksowym programem dla całego powiatu oleckiego. Z punktu widzenia problematyki niniejszego badania jest bardzo istotny. Jako główne cele wypisane w strategii, które mają znaczenie dla rozwoju podmiotów ekonomii społecznej w regionie zaliczyć można:

- **Cel I Nowoczesna infrastruktura rozwoju**
Zwiększenie nowoczesności infrastruktury ma zostać wprowadzone poprzez dążenie do polepszenia infrastruktury teleinformatycznej, a także inwestycje drogowe mające na celu ulepszenie układu komunikacyjnego.

- **Cel II Edukacja**
Cele związane z edukacją mają zostać osiągnięte poprzez nacisk na rozwój u uczniów kompetencji, które razem z wiedzą pomogą osiągnąć dobry start życiowy. W ramach przywołanego celu mówi się także o wzmocnieniu wizerunku szkoły jako placówki prospołecznej.

- **Cel III Turystyka i promocja**
Promowanie turystycznych atrakcji powiatu oleckiego ma zostać osiągnięte przy współpracy z organizacjami pozarządowymi. Jednocześnie planowana jest szersza promocja potencjału gospodarczego całego powiatu.

- **Cel IV Aktywna polityka rynku pracy**
Polityka powiatu w związku z rynkiem pracy skupia się wokół kilku czynników. Przede wszystkim zaplanowano działania mające na celu wsparcie rozwoju przedsiębiorstw i tworzenia nowych miejsc pracy. Dodatkowo podejmowane są działania, które mają przyczynić się do reintegracji społecznej osób dotkniętych wykluczeniem społecznym.

- **Cel V Ochrona zdrowia i pomoc społeczna**
Działania powiatu skupiają się wokół zwiększenia dostępności usług medycznych, wspierania aktywnego trybu życia i włączanie osób wykluczonych z powrotem do społeczności powiatu. W realizacji zadań mają pomóc działania profilaktyczne, warsztaty oraz rehabilitacje, które sprzyjają ogólnej integracji społecznej.

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. Projekt wypracowania inteligentnych specjalizacji należy uznać za innowacyjny w perspektywie dotychczas przygotowywanych strategii regionalnych. W obecnej chwili w skali kraju przeprowadzono bardzo niewiele podobnych przedsięwzięć. Realizacja pogłębionych analiz tego wycinka regionalnego otoczenia społeczno-gospodarczego uzupełnionego o pogłębione badania i porównanie wyników z regionami ościennymi powinno wyznaczyć przyszły trend badań potencjału regionu, gdzie przedmiotem analiz staje się jego pojedynczy wycinek opisany kompleksowo. Wobec braku spójnej metodologii wyznaczania inteligentnych specjalizacji regionu, autorzy strategii przyjęli rozwiązanie polegające na sekwencyjnym stawianiu pytań oraz realizacji spotkań i konsultacji. 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.*

Z perspektywy niniejszego projektu badawczego niezwykle istotny jest fakt, że 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 styeczne - czy to w wymiarze przyjętej filozofii myślenia gospodarczego

i wyznaczania priorytetów czy też w praktyce działalności gospodarczo-społecznej. W ramach każdej specjalizacji wyznaczono elementy składowe, tj. branże i działy gospodarcze. Zastosowanym podziałom należy się przyjrzeć, bowiem poszukiwanie nisz oraz zapotrzebowania na produkty i usługi powinno wpisywać się w założenia wojewódzkiej strategii.

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

- sporty wodne, a w tym: organizacja imprez sportowych, wypożyczalnie i sprzedaż sprzętu wodnego;
- przemysł rolno – spożywczy, a w tym: hodowla ryb i innych organizmów wodnych, przetwarzanie i konserwowanie ryb, połów ryb;
- zakwaterowanie i odnowa biologiczna, a w tym: hotele, obiekty spa i wellness.

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

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

Specjalizacja **drewno i meblarstwo** również dostarcza kilku potencjalnych obszarów działalności, a są to:

- przetwórstwo i sprzedaż drewna, a w tym: produkcja wyrobów tartacznych, produkcja desek budowlanych, podłogowych, konstrukcji dachowych itp., leśnictwo i pozyskiwanie drewna, sprzedaż drewna;

- produkcja mebli, a w tym: produkcja mebli biurowych, sklepowych, kuchennych, produkcja akcesoriów meblowych, tapicerstwo meblowe;
- produkcja innych wyrobów stolarskich, a w tym: produkcja elementów drewnianych do ogrodów, usługi stolarskie;
- naprawa i konserwacja, a w tym: konserwacja elementów drewnianych, renowacja mebli.

Na terenie powiatu oleckiego działa 96 organizacji pozarządowych, z czego 76,0% jest zlokalizowane na terenie miasta Olecko. Najwięcej organizacji działa w ramach działań skupionych wokół sportu, rekreacji i turystyki – 35 organizacje (36,4%) i bezpieczeństwa, ratownictwa – 24 organizacje (25,0%). Usługi socjalne i pomoc społeczną oferuje 15 organizacji (15,6%), a wokół rozwoju lokalnego skupionych jest 9 organizacji (9,4%). Z kolei 6,3% spośród organizacji pozarządowych prowadzi działalność gospodarczą.

Zgodnie z Raportem o stanie ekonomii społecznej w województwie warmińsko-mazurskim w 2016 r. w powiecie oleckim na szczególną uwagę zasługują następujące podmioty ekonomii społecznej³:

➤ Warsztat Terapii Zajęciowej Gmina Olecko

W ramach działalności prowadzonych w mieście Olecko zorganizowane są cyklicznie warsztaty w 9 pracowniach: krawiecka, informatyczna, techniczna, usprawnienia ruchowego, gospodarstwa domowego, plastyczna, rękodzieła artystycznego, ogrodniczo-florystyczna, wspomagająca. Instruktorzy poprzez działania warsztatowe pomagają uczestnikom rozwijać zarówno kompetencje manualne, jak i społeczne.

³http://warmia.mazury.pl/images/Departamenty/Regionalny_Osrodek_Polityki_Spoecznej/Ekonomia_spoeczna_na_WiM/Raport_o_stanie_ekonomii_spoecznej_w_2016_r.pdf

➤ Spółdzielnia Socjalna Razem

Do jednych z głównych zadań Spółdzielni należy oferowanie pomocy osobom w podeszłym wieku i niepełnosprawnym. Spółdzielnia działa w mieście Olecko od 2015 roku.

➤ Fundacja Rozwoju Ziemi Oleckiej

Fundacja działa od 2003 roku na terenie powiatu oleckiego, swoją siedzibę ma w Olecku. Podejmuje akcje mające na celu wzmacnianie inicjatyw związanych z lokalną przedsiębiorczością, edukacją, integracją środowisk lokalnych.

➤ Stowarzyszenie Na Rzecz Osób Niepełnosprawnych "JESTEŚMY RAZEM"

Działające od 2013 roku stowarzyszenie podejmuje bardzo różne działania mające na celu aktywizację osób niepełnosprawnych. Organizowane akcje takie jak wspólne warsztaty, ogniska, dni sportu czy andrzejki mają przede wszystkim zapobieganie wykluczeniu społecznemu i większej integracji społecznej.

➤ Stowarzyszenie Inicjatyw Dobrych „Od Siebie”

Stowarzyszenie od 2005 roku podejmuje na terenie gminy Świętojano działania aktywizujące i integrujące lokalną społeczność. Jedną z przykładowych inicjatyw było pozyskanie znacznych funduszy na budowę plaży wiejskiej, którą wybudowano własnymi siłami.

➤ Stowarzyszenie Wspierania Szkół i Placówek z Oddziałami Integracyjnymi „POMARAŃCZA”

Na terenie Olecka stowarzyszenie funkcjonuje już od 2005 roku. Przez ten czas podejmowane były liczne działania mające na celu zapobieganie wykluczeniu społecznemu osób niepełnosprawnych poprzez wspieranie na poziomie szkół inicjatyw integracyjnych, aktywizujących, informacyjnych i profilaktycznych.

Istotne dla rozwoju ekonomii społecznej są również Lokalne Grupy Działania. Na terenie powiatu gołdapskiego funkcjonuje 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.⁴

Analizę danych zastanych uzupełniono o ranking potencjału poszczególnych gmin powiatu oleckiego 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 gminy Olecko i Wieliczki. Z kolei relatywnie najgorzej ocenione zostały gminy: Kowale Oleckie i Świętajno.

