

Business Pulse Survey

POLSKA – EDYCJA TRZECIA



Business Pulse Survey Polska: Podsumowanie wyników III edycji badania

22 kwietnia 2021 r.

BPS – Polska III edycja

1 Informacje ogólne

2 Wyniki i strategie firm

3 Wsparcie publiczne

4 Działania cyfrowe

Podsumowanie badania 1/2

- **W trzeciej edycji badania Business Pulse Survey (BPS3) od 15 lutego do 12 marca 2021 r. uczestniczyły 503 firmy.** Firmy pochodziły z tej samej próby 1005 firm, która partycypowała w pierwszej edycji (BPS1) w maju i czerwcu 2020 i drugiej edycji (BPS2) we wrześniu i październiku. Próba jest statystycznie reprezentatywna dla populacji polskich MMŚP.
- Znaczna część pytań dotyczyła okresu 30 dni przed wywiadem, a zatem badanie dotyczyło okresu od 15 stycznia do 12 marca 2021 r.
- **Ograniczenia pandemiczne są mniej dotkliwe dla działalności gospodarczej...** 98% firm było otwartych lub częściowo otwartych w porównaniu do 97% w BPS2 i 91% w BPS1.
- **... jednak ciągle utrzymuje się negatywny wpływ COVID-19 na sprzedaż** – 50% firm odnotowało spadek sprzedaży (52% w BPS2) w porównaniu do analogicznego okresu w 2020 r. (przed pandemią). Średni spadek sprzedaży wyniósł 16% (17% w BPS2).
- **Spadek sprzedaży dla firm mikro, małych i średnich był właściwie taki sam.** W BPS3 zanikło (zaobserwowane w BPS1) różnicowanie wyników sprzedażowych firm ze względu na rozmiar.

Podsumowanie badania 2/2

- Biorąc pod uwagę wyniki sprzedaży z **3 fal badania, najmniejszy spadek sprzedaży zanotowały firmy średnie**, mniejszy niż mikro i małe. Z kolei **usługi zanotowały gorsze wyniki sprzedażowe niż handel i przemysł**.
- W porównaniu z BPS1, w BPS3 firmy **znacząco rzadziej dostosowywały się do warunków kryzysowych poprzez redukcję liczby godzin i obniżanie pensji**. Dostosowania tego typu były podobnie częste w BPS2.
- **Od września 2020 r. dodatkowe 23% firm otrzymało wsparcie publiczne** w związku z kryzysem spowodowanym COVID-19. Firmy uważają, że wsparcie powinno być większe i szerzej dostępne, a najbardziej pożądaną formą pomocy są transfery pieniężne.
- **Firmy mają ciągle pole do poprawy w zakresie cyfryzacji swoich działań**, co pozwoli im przejść lepiej przez obostrzenia w przyszłości. 33% firm nie prowadzi żadnych działań w Internecie, a 35% przedsiębiorstw nie przechowuje danych finansowych w formie elektronicznej.

Executive Summary 1/2

- **503 companies participated in the third edition of the Business Pulse Survey (BPS3) which took place from February 15 to March 12, 2021.** The companies were drawn from the same sample of 1005 companies that participated in the first edition (BPS1) in May and June 2020 and the second edition (BPS2) in September and October. The sample is statistically representative of the Polish MSME population.
- Most of the questions referred to the period of 30 days before the interview, so the study covered the period from January 15 to March 12, 2021.
- **Pandemic restrictions are less severe for business...** 98% of companies were open or partially open compared to 97% in BPS2 and 91% in BPS1.
- **... however, the negative impact of COVID-19 on sales is still present.** 50% of companies recorded a decrease in sales (52% in BPS2) compared to the same period in 2020 (before the pandemic). The average decrease in sales was 16% (17% in BPS2).
- **The drop in sales for micro, small and medium-sized companies was basically the same.** The differentiation of sales results of companies due to size, which was observed in BPS1, disappeared in BPS3.

Executive Summary 2/2

- Taking into account the sales results from all **3 waves of the survey**, the **smallest decrease in sales was recorded by medium-sized companies**, which was smaller than in micro and small enterprises. **Drop in sales was worse in services than in trade and industry.**
- Compared to BPS1, in **BPS3 companies were significantly less likely to adapt to crisis conditions by reducing the number of hours and cutting wages.** These adjustments were as common in BPS2 as in BPS3.
- **An additional 23% of companies have received public support since September 2020 as a result of the COVID-19 crisis.** Firms believe that support should be bigger and more widely available, and the most desirable form of public assistance are money transfers.
- **Companies still have room for improvement in the digitization of their activities**, which will help them adapt to the restrictions in the future. 33% of companies do not conduct any online activities, and 35% of enterprises do not store financial data in electronic form.

503 firmy wzięły udział w III fali badania BPS w Polsce

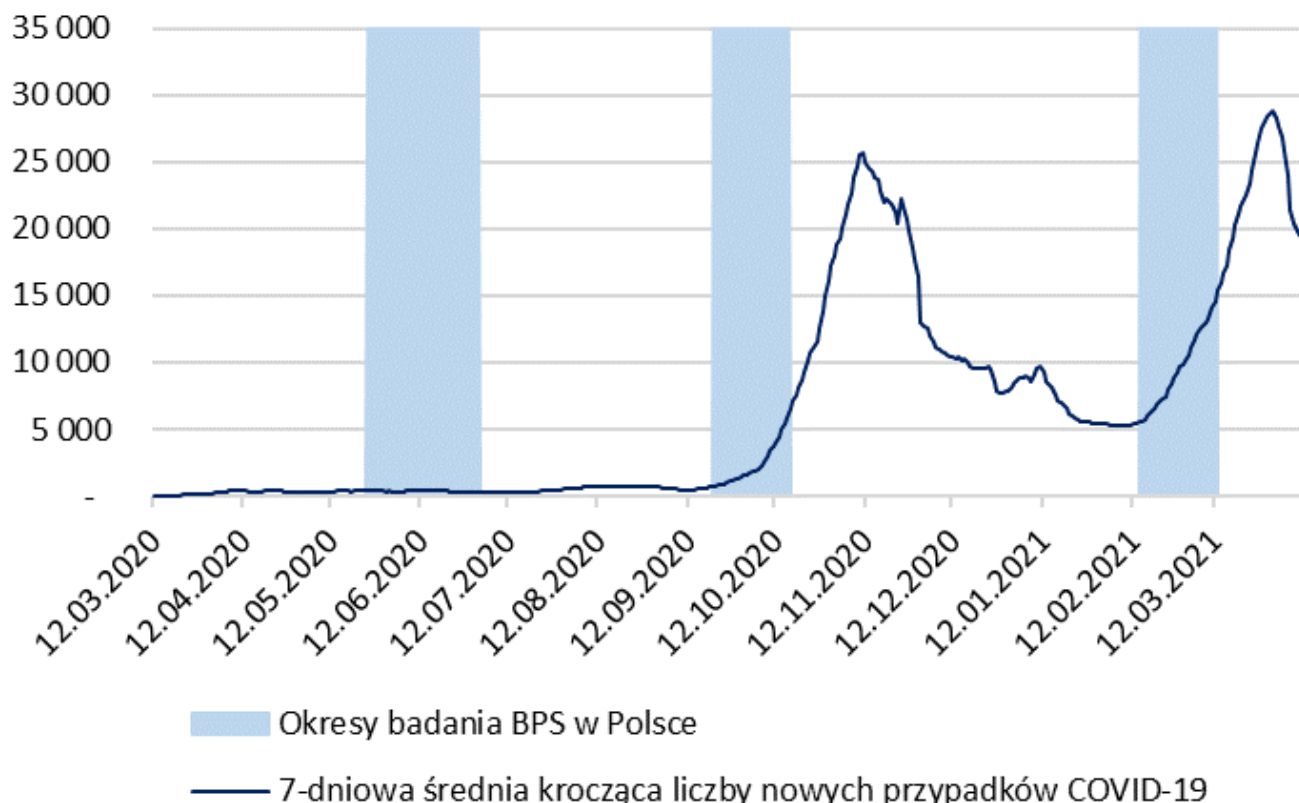
Ramy czasowe

- Trzecią falę badania przeprowadzono pomiędzy **15 lutego a 12 marca 2021**.
- Badanie objęło okres głównie od 15 stycznia do 12 marca, ponieważ znaczna część pytań dotyczyła okresu 30 dni przed badaniem.
- I fala badania („wiosenna”) miała miejsce w maju i czerwcu 2020 roku, a II fala badania („jesienna”) odbyła się we wrześniu i październiku 2020 r. IV fala odbędzie się w czerwcu 2021 r.

Próba

- W III fali badania (wdrożonego przez [CEM](#)) wzięły udział 503 nierolnicze firmy mikro, małe i średnie.
- Podjęto próbę skontaktowania się z wszystkimi z 1005 firmami, które uczestniczyły w pierwszej lub drugiej fali badania i zgodziły się na dalszy kontakt.
- Charakterystyki firm, które wzięły udział w I fali i II fali nie różnią się od charakterystyk uczestników III fali badania. Brak jest tzw. efektu selekcji, co oznacza, że np. firmy bardziej dotknięte przez pandemię nie rezygnowały częściej z udziału w badaniu niż firmy mniej dotknięte.
- Próbę przeważono, a zatem wyniki zagregowane są bardzo bliskie wynikom dla firm mikro, które dominują w populacji firm w Polsce. Wyniki w podziale na wielkość i sektor zostały również uwzględnione w badaniu.

III edycja badania BPS miała miejsce w czasie znacząco wzrastającej liczby zakażeń i przed wprowadzeniem kolejnego lockdownu



Źródło: John Hopkins University.

15 stycznia

- Zamknięte hotele, galerie handlowe i obiekty kultury i rozrywki. Sektor gastronomiczny może oferować posiłki tylko na wynos.

18 stycznia

- Powrót dzieci z klas I-III do szkół.

1 lutego

- Otwarcie galerii handlowych i obiektów rozrywki i kultury.

12 lutego

- Otwarcie hoteli (50% miejsc dostępnych) oraz kin, teatrów i innych miejsc rozrywki.
- Dalej zamknięte pozostają restauracje (dla gości) i siłownie.

