

msp.krakow.pl

29

grudzień

2007

ISSN 1734-218X

INFORMATOR DLA PRZEDSIĘBIORCÓW



KRAKÓW



URZĄD MIASTA
KRAKOWA



fot. Michał Grychowski

Szanowni Państwo!

Mija kolejny rok, w którym mieliśmy możliwość towarzyszyć Państwu i przyglądać się wspólnie z naszymi czytelnikami sytuacji przedsiębiorców, przede wszystkim w Małopolsce, ale i w całym kraju. Jeśli zapytać o ocenę obecnej sytuacji ekspertów, powiedzą, że nie jest źle, ale mogłoby być lepiej. Gdyby przyrzeć się wskaźnikom i prognozom gospodarczym można by dojść do tego samego wniosku. Co jednak zrobić, by poprawić sytuację przedsiębiorców? Można, oczywiście, czekać na decyzje rządowe, można jednak spróbować trochę rządzącym pomóc. Właśnie takim działaniom służyć miała konferencja „Przewyciężanie barier rozwoju przedsiębiorczości”, która odbyła się w Urzędzie Miasta Krakowa w ostatnim dniu listopada. Spotkali się na niej przedsiębiorcy z naukowcami oraz przedstawicielami organizacji rządowych, samorządowych i pozarządowych. W rozmowach powracał wciąż temat konsultowania działań rządu z przedsiębiorcami. Któż bowiem, jeśli nie oni, najwięcej wie o bolączkach i problemach MSP. „Nic o nas bez nas” – chciałoby się powtórzyć stare hasło.

Zachęcamy więc Państwa do czynnego, że użyjemy popularnego zwrotu: „lobbowania” na rzecz MSP. Do współpracy między sobą, a także współpracy z naukowcami, urzędnikami i przedstawicielami władz. Urząd Miasta Krakowa starać się będzie wspierać Państwa w tych działaniach. Osiągnięcia sukcesu w nich, a także w wszystkich innych życzymy Państwu na cały przyszły rok.

Pamiętając przy tym, że świat nie kończy się na pracy, życzymy Państwu wesołych Świąt i szczęśliwego Nowego Roku!

Redakcja

**REDAKCJA**

Informator dla Przedsiębiorców
„msp.krakow.pl”

Referat ds. Rozwoju Przedsiębiorczości
Wydział Strategii i Rozwoju Miasta
Urząd Miasta Krakowa
Pl. Wszystkich Świętych 3/4
31-004 Kraków
tel.: (0 12) 61 61 409, 61 61 416
e-mail: msp@um.krakow.pl
www.msp.krakow.pl

Konsultacja
i koordynacja prac redakcyjnych:
dr Bogdan Rogoda

Sekretarz redakcji:
Anna Brydaniak

Opracowanie graficzne,
skład, łamanie tekstu
i przygotowanie do druku:
Beata Wojciechowska-Dudek

Ilustracja na okładce:
Igor Stanisławski

SPIS TREŚCI**PRAWO**

Aukcja jako forma zawarcia umowy 4–6

KOMENTARZ EKSPERTA

Spółeczna odpowiedzialność biznesu 7

FUNDUSZE DLA PRZEDSIĘBIORCÓW

Dotacje dla instytucji otoczenia biznesu 8–9

INFORMACJE DLA PRZEDSIĘBIORCÓW

Biura Informacji Gospodarczej 10

Diagnoza warunków rozwoju MSP
w Krakowie 11–12

Co w ZUS załatwiamy przez Internet?
– *Zakład Ubezpieczeń Społecznych* 13–14

Podsumowanie roku w GUP
– *Grodzki Urząd Pracy* 15–16

Komunikat o sytuacji społeczno-gospodarczej
województwa małopolskiego
we wrześniu 2007 roku
– *Urząd Statystyczny* 17

Wybrane wskaźniki ogólnopolskie
– *Urząd Statystyczny* 18

Kontynuując rozpoczęty w zeszłym numerze problem trybu zawierania umów pomiędzy przedsiębiorcą a innym podmiotem przyjrzymy się dziś aukcji (licytacji). Podobnie jak opisywany poprzednio przetarg, aukcja stosowana jest przy zawieraniu umów długoterminowych, skomplikowanych lub pociągających za sobą wysokonakładowe świadczenia stron. Oczywiście nie sposób pominąć, że licytacje prowadzone są również w obrocie nieprofesjonalnym. Przedmiotem tego artykułu będzie jednak wyłącznie tryb przeprowadzania licytacji, w którym udział bierze przedsiębiorca.

Podstawy prawne licytacji to art. 70¹ – 70² oraz 70⁴ – 70⁵ Kodeksu cywilnego z dnia 23 kwietnia 1964 r. (Dz. U. z 1964 r., Nr 16, poz. 93 z późn. zm.). Podobnie jak przetarg kodeksowa regulacja aukcji została dodana do KC dopiero na podstawie ustawy z dnia 23 sierpnia 1996 r. o zmianie ustawy Kodeks cywilny (Dz. z 1996 r., Nr 114, poz. 542), choć forma ta była już wcześniej powszechnie stosowana w praktyce obrotu. Różnica polegała jednak na tym, że ustawodawca opisując dzisiejszą aukcję zastosował termin przetargu ustnego, co doprowadziło do pewnego chaosu terminologicznego. Ostatecznie dopiero ustawa z 14 lutego 2003 r. nowelizująca KC wprowadziła termin aukcji w dzisiejszym tego słowa znaczeniu. Nowa regulacja w sposób bardziej widoczny oddzieliła od siebie tryb aukcji i tryb przetargu. Regulacje kodeksowe mają znaczenie ogólne, choć nie sposób pominąć refleksji, że polskie ustawodawstwo stosunkowo rzadko powołuje się na tę formę zawierania umów. Jedynie Prawo zamówień publicznych z dnia 29 stycznia 2004 r. (tekst jednolity: Dz. U. z 2006 r., Nr 164, poz. 1163 z późn. zm.) regulują tzw. aukcję elektroniczną. Również na aukcję, choć w jej klasycznej postaci, wskazuje rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 11 sierpnia 2004 r. w sprawie sposobu i trybu gospodarowania składnikami majątku ruchomego powierzonego jednostkom budżetowym, zakładom budżetowym i gospodarstwom pomocniczym (Dz. U. z 2004 r., Nr 191, poz. 1597). W rzeczywistości jednak do chwili obecnej nie zostały wprowadzone odpowiednie regulacje uzgadniające terminologię niektórych ustaw do zmian KC wprowadzonych nowelizacją z 14 lutego 2003 r. Stąd też np. w ustawie o gospodarce nieruchomościami z 21 sierpnia 1997 r. (tekst jednolity: Dz. U. z 2004 r., Nr 261, poz. 2603 z późn. zm.) wciąż stosuje się pojęcie przetargu ustnego. Stąd też należy pamiętać, że jeżeli obecne przepisy posługują się pojęciem przetargu ustnego, to oznacza to aukcję w rozumieniu KC.

Opisując podstawy prawne regulujące tryb aukcji należy zauważyć, że Kodeks cywilny w większości wypadków wyznacza normy względnie wiążące. Znajdą one zastosowanie, jeśli strony nie postanowiły inaczej. Jest to przejaw naczelnej dla stosunków zobowiązaniowych zasady swobody umów (wolności kontraktowej).

Rozpoczęcie procedury następuje poprzez ogłoszenie aukcji. Czynności tej nie musi jednak dokonywać sam przedsiębiorca, który zamierza zawrzeć umowę z kontrahentem wyłonionym w toku aukcji. Może to również zrobić na jego zlecenie i rachunek inny podmiot, np. przedsiębiorca specjalizujący się w organizowaniu licytacji. Prawo nie przewiduje ograniczeń co do formy i kręgu adresatów, których dotyczyć ma aukcja. Mogą nimi być zarówno przedsiębiorcy, jak i osoby nie prowadzące działalności gospodarczej; osoby fizyczne lub osoby prawne. Jeśli ogłoszenie będzie skierowane do kręgu odbiorców wyróżniających się jakimś zespołem cech, to aukcja będzie miała charakter ograniczony. Ogłoszenie aukcji może być przekazane adresatowi w dowolnej formie. Przykładowo można wymienić plakaty, listy, informacje przekazane pocztą elektroniczną lub zamieszczone w Internecie, ogłoszone w środkach masowego przekazu itd.

Do treści ogłoszenia odnosi się art. 70¹ § 2 KC, który stwierdza, że powinny tam znaleźć się informacje o czasie, miejscu, przedmiocie oraz warunkach aukcji lub sposobie udostępnienia tych warunków. W literaturze można spotkać rozbieżne interpretacje charakteru prawnego tego przepisu. Z jednej strony podkreśla się, że wymienia on numeratywnie elementy, które muszą znaleźć się w każdym ogłoszeniu. Inny zaś pogląd wskazywałby, że są to jedynie elementy pożądane, choć wcale niekonieczne dla ważności ogłoszenia. Zwolennicy tej drugiej tezy wskazują, że ogłoszenie jest tylko informacją o woli zawarcia umowy a skoro nie jest czynnością prawną, to nie może być dotknięte nieważnością w rozumieniu KC, która dotyczy tylko czynności prawnych. Nie opowiadając się po żadnej ze stron, należy podkreślić, że nawet gdyby uznać nieważność aukcji, to nie powinno to automatycznie skutkować nieważnością umowy zawartej w wyniku wygrania aukcji. Mogłoby to zostać uznane za zbyt dużą ingerencję w zasadę autonomii woli stron.

Ogłoszenie z pewnością powinno zawierać zaproszenie do składania ofert. W przypadku aukcji oferty te będą składane przez poszczególnych licytantów w określonym przedziale czasowym, najczęściej dość

krótkim, który w tym celu zgromadzą się w określonym przez organizatora miejscu. Postęp technologiczny sprawia, że możliwe jest odejście od zasady osobistego udziału licytantów w określonym miejscu. Możliwe jest bowiem ofert za pomocą środków bezpośredniego porozumiewania się na odległość. Z konstrukcji procedury aukcji wynika natomiast konieczność zapewnienia takich rozwiązań technicznych, by poszczególni licytanci wiedzieli o ofertach składanych przez pozostałych licytantów. Tylko bowiem ta wiedza umożliwia im wystąpienie z ofertą korzystniejszą i dokonanie w ten sposób tzw. postąpienia.

Ogłoszenie wskazuje na umowę, która ma być zawarta w wyniku licytacji, ale nie wskazuje dokładnie wszystkich elementów tej umowy. Podanie bowiem wszystkich istotnych warunków umowy spowodowałoby, że zaproszenie do składania ofert zatraciłoby swój pierwotny sens, a stałoby się samo w rzeczywistości ofertą. Racjonalne jest natomiast określenie rodzaju umowy, oczekiwanej właściwości przedmiotu umowy czy oznaczenie ceny minimalnej lub maksymalnej. Właśnie przy aukcji w odróżnieniu od przetargu cena odgrywa kluczową rolę i to najczęściej ona jest elementem wzajemnej konkurencji licytantów.

Prócz zaproszenia do składania ofert ogłoszenie powinno zawierać informację o dalszym toku postępowania w ramach aukcji, zwłaszcza określając jej czas i miejsce.