Tabela 6. Ranking potencjału powiatu

Wskaźniki - koniec 2016 r.	Kowale Oleckie	Olecko	Świętajno	Wieliczki
Odsetek ludności do 25 roku życia	29,4%	28,1%	30,5%	30,8%
Pozycja	3	4	2	1
Saldo migracji	-41	-13	-23	-2
Pozycja	4	2	3	1
Ludność w wieku nieprodukcyjnym na 100 osób w wieku produkcyjnym	57,6	62,2	52	55,7
Pozycja	3	4	1	2
Pracujący w gminie w relacji do liczby mieszkańców w wieku produkcyjnym	12,4%	43,2%	8,7%	13,7%
Pozycja	3	1	4	2
Udział bezrobotnych w liczbie ludności w wieku produkcyjnym	13,0%	8,8%	13,6%	10,5%
Pozycja	3	1	4	2
Uczestnicy imprez organizowanych przez kluby, świetlice, domy i ośrodki kultury w relacji do liczby mieszkańców	28,5%	63,8%	42,4%	24,2%
Pozycja	3	1	2	4
Nowo zarejestrowane podmioty gospodarki narodowej w relacji do liczby podmiotów gospodarczych ogółem	9,0%	15,6%	13,2%	11,1%
Pozycja	4	1	2	3
Podmioty gospodarcze na 1 km kwadratowy powierzchni	1,1	8,8	1,1	1,2

⁴ <http://bip.powiat.elk.pl>

Wskaźniki - koniec 2016 r.	Kowale Oleckie	Olecko	Świątajno	Wieliczki
Pozycja	3	1	3	2
Udział osób w gospodarstwach domowych korzystających ze środowiskowej pomocy społecznej w ludności ogółem	13,4%	10,6%	19,6%	19,3%
Pozycja	2	1	4	3
Współczynnik skolaryzacji netto w szkołach podstawowych	86,6	93,4	68,5	92,6
Pozycja	3	1	4	2
Współczynnik skolaryzacji netto w gimnazjach	94,0	84,3	58,0	118,0
Pozycja	2	3	4	1
Miejsca w przedszkolach w relacji do liczby ludności w wieku 3-6	62%	65%	31%	63%
Pozycja	3	1	4	2
Liczba mieszkańców przypadająca na jeden budynek mieszkalny	5,4	8,8	5,3	4,9
Pozycja	3	4	2	1
Średnia pozycja	3,0	1,92	3,00	2,00
Ranking gmin wg potencjału w wybranych obszarach	4	1	3	2

ANALIZA STRONY POPYTOWEJ

W badaniu ilościowym wzięło udział 120 dorosłych mieszkańców powiatu oleckiego dobranych do badania w sposób kwotowy. Mieszkańcy podzieleni zostali na grupy konsumenckie.

Profil potencjalnego konsumenta usług/produktów w powiecie oleckim to niezamężna osoba nieposiadająca dzieci poniżej 18 roku życia, wchodząca w skład rodziny liczącej do 4 osób, z wykształceniem średnim.

Tabela 7. Badane grupy konsumentów

Grupa konsumencka	Odsetek próby
Kobiety	56,7%
Mężczyźni	43,3%
Osoby w wieku 18-24	10,0%
Osoby w wieku 25-34	13,3%
Osoby w wieku 35-39	10,8%
Osoby w wieku 40-49	15,0%
Osoby w wieku 50+	50,9%
Rodziny 2 osobowe	35,8%
Rodziny 3-4 osobowe	32,5%
Rodziny 5 osobowe i więcej	13,3%
Osoby nieposiadające dzieci poniżej 18 roku życia	75,0%
Osoby posiadające najmłodsze dziecko w wieku 6-17 lat	14,2%
Osoby posiadające najmłodsze dziecko w wieku poniżej 6 lat	10,8%
Single przed zawarciem małżeństwa	2,5%
Single po wygaśnięciu małżeństwa	15,8%
Osoby z wykształceniem podstawowym/gimnazjalnym	16,7%
Osoby z wykształceniem zasadniczym zawodowym	16,7%
Osoby z wykształceniem średnim	40,8%
Osoby z wykształceniem wyższym	25,8%
Osoby z dochodem do 2500 zł netto	64,2%
Osoby z dochodem od 2501 do 5000 zł netto	11,7%
Osoby z dochodem powyżej 5000 zł netto	4,2%

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 oleckiego 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: transport i gospodarkę magazynową, przetwórstwo przemysłowe, edukację, działalność związaną z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi oraz 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 respondenci wskazywali wyłącznie na słabą dostępność opieki medycznej i lekarzy specjalistów (40,8%). W kontekście poszukiwania nisz rynkowych dla przedsiębiorstw społecznych trudno w tym obszarze upatrywać zatem niszy dla przedsiębiorstwa społecznego.

Kolejnym często wskazywanym obszarem był transport i gospodarka magazynowa. Respondentom **najczęściej doskwiera tutaj ograniczony dostęp do usług przewozu osób, głównie usług samochodowych (14,2%)**. Wymienione obszar może stanowić przedmiot działalności przedsiębiorstwa społecznego. Zwracano uwagę także na niedostępność połączeń kolejowych (3,3%).

10,8% badanych wskazało obszar przetwórstwa przemysłowego. Dostrzegano tutaj szczególnie **utrudniony dostęp do ekologicznych produktów przetwórstwa spożywczego, w tym przetwórstwa mięsnego (4,2%)**.

10,8% mieszkańców powiatu oleckiego wskazało edukację. W omawianym obszarze respondentom doskwiera przede wszystkim utrudniona dostępność szkół wyższych (5,8%).

Analiza wyników badania wykazała, że w branży związanej z kulturą, rozrywką i rekreacją silnie odczuwany jest **niedobór podmiotów oferujących dodatkowe zajęcia dla dzieci i młodzieży (2,5%)**.

Warto również odnotować, że spośród pozostałych branż najczęściej wskazywano na: **niewielką liczbę hodowców ryb, u których można byłoby bezpośrednio dokonać zakupu (3,3%), niewłaściwe gospodarowanie odpadami i zalegające śmieci (3,0%), brak animatorów kulturalnych (4,2%), niedobór restauracji/punktów gastronomicznych (5,0%), niedobór podmiotów oferujących usługi krawieckie (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.

W ramach uzupełnienia powyższych informacji przeprowadzono indywidualne wywiady pogłębione na przedstawicielach jednostki samorządu terytorialnego i podmiotu ekonomii społecznej. Przebadano dwóch przedstawicieli, którzy występowali w roli ekspertów. Respondenci próbowali przedstawić kształt lokalnego rynku, jednak w swoich uwagach skoncentrowali się na nieco innych jego elementach niż badani wcześniej mieszkańcy. Można zauważyć, że **wzrasta popyt na usługi przypominające w swoim zakresie dotychczasową pomoc sąsiedzką (ma się na myśli takie usługi jak: dostarczenie zakupów spożywczych, wysłanie paczek i listów, pomoc w sprzątaniu domu oraz obejścia)**. Przedstawiciele podmiotu ekonomii społecznej musieliby wykazywać się bardzo szerokim zakresem usług, a przede wszystkim dużą mobilnością – największe zapotrzebowanie na tego rodzaju pomoc jest w miejscach znacznie oddalonych od centralnych ośrodków powiatowych.

Kolejne pytanie skierowane do badanych mieszkańców posłużyło pogłębieniu diagnozy postawionej na podstawie pierwszego pytania. Zastosowano inną klasyfikację branż i poproszono respondentów o wskazanie produktów/usług, 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 57,5% mieszkańców jest skłonnych sięgnąć po produkty/usługi oferowane przez podmioty ekonomii społecznej. 21,7% 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 (20,8%); wymieniano tutaj przede wszystkim jaja i nabiał, miód oraz wypieki, w wypowiedziach badanych rzadziej pojawiały się przetwory, owoce i warzywa;
- wyrobów rękodzielniczych takich jak ozdoby, dekoracje, ale także przedmioty codziennego użytku np. miotły, szczotki (9,2%);
- usług sprzątania, usług ogrodniczych (4,2%);
- lokali/punktów gastronomicznych (3,3%);
- usług szewskich (2,5%).

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

Respondenci uczestniczący w badaniu jakościowym nie potrafili jednoznacznie wskazać pola działania ewentualnego podmiotu ekonomii społecznej, który zatrudniałby osoby bezrobotne i zagrożone wykluczeniem społecznym. Największe możliwości eksperci dostrzegali w ramach wspomnianej już niszy usług skierowanych do osób starszych. Podmiot ekonomii społecznej w powiecie oleckim mógłby powstać w ramach niszy usług skierowanych do osób starszych, samotnych. Ze względu na ciągle wzrastającą tendencję wyjazdów osób młodych w poszukiwaniu nowych warunków do życia, na terenie powiatu pozostają osoby coraz starsze, które przerastają podstawowe czynności.

Podejmowane działania zapobiegałyby izolacji osób starszych, samotnych od społeczeństwa - nawet udzielając pomocy w rozwiązywaniu spraw urzędowych. Warto zauważyć, że osoby działające w ramach podmiotu nie musiałyby posiadać specjalnych kwalifikacji do podejmowania takich zleceń.

W każdej gminie są chętne osoby na opiekunkę osób starszych i to są z reguły pielęgniarzki takie, które już gdzieś przeszły albo takie osoby, które nabyły takich kwalifikacji, natomiast mogą być opiekunkami, ale nie w zakresie medycznym. Mogą robić zakupy, sprzątać, coś takiego. Widzę tutaj taką lukę, że osoby mieszkające założmy poza Oleckiem, miejscowościami gminnymi gdzieś na wsiach, tam są osoby starsze, które wymagają pomocy, tam nie ma tej opieki. Parę osób myśmy przeszkolili i przez jakiś czas działały na tych wioskach tylko, że to chyba na jakiś umowach prywatnych, że ja ci pomogę, zrobię ci zakupy, przyjadę do miejscowości gminnej, pojadę po lekarstwa, posprzątam dom. Ja bym się nie skupiał na tych medycznych sprawach, tamci ludzie potrzebują, żeby ktoś im lekarstwa kupił, mają samochód, więc mogą przywieźć do lekarza, zrobić zakupy, to jest czasami daleko. W takiej gminie założmy oleckiej to jest gmina, która się rozciąga od jednej granicy do drugiej granicy przez dwadzieścia parę kilometrów. Tam nie jeżdżą autobusy, nie ma w tej chwili łączności, te osoby nie mają takiego kontaktu, trzeba im pomóc, pomagają sąsiedzi, sołtys czasami,

ale taka stała opieka, że wpadnie jutro czy pojutrze i jakieś tam parę groszy ten emeryt czy emerytka mogłaby dać.