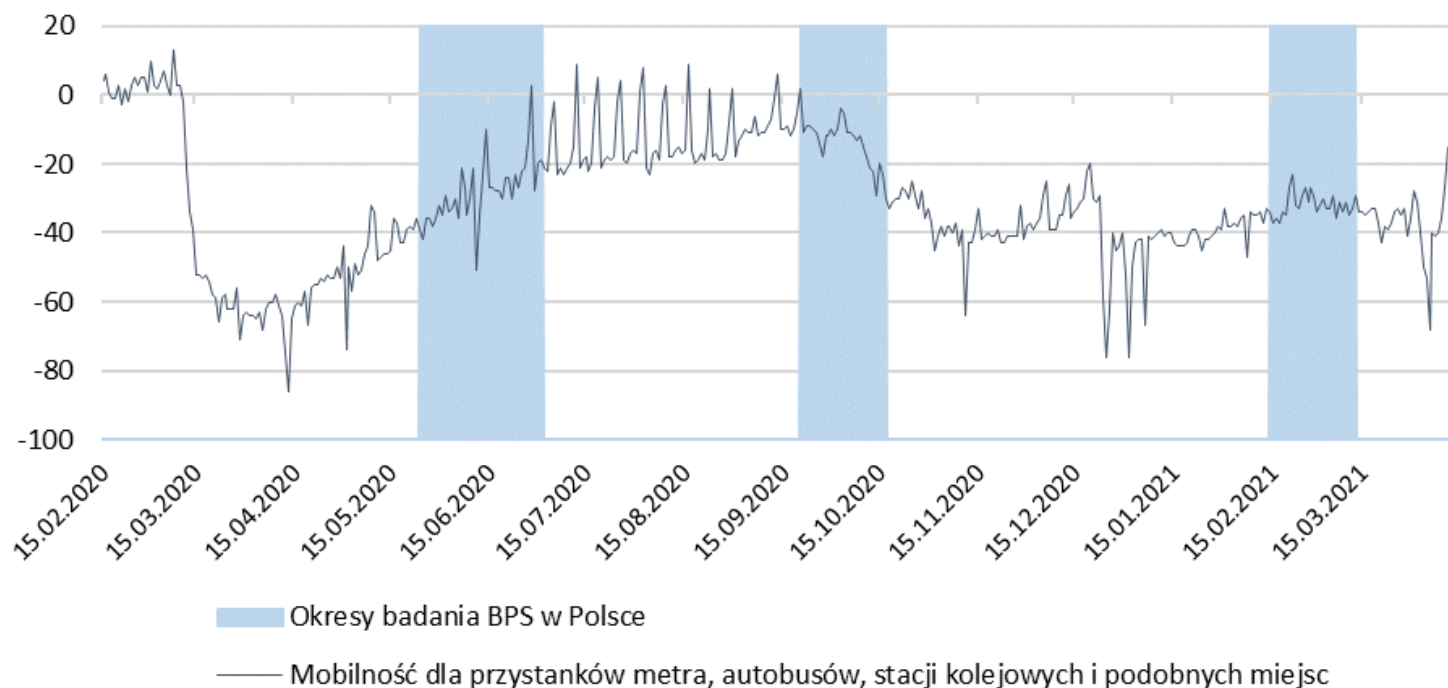
27 lutego

- Zamknięcie galerii handlowych, obiektów rozrywki oraz szkół dla klas I-III w województwie warmińsko-mazurskim.

13 marca

- Wprowadzenie powyższych zasad w województwie pomorskim.

BPS3 odbył się w okresie relatywnie stabilnej, ale niskiej mobilności, niższej niż w trakcie dwóch pierwszych edycji

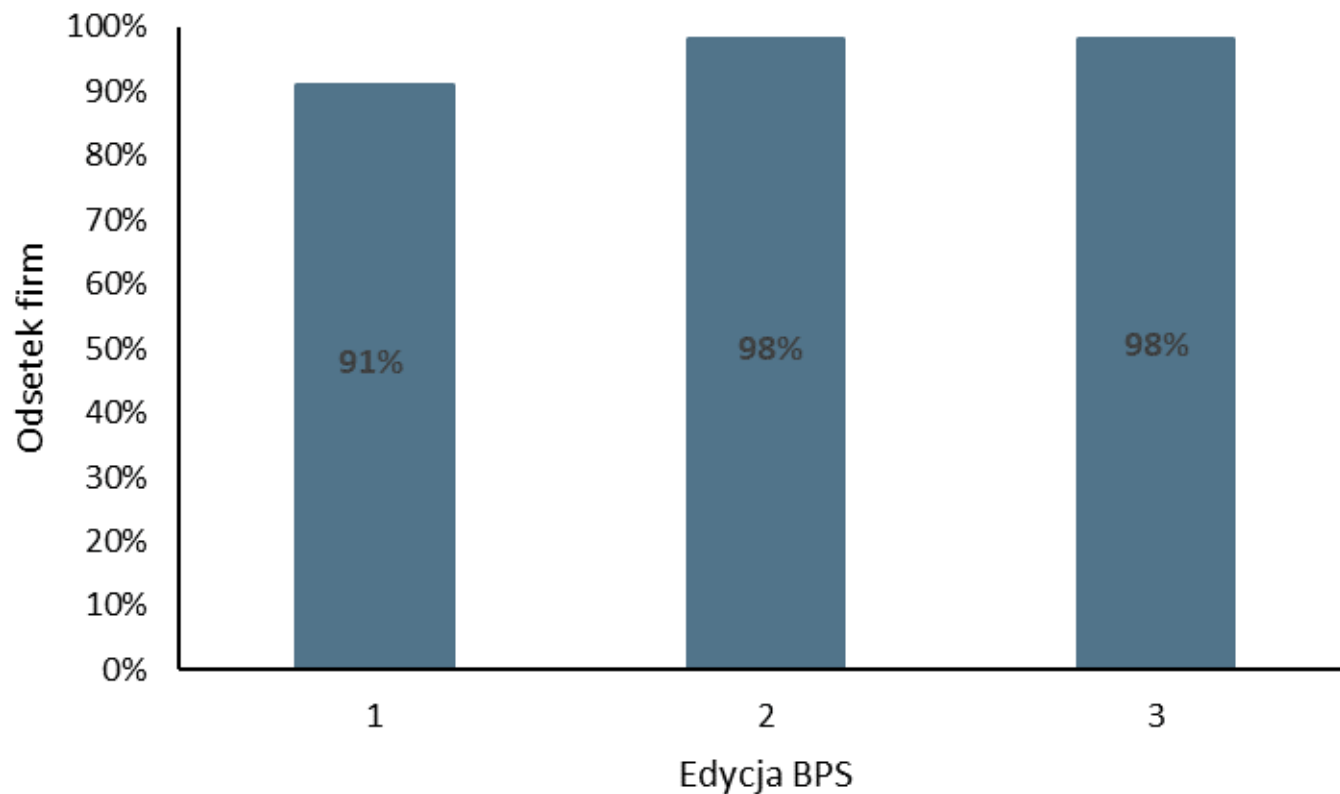


Źródło: Google COVID-19 Community Mobility Reports.
Uwaga: okres bazowy jest wartością medianową dla danego dnia tygodnia w okresie 5 tygodni od 3 stycznia do 6 lutego 2020 r.

- Okres, który obejmuje badania to czas **stabilnej mobilności**.
- Pierwsza edycja odbyła się w czasie wzrastającej mobilności, a druga podczas spadającej.
- Ogółem **mobilność podczas trzeciej edycji BPS była niższa** niż podczas pierwszej i drugiej edycji, co częściowo wynika z zimowego okresu, podczas którego przeprowadzono badanie.
- W czasie trzeciej edycji mobilność była średnio **o 35% niższa** od wartości bazowej ze stycznia i lutego 2020 r. (przed pandemią).

92% firm było całkowicie otwartych podczas III fali badania. 1,8% firm było zamkniętych na stałe bądź tymczasowo.

Odsetek firm, które były otwarte bądź częściowo otwarte (z własnego wyboru lub z powodu regulacji władz) podczas każdej z fal badania



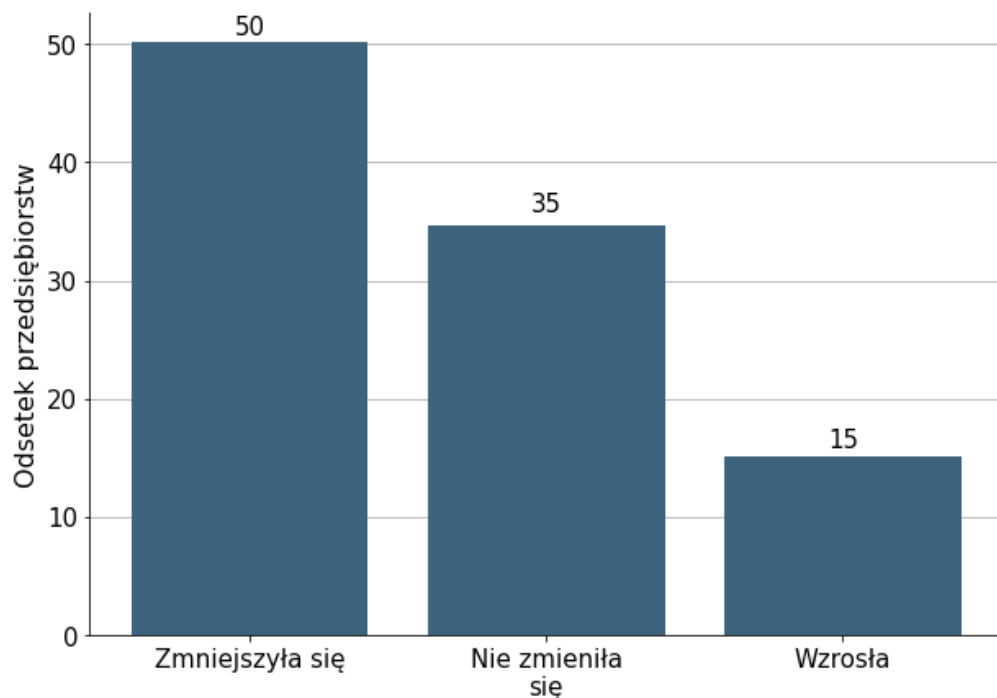
- Odsetek otwartych i częściowo otwartych nie uległ zmianie w II i III edycji badania.
- Odsetek całkowicie otwartych firm wyniósł 92% w III edycji badania.
- W tej samej edycji 6% firm było częściowo otwartych z powodu regulacji władz lub własnego wyboru.

