

Business Pulse Survey

POLSKA – EDYCJA CZWARTA



Business Pulse Survey Polska: Podsumowanie wyników IV edycji badania

20 lipca 2021 r.

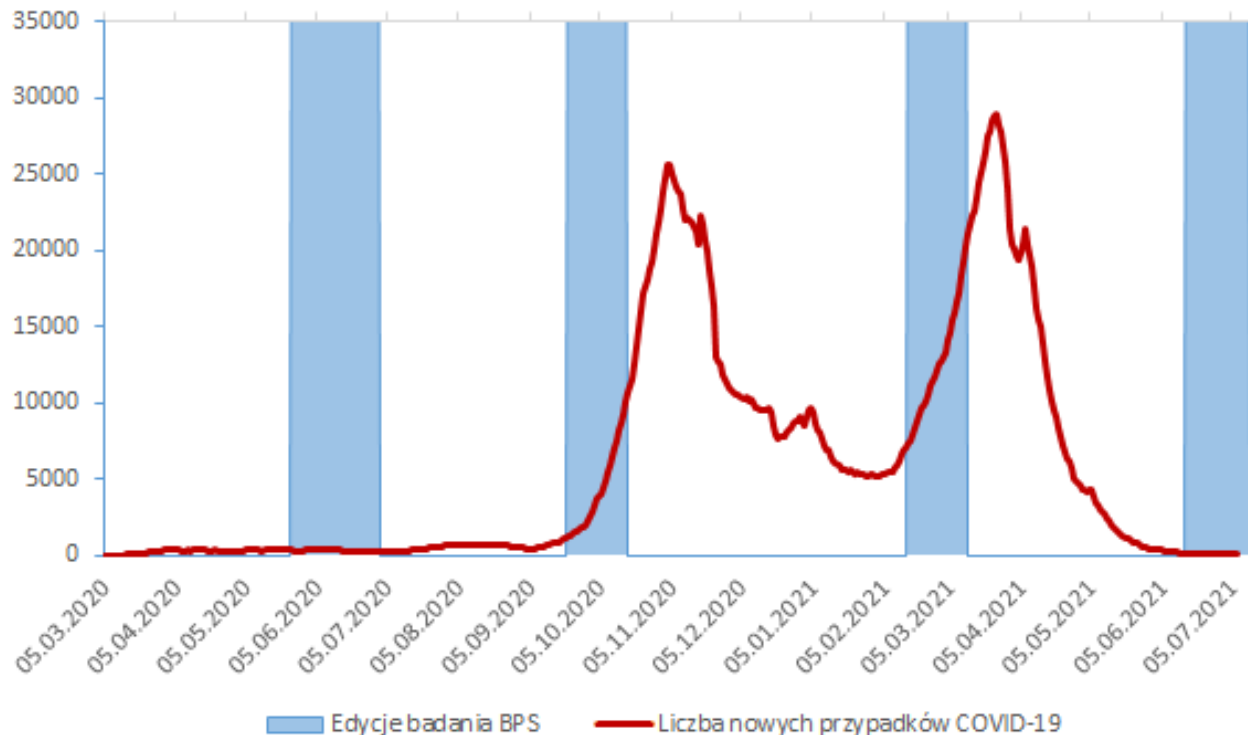
Podsumowanie badania 1/2

- **W czwartej edycji badania Business Pulse Survey (BPS4) od 15 czerwca do 12 lipca 2021 r. uczestniczyło 426 firm.** Przedsiębiorstwa pochodziły z tej samej początkowej próby 1005 firm, która partycypowała w pierwszej edycji (BPS1) w maju i czerwcu 2020 r. (badanie panelowe).
- Znaczna część pytań dotyczyła okresu 30 dni przed wywiadem, a zatem badanie dotyczyło okresu od 15 maja do 12 lipca 2021 r.
- **Sytuacja finansowa firm poprawia się.** Sprzedaż wróciła niemalże do poziomu analogicznego okresu w 2019 r. (przed pandemią) i w nadchodzącym kwartale firmy oczekują wyższej sprzedaży niż rok wcześniej. Poprawiają się również wskaźniki finansowe, co odzwierciedla spadek ryzyka wpadnięcia w zaległości finansowe.
- Niemniej, w okresie wychodzenia z recesji pojawiają się **ograniczenia podażowe** – firmy napotykają braki materiałów.
- **18% firm dostało wsparcie publiczne od czasu ostatniego wywiadu w lutym/marcu 2021 r.** Firmy, które otrzymały wsparcie, miały w poprzedniej edycji badania gorsze wyniki sprzedażowe niż firmy, które go nie otrzymały. Sugeruje to kierowanie pomocy do bardziej potrzebujących firm.
- **Im bardziej cyfrowo dojrzała firma tym lepsze jej wyniki sprzedażowe** na przestrzeni czterech edycji badania. Technologie cyfrowe mają potencjał w pomaganiu firmom w łagodniejszym przejściu przez czasy pandemii. Zyski z przyjmowania rozwiązań cyfrowych mogą być dodatkowo szczególnie duże w Polsce, gdzie obserwuje się **jeden z najniższych stopni digitalizacji firm w Unii Europejskiej.**

Podsumowanie badania 2/2

- **Jednocześnie, ponad 50% firm uważa, że nie potrzebuje dalszej cyfryzacji.** Co więcej, **połowa firm nie szkoli swoich pracowników** i wśród tych firm aż 2/3 sądzi, że umiejętności ich pracowników są na odpowiednim poziomie. Tymczasem porównania międzynarodowe wskazują, że poziom kompetencji cyfrowych pracowników w Polsce kształtuje się wyraźnie **poniżej średniej europejskiej.**
- **Na braki w kompetencjach menadżerskich** wskazują również wyniki tego badania: około połowa polskich firm nie stosuje podstawowych technik usprawniających zarządzanie firmą takich jak miesięczny pomiar realizacji celu sprzedażowego, regularny marketing czy przyznawanie awansów tylko na podstawie zasług lub efektywności. Firmy mikro (1-9 pracowników) oraz przemysłowe stosują najmniejszą liczbę dobrych praktyk zarządczych.
- **Jednocześnie, w następstwie pandemii COVID-19 tylko niewielka część firm usprawniła swoje praktyki zarządcze.**
- Niewystarczający poziom wykorzystania technologii cyfrowych i praktyk managerskich, jak i zainteresowanie rozwojem w tych dziedzinach stwarza **uzasadnienie dla interwencji publicznej** zwiększającej świadomość firm w tym zakresie i wspierających implementację nowych rozwiązań.

IV edycja badania odbyła się po trzeciej fali COVID-19 w Polsce, z prawie całą gospodarką otwartą i niską liczbą nowych zakażeń...



* Liczba nowych przypadków została wyrażona poprzez 7-dniową średnią kroczącą.
Źródło: John Hopkins University.

15 maja

- Otwarte hotele, galerie handlowe, obiekty kultury i rozrywki (z pewnymi ograniczeniami).
- Sektor gastronomiczny może oferować posiłki w ogródkach.
- Dzieci w szkołach podstawowych uczą się w modelu hybrydowym.

28 maja

- Lokale mogą oferować posiłki wewnątrz (50% miejsc).

29 maja

- Uczniowie wracają do szkół.

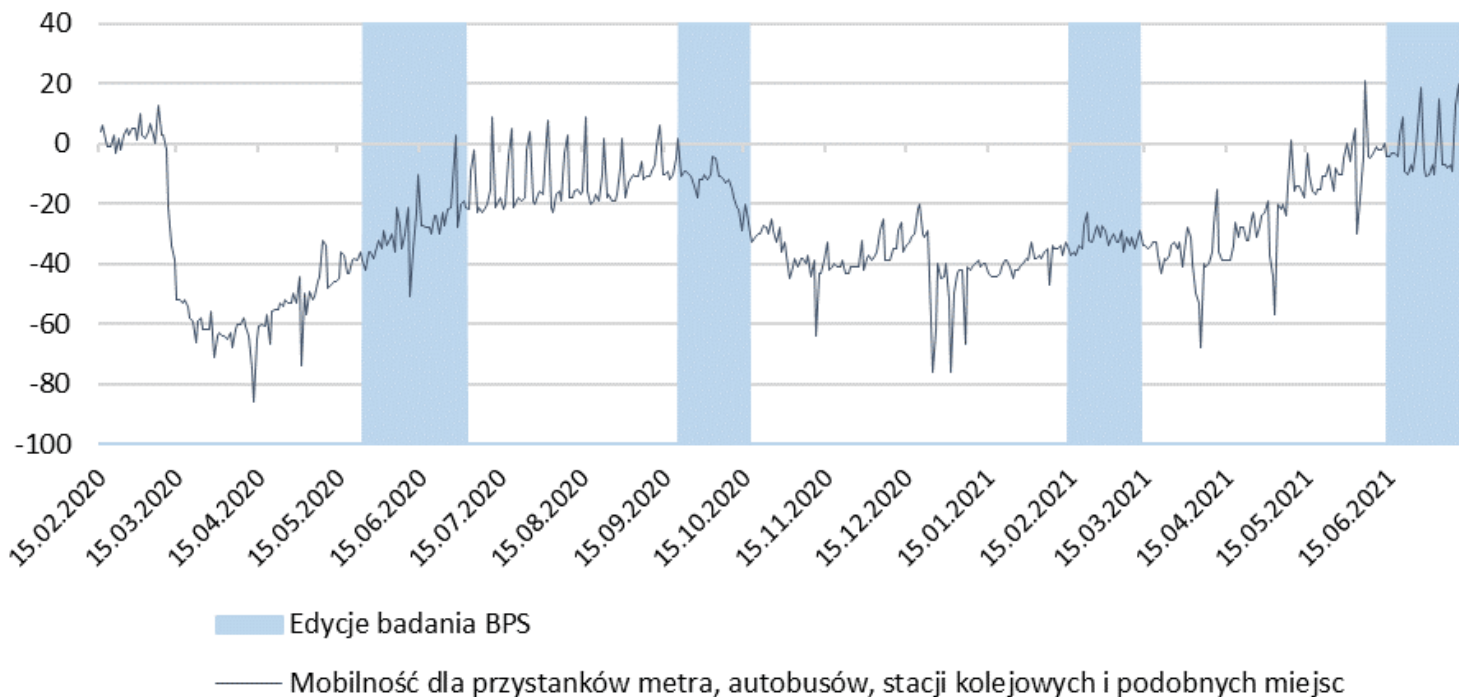
6 czerwca

- Zwiększenie limitów osób na weselach, targach i konferencjach i transporcie zbiorowym.

26 czerwca

- Dalsze luzowanie limitów osób dla siłowni, klubów fitness, świątyń, dyskotek, kin, teatrów etc.

... i mobilnością równą czasom przedpandemicznym.



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 IV edycja badania, charakteryzował się **mobilnością równą okresowi przed pandemią**.
- Czwarta edycja odbyła się w czasie **największej mobilności** od początku pandemii.
- Przyczyniła się do tego m.in. **akcja szczepień**, która nabrała rozpędu wiosną 2021 r.
- 1 kwietnia 2021 r. tylko 5,4% populacji było w pełni zaszczepione, a 6,2% częściowo zaszczepione. 12 lipca 40,4% Polaków było w pełni zaszczepionych, a 5,8% częściowo.

426 firm wzięło udział w IV edycji badania BPS w Polsce

Ramy czasowe

- Czwartą edycję badania przeprowadzono pomiędzy **15 czerwca a 12 lipca 2021 r.**
- Badanie objęło okres głównie od 15 maja do 12 lipca, ponieważ znaczna część pytań dotyczyła okresu 30 dni przed badaniem.
- **I edycja badania** („wiosenna”): maj – czerwiec 2020 r., **II edycja** („jesienna”): wrzesień – październik 2020 r., **III edycja** („zimowa”): luty – marzec 2021 r.