Skutki ogłoszenia aukcji są tożsame z tymi, jakie prawo wiąże z ogłoszeniem przetargu. Tu również oświadczenie zawarte w ogłoszeniu lub warunkach aukcji może zostać zmienione, jeśli zostało to wyraźnie zastrzeżone przez organizatora w treści ogłoszenia lub warunków.

Z jednej strony organizator zobowiązany jest w ten sposób do lojalnego postępowania względem licytantów, co ma służyć ochronie ich interesów. Obowiązek ten wbrew wnioskowi, które nasuwają się po lekturze art. 70¹ § 4 KC aktualizuje się już z momentem ogłoszenia aukcji, a nie tylko udostępnienia jej warunków. Jeśli bowiem w ogłoszeniu nie zawarto warunków aukcji, a wskazano jedynie sposób na zapoznanie się z nimi, to od ogłoszenia do udostępnienia warunków mógł minąć pewien okres czasu, w toku biegu którego przyszedł licytant nie powinien pozostawać bez ochrony prawnej. W literaturze zwłaszcza przed nowelizacją prawa cywilnego powszechny był pogląd, że przez przystąpienie do aukcji zostaje nawiązany pomiędzy licytantem

a organizatorem cywilnoprawny stosunek umowny regulowany przepisami prawa i treścią ogłoszenia (warunków) przetargu. Konsekwencją takiego stanowiska jest oparcie odpowiedzialności organizatora np. za nieprzeprowadzenie przetargu na zasadach odpowiedzialności za niewykonanie umowy (tzw. odpowiedzialności kontraktowej) na podstawie art. 471 i następnych KC. Teoria konkurencyjna względem opisanej powyżej wskazuje, że sposób zawierania umowy (a takim sposobem jest m.in. aukcja) nie może być umową samą w sobie, ponieważ przepisy dotyczące aukcji zostały zamieszczone w części ogólnej KC a nie w części dotyczącej zobowiązań. Dlatego zwolennicy drugiej tezy wskazują, że organizator niewypełniający warunków aukcji ponosi odpowiedzialność o charakterze deliktowym wynikającym z art. 415 i następnych KC.

Bez względu na to, które stanowisko doktryny uznać za słuszne, należy zauważyć, że znowelizowane przepisy KC w art. 70¹ § 3-4 wprowadzają bezpośrednio obowiązek lojalnego postępowania stron aukcji, który przedtem musiał być wywodzony z zasad współżycia społecznego. Nie budzi również wątpliwości odpowiedzialność organizatora za przestrzeganie zasad ustalonych w ogłoszeniu lub warunkach aukcji. Ze względu zaś na spór co do zasady (kontraktowej lub deliktowej) odpowiedzialności organizatora aukcji w razie sporu sądowego niezadowolony uczestnik przygotowując pismo procesowe powinien wskazać jedynie na naruszenie zasad aukcji, a kwalifikacji prawnej dokona już sąd.

Aukcja przeprowadzana jest w miejscu i czasie określonym przez organizatora. Jak już wyżej wspomniano nie jest konieczna fizyczna obecność wszystkich uczestników w jednym miejscu. Wystarczy, by mieli oni dostęp do urządzenia umożliwiającego im komunikowanie się na odległość i jednoczesną obserwację, jakie oferty składają pozostali licytanci. Zwykle osoba prowadząca aukcję ogłasza jej warunki i wzywa licytantów do składania coraz korzystniejszych ofert, czyli dokonywania tzw. postąpień. Dopiero gdy zainteresowani nie przejawiają woli dokonania następnych postąpień, aukcja zostaje zakończona a wygrywa ostatnia złożona oferta, po której nie złożono już oferty korzystniejszej w czasie trwania aukcji. Możliwa jest także sytuacja, w której nie zostanie złożona żadna oferta. Wtedy aukcja zostaje zakończona ze względu na niemożność zawarcia zamierzonej umowy. Najczęściej aukcja przeprowadzana jest na zasadzie proponowania przez licytantów

coraz wyższych cen (model „z dołu do góry”). Możliwe jest też rozpoczęcie aukcji od propozycji kwoty wyższej i schodzenie przy każdym następnym postąpieniu do kwoty niższej (model „z góry do dołu”). Ten ostatni ma miejsce w przypadku, gdy przedmiotem umowy ma być wykonanie określonego zlecenia a kolejni licytanci proponują jego wykonanie za kwotę coraz niższą.

Zakres związania licytanta ofertą. Licytant związany jest złożoną przez siebie ofertą tylko do momentu, gdy inny licytant nie złoży oferty korzystniejszej dla organizatora. Od powyższej zasady wyjątek może w trybie art. 70² § 1 KC wynikać z odmiennych warunków aukcji. Jeżeli wyjątku takiego nie przewidziano, to umowa zostaje zawarta z licytantem, który zaoferował najkorzystniejszą ofertę a do momentu dokonania tzw. przybicia żaden z licytantów nie zaoferował już oferty korzystniejszej dla organizatora. Przed zakończeniem aukcji prowadzący zwyczajowo trzykrotnie wzywa zebranych do dokonania kolejnych postąpień i manifestuje to uderzeniem młotka. Stąd właśnie wywodzi się stosowane dla tej formy zawarcia umowy pojęcie przybicia.

Zakończenie aukcji następuje z chwilą przybicia lub stwierdzenia zakończenia przez prowadzącego, jeśli żadna oferta nie została złożona. Ważną zmianą w stosunku do obowiązujących wcześniej przepisów jest zapis, że organizator nie może zamknąć aukcji pomimo zgłoszenia ofert bez wyboru żadnej z nich, chyba że zostało to wcześniej ustalone. Zatem tylko w przypadku zawarcia odpowiedniego zapisu w ogłoszeniu lub warunkach licytacji organizator lub osoba, którą reprezentuje organizator, będzie mogła odmówić zawarcia umowy z osobą, która przedstawiła najkorzystniejszą ofertę. Pierwotny zapis zawierał domniemanie, że organizator mógł zamknąć przetarg bez wybrania którejkolwiek z ofert. Dopiero stosowny zapis w ogłoszeniu lub warunkach uniemożliwiał organizatorowi takie zakończenie aukcji.

Zawarcie umowy, której jedną ze stron wskaźać ma aukcja, następuje w momencie przybicia. Oznacza to w praktyce przyjęcie oferty przedstawionej przez licytanta. Nie istnieje zatem żadna konieczność zawarcia umowy po zakończeniu aukcji. Jedynie, jeśli z przepisów szczególnych wynika, że ważność umowy wymaga spełnienia szczególnych wymogów, to wygrywający licytant i organizator powinni dopełnić tych wymogów. Powyższa sytuacja będzie miała szczególnie miejsce przy ustawowych

wymogach co do formy czynności prawnej, np. przy licytacyjnej sprzedaży nieruchomości.

Jeżeli jedna ze stron uchylałaby się od zawarcia umowy wynikającej z aukcji, to drugiej stronie służyć będzie roszczenie o zawarcie przedmiotowej umowy. Gdyby na wyraźne żądanie jednej ze stron nie doszło do zawarcia umowy, to strona ta w trybie art. 64 KC może zwrócić się do sądu o stwierdzenie obowiązku złożenia określonego oświadczenia woli przez drugą stronę, która odmawia zawarcia umowy z aukcji. Prawomocne orzeczenie sądu w tej sprawie stwierdzające obowiązek określonej osoby do złożenia oświadczenia woli o określonej treści zastępuje to oświadczenie. W takiej sytuacji dojdzie do zawarcia umowy, pomimo braku zgody jednej ze stron, zaś strona wygrywająca proces w przypadku dalszego uchylania się – tym razem od realizacji postanowień umowy – będzie mogła wystąpić z odpowiednim roszczeniem kontraktowym w trybie art. 471 i następnym KC. Opisane wyżej roszczenie do wydania oświadczenia woli przez stronę przedawnia się na zasadach ogólnych.

Regulacje dotyczące roli wadium w przetargu oraz możliwości unieważnienia przetargu, a scharakteryzowane w poprzednim numerze MSP zachowują aktualność także w stosunku do aukcji, więc powtórne ich opisywanie miałyby się z celem.

Przedstawiona wyżej charakterystyka trybu aukcji dotyczy głównie aukcji o charakterze prywatnym, gdzie kontrahentem przedsiębiorcy jest inny przedsiębiorca lub osoba fizyczna. W przypadku zawierania umowy z aukcji przez przedsiębiorcę z organem administracji publicznej należy dla scharakteryzowania pozycji prawnej stron oraz trybu aukcji wziąć pod uwagę również przepisy szczególne.

Aukcja, choć kojarzy się najczęściej ze sprzedażą dzieł sztuki, to we współczesnym obrocie profesjonalnym może być z powodzeniem stosowana w celu wyboru najkorzystniejszej oferty. Warto również zauważyć, że aukcja w przeciwieństwie do przetargu umożliwia uczestnikom wzajemne podbijanie ceny. Licytanci biorąc udział w aukcji często wpływają wzajemnie na siebie i może zdarzyć się, że wystąpią z ofertą, z którą nigdy nie wystąpiliby przy zawieraniu umowy na podstawie zwykłego trybu ofertowego lub przetargu. Dlatego aukcję można uznać za formę szczególnie korzystną dla interesów ekonomicznych organizatora.

Środowisko firmy to nie tylko bezpośredni kontrahenci – dostawcy i klienci, ale też władze krajowe i lokalne, rynek pracy, organizacje pozarządowe, media, mieszkańcy regionu. R. E. Freeman wprowadził na ich określenie pojęcie interesariuszy (*stakeholders*), dla zaakcentowania faktu, że posiadają oni wobec firmy własne interesy. Z drugiej strony przedsiębiorstwa mogą czuć się zobowiązane względem społeczeństwa, co znajduje tradycyjny wyraz w filantropii. Właśnie te dwa zjawiska dały początek koncepcji – realizowanej już powszechnie w praktyce – społecznej odpowiedzialności biznesu (*Corporate Social Responsibility* – CSR).

Spółeczna odpowiedzialność biznesu wyraża się tym, że przedsiębiorstwa już na etapie budowania strategii, dobrowolnie uwzględniają relacje z różnymi grupami interesariuszy. SOB przejawia się aktywnością i gotowością do zwiększonych inwestycji w zakresie ochrony środowiska, zasobów ludzkich, problemów lokalnej społeczności. Podejście to jest przejawem funkcjonowania społeczeństwa obywatelskiego, zdolnego do rozwoju na zasadzie samoorganizacji, którego najbardziej aktywni przedstawiciele – a takimi są również przedsiębiorcy – poczuwają się do odpowiedzialności za powodzenie wspólnoty. Wyraża też ono gotowość do uwzględniania aspektów etycznych we wszystkich działaniach przedsiębiorstwa – zwłaszcza tych wrażliwych etycznie, dotyczących partnerów mających słabszą pozycję.

Uwzględnienie CSR w działalności gospodarczej to domena firm dużych, zwłaszcza korporacji międzynarodowych. To one zaczęły tworzyć programy i kodeksy biznesu odpowiedzialnego społecznie. Właśnie ze względu na swoją siłę, która może skłaniać do zachowań nieetycznych – CSR ma takim przypadkom zapobiegać. Z drugiej strony przykład dawany przez MNC (*multinational corporation* – korporacje transnarodowe) ma wielką siłę oddziaływania.