BPS – Polska III edycja

-
- 1** Informacje ogólne
 - 2** Wyniki i strategię firm
 - 3** Wsparcie publiczne
 - 4** Działania cyfrowe

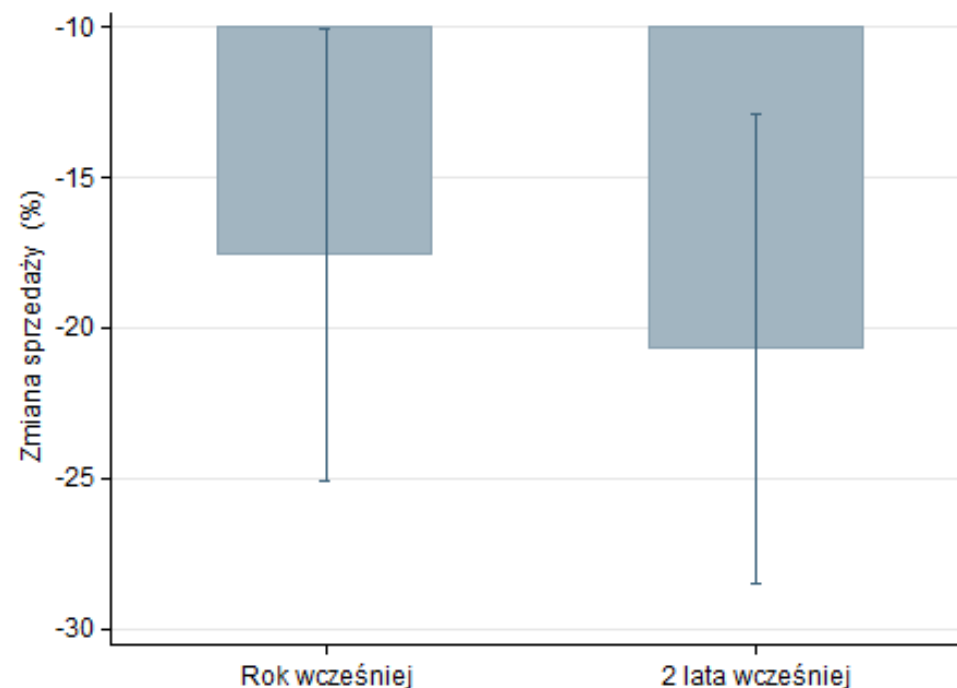
50% firm zanotowało spadek sprzedaży w ciągu ostatnich 30 dni względem tego samego okresu w 2020r.

W ciągu ostatnich 30 dni w porównaniu do analogicznego okresu rok temu, **przed pandemią**, czy sprzedaż wzrosła, spadła czy pozostała bez zmian?



Edycja badania	Zmniejszyła się	Nie zmieniła się	Wzrosła
II (jesień)	52%	38%	10%
I (wiosna)	69%	23%	8%

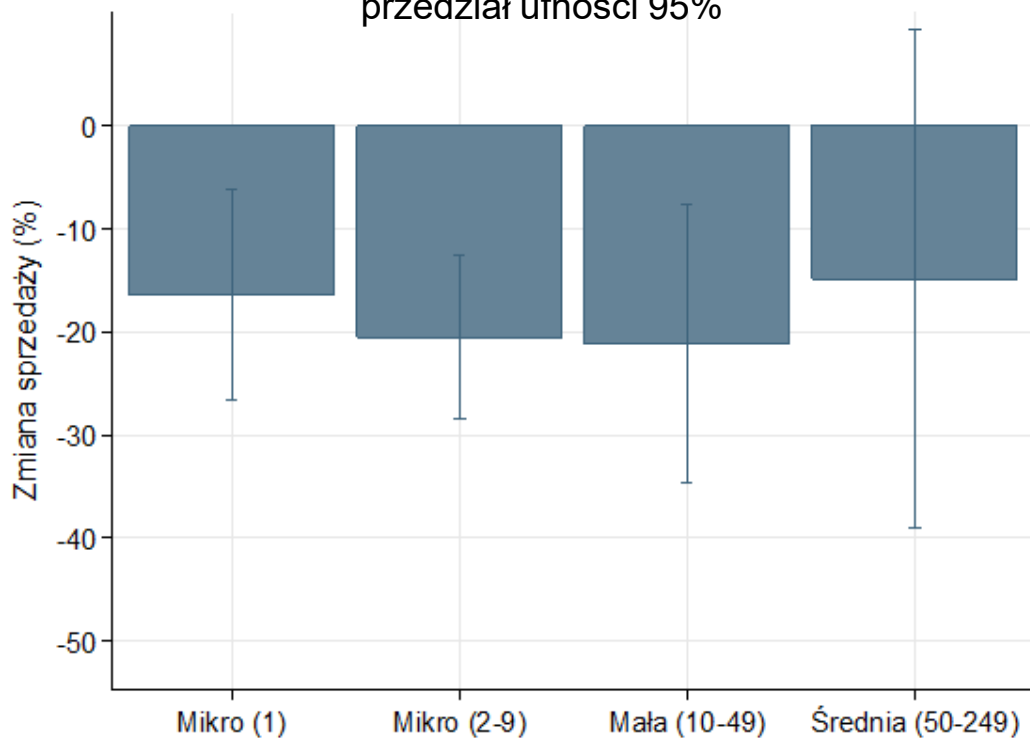
O ile zmieniła się sprzedaż w ciągu ostatnich 30 dni w porównaniu z analogicznym okresem rok wcześniej i 2 lata wcześniej?



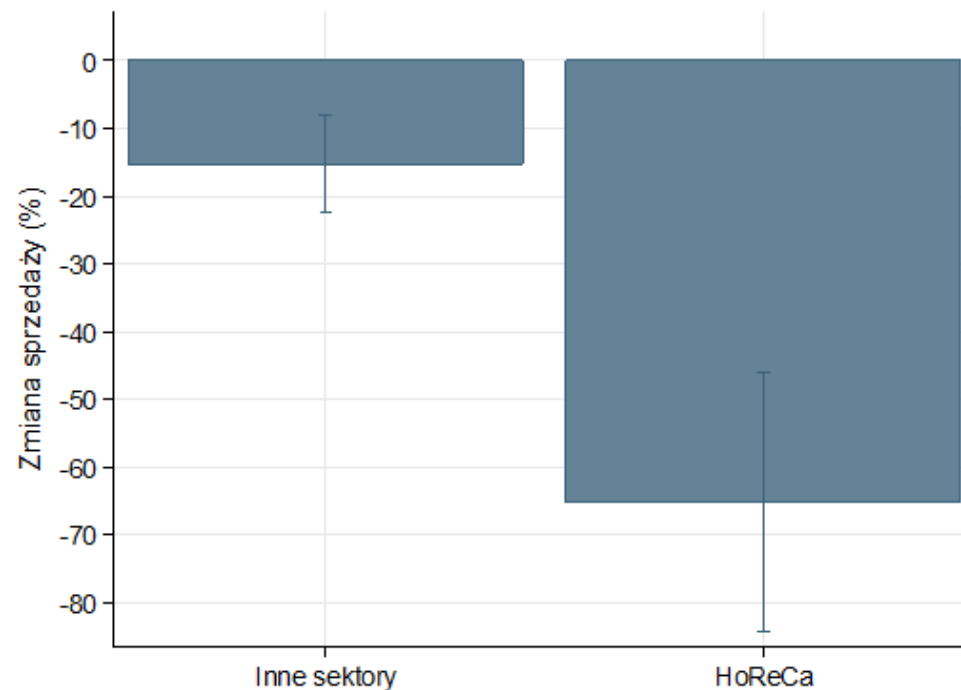
Edycja badania	Średni zmiana sprzedaży rok do roku w ciągu 30 dni przed badaniem	Odchylenie standardowe
III (zima)	-16%	43
II (jesień)	-17%	26
I (wiosna)	-30%	33

Zanikło różnicowanie wyników ze względu na rozmiar firmy. Sektor HoReCa odnotował wyraźnie większy spadek sprzedaży niż reszta gospodarki.

Efekt predyktywny wielkości firmy na zmianę sprzedaży* w ciągu ostatnich 30 dni, przedział ufności 95%



Efekt predyktywny sektora firmy na zmianę sprzedaży* w ciągu ostatnich 30 dni, przedział ufności 95%



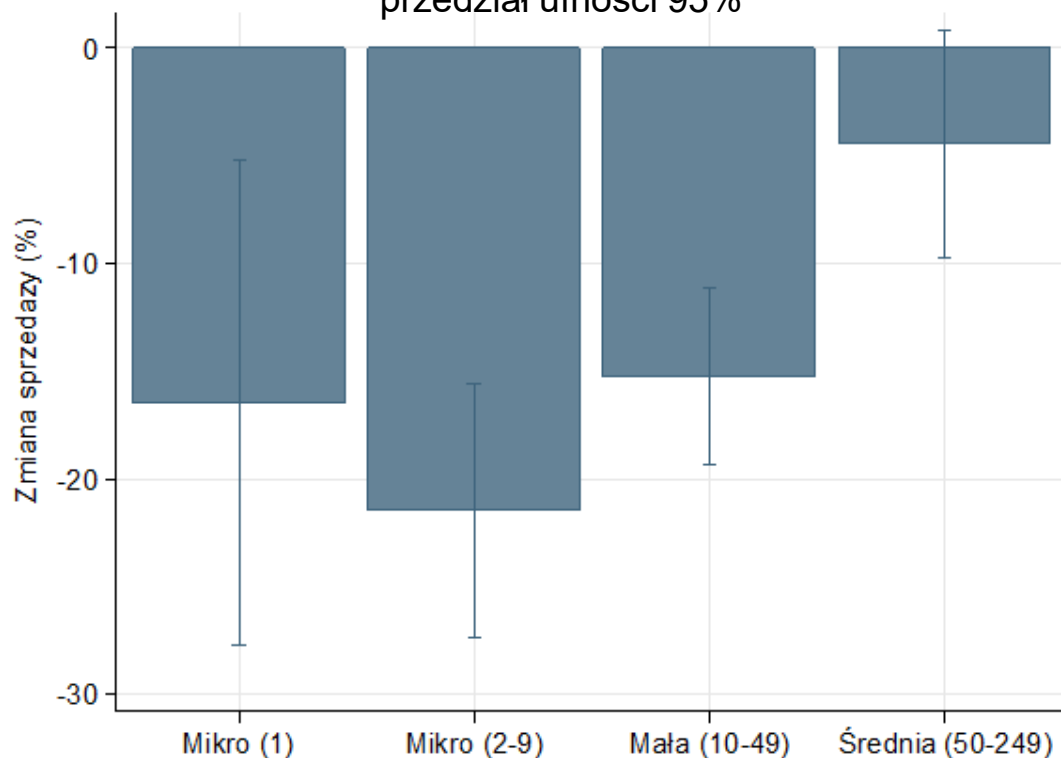
*- Zmiana sprzedaży w ciągu ostatnich 30 dni względem analogicznego okresu w 2020 roku. Uwaga: cienkie linie na wykresach oznaczają przedział ufności 95% dla danego szacunku. W obydwu modelach uwzględniono (kontrolowano po) sektorze, wielkości, regionie, statusie eksportera i wieku firmy.