[przedstawiciel podmiotu ekonomii społecznej]

Z kolei nisza usług opiekuńczych dla osób starszych jest już bardzo dobrze zagospodarowana. Na terenie powiatu jest prowadzone kilka domów dziennych, aktywnie działają również grupy wyjazdowe, które świadczą usługi w miejscu zamieszkania osoby potrzebującej. W związku z tym zakres usług opiekuńczych w wymiarze medycznym mógłby stanowić dla nowego podmiotu zbyt duże wyzwanie. Obok prężnie działającej konkurencji podmiot musiałby także zmierzyć się z problemem w postaci zapewnienia zatrudnianym osobom odpowiednich kwalifikacji, na co kładzie przede wszystkim nacisk przedstawicielka jednostki samorządu terytorialnego.

Jeżeli chodzi o pomoc społeczną to tutaj jest sporo takich zakładów odnośnie pomocy społecznej, bo środowiskowy dom pomocy społecznej w Kowalach, dom pomocy społecznej na Jaśkach. Mamy także WTZ, oni jeżdżą, przywożą tych ludzi, natomiast spora grupa zostaje tam.

[przedstawiciel podmiotu ekonomii społecznej]

Natomiast jeżeli chodzi o opiekę nad osobami starszymi to też ta sieć jest całkiem dobrze rozwinięta. Funkcjonują zarówno domy pomocy środowiskowej, jak i dom pomocy społecznej dla osób starszych, jest zakład pielęgnacyjno-opiekuńczy. Ten zakład pielęgnacyjno – opiekuńczy tak naprawdę mógłby może stanowić niszę rynkową, natomiast standardy i wymagania, co do prowadzenia zakładu pielęgnacyjno – opiekuńczego, moim zdaniem, dla PES opartych o osoby bezrobotne jest nie do przejścia. Są tak wysokie standardy, że oni sobie po prostu nie poradzą. Chyba, że będą mieć lidera, który ich poprowadzi ot tak za rączkę, ale myślę, że raczej sam lider niewiele jest w stanie tutaj zrobić.

[przedstawicielka jednostki samorządu terytorialnego]

Podobna sytuacja ma miejsce w przypadku usług opiekuńczych skierowanych do dzieci w wieku przedszkolnym. **Na terenie powiatu nowopowstały podmiot ekonomii społecznej spotkałby się z silną konkurencją zarówno w przypadku żłobka, jak**

i przedszkoli. Jedyna szansa na zaistnienie podmiotu byłaby na obrzeżach powiatu, bardziej na terenach wiejskich, gdzie jednak nie ma tak silnego zapotrzebowania na tego rodzaju usługi - być może ze względu na znaczny odsetek osób starszych zamieszkujących te obszary.

Jeżeli chodzi o opiekę nad dziećmi ona jest bardzo rozwinięta na terenie powiatu oleckiego i jest tak, że liczba dzieci przypadających na jedno miejsce w przedszkolu czy żłobku jest stosunkowo niższa w porównaniu do innych obszarów województwa. Tak jak mówiłam, może by się znalazły te nisze na obszarach wiejskich, bo tam rzeczywiście nie ma tego rodzaju usług, ale tam nie ma też odbiorców.

[przedstawicielka jednostki samorządu terytorialnego]

Respondenci mają całkowicie odmienne zdanie na temat ewentualnych szans podmiotu działającego w ramach podwykonawstwa dla firm lokalnych. Przedstawiciel ekonomii społecznej zwraca uwagę, że dla lokalnych przedsiębiorców zlecenie pewnych zadań mogłoby stanowić obciążenie, co pozwoliłoby podejmować bardziej odpowiedzialne zadania przez stałą załogę. Jednak przedstawicielka jednostki samorządu terytorialnego wyklucza szanse podmiotu w związku z koniecznością spełniania przez firmy międzynarodowych standardów. **Współpraca z podmiotem ekonomii społecznej, który zatrudniałby pracowników bez wymaganych kwalifikacji, mogłaby wiązać się ze zbyt dużym ryzykiem dla firm lokalnych. Obawa firm przed zbyt słabą jakością usług podmiotu mogłaby znacząco utrudniać uzyskiwanie zleceń.** Bardziej realnym polem działania podmiotu mogłyby być prace stricte porządkowe prowadzone na zlecenie firm, dbałość o otoczenie, drobne remonty. Jednak taki zakres usług mógłby okazać się niewystarczający do samodzielnego istnienia podmiotu.

U nas to są te firmy drzewne, tartaki, są zwirownie, łódki robią, jest sporo, jest odlewnia żeliwa. Trzeba by było tam wejść do środka, porozmawiać i zaproponować czy coś zewnątrznie można im robić, mieć pomysł i zaproponować, bo inaczej te firmy nie przyjdą, jemu może nawet gdzieś tam i przez głowę by przeszło, ale w nawale tych prac, tego wszystkiego, co on ma czasami nie wpadnie na pomysł, że ktoś może go wyręczyć w mniej specjalistycznym działaniu, że może jemu pomóc. (...) Zawsze trzeba pomalować kotłownię, pomalować kra-

wężniki, kwiatki posadzić, coś takiego zrobić tylko to muszą być osoby, które dadzą gwarancję, że one to będą robiły. Pokażą, że potrafią, takie rzeczy też są potrzebne, trzeba posiać trawę, kwiatki posadzić, ktoś musi pomyśleć jak ten kwiatek będzie pięknie wyglądał.

[przedstawiciel podmiotu ekonomii społecznej]

Lokalne firmy są o bardzo dużym potencjale technicznym i z tego, co wiem o bardzo wysokich wymaganiach jakościowych odnośnie produkcji, więc dla nich podjęcie jakichkolwiek działań, które by naruszały, stanowiły potencjalne zagrożenie dla jakości ich wyrobów w mojej ocenie byłyby nie do przyjęcia. Natomiast mniejsze zakłady również mają kontrakty zagraniczne, dlatego że z mojego rozpoznania wynika, że nawet takie firmy w zakładzie, które funkcjonują na terenie Olecka i zajmują się tematem, ogólnie mówiąc, obróbki drewna, nie są w stanie funkcjonować na warunkach rynkowych, jeśli będą tylko produkowały na polski rynek. Moja ocena jest taka, że byłaby to dla nich bardzo trudna decyzja, ponieważ, tak jak mówię, są to firmy oparte na wyrobach bardzo wysokiej jakości.

[przedstawicielka jednostki samorządu terytorialnego]

W niszy związanej z handlem podmiot ekonomii społecznej musiałby mierzyć się z bardzo silną konkurencją. Oferta na rynku jest bardzo szeroka i prowadzona na dużą skalę. W ramach tej branży należy liczyć się ze znaczącymi trudnościami w utrzymaniu silnej pozycji na rynku. Podmiot musiałby wyróżniać się wyjątkową ofertą, jednak raczej niekoniecznie z zakresu rękodzieła. Całkowicie wyklucza taką możliwość przedstawicielka jednostki samorządu terytorialnego.

Jeżeli chodzi o jakieś sprawy produkcyjne to ten nasz rynek jest przesycony, jest mnóstwo sklepów, mnóstwo zakładów, wielka konkurencja i ci, którzy chcą uruchomić jakąś działalność gospodarczą naprawdę mają problem, siła nabywcza w naszym powiecie nie jest zbyt wielka, natomiast oferta jest bardzo szeroka.

[przedstawiciel podmiotu ekonomii społecznej]

Jest część osób, która chcą działać na rynku pracy tylko tworząc sobie samodzielnie możliwość realizacji swoich pasji. Tu się zgodzę, bo się rękodziełem mogą zajmować, mogą malo-

wać, szyc i nie wiem w jakiś sposób to sprzedawać, natomiast nie mówmy tu o tym, że to będzie przedsiębiorstwo konkurencyjne, bo dla mnie to jest po prostu nierealne.

[przedstawicielka jednostki samorządu terytorialnego]

Podobna sytuacja ma miejsce w przypadku niszy usług świadczonych przez specjalistyczne zakłady. **Na terenie powiatu jest nadmiar punktów świadczących usługi fotograficzne, komputerowe czy nawet turystyczne.** W przypadku tych ostatnich dodatkowym aspektem utrudniającym prowadzenie podmiotu ekonomii społecznej jest bardzo duża sezonowość i brak zainteresowania takimi usługami przez lokalnych mieszkańców. Jedyną szansę rozwoju w tej niszy przedstawiciel podmiotu ekonomii społecznej dostrzega w ofercie krawieckiej i szewskiej. Wydaje się jednak trudne do oceny na ile taki podmiot byłby w stanie samodzielnie się utrzymać na rynku przy tak ograniczonym zakresie usług. Dlatego konieczne byłoby przeprowadzenie dokładnych badań rynkowych przed podjęciem takiego kroku.