Formy działań, jakie podejmują przedsiębiorstwa w ramach SOB są bardzo zróżnicowane. DHL Express podejmuje aktywność w zakresie środowiska, spraw pracowniczych i pomocy charytatywnej. Firma wdrożyła system zarządzania środowiskowego ISO 14001 oraz program „Zielona Księga”, monitorujący wskaźniki wpływające na środowisko, takie jak: zużycie wody, energii, papieru. W działalności transportowej DHL kładzie nacisk na respektowanie norm emisji spalin EURO, dba o recycling odpadów – akumulatorów i opon. Również biurowe materiały eksploatacyjne są segregowane i oddawane do przetworzenia. DHL bierze corocznie udział w akcji Sprzątanie Świata. W odniesieniu do pracowników firma deklaruje, że są oni jej najważniejszym zasobem. Obsadzanie stanowisk odbywa się więc w pierwszym rzędzie poprzez rekrutację wewnętrzną. Stosuje się też dla rozwoju kadry szkolenia wewnętrzne i zewnętrzne, e-learning, czasowe zmiany stanowiska lub działu, delegowanie do pracy za granicą, umożliwia udział w projektach. W zakresie współpracy z otoczeniem DHL organizuje praktyki, konkursy i staże dla studentów. Firma deklaruje, że jej działalność charytatywna wynika z przekonania o potrzebie solidarności z potrzebującymi. DHL pomaga logistycznie Wielkiej Orkiestrze Świątecznej Pomocy oraz Polskiej Akcji Humanitarnej, inspirowane też zaangażowanie pracowników w wolontariat.

Henkel Group podkreśla uczciwe i proporcjonalne do

osiągnięć wynagrodzenia, szkolenie pracowników, oraz bezpieczne i oszczędne dla środowiska technologie.

Volkswagen prowadzi program zatrudniania osób niepełnosprawnych i dostosowywania dla nich stanowisk pracy. Swoim pracownikom w Afryce Południowej, w przypadku zarażenia AIDS oferuje bezpłatną pomoc medyczną, w Hiszpanii bierze udział w kampanii antynikotynowej, wprowadził zakaz palenia w fabryce SEAT-a i propaguje wśród pracowników zdrowy tryb życia poparty programem badań lekarskich. W Brazylii Volkswagen założył fundację, umożliwiającą edukację – w tym studia – dzieciom z ubogich rodzin. Inna fundacja Volkswagena niesie pomoc dzieciom żyjącym na ulicy. Wspomagają ją też pracownicy, w ramach akcji „Zainwestuj wynagrodzenie za 1 godzinę swojej pracy, w przyszłość dzieci”. Ponadto, we wszystkich swoich zakładach Firma prowadzi politykę wyrównywania szans w zatrudnieniu i tworzy zespoły o mieszanym wieku.

W odniesieniu do CSR formułuje się niekiedy zarzuty, że jest to „stare wino w nowym opakowaniu”, że działania w ramach tej koncepcji to znana od wieków filantropia poparta Public Relations. Są to chyba zarzuty zbyt radykalne, bo społeczna odpowiedzialność biznesu obejmuje szerszy zakres problemów. Nie da się jednak ukryć, że swoje programy z zakresu SOB propagują najmocniej firmy, które mają pewne problemy z wizerunkiem i akceptacją społeczną – producenci wyrobów tytoniowych, firmy udzielające pożyczek gotówkowych na wysoki procent, producenci detergentów i kosmetyków. Nawet poczciwe firmy spedycyjne i producenci samochodów nie są ulubieńcami ekologów – nie dość, że powodują zanieczyszczenia przez spalanie paliw, to jeszcze skutkiem ich działań jest konieczność składowania lub utylizacji wraków. Dojście do sedna wymaga analiz praktycznych. Forum Odpowiedzialnego Biznesu przeprowadziło badania, którymi objęto 150 osób z działów PR, reprezentujących polskie lub działające w Polsce przedsiębiorstwa. 83% z nich określiło CSR jako długofalowe działanie, które powinno być związane ze strategią biznesową firmy, a 60% jako sposób prowadzenia biznesu charakterystyczny dla firm dojrzałych (wolno było wskazać dwie odpowiedzi). Tylko 18% badanych uznało CSR za „Popularne ostatnio narzędzie marketingu i budowania wizerunku oparte o czynnik zaangażowania społecznego”, a 6% jako działania filantropijne nie przekładające się bezpośrednio na pozycję firmy. Można więc uznać, że przeważa u nas pozytywne nastawienie do CSR a podejrzania o instrumentalizm należą do rzadkości. Piszący te słowa wstydzą się ich więc, ale nie wypiera. Tym bardziej, że we wspomnianych badaniach, na pytanie o korzyści ze stosowania SOB, aż 79% badanych wskazało na poprawę wizerunku i reputacji firmy, a tylko 26% na zrównoważony rozwój kraju i otoczenia firmy.

Przedsiębiorcy nie powinni się zgadzać na świat zdominowany przez egoizm. Warto na pewno dołożyć wszelkich starań, żeby odpowiedzialność społeczna stała się trwałym czynnikiem branym pod uwagę przy kształtowaniu strategii firm, wynikającym ze szczerego przekonania a nie z koniunkturalizmu.

Bogdan Rogoda

Dotacje dla instytucji otoczenia biznesu

Rozwój przedsiębiorczości jest zależny nie tylko od bezpośrednich inwestycji w przedsiębiorstwach, promocji przedsiębiorczości wśród osób bezrobotnych, lecz także od wzmocnienia instytucji otoczenia biznesu (IOB), świadczących usługi na rzecz przedsiębiorstw. Głównymi odbiorcami oferty tychże instytucji są małe i średnie przedsiębiorstwa, osoby fizyczne rozpoczynające działalność, samozatrudnieni i osoby bezrobotne. Wsparcie finansowe udzielone IOB będzie miało więc przełożenie na rozwój wspomnianych grup. W obecnym okresie programowania funduszy unijnych będzie można pozyskać dotacje na rozwój instytucji otoczenia biznesowego w ramach regionalnych programów operacyjnych, Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka oraz Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki.

Instytucjami otoczenia biznesu są instytucje non-profit, nie działające dla zysku lub przeznaczające zysk na cele statutowe. Dysponują one kadrami merytorycznymi oraz bazą materialno – techniczną konieczną do świadczenia usług na rzecz sektora MSP. Do IOB należą: **agencje rozwoju regionalnego i lokalnego, ośrodki szkoleniowo – doradcze, fundusze, organizacje reprezentujące przedsiębiorców, instytucje proinnowacyjne działające na rzecz innowacyjności (centra transferu technologii, instytuty i ośrodki badawczo – rozwojowe pełniące rolę centrów, a także ośrodki innowacji i przedsiębiorczości (inkubatory przedsiębiorczości, inkubatory technologiczne, centra/parki naukowo – technologiczne, parki technologiczne)**. Najwięcej instytucji otoczenia biznesowego działa w miastach od 50 tys. do 250 tys. mieszkańców, tj. 36%, w drugiej kolejności w miastach powyżej 250 tys. – 34%, najmniej zaś w miejscowościach poniżej 50 tys. mieszkańców – 30%. Jak wspomniano głównym celem działalności tych instytucji jest pomoc przedsiębiorcom, same niestety napotykać także na wiele trudności i również potrzebują wsparcia. Bariery ograniczające ich aktywność to przede wszystkim niewystarczająca ilość środków finansowych na prowadzenie działalności oraz zatrudnienie lub utrzymanie kompetentnej kadry.

Wsparcie finansowe dla IOB działających na terenie Małopolski, świadczących usługi na rzecz rozwoju przedsiębiorczości, będzie można pozyskać w ramach **Małopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego**, 2. osi priorytetowej *Gospodarka regionalnej szansy*, działania 2.1. Pomoc finansowa ma zachęcić IOB do tworzenia lub rozwoju lokalnych i regionalnych sieci współpracy, umożliwiających wymianę informacji, ustandaryzowanie usług na rzecz przedsiębiorców, a także zapewnienie wspólnej i kompleksowej oferty. W ramach tego priorytetu będzie dążyć się do ściślejszej współpracy sfery naukowo – badawczej z przedsiębiorstwami. W związku z tym dotacje przekazane zostaną na projekty polegające na przeprowadzaniu badań i/lub przygotowaniu do wdrożenia efektów badań w przedsiębiorstwie. Dofinansowanie otrzymają projekty, na podstawie których powstaną lub będą rozwijać się jednostki pośredniczące między przemysłem, uczelniami oraz jednostkami badawczo – rozwojowymi. Przykładem takich ośrodków pośredniczących są branżowe lub specjalistyczne centra transferu technologii. Celem centrów powinna być adaptacja wyników badań naukowych, patentów lub nowych procesów technologicznych do rzeczywistych potrzeb przedsiębiorstw. Innym celem centrów powinno być również rozpoczynanie procesu komercjalizacji badań. Dotacje udzielone zostaną również na projekty służące wzmocnieniu infrastruktury IOB w celu świadczenia nowych, wysoko wyspecjalizowanych usług dla przedsiębiorstw, takich jak start-up, spin off. Realizacja tego działania pozwoli również przedsiębior-

stwom na korzystanie z pozabankowych źródeł finansowania, tzn. pożyczek i poręczeń.

Przykładowymi projektami, na które instytucje otoczenia biznesu działające na rzecz przedsiębiorczości, mogą otrzymać dofinansowanie są:

1. projekty inwestycyjne:
 - związane z zakupem wyposażenia oraz dostosowania pomieszczeń w celu poprawy warunków świadczenia usług dla przedsiębiorców,
 - dotyczące przygotowania i wdrożenia nowych pakietów usług dla przedsiębiorców;
2. projekty o zasięgu lokalnym lub regionalnym służące powstawaniu nowych sieci instytucji otoczenia biznesu o zasięgu lokalnym lub regionalnym,
 - polegające na opracowaniu koncepcji nowych sieci IOB, zasad ich działania, rodzajów świadczonych usług;
 - działaniach informacyjnych służących poprawie funkcjonowania IOB, wspólnych materiałach promocyjnych sieci IOB.
3. projekty inwestycyjne służące rozwojowi systemu innowacji w regionie:
 - tworzenie i rozwój regionalnych ośrodków ukierunkowanych na kooperację pomiędzy istniejącymi i tworzonymi instytucjami działającymi na rzecz odbiorców innowacji w regionie.

IOB będą mogły starać się także o wsparcie funduszy zwrotnych przeznaczonych dla przedsiębiorstw, tzn. o utworzenie nowych lub powiększenie kapitału istniejących funduszy pożyczkowych lub poręczeniowych, innych pozabankowych źródeł finansowania działalności przedsiębiorstw.