Próba

- W IV edycji badania (wdrożonego przez [CEM](#)) wzięło udział **426** nierolniczych firm mikro, małych i średnich.
- Podjęto próbę skontaktowania się ze wszystkimi 1005 firmami, które uczestniczyły w I, II i III edycji badania i zgodziły się na dalszy kontakt.
- Charakterystyki firm, które wzięły udział w I, II i III edycji badania, nie różnią się od charakterystyk uczestników IV edycji 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.
- Próba została nieprzeważona względem liczby firm w gospodarce, co oznacza, że firmy małe i średnie są w niej nadreprezentowane. Nie zastosowano wag ze względu na koncentrację zjawisk makroekonomicznych w firmach małych i średnich. Dla przykładu, w 2017 r. nakłady inwestycyjne firmy małej były średnio 20 razy większe od firmy mikro, a firmy średniej 175 razy większe.

BPS – Polska IV edycja

1 Ogólna sytuacja firm

2 Wsparcie publiczne

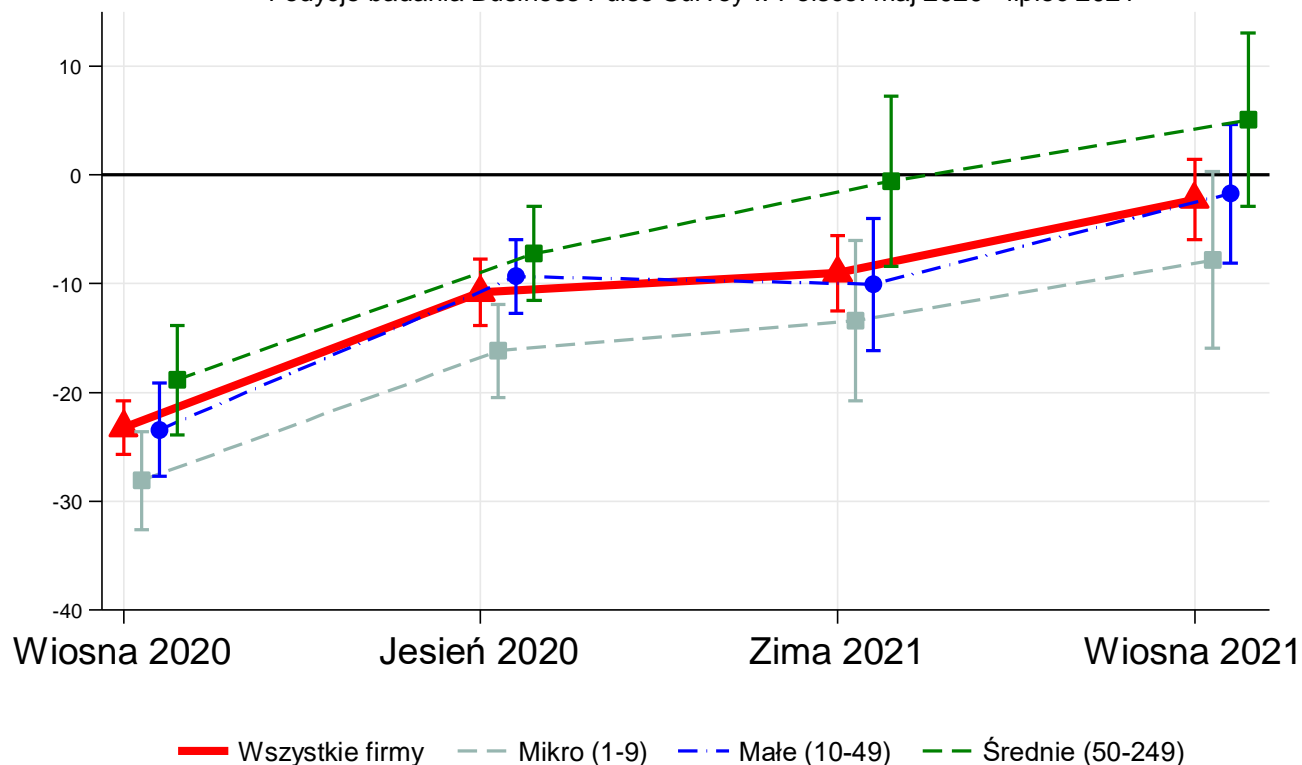
3 Działania cyfrowe

4 Zarządzanie

Wyniki sprzedażowe firm wróciły prawie do poziomu sprzed pandemii. Firmy mikro najbardziej dotknięte przez kryzys.

Zmiana sprzedaży w ciągu ostatnich 30 dni przed wywiadem w porównaniu do analogicznego okresu przed pandemią

4 edycje badania Business Pulse Survey w Polsce: maj 2020 - lipiec 2021



- Sprzedaż badanych firm była wiosną 2021 r. **niewiele niższa** niż w analogicznym okresie w 2019 r. (czyli przed pandemią COVID-19).
- **Sprzedaż poprawia się** od pierwszej edycji badania, która została przeprowadzona wiosną 2020 r.
- W każdej z edycji badania firmy mikro miały **najslabsze wyniki sprzedażowe**, ale nie zawsze różnice były statystycznie istotne.
- Wyniki firm średnich (50-249 zatrudnionych) były wiosną 2021 r. **wyższe** niż w analogicznym okresie 2 lata wcześniej.

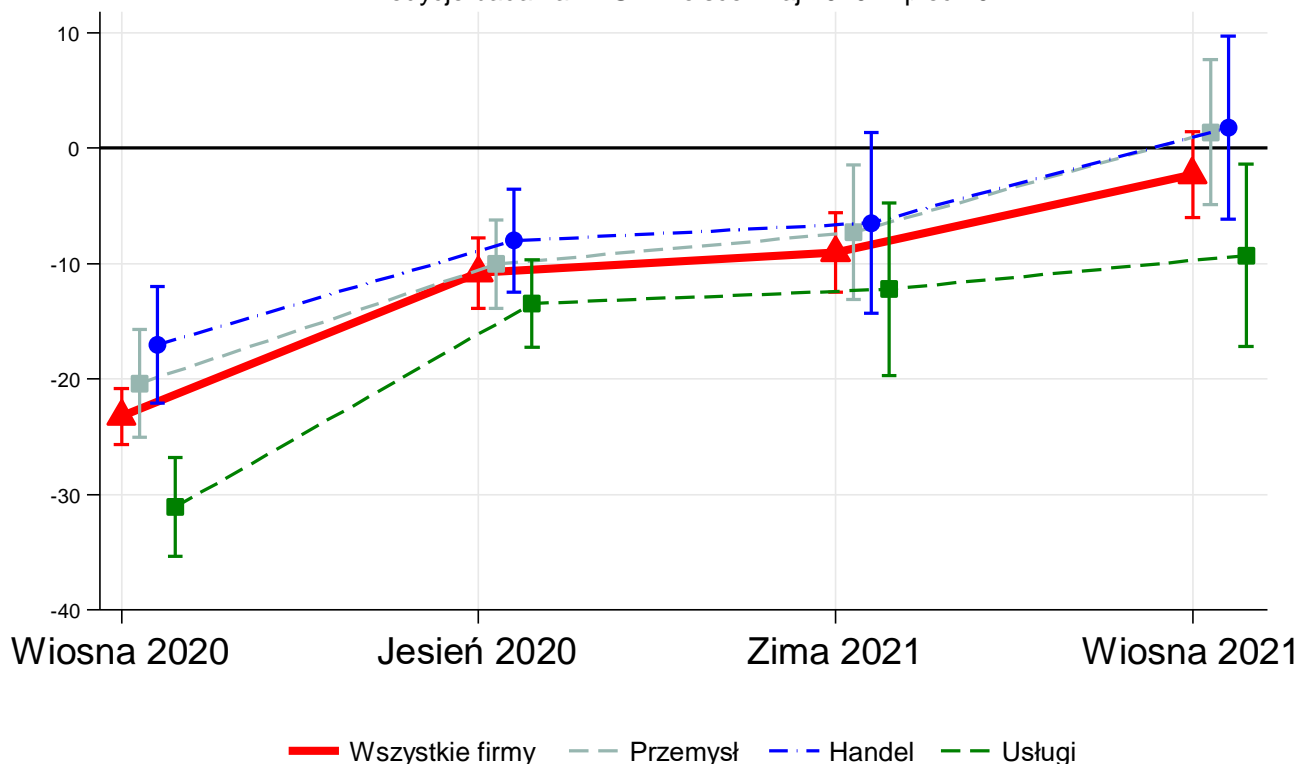
┃ - Przedział ufności 95%.

Zmiana sprzedaży oznacza zmianę sprzedaży w ciągu ostatnich 30 dni przed wywiadem względem analogicznego okresu przed pandemią. Dla pierwszych trzech edycji badania jest to rok wcześniej, a dla ostatniej (wiosna 2021 r.) jest to 2 lata wcześniej.

Wpływ COVID-19 na sprzedaż widoczny jest we wszystkich sektorach. Wyniki w usługach najbardziej zróżnicowane.

Zmiana sprzedaży w ciągu ostatnich 30 dni przed wywiadem w porównaniu do analogicznego okresu przed pandemią

4 edycje badania BPS w Polsce: maj 2020 - lipiec 2021



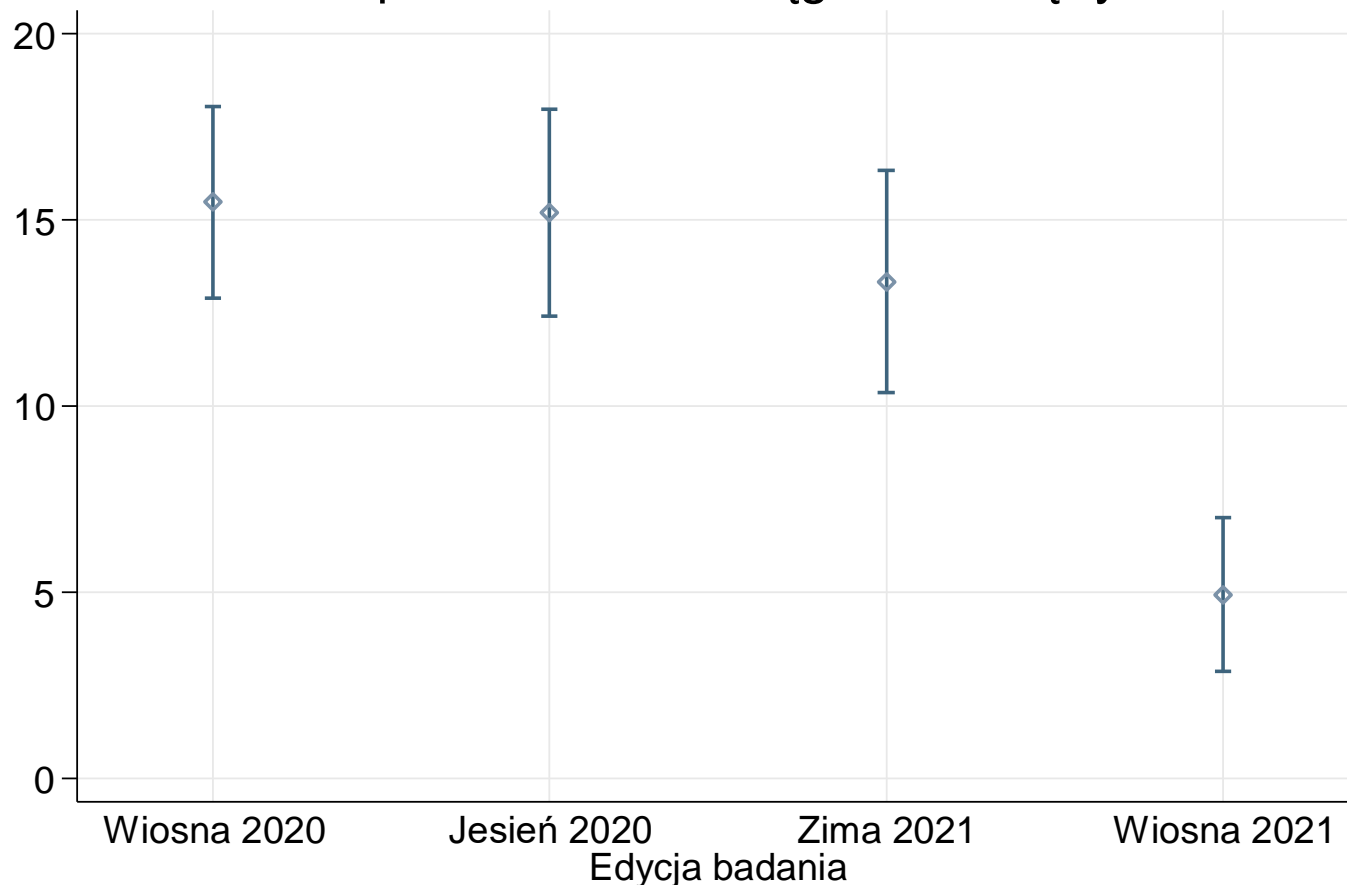
┌ - Przedział ufności 95%.