Zakład fotograficzny czy ujeżdżalnia koni coś takiego to nie na naszym rynku, to jest przesycone. Tych zakładów fotograficznych jest masa, a ludzie z Mazur koniem nie będą jeździć. Wczasy są dwa miesiące, więc trudno o turystów. Zresztą te pomysły są różne, ale wydaje mi się, że większości nie da się spełnić. (...) Nawet gdyby patrzeć, jeżeli chodzi o komputery, te usługi takie jak naprawa komputerów czy coś takiego to też jest masę. Z tą spółdzielnią trudno wyjść na rynek, jeżeli chodzi o takie usługi. Może szewc, bo tutaj tylko jeden gdzieś w Olecku jest, może krawiec taki mobilny, że jeśli trzeba firanki przesyć to będzie tani. Tutaj jest zakład krawiecki, który to robi, ale bardzo drogo. Także w tym kierunku może by poszukać.

[przedstawiciel podmiotu ekonomii społecznej]

W zakresie niszy usług sprzątających działała wcześniej na terenie powiatu spółdzielnia, która jednak nie zdołała się utrzymać na rynku. Nawet mimo podjętej próby rozszerzenia zakresu usług o świadczenia pielęgnacyjne podmiot nie sprostał konkurencji. Respondenci mają odmienne zdanie na ten temat. Przedstawiciel podmiotu ekonomii społecznej jako główną przyczynę upadku spółdzielni wskazuje brak silnego lidera, który zapobiegłby rozłamom w ramach współpracowników. Skutkowało

to trudnościami z uzyskaniem zleceń, osoby działające w ramach podmiotu były przekonane, że mają uprzywilejowaną pozycję ze względu na dobroczynne aspekty swojej działalności. Rozmówca dostrzega jednak realne szanse działania podmiotu w ramach tej niszy. Z kolei przedstawicielka samorządu terytorialnego wyklucza powstanie jakiegokolwiek podmiotu ekonomii społecznej, który w powiecie oleckim byłby w stanie samodzielnie generować stały przychód.

Wiem, że stowarzyszenie Adelfi, ono wcześniej też z nami współpracowało pomogło założyć spółdzielnię, to były pielęgniarzy, opiekunki osób starszych, jednocześnie chciały jak sobie dobrze przypominam, chciały chyba brać udział w sprzątaniu biur, coś im tam na początku nie wyszło, ale jak dalej to idzie to nie wiem, nie mam kontaktu po prostu z nimi. (...) Te osoby, które zakładały spółdzielnie to były z naszego powiatu, chciały świadczyć usługi w naszym terenie i one uważały, że robią coś dobrego, a te usługi wykonywał ktoś z zewnątrz. Więc te osoby uważały, że pan burmistrz, samorząd powinien im pójść na rękę i zamiast skupić swoją uwagę na przetargu, na konkurencji to te osoby bardzo zaatakowały burmistrza, że on musi. Dokumenty do przetargu trzeba dokładnie wypełnić, że jest konkurencja, że jesteście ale nikt was pieścić nie będzie. To trzeba by chyba tym ludziom mówić i przygotować ich na ten start, bo jak one uczestniczyły w tym szkoleniu, były u burmistrza, były różne spotkania i były pewne, że są pod parasolem, a to niestety tak nie jest. (...) Widzę przynajmniej jedną taką lukę, wydaje mi się, że można by było wypełnić tę niszę tym sprzątaniem, bo tam chyba mniejsza jest konkurencja i jak słucham to dosyć drogo sobie życzą.

[przedstawiciel podmiotu ekonomii społecznej]

Jedna spółdzielnia, która powstała w oparciu o współpracę z Powiatowym Urzędem Pracy niestety nie utrzymała się na rynku. Z tym względów, o których ja ciągle mówię. Nie widzę możliwości działania na oleckim rynku pracy i w ogóle na rynku pracy Podmiotów Ekonomii Społecznej, jeżeli mają działać w warunkach rynkowych. Takie jest moje zdanie na ten temat od wielu lat. Tamta spółdzielnia działała głównie w zakresie usług sprzątających, natomiast niestety nie utrzymała się.

[przedstawicielka jednostki samorządu terytorialnego]

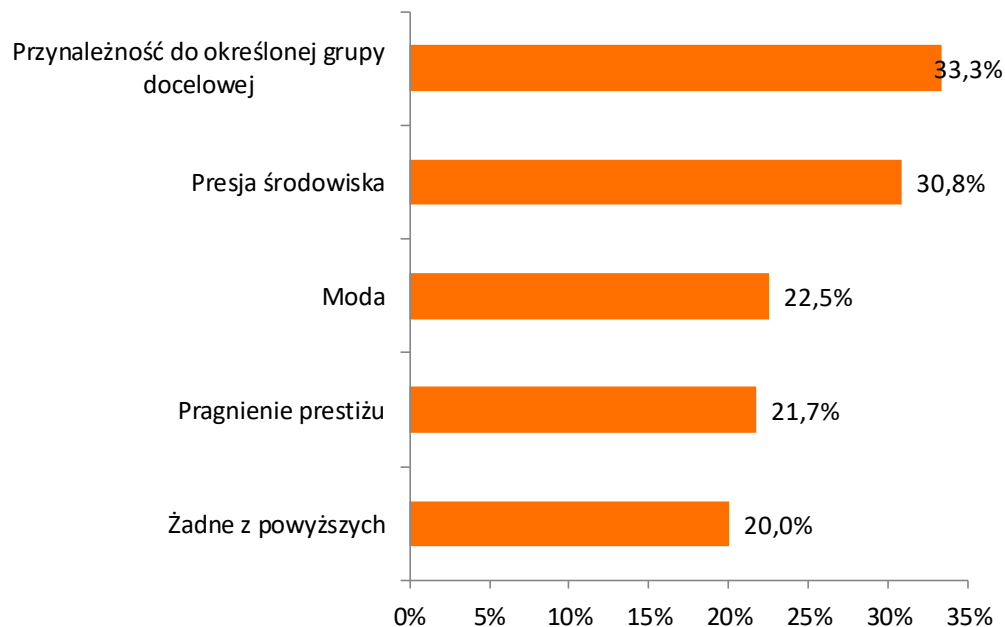
Na koniec wszystkich mieszkańców-konsumentów poproszono o ocenę aspektów, do których przywiązują wagę w momencie dokonywania wyboru towarów i usług. Każdy z aspektów oceniony został w pięciostopniowej skali, gdzie 1 – oznaczało najmniejszą wagę, a 5 – wagę największą. Wyniki analizy dostarczają cennej informacji nt. aspektów, na które nacisk położyć powinno potencjalne przedsiębiorstwo społeczne dostarczające produkty/usługi mieszkańcom powiatu oleckiego. Mieszkańcy zwracają największą uwagę na jakość produktu/usługi i na możliwość gwarancji. Najmniejszą wagę przywiązują do poziomu reklamy i promocji. Zwraca również uwagę fakt, że mieszkańcy powiatu bardzo skupiają się na cenie produktu/usługi oraz certyfikatach.

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

Aspekt	Średnia ocen
Jakość produktu/usługi	4,5
Możliwość gwarancji	4,4
Cena produktu/usługi	4,2
Posiadanie certyfikatu jakości	3,9
Pochodzenie (np. kraj, region)	3,7
Kwalifikacje pracowników	3,7
Usługi posprzedażowe	3,5
Marka	3,5
Nowoczesność produktu/usługi	3,5
Poziom reklamy i promocji	3,0

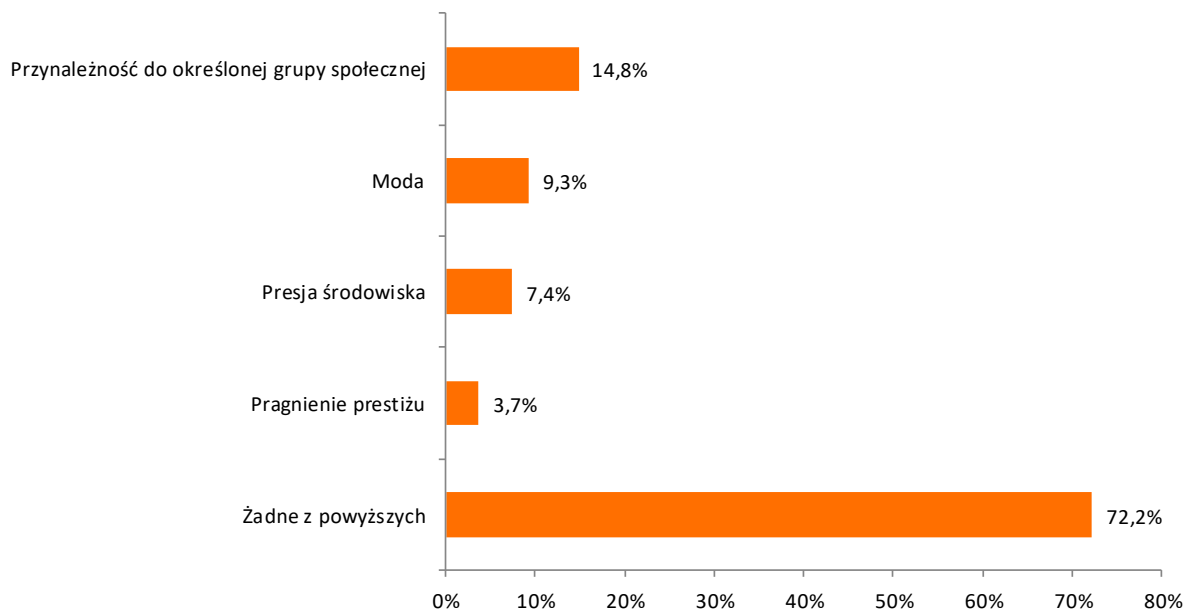
Mieszkańców poproszono również o wskazanie rodzajów wybieranych produktów/usług. Analiza zebranych odpowiedzi wskazuje, że mieszkańcami podczas zakupów najczęściej kierują przynależność do określonej grupy docelowej (wybierają produkty polecane dla osób im podobnych) oraz presja środowiska (wybierają produkty, które kupili wcześniej ich znajomi/krewni). Wyniki badania potwierdzają zatem, że poszukując nisz dla przedsiębiorstw społecznych można również zidentyfikować potencjalnych klientów zebranych w grupach konsumenckich o określonym profilu społeczno-demograficznym. Odpowiedzi badanych nieco rzadziej wskazywały na pragnienie prestiżu i modę. Ponadto wyłącznie 20,0% mieszkańców w ogóle nie kieruje się wyżej wymienionymi czynnikami. Omawiane dane znajdują się na rysunku poniżej.