Kolejnym źródłem wsparcia dla instytucji świadczących usługi na rzecz rozwoju przedsiębiorczości i innowacji w przedsiębiorstwach jest **Program Operacyjny Kapitał Ludzki**. Program ten przewiduje finansowanie działań systemowych dążących do podniesienia jakości i rozwoju usług szkoleniowych, doradczych i informacyjnych oferowanych przez te instytucje. Dotacje będą mogły otrzymać również instytucje udzielające pożyczek, poręczeń i gwarancji przedsiębiorcom oraz osobom rozpoczynającym działalność gospodarczą, a także instytucje szkoleniowo – doradcze informujące o bazach ofert szkoleniowych. Dzięki pomocy finansowej wzrośnie jakość usług i ich dostosowanie do potrzeb przedsiębiorstw. Podniesienie jakości świadczonych usług przez wspomniane instytucje zostanie osiągnięte poprzez popularyzowanie i rozwój standardów organizacyjnych instytucji oraz standardów świadczonych przez nie usług, a także poprzez podniesienie kwalifikacji pracowników świadczących usługi szkoleniowo – doradcze oraz usługi na rzecz rozwoju przedsiębiorczości i innowacyjności przedsiębiorstw.

Znaczącą rolę instytucje otoczenia biznesowego odegrają w **Programie Operacyjnym Innowacyjna Gospodarka**. W ramach tego programu będą mogły starać się o dofinansowanie na własne cele, działalność oraz pomoc udzielaną w dalszej kolejności przedsiębiorcom. Celem **3. osi priorytetowej Kapitał dla innowacji** jest zwiększenie liczby przedsiębiorstw działających na bazie rozwiązań innowacyjnych. Cel ten zamierza się osiągnąć poprzez wybór instytucji, które będą udzielały nowopowstałym lub potencjalnym przedsiębiorstwom wsparcia w postaci: inkubacji oraz inwestycji w nowo utworzone przedsiębiorstwo w formie objęcia udziałów. Do objęcia udziałów w przedsiębiorstwie dochodzi dopiero po stwierdzeniu, iż przedsiębiorstwo rokuje szanse na dalszą działalność i roz-

wój. Do instytucji wspierających należą przykładowo inkubatory przedsiębiorczości akademickiej, centra transferu technologii, akceleratory technologii czy parki naukowo – technologiczne.

W ramach tego samego priorytetu przewiduje się wsparcie dla przedsiębiorstw oraz sieci inwestorów, w tym aniołów biznesu (prywatni inwestorzy lokujący swe doświadczenie i kapitał w małe i średnie przedsiębiorstwa, głównie w początkowej ich fazie rozwoju, niekiedy w zamian za udział w zyskach). Przedsiębiorstwa mogą otrzymać dofinansowanie w zakresie przygotowania do pozyskania zewnętrznych źródeł finansowania (np. na projekty szkoleniowo – doradcze w zakresie poszukiwania inwestorów). Wsparcie otrzyma również sieć inwestorów prywatnych głównie na projekty promocyjne, informacyjne czy wymiany doświadczeń pomiędzy inwestorami w celu popularyzacji usług sieci wśród przedsiębiorstw. Dofinansowanie zostanie przekazane również na tworzenie platform kojarzących inwestorów z przedsiębiorstwami, które poszukują finansowania oraz na projekty szkoleniowe dla potencjalnych inwestorów, w tym aniołów biznesu w zakresie inwestowania w przedsiębiorstwach. Wzrost świadomości przedsiębiorstw o możliwościach zdobycia finansowania oraz inwestorów oraz możliwości ulokowania kapitału przełoży się na wzrost inwestycji prywatnych.

IOB będą mogły uzyskać dofinansowanie również w ramach **5. osi priorytetowej Dyfuzja innowacji**. Otrzymają je instytucje o znaczeniu ogólnokrajowym wspierające działalność innowacyjną przedsiębiorstw oraz sieci instytucji otoczenia biznesu o znaczeniu ponadregionalnym świadczących usługi o charakterze proinnowacyjnym, dotyczących m. in. transferu technologii, wykorzystania praw ochrony własności przemysłowej. Poza tym wsparcie skierowane zostanie również do jednostek pełniących funkcję sekretariatu sieci oraz rozwój systemu wymiany informacji pomiędzy instytucjami należącymi do sieci. Wsparcie udzielone sieciom IOB będzie równoznaczne z poprawą oferty adresowanej do przedsiębiorstw.

Wsparciem w ramach tej osi zostaną objęte także przedsięwzięcia ośrodków innowacyjnych (w głównej mierze parków technologicznych, inkubatorów technologii, centrów zaawansowanych technologii). Przewiduje się dotacje na doradztwo w zakresie przygotowania strategii rozwoju ośrodka uwzględniających potrzeby przedsiębiorstw, inwestycje w zakresie rozbudowy lub modernizacji infrastruktury technicznej oraz działania promocyjne usług świadczonych przez instytucje proinnowacyjnego otoczenia biznesu w środowiskach: lokalnym, regionalnym i międzynarodowym.

Wspieranie instytucji otoczenia biznesu wpływa na poprawę warunków prowadzenia działalności innowacyjnej przez przedsiębiorstwa. Przyczynia się również do wzrostu powiązań pomiędzy przedsiębiorcami oraz pomiędzy przedsiębiorcami a jednostkami naukowymi. Następuje to poprzez udostępnianie infrastruktury, usług i wiedzy dotyczącej prowadzenia działalności gospodarczej na bazie innowacyjnych rozwiązań.

IOB będą mogły również zdobyć dotacje na projekty informacyjne kierowane do przedsiębiorstw, a dotyczące metod i możliwości ochrony własności intelektualnej, a także ochrony własności przemysłowej oraz korzyści wynikających z objęcia ochroną prawną.

W ramach **6. osi priorytetowej Polska gospodarka na rynku międzynarodowym** wsparciem zostaną objęte instytucje o znaczeniu ponadregionalnym i międzynarodowym wspierające promocję gospodarczą i turystyczną Polski oraz instytucje otoczenia biznesu działające w branży turystycznej. Celem

podejmowanych działań w ramach tego priorytetu jest poprawa wizerunku Polski jako atrakcyjnego partnera gospodarczego, miejsca, w którym można zawierać wartościowe kontakty handlowe, lokować inwestycje czy prowadzić działalność gospodarczą oraz rozwijać usługi turystyczne.

Pomoc otrzymają głównie MSP w zakresie dotyczącym promocji sprzedaży na Jednolitym Rynku Europejskim oraz promocji eksportu w ramach programu „Paszport do eksportu”. Wsparcie to obejmuje doradztwo, dofinansowanie udziału w targach i misjach gospodarczych, a także uzyskanie dokumentacji koniecznej do wprowadzenia towarów i usług na wybrany rynek zagraniczny. Udzielone wsparcie zostanie głównie małym i średnim przedsiębiorcom, którzy nie prowadzili dotąd sprzedaży i eksportu na JRE lub prowadzili ją w małym zakresie. Dzięki otrzymanej pomocy przedsiębiorca będzie mógł rozpocząć eksport oraz sprzedaż na JRE, nawiązać kontakty handlowe oraz wprowadzić innowacyjne produkty polskiej gospodarki, wśród nich te produkty, które powstały dzięki pomocy otrzymanej w ramach innych priorytetów PO IG (komplementarność działań).

W ramach priorytetu przewiduje się dofinansowanie na budowę i rozwój informatycznego systemu obsługi przedsiębiorców, który będzie umożliwiał dostęp do informacji o przedsiębiorcach, produktach, warunkach inwestowania i możliwościach współpracy. System ten będzie stanowił bazę kontaktów i spotkań, punkt konsultacyjny dla przedsiębiorców poszukujących informacji gospodarczej oraz nowych kontaktów handlowych.

Wsparcie otrzyma również sieć inwestorów, która będzie pełnić zadania pomocnicze wobec przedsiębiorstw. Do jej zadań będzie należało m.in. udzielanie informacji o możliwych lokalizacjach inwestycji oraz pośredniczenie w nawiązywaniu kontaktów z administracją lokalną i centralną oraz w negocjowaniu warunków lokalizacji inwestycji. Środki z funduszy unijnych przeznaczone zostaną również na przygotowanie dużych terenów inwestycyjnych w zakresie prac studyjno – koncepcyjnych, umożliwiających realizację inwestycji typu brownfield, greyfield, a także greenfield. Dotacje będzie można pozyskać również na inwestycje w zakresie produktów turystycznych o znaczeniu ponadregionalnym, łącznie z inwestycjami przyczyniającymi się do poprawy jakości usług turystycznych. Wsparciem objęte zostaną również przedsięwzięcia związane z tworzeniem nowych i innowacyjnych typów produktów i usług turystycznych oraz tworzenie systemu informacji turystycznej.

Instytucje otoczenia biznesu w obecnym okresie programowania funduszy mają wiele możliwości pozyskania środków finansowych zaczynając od wsparcia rozpoczynających działalność przedsiębiorstw innowacyjnych, inwestycji własnych (zakup sprzętu), podniesienia kwalifikacji zatrudnianych kadr kończąc na podniesieniu jakości świadczonych usług. Biorąc pod uwagę, że polska gospodarka charakteryzuje się niskim poziomem innowacyjności oraz niską aktywnością małych i średnich przedsiębiorstw w rozpoczynaniu działań innowacyjnych, ważne jest wzmocnienie sektora IOB w celu pomocy przedsiębiorstwom w tym zakresie. Istotne jest także wspieranie innych instytucji działających na rzecz rozwoju przedsiębiorczości w celu zapewnienia kompetentnej pomocy przedsiębiorstwom na każdym etapie działalności. Silne IOB będą miały wpływ na rozwój przedsiębiorczości w Polsce.

Aleksandra Chudy

Przedsiębiorcy mogą przekazywać do wiadomości publicznej i pozyskiwać informacje gospodarcze o wiarygodności płatniczej innych przedsiębiorców i konsumentów, w tym danych o zaległościach płatniczych, za pomocą biur informacji gospodarczej (ustawa z dnia 14. 02. 2003 r. o udostępnianiu informacji gospodarczych, Dz. U. z 2003 r. Nr 50, poz. 424 ze zm.). W przypadku zobowiązań konsumentów, informacje gospodarcze na ten temat mogą przekazywać jedynie niektórzy przedsiębiorcy np.: banki, zakłady ubezpieczeń, leasingodawcy, operatorzy usług telekomunikacyjnych, dostawcy mediów, itp.

Przedsiębiorca może przekazać do BIG informację gospodarczą o zobowiązaniach innego przedsiębiorcy wyłącznie wówczas, gdy spełnione są łącznie następujące warunki:

- zobowiązanie albo zobowiązania powstały wobec przedsiębiorcy przekazującego informację gospodarczą z tytułu umowy związanej z wykonywaniem działalności gospodarczej przez obydwo przedsiębiorców;

- łączna kwota zobowiązań wobec przedsiębiorcy wynosi co najmniej 500 złotych;

- świadczenie albo świadczenia są wymagalne od co najmniej 60 dni;

- upłynął co najmniej miesiąc od wystania przez przedsiębiorcę przekazującego dane będącego wierzycielem, listem poleconym, na adres dłużnika, wezwania do zapłaty, zawierającego ostrzeżenie o zamiarze przekazania danych do biura.

Przedsiębiorca zobowiązany jest do aktualizacji informacji gospodarczych, które przekazał BIG.

Biura informacji gospodarczej mogą być utworzone wyłącznie w formie spółki akcyjnej i prowadzić, w oparciu o regulamin zarządzania danymi zatwierdzany przez ministra właściwego ds. gospodarki, tylko pośrednictwo w udostępnianiu informacji gospodarczej. Dla BIG zastrzeżone są w nazwie ich firm wyrazy „biuro informacji gospodarczej”.