- Sprzedaż w każdym sektorze **poprawia się** wraz z kolejnymi edycjami badania.
- Sektory handlu i przemysłu odnotowały podobne spadki sprzedaży w okresie pandemii.
- **Sprzedaż w handlu i przemyśle wróciła w okolice poziomu z wiosny 2019 roku** (przed pandemią).
- **Z kolei sektor usług zanotował najłabsze wyniki sprzedaży we wszystkich edycjach.** Na wiosnę 2021 r. średnia sprzedaż była nadal o 10% niższa niż w analogicznym okresie w 2019 r.
- Należy zauważyć, że **sektor usług jest najbardziej zróżnicowany** – podsektor HoReCa notował najgorsze wyniki, podczas gdy usługi IT radziły sobie znacznie lepiej.

Zmiana sprzedaży oznacza zmianę sprzedaży w ciągu ostatnich 30 dni przed wywiadem względem analogicznego okresu przed pandemią. Dla pierwszych trzech edycji badania jest to rok wcześniej, a dla ostatniej (wiosna 2021 r.) jest to 2 lata wcześniej.

Płynność finansowa firm poprawiła się wiosną 2021 r.

Firmy, które sądzą, że zaczną zalegać z płatnościami w ciągu 6 miesięcy



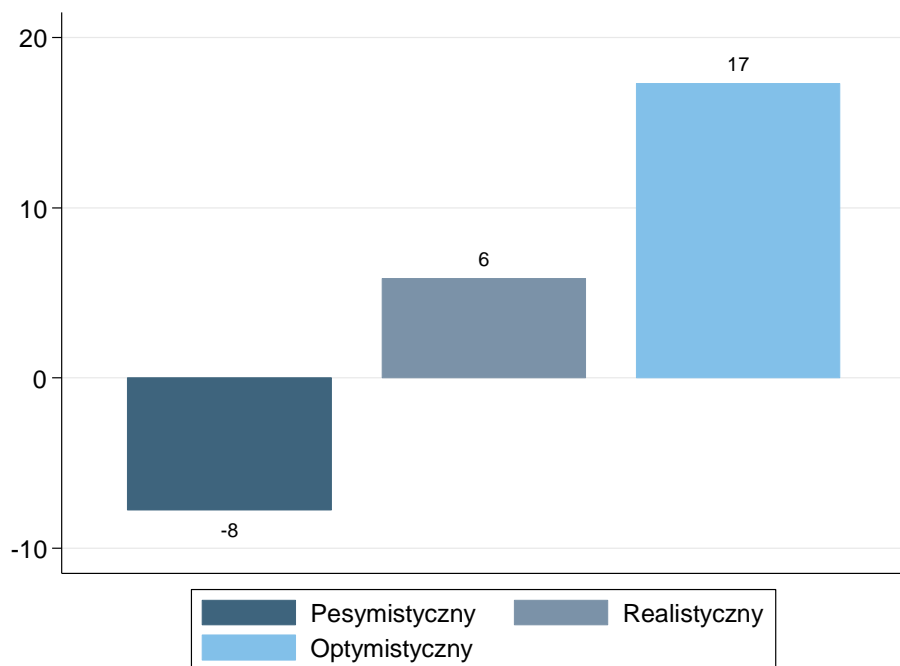
- 5% firm sądziło, że zaczną zalegać z płatnościami w ciągu najbliższych 6 miesięcy, co stanowi wyraźny spadek z 13% w zimowej edycji badania.
- Z kolei odsetek firm, które zalegały z płatnościami wyniósł 6% i nie zmienił się od ostatniej edycji badania.
- Płynność finansowa nie zależy od klasy wielkości przedsiębiorstwa i sektora, w którym działa, tzn. płynność jest podobna w każdej z klas wielkości i w każdym sektorze (przemysł, handel, usługi).

Firmy oczekują, że sprzedaż będzie większa niż latem 2020 r. Skala niepewności najmniejsza od początku pandemii...

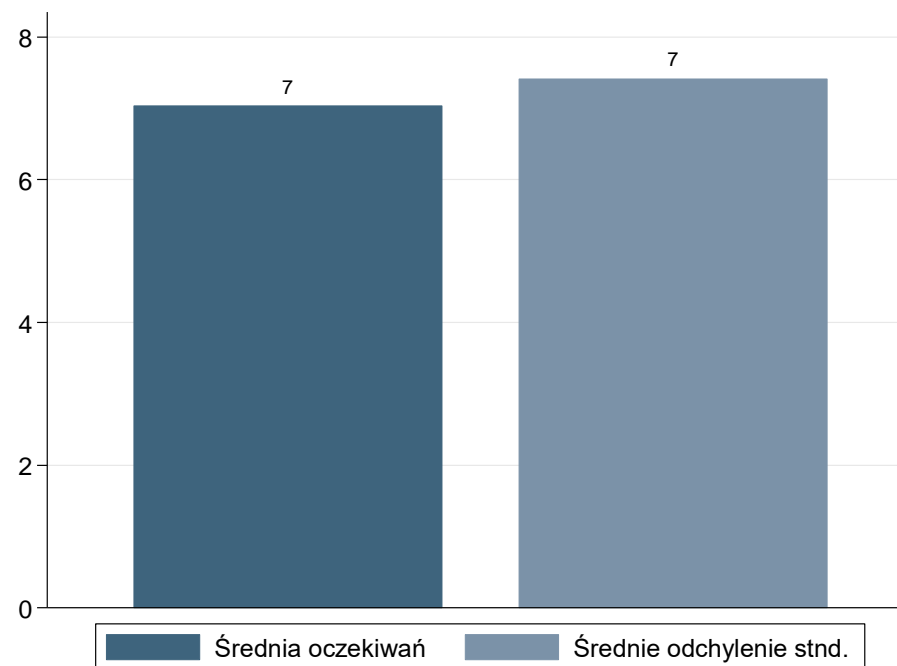
- W najbardziej prawdopodobnym scenariuszu (realistycznym) firmy oczekują, że ich sprzedaż będzie o 6% większa niż w analogicznym okresie rok temu (tj. w lecie 2020 r.).

- Średnia oczekiwań z 3 scenariuszy wyniosła 7%. Oznacza to, że firmy oczekują wzrostu sprzedaży o 7% w porównaniu do analogicznego okresu rok temu.
- Odchylenie standardowe oczekiwań z 3 scenariuszy (miara niepewności biznesowej) jest najniższe od początku pandemii.

Średnia oczekiwana zmiana sprzedaży w scenariuszu pesymistycznym, realistycznym i optymistycznym.



Średnia oczekiwań i średnie odchylenie standardowe oczekiwań.

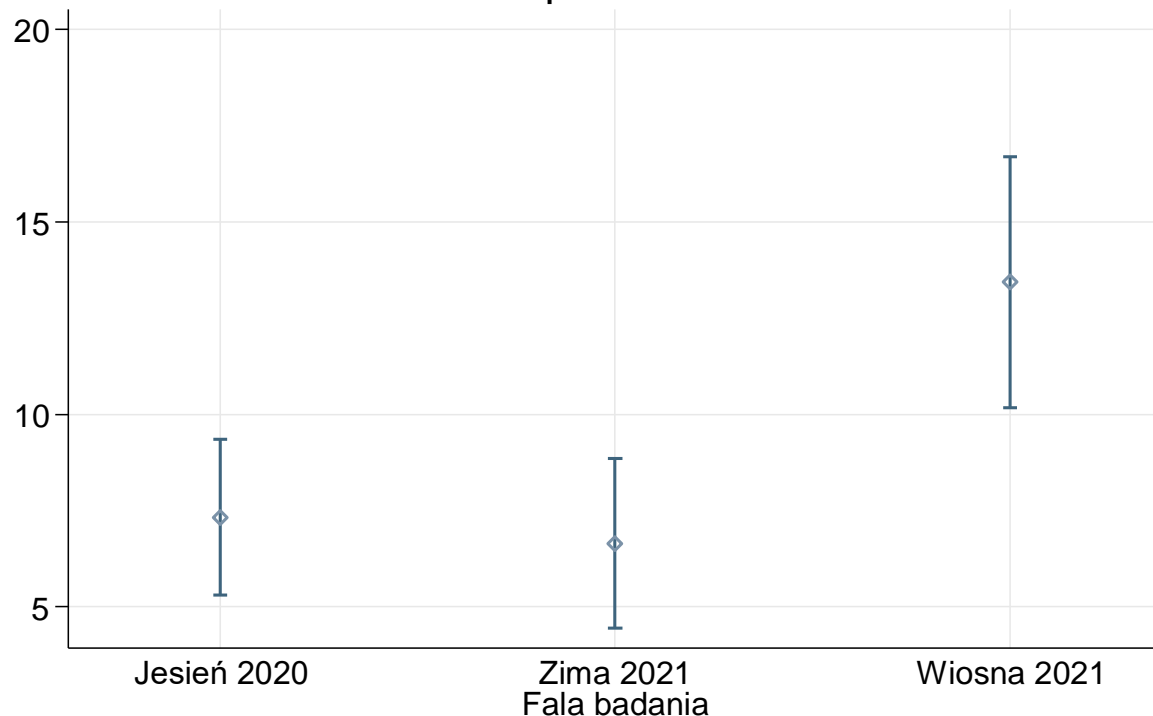


Pytano o oczekiwaną zmianę w ciągu najbliższych 3 miesięcy względem analogicznego okresu w zeszłym roku (tj. lata 2020 r.), czyli okresu już w trakcie pandemii.

... ale szybszemu odbiciu zaczynają przeszkadzać ograniczenia podażowe.