** - HoReCa to łączne określenie sektora hotelarskiego i gastronomicznego.

Wyniki zbiorcze dla 3 fal potwierdzają, że kryzys dotknął najmniej firmy średnie, a z sektorów najbardziej ucierpiały usługi

Wynik zbiorczy dla edycji I-III badania BPS

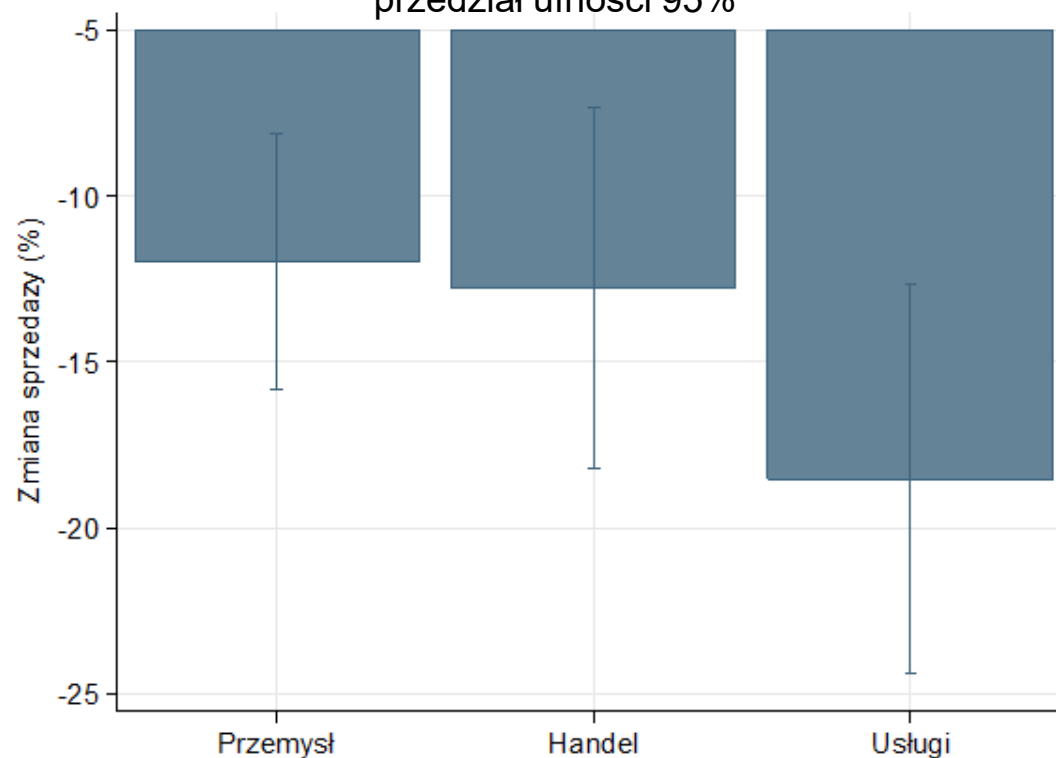
Efekt predyktywny wielkości firmy na zmianę sprzedaży* w ciągu ostatnich 30 dni, przedział ufności 95%



*- Zmiana sprzedaży w ciągu ostatnich 30 dni względem analogicznego okresu w 2020 roku.

Wynik zbiorczy dla edycji I-III badania BPS

Efekt predyktywny sektora firmy na zmianę sprzedaży* w ciągu ostatnich 30 dni, przedział ufności 95%

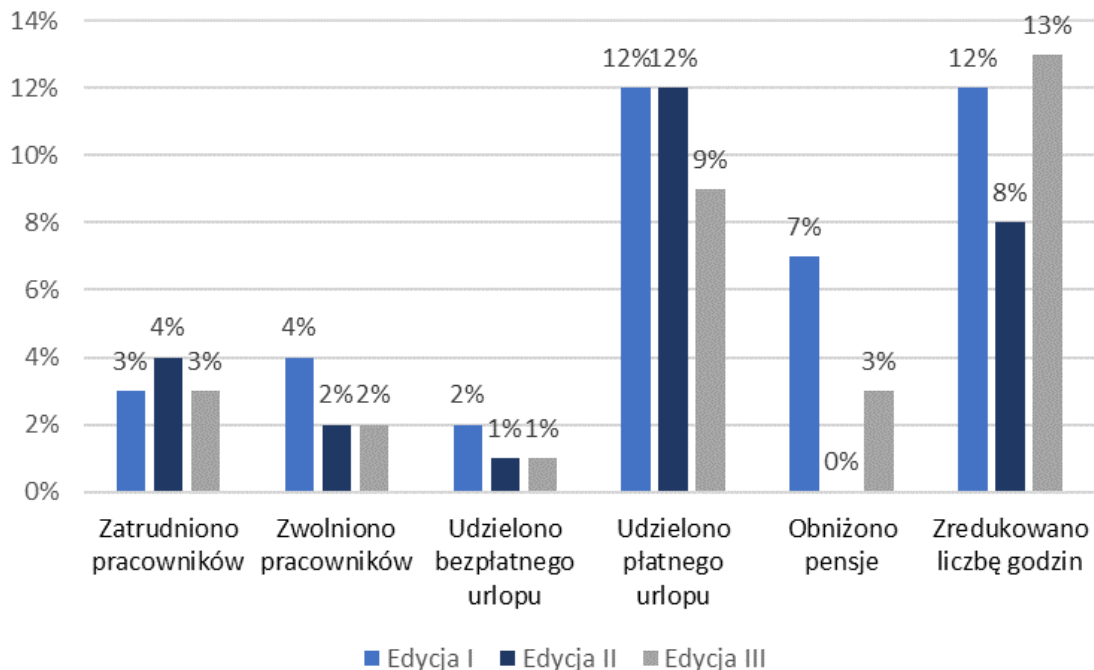


Uwaga: cienkie linie na wykresach oznaczają przedział ufności 95% dla danego szacunku. W obydwu modelach uwzględniono (kontrolowano po) sektory, wielkości, statusie eksportera i wieku firmy.

Firmy najczęściej dostosowywały zatrudnienie poprzez redukcję liczby godzin pracy w ostatnich 30 dniach przed badaniem.

- Redukcja liczby godzin i udzielenie płatnego urlopu są najczęściej wybieranym dostosowaniem ze strony firm.
- Charakterystyki firm takie jak sektor, wiek, region i status eksportera nie są statystycznie istotne dla wyjaśnienia liczby zwolnionych lub zatrudnionych pracowników od początku pandemii COVID-19.
- Średnia liczba godzin pracy w firmie spadła o 15% w ciągu ostatnich 30 dni przed badaniem w porównaniu z analogicznym okresem w 2019 roku. Z kolei odsetek pracowników, którym zmniejszono liczbę godzin pracy w ciągu ostatnich 30 dni przed badaniem wyniósł 6%.

Odsetek firm, który poczynił dane dostosowanie w zakresie zatrudnienia w ciągu 30 dni przed badaniem.



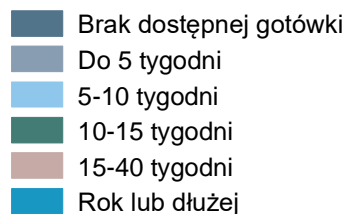
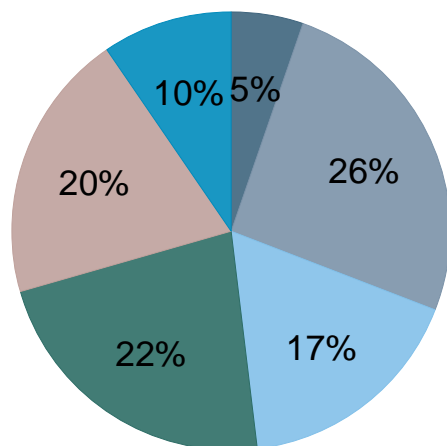
Odsetek pracowników dotkniętych danym dostosowaniem w ciągu 30 dni przed wywiadem

Charakterystyki	Pracownicy zatrudnieni	Pracownicy zwolnieni	Pracownicy, którym udzielono bezpłatnego urlopu	Pracownicy, którym udzielono płatnego urlopu	Pracownicy, którym obniżono pensje	Pracownicy, którym zmniejszono l. godzin pracy
III edycja	1%	1%	1%	7%	2%	6%
II edycja	2%	1%	0%	9%	1%	5%
I edycja	2%	2%	1%	12%	18%	19%

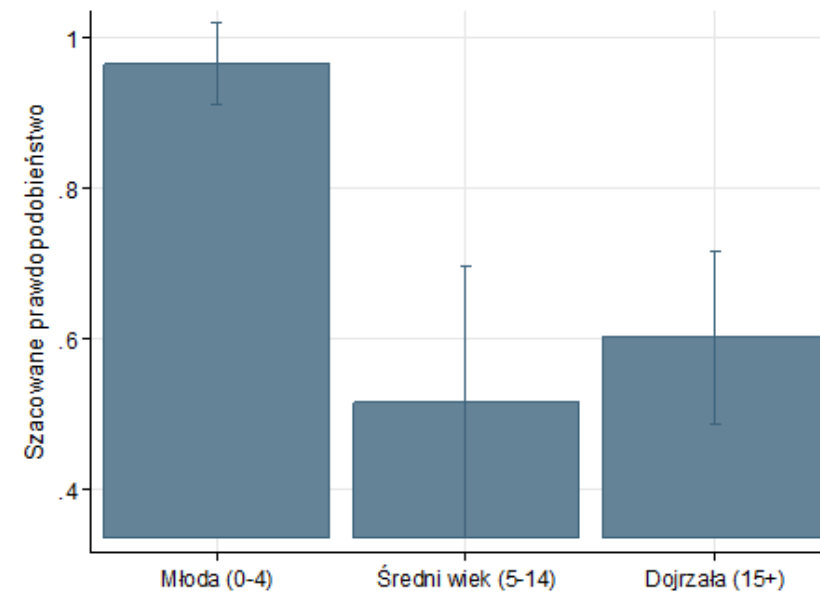
Firmy przeciętnie są w stanie działać w oparciu o posiadaną gotówkę przez 3 miesiące. Firmy młode mają gorszy dostęp do kredytu niż starsze.

- Firmy młode (do 5 lat na rynku) mają gorszy dostęp do finansowania zewnętrznego niż firmy starsze (powyżej 5 lat na rynku). Różnica jest statystycznie istotna i jest obecna dla każdego z sektorów gospodarki ujętych w badaniu (usługi, handel, przemysł).
- Charakterystyki firm takie jak wielkość, sektor, wiek, status eksportera czy region nie mają wpływu na konieczność dostosowania spłaty kredytu od początku pandemii.

Przez ile tygodni firma byłaby w stanie pokrywać koszty i regulować należności w oparciu o posiadaną gotówkę?