Aktualnie na polskim rynku działają trzy biura informacji gospodarczej¹:

- InfoMonitor Biuro Informacji Gospodarczej S.A.

- Europejski Rejestr Informacji Finansowej Biuro Informacji Gospodarczej S.A.,

- Krajowy Rejestr Długów Biuro Informacji Gospodarczej S.A.

Pośrednictwo w udostępnianiu informacji gospodarczych oferowane przez te firmy pozwala przedsiębiorcy:

- wprowadzić nierzetelnego dłużnika do bazy BIG (prowadzić skuteczną windykację przeterminowanych należności),

- ograniczyć rezerwy na pokrycie przeterminowanych (nieściągalnych) długów,

- zweryfikować wiarygodność płatniczą kontrahenta (czy widnieje w bazie BIG, jaka jest łączna wielkość jego zadłużenia, liczba i nazwy wierzycieli),

- ograniczyć ryzyko utraty płynności finansowej,

- sprawdzić informację na swój temat,

- budować swoją wiarygodność płatniczą poprzez wprowadzenie do bazy BIG pozytywnych informacji na swój temat za pośrednictwem kontrahenta (co ułatwia dostęp do kredytów, nowych klientów i kontrahentów).

Z tego względu BIG są niezwykle wydajnym narzędziem prewencyjnym: dłużnicy wpisani do baz biur tracą wiarygodność handlową, mają utrudniony dostęp do usług finansowych, ubezpieczeniowych, telekomunikacyjnych, usług świadczonych przez instytucje zaopatrzenia w media itp.

Jak podaje Krajowy Rejestr Długów BIG S.A.: według przeprowadzonych badań 58% dłużników po otrzymaniu wezwania do zapłaty, zawierającym ostrzeżenie o możliwości dopisania ich długu do Krajowego Rejestru Długów, spłaca swoje zobowiązania; 27% dłużników spłaca swoje długi po umieszczeniu ich w KR D i wystaniu powiadomienia o dopisaniu ich do Rejestru; tylko 15% dłużników pozostaje w Rejestrze.

¹ Dane teleadresowe BIG znajdują się na stronie www.msp.krakow.pl
→ Baza danych dla MSP.

Wyciąg z „Raportu o kondycji sektora MSP i realizacji priorytetów Programu wspierania rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw w Krakowie na podstawie badań ankietowych”, BBS OBSERWATOR dla Urzędu Miasta Krakowa, Kraków, październik 2007 – dostępnego na www.msp.krakow.pl -> Raporty i analizy.

Ponad połowa badanych przedstawicieli branży MSP (60%) nie potrafiła ocenić, czy Kraków wspiera przedsiębiorczość (odpowiedzi „nie wiem” oraz „ani pozytywnie, ani negatywnie wspiera przedsiębiorczość”), a **tylko 17% badanych pozytywnie** oceniło Kraków w tym aspekcie.

Respondenci oceniający Kraków negatywnie (23% badanych), zdecydowanie najczęściej jako uzasadnienie podawali odpowiedź „**brak jakiegokolwiek wsparcia i pomocy dla MSP**” (47%) oraz „**przeszkody biurokratyczne**” (19%).

Przedsiębiorców spytano, w jaki sposób ich zdaniem władze miasta mogłyby najskuteczniej wpłynąć na rozwój sektora MSP (było to pytanie otwarte).

28% badanych uznało, że najważniejszą kwestią byłoby „ułatwienia formalne i administracyjne, mniejsza biurokracja”, a w dalszej kolejności „doradztwo prawne i ekonomiczne, lepszy dostęp do informacji” (21%).

Nie powinien dziwić fakt, że wśród przedstawicieli badanych instytucji **pozytywnie Kraków – jako miasto wspierające przedsiębiorczość – oceniło ponad 40% badanych**. Żadna instytucja nie oceniła jednoznacznie źle swojej współpracy Urzędem Miasta. Przedstawiciele instytucji potrafili jednak dostrzec **różnicę pomiędzy sytuacją własną, a przedsiębiorców**. M.in. prawie **2/3 badanych stwierdziło, że rozwój przedsiębiorstw z sektora MSP jest blokowany przez bariery biurokratyczne**.

21% badanych przedsiębiorców zadeklarowało znajomość działań prowadzonych przez UMK lub inne instytucje, wspierających rozwój sektora MSP – najczęściej wymieniane przykłady takich działań, to „**działania związane z dotacjami z UE, pomoc finansowa**”, „organizacja szkoleń, spotkań, konferencji” oraz „uproszczenie procedur i pomoc w zakładaniu firmy”.

Przedsiębiorcy pytani o **bariery hamujące rozwój sektora MSP**, wymieniali najczęściej „**bariery biurokratyczne**” (54% wskazań), w drugiej kolejności „bariery ekonomiczne” (33%), a w trzeciej „bariery prawne (np. nieznanostwo przepisów)” (23%). Pomimo negatywnego spojrzenia na biurokrację, należy jednak zwrócić uwagę, że badani przedsiębiorcy dobrze oceniali kompetencje urzędników obsługujących przedsiębiorców (34% ocen pozytywnych), co stanowi niewątpliwą atut UM.

Podobną uwagę można sformułować w przypadku

instytucji. Dostrzegając problemy związane z **nadmierłą biurokacją i brakiem wystarczającego wsparcia dla MSP** przedstawiciele instytucji **wysoko ocenili kompetencje i profesjonalizm urzędników UMK**.

Rażąca jest **różnica w opiniach przedsiębiorców i przedstawicieli instytucji** w ocenie działań miasta polegających na poprawie dostępu do informacji. Spośród znanych przedstawicielom instytucji działań UMK, ułatwiających rozwój sektora MSP, na pierwszym miejscu znalazło się właśnie „ułatwienie dostępu do informacji” (wskazane przez 1/4 badanych). Z punktu widzenia przedsiębiorców natomiast, w kontekście kilku pytań sondujących stopień wykorzystania przez nich dostępnych źródeł **informacji, dostęp do informacji jest jednym z istotniejszych problemów**. To, co może być zauważone i docenione przez instytucje niekoniecznie trafi do przedsiębiorców (może to być kwestia np. kanału informacji, odpowiedniej kampanii informacyjnej itp.).

Respondentów zapytano również o słabe i mocne strony sektora MSP (były to pytania otwarte).

Słabe strony sektora MSP wedle przedsiębiorców i instytucji:

- 23% badanych przedsiębiorców nie potrafiło wymienić słabych stron krakowskiego sektora MSP.
- Jak wynika z badań, **najsłabszą stroną sektora MSP w Krakowie** są „bariery ekonomiczne, brak dotacji, funduszy, braki kapitałowe, trudności kredytowe” (taką odpowiedź podało 20% badanych).
- W dalszej kolejności wymieniano: „bariery biurokratyczne, trudności z przepisami” oraz „konkurencję ze strony dużych firm (np. super- i hipermarketów), brak klientów” (po 7% wskazań).
- Przedstawiciele instytucji wskazali podobną konfigurację słabych stron sektora MSP, z tym, że na trzecim miejscu wymienili oni **trudności małych firm z promocją i reklamą** (odpowiedziało tak 10% badanych).

Mocne strony sektora MSP wedle przedsiębiorców i instytucji:

- 31% badanych przedsiębiorców nie potrafiło wskazać mocnych stron krakowskiego sektora MSP.
- 14% respondentów wymieniło „**elastyczność, dostosowanie do potrzeb rynku**”, a dalej: „mobilność, dynamikę” (8%), „Fachowość, kompetencję, dostęp do wykształconej kadry” (5%).
- **Elastyczność jest zaletą sektora MSP również z punktu widzenia instytucji**. Odpowiedź taką podało ponad 20% badanych. Ważne jest również **zaangażowanie i determinacja przedsiębiorców MSP**, docenione przez niemal 10% przedstawicieli instytucji.

Badanych przedsiębiorców oraz przedstawicieli instytucji poproszono o ocenę przykładowych działań, które mogłyby wspierać sektor MSP w Krakowie.

Za najpotrzebniejsze działania przedsiębiorcy uznali „**stworzenie miejsca kompleksowej obsługi i informacji dla firm**”, „**lepszą informację o programach krajowych dla MSP**”, „**dostęp do tańszych źródeł finansowania**” oraz „**lepszą informację o funduszach UE**”. Zważywszy na to, że **jedynie 13% badanych firm korzysta z pomocy publicznej**, wydaje się, że w dziedzinie informowania na temat możliwych form pomocy, pozostaje jeszcze dużo do zrobienia (przedsiębiorcy pytani, czemu nie korzystają z pomocy publicznej najczęściej uzasadniali to „**słabą informacją na temat takiej pomocy**” oraz „**brakiem wiedzy w tej kwestii**”).

Przedstawiciele badanych instytucji za **najpotrzebniejsze działanie uznali „dostęp do tańszych źródeł finansowania” (91%)**.

Poniżej zamieszczono ranking najbardziej potrzebnych z punktu widzenia przedsiębiorców działań, które mogą wspierać sektor MSP:

Działanie	Odsetek badanych, którzy uznali działanie za potrzebne
Stworzenie miejsca kompleksowej obsługi i informacji dla firm	86%
Lepsza informacja o programach krajowych dla MSP	85%
Dostęp do tańszych źródeł finansowania	84%
Lepsza informacja o funduszach z UE	84%
Stworzenie funduszy dla firm rozpoczynających działalność	81%
Ulgi w podatkach od nieruchomości uwzględniające sezonowość działalności	79%
Uproszczenie procesu zakładania firm	76%
Dofinansowanie / dotowanie niektórych wydatków	74%
Lepsza obsługa firm przez urzędy miejskie	70%
Lepsza promocja miasta i regionu	64%
Możliwość nawiązania kontaktów z firmami zagranicznymi	58%
Pomoc w zarządzaniu firmą w pierwszym okresie funkcjonowania	55%

Poniżej przedstawiono ranking najbardziej potrzebnych działań wedle przedstawicieli instytucji:

Działanie	Odsetek badanych, którzy uznali działanie za potrzebne
Dostęp do tańszych źródeł finansowania	91%
Lepsza informacja o funduszach z UE	84%
Lepsza informacja o programach krajowych dla MSP	83%
Stworzenie miejsca kompleksowej obsługi i informacji dla firm	77%
Stworzenie funduszy dla firm rozpoczynających działalność	77%
Uproszczenie procesu zakładania firm	77%
Ulgi w podatkach od nieruchomości uwzględniające sezonowość działalności	76%
Lepsza obsługa firm przez urzędy miejskie	75%
Dofinansowanie / dotowanie niektórych wydatków	73%
Pomoc w zarządzaniu firmą w pierwszym okresie funkcjonowania	68%
Lepsza promocja miasta i regionu	65%
Możliwość nawiązania kontaktów z firmami zagranicznymi	65%

Jak wynika z przeprowadzonych badań, krakowscy przedsiębiorcy są optymistycznie nastawieni do przyszłości – **50% spośród nich uważa, że koniunktura w 2008 roku, w porównaniu do poprzednich trzech lat, polepszy się**. Jedynie 18% badanych było przeciwnego zdania. Potwierdzeniem optymizmu przedsiębiorców były ich opinie na temat planów, co do rozwoju firmy – aż 68% badanych zamierza „inwestować w dotychczasową branżę, rozwój”.