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



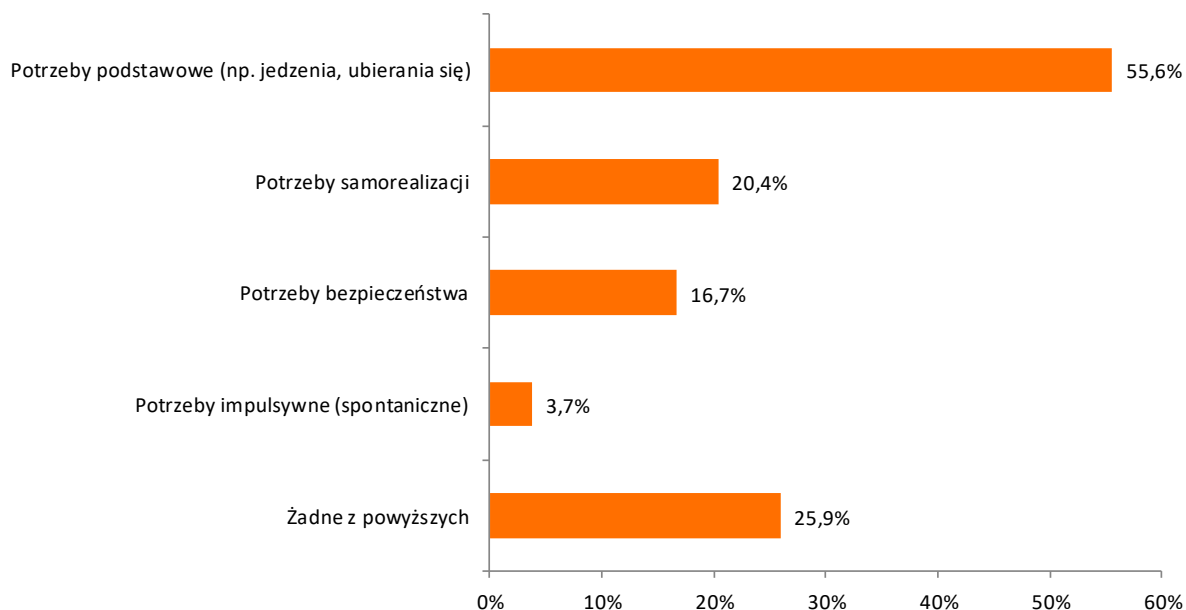
Podobne pytanie skierowano do przedsiębiorców uczestniczących w badaniu ilościowym. 14,8% spośród nich uważało, że na wybór ich produktów/usług wpływ ma przynależność do określonej grupy społecznej. Pozostałe czynniki zostały wymienione w znacznie mniejszym zakresie niż w przypadku mieszkańców, aż 72,2% przedsiębiorców nie dokonało żadnego wskazania. Wpływ mody i presji środowiska określono na podobnym poziomie. Zupełnie pomniejszono natomiast w swoich odpowiedziach pragnienie prestiżu (3,7%).

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



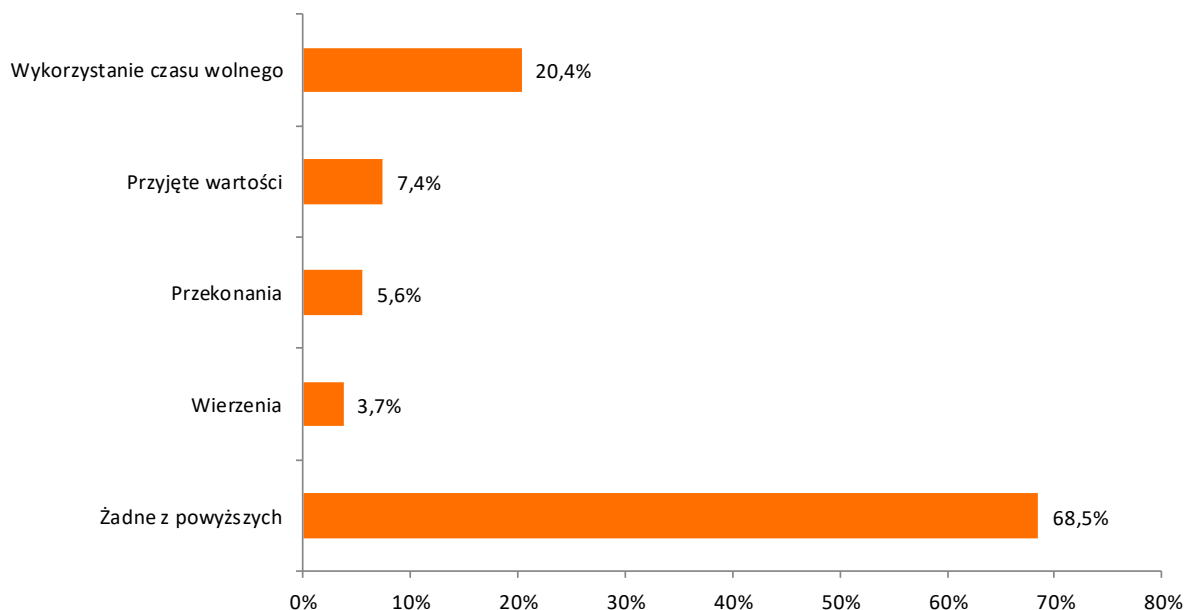
Przedsiębiorcy wskazali również główne potrzeby konsumentów, które – ich zdaniem – zaspokajane są poprzez wybór produktów/usług oferowanych przez badane firmy. **Zdecydowanie największa grupa respondentów sięgająca 55,6% wymieniła potrzeby podstawowe (np. jedzenia, ubierania się).** Następnie wymienione zostały potrzeby samorealizacji i bezpieczeństwa. Najmniej przedstawiciele firm wskazało potrzeby impulsywne (spontaniczne).

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



Na wybór określonych produktów/usług może również wpływać styl życia konsumentów. Jest to jednak pogląd wyrażany przez mniejszość przedsiębiorców. Zdaniem badanych przedsiębiorców 68,5% respondentów nie dostrzega takiej relacji. Wśród wskazywanych odpowiedzi najczęściej przywoływany jest sposób wykorzystywania czasu wolnego. Znacznie mniejszy wpływ mają przyjęte wartości, przekonania i wierzenia.

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

USŁUGI:

- przewoźnik osób;
- przewoźnik rzeczy i towarów;
- usługi gastronomiczne (restauracje, smażalnie ryb, tawerny);
- firmy remontowo-budowlane;
- animatorzy kulturalni;
- warsztaty samochodowe;
- usługi szewskie;
- usługi krawieckie;
- usługi sprzątnia;
- usługi ogrodnicze;
- opieka nad osobami starszymi.

HANDEL:

- sklepy z ekologiczną żywnością;
- sklepy spożywcze;
- sklep z wyrobami rękodzielniczymi.

PRODUKCJA:

- hodowla ryb;
- pojemniki na odpady;
- przetwórstwo żywnościowe (mięso, nabiał, miody, jajka);
- ekologiczne produkty żywnościowe.

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 oleckiego. 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: **uprawa roślin, hodowla zwierząt.**
2. Budownictwo – głównie: **usługi budowlane, brukarstwo.**
3. Handel hurtowy i detaliczny, naprawa pojazdów – głównie: **handel częściami samochodowymi i samochodami, sprzedaż odzieży, mebli, tekstyliów, produktów spożywczych.**
4. Edukacja – głównie: **szkoły, przedszkola, podmioty oferujące kursy.**
5. Opieka zdrowotna i pomoc społeczna – głównie: **przychodnie, pomoc społeczna, usługi protetyczne.**
6. Przetwórstwo przemysłowe – głównie: **szycie, spawanie, technologia metali, wyroby ze stali i aluminium.**
7. Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna: **usługi prawnicze, weterynaryjne.**
8. Działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją – głównie: **ośrodek kultury, wydawnictwo.**

9. Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi – **głównie hotele.**

Spośród przedsiębiorców biorących udział w badaniu ilościowym 74,1% stało na czele firm prywatnych. Pozostali reprezentowali podmioty publiczne. Należy również zauważyć, że 61,1% wszystkich podmiotów funkcjonuje w sferze usług. Z kolei firmy zajmujące się handlem mają ten sam udział w badaniu jak firmy produkcyjne tj. 40,7%.