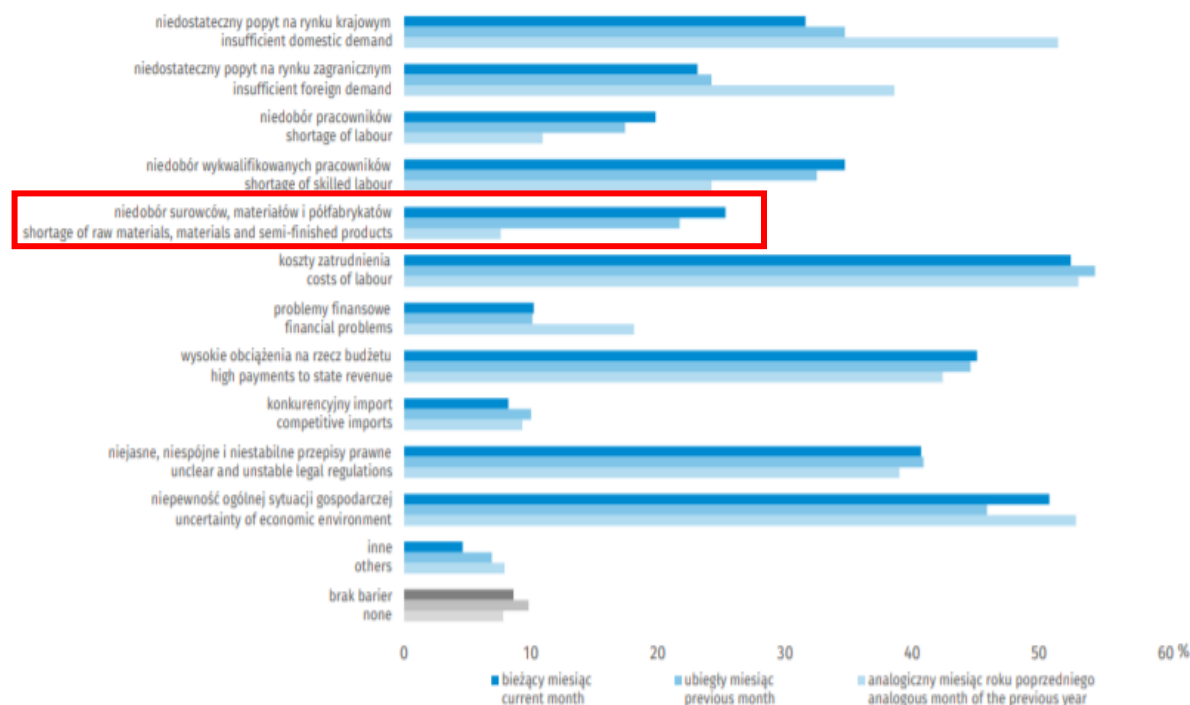
- Pomiędzy trzecią a czwartą edycją badania wzrósł odsetek firm, które musiały odwołać jakiegokolwiek zamówienie (w ostatnim miesiącu) z powodu braku materiałów.
- Wiosną 2021 r. odsetek ten wynosił 14% i był dwukrotnie wyższy niż w poprzednich okresach.
- Potwierdzają to również dane GUS – **niedobór surowców, materiałów i półfabrykatów stał się barierą działalności gospodarczej, której istotność wzrosła najbardziej w ostatnim roku.**

Firmy, które musiały odwołać zamówienie w ciągu ostatnich 30 dni z powodu braku materiałów



W pierwszej edycji (wiosna 2020) nie pytano o odwołane zamówienia.

Wykres 4. Bariery działalności gospodarczej w sekcji przetwórstwo przemysłowe
Chart 4. Factors limiting business activity in manufacturing section



Źródło: GUS – Koniunktura w przemyśle, budownictwie, handlu i usługach.

BPS – Polska IV edycja

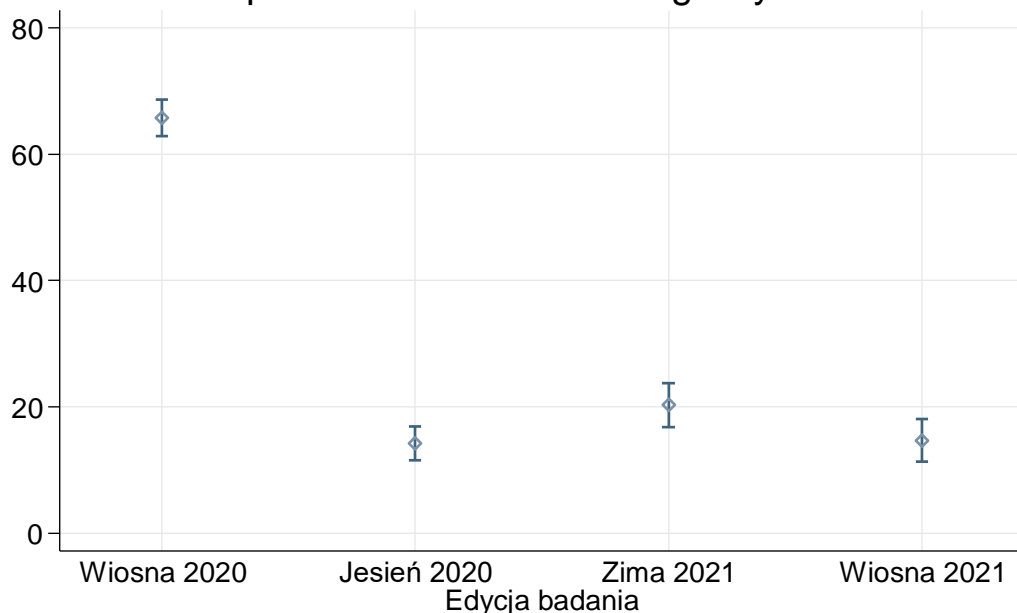
-
- 1** Ogólna sytuacja firm
 - 2** Wsparcie publiczne
 - 3** Działania cyfrowe
 - 4** Zarządzanie

18% firm otrzymało wsparcie od czasu ostatniego wywiadu. Najczęściej wspierane były usługi, czyli sektor najbardziej dotknięty kryzysem.

- Wiosną 2020 r., na początku pandemii, 2/3 polskich firm dostało wsparcie publiczne.
- W czwartej edycji badania 18% firm otrzymało wsparcie od czasu ostatniego wywiadu (tj. od lutego/marca 2021 r.).

- W wiosennej edycji BPS firmy z sektora usług najczęściej deklarowały otrzymanie wsparcia, a najrzadziej przyznawano je firmom przemysłowym.

Odsetek firm, które otrzymały wsparcie od czasu ostatniego wywiadu*

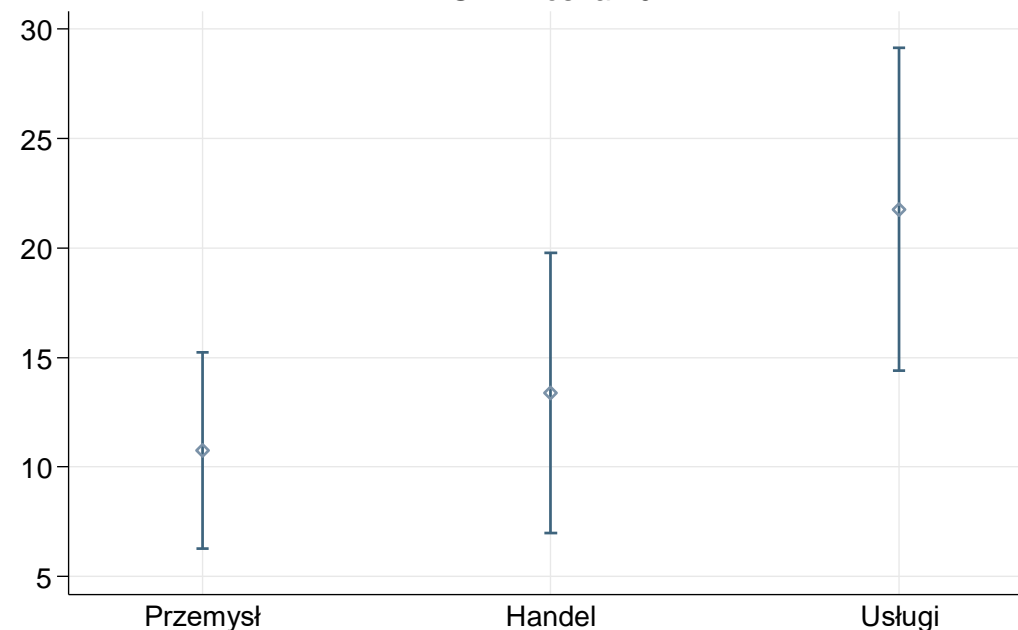


* W przypadku pierwszej edycji badania pytano o okres od początku pandemii.

— - Przedział ufności 95%. Kropka oznacza szacunek średniej.

Odsetek firm, które otrzymały wsparcie w danym sektorze od czasu ostatniego wywiadu

BPS4: Wiosna 2021

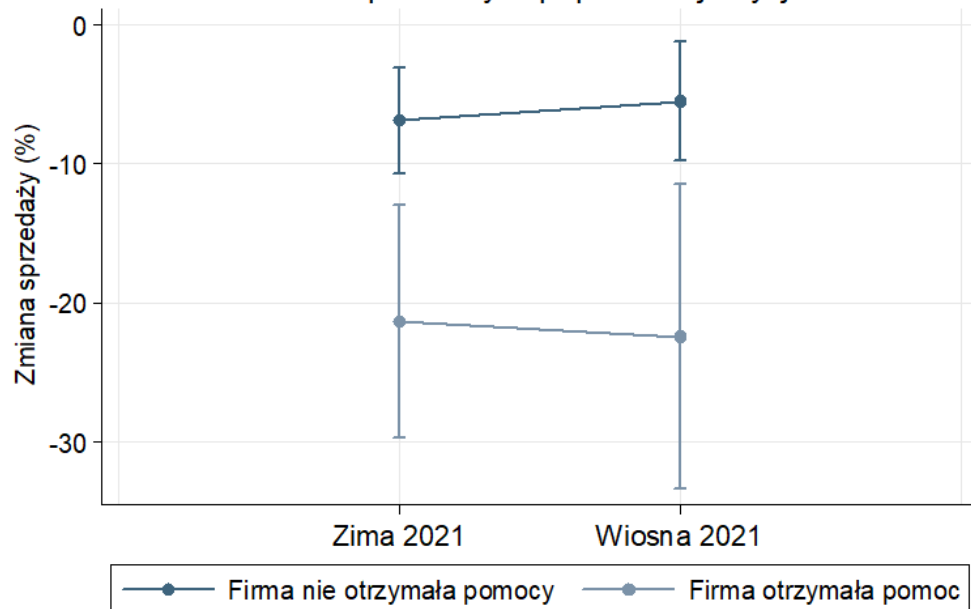


* Pytano o otrzymanie wsparcia od czasu ostatniego wywiadu w lutym/marcu 2021 r.

Firmy, które miały gorsze wyniki sprzedaży, miały większe szanse na wsparcie publiczne w następnym kwartale, co sugeruje targetowanie pomocy.

- W trzeciej i czwartej edycji badania firmy, które otrzymały wsparcie, miały gorsze wyniki sprzedaży w poprzednich edycjach niż te, które nie otrzymały wsparcia.
- Taki wynik wskazuje na kierowanie wsparcia publicznego w 2021 r. do firm gorzej radzących sobie w czasie pandemii.
- Jednocześnie, ponad 10% firm, których sprzedaż nie spadła, otrzymało wsparcie do czasu następnej edycji badania. To wskazuje, że skuteczność targetowania wsparcia publicznego w następstwie COVID-19 wymaga dalszych badań.