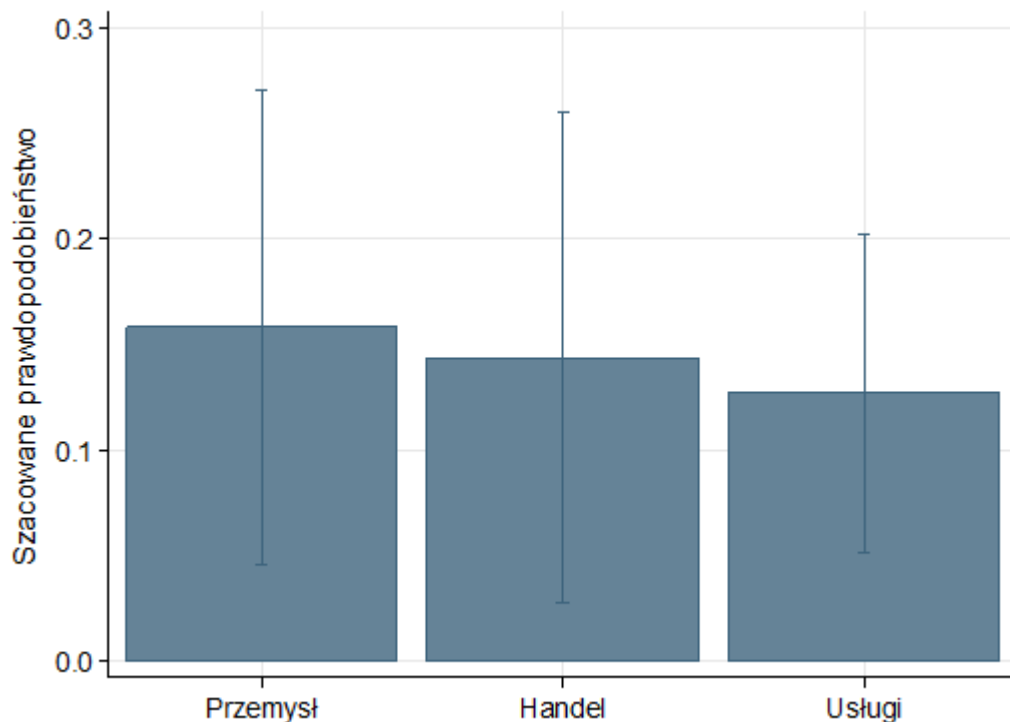
Efekt predykcyjny wieku firmy na szanse stwierdzenia, że firma nie ma dostępu do kredytu zewnętrznego, przedział ufności 95%



Uwaga: cienkie linie na wykresach oznaczają przedział ufności 95% dla danego szacunku. W modelu (probitowym) uwzględniono (kontrolowano po) sektorze, regionie, wielkości, statusie eksportera i wieku firmy.

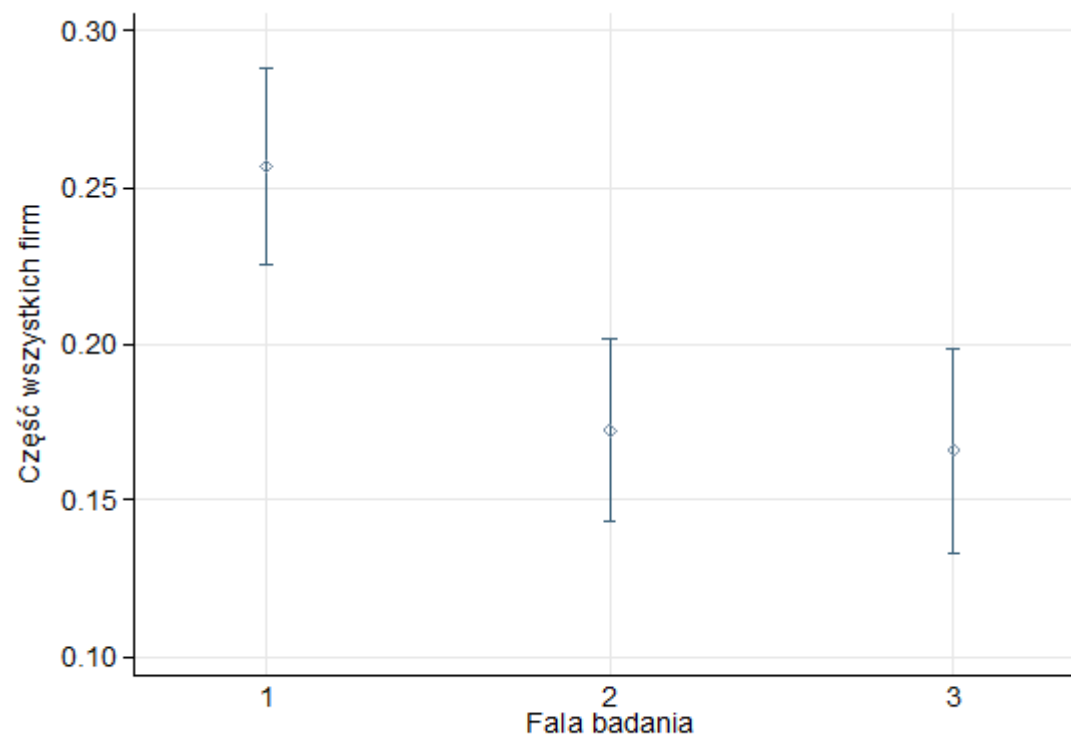
16% firm potwierdza, że już zalega bądź znacznie zalegać z płatnościami (w ciągu pół roku)

Efekt predyktywny sektora firmy na szanse stwierdzenia, że firma już zalega lub znacznie zalegać z płatnościami w ciągu pół roku, przedział ufności 95%



Interpretacja wykresu: szacowane prawdopodobieństwo, że firma przemysłowa już zalega lub znacznie zalegać z płatnościami w ciągu pół roku wynosi 17%. Dla firmy handlowej prawdopodobieństwo wynosi 15%, a dla usługowej 13%. Pionowe linie oznaczają przedział ufności 95% (estymacja modelu probitowego). W modelu uwzględniono sektor, wielkość, region, status eksportera i wiek firmy. Różnice pomiędzy sektorami nie są statystycznie istotne.

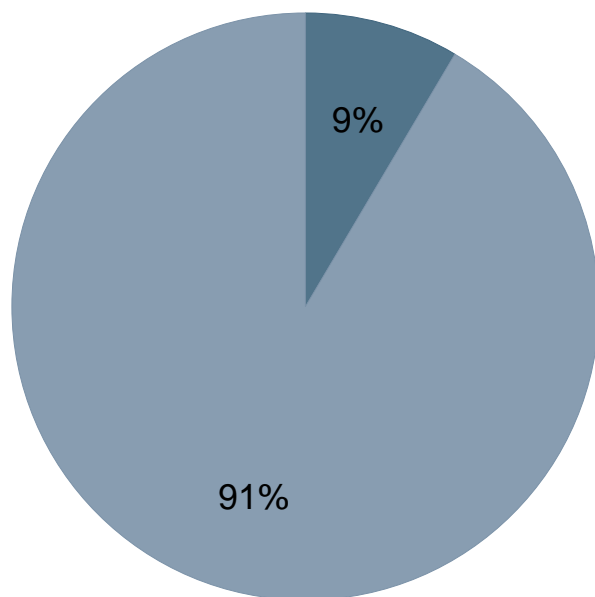
Część firm twierdzących (w każdej z 3 fal badania), że firma już zalega bądź znacznie zalegać z płatnościami w ciągu pół roku, przedział ufności 95%



Interpretacja wykresu: część firm twierdzących, że firma już zalega lub znacznie zalegać z płatnościami w ciągu pół roku spadł z 26% (wszystkich firm) w pierwszej fali badania do 17% w drugiej i 16% w trzeciej. Pionowe linie oznaczają przedział ufności 95% (dla estymacji średniej). Różnice pomiędzy pierwszą a następnymi falami są statystycznie istotne.

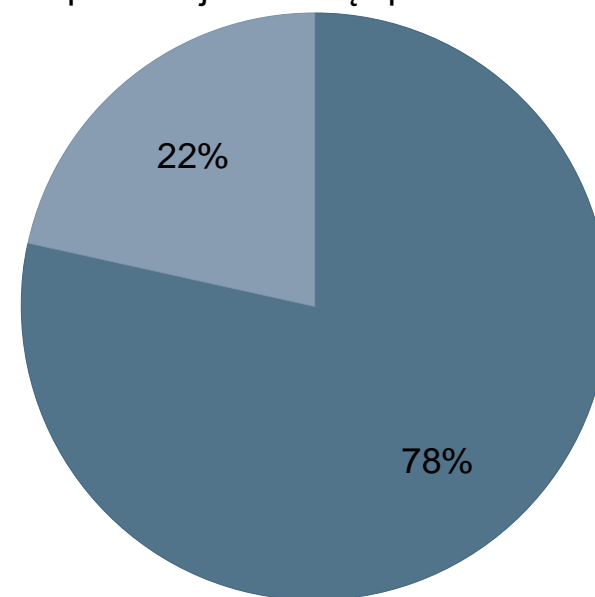
9% firm musiało w ciągu ostatnich 30 dni anulować zamówienie z powodu braku materiałów. 22% firm planuje zmiany by zapobiec takim sytuacjom w przyszłości.

Czy w ciągu ostatnich 30 dni firma musiała odwołać jakiegokolwiek zamówienie?



■ Tak
■ Nie

W jaki sposób firma dostosowała się (lub zamierza się dostosować) do sytuacji, w której dostawy niezbędnych materiałów do produkcji zostaną opóźnione lub przerwane?



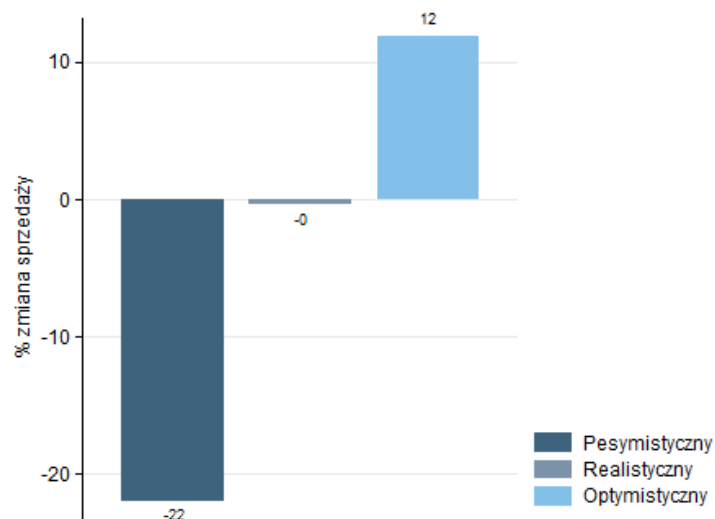
■ Brak zmiany, firma czeka aż sytuacja się poprawi
■ Firma podjęła już lub podejmie działania

*- Do wymienionych działań zaliczały się: zwiększenie liczby dostawców (lokalnych bądź zagranicznych), zwiększenie zapasów, zwiększenie wewnętrznej produkcji lub inne.