Jeszcze bardziej optymistycznie patrzą w przyszłość przedstawiciele instytucji – prawie 2/3 z nich spodziewa się poprawy koniunktury w przyszłym roku.

Podsumowując, można stwierdzić, że pomimo przeszkód, na które zwracali uwagę przedsiębiorcy – takich jak brak wyraźnej pomocy ze strony władz miasta, niedostateczna wiedza na temat możliwych form pomocy publicznej, konkurencja dużych firm (często wymieniane w tym kontekście super- i hipermarkety), czy też przeszkody biurokratyczne (ta kwestia powtarzana była przy różnych pytaniach), przedsiębiorcy optymistycznie spoglądają w przyszłość – liczą na jeszcze lepszą koniunkturę oraz planują rozwój firmy (jedynie 5% spośród nich wspomniało o możliwej likwidacji firmy lub zmianie branży).

Zakład Ubezpieczeń Społecznych, mając na uwadze konieczność ciągłego doskonalenia obsługi klientów przykładą dużą wagę do rozwoju zakresu i sposobów komunikacji elektronicznej ze swoimi klientami – tłumaczy Grażyna Lisowska, dyrektor Departamentu Obsługi Klientów w centrali Zakładu Ubezpieczeń Społecznych.

Proszę przybliżyć czytelnikom, jakie usługi Zakład świadczy swoim klientom przez Internet.

Usługi internetowe realizowane są w trzech obszarach. Pierwszym z nich jest przekazywanie dokumentów ubezpieczeniowych w formie elektronicznej przy użyciu programu Płatnik i programów interfejsowych oraz pobieranie wyciągów z Centralnego Rejestru Ubezpieczonych. Ponadto do ZUS można składać wybrane wnioski z wykorzystaniem Elektronicznego Urzędu Podawczego. Równie istotne są również usługi informacyjne, dostępne na stronach internetowych Zakładu.

Do czego służy program „Płatnik” i jak go zdobyć?

Program „Płatnik” umożliwia sporządzenie oraz przekazywanie dokumentów ubezpieczeniowych w formie elektronicznej oraz odbieranie potwierdzeń w formie elektronicznej.

Użytkownicy programu „Płatnik” mogą poprzez Internet wysyłać zamówienia na uzyskanie wyciągu z Centralnego Rejestru Ubezpieczonych (CRU) oraz pobierać w formie elektronicznej zamówione dane o zgłoszonych przez siebie osobach ubezpieczonych. Dane te pozwalają na weryfikację zgodności zapisów po stronie płatnika z zapisami utworzonymi w rejestrach ZUS na podstawie przekazywanych dokumentów.

Program „Płatnik” można pobrać ze strony: http://e-inspektorat.zus.pl/program_platnik.asp

lub otrzymać bezpłatnie na płycie CD w każdej placówce ZUS.

Program „Płatnik” przygotowany został dla systemu Windows. A co z tymi osobami, które chciałyby korzystać z innego programu działającego np. w środowisku Linuxa?

Od 21 lipca br. Zakład jest przygotowany na przyjmowanie przesyłek z dokumentami ubezpieczeniowymi w formie elektronicznej, również z innych oprogramowań interfejsowych niż program „Płatnik”. Oprogramowanie to musi spełniać standardy opublikowane przez Zakład na stronie internetowej oraz przejść badanie poprawności funkcjonowania, zgodnie z zapisami ustawy o informatyzacji działalności podmiotów realizujących zadania publiczne.

ZUS udostępnił również Elektroniczny Urząd Podawczy. Co to takiego?

Od połowy maja b.r. pod adresem <http://eup.zus.pl/> udostępniona została usługa Elektronicznego Urzędu Podawczego (EUP), dzięki której nie tylko przedsiębiorcy, ale również osoby ubezpieczone mogą składać wnioski do ZUS. Dokumenty przesyłane elektronicznie i podpisane bezpiecznym podpisem elektronicznym są traktowane tak samo jak ich papierowe odpowiedniki, dostarczone do Zakładu w tradycyjny sposób. Nowością jest to, że klient może wybrać formę uzyskania odpowiedzi na złożony przez siebie wniosek – elektronicznie lub na papierze, a także śledzić stan jego obsługi w ZUS.

Jakie wnioski można złożyć do ZUS za pośrednictwem Elektronicznego Urzędu Podawczego?

W pierwszej kolejności w Internecie udostępnione zostały trzy wnioski przeznaczone dla płatni-

ków składek, tj.: wniosek płatnika składek o wydanie zaświadczenia o niezaleganiu w opłaceniu składek – ZUS EWN, wniosek płatnika składek o zwrot nadpłaconych składek – ZUS EZS, wniosek o ustalenie przekroczenia rocznej granicy podstawy wymiaru składek (tzw. 30-krotność przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia) – ZUS EPW, oraz dwa wnioski przeznaczone dla osób ubezpieczonych: zgłoszenie reklamacji do informacji o stanie konta osoby ubezpieczonej – ZUS ERU i wniosek ubezpieczonego o wydanie zaświadczenia o zgłoszeniu do ubezpieczenia zdrowotnego – ZUS EWZ.

W przygotowaniu są kolejne wnioski, które zostaną udostępnione poprzez Elektroniczny Urząd Podawczy.

A co trzeba mieć, oprócz oczywiście Internetu, aby korzystać z Elektronicznego Urzędu Podawczego?

Aby przesłać dokumenty za pośrednictwem Elektronicznego Urzędu Podawczego, należy posiadać bezpieczny podpis elektroniczny weryfikowany przy pomocy kwalifikowanego certyfikatu, uzyskany w jednym z trzech polskich centrów certyfikacji.

Szczegółowe informacje na temat wymagań technicznych zostały zawarte w podręczniku „Elektroniczny Urząd Podawczy. Dokumentacja klienta”, dostępnym na stronie internetowej <http://eup.zus.pl/>. Dodatkowe informacje znaleźć można także w ulotce „Nowa usługa internetowa Elektroniczny Urząd Podawczy” dostępnej w każdej terenowej jednostce Zakładu.

Co jeszcze klient uzyska droga elektroniczną?

Pozostałe usługi informacyjne, dostępne są w pełnym zakresie na stronach internetowych Zakładu. Po zarejestrowaniu się w serwisie *e-inspektorat.zus.pl* klient zapewnia sobie dostęp do Elektro-

nicznej Sali Obsługi Klientów, w której prezentowane są informacje dedykowane określonej grupie klientów (płatników składek, ubezpieczonych lub związane z tematyką unijną). Po zarejestrowaniu się klient uzyskuje również dostęp do autoryzowanych usług oferowanych przez ten serwis.

Jakie usługi oferowane są przez serwis e-inspektorat.zus.pl?

Jest to przede wszystkim możliwość przesyłania zapytań dotyczących użytkowania programu „Płatnik” oraz przekazu elektronicznego. Usługa ta umożliwia przesłanie zapytania w formie elektronicznej do oddziału ZUS oraz odczytanie odpowiedzi. Użytkownik serwisu jest informowany e-mailem o udzielonej odpowiedzi. Zakład wspiera także płatników przy realizacji usług dotyczących przekazu dokumentów drogą elektroniczną poprzez możliwość wysłania zapytania na adres e-mail: serwis@zus.gov.pl. Tą drogą można także zamówić Newsletter – Elektroniczny Biuletyn Informacyjny ZUS. Jest on rozsyłany co najmniej dwa razy w miesiącu i zawiera m.in. informacje o obowiązujących przepisach dotyczących ubezpieczeń społecznych, aktualne wysokości składek i świadczeń, wykaz szkoleń i przetargów organizowanych przez ZUS itp.

Za pośrednictwem e-inspektoratu klient ma także możliwość przesłania uwag dotyczących serwisu internetowego ZUS, bezpośredniej obsługi klientów w jednostkach ZUS oraz funkcjonowania infolinii ZUS.

Ponadto klienci ZUS mogą skorzystać z udostępnionych na stronie <http://e-inspektorat.zus.pl/> wniosków, które można pobrać, wypełnić za pomocą programu Adobe Acrobat Reader i wydrukować, a następnie przekazać do Zakładu jako dokumenty papierowe.

**Rozmawiała
Aleksandra Bełkowska**

1. STANY OSÓB BEZROBOTNYCH

Liczba osób bezrobotnych zarejestrowanych w Grodzkim Urzędzie Pracy w Krakowie uległa dużemu spadkowi: **wg stanu na dzień 31.10.2007 r. zarejestrowanych było 15104 osoby bezrobotne** (9102 kobiety, 6002 mężczyzn), **w tym do 25 roku życia: 1594 osoby**, porównując to do stanu na dzień 31.12.2006 r. jest to spadek o 5204 osoby (2504 kobiety, 2700 mężczyzn), natomiast jeżeli porównamy go do stanu na dzień 31.12.2005 r. jest to spadek o 10220 osób (4871 kobiet, 5349 mężczyzn).

Analizując stan na dzień 31.10.2006 r. ze stanem z dnia 31.12.2005 roku, gdzie zarejestrowanych było 20896 osób bezrobotnych (11969 kobiet, 8927 mężczyzn), był to spadek o 4428 osób (2004 kobiety, 2424 mężczyzn).

Grodzki Urząd Pracy w Krakowie w miesiącu **listopadzie 2007** roku odnotował spadek osób bezrobotnych zarejestrowanych w tut. Urzędzie o **383** osoby tj.: z liczby **15104** w miesiącu październiku br. do liczby **14721** osób bezrobotnych.

2. NAPŁYW OSÓB BEZROBOTNYCH

W Grodzkim Urzędzie Pracy w Krakowie w okresie: **od grudnia 2006 r. do października 2007 r. zarejestrowało się 19394 osoby bezrobotne (10400 kobiet, 8994 mężczyzn)**. Porównując to do okresu: od grudnia 2005 r. do października 2006 r., gdzie w tut. Urzędzie zarejestrowało się 22423 osoby bezrobotne (11448 kobiet, 10975 mężczyzn) jest to spadek o 3029 osób (1048 kobiet, 1981 mężczyzn).

Napływ osób bezrobotnych do tut. Urzędu w okresie: od stycznia 2005 roku do października 2007 roku:

– I-XII 2005 rok – 27365 osób bezrobotnych (13722 kobiety, 13643 mężczyzn),

– I-XII 2006 rok – 24478 osób bezrobotnych (12597 kobiet, 11881 mężczyzn),

– I-X 2007 rok – 17626 osób bezrobotnych (9532 kobiety, 8094 mężczyzn).

3. OSOBY BEZROBOTNE WYŁĄCZONE Z GUP W KRAKOWIE Z TYTUŁU PODJĘCIA PRACY

Z Grodzkiego Urzędu Pracy w Krakowie w okresie: **od grudnia 2006 r. do października 2007 r. zostało wyłączonych z tyt. podjęcia pracy 9806 osób bezrobotnych (5452 kobiety, 4354 mężczyzn)**. Porównując to do okresu: od grudnia 2005 r. do października 2006 r. z tut. Urzędu zostało wyłączonych z tyt. podjęcia pracy 11595 osób bezrobotnych (6133 kobiety, 5462 mężczyzn) jest to spadek o 1789 osób (681 kobiet, 1108 mężczyzn).