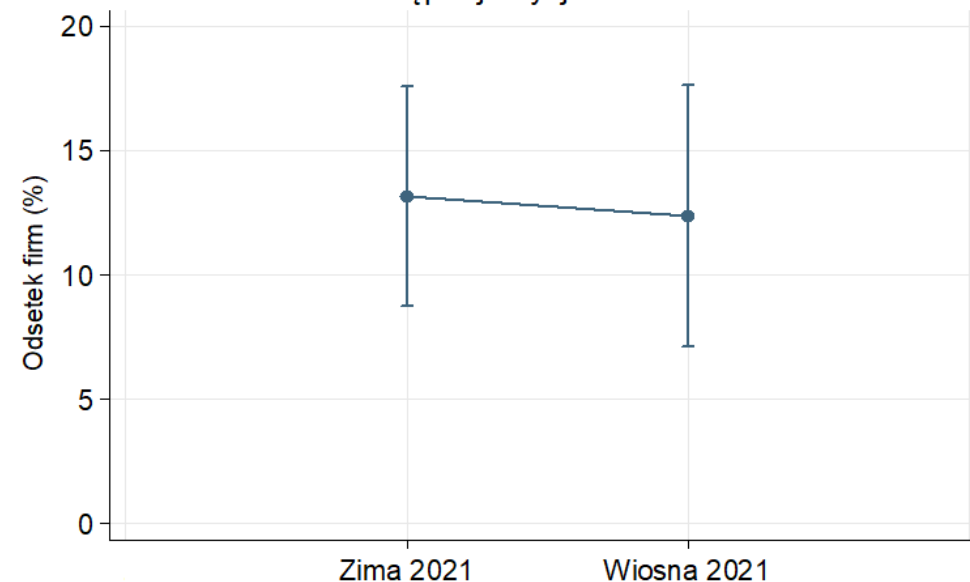
Wsparcie publiczne w danej edycji badania, a zmiana sprzedaży w poprzedniej edycji



┌ ─ Przedział ufności 95%. Kropka oznacza szacunek średniej.

*Zmiana sprzedaży oznacza zmianę sprzedaży w ciągu ostatnich 30 dni przed wywiadem względem analogicznego okresu w zeszłym roku.

Odsetek firm, których sprzedaż nie zmalała w poprzedniej edycji badania, a pomimo to otrzymały wsparcie publiczne w następnej edycji badania



┌ ─ Przedział ufności 95%. Kropka oznacza szacunek średniej.

*Na slajdzie uwzględniono tylko edycje badania przeprowadzone w 2021 r., ponieważ wcześniej pomoc udzielana była prawie wszystkim firmom. Do czasu II edycji badania aż 88% firm otrzymało wsparcie publiczne w jakiegokolwiek formie. Zgodnie z rekomendacjami instytucji takich jak Bank Światowy, w pierwszej fali pandemii pomoc powinna być jak najszerzej dostępna, a dopiero później przyznawana bardziej rygorystycznie.

BPS – Polska IV edycja

1

Ogólna sytuacja firm

2

Wsparcie publiczne

3

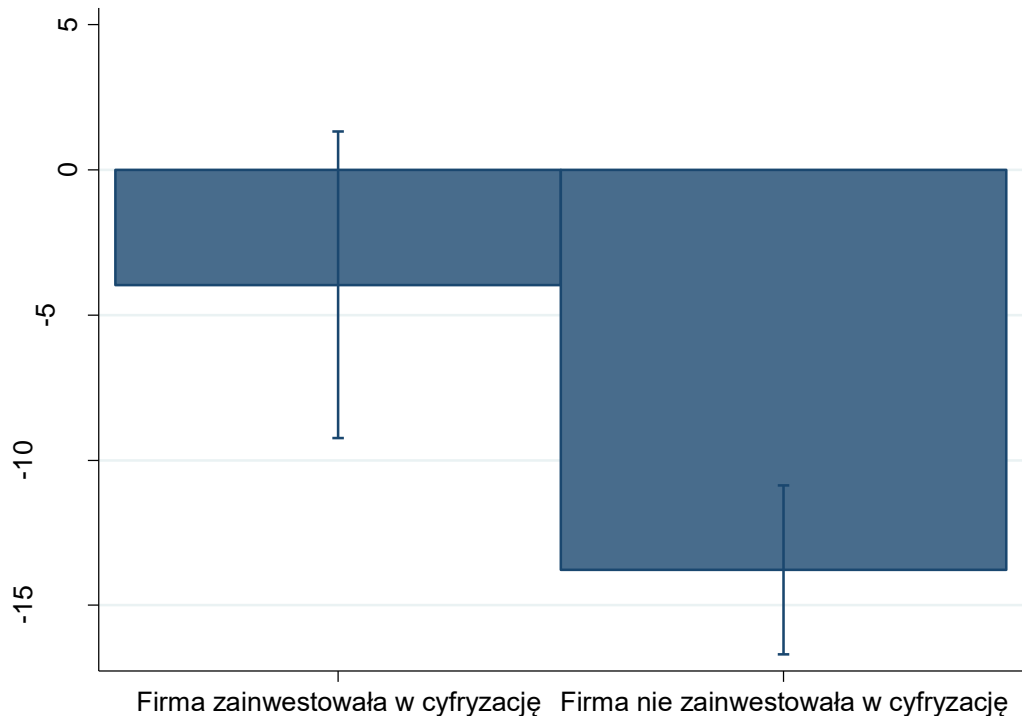
Działania cyfrowe

4

Zarządzanie

Technologie cyfrowe mogą mieć wpływ na wyniki firm w pandemii, ale ich potencjał może być różny.

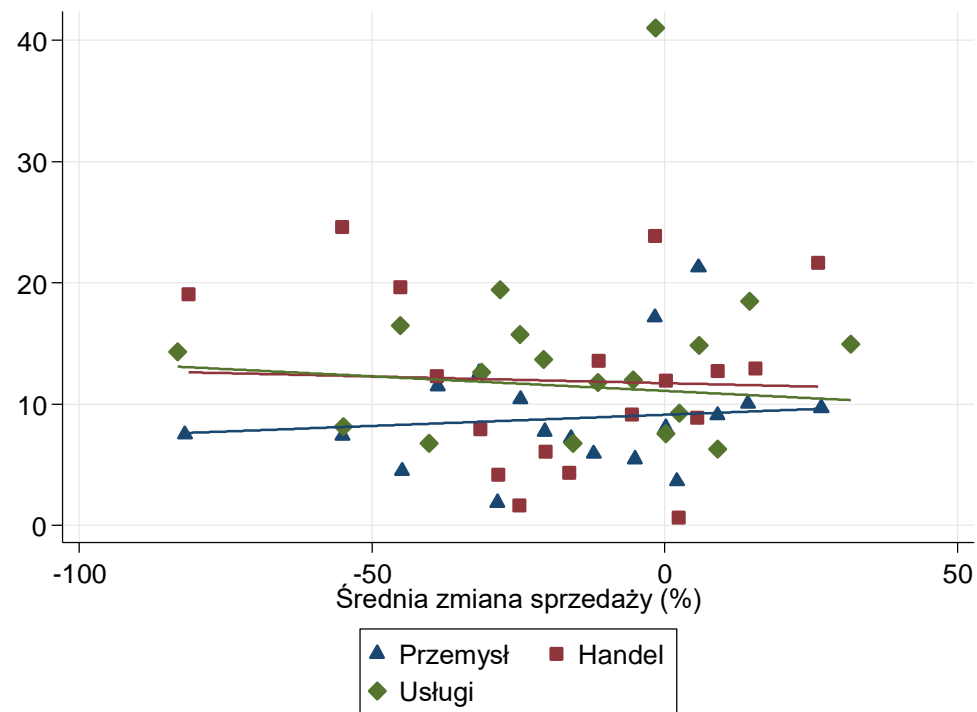
Firmy, które zainwestowały w cyfryzację, od początku pandemii miały lepsze wyniki sprzedażowe o średnio 10pp. od tych, które tego nie zrobiły na przestrzeni wszystkich 4 edycji badania BPS.



Inwestycje w cyfryzację oznaczają inwestycje w nowy sprzęt, oprogramowanie lub rozwiązania cyfrowe.

Wyniki estymacji modelu panelowego z efektami losowymi. Model kontrolował po wielkości, sektorze i wieku firmy.

Z kolei w żadnym z sektorów nie zaobserwowano pozytywnej zależności między wynikiem sprzedażowym a odsetkiem przychodu generowanego online.



Firmy z każdego sektora zostały uszeregowane wg wyników sprzedaży w 20 równych przedziałach (pod względem liczby firm). Kropka na wykresie oznacza średnią zmianę sprzedaży (r-r) i średni odsetek przychodu generowanego w Internecie dla firm z każdego takiego przedziału. W obliczeniach pominięto obserwacje skrajne.

Im bardziej dojrzała cyfrowo firma tym lepsze wyniki notowała w czasie pandemii. Niska dojrzałość cyfrowa polskich firm.

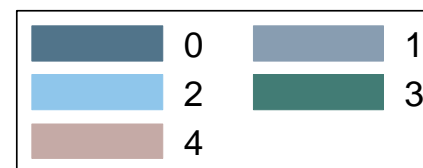
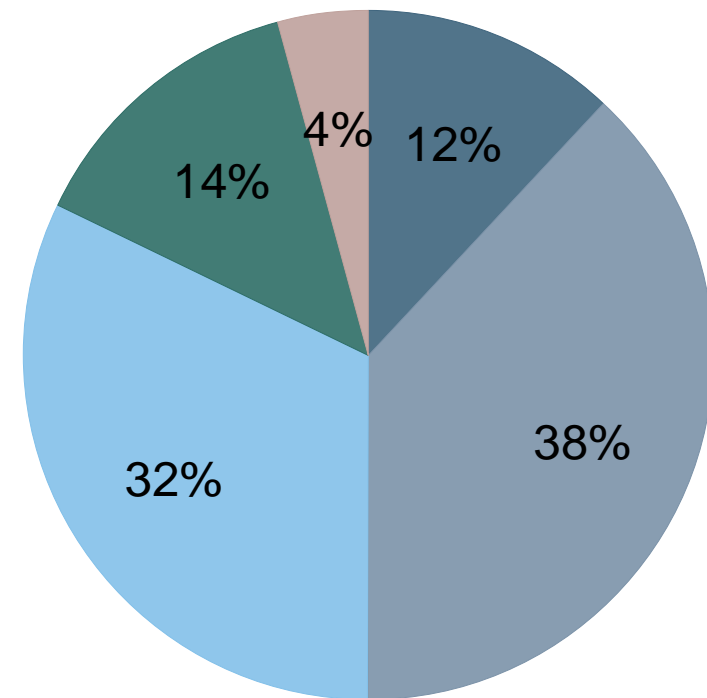
Na **indeks dojrzałości cyfrowej** składają się następujące zmienne:

- czy chociaż jeden **pracownik może pracować zdalnie** (tak/nie);
- czy **firma działa w Internecie** (tak/nie);
- czy **firma zainwestowała w rozwiązania cyfrowe od początku pandemii** (tak/nie);
- czy **firma prowadzi sprzedaż online** (tak/nie);

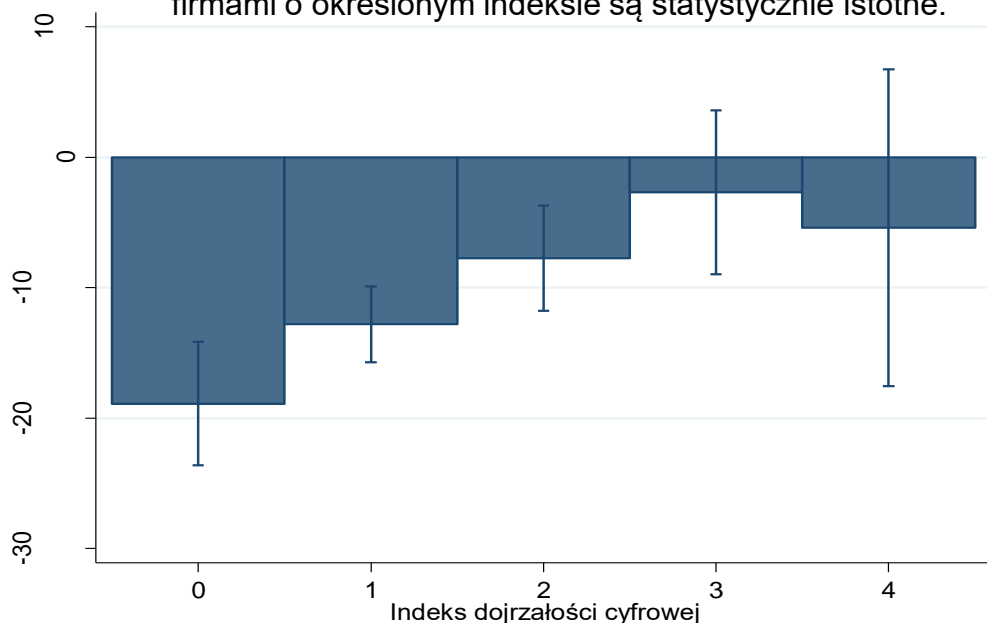
Za każdą odpowiedź TAK firma otrzymuje 1 punkt. 0 punktów oznacza niską dojrzałość cyfrową, a 4 punkty wysoką.