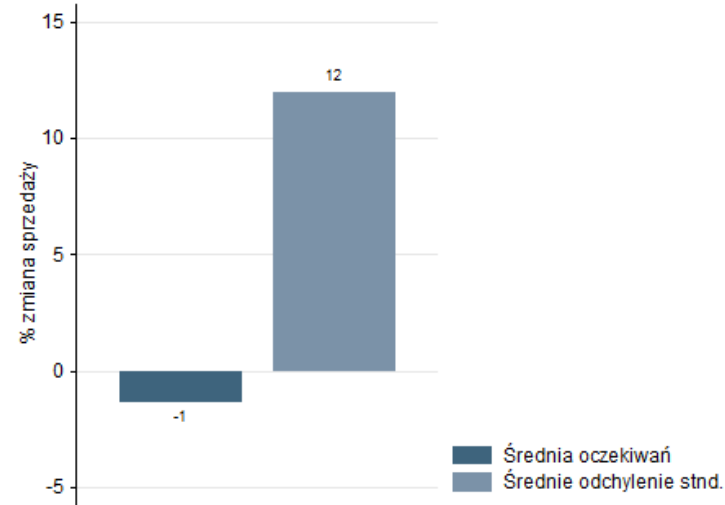
Firmy oczekują, że ich sprzedaż w najbliższych miesiącach będzie taka sama jak na początku pandemii w Polsce w 2020 r.

- W scenariuszu pesymistycznym firmy oczekują spadku sprzedaży o 22% w ciągu następnych 3 miesięcy w porównaniu do analogicznego okresu w 2020 r. W scenariuszu optymistycznym oczekują wzrostu sprzedaży o 12%.
- Firmy oczekują średnio **spadku sprzedaży o 1% w ciągu najbliższych 3 miesięcy** w porównaniu z analogicznym okresem w 2020 r. (średnia dla 3 scenariuszy).
- Oczekiwania poprawiają się sukcesywnie od I fali badania, kiedy to firmy oczekiwały spadku sprzedaży o 11% (13% w II fali) w porównaniu z analogicznym okresem w poprzednim roku (2019 czyli przed pandemią).
- Należy zaznaczyć, że w obecnej fali firmy odnosiły się głównie do okresu początku pandemii w Polsce (tj. marzec – maj 2020).

Oczekiwania dynamiki średniej zmiany sprzedaży* przez następne 3 miesiące w zależności od scenariusza



Oczekiwania i niepewność dotycząca zmian sprzedaży* przez następne 3 miesiące (wartość oczekiwana z 3 scenariuszy)



*- Zmiana sprzedaży w ciągu najbliższych 3 miesięcy w porównaniu z analogicznym okresem w 2020 roku.

BPS – Polska III edycja

1

Informacje ogólne

2

Wyniki i strategie firm

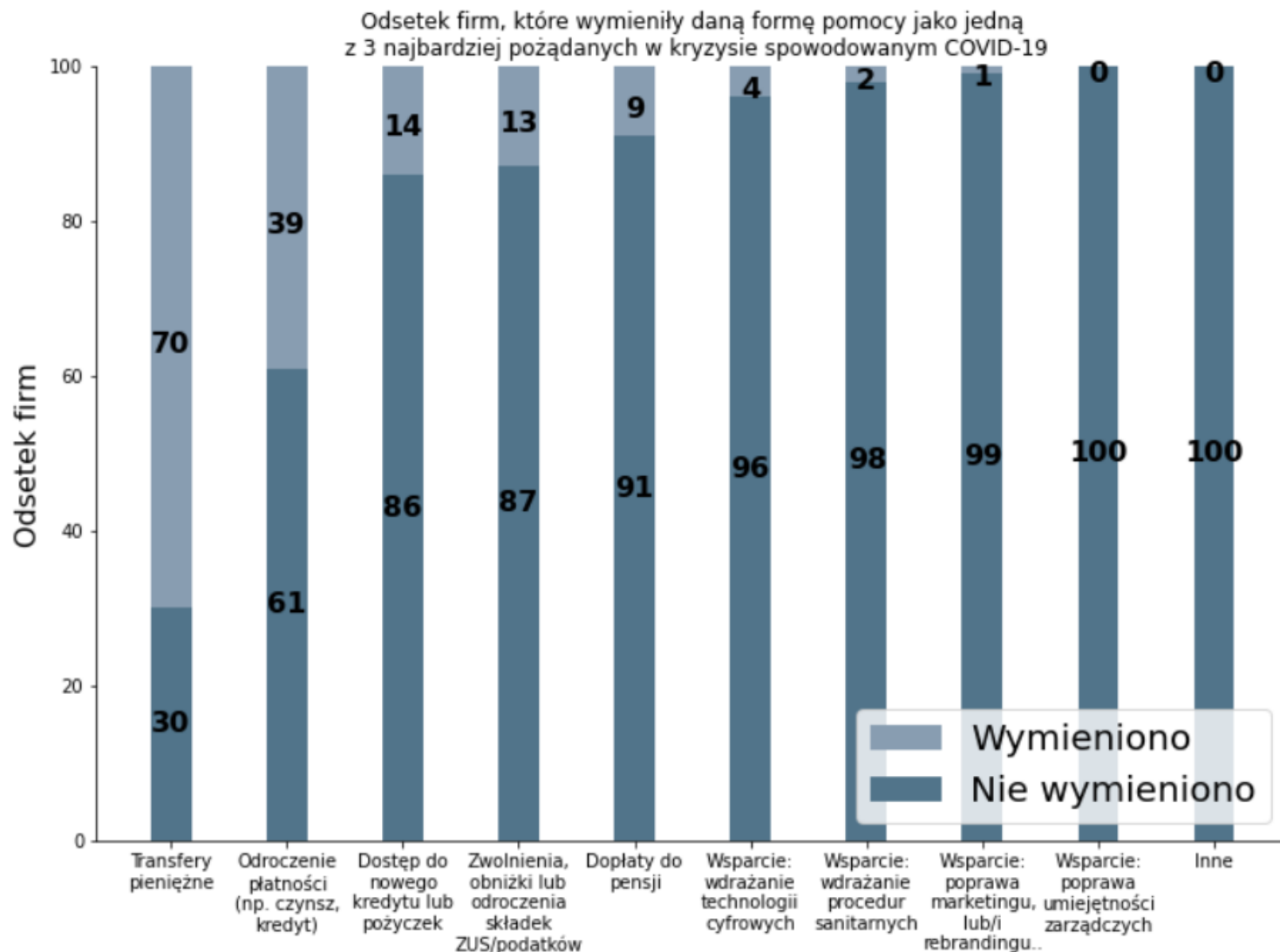
3

Wsparcie publiczne

4

Działania cyfrowe

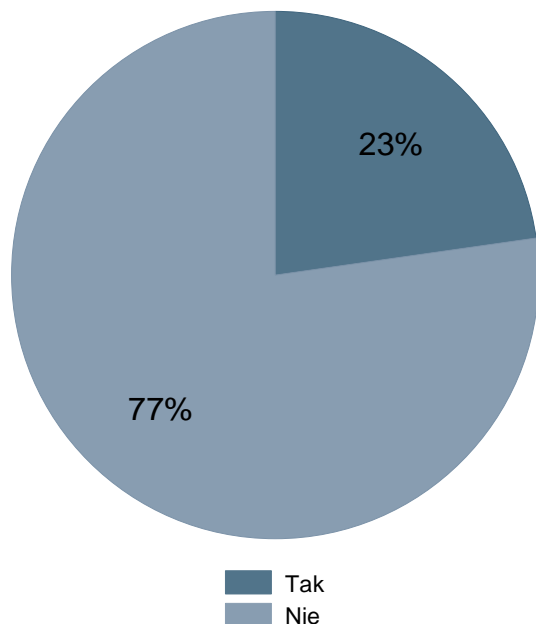
Zdecydowanie najbardziej pożądaną formą pomocy dla firm są transfery pieniężne



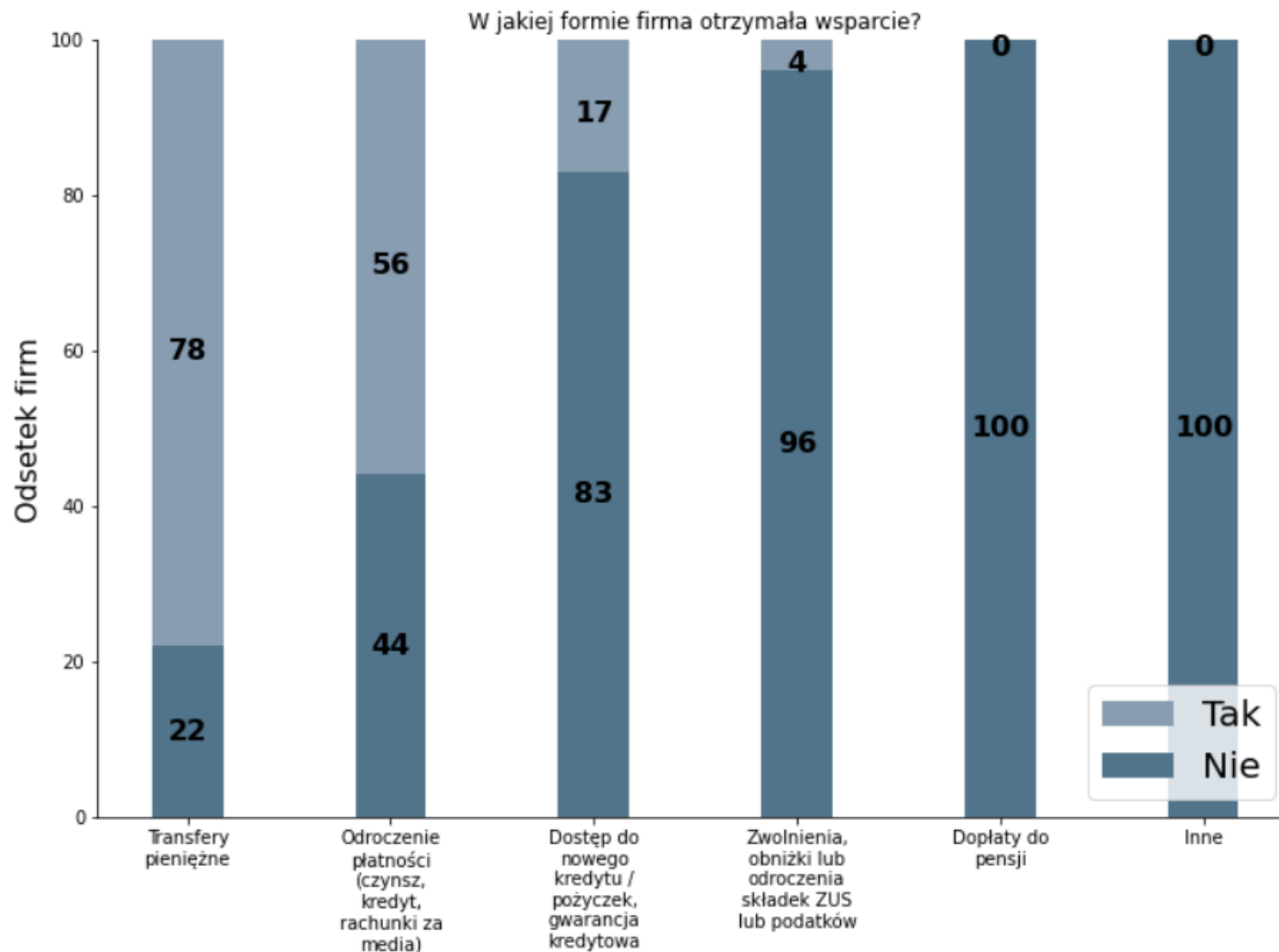
- Firmy preferowały pomoc bezpośrednią – transfery pieniężne.
- Drugą najpopularniejszą formą pomocy było odroczenie płatności (np. kredyt, hipoteka, rachunki za media).
- Firmy nie oczekiwały wsparcia merytorycznego jak np. pomoc przy digitalizacji firmy czy poprawa umiejętności managerskich.