Osoby bezrobotne wyłączone z GUP w Krakowie z tyt. podjęcia pracy w okresie: od stycznia 2005 roku do października 2007 roku:

– I-XII 2005 rok – 12698 osób bezrobotnych (6672 kobiety, 6026 mężczyzn),

– I-XII 2006 rok – 12559 osób bezrobotnych (6702 kobiety, 5857 mężczyzn),

– I-X 2007 rok – 8978 osób bezrobotnych (4981 kobiet, 3997 mężczyzn).

4. OFERTY PRACY ZAPREZENTOWANE NA TARGACH PRACY

Grodzki Urząd Pracy w Krakowie w okresie: od grudnia 2006 r. do listopada 2007 r. wziął udział w 4 Targach Pracy w których łącznie zaprezentował 7159 wolnych miejsc pracy w różnych zawodach.

5. OFERTY PRACY

Do Grodzkiego Urzędu Pracy w Krakowie w okresie: **od grudnia 2006 r. do października 2007 r. zostało zgłoszonych 22742 wolne miejsca pracy**. Porównując to do okresu: od

grudnia 2005 r. do października 2006 r., gdzie do tut. Urzędu zostało zgłoszonych **21807** wolnych miejsc pracy jest to wzrost o **935** wolnych miejsc pracy.

Oferty pracy zgłoszone do tut. Urzędu w okresie: od stycznia 2005 roku do października 2007 roku:

- I-XII 2005 rok – 18006 wolnych miejsc pracy,
- I-XII 2006 rok – 24539 wolnych miejsc pracy,
- I-X 2007 rok – 21477 wolnych miejsc pracy.

6. FORMY AKTYWNE

Osoby bezrobotne, które skorzystały z form aktywnych Grodzkiego Urzędu Pracy w Krakowie w okresie: od grudnia 2006 roku do października 2007 roku w porównaniu do analogicznego okresu: od grudnia 2005 roku do października 2006 roku:

– **Prace interwencyjne – 90 osób bezrobotnych** (51 kobiet, 39 mężczyzn), **w tym do 25 roku życia: 13 osób**. Jest to spadek o 72 osoby bezrobotne (26 kobiet, 46 mężczyzn).

– **Roboty publiczne – 106 osób bezrobotnych** (64 kobiety, 42 mężczyzn), **w tym do 25 roku życia: 10 osób**. Jest to wzrost o 51 osób bezrobotnych (22 kobiety, 29 mężczyzn).

– **Otrzymanie jednorazowych środków na podjęcie działalności gospodarczej – 175 osób bezrobotnych** (80 kobiet, 95 mężczyzn), **w tym do 25 roku życia: 11 osób**. Jest to wzrost o 15 osób bezrobotnych (3 kobiety, 12 mężczyzn).

– **Staż – 1136 osób bezrobotnych** (901 kobiet, 235 mężczyzn), **w tym do 25 roku życia: 861 osób**. Jest to wzrost o 54 osoby bezrobotne (wzrost o 115 kobiet, spadek o 61 mężczyzn).

– **Przygotowanie zawodowe – 180 osób bezrobotnych** (149 kobiet, 31 mężczyzn),

w tym do 25 roku życia: 12 osób. Jest to wzrost o 39 osób bezrobotnych (wzrost o 42 kobiety, spadek o 3 mężczyzn).

– **Prace społecznie użyteczne – 420 osób bezrobotnych** (244 kobiety, 176 mężczyzn), **w tym do 25 roku życia: 20 osób**. Jest to wzrost o 216 osób bezrobotnych (136 kobiet, 80 mężczyzn).

– **Szkolenia – 1271 osób bezrobotnych** (598 kobiet, 673 mężczyzn), **w tym do 25 roku życia: 223 osoby**. Jest to wzrost o 222 osoby bezrobotne (148 kobiet, 74 mężczyzn).

7. REALIZACJA PROGRAMÓW PRZEZ GRODZKI URZĄD PRACY W KRAKOWIE ZA OKRES: OD STYCZNIA DO PAŹDZIERNIKA 2007 ROKU

W ramach Działania 1.2 SPO RZL „Szybki start – pewny start” wzięło udział:

– staże – 285 osób bezrobotnych (224 kobiety, 61 mężczyzn),

– szkolenia – 150 osób bezrobotnych (100 kobiet, 50 mężczyzn),

– jednorazowe środki na podjęcie działalności gospodarczej – 13 osób bezrobotnych (5 kobiet, 8 mężczyzn).

W ramach Działania 1.3 SPO RZL „Aktywny powrót” wzięło udział:

– przygotowanie zawodowe – 18 osób bezrobotnych (17 kobiet, 1 mężczyzna),

– szkolenia – 353 osoby bezrobotne (172 kobiety, 181 mężczyzn),

– jednorazowe środki na podjęcie działalności gospodarczej – 73 osoby bezrobotne (31 kobiety, 42 mężczyzn).

Paulina Nowak

Komunikat o sytuacji społeczno-gospodarczej województwa małopolskiego we wrześniu 2007 roku

W okresie trzech kwartałów 2007 r. w porównaniu z analogicznym okresem ub. roku w województwie małopolskim odnotowano następujące zmiany i tendencje dotyczące sytuacji społeczno-gospodarczej:

W ciągu trzech kwartałów br. **przeciętne zatrudnienie w sektorze przedsiębiorstw** wyniosło **391,0 tys. osób**. W sektorze publicznym zatrudnionych było 49,1 tys., a w sektorze prywatnym – 341,9 tys. W porównaniu z okresem I-IX ub. roku liczba zatrudnionych zwiększyła się o 6,9% (w kraju o 4,6%), przy czym w sektorze publicznym odnotowano nieznaczny spadek o 0,2%, a w sektorze prywatnym wzrost o 8,0%. We wrześniu br. przeciętne zatrudnienie w sektorze przedsiębiorstw wyniosło 394,7 tys. osób i było większe o 5,8% w skali roku, ale zmniejszyło się o 0,4% w stosunku do sierpnia br. (w Polsce odnotowano wzrost odpowiednio o: 4,7% i o 0,2%).

W okresie I-IX br. w urzędach pracy województwa małopolskiego zarejestrowano 110,8 tys. osób, czyli o 8,1% mniej niż w analogicznym okresie 2006 r. W tym samym czasie z ewidencji urzędów pracy wyrejestrowało się 142,2 tys. bezrobotnych, a więc o 5,3% mniej niż rok wcześniej. Według stanu w końcu września br. **liczba bezrobotnych zarejestrowanych** w powiatowych urzędach pracy wyniosła **113,9 tys. osób** i była niższa tak w skali roku, jak i miesiąca, odpowiednio o: 23,3% i 1,9%. **Stopa bezrobocia rejestrowanego** ukształtowała się we wrześniu br. na poziomie **9,0%** (rok wcześniej wynosiła 11,6%, a w sierpniu br. 9,1%). Wśród województw Małopolska uplasowała się na drugim miejscu, za Wielkopolską (8,3%). W kraju stopa bezrobocia wyniosła 11,6%.

W okresie styczeń-wrzesień br. **przeciętne miesięczne wynagrodzenie brutto w sektorze przedsiębiorstw** wzrosło w ujęciu rocznym o 10,0% do wysokości **2562,16 zł** (w kraju wzrost rzędu 8,9%). W sektorze publicznym średnia płaca zwiększyła się o 10,4% do poziomu 3134,94 zł, natomiast w sektorze prywatnym wzrost wyniósł 10,2% do kwoty 2479,98 zł. We wrześniu br. średnia płaca brutto w sektorze przedsiębiorstw w województwie małopolskim osiągnęła poziom 2606,05 zł, co stanowiło 91,2% średniej krajowej. W ujęciu rocznym wynagrodzenia zwiększyły się o 10,1%, a w stosunku do sierpnia br. o 0,4%. *Przeciętne wynagrodzenie w kraju wyniosło 2858,83 zł, czyli było wyższe o 9,5% niż rok wcześniej, ale o 0,9% niższe niż przed miesiącem.*

Według wstępnych danych w okresie I-IX br. w województwie małopolskim **oddano do użytkowania 8113 nowych mieszkań**, tj. 9,3% wszystkich mieszkań wybudowanych w Polsce. Efekty budownictwa mieszkaniowego były niższe o 12,1% niż w analogicznym okresie ub. roku (w kraju zanotowano wzrost o 13,9%). W strukturze nowo oddanych mieszkań dominowały realizacje prowadzone przez inwestorów indywidualnych, które stanowiły 58,7% ogółu (4764 mieszkania) oraz inwestycje na sprzedaż lub wynajem – 39,9% (3240). Ponadto przekazano 61 mieszkań spółdzielczych, 24 społeczne czynszowe, 18 komunalnych i 6 zakładowych. We wrześniu br. (według wstępnych danych) przekazano do użytkowania 1373 mieszkania o łącznej powierzchni użytkowej 128,8 tys. m². Przeciętna powierzchnia użytkowa 1 mieszkania wy-

nosiła 93,8 m². W porównaniu z analogicznym okresem ub. roku liczba nowo wybudowanych mieszkań wzrosła ponad dwukrotnie (w Polsce wystąpił wzrost o 63,8%).

W okresie trzech kwartałów br. **produkcja sprzedana przemysłu** w województwie małopolskim wyniosła **39597,3 mln zł** i wzrosła w stosunku do analogicznego okresu ub. roku o 11,2% (w kraju wzrost wyniósł 9,8%). **Wydajność pracy** w przemyśle mierzona wielkością przychodów ze sprzedaży wyrobów i usług przypadających na 1 zatrudnionego, w okresie I-IX br. wyniosła 221,6 tys. zł i była wyższa o 7,7% niż przed rokiem.

Produkcja budowlano-montażowa w ciągu 9 miesięcy br. wyniosła ogółem **2938,0 mln zł**, tj. wzrosła w ujęciu rocznym o 21,5%, stanowiąc równocześnie 54,8% przychodów ze sprzedaży w sekcji budownictwo wobec 59,1% w roku ubiegłym. We wszystkich grupach przedsiębiorstw zwiększyła się produkcja budowlano-montażowa, przy czym roczna dynamika wzrostu w poszczególnych rodzajach przedsiębiorstw była bardzo zbliżona. We wrześniu br. przedsiębiorstwa budowlano-montażowe osiągnęły przychód ze sprzedaży wyrobów i usług w wysokości 397,8 mln zł, tj. o 4,9% mniej niż w analogicznym okresie ub. roku i o 0,1% więcej niż w sierpniu br. Udział robót o charakterze inwestycyjnym w produkcji budowlano-montażowej wynosił 54,0%.

Od początku br. przedsiębiorstwa handlowe i niehandlowe odnotowały wzrost **sprzedaży hurtowej** w ujęciu rocznym o 14,9% do kwoty **38182,5 mln zł**. W sektorze prywatnym wartość sprzedaży wzrosła o 15,0%, a w publicznym o 1,0%. **Sprzedaż detaliczna** prowadzona przez przedsiębiorstwa handlowe i niehandlowe w okresie styczeń-wrzesień br. wzrosła w skali roku o 16,1% osiągając wartość **24813,9 mln zł**, przy czym największy wzrost wystąpił w sprzedaży: mebli, RTV, AGD – o 55,3%, pojazdów samochodowych, motocykli, części – o 51,2% oraz włókna, odzieży, obuwia – o 41,6%.