50% polskich firm ma indeks dojrzałości cyfrowej mniejszy niż 2.

Odsetek firm z danym indeksem dojrzałości cyfrowej

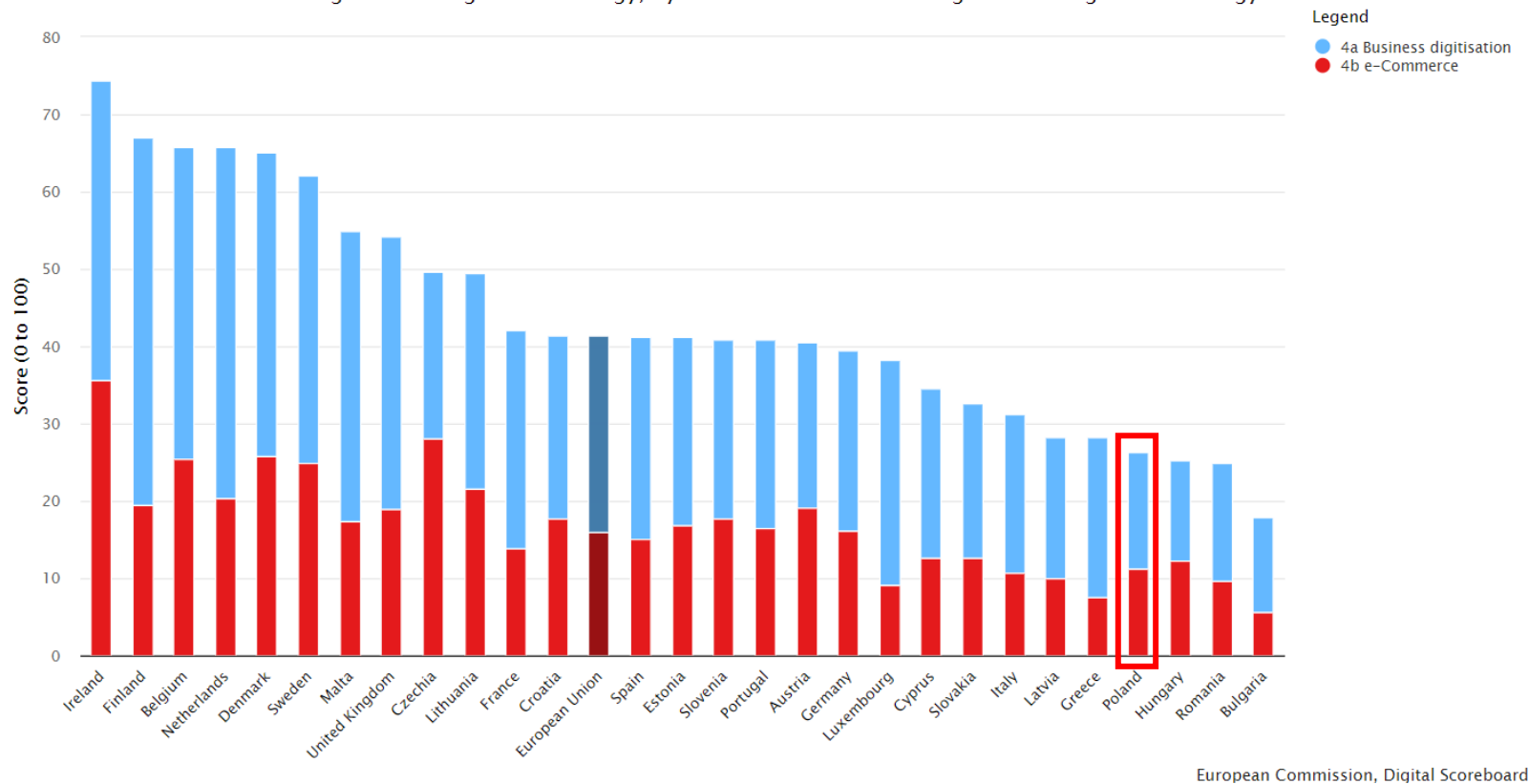


Średni wynik sprzedaży na przestrzeni badania wzrasta wraz z dojrzałością cyfrową firmy, choć nie wszystkie różnice między firmami o określonym indeksie są statystycznie istotne.



Dane europejskie wskazują, że skala cyfryzacji plasuje polskie firmy na czwartym miejscu od końca w UE.

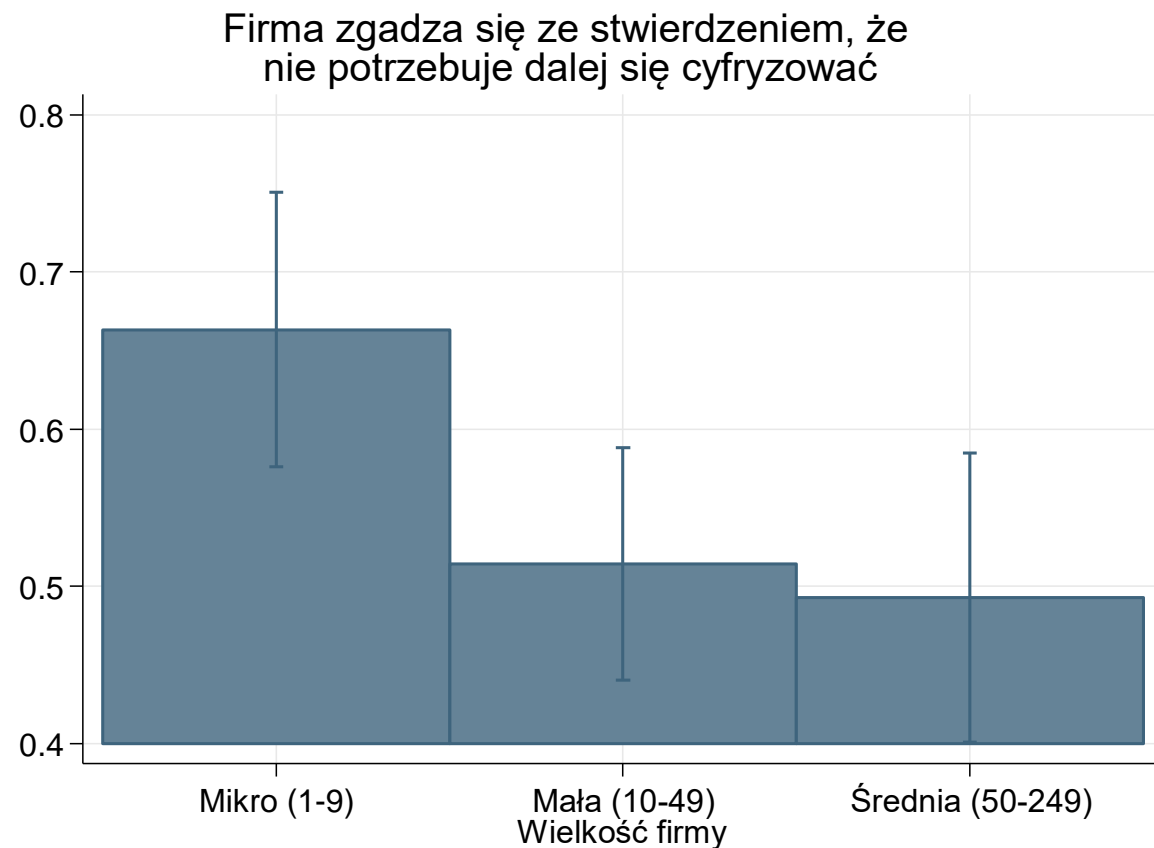
4 Integration of Digital Technology, by Sub-dimensions of 4 Integration of Digital Technology



- *Digital Economy and Society Index (DESI)* jest przygotowywany każdego roku przez Komisję Europejską.
- Zawiera 5 komponentów, a jednym z nich jest **Integracja Technologii Cyfrowych**, która składa się z dwóch wskaźników: **digitalizacja biznesu** (niebieski słupek) i **e-commerce** (czerwony słupek).
- Technologie, które brane są pod uwagę, są następujące: informacja elektroniczna, media społecznościowe, big data, obliczenia chmurowe.
- **Polska wypada gorzej od kilku krajów o podobnym poziomie rozwoju jak np. Chorwacja czy Słowacja.**

Źródło: *Digital Economy and Society Index 2020*. Edycja z 2020 r. opiera się na danych pochodzących głównie z 2019 r.

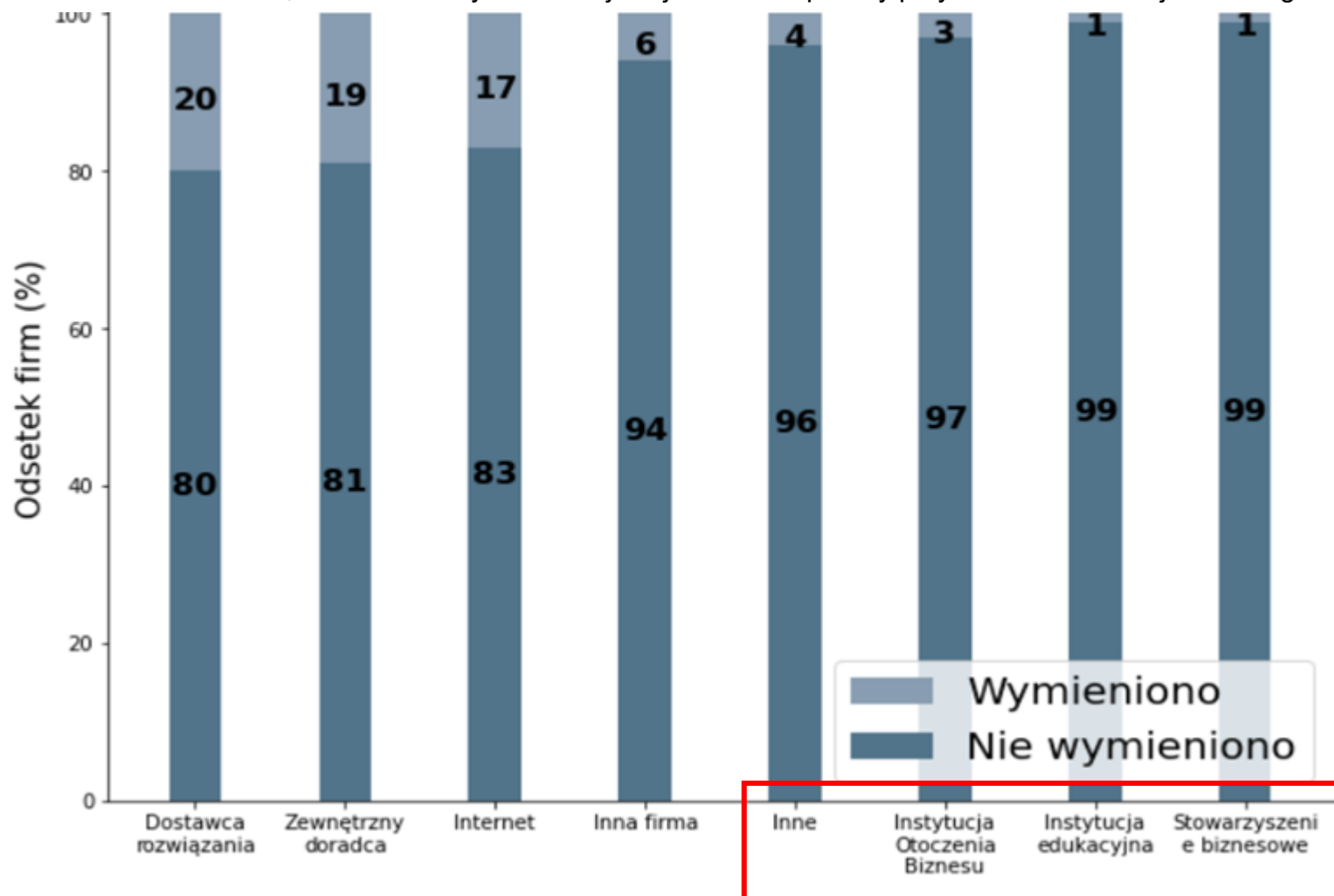
Pomimo zaległości w cyfryzacji ponad 50% polskich firm uważa, że nie potrzebuje dalszej digitalizacji.