23% firm otrzymało wsparcie od czasu ostatniego wywiadu. Najczęstszą formą pomocy były transfery pieniężne i odroczenia płatności.

Czy firma otrzymała wsparcie związane z kryzysem od czasu ostatniego wywiadu?*

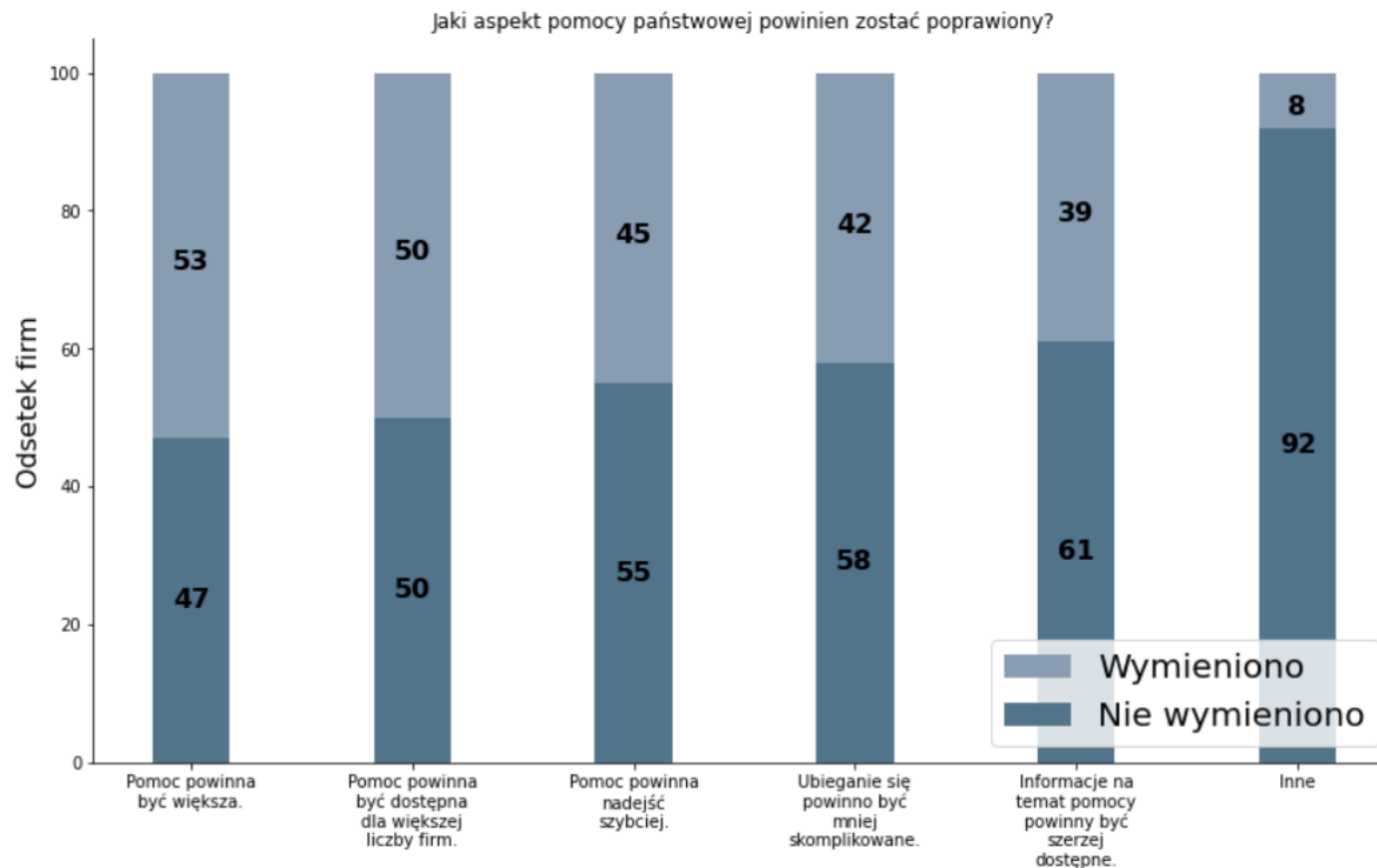


*Ostatni wywiad dla 93% firm odbył się we wrześniu lub październiku 2020 r. Dla 7% firm ostatni wywiad miał miejsce w maju lub czerwcu ub.r.



Firmy wskazują na potrzebę większej pomocy podczas kryzysu oraz poszerzenie jej dostępności

- Najczęściej zgłaszaną uwagą była niewystarczająca wielkość pomocy i jej mniejszy niż oczekiwany zasięg.
- Brak zależności między sektorem i wielkością firmy a przyznaniem, że pomoc powinna być większa.
- Firmy jednoosobowe częściej niż większe przyznawały, że informacje na temat pomocy były niewystarczające.



BPS – Polska III edycja

1

Informacje ogólne

2

Wyniki i strategie firm

3

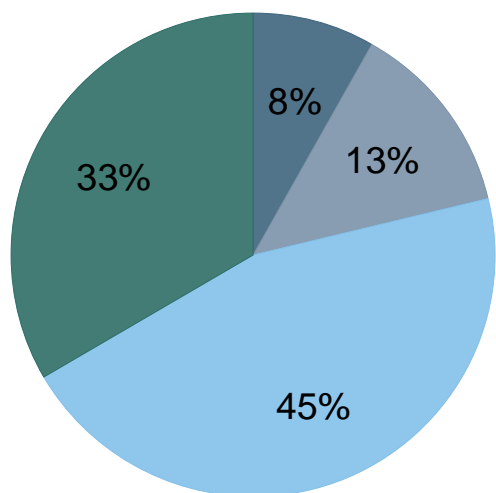
Wsparcie publiczne

4

Działania cyfrowe

1/3 firm w Polsce nie prowadzi działań w mediach społecznościowych, aplikacjach lub platformach cyfrowych.

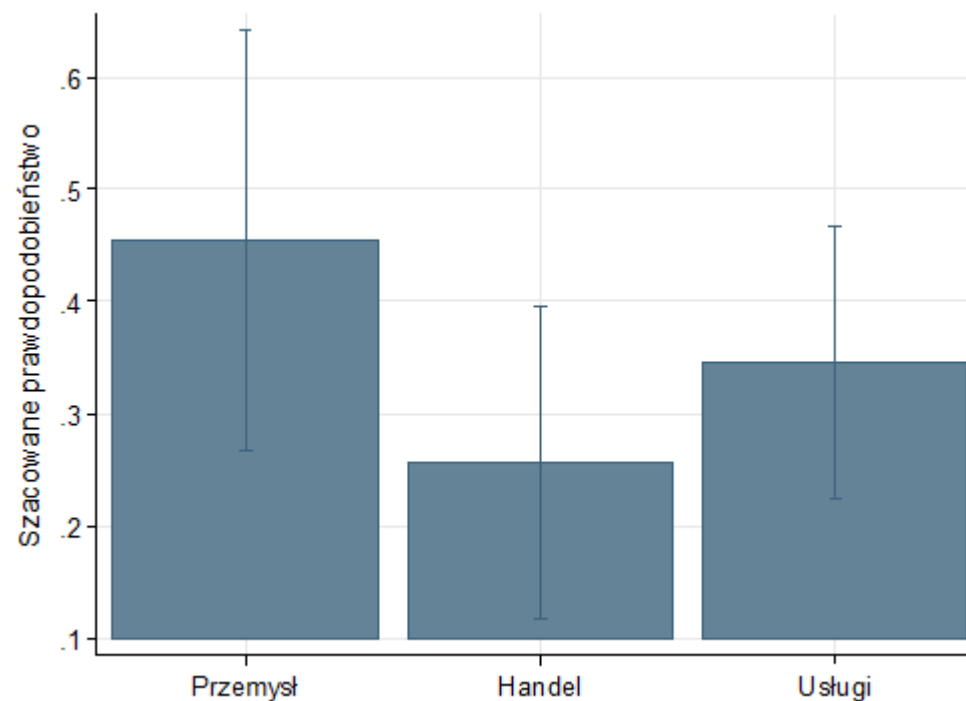
Czy w związku z pojawieniem się COVID-19 od czasu ostatniego wywiadu wdrożono lub zintensyfikowano firmowe działania w Internecie, internetowych mediach społecznościowych, specjalistycznych aplikacjach lub na platformach cyfrowych? *



- Tak, wdrożono.
- Tak, zintensyfikowano
- Nie, firma prowadziła i prowadzi takie działania tak samo aktywnie
- Nie, firma nie prowadziła i nie prowadzi takich działań

*Ostatni wywiad dla 93% firm odbył się we wrześniu lub październiku 2020. Dla 7% firm ostatni wywiad miał miejsce w maju lub czerwcu ub.r.