Według danych wstępnych w sierpniu br. z bazy noclegowej **skorzystało** w województwie małopolskim **297,8 tys. osób**, tj. o 3,8% mniej niż przed rokiem. Turyści zagraniczni, których było 120,2 tys., stanowili 40,4% ogółu korzystających z noclegów (w ub. roku 42,0%).

W omawianym miesiącu **udzielono 965,2 tys. noclegów**, co oznacza spadek w ujęciu rocznym o 3,6%, w tym turystom z zagranicy – 269,5 tys. noclegów, tj. o 8,1% mniej. Największą liczbę gości przyjęły hotele – 155,2 tys. osób (w tym 93,0 tys. to goście z zagranicy), którym udzielono 326,2 tys. noclegów (w tym 202,7 tys. turystom zagranicznym). **Wykorzystanie miejsc noclegowych** w obiektach zbiorowego zakwaterowania w województwie małopolskim kształtowało się na poziomie 50,9% (przed rokiem 52,6%).

Źródło:

Urząd Statystyczny
ul. Kazimierza Wyki 3
31-223 Kraków
tel.: (0 12) 415 38 84
www.stat.gov.pl

Wybrane wskaźniki ogólnopolskie

OKRESY A – analogiczny okres roku poprzedniego = 100 B – okres poprzedni = 100 C – grudzień roku poprzedniego = 100		PKB brutto ogółem A	% bezrobocia rejestrowanego	Przeciętne miesięczne wynagrodzenia				Wskaźniki cen					
				w gospodarce narodowej		w sektorze przedsiębiorstw		towarów i usług konsumpcyjnych			produkcji budowlano-montażowej		
				w zł	B	w zł	B	A	B	C	A	B	C
2007	I-III	107,2*	14,3*	2709,14	101,8	2737,78	97,0	102,0	100,7	100,7	105,6	101,8	.
	IV-VI	106,4*	12,3*	2644,34	97,6	2812,61	102,7	102,4	101,2	102,0	108,0	103,1	.
	VII-IX	.	11,6	2703,41	102,2	2891,06	102,8	102,0	99,9	101,9	108,9	102,1	.
2006	VII-IX	106,6*	15,2	2464,66	101,5	2627,53	101,8	101,4	100,2	101,2	102,9	101,3	.
	X-XII	106,6	14,8*	2662,51	108,0	2822,51	107,4	101,3	100,3	101,5	104,1	101,6	.
2006	I	.	18,0	.	.	2471,09	88,6	100,6	100,2	100,2	102,3	100,1	100,1
	II	.	18,0	.	.	2526,22	102,2	100,7	100,0	100,2	102,2	100,1	100,2
	III	105,4*	17,8	2530,18	100,1	2613,67	103,5	100,4	99,9	100,1	102,2	100,2	100,4
	IV	.	17,2	.	.	2570,05	98,3	100,7	100,7	100,8	102,2	100,3	100,7
	V	.	16,5	.	.	2549,70	99,2	100,7	100,5	101,3	102,3	100,3	101,0
	VI	106,3*	15,9	2427,27	95,9	2624,93	103,0	100,8	99,7	101,0	102,5	100,4	101,4
	VII	.	15,7	.	.	2647,80	100,9	101,1	100,0	101,0	102,7	100,4	101,8
	VIII	.	15,5	.	.	2611,93	98,6	101,6	100,3	101,3	102,9	100,5	102,3
	IX	106,6*	15,2	2464,66	101,5	2611,16	100,0	101,6	100,2	101,5	103,4	100,7	103,0
	X	.	14,9	.	.	2657,99	101,8	101,2	100,1	101,6	103,9	100,6	103,6
	XI	.	14,8	.	.	2759,65	103,8	101,4	100,0	101,6	104,1	100,3	103,9
	XII	106,6	14,8*	2662,51	108,0	3027,51	109,7	101,4	99,8	101,4	104,3	100,4	104,3
2007	I	.	15,1	.	.	2663,55	88,0	101,6	100,4	100,4	104,8	100,5	100,5
	II	.	14,8*	.	.	2687,48	100,9	101,9	100,3	100,7	105,6	100,8	101,3
	III	107,2*	14,3*	2709,14	101,8	2852,71	106,1	102,5	100,5	101,1	106,5	101,0	102,3
	IV	.	13,6*	.	.	2786,29	97,7	102,3	100,5	101,6	107,3	101,1	103,4
	V	.	12,9*	.	.	2776,92	99,7	102,3	100,5	102,2	108,1	101,1	104,5
	VI	106,4*	12,3*	2644,34	97,6	2869,69	103,3	102,6	100,0	102,2	108,7	100,9	105,4
	VII	.	12,1*	.	.	2893,71	100,8	102,3	99,7	101,9	108,9	100,6	106,0
	VIII	.	11,9*	2703,41	102,2	2885,97	99,7	101,5	99,6	101,6	109,0*	100,6*	106,6*
	IX	.	11,6	.	.	2858,83	99,1	102,3	100,8	102,3	108,8	100,5	107,1

* – dane po korekcie

Źródło:

Urząd Statystyczny
ul. Kazimierza Wyki 3
31-223 Kraków
tel.: (0 12) 415 38 84
www.stat.gov.pl

Urząd Miasta Krakowa

zaprasza przedsiębiorców oraz osoby rozpoczynające działalność gospodarczą
do korzystania z usług


PUNKTÓW INFORMACJI GOSPODARCZEJ

 **PUNKT OBSŁUGI PRZEDSIĘBIORCY URZĘDU MIASTA KRAKOWA**
ul. Wielicka 28 a (III piętro), tel.: 0 12 61 65 607, www.bip.krakow.pl/pop

W jednym miejscu:

- wszelkie czynności ewidencyjne,
- nadawanie, zmiany i likwidacje numeru REGON przedsiębiorcom, udzielanie informacji na temat uzyskiwania i aktualizacji wpisu do krajowego rejestru podmiotów gospodarki narodowej REGON – stanowisko **Urzędu Statystycznego**,
- przyjmowanie wniosków, informacja i doradztwo w zakresie ubezpieczeń społecznych dla osób otwierających pozarolniczą działalność gospodarczą – stanowisko **Zakładu Ubezpieczeń Społecznych**,
- informacja o obowiązkach przedsiębiorcy wobec **Państwowej Inspekcji Pracy**, oraz przyjmowanie zgłoszeń przez przedsiębiorcę pracownika do PIP,
- udzielanie pożyczek i poręczeń przedsiębiorcom – stanowisko **Małopolskiej Agencji Rozwoju Regionalnego**,
- informacja o funduszach europejskich dla przedsiębiorców – stanowisko **Urzędu Miasta Krakowa** oraz **Małopolskiego Regionalnego Centrum Informacji Europejskiej**,
- informacja o rejestracji działalności gospodarczej, zmian w istniejących już wpisach, wykreśleń z ewidencji, pomocy w wypełnianiu odpowiednich formularzy,
- informacja o procedurach obowiązujących w UMK w sprawach leżących w sferze zainteresowań przedsiębiorcy w związku z działalnością gospodarczą,
- informacja o instrumentach wsparcia finansowego oferowanego przez instytucje i organizacje dla krakowskich przedsiębiorców,
- informacja o obowiązkach przedsiębiorcy wobec Urzędu Skarbowego, przyjmowanie zgłoszeń identyfikacyjnych lub aktualizacyjnych,
- doradztwo w zakresie klasyfikacji działalności gospodarczej według PKD.

Czynne: poniedziałek–piątek w godz. 08.00–18.00

 **PUNKT INFORMACJI URZĘDU MIASTA DLA PRZEDSIĘBIORCÓW**
Urząd Miasta Krakowa, Pl. Wszystkich Świętych 3/4, tel.: 0 12 61 61 560, e-mail: msp@um.krakow.pl

W Punkcie Informacji Gospodarczej zainteresowane osoby mogą uzyskać informacje:

- pomocne przy rozpoczynaniu i prowadzeniu działalności gospodarczej,
- na temat możliwości i zasad świadczenia złożonych, specjalistycznych usług w Urzędzie Miasta Krakowa i sieci miejskich ośrodków i jednostek oraz działających na terenie miasta instytucji, których kompetencje wiążą się z prowadzeniem działalności gospodarczej.

Czynne: poniedziałek w godz. 09.00–16.00, wtorek–piątek w godz. 08.00–15.00

 **NOWOHUCKIE CENTRUM INFORMACJI**
os. Centrum B 9, tel.: 0 12 685 59 00, e-mail: forum_nh@interia.pl

Nowohuckie Centrum Informacji, Stowarzyszenie na rzecz Rozwoju Nowej Huty specjalizuje się w informacji społeczno-ekologiczno-turystycznej, świadczy usługi w zakresie udzielania informacji o możliwości rozpoczęcia działalności gospodarczej.

Czynne: poniedziałek–piątek w godz. 08.00–16.00.

Partnerzy: Urząd Miasta Krakowa – Wydział Strategii i Rozwoju Miasta, Stowarzyszenie na rzecz Rozwoju Nowej Huty

Zapraszamy Państwa do naszych placówek oraz do odwiedzenia stron internetowych:

www.msp.krakow.pl, www.ue.krakow.pl

Urząd Miasta Krakowa

zaprasza przedsiębiorców oraz osoby rozpoczynające działalność gospodarczą
do korzystania z usług

STANOWISK INFORMACJI O FUNDUSZACH EUROPEJSKICH DLA PRZEDSIĘBIORCÓW

☞ **Stanowisko prowadzone wspólnie przez Urząd Miasta Krakowa oraz Małopolskie Regionalne Centrum Informacji Europejskiej (MRCIE) i ośrodek Europe Direct (ED) w Urzędzie Miasta Krakowa przy ul. Wielickiej 28 a (III piętro, stanowisko nr 3)**

Stanowisko specjalizuje się w informacji:

- o możliwościach uzyskania pomocy ze środków UE w jakiegokolwiek formie przy rozpoczynaniu i prowadzeniu działalności gospodarczej oraz innych dostępnych dla przedsiębiorców instrumentach wsparcia,
- na temat możliwości i warunków pozyskiwania środków finansowych z funduszy unijnych na inne niż wskazane w punkcie powyżej cele,
- o możliwości prowadzenia działalności gospodarczej na terenie państw UE.

Czynne: poniedziałek–piątek w godz. 8.00–14.00.

- tel.: 0 12 61 65 607
- e-mail: stanowiskoue@um.krakow.pl

☞ **Stanowisko prowadzone w Urzędzie Miasta Krakowa przy Placu Wszystkich Świętych 3/4 w Krakowie. Obsługę Stanowiska zapewnia Małopolskie Forum Europejskie**

Udzielane są konsultacje w zakresie możliwości i warunków pozyskiwania przez przedsiębiorców środków finansowych z funduszy unijnych.

Czynne: poniedziałek w godz. 9.00–15.00, wtorek–piątek w godz. 8.00–14.00.

Punkt czynny: poniedziałek w godz. 9.00–15.00, wtorek–piątek w godz. 8.00–14.00.

- tel.: 0 12 61 61 484

Zapraszamy Państwa do naszych placówek oraz do odwiedzenia stron internetowych:

www.msp.krakow.pl, www.ue.krakow.pl