- Tak duży odsetek firm, które sądzą, że nie potrzebują cyfryzacji przy jednoczesnym widocznym opóźnieniu technologicznym wskazuje na **zawodność rynku**.
- **Działania państwa są niezbędne**, by podnieść poziom zaawansowania technologicznego polskich firm.
- **Działania zwiększające świadomość powinny skupiać się na firmach mikro**, gdzie odsetek firm uważających, że digitalizacja jest nieistotna jest największy i wynosi 67%.

Firmy w niewielkim stopniu korzystają ze wsparcia instytucji edukacyjnych i otoczenia biznesu oraz stowarzyszeń biznesowych

Odsetek firm, które wskazały dane miejsce jako źródło porady przy wdrożeniu nowej technologii



- Bardzo niewiele firm w Polsce (3%) zwróciło się do IOB w momencie szukania nowej technologii. Podobnie niski wynik zanotowano dla stowarzyszenia biznesowego lub instytucji edukacyjnej lub innej firmy.
- Wyniki badania sugerują, że **niewystarczająca oferta instytucji otoczenia biznesu lub niewystarczająca świadomość przedsiębiorców mogą stanowić barierę przyjmowania nowych technologii przez przedsiębiorstwa.**

BPS – Polska IV edycja

1 Ogólna sytuacja firm

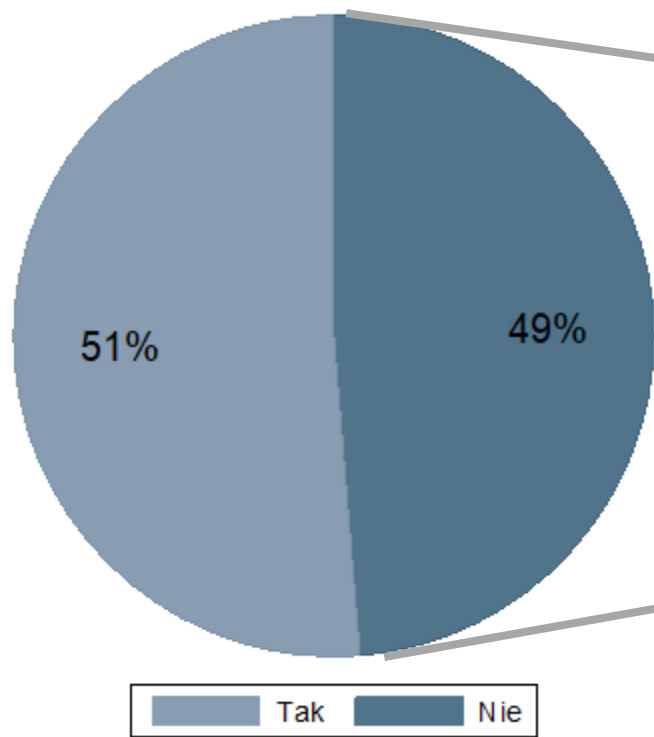
2 Wsparcie publiczne

3 Działania cyfrowe

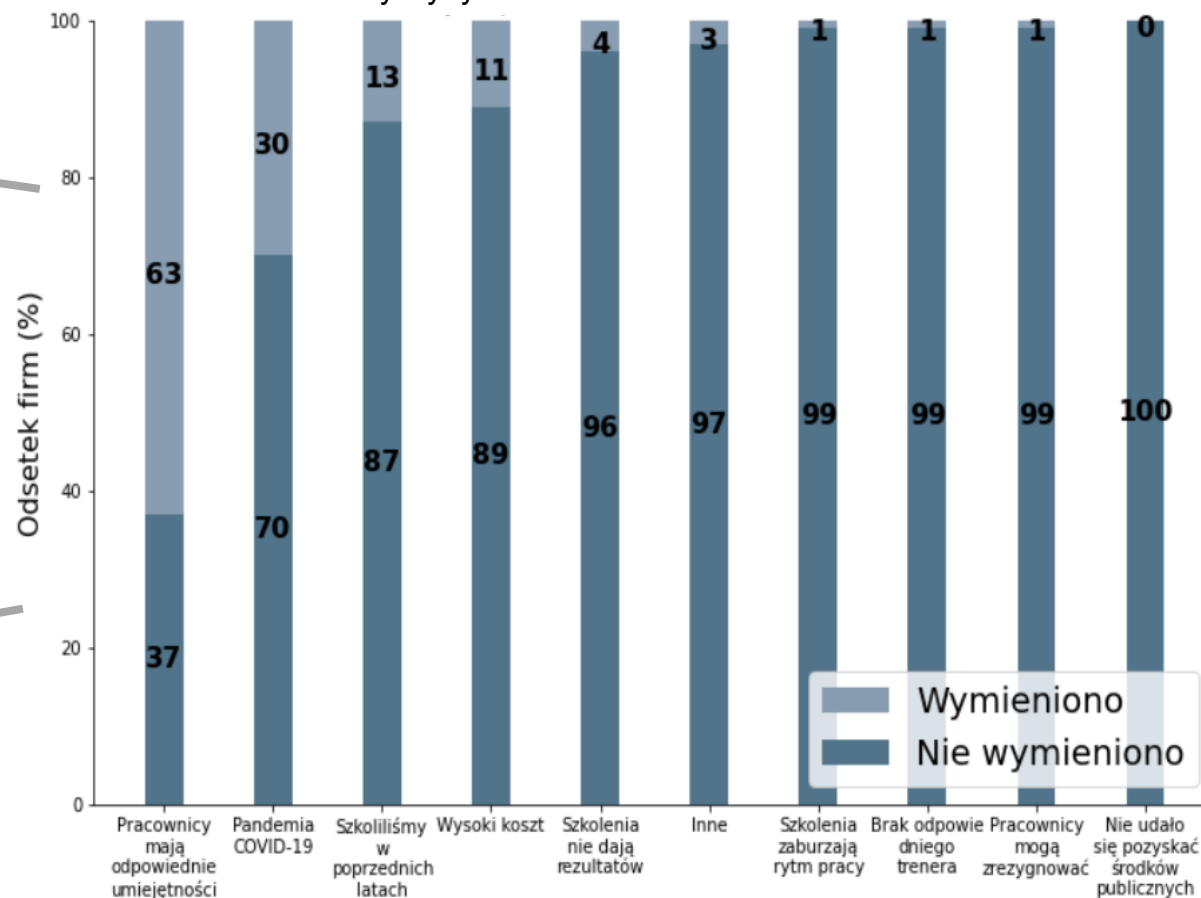
4 Zarządzanie

Połowa polskich firm nie szkoliła pracowników w 2020 r. 2/3 nieszkolących uważa, że pracownicy mają adekwatne umiejętności...

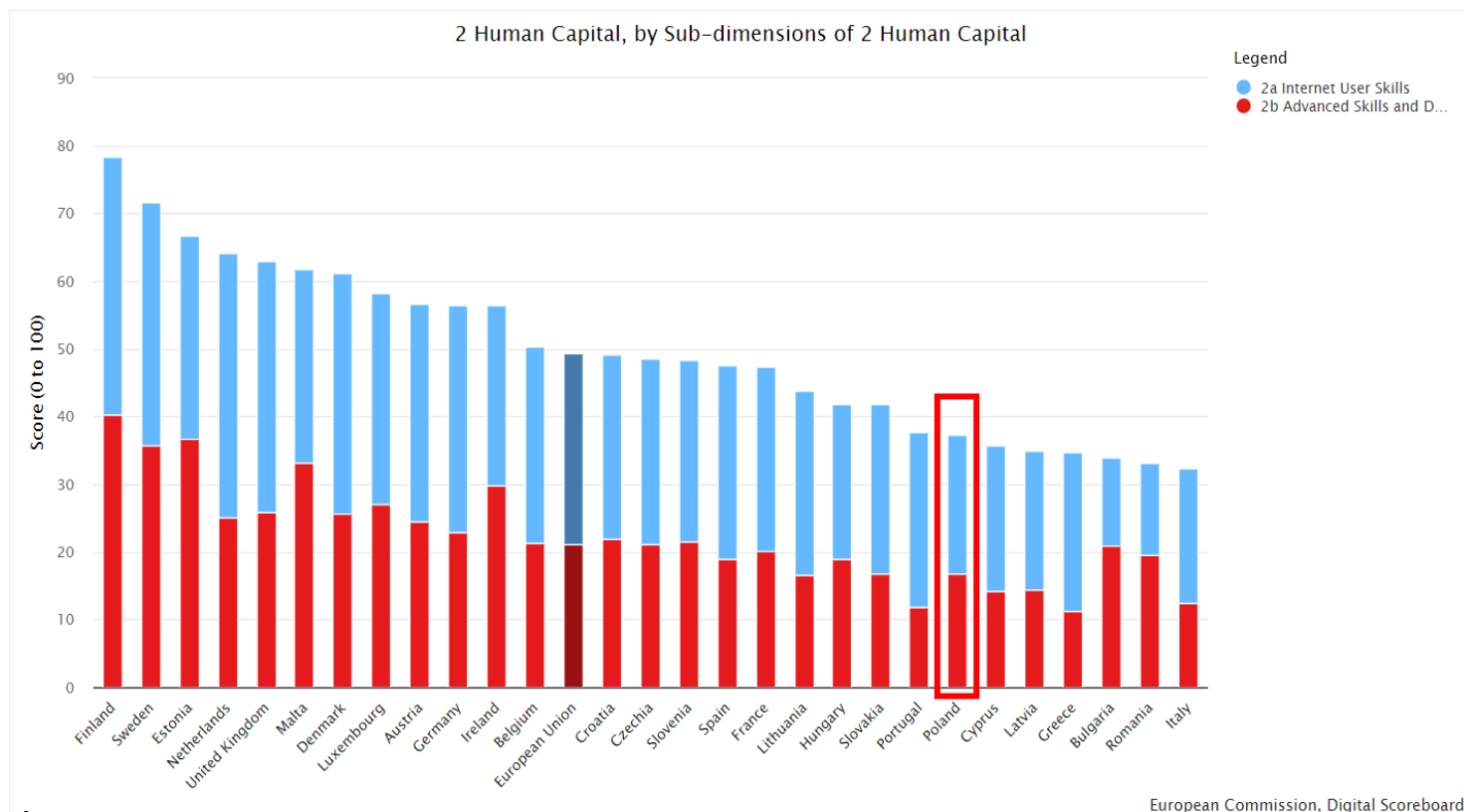
Czy w 2020 r. pracownicy firmy uczestniczyli w szkoleniach?