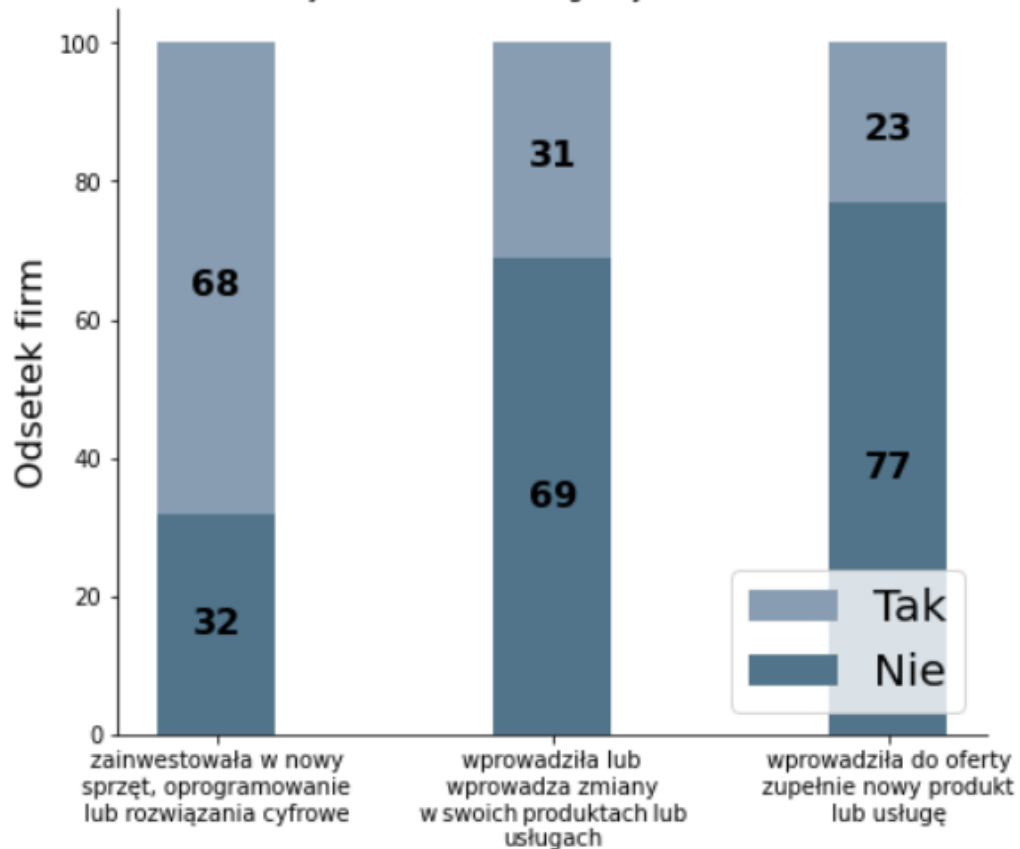
Efekt predykcyjny sektora firmy na szanse stwierdzenia, że firma **nigdy** nie prowadziła działań w Internecie, internetowych mediach społecznościowych, specjalistycznych aplikacjach lub na platformach cyfrowych, Przedział ufności 95%



Uwaga: cienkie linie na wykresach oznaczają przedział ufności 95% dla danego szacunku. W modelu (probitowym) uwzględniono (kontrolowano po) sektorze, regionie, wielkości, statusie eksportera i wieku firmy.

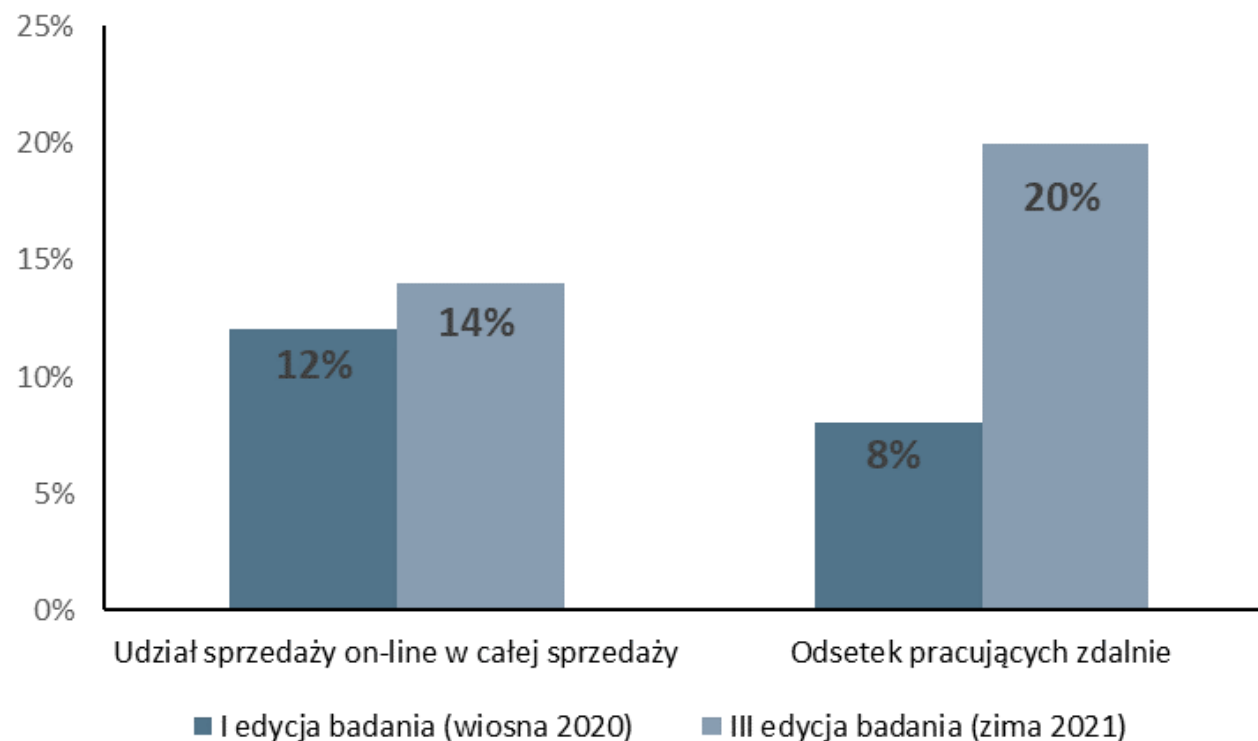
Od I edycji badania firma zwiększyła odsetek pracujących zdalnie oraz udziały sprzedaży on-line w dochodzie

Czy od czasu ostatniego wywiadu firma...

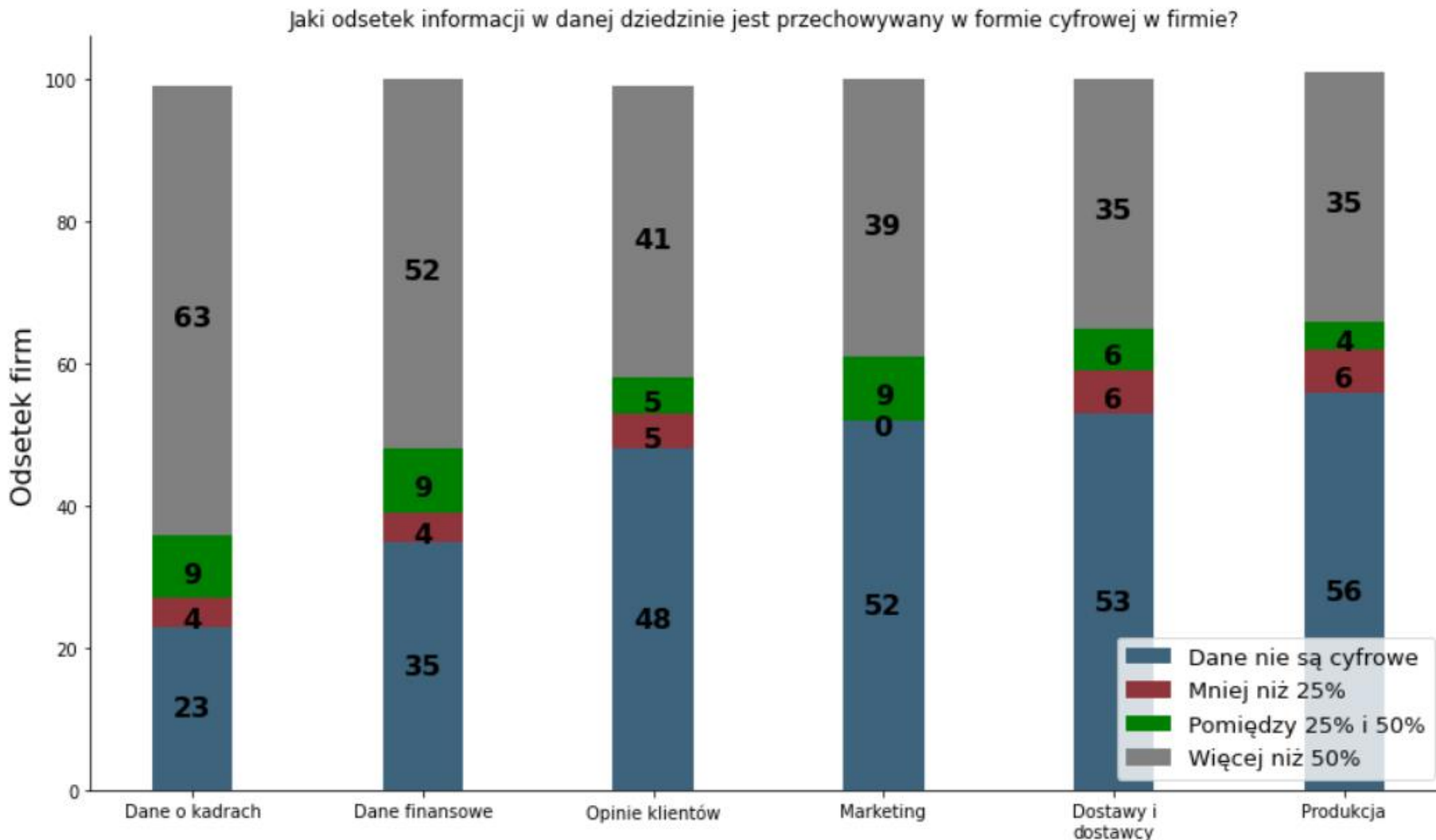


*Ostatni wywiad dla 93% firm odbył się we wrześniu lub październiku 2020. Dla 7% firm ostatni wywiad miał miejsce w maju lub czerwcu ub.r.

Odpowiedzi na pytanie o odsetek przychodu ze sprzedaży on-line oraz odsetek pracujących zdalnie w firmie w I i III fali



56% polskich firm nie przechowuje danych o produkcji w formie cyfrowej, a 1/3 nie digitalizuje danych finansowych.



Załącznik 1

Informacje o próbie

- Badanie zostało przeprowadzone pomiędzy 15 lutego a 12 marca 2021 r. z wykorzystaniem metody CATI.
- W badaniu wzięły udział 503 firmy spośród 1005 z pierwszej fali.
- Próbę stanowiły firmy mikro małe i średnie z przemysłu, handlu i usług. Firmy duże (czyli zatrudniające powyżej 249 pracowników) oraz rolnicze zostały wykluczone z badania.

	Przemysł	Handel	Usługi	Razem
Mikro (1)	11	14	32	57
Mikro (2-9)	39	27	34	100
Mała (10-49)	97	58	55	210
Średnia (50-249)	83	26	27	136
Razem	230	125	148	503

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych zebranych przez Instytut CEM.