W gronie badanych przeważali przedsiębiorcy stojący na czele mikro przedsiębiorstw zatrudniających do 9 osób (77,8%). 14,8% badanych reprezentowało małe firmy, a 7,4% 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 (53,7%) kieruje swoją ofertę do innych podmiotów gospodarczych (B2B). Wszystkie grupy konsumentów indywidualnych (bez względu na płeć, wiek, wykształcenie, wielkość rodziny, czy dochody) są w kręgu zainteresowań minimum 57,4% badanych firm.

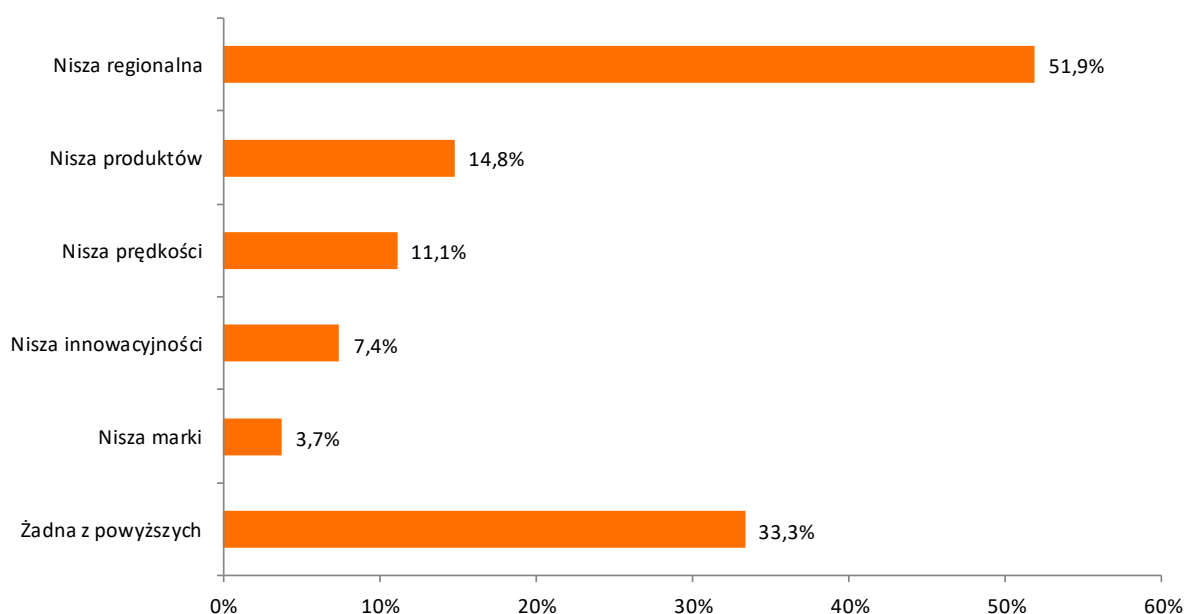
W trakcie badania przedsiębiorcy wskazali również nisze rynkowe, które obecnie stara się wypełniać ich podmiot. W ramach jakiegokolwiek niszy rynkowej funkcjonuje 66,7% badanych firm. Ponad połowa respondentów (51,9%) przypisała swoją firmę do niszy regionalnej, która jest najbardziej powszechną w Polsce niszą. Nisza regionalna to skoncentrowanie na określonym obszarze geograficznym. Za to nisza produktów to skupienie się na wyjątkowości sprzedawanych artykułów i usług. W tej niszy produktów funkcjonuje 14,8% ankietowanych firm. Nieco mniej respondentów wskazało niszę prędkości (skoncentrowanie na wąskiej gamie produktów i najszybciej rozwijających się segmentach rynku w celu osiągnięcia pozycji lidera) i innowacyjności (skoncentrowanie na ciągłych zmianach w ofercie produktowej/usługowej). Najmniej przedsiębiorstw odnalazło się w niszy marki (skoncentrowanie równocześnie na produkcie i grupie docelowej z jednoczesnym kreowaniem nowej marki) – 3,7%.

Z punktu widzenia niniejszego badania, szczególnie istotne jest zidentyfikowanie podmiotów działających w ramach poszczególnych nisz. W niszy regionalnej działają przede wszystkim

podmioty z branży edukacyjnej, budowlanej, rolnej. W tej niszy znalazły się także m.in. podmioty trudniące się handlem hurtowym i detalicznym, naprawą pojazdów oraz niektóre podmioty z branży profesjonalnej.

W niszy produktów znalazły się przede wszystkim podmioty sprzedające tkaniny, paszy dla zwierząt, a także firmy zajmujące się instalacjami niskonapięciowymi, hodowlą roślin ekologicznych, usługami weterynaryjnymi.

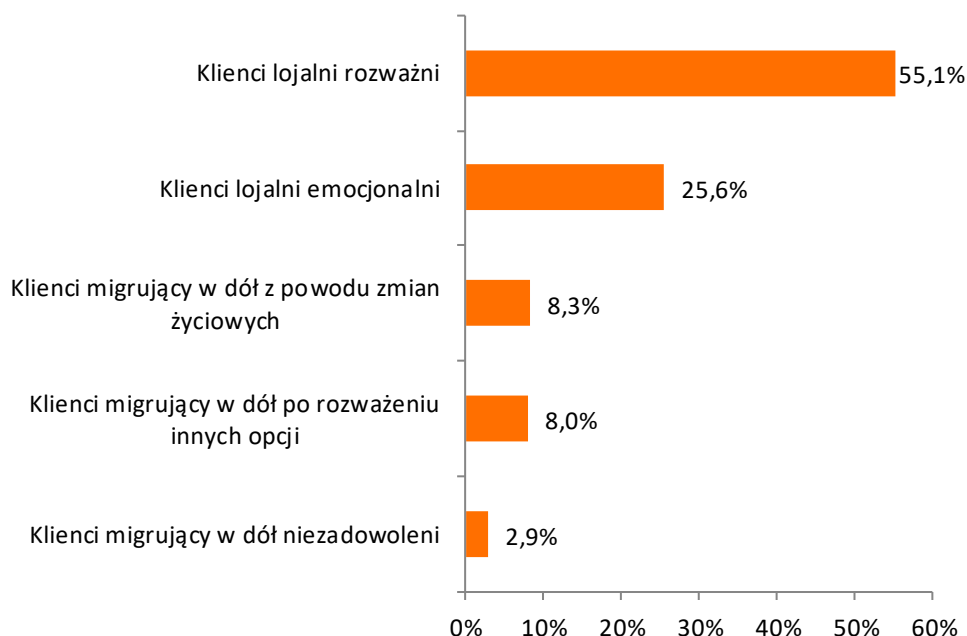
Rysunek 23. Nisze rynkowe, w których funkcjonują badane podmioty



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 80,7% 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. Na tym samym poziomie zostali wskazani klienci migrujący w dół z powodu zmian życiowych, jak i po rozważeniu innych opcji (w obu przypadkach około 8,0%). Klientów migrujących w dół ze względu na niezadowolenie jest według przedsiębiorców stosunkowo niewiele, zaledwie 2,9%. Klientów z tej grupy relatywnie łatwo przejść może konku-

rencyjny podmiot, w tym przedsiębiorstwo społeczne. Niezagospodarowana część rynku wydaje się mieć jednak niewielkie rozmiary.

Rysunek 24. 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 swojej płynności finansowej, jakości produktów/usług, kwalifikacjach i płynności załogi, a w mniejszym stopniu: na marce, poziomie zadłużenia oraz możliwości gwarancji. Analiza wyników jasno wskazuje, że badani przedsiębiorcy starają się wyróżniać spośród konkurencji, wykorzystując przede wszystkim aspekty związane z jakością swoich produktów/usług, bazując na wykwalifikowanej załodze. Wydaje się zatem, że **przedsiębiorstwo społeczne, które oferowałoby produkty lub usługi odpowiedniej jakości mogłoby z powodzeniem nawiązać rywalizację z pozostałymi firmami i zbudować silną pozycję na rynku.**

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

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

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: firm z branży handlowej, naprawy pojazdów, usług rolniczych, produkcji żywności i usług edukacyjnych.

W grupie przedsiębiorców twierdzących, że na rynku lokalnym nie ma dużej konkurencji znalazły się głównie podmioty zajmujące się wyrobami ze stali i aluminium, sprzedażą tkanin, krawiectwem i pomocą społeczną.

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 z władzami lokalnymi.

Eksperti w ramach badania jakościowego wskazali na istotne problemy z utworzeniem podmiotu ekonomii społecznej na terenie powiatu, co jednak nie zostało potwierdzone badaniem ilościowym. **Przedstawicielka jednostki samorządu terytorialnego w zasadzie nie widzi możliwości działania podmiotu na terenie powiatu, nie dostrzega żadnych nisz, w których mógłby funkcjonować.** Uważa tego rodzaju podmioty za całkowicie niekonkurencyjne, a udział osób wykluczonych społecznie za osłabiający renomę każdego podmiotu. Co więcej, jako największą trudność w sprawnych funkcjonowaniu takich osób na rynku dostrzega źle funkcjonujący system świadczeń społecznych, który zamiast aktywizować niepracujących wspiera ich w biernej postawie. **Z kolei przedstawiciel podmiotu ekonomii społecznej jako źródło potencjalnych trudności w funkcjonowaniu podmiotów wskazuje brak odpowiedniego przeszkolenia pracowników, zwłaszcza w zakresie kompetencji prawnych i marketingowych.** Bez tego działalność podmiotów już na starcie jest na dużo niższej pozycji i może nie podołać konkurencji rynkowej, której przedstawiciele od lat odnajdują się w danej branży.