Przyczyny braku szkoleń w firmie w 2020 r.



... czego nie potwierdzają dane międzynarodowe. Oznacza to, że firmy przeszacowują kompetencje własnych pracowników, m.in. w zakresie umiejętności cyfrowych.



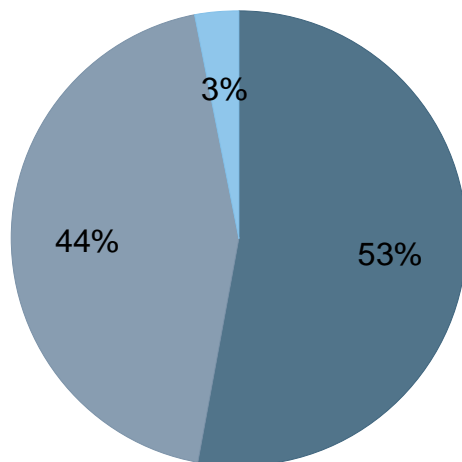
Źródło: *Digital Economy and Society Index 2020*. Edycja z 2020 roku opiera się na danych pochodzących głównie z 2019 roku.

- Jednym z 5 komponentów indeksu DESI jest **Kapitał Ludzki**, który składa się z dwóch wskaźników oceniających **umiejętności użytkowników Internetu** (niebieski słupek) i **zaawansowane umiejętności cyfrowe** (czerwony słupek).
- Polska zajmuje **22 pozycję na 28 sklasyfikowanych krajów europejskich**, czyli 3 pozycje wyżej niż przy ocenie cyfryzacji firm.
- Niemniej, **kilka krajów podobnych do Polski**, jak np. Litwa, Słowacja, Węgry, **wypadają lepiej**.
- Pomoc publiczna powinna skupiać się na **wzroście świadomości firm w zakresie kompetencji cyfrowych**.

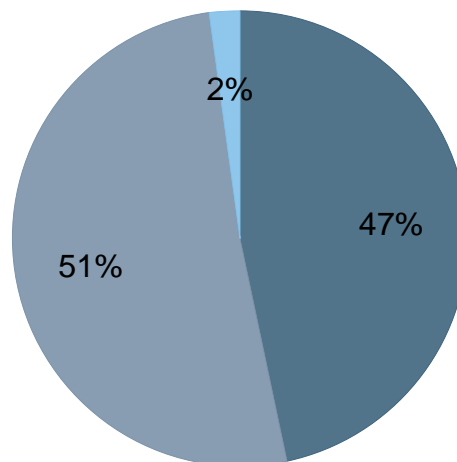
Praktyki zarządcze w polskich firmach poprawiają się bardzo powoli i nie przyśpieszyła tego pandemia COVID-19.

- Około połowa polskich firm nie stosuje podstawowych technik usprawniających zarządzanie firmą, takich jak miesięczne mierzenie realizacji celu sprzedażowego, regularny marketing czy przyznawanie awansów na podstawie tylko zasług i efektywności.
- W obliczu pandemii COVID-19 tylko niewielka frakcja firm usprawniła swoje praktyki zarządcze. 3% firm zaczęło mierzyć realizację miesięcznego celu sprzedażowego, 2% rozpoczęło reklamowanie się co najmniej raz na 6 miesięcy, a poniżej 1% firm zaczęło przyznawać awans bazując tylko na zasługach i efektywności pracowników. Wskazuje to na bardzo powolną zmianę praktyk zarządczych w polskim biznesie.
- Wyniki wskazują na konieczność poprawy umiejętności zarządczych w polskich firmach, również poprzez programy wspierające ten segment kompetencji firm.

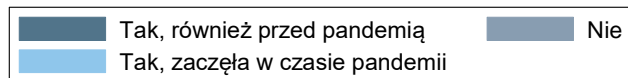
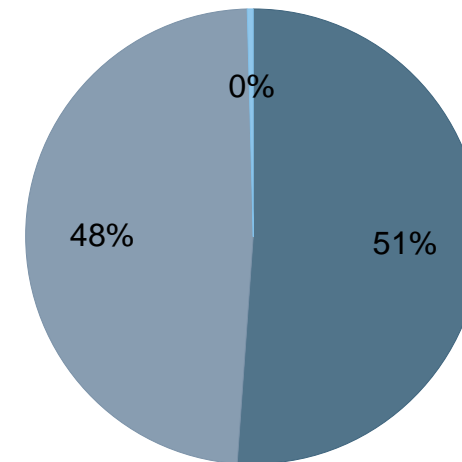
Czy od początku pandemii firma porównywała sprzedaż z celem sprzedażowym przynajmniej raz w miesiącu?



Czy od początku pandemii firma reklamowała się w jakiegokolwiek formie przynajmniej raz na 6 miesięcy?

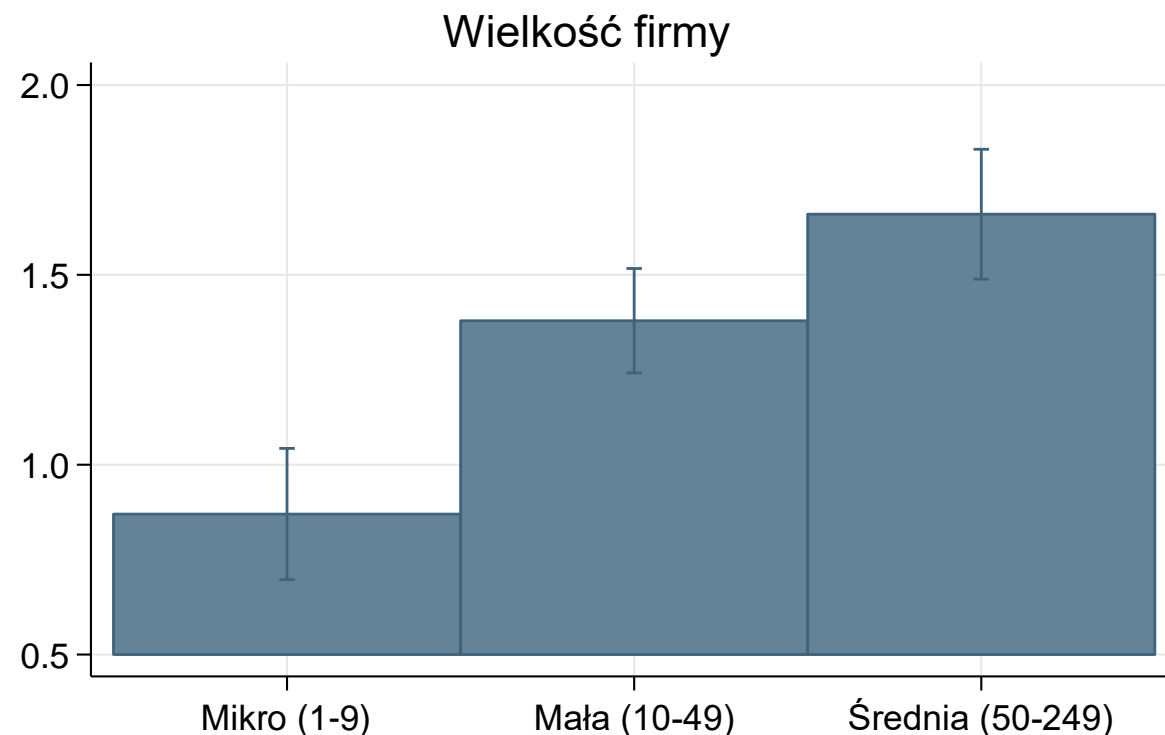
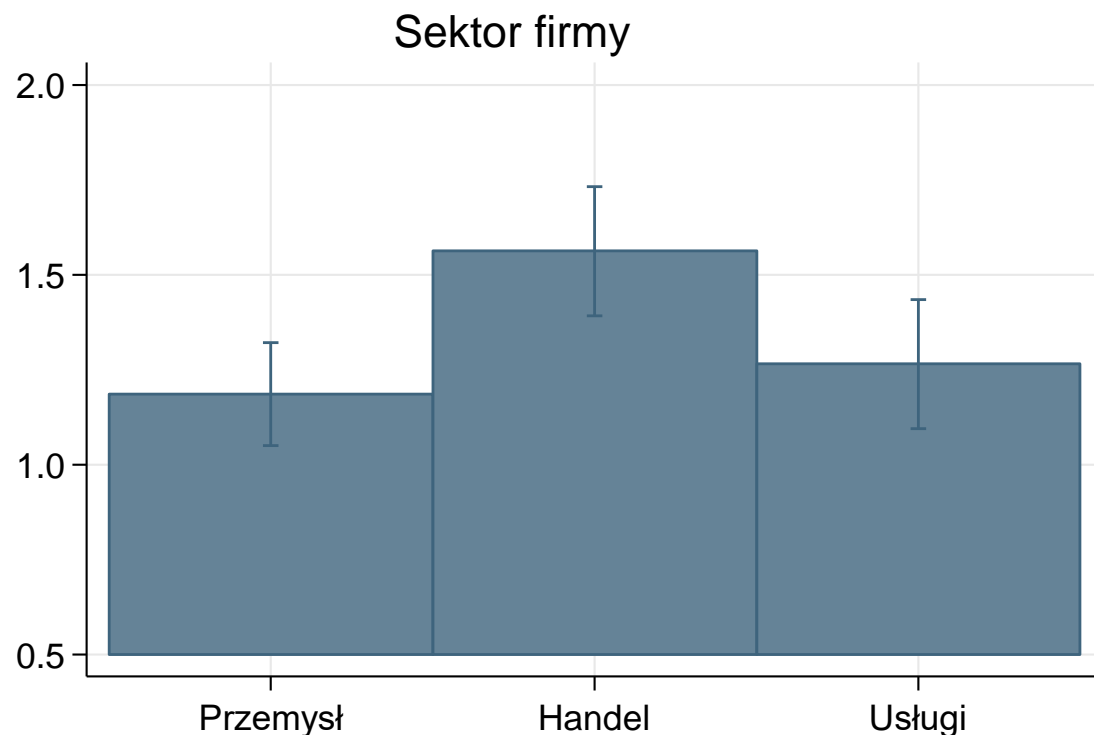


Czy od początku pandemii firma podczas przyznawania awansu brała pod uwagę tylko zdolności i efektywność pracownika?



Firmy mikro oraz przemysłowe w najmniejszym stopniu wykorzystują efektywne praktyki zarządcze.

- **25% polskich firm nie stosuje żadnych z uprzednio wymienionych praktyk zarządczych, a 30% stosuje tylko jedną.** 45% przedsiębiorstw stosuje 2 lub 3 z wyżej wymienionych praktyk managerskich.
- Firmy **mikro (1-9 pracowników)** oraz **przemysłowe** wymagają największego wsparcia w zakresie praktyk zarządczych.
- Niski poziom wykorzystania dobrych praktyk zarządczych oraz ich powolna zmiana wskazuje na potrzebę wzmocnienia **programów publicznych wspierających umiejętności managerskie.**



Załącznik 1

Informacje o próbie

- Badanie zostało przeprowadzone pomiędzy 15 czerwca a 12 lipca 2021 r. z wykorzystaniem metody CATI.
- W badaniu wzięło udział 426 firm spośród 1005 z pierwszej fali. Oznacza to, że 42% pozostało w próbie do czwartej fali badania, a 58% odpadło wcześniej.
- 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 (samozatrudnieni)	8	11	22	41
Mikro (2-9 pracowników)	30	22	31	83
Mała (10-49)	74	58	44	176
Średnia (50-249)	75	24	27	126
Razem	187	115	124	426

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