Nie widzę tutaj nisz, dlatego że ja bardzo dużo udzielam jako urząd dotacji na podjęcie działalności gospodarczej i widzę wyraźnie z tych wniosków, iż nie ma. (...) Moim zdaniem żadnych szans nie ma PES, dlatego że może miałyby PES pewne ulgi, ale z kolei, jeżeli ma to być podmiot oparty o osoby zagrożone wykluczeniem społecznym to niestety, ale będzie trafił na marce. Podmioty Ekonomii Społecznej muszą mieć lidera, a takich liderów na oleckim rynku dotychczas nie zaobserwowałam, chociaż tak jak mówię, od lat się tym interesuję. Natomiast jeśli chodzi o osoby zagrożone wykluczeniem społecznym to w tej chwili poziom tych osób zagrożonych wykluczeniem społecznym wynika przede wszystkim z ich niechęci do pracy, czymkolwiek by to było spowodowane i jest to moim zdaniem taka bariera,

dzo trudno będzie można złamać i można ją złamać poprzez system odpowiedniego ustanowienia relacji pomiędzy koniecznością świadczenia pomocy społecznej na rzecz tych osób, a koniecznością podjęcia przez nich pracy czy aktywności zawodowej. Dopóki, dopóty ten system świadczeń społecznych jest rozbudowany i ustawiony jakby w pozycji takiej, gdzie aktywność osoby na rynku pracy nie ma szczególnego znaczenia, dopóty to nie będzie funkcjonowało.

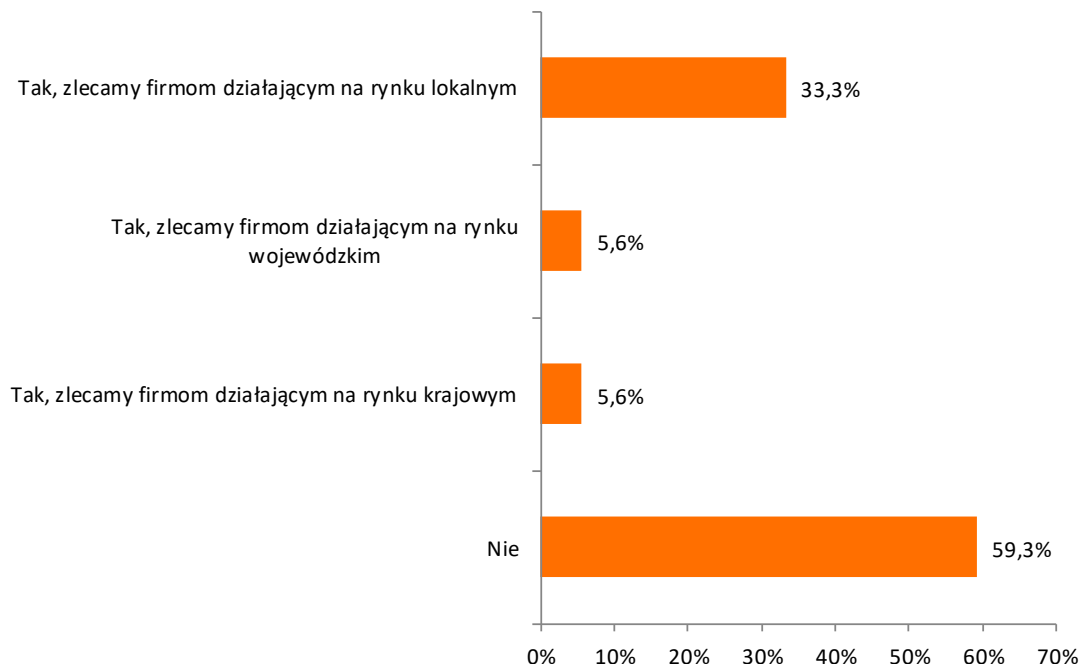
[przedstawicielka jednostki samorządu terytorialnego]

Jeżeli zechcą w Olecku założyć spółdzielnię to musimy ich przygotować od strony prawnej jak to wygląda i od strony marketingowej. Powinni widzieć to, co ich może spotkać, jak się powinni oni zachowywać w stosunku do tych ludzi, bo oni chcą sprzedać usługę. Muszą być uprzejmi, przyjaźni, muszą zdobyć zaufanie, to nie może być na takiej zasadzie, że my tutaj to mamy i dziwne, że nas nie chcą.

[przedstawiciel podmiotu ekonomii społecznej]

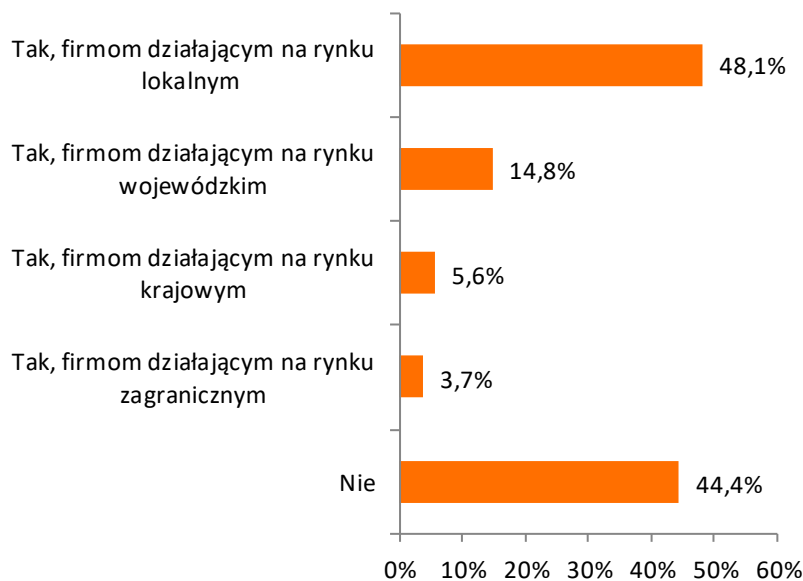
Obecnie około 40,7% przedsiębiorców zleca pewne elementy działalności na zewnątrz. Istotnym jest fakt, że zdecydowana większość takich zleceń trafia do firm lokalnych – 33,3%. Firmy działające na rynku krajowym i wojewódzkim mają ten sam udział w przyjmowaniu zleceń, natomiast w ogóle nie zostały wymienione firmy funkcjonujące na rynku zagranicznym.

Rysunek 20. Odsetki przedsiębiorstw zlecających usługi na zewnątrz tj. innym firmom



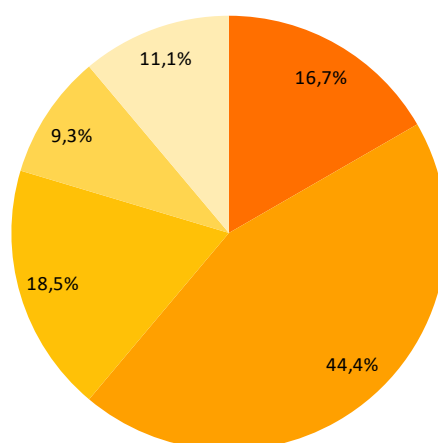
W przyszłości usługi na zewnątrz zlecać zamierzają wyraźnie większe odsetki badanych przedsiębiorstw. **Blisko połowa badanych przedsiębiorców planuje zlecenie usług firmom lokalnym, co może stanowić sporą szansę dla podmiotu ekonomii społecznej.**

Rysunek 21. Odsetki przedsiębiorstw pragnących zlecać usługi na zewnątrz w przyszłości



W kolejnym pytaniu zweryfikowano, na ile przedsiębiorcy byłoby skłonni w przyszłości zlecać pewne usługi podmiotowi zlokalizowanemu w ich powiecie oraz zatrudniającemu osoby bezrobotne i zagrożone wykluczeniem społecznym, świadczącego usługi w ramach kooperacji lub podwykonawstwa. Na tak postawione pytanie twierdząco odpowiedziało 61,1% przedsiębiorców. Możliwość nawiązania współpracy z podmiotem ekonomii społecznej lub przedsiębiorstwem społecznym wyklucza około 27,8% respondentów. Natomiast 11,1% respondentów nie podjęło żadnej wiążącej decyzji, a wobec tego mogą stanowić grupę, która dzięki dobrej akcji marketingowej promującej podmiot ekonomii społecznej mogłaby zostać przekonana do nawiązania współpracy. **Rozkład odpowiedzi świadczy o rosnącym nadzieje zainteresowaniu respondentów współpracą z przedsiębiorstwami społecznymi.**

Rysunek 22. Skłonność przedsiębiorców do zlecenia usług podmiotowi zatrudniającemu osoby bezrobotne i zagrożone wykluczeniem społecznym

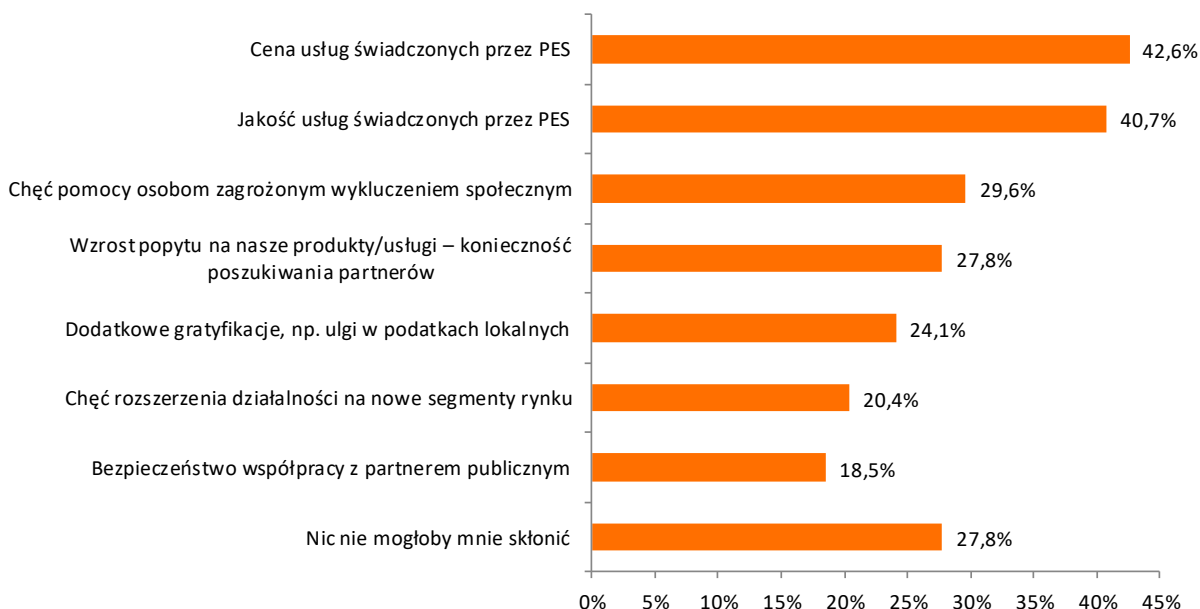


■ Zdecydowanie tak ■ Raczej tak ■ Raczej nie, dlaczego nie? ■ Zdecydowanie nie, dlaczego nie? ■ Nie wiem, trudno powiedzieć

Przedsiębiorcy wymienili również usługi, które byłoby skłonni w przyszłości zlecać (w ramach prowadzonej działalności) na zewnątrz tzn. innym firmom lub podmiotowi ekonomii społecznej. Najczęściej wymieniano: **usługi remontowo-budowlane (17,1%) sprzątnie/prace porządkowe/ogrodnicze (14,6%), usługi transportowe (7,3%), prace gospodarcze/prace polowe/prace przy zwierzętach gospodarskich (4,9%)**. 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 cena usług świadczonych przez podmiot ekonomii społecznej.** Sporą grupę pracodawców mogłyby jeszcze przekonać jakość tych usług oraz względy altruistyczne związane z pomocą osobom zagrożonym wykluczeniem społecznym. Istotne są również dodatkowe gratyfikacje takie jak: ulgi w podatkach lokalnych, bezpieczeństwo wynikające ze współpracy z podmiotem publicznym. Należy również zauważyć, że 27,8% 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 również, że odsetek lokalnych przedsiębiorców pragnących nawiązać współpracę może się zwiększyć, jeśli tylko spełnione zostaną określone warunki.

Rysunek 23. 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:

- usługi remontowo-budowlane – również na zasadzie podwykonawstwa/współpracy z innymi podmiotami;
- usługi transportu osób i rzeczy – również na zasadzie podwykonawstwa/współpracy z innymi podmiotami.

HANDEL:

- sklepy z ekologiczną żywnością.

PRODUKCJA:

- przetwórstwo żywnościowe (mięso, nabiał, miody);
- ekologiczne produkty żywnościowe.

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
Usługi remontowo-budowlane	Przedsiębiorcy. Osoby w wieku średnim, osoby starsze nieposiadające dzieci poniżej 18 lat.	Firmy usługowe. Firmy mikro, małe i średnie. Firmy prywatne i publiczne. Firmy zajmujące się budownictwem, gastronomią, opieką zdrowotną i pomocą społeczną i przetwórstwem przemysłowym.
Usługi transportu osób i rzeczy	Przedsiębiorcy. Osoby ze wszystkich grup społecznych.	Firmy produkcyjne, usługowe i handlowe. Firmy mikro. Firmy prywatne. Firmy zajmujące się budownictwem, rolnictwem, leśnictwem, handlem detalicznym i hurtowym.
Sklepy z ekologiczną żywnością	Osoby ze wszystkich grup społecznych.	-
Przetwórstwo żywnościowe (mięso, nabiał, miody, jajka)	Osoby ze wszystkich grup społecznych.	-
Ekologiczne produkty żywnościowe	Osoby ze wszystkich grup społecznych.	-

Tabela 11. Wysokość zarobków konsumentów i klasy cen kooperantów

Nisza	Wysokość zarobków - konsumenci	Klasy cen – kooperanci/zleceniodawcy
Usługi remontowo-budowlane	Osoby o niskim dochodzie.	Skłonni zapłacić cenę adekwatną do jakości. Przekonać do kooperacji mogą: jakość usług; konieczność poszukiwania partnerów; dodatkowe gratyfikacje; rozszerzenie asortymentu świadczonych usług.
Usługi transportu osób i rzeczy	Osoby o niskim i średnim dochodzie.	Skłonni zapłacić cenę adekwatną do jakości. Przekonać do kooperacji mogą: konieczność poszukiwania partnerów; cena usług; jakość usług.
Sklepy z ekologiczną żywnością	Osoby o niskim i średnim dochodzie.	-
Przetwórstwo żywnościowe (mięso, nabiał, miód, jajka)	Osoby o średnim i niskim dochodzie.	-
Ekologiczne produkty żywnościowe	Osoby o zróżnicowanym dochodzie.	-

Tabela 12. Specyficzne profile wymagań konsumentów

Nisza	Specyficzne profile wymagań - konsumenci
Usługi remontowo-budowlane	Przywiązują wagę do: jakości usługi; cena usługi; posiadanie certyfikatu jakości. Na wybór wpływa: przynależność do określonej grupy społecznej.
Usługi transportu osób i rzeczy	Przywiązują wagę do: jakości produktu/usługi; pochodzenia; kwalifikacji pracowników. Na wybór wpływa: przynależność do określonej grupy docelowej.
Sklepy z ekologiczną żywnością	Przywiązują wagę do: jakości produktu/usługi; ceny produktu/usługi; pochodzenia. Na wybór wpływa: przynależność do określonej grupy społecznej.
Przetwórstwo żywnościowe (mięso, nabiał, miody, jajka)	Przywiązują wagę do: Pochodzenia; ceny produktu/usługi; certyfikatu jakości Na wybór wpływa: przynależność do określonej grupy społecznej; pragnienie prestiżu.
Ekologiczne produkty żywnościowe	Przywiązują wagę do: jakości produktu/usługi; ceny produktu/usługi; marki; nowoczesności produktu/usługi. Na wybór wpływa: moda; 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 oleckim w podziale na gminy	11
Rysunek 5. Liczba bezrobotnych w powiecie oleckim	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	34
Rysunek 16. Czynniki, które wpływają na wybór produktów/usług przez mieszkańców	44
Rysunek 17. Czynniki, które wpływają na wybór produktów/usług wg przedsiębiorców	45
Rysunek 18. Potrzeby zaspokajane wyborem produktów/usług oferowanych przez badanych przedsiębiorców	46
Rysunek 19. Elementy stylu życia konsumentów, które - zdaniem przedsiębiorców - wpływają na wybór ich produktów/usług.	47
Rysunek 20. Odsetki przedsiębiorstw zlecających usługi na zewnątrz, tj. innym firmom	56

Rysunek 21. Odsetki przedsiębiorstw pragnących zlecać usługi na zewnątrz w przyszłości ..	56
Rysunek 22. Skłonność przedsiębiorców do zlecenia usług podmiotowi zatrudniającemu osoby bezrobotne i zagrożone wykluczeniem społecznym	57
Rysunek 23. Czynniki, które mogłyby skłonić przedsiębiorstwa do nawiązania współpracy z podmiotami ekonomii społecznej	58
Tabela 1. Saldo migracji w latach 2012 – 2016	9
Tabela 2. Zameldowania i wymeldowania w gminach powiatu oleckiego.....	9
Tabela 3. Podmioty gospodarcze według sekcji PKD.	12
Tabela 4. Podmioty gospodarcze powiatu w podziale na wielkość	13
Tabela 5. Osoby bezrobotne w szczególnej sytuacji na rynku pracy	20
Tabela 6. Ranking potencjału powiatu	31
Tabela 7. Badane grupy konsumentów	33
Tabela 8. Aspekty, na które zwracają uwagę mieszkańcy podczas wyboru produktu/usługi .	43
Tabela 9. Ocena instrumentów/zasobów konkurowania będących do dyspozycji badanych przedsiębiorców	53
Tabela 10. Grupy społeczne konsumentów i potencjalni kooperanci	60
Tabela 11. Wysokość zarobków konsumentów i klasy cen kooperantów	61
Tabela 12. Specyficzne profile wymagań konsumentów